



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة 8 ماي 1945 قالمة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علم الاجتماع

تخصص: علم اجتماع الاتصال

مجالات استخدام الطالبات الجامعيات لمحتوى مواقع اليوتيوب

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر علم اجتماع الاتصال

الأستاذ المشرف:

بخوش لامية

إعداد:

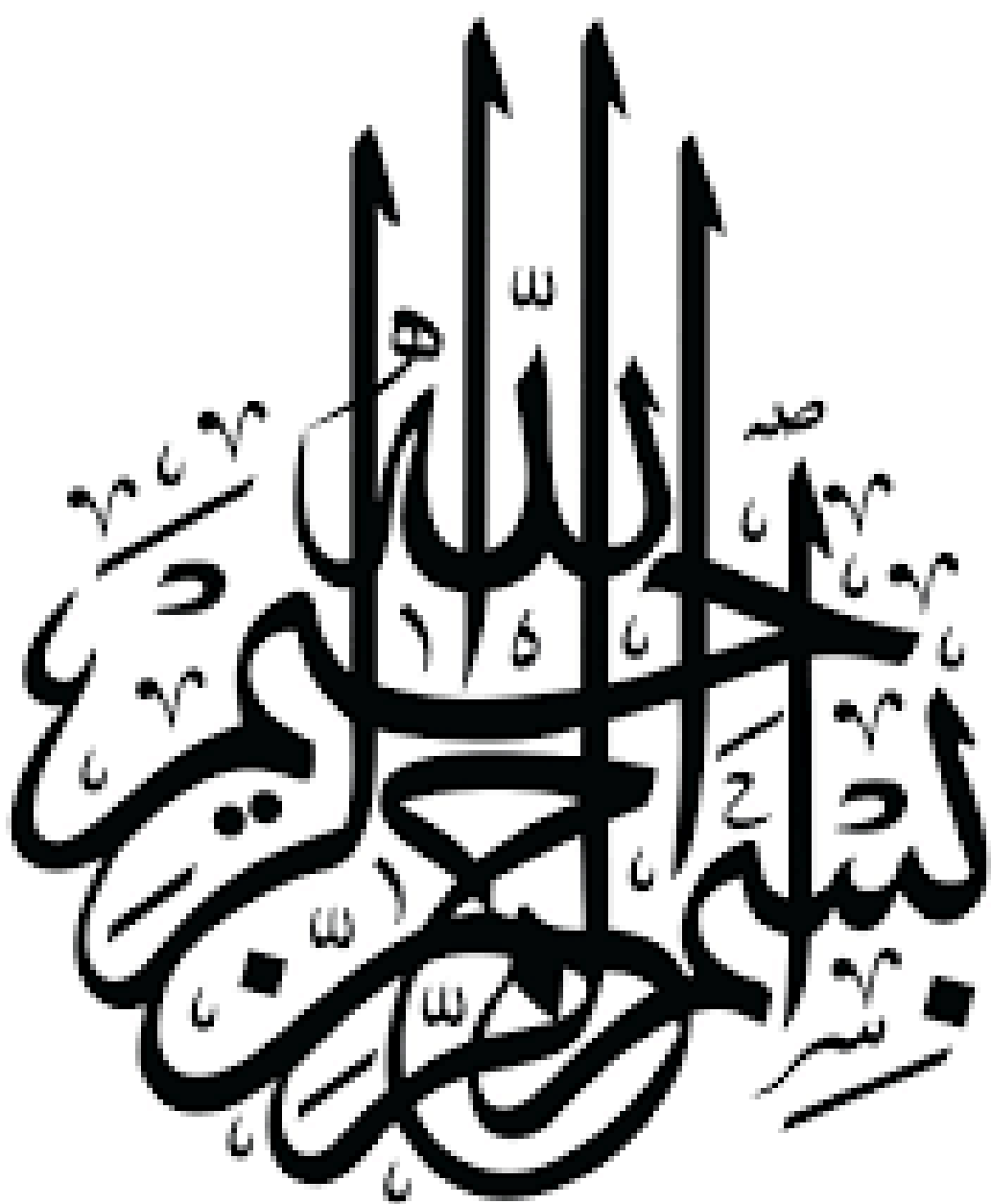
- مخلوف نوال

- بوفلفل ليلي

لجنة المناقشة

المؤسسة	الصفة	الرتبة العلمية	الاسم واللقب
جامعة قالمة	رئيسا	أستاذ تعليم عالي	حواوسة جمال
جامعة قالمة	مؤظرا	أستاذ محاضر-ب-	بخوش لامية
جامعة قالمة	ممتحنا	أستاذ محاضر-أ-	جاهمي عبد العزيز

السنة الجامعية: 2022/2021



الإهداء

الحمد لله على فضله ومنه وكرمه، الحمد لله في أوله وآخره.

إلى روح الوالدين الكريمين طيب الله ثراهما وأكرم نزلهما وغفر لهما ورزقهما

الفردوس الأعلى

إلى أختي الوحيدة حورية إلى زوجة خالي حبيبة وأبنائها إلى كل زميلاتي

في الدراسة

إلى كل من ساعدني في إنجاز هذا العمل من قريب أو بعيد خاصة جبراني

إلى عائلة أومدور.

نوال مخلوف

الأهداء

أهدي ثمرة عملي هذا بالدرجة الأولى إلى زميلتي فيه الأنسة مخلوف نوال
التي لولاها لما وصلت إلى هذا النجاح ،وطبعا إلى الأستاذة الفاضلة
المشرفة على هذا العمل بخوش لامية متقدمة لها بجزيل الشكر والعرفان
لقبولهما العمل برفقتهما،

كذلك أهدي هذا النجاح الى الوالدين الكريمين متمنية لهما طول العمر
والصحة، ولزوجي فاتح حفظه الله، وبالأخص إلى ابنتي ألاء نور حياتي
كلها وأقول لها "ماميتو" أحبك كثيرا كثيرا أطل الله في عمرك وأسعدك فيه،
وإلى إخوتي جميعا هم وأزواجهم وأولادهم دون استثناء، وإلى كل من يحبني
ويحترمني في هذه الحياة من الأهل والأصدقاء.

ليلي بوفلافل

شكر وتقدير

بعد حمد الله والثناء عليه سبحانه وتعالى والصلاة على نبيه محمد عليه
أفضل الصلاة وأزكى التسليم وعلى آله وصحبه أجمعين.
أتقدم بخالص الشكر والتقدير إلى:

المشرفة والأستاذة الفاضلة لامية بخوش نظير توجيهاتها ودعمها وإرشادها
ومعارفها القيمة

الشكر والعرفان ثانياً للأستاذة الأفاضل أعضاء لجنة المناقشة لقبولهم مناقشة
هذا البحث وإثراء مضمونه، بالإضافة إلى الأساتذة الذين شرفونا بتحكيم
الاستمارة وتوزيعها.

والشكر موصول إلى كل أساتذتنا كل باسمه طيلة مشوارنا الدراسي بقسم علم
الاجتماع خاصة الأستاذة نزاري سعاد.

الطالبتان: نوال، ليلى

ملخص الدراسة

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مجالات استخدام الطالبات الجامعيات لمواقع اليوتيوب، من خلال الكشف عن عادات وأنماط هذا الاستخدام ودوافعه وأبرز انعكاساته الإيجابية والسلبية من وجهة نظر الطالبات الجامعيات، ولتحقيق هذه الأهداف تم اعتماد المنهج الوصفي وأداة الاستمارة التي طبقت على عينة عشوائية طبقية من طالبات قسم علم الاجتماع بجامعة قالمة. حيث توصلت الدراسة إلى نتائج مفادها أن متابعة الطالبات الجامعيات لمواقع اليوتيوب يكون من حين لآخر ، حيث تتنوع دوافع استخدام الطالبة الجامعية لمحتوى موقع اليوتيوب ويشكل المجال الترفيهي أبرز مجالات استخدامها للمحتوى يليه المجال الاجتماعي ثم التثقيفي والتوعوي، وأهم الانعكاسات الايجابية لاستخدامه تمثلت في كونه داعم للعملية التعليمية وأخطر انعكاساته السلبية تمثلت في نشر الشائعات وغياب المصادقية.

ABSTRACT OF THE STUDY :

This study aims to identify the areas of university students' use of YouTube sites, by revealing the habits and patterns of this use, its motives, and its most prominent positive and negative repercussions from the perspective of university female students.

To achieve these goals, the descriptive approach and the questionnaire tool were adopted, which were applied to a stratified random sample of female students of the Department of Sociology at the University of Guelma.

The study concluded that university female students follow YouTube sites from time to time, as the university female student's motives for using YouTube content vary, and the entertainment field constitutes the most prominent areas of her use of content, followed by the social field, then the educational and awareness field.

The most important positive repercussions of its use were represented in being a supporter of the educational process, and its most dangerous negative repercussions were the spread of rumors and the lack of credibility.

Résumé de l'étude :

Cette étude vise à identifier les domaines d'utilisation des sites YouTube par les étudiantes universitaires en révélant les habitudes et les modèles de cette utilisation, ses motifs et ses répercussions positives et négatives les plus importantes du point de vue des étudiantes universitaires.

Pour atteindre ces objectifs, l'approche descriptive et l'outil de questionnaire ont été adoptés, qui ont été appliqués à un échantillon aléatoire stratifié d'étudiantes du Département de sociologie de l'Université de Guelma.

L'étude a conclu que les étudiantes universitaires suivent les sites YouTube de temps à autre, car les motifs de l'étudiante universitaire pour l'utilisation du contenu YouTube varient, et le domaine du divertissement constitue les domaines les plus importants de son utilisation du contenu, suivi du domaine social, puis de l'éducation et de sensibilisation.

Les répercussions positives les plus importantes de son utilisation favorisaient le processus éducatif, et ses répercussions négatives les plus dangereuses étaient la propagation de rumeurs et le manque de crédibilité.

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

الصفحة	العناوين
	الإهداء
	الشكر والتقدير
أب	مقدمة
الفصل الأول: الإطار النظري للدراسة	
10	أولاً: الإشكالية
13	ثانياً: أسباب اختيار الموضوع
14	ثالثاً: أهمية الدراسة
14	رابعاً: أهداف الدراسة
15	خامساً: تحديد مفاهيم الدراسة
19	سادساً: الدراسات السابقة
31	سابعاً: النظريات المفسرة للدراسة
الفصل الثاني: مدخل إلى مواقع اليوتيوب	
44	تمهيد
45	أولاً: نشأة وتطور مواقع اليوتيوب
48	ثانياً: خصائص مواقع اليوتيوب
50	ثالثاً: محتوى مواقع اليوتيوب
54	رابعاً: وظائف مواقع اليوتيوب
57	خامساً: الانعكاسات الاجتماعية لمواقع اليوتيوب
62	خلاصة
الفصل الثالث: الطالب الجامعي ومواقع اليوتيوب	
64	تمهيد

فهرس المحتويات

65	أولاً: خصائص الطالب الجامعي
70	ثانياً: حاجات الطالب الجامعي
73	ثالثاً: مهارات الطالب الجامعي
77	رابعاً: بعض مشكلات الطالب الجامعي
82	خامساً: استخدامات الطالب الجامعي لمحتوى مواقع اليوتيوب
112	خلاصة
الفصل الرابع: الإطار المنهجي والتحليلي للدراسة	
114	أولاً: منهج البحث وتقنيات جمع البيانات
116	ثانياً: مجالات الدراسة وعينتها
120	ثالثاً: عرض وتحليل وتفسير نتائج الدراسة حسب الفرضيات
150	رابعاً: تحليل وتفسير نتائج الدراسة حسب الدراسات السابقة
152	خامساً: تحليل وتفسير نتائج الدراسة حسب النظريات المفسرة للدراسة
154	سادساً: النتائج العامة للدراسة
157	خاتمة
160	قائمة المراجع
178	الملاحق
	الملخص

فهرس الجداول

فهرس الجداول

الصفحة	الجدول	الرقم
119	يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن	1
119	يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى الدراسي	2
120	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الحالة العائلية	3
120	يوضح متابعة الطالبات لمحتوى مواقع اليوتيوب حسب متغير المستوى الدراسي	4
121	يوضح بداية استخدام الطالبات لمحتوى مواقع اليوتيوب حسب متغير المستوى الدراسي	5
122	يوضح الوقت المفضل للطالبات لمتابعة محتوى مواقع اليوتيوب حسب متغير المستوى الدراسي	6
124	يوضح المدة الزمنية التي تستغرقها الطالبات في متابعة محتوى مواقع اليوتيوب حسب المستوى الدراسي	7
125	يوضح وسيلة تصفح الطالبات لمحتوى مواقع اليوتيوب حسب متغير المستوى الدراسي	8
126	يوضح المكان المفضل لطالبات لمتابعه محتوى مواقع اليوتيوب حسب متغير المستوى الدراسي	9
127	يوضح مع من تفضل الطالبات متابعة محتوى مواقع اليوتيوب حسب متغير المستوى الدراسي	10
128	يوضح نوعية محتوى مواقع اليوتيوب الذي تتابعه الطالبات حسب متغير المستوى الدراسي	11
129	يوضح كيفية تفاعل الطالبات مع محتوى مواقع اليوتيوب حسب متغير المستوى الدراسي	12
131	يوضح كيفية تفاعل طالبات مع المحتوى غير اللائق لمواقع اليوتيوب حسب متغير المستوى الدراسي	13
132	يوضح رغبة الطالبات في انشاء قناة على مواقع اليوتيوب حسب متغير المستوى الدراسي	14
134	يوضح تركيز الطالبات على متابعة محتوى قناة بعينها حسب متغير المستوى الدراسي	15
135	يوضح أسباب متابعة الطالبات لمحتوى قناة بعينها حسب متغير المستوى الدراسي	16
136	يوضح أهم المحتويات التي تتابعها الطالبات في مواقع اليوتيوب حسب متغير المستوى الدراسي	17
138	يوضح استخدام الطالبات لمحتوى مواقع اليوتيوب في المجال الاجتماعي حسب متغير المستوى الدراسي	18
139	يوضح استخدام الطالبات لمحتوى مواقع اليوتيوب في المجال الرياضي حسب متغير المستوى الدراسي	19
140	يوضح استخدام الطالبات لمحتوى مواقع اليوتيوب في المجال الترفيهي حسب متغير المستوى الدراسي	20

فهرس الجداول

142	يوضح استخدام الطالبات لمحتوى مواقع اليوتيوب في المجال التثقيفي التوعوي حسب متغير المستوى الدراسي	21
143	يوضح استخدام الطالبات لمحتوى مواقع اليوتيوب في المجال الاقتصادي حسب متغير المستوى الدراسي	22
144	يوضح استخدام الطالبات لمحتوى مواقع اليوتيوب في المجال العلمي والتعليمي حسب متغير المستوى الدراسي	23
146	يوضح ايجابيات استخدام الطالبات لمحتوى مواقع اليوتيوب حسب متغير المستوى الدراسي	24
148	يوضح سلبيات استخدام الطالبات لمحتوى مواقع اليوتيوب حسب المتغير المستوى الدراسي	25

مقدمة

مقدمة:

تعتبر شبكة الانترنت ذروة التقدم والتطور في وسائل وأساليب الاتصال حيث أحدثت تغييرات جذرية في بنية ونوعية الاتصال، وانتشرت بشكل ألغى الحدود الزمانية والمكانية ماساهم في تعزيز عملية التثقيف وتبادل الأفكار، هذا ما دفع العالم نحو عصر جديد من التفاعلية وحرية الرأي والتعبير، وبتطور الجيل الثاني للويب ظهر ما يسمى بشبكات التواصل الاجتماعي التي غيرت وبشكل جذري أنماط العلاقات بين الأفراد والعلاقات مع وسائل الاتصال، فلقد أصبحت ظاهرة عالمية واسعة الانتشار.

استطاعت منصات التواصل الاجتماعي في وقت قصير بفضل خصائصها التقنية ان تطور اسلوب تواصل جديد ضمن سياق افتراضي، بحيث يسمح للمستخدم المتواجد في الفضاء السايبري التفاعل والتواصل ضمن مجموعات ذات الاهتمامات المشتركة، ومن أهم هذه الشبكات التواصلية ذات الانتشار الواسع الفيسبوك، تويتر واليوتيوب الذي أحدث ثورة في مجال الفيديو التشاركي.

يعتبر موقع اليوتيوب من أكثر المواقع استخداما على اعتبار اختلافه عن بقية الشبكات الاجتماعية الأخرى، حيث يتيح مشاهدة وتحميل عدد لا متناهي من الفيديوهات الرقمية المحلية والإقليمية والأجنبية بشكل مجاني وسريع، ولقد لاقى رواجاً كبيراً لدى مستخدمي المواقع التواصلية على الأنترنت خاصة وأنه يمثل بديلاً وظيفياً للتلفزيون وذلك لاعتماده البث السمعي البصري، هذا ما جعل المستخدم يستفيد من مزاياه خاصة البث المباشر واللحظي لمختلف الأحداث والوقائع.

وتعتبر فئة الشباب الأكثر مواكبة للتطورات التقنية في المجتمع كونهم الجيل الذي رافق ظهور التقنية ومختلف الوسائط الرقمية، كما يمثلون الجزء الأكبر في العملية التعليمية التي استفادت من تكنولوجيا الإعلام والاتصال بالإضافة إلى متطلبات سوق العمل المرتبطة بمدى تحكم الأفراد في المهارات التقنية والتكنولوجية، فضلا عن وجود عوامل أخرى تشكل فيها المعلوماتية مركبا هاما في حياة الشباب كالتواصل وقضاء وقت الفراغ وغيرها من التعاملات في مختلف المجالات الحياتية.

أصبح استخدام المواقع التواصلية عامة واليوتيوب خاصة ضرورة في انجاز مختلف المهام لدى الشباب خاصة منهم طلبة الجامعة، بما فيهم الطالبات الجامعيات اللاتي استقندن من مزايا موقع اليوتيوب في طرح مختلف انشغالاتهن ومشاركة أفكارهن واهتماماتهن إما كمتابعات للمحتوى أو كصانعات ومنشئات له.

إن استخدام الطالبات الجامعيات لمحتوى مواقع اليوتيوب ينبع من دوافع وأهداف لذلك الاستخدام، فهناك العديد من المتغيرات التي تتحكم في هذا الاستخدام من حيث عاداته ومحتواه ومجالاته، وهذا ما سيترتب عنه انعكاسات ايجابية وسلبية، هنا تكمن أهمية هذه الدراسة في الكشف عن واقع استخدام الطالبات الجامعيات لمواقع اليوتيوب وانعكاساته الإيجابية والسلبية.

من هذا المنطلق جاءت هذه الدراسة النظرية الميدانية لمحاولة فهم ووصف وتشخيص أهم مجالات استخدام الطالبة الجامعية لمحتوى قنوات اليوتيوب، حيث قسمت الدراسة إلى ثلاثة فصول نظرية وفصل ميداني:

الفصل الأول: خصص للإطار النظري للدراسة وضم الإشكالية وأسباب اختيار الموضوع والأهداف والأهمية وتحديد المفاهيم والدراسات السابقة والنظريات المفسرة للدراسة.

الفصل الثاني: خصص لموقع اليوتيوب من حيث النشأة والتطور وأهم الخصائص بالإضافة إلى محتوى ووظائف اليوتيوب وأبرز الانعكاسات الاجتماعية له كموقع للتواصل الاجتماعي.

الفصل الثالث: خصص للطالب الجامعي من حيث الخصائص وحاجات ومهارات الطالب الجامعي كما تطرقنا إلى بعض مشكلات الطالب الجامعي بالإضافة إلى استخداماته لمحتوى مواقع اليوتيوب.

الفصل الرابع: خصص للإطار المنهجي والتحليلي للدراسة، ضم منهج الدراسة وتقنياتها ومجالات الدراسة وعينتها وتحليل وتفسير النتائج حسب الفرضيات والدراسات السابقة وحسب النظريات المفسرة لمتغيرات الدراسة وأخيرا النتائج العامة للدراسة.

وفي الأخير الخاتمة وقائمة المراجع والملاحق.

الفصل الأول: الإطار النظري للدراسة

أولاً: الإشكالية

ثانياً: أسباب اختيار الموضوع

ثالثاً: أهمية الدراسة

رابعاً: أهداف الدراسة

خامساً: تحديد مفاهيم الدراسة

سادساً: الدراسات السابقة

سابعاً: النظريات المفسرة للدراسة

أولاً-الإشكالية:

إن التطورات التقنية في مجال الإعلام والاتصال غيرت شكل الاتصال التقليدي الشخصي والمباشر إلى اتصال رقمي افتراضي كنتاج للطفرة التكنولوجية والشبكة العنكبوتية، ففي ظل هذه التطورات التي شهدتها الإعلام الجديد برزت الثقافة الرقمية التي شكلت معالمها ضمن شبكة الحواسيب المحلية والعالمية المتداخلة، حيث ساهمت هذه الثقافة الرقمية في إعادة ترتيب المشهد الاتصالي إلى التواصل والتفاعل في البيئة الاجتماعية ككل.

وباعتبار أن تكنولوجيا الاتصال أصبحت شديدة الالتصاق بالحياة اليومية للإنسان أصبح من الصعب التخلي عنها وذلك لتغلغلها في جميع تفاصيل الحياة، كما تعد ثورة الشبكات الاجتماعية في مجال الخدمات التواصلية ثورة حولت المستخدم من متلقي إلى شريك في المعلومة، وهذا لتبنيها المنظور التكنو-اجتماعي الذي يظهر في بعده التقني للوسائط التقنية والبعد الاجتماعي المتمثل في العملية التواصلية بين الأفراد والجماعات ذات الاهتمامات المشتركة.

بدأت ظاهرة الشبكات الاجتماعية في نهاية التسعينيات وكان أولى المواقع تستخدم لتبادل الأخبار بين طلاب الجامعات وإتاحة الفرص لوضع ملفات شخصية على المواقع وكذلك إمكانية التعليق على الأخبار حيث واكبت هذه التطورات الجيل الأول (Web 1.0) والذي يعتبر المرحلة التأسيسية، ومع ظهور الموجة الثانية (Web 2.0) تطورت المنظومة الخدمانية لمواقع التواصل الاجتماعي التي أتاحت الفرصة للمستخدم بخلق صفحات خاصة وتكوين تطبيقات بالارتكاز على أربعة عناصر: صفحة المعلومات الخاصة بالفرد وشبكة تواصله والمجموعات المنتسبة ورسم العلاقات المباشرة.

تميزت مواقع التواصل الاجتماعي بجملة من الخصائص كالدماج بين الوسائط المختلفة كالبريد الإلكتروني، المواقع، تحميل الألبومات، الملفات، الصور والموسيقى لإنتاج محتوى خاص يحقق إشباع المستخدم، وتمثل التفاعلية والمشاركة وسهولة الاستخدام أهم خصائص الشبكات الاجتماعية التي أتاحت الفرصة لكافة الشرائح المجتمعية باستغلالها، وتتنوع هذه المواقع حسب طبيعة الخدمات التي تقدمها فمنها ما هو خاص بجماعات مهنية وحرفية كموقع "لنكدن" وأخرى ذات طبيعة اخبارية مثل "تويتر" وأخرى منصات لتحميل الفيديوهات والأفلام الرقمية مثل "اليوتيوب".

يعتبر موقع اليوتيوب المنصة الإعلامية الأولى، والذي أصبح خلال سنوات قليلة أكثر المواقع العالمية مشاهدة، الأمر الذي جعله يحتل المركز الثالث طبقاً لتصنيف "ألكسا" العالمي، فمنذ إنشائه في

الفصل الأول: الإطار النظري للدراسة

2005 اكتسب موقع اليوتيوب شهرة كبيرة باعتباره أحد أكثر المواقع مشاهدة ومشاركة للفيديو، ومع نهاية السنوات الخمس الأولى من بداية خدمته تلقى أكثر من ملياري مشاهدة يوميا وسعة تحميل تقدر بأكثر من 35 ساعة من الفيديو لكل دقيقة¹.

يمثل اليوتيوب نموذج للبحث شبيه بالبحث التلفزيوني والفضائي، غير أنه يتميز من ناحية قدرة المستخدم على التحكم في الوقت والمحتوى المشاهد أو إنشاء المضمون الخاص، بالإضافة إلى أنه أرشيف عالمي للموارد المرئية مما ساهم في تنوع مجالات استخدامه والاستفادة من خصائصه في صناعة محتوى يلبي حاجات وتفضيلات مختلف الشرائح المجتمعية وإبراز المواهب والإبداعات التي تتخطى البعد المحلي والقومي إلى البعد العالمي للمحتوى.

تعد فئة الطلبة الجامعيين نخبة المجتمع، وهي فئة نوعية لما تتميز به من خصائص سيكولوجية، فسيولوجية واجتماعية فضلا عن خصوصية هذه المرحلة العمرية وحاجات الطالب للتفاعل والتواصل الذي تخطى بعده الواقعي إلى البعد الافتراضي باستخدام الوسائط التواصلية مما فتح مجال الحوار التفاعلي لسد الفراغ الاجتماعي وتخطى حواجز التخاطب والتفاهم التي تسهم في إحداثها الفجوة الجيلية والانغلاق الاجتماعي العمري والنوعي.

إن تمتع فئة الشباب الجامعي بسرعة التعلم والديناميكية وحب الاطلاع جعلهم أكثر الفئات المجتمعية استهلاكا للفضاء السيبري المعولم، حيث أدت أنماط وعادات الاستخدام للفضاء الرقمي الافتراضي إلى وصف فئة الشباب بـ "جيل الأنترنت" أو "الجيل الرقمي" فضلا على قدرة الطالب ومهاراته في استخدام مختلف المواقع والاختيار بينها والدمج بين مختلف الوسائط.

كما ارتبطت شبكات التواصل عامة واليوتيوب خاصة بكونها منصة هامة أمام الطالبات الجامعيات كفئة مجتمعية لها حضورها ضمن الفضاء الجامعي، حيث قدرت نسبة الطالبات الجامعيات سنة 2018 بـ 65.5%² بالنسبة إلى الطلبة الذكور، وتمتاز الطالبة الجامعية بخصوصية نابعة من الاختلاف الفيزيولوجي تطبعها نظرة مجتمعية إزاء النوع الاجتماعي، ساهمت هذه الخصوصية في فرض نمط من التفاعلات الاجتماعية تتسم بنوع من الانغلاق، ومع تغلغل الثورة الرقمية في جميع الميادين المجتمعية

¹Chareen Snelson, Youtube across the disciplines, a review Of the Literature, journal of online learning and teaching, volume 7.No1, U S A, march 2011, P 159.

²أسماتي حاتم، محمود قندوز، "إحصائيات عن الجامعة الجزائرية (1962-2018)", مجلة منارات لدراسات العلوم الاجتماعية، جامعة ابن خلدون، تيارت، المجلد 1، العدد 02، الجزائر، 2019، ص 232-246.

الفصل الأول: الإطار النظري للدراسة

ظهرت الحاجة إلى توظيفها من قبل الطالبات خاصة البعد الافتراضي، الذي فتح آفاقا جديدة حررت الطالبة الجامعية من بعض الضوابط الاجتماعية السلبية وسلطة العادات والتقاليد.

رافق هذا التوظيف نوع من التطبيع لظهور المرأة على موقع اليوتيوب كفاعلة لا مجرد متلقية، كما استطاعت الطالبة تقديم أفكارها وصناعة تمثلاتها عن ذاتها ضمن مدونات الفيديو الرقمي بوصفها امرأة لها أدوارها الاجتماعية كطالبة وكأم مربية أجيال مستقبلا، الأمر الذي جعل موقع اليوتيوب بديلا وظيفيا متجاوزا بذلك أطر الوسائل الإعلامية التقليدية في تنوع مجالات استخدامه وتوظيفه.

بناءً على هذا الطرح ولكون مواقع التواصل الاجتماعي عامة واليوتيوب خاصة ظاهرة تخللت المجتمعات وأحالتها إلى الكونية، الأمر الذي جعلها مادة دسمة للتحليل والتفسير في جميع التخصصات، خاصة في ضوء المعدلات المتزايدة لاستخدام الشباب الجامعي والطالبات الجامعيات خاصة لموقع اليوتيوب.

نظرا لأهمية هذا الموضوع جاءت هذه الدراسة الوصفية للتعرف والكشف عن مجالات استخدام الطالبات الجامعيات لمواقع اليوتيوب من خلال الكشف عن أنماط وعادات استخدامهن لهذه المواقع والدوافع وراء ذلك الاستخدام وأهم الانعكاسات الإيجابية والسلبية لمحتوى مواقع اليوتيوب. حيث انطلقت الدراسة من التساؤل الرئيسي الآتي:

ماهي مجالات استخدام الطالبة الجامعية لمحتوى مواقع اليوتيوب؟.

التساؤلات الفرعية:

- ما هي أنماط وعادات متابعة الطالبة الجامعية لمحتوى مواقع اليوتيوب؟
- ماهي دوافع استخدام الطالبة الجامعية لمحتوى مواقع اليوتيوب؟
- هل هناك انعكاسات لاستخدام الطالبة الجامعية لمحتوى مواقع اليوتيوب؟

الفرضية العامة:

تتنوع مجالات وأنماط وعادات وانعكاسات استخدام محتوى مواقع اليوتيوب باختلاف متغير المستوى الدراسي للطالبة الجامعية.

الفرضية الجزئية الأولى:

تفرط الطالبة الجامعية في متابعة محتوى مواقع اليوتيوب باختلاف متغير المستوى الدراسي.

الفصل الأول: الإطار النظري للدراسة

الفرضية الجزئية الثانية:

- تتنوع دوافع استخدام الطالبة الجامعية لمحتوى مواقع اليوتيوب باختلاف متغير المستوى الدراسي.

الفرضية الجزئية الثالثة:

- هناك انعكاسات إيجابية وسلبية لاستخدام الطالبة الجامعية لمحتوى مواقع اليوتيوب باختلاف متغير المستوى الدراسي.

ثانياً - أسباب اختيار الموضوع:

- أسباب ذاتية:

- رغبة الطالبتان في دراسة موضوع استخدام الطالبة الجامعية لمحتوى موقع اليوتيوب باعتبارهن جامعات وتتمن باستخدامه كموقع تواصل اجتماعي، وتشكلن جزء من مجتمع الدراسة، حيث لاحظن تأثير التواصل عبر المواقع الاجتماعية عامة واليوتيوب خاصة على حياة الطالبة الجامعية من جهة وتعبيره عن أفكارهن واتجاهاتهن من جهة أخرى.

- ارتباط موضوع الدراسة بتخصص الطالبتان في مجال علم اجتماع الاتصال، حيث يندرج موضوع استخدامات محتوى مواقع اليوتيوب ضمنه، هذا ما شجع الطالبتان على دراسة مجالات استخدامه لدى الطالبة الجامعية في الجامعة الجزائرية.

- أسباب موضوعية:

- قلة الدراسات السابقة -حسب اطلاع الطالبتان- حول مجالات استخدام الطالبة الجامعية لمحتوى موقع اليوتيوب باعتبار أن هناك اختلاف جوهري في حاجات الطالبات واهتمامهن عن حاجات واهتمامات الطلبة الذكور.

- حداثة موضوع الدراسة من حيث تركيزه على الطالبة الجامعية كعينة للدراسة واستخداماتها لمواقع اليوتيوب، وهذا ما أعطاه قيمة علمية من خلال مساهمتها في فهم مجالات استخدام هذه الفئة من الطلبة لهذه المواقع من حيث عادات الاستخدام ودوافعه وانعكاساته الإيجابية والسلبية على الطالبة الجامعية وعلى المجتمع.

ثالثاً - أهمية الدراسة:

- أهمية اليوتيوب كموقع تواصل اجتماعي والذي يمثل جزءاً مهماً في حياة الأفراد في العصر الرقمي وأهمية محتواه وصناع هذا المحتوى باعتبارهم من أكثر المؤثرين في المجتمع، فأفكارهم وآرائهم تؤثر في جميع مجالات الحياة المجتمعية.
- أهمية وصف وتحديد العلاقة بين الاستخدامات وموقع اليوتيوب باعتباره من أكثر مواقع التواصل استخداماً، حيث احتل المركز الثالث حسب إحصائيات موقع "ألكسا" العالمي..
- التعرف على مجالات استخدام الطالبات الجامعيات لمحتوى مواقع اليوتيوب بقسم علم اجتماع بجامعة قالمة كمحاولة للكشف عن عادات ودوافع استخدامهن لها ومدى استفادتهن من هذا المحتوى وتأثيره في سلوكياتهن وأفكارهن باعتبارهن أمهات ومربيات في المستقبل،

رابعاً: أهداف الدراسة:

- محاولة فهم واقع استخدام الطالبات الجامعيات لمواقع اليوتيوب من خلال الكشف عن عادات وأنماط استخدام الطالبات الجامعيات لمحتوى هذه المواقع.
- التعرف على أهم دوافع استخدام الطالبة الجامعية لمحتوى قنوات اليوتيوب، ومنه التعرف على أهم مجالات استخدامهن لمحتوى هذه المواقع.
- التعرف على أهم الانعكاسات الإيجابية والسلبية لاستخدام الطالبات الجامعيات لمحتوى قنوات اليوتيوب.

1- الاستخدامات:

احتل مفهوم الاستخدام (Usage) مكانة مهمة في دراسة العلاقات التقنية والاجتماعية التي تنشأ بين الأفراد والوسائل التقنية، خاصة بعدما أصبحت هذه التكنولوجيا من الممارسات اليومية القارة في الحياة المجتمعية.

-التعريف اللغوي:

استخدم استخداما (خ.د.م) اتخذه خادما، سأله أن يخدمه، إستوهبه خادما.^أ

-التعريف الاصطلاحي:

يعد جاك باريول JaquesPerrioult أول من تحدث عن مفهوم الاستخدام من خلال كتابه الذي

أصدره بداية الثمانينات والمعنون بـ "منطق الاستخدام" La logique d'usage.

- الاستخدام يشير إلى: "ماذا يفعل الناس حقيقة بالأدوات والأشياء التقنية؟" وكذلك إلى مسألة التملك الاجتماعي للتكنولوجيا وعلاقة الأفراد بالأشياء التقنية وبمحتوياتها أيضا^أ.

ركز هذا التعريف على علاقة الأفراد بالتقنية، أي الجانب الأداتي بين الفرد والوسيلة، وهنا يعني الاستعمال الأداتي فقط للوسيلة والتركيز على الجانب التقني منها.

- يعرف الاستخدام: "بأنه عبارة عن نشاط اجتماعي، وبأنه فن الفعل أو طريقة للفعل، فهو نشاط تجعل منه الأقدمية أو التكرار شيئا عاديا أو مألوفا في مجتمع ما، ولكن ليس له قوة القانون مثل بعض السلوكيات والأعراف والطقوس والعادات والتقاليد التي يتقيد بها أغلب أفراد الجماعة الاجتماعية"^أ.

ركز هذا التعريف على الجانب الاجتماعي، وعرف الاستخدام كفعل اجتماعي وممارسة لها دلالات رمزية مجتمعية، تأخذ معنى طقوسي بحيث يصبح عرفا اجتماعيا لاستخدام الأفراد الوسائط التقنية.

هناك فرق بين الاستخدام Usage الذي يدل على الاستعمال البسيط Utilisation والاستخدام الذي يقترب من الممارسة Pratique، والذي هو عبارة عن مفهوم وجد ليعبر ليس فقط عن استعمال التقنيات ولكن عن السلوكيات والاتجاهات وتصورات الأفراد نحو الوسيلة بشكل مباشر وغير مباشر^أ.

^أ جبران مسعود، الرائد (معجم لغوي عصري)، دار العلم للملايين، لبنان، 1992، ص 57.

^أ مساعدي سلمة "المرأة العربية وشبكات التواصل الاجتماعي، الاستخدامات والتحديات"، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، المجلد رقم 8، العدد3، الجزائر، 31 مارس 2020، ص 86-108.

^أ Yves Francois Le coudic ;usages et usager de l'information, armand colin ADBS, paris, 2004, P19 .

^أ بوداود إبراهيم، "استخدام تكنولوجيا المعلومات (TIC) في ظل مفهوم وساطة المعرفة مجلة علوم المعلومات"، مجلة إشارة، مخبر بحث أنظمة المعلومات والأرشيف في الجزائر، المجلد 3، العدد 6، الجزائر، 2016، ص 163-190.

-التعريف الإجرائي:

"الاستخدام هو نمط معين من الممارسة المتكررة، بحيث تصبح هذه الممارسة ثقافة مجتمعية تعبر عن اتجاهات الأفراد وتصوراتهم نحو الوسيلة أو المضمون ونقصد بالاستخدام في هذه الدراسة الاستعمال والمتابعة المتكررة والدائمة للطالبات الجامعيات لمحتوى مواقع اليوتيوب."

2- الطالب الجامعي:

-التعريف اللغوي:

- طَلَبٌ يَطْلُبُ، طَلَبًا وطلابًا وطلابَةً، فهو طالب، والمفعول مَطْلُوبٌ.
- طلب المجد: سعى للحصول عليه، توخاه نشده طلب النجاح.
- طالب [مفرد]: جمع طالبون وطلبة وطلاب، مؤنثة طالبة جمع مؤنث طالبات واسم فاعله من طلب^أ.

-التعريف الاصطلاحي:

- يعرف الطالب على أنه: "ذلك الشخص الذي سمحت له كفاءته العلمية بالانتقال من المرحلة الثانوية إلى الجامعة ويعتبر الطالب أحد العناصر الأساسية والفاعلة في العملية التربوية لطلبة تكوينه الجامعي إذ أنه يمثل عدديا السنة العالية بالمؤسسة"^أ.

ركز هذا التعريف على الجانب العلمي والأكاديمي للطالب ومراحل انتقاله ضمن الأطوار الدراسية، كما ركز على مركزية الطالب داخل النسق الجامعي كأهم مدخلاتها من الناحية الكمية.

- كما يعرف الطالب الجامعي: "على أساس أنهم شباب وأن الشباب يمثل فئة عمرية، تشغل وضعا متميزا في بناء المجتمع، لهم القدرة والحيوية على العمل والنشاط كما يتميزون ببناء نفسي وثقافي يساعدها على التكيف والتوافق والاندماج والمشاركة بطاقة كبيرة تعمل على تحقيق أهداف المجتمع وتطلعاته"^ب. تطرق هذا التعريف إلى الخصائص النفسية والفيزيولوجية والاجتماعية لفئة الطلبة كفئة

^أ أحمد مختار عمر، معجم اللغة العربية المعاصرة، عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008، ص 1407.

^ب فروق يعلي، "الطالب الجامعي بين المتطلبات التكوينية وحتمية ممارسة الأنشطة الهامشية"، مجلة العلوم الاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، مجلد رقم 07، العدد 01، الجزائر، 17 جويلية 2021، ص 75-91.

^ج مزرارة نعيمة، مليكة شعباني، واقع الطالب الجامعي الجزائري، من أمس إلى اليوم ماذا تحقق؟، مجلة الوقاية والأرغونوميا، مخبر الوقاية والأرغونوميا، جامعة الجزائر 2، المجلد 10، العدد 1، ديسمبر 2016، ص 61-84.

مجتمعية تتميز بخصائص مغايرة عن بقية الفئات المجتمعية الأخرى، غير أنه أغفل الامتيازات العلمية والأكاديمية التي يشترط وجودها في الشباب كونه طالب علم.

- **تعريف آخر:** "يمثل الطلاب فئة من الشباب يتلقون العلم في أي من المعاهد المختلفة، والطالب هو الشخص الذي أتاحت له فرصة الوصول إلى مرحلة التعليم الجامعي أو العالي، وهم يمثلون فئة اجتماعية وليس طبقة خاصة وذلك لأنهم لا يشغلون وضعا مستقلا في الإنتاج الاقتصادي وإنما بمجموعهم هم الاختصاصيون الذين سيشتغلون في الإنتاج المادي والعلمي والتطبيقي والثقافي وإدارة الدولة والمجتمع".^أ ركز هذا التعريف على البعد الاقتصادي والدور الذي يشغله الطالب في العملية الإنتاجية المادية والفكرية.

- **التعريف الإجرائي:**

" الطالب الجامعي فرد يمثل فئة عمرية واجتماعية خاصة، له مستوى علمي نوعي يسمح له بالانتقال والالتحاق بأحد المؤسسات التعليمية كالجامعات، المعاهد والكليات، يسعى إلى تكوين رأس مال ثقافي و يعتبر أهم مدخلات ومخرجات العملية التعليمية باعتباره نخبة مجتمعية.،يمثل في هذه الدراسة طالبات قسم علم الاجتماع بكلية العلوم الانسانية والاجتماعية بجامعة قلمة ،على اختلاف مستوياتهن الدراسية ومجالات استخدامهن لمحتوى مواقع اليوتيوب."

3- مواقع اليوتيوب:

- **التعريف اللغوي:**

YOUTUBE بالإنجليزية تعني "أنت قناة" ويعود سبب تسمية الموقع بهذا الاسم إلى أن كلمة "تيوب" بالإنجليزية تعني أنبوب أو قناة ، إلا أنها تستخدم في الولايات المتحدة الأمريكية للدلالة على التلفزيون. وأضاف مؤسسو الموقع كلمة "يو" والتي تعني "أنت" على "تيوب" للدلالة على أن كل شخص بإمكانه أن يصبح أو يملك حرية بث أو إنشاء المقاطع المصورة كالتلفزيون، وهي الفكرة الجوهرية التي يقوم عليها الموقع إذ يسمح لمستخدميه ببث مقاطع فيديو مجانا على قنوات خاصة بهم في الموقع.^أ

^أ سحر محمودي وهي، دور وسائل الإعلام في تقديم القدوة للشباب الجامعي، أبريل 1995، مقال متاح على <https://www.journals.ekb.eg> بتاريخ 2022.05.27.

^أ فيسبوك و يوتيوب وغوغل..لماذا سميت هكذا؟ 24.03.2017 مقال متاح على <https://www.enabbaladi.net> بتاريخ 2022/06/1.

- التعريف الاصطلاحي:

- " هو موقع لمقاطع الفيديو متفرع من غوغل ، يتيح إمكانية التحميل عليه أو منه لعدد هائل من مقاطع الفيديو، استفادت منه وسائل الإعلام بعرض الفيديوهات التي لم تتمكن شبكة مراسليها من الحصول عليها.^أ ركز هذا التعريف أكثر شيء على خصائص ومميزات اليوتيوب، في حين أغفل تعريفه كأحد أهم شبكات التواصل الاجتماعي.

- **كما يعرف بأنه** " من الوسائط التفاعلية التي تحتوي عليها شبكة الأنترنت واحتوائه على مقاطع الفيديو السمعية البصرية وحتى التفاعلية، التي تمكن الأفراد من رفعها وإنزالها والتعليق عليها، كما يعتبر من أكثر مواقع الأنترنت متابعة"^ب.

- **يعرف أيضا:** "موقع اليوتيوب (<http://WWW.YOUTUBE.COM>) هو أكبر موقع على شبكة الأنترنت يسمح للمستخدمين برفع ومشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني"^ج.
أضاف التعريفين السابقين لتعريف اليوتيوب بوصفه من الوسائط الرقمية على شبكة الأنترنت، كما اهتم بتوصيف خصائصه.

- التعريف الإجرائي:

" هو موقع من أهم مواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الأنترنت متفرع من غوغل، وهو عبارة عن منصة رقمية تحتوي أكبر مكتبة فيديوهات سمعية بصرية ورقمية للفيديوهات، بحيث يمكن للطلاب الجامعيات كمستخدمات التحميل منها بسهولة والتفاعل مع محتواها."

^أ فيصل محمد عيد الغفار، شبكات التواصل الاجتماعي، الجنادرية للنشر والتوزيع، الأردن، ص 108.

^ب رقاد الجليلي، "الخطاب الديني لمواقع اليوتيوب وأزمة الضبط المرجعي للتدين السائل"، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، العدد 05، ألمانيا، نوفمبر 2018، ص 29.

^ج ماهر عودة الشمالية، الإعلام الرقمي الجديد، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص 218.

1- دراسات حسب متغير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

1-1- دراسة أجنبية:

دراسة Wilson osafo apenti و Essel Daniel Danso بعنوان "استخدام الطلاب لوسائل التواصل

الاجتماعي في التعليم العالي في غانا"، 2013.

هدفت الدراسة إلى التحقق من استخدام الطلاب لوسائل التواصل الاجتماعي في التعليم العالي والكشف عن كيفية وصول الطلاب لوسائل التواصل الاجتماعي.

انطلقت الدراسة من التساؤل التالي: إلى أي مدى يدرك الطلاب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي؟
أسئلة فرعية:

- لماذا يستخدم الطلاب وسائل التواصل الاجتماعي؟

- ماهي اهتمامات الطلبة للانضمام لشبكات التواصل الاجتماعي؟

- ماهي آراء الطلاب حول الاستخدام الأكاديمي للوسائط الاجتماعية؟

- كم مرة يستخدم الطلاب وسائل التواصل الاجتماعي؟

اعتمد الباحثان منهج المسح المقطعي باستخدام أداة الاستبيان الإلكتروني عبر الأنترنت على عينة عشوائية تكونت من 311 طالبا من طلاب جامعة Winneba "وينيبا" للتربية والتعليم.

كشفت النتائج أن غالبية الطلاب كانوا على دراية بوسائل التواصل الاجتماعي ويستخدمونها لعدة أسباب منها: التواصل مع الأصدقاء القدامى وأفراد الأسرة والعثور على أصدقاء جدد، والحصول على المواد التعليمية أو مشاركتها، وتلقي تحديثات ونشر المعلومات، وجد أيضا أن الطلاب لديهم مخاوف بشأن الانضمام لوسائل التواصل الاجتماعي أو استخدامها والتي تضمنت مخاوف بشأن الخصوصية الشخصية ومهارات الحوسبة وتكلفة الاتصال بالأنترنت ووقت استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، كما أشارت النتائج إلى أن الطلاب لديهم آراء إيجابية حول الاستخدام الأكاديمي لوسائل التواصل الاجتماعي، كما يعتقد الطلاب أنه سيكون من الممتع لمحاضريهم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وستكون درجاتهم أفضل إذا تمكنوا من الاتصال بالمحاضرين من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، كما يجب على المحاضرين عقد بعض المحاضرات على وسائل التواصل الاجتماعي.

ⁱ Daniel Essel danso, wilson osafo apeanti, **student's use of social media in higher education in Ghana**, Département of ICT education, university of education, Winneba, Ghana. 2014. متاح بتاريخ 29.03.2022 على <https://www.academia.edu>

تعقيب:

تتفق هذه الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية في أنها تلقتي معها في تناولها لاستخدامات وسائل التواصل الاجتماعي عند الطلبة الجامعيين والدوافع وراء ذلك، كذلك التقائها في استخدام نفس أداة جمع البيانات وهي استمارة الاستبيان.

وتختلف الدراستين من حيث الهدف المسطر لها فالدراسة السابقة درست التحقق من استخدام الطلاب لوسائل التواصل الاجتماعي في التعليم العالي والكشف عن كيفية وصول الطلاب لها، أما الدراسة الحالية فركزت على محاولة الكشف عن عادات وأنماط ودوافع استخدام الطالبات الجامعيات لمحتوى موقع اليوتيوب. ضف إلى ذلك الدراسة السابقة ركزت على استخدام الطلاب لوسائل التواصل الاجتماعي بصفة عامة أما الدراسة الحالية فركزت على موقع اليوتيوب فقط، كذلك من حيث مجتمع البحث والمنهج المستخدم فقد تم اتخاذ الطلاب الجامعيين ككل ذكور وإناث والاعتماد على منهج المسح المقطعي في الدراسة السابقة في حين تم اتخاذ الطالبات الجامعيات فقط كمجتمع بحث وانتهاج المنهج الوصفي في الدراسة الحالية.

1-2 - دراسة عربية:

- دراسة عبد الحكيم عبد الله بن راشد الصوافي، بعنوان "استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة الحلقة الثانية من التعليم الأساسي في محافظة شمال الشرقية بسلطنة عمان وعلاقته ببعض المتغيرات"، 2015.^أ

هدفت الدراسة إلى معرفة العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وبين كل من المتغيرات الآتية (الصف الدراسي، الجنس، المستوى التحصيلي، عدد ساعات ونوعية الوسيلة الأكثر ارتياداً، الغرض من الموقع).

تمحورت مشكلة الدراسة حول التساؤل التالي: ما علاقة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ومتغيرات (النوع الاجتماعي، الصف الدراسي، المستوى التحصيلي) لدى طلبة الحلقة الثانية.

استخدم الباحث المنهج الوصفي كما وظف تقنية الاستبانة موزعة على عينة عشوائية قدرها (300) طالب وطالبة.

^أ عبد الحكيم عبد الله بن راشد الصوافي، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة الحلقة الثانية، رسالة ماجستير، تخصص التربية والدراسات الإنسانية، كلية العلوم والآداب، جامعة نزوى، عمان، 2015.

الفصل الأول: الإطار النظري للدراسة

جاءت نتائج الدراسة كما يلي:

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين طلبة الصفين السابع الأساسي والعاشر الأساسي في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغيري (الجنس، المستوى الدراسي) في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، كما كشفت الدراسة أن أبرز استخدامات المواقع كان لغرض الدراسة.

تعقيب:

تتفق هذه الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية من حيث نوع أداة جمع البيانات ونوع المنهج العلمي المستخدم فكلتا الدراستين استخدمتا استمارة الاستبيان والمنهج الوصفي وهذا ما أفاد الموضوع الحالي محط الدراسة في إثراء جانبه المنهجي وذلك من خلال مساعدتها في ضبط المنهج والأداة المناسبة حيث كان لها الدور في وضع الخطوط الأولية وكيفية تصميمها وبناء أسئلتها.

تختلف الدراستين من حيث الهدف فالدراسة السابقة تهدف إلى التعرف على العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وبين كل من المتغيرات الآتية الصف الدراسي، الجنس، المستوى، وعدد الساعات في محافظة الشرقية بعمان، عكس ما تهدف إليه الدراسة الحالية من خلال التعرف على عادات ودوافع استخدام الطالبة الجامعية لمحتوى قنوات ومنه يظهر هنا اختلاف آخر وذلك باعتماد الأولى على وسائل التواصل الاجتماعي بصفة عامة والثانية على موقع اليوتيوب، كما كان الاختلاف في مجتمع الدراسة الذي كان في السابقة على الطلبة ككل ذكور وإناث أما في الحالية على الطالبات الجامعيات فقط.

1-3- دراسات محلية:

- الدراسة الأولى: إعداد رياض زروقي بعنوان "الاستخدامات الترفيهية في شبكات التواصل الاجتماعي" دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الفيسبوك، طلبة جامعة محمد خيضر بسكرة نموذجاً، 2021.

هدفت الدراسة إلى تحديد الدور الذي تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي عامة والفايسبوك خاصة في تلبية الاحتياجات الترفيهية لطلبة جامعة محمد خيضر، والتعرف على أسباب تشكلها.

- وانطلق الباحث من التساؤل التالي:

أرياض زروقي، "الاستخدامات الترفيهية في شبكات التواصل الاجتماعي"، رسالة دكتوراه، تخصص علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة بسكرة، الجزائر، 2021.

الفصل الأول: الإطار النظري للدراسة

ما فعالية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في تلبية الاحتياجات الترفيهية لطلبة جامعة محمد خيضر بسكرة؟

الفرضية العامة:

تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في تلبية حاجات طلبة جامعة محمد خيضر بسكرة من الترفيه، رغم منافسة مصادر إعلامية أخرى لها، وذلك لما توفره من تفاعلية وفي كنف بيئتهم الثقافية والاجتماعية. الفرضيات الجزئية:

- طلبة جامعة محمد خيضر بسكرة لهم القدرة على تحديد دوافع تعرضهم وحاجاتهم التي يسعون لتلبيتها، لذا فهم يختارون المضامين والوسائل المناسبة لإشباعها، وذلك وفق عوامل الفروق الفردية.

- تتنافس شبكات التواصل الاجتماعي مع مصادر إعلامية أخرى في تحديد اختيارات المضامين الترفيهية لدى طلبة جامعة محمد خيضر، قصد إشباع حاجياتهم.

- المعايير الثقافية والاجتماعية لدى طلبة جامعة محمد خيضر بسكرة لها تأثير كبير على استخدام المضامين الترفيهية في شبكات التواصل الاجتماعي.

استخدم الباحث منهج المسوح عبر الانترنت والمنهج الاثنوغرافي في الدراسات الثقافية الالكترونية "النت-نوغرافيا" والمنهج التجريبي، وأداة الاستبيان الإلكتروني وأداة الملاحظة على عينة قدرت بـ 383 مفردة من طلبة كليات جامعة بسكرة.

كشفت نتائج الدراسة التالي:

- أن طلبة جامعة محمد خيضر بسكرة لهم القدرة على تحديد دوافع تعرضهم وحاجاتهم عبر الفايسبوك، لذا يختارون المضامين والوسائل المناسبة لإشباعها وذلك وفق عوامل الفروق الفردية.

- شبكات التواصل الاجتماعي تتنافس مع مصادر إعلامية أخرى في تحديد اختيارات المضامين الترفيهية لدى طلبة جامعة محمد خيضر قصد إشباع حاجياتهم.

- أظهرت النتائج ارتباط الطلبة بالمعايير الثقافية والاجتماعية في فهم سياق المضامين الترفيهية بقدر ما أبانت تخليهم عنها في تلبية حاجاتهم بمضامين قد لا يتقبلها المجتمع ولا ترتبط أساسا بالمضامين الأجنبية.

الفصل الأول: الإطار النظري للدراسة

الدراسة الثانية: إعداد أمينة مزوز حول "استخدام الطلبة الجامعيين للمدونات الالكترونية والإشباع المحققة منها" دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة العربي بن مهيدي، 2016.

هدفت إلى:

- معرفة عادات استخدام الطلبة الجزائريين للمدونات الالكترونية.
 - السعي للتعرف على دوافع استخدام الطلبة للمدونات الالكترونية.
 - الكشف عن الإشباع المحققة لدى الطلبة جراء استخدامهم للمدونات الالكترونية.
- انطلقت من التساؤل التالي: ما مدى استخدام الطلبة الجامعيين للمدونات الالكترونية وماهي الإشباع المحققة منها؟.

اسئلة فرعية:

- ماهي عادات استخدام الطلبة الجامعيين للمدونات الالكترونية؟
 - ماهي دافع استخدام الطلبة للمدونات الالكترونية؟
 - ما الإشباع المحققة لدى الطلبة من استخدام المدونات الإلكترونية؟
- استخدمت الباحثة منهج المسح بالعينة كما وظفت الملاحظة والاستبيان الذي وزع على عينة قصدية قدرت ب 100 من طلبة جامعة العربي بن مهيدي.
- توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:
- انخفاض نسبة كثافة الاستخدام لدى الإناث والتي قدرت ب 17% مقارنة بالذكور الذين يستخدمون المدونات الالكترونية بنسبة تقدر ب 2.5%.
 - أغلبية الطلبة يستخدمون المدونات الالكترونية لأجل مساحة الحرية بنسبة 65% ونسبة 20% بدافع التفاعل.
 - 30% من الطلبة يستخدمون المدونات الالكترونية بغرض الإشباع المعرفي التكنولوجي بنسبة 20% كذلك بغرض الإشباع الثقافي.

أمينة مزوز، استخدام الطلبة الجامعيين للمدونات الالكترونية والإشباع المحققة منها، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، تخصص صحافة وإعلام الكتروني، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة العربي بن مهيدي، الجزائر، 2016.

الفصل الأول: الإطار النظري للدراسة

الدراسة الثالثة: إعداد صونية، عبد يش بعنوان: "الشبكات الاجتماعية على الأنترنت" دراسة مسحية

لمستخدمي الفاييبوك من طلبة جامعة الجزائر العاصمة، 2015^أ.

هدفت الدراسة لفهم واقع استخدام الفاييبوك لدى طلبة جامعات الجزائر العاصمة وتشخيص أنماط ودوافع وحاجات وإشباعات موقع الفاييبوك لدى طلبة جامعة الجزائر العاصمة.

طرحت الباحثة التساؤل الرئيسي: ما هو واقع استخدام طلبة جامعات الجزائر العاصمة 1 و 2 و 3 للشبكة الاجتماعية على الأنترنت و الفاييبوك؟

اعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج المسحي وهو من الدراسات الوصفية تم توظيف أدواتي الاستمارة والملاحظة بالمشاركة طبقت على عينة حصصيه قوامها 500 طالب وطالبة بجامعات الجزائر 1 و 2 و 3 بالعاصمة.

توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- الحاجات الإدراكية والدوافع المعرفية هي أهم الحاجات والدوافع التي عبرت عنها العينة.
- تميل النسبة الغالبة لاستخدام الفاييبوك لنسج "علاقات الصداق.
- اعتبر أغلبية المبحوثين 75.8% أن العلاقات الاجتماعية الافتراضية عبر الفاييبوك فرصة للعلاقات الاجتماعية التقليدية، في حين عبرت النسبة المتبقية أن العلاقات الاجتماعية على الفاييبوك تهدد للعلاقات الاجتماعية الواقعية.
- تستخدم نسبة 71.62% من أفراد العينة هويات مستعارة لاعتقادهم بعدم كفاية اعدادات الخصوصية والحماية.

تعقيب:

تتشابه هذه الدراسات السابقة المحلية مع الحالية في أنها ركزت جميعا على هدف واحد وهو معرفة وتشخيص عادات وأنماط وحاجات و الإشباعات من وراء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على اختلاف أنواعها وهو ما أفاد في إثراء الجانب النظري للبحث الحالي وعمق من فهم الطالبات الجامعيات لأهم العناصر المرتبطة بمجالات استخدام محتوى موقع اليوتيوب خاصة اعتماد هذه الدراسات على الاستبانة وهي نفس الأداة البحثية التي تم استخدامها في دراستنا الحالية.

وتختلف الدراستين في نوع مواقع التواصل الاجتماعي فالدراسة الحالية حول موقع اليوتيوب أما دراسة رياض زروقي وصونية عبد يش كانت حول موقع الفاييبوك ودراسة أمينة مزوز حول المدونات

^أصونية عبد يش، الشبكات الاجتماعية على الأنترنت، رسالة دكتوراه، تخصص علوم الإعلام والاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03، 2015.

الفصل الأول: الإطار النظري للدراسة

الإلكترونية، هذا وقد كان الاختلاف أيضا في مجتمع البحث الذي ضم في الدراسات السابقة الطلبة ككل وفي الحالية ضم الطالبات فقط، من حيث المنهج العلمي المعتمد وأداة جمع البيانات فاعتمدت دراسة رياض زروقي على منهج المسوح عبر الانترنت و الأنثروغرافي والتجريبي واعتماد دراسة أمينة مزوز وصونية عبديش على المنهج المسحي واستخدامها كلها لنوعين من أدوات جمع البيانات (الاستبانة والملاحظة) في حين اعتمدت الحالية على المنهج الوصفي والاستبانة إضافة للاختلاف مع دراسة صونية عبديش من حيث المجال المكاني فقد كان قي هذه الأخيرة بثلاث جامعات بالجزائر العاصمة على عكس البحث الحالي فأنجز في جامعة قالمة فقط.

2-دراسات حسب متغير استخدام اليوتيوب:

2-1- دراسات أجنبية:

الدراسة الأولى: إعداد أندريا ويلسون "Andrea Wilson" بعنوان "YouTube in the classroom"

"اليوتيوب في الفصول الدراسية"، 2015، بجامعة تورنتو "Toronto" كندا.

هدفت الدراسة إلى الكشف عن قدرات المعلمين والاستراتيجيات المستخدمة عند تنفيذ تكنولوجيا الفيديو في الفصل الدراسي.

انطلقت من التساؤل التالي: كيف يقوم المعلمون بدمج اليوتيوب في الفصل الدراسي؟

الأسئلة فرعية:

- ماهي الميزات التي يقدمها اليوتيوب حاليا، مثل قوائم التشغيل، الاشتراكات؟.

- هل يختلف استخدام اليوتيوب من فصل دراسي تقليدي إلى فصل دراسي حديث؟.

- هل ينتج المعلمون محتوى الفيديو الخاص بهم لاستخدامه في الفصل؟.

- كيف يصف المعلمون تفاعل الطلاب مع محتوى اليوتيوب؟

استخدمت الباحثة منهج تحليل المحتوى من خلال تحليل الأدبيات والبيانات وأداة المقابلة مع ثلاثة مشاركين (مقابلتين مباشرتين ومقابلة عن طريق البريد الإلكتروني) من معلمي معهد "آنتاريو" للدراسات التربوية بجامعة "تورنتو".

كشفت نتائج الدراسة عن نقص وعي المعلمين حول مجموعة ميزات التي يقدمها اليوتيوب وتأثير اضطرابات تدفق الانترنت وسياسات مجلس المؤسسة التعليمية على مشاهدة الفيديو في الفصل الدراسي.

ⁱAndrea Wilson, **YouTube in the classroom**, Master, department of curriculum, teaching learning, on tario, university of Toronto canada, 2015. بتاريخ 2022.04.01 [Http://taspace.library.utoronto.ca](http://taspace.library.utoronto.ca) متوفر على الموقع التالي.

الفصل الأول: الإطار النظري للدراسة

الدراسة الثانية: إعداد Azura wati zaidi وآخرون بعنوان :

تصورات طلاب الجامعات حول استخدام اليوتيوب في الفصول الدراسية (2018) بجامعة مالايا¹. هدفت الدراسة إلى الكشف عن استخدام اليوتيوب في الفصل الدراسي للغة الانجليزية، الكشف عن تصورات الطلاب لاستخدام اليوتيوب كمكمل للمواد التعليمية، كذلك التحقق من اهتمام الطلاب باستخدام اليوتيوب في الفصل الدراسي.

- تمحورت الأسئلة البحثية كالتالي:

- ماهي اهتمامات الطلاب حول استخدام موقع اليوتيوب في تعلم اللغة الانجليزية؟
- ماهي تصورات الطلاب حول استخدام اليوتيوب في الفصل الدراسي لتعلم اللغة الانجليزية كلغة ثانية؟

اعتمدت الدراسة المنهج المسحي وأداتي الاستبيان على عينة عشوائية قدرت ب 159 طالب بكلية المحاسبة.

كشفت نتائج الدراسة:

أن الطلاب مهتمون للغاية باستخدام اليوتيوب في تعلم اللغة الانجليزية, يستخدم الطلاب اليوتيوب لمساعدتهم على اكمال مهام الدورة ,ومهام الدراسة, يفضل الطلاب استخدام مقاطع الفيديو على اليوتيوب باللغة الانجليزية لمساعدتهم على تحسين اتقانهم اللغة الإنجليزية.

تعقيب:

تتمثل أوجه التشابه بين الدراسة الحالية والدراسات الأجنبية السابقة كون كلاهما قامت بدراسة موقع اليوتيوب واستخداماته في الفصول الدراسية حيث تمثل هذه الأخيرة أحد مجالات استخدام الطالبات الجامعيات في الدراسة الحالية، كذلك تمثل التشابه في أداة جمع البيانات المتمثلة في استمارة الاستبيان مع دراسة Azurawati وهو ما أسهم في تكوين رؤية واضحة حول مجالات الاستخدام التعليمية لهذا الموقع وقنواته.

أما أوجه الاختلاف فيتضح في مجتمع البحث بتركيز الدراسة الحالية على الطالبات الجامعيات في حين دراسة أندريا ويلسون ركزت على المعلمين باعتبارهم أهم عناصر السلك التعليمي ومنه كان الاختلاف أيضا في هدف الدراسة، إذ تمثل في الدراسات السابقة في الكشف عن قدرات المعلمين والاستراتيجيات المستخدمة عند تنفيذ تكنولوجيا الفيديو واستخدام اليوتيوب في الفصل الدراسي للغة

¹Azura wati Zaidi, and others, university. Students' perceptions of YouTube usage in (esl) classrooms, journal of researchgate. net (2018). متاح على الموقع التالي. <http://www.researchgate.net> بتاريخ 01.04.2022

الفصل الأول: الإطار النظري للدراسة

الإنجليزية لكشف تصورات الطلبة لها فـعكس الحالية المركزة على أنماط وعادات ودوافع الاستخدام لموقع اليوتيوب ومجالاتها. أما من ناحية المنهج العلمي والأداة المستخدمة فتمثل في المنهج المسحي في دراسة Azurawati ومنهج تحليل المحتوى للبيانات في دراسة ويلسون، أما الأداة فكانت المقابلة المباشرة والإلكترونية وهو عكس الدراسة الحالية المعتمدة على المنهج الوصفي واستمارة الاستبيان.

2-2-دراسة عربية:

دراسة رحيمة عيساني وغالب عوض الرفاعي بعنوان "اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو استخدام اليوتيوب و الإشباعات المتحققة،2020، دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة العين". هدفت الدراسة إلى الكشف عن اتجاهات طلبة جامعة العين نحو استخدام اليوتيوب والإشباعات المتحققة منه.

تمحورت مشكلة الدراسة حول التساؤل التالي: ماهي اتجاهات طلبة جامعة العين نحو استخدام اليوتيوب و الإشباعات المتحققة منه؟.

أسئلة فرعية:

- ما مدى استخدام طلبة جامعة العين لموقع التواصل اليوتيوب؟
- ما دوافع استخدام طلبة جامعة العين لموقع التواصل اليوتيوب؟
- ما اتجاهات طلبة جامعة العين نحو استخدام موقع التواصل اليوتيوب؟

فرضيات الدراسة كالتالي:

- يستخدم طلبة جامعة العين موقع التواصل يوتيوب بكثافة.
- يستخدم طلبة جامعة العين موقع التواصل اليوتيوب بدافع التعلم، التواصل مع الآخرين، الترفيه، التسلية.
- اتجاهات طلبة جامعة العين نحو استخدام موقع التواصل اليوتيوب إيجابية مرتبطة بدوافع الاستخدام.

اعتمد الباحث منهج المسح الوصفي وأداة الاستبيان موزعة على العينة المتاحة قدرت ب 446 طالبا وطالبة بجامعة العين.

جاءت نتائج الدراسة كالتالي:

- حاز اليوتيوب المرتبة الرابعة في ترتيب نسب الاستخدام لدى الطلبة.

رحيمة عيساني، غالب عوض الرفاعي، " اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو استخدام اليوتيوب والإشباعات المتحققة "، مجلة جامعة العين للأعمال والقانون، المجلد 5، العدد 1، المجلد 5، الإمارات العربية المتحدة، 2021، ص

الفصل الأول: الإطار النظري للدراسة

- تباينت مدة استخدام موقع اليوتيوب بتباين العمر، في حين لا يوجد تباين في مدة استخدام موقع اليوتيوب بتباين النوع، الدرجة العلمية والمعدل التراكمي للطالب.
- حددت إجابات الطلبة على مجموع العبارات 23 (التي استخدمها الباحث في قياس اتجاهات الطلبة نحو استخدام اليوتيوب والإشباع المتحققة منه) العوامل المؤثرة على استمرار تبني استخدامهم لليوتيوب في أربعة عوامل هي: الدراسة، التعليم، التواصل مع الآخرين، والهروب من المشاكل والتسلية والترفيه.

تعقيب:

تتشابه كلتا الدراسة الحالية مع الدراسة السابقة في المنهج والأداة المستخدمين حيث تم الاعتماد على المنهج الوصفي و الاستبانة، كما أن كلاهما درستا موقع اليوتيوب واستخداماته وهو ما ساهم في إثراء الجانب النظري والمنهجي للدراسة الحالية، بالوقوف على التراكم المعرفي بها وكيفية جمع البيانات بالطريقة التي توصل إلى معلومات دقيقة. وتختلف من حيث مجتمع البحث الذي كان الطالبات الجامعيات فقط في الدراسة الحالية والطلاب ذكور وإناث في الدراسة السابقة.

2-3-دراسات محلية:

الدراسة الأولى: إعداد بوشريط كريمة وبن مرزوق مريم بعنوان: استخدامات الشباب الجزائري لموقع اليوتيوب و الإشباع المحققة، دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، 2020.

- هدفت الدراسة إلى:

- التعرف على دوافع استخدام الشباب الجزائري لموقع اليوتيوب وعادات وأنماط مشاهدتهم لها.
- كيفية التفاعل مع مضامينها والإشباع التي تحققها لهم.
- انطلقت الدراسة من التساؤل التالي: ماهي استخدامات طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل لموقع اليوتيوب و الإشباع المحققة من ذلك؟
وتساؤلات فرعية كالتالي :

- ماهي عادات وأنماط مشاهدة طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل من قنوات اليوتيوب؟

الفصل الأول: الإطار النظري للدراسة

- ماهي دوافع طلبة قسم الإعلام والاتصال من استخدام مضامين قنوات اليوتيوب؟
- كيف يتفاعل طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة محمد الصديق بن يحي جيجل من متابعة مضامين قنوات اليوتيوب؟

فرضيات الدراسة:

- يستخدم طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة محمد الصديق بن يحي جيجل موقع اليوتيوب بشكل يومي ومفرط.
- تكمن دوافع طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة محمد الصديق بن يحي جيجل من متابعة مضامين موقع اليوتيوب في التثقيف والتعليم.
- يتفاعل طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل مع مضامين موقع اليوتيوب من خلال تسجيل الإعجاب، اشتراك في القناة والتعليق عليها.

اعتمدت الباحثتان المنهج المسحي باستخدام أداة الاستبيان وزعت على عينة قصدية قدرت ب 78 طالب وطالبة.

- كشفت نتائج الدراسة:

- يشاهد طلبة الإعلام والاتصال مضامين موقع اليوتيوب بشكل دائم ومكثف في وقت ملائم لهم، وأنهم مدمنون على مضامينها بدافع علمي تثقيفي.
- تختلف طرق التفاعل مع مضامين اليوتيوب من طالب إلى آخر.
- تحقق موقع اليوتيوب مختلف الحاجات و الإشباعات (اجتماعية، سياسية...) كما تحقق لهم الشعور بالراحة النفسية، السعادة و الاشباع.

الدراسة الثانية: إعداد بارش أشرف الدين ولعور صابر بعنوان: استخدام الطلبة الجزائريون لليوتيوب والإشباعات المحققة منه، دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة العربي بن مهدي أم البواقي، 2016".

أبوشريط كريمة، بن مرزوق مريم، استخدامات الشباب الجزائري لموقع اليوتيوب والإشباعات المحققة، مذكرة مكملة لشهادة الماستر، تخصص سمعي بصري، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد الصديق بن يحيى، الجزائر، 2020.

أبارش أشرف الدين، لعور صابر، استخدام الطلبة الجزائريون لليوتيوب والإشباعات المحققة منه، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص صحافة إلكترونية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي بن مهدي، الجزائر، 2016.

الفصل الأول: الإطار النظري للدراسة

هدفت الدراسة إلى كشف العلاقة القائمة بين استخدام الطلبة الجزائريين لليوتيوب من حيث الشكل والمضمون والمكان والوقت والحاجات والدوافع وكذا الإشباعات المحققة منه.

انطلقت الدراسة من التساؤل: ما هي استخدامات الطلبة الجامعيين لموقع اليوتيوب و ماهي الإشباعات المحققة من ذلك؟.

وأسئلة فرعية:

- ما هي عادات وأنماط استخدام الطلبة لموقع اليوتيوب؟

- ما هي دوافع استخدام الطلبة لموقع اليوتيوب؟

- ما هي الإشباعات المحققة من هذا الاستخدام؟

اعتمد الباحثان منهج المسح بالعينة التي قدرت ب (120) طالب، على عينة قصدية كما اعتمد الباحثان على تقنية الاستمارة وتوظيف الملاحظة.

جاءت النتائج العامة للدراسة كالآتي:

- الطلبة الجامعيين في جامعة العربي بن مهيدي يستخدمون اليوتيوب بشكل دائم حيث يتصفح

الطلبة لموقع بنسبة 43% بشكل يومي وأن الفترة المسائية هي أكثر القنوات تصفحا للموقع.

- كما أكدت النتائج أن دوافع الاستخدام لدى الطلبة هي التسلية والترفيه في المقام الأول بنسبة

25.46% تليها التعليم والتثقيف بنسبة 22.50%.

- من حيث الإشباعات فقد جاءت النتائج كالآتي: حيث احتلت الإشباعات الاجتماعية المرتبة

الأولى بنسبة 20.21%، في حين جاءت الإشباعات السياسية في المرتبة الثانية ب

12.41%، فيما قدرت الإشباعات الرياضية 15.45%، والإشباعات الترفيهية 17.09%، أما

الإشباعات النفسية فقد كانت 16.15%.

تعقيب:

كلا الدراستين السابقة والحالية موضوعهم واحد هو مواقع اليوتيوب واستخداماتها المتنوعة وهذا ما

أفاد الموضوع الحالي امن حيث تكوين رؤية واضحة للمشكلة البحثية و تحديدها وبنائها ثم صياغتها إلى

جانب التساؤلات التي تخدم هذا الموضوع ووضع الفروض المناسبة التي يمكن اختبارها وقياسها. أيضا

تلتقي الدراسة السابقة لبوشريط كريمة مع الدراسة الحالية في أداة جمع البيانات المتمثلة في استمارة

الاستبيان.

الفصل الأول: الإطار النظري للدراسة

تختلف الدراستين السابقتين عن الدراسة الحالية في كون الأخيرة اعتمدت على المنهج الوصفي كمنهج للدراسة أما السابقة فاعتمدت على المنهج المسحي، كما يتجلى الاختلاف مع دراسة بارش أشرف الدين في كونها استخدمت أداة جمع البيانات الملاحظة إلى جانب الاستبانة أما الحالية فالاستبانة فقط.

سابعاً: النظريات المفسرة للدراسة:

1- النظرية البنائية الوظيفية:

تمثل النظرية البنائية الوظيفية رؤية سوسيولوجية تنتمي إلى الفكر الوضعي تتجاوز القصور والإخفاق الذي لحق بالنظريتين البنائية والوظيفية، وتستند إلى مفهومي البيئة والوظيفة في تفكيكها لبنية المجتمع والوظائف التي يقوم بها.

تقوم البنائية الوظيفية على مفهومي البناء والوظيفة، حيث يمثل البناء مجموعة العلاقات الاجتماعية التي تتكامل وتنسق من خلال الأدوار التي تشكلها الجماعات داخل البناء الاجتماعي^أ.

أما الوظيفة فتتمثل الدور الذي يسهم به الجزء في الكل، كما تحدد الأدوار التي يقوم بها كل عنصر في علاقته بالتنظيم الكلي.

وتهدف الوظيفية إلى الكشف عن كيفية استخدام أجزاء النسق في تحقيق استمرارية النسق ككل أو الإضرار بهذه الاستمرارية، فعلم الاجتماع الوظيفي قد يحاول الكشف عن دور وسائل الاتصال الجمعي في المجتمعات المركبة في تحقيق توازن المجتمع^ب.

يفترض الاتجاه الوظيفي ترابط الأجزاء وتكاملها وظيفياً، كما أن كل جزء في النسق وجد ليؤدي وظيفة أو أكثر لتتكامل هذه الأجزاء وظيفياً في تلبية حاجات النسق من يستلمهم في الواقع، كما تشكل الأجزاء المختصة والمتباينة وظيفياً نوعاً من الانتظام وحالة من التوازن ولكل نسق من الآليات التي تعيده إلى حالة التوازن في حالة حدوث التغيير، وبهذا ينظر الوظيفيون إلى التغيير كعملية تدريجية تتمثل في تغيير النسق من حالة التوازن إلى حالة توازن جديدة.

تتضمن الوظيفية دراسة وتحليل الظاهرة في علاقتها بنسق محدد يشير إلى وجهين يتمثل الوجه الأول فيما تقدمه الظاهرة لاستمرارية النسق والمحافظة عليه بينما يركز الوجه الثاني في التحليل الوظيفي

^أ عبد الباسط عبد المعطي، "اتجاهات نظرية في علم الاجتماع"، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 1990، ص104

^ب سمير نعيم أحمد، "النظرية في علم الاجتماع (دراسة نقدية)"، دار الماني للطباعة والنشر، مصر، 1981، ص201.

الفصل الأول: الإطار النظري للدراسة

على تفسير استمرارية نمط سلوكي، في حين يجتمع الوجهان في محاولة تفسير الظاهرة من خلال وظائفها،^أ والتركيز على كل أكثر من الجزء والأساس هنا اعتبار المجتمع كوحدة ممثلة في نسق كلي.

كما يمثل مفهوم النسق System الأساس الفكري للوظيفية، والتي يتألف من مجموعة من العناصر المترابطة والتي يسود بينها نوعا من التساند الوظيفي^ب، ومن أبرز روادها إيميل دوركايم الذي ميز بين التضامن الآلي والتضامن العضوي^ج، جورج سيمل صاحب الاتجاه الشكلي في علم الاجتماع، كما ساهم تالكوت بارسونز بنظرية النسق الاجتماعي وهي مركز الفعل الانساني^د، كما ترى روبرت ميرتون النظرية بجملة من المفاهيم من البدائل الوظيفية، المعوقات الوظيفية، الوظائف الظاهرة والكامنة^{هـ}، ومن الاتجاه الأنتروبولوجي مالمينوفسكي، راد كليف براون وغيرهم.

تنطلق النظرية البنائية الوظيفية من مسلمات هي:

- النظر إلى المجتمع على أنه نظام يتكون من عناصر مترابطة وتنظيم لنشاط هذه العناصر بشكل متكامل.
 - يتجه هذا المجتمع في حركته نحو التوازن ومجموع عناصره تضمن استمرار ذلك، وفي حالة حدوث خلل فإن القوى الاجتماعية سوف تنشط لاستعادة هذا التوازن.
 - كل عناصر النظام والأنشطة المتكررة فيه تقوم بدورها للمحافظة على استقرار النظام.
 - الأنشطة المتكررة في المجتمع تعتبر ضرورة الاستمرار وجوده، وهذا الاستمرار مرهون بالوظائف التي يحددها المجتمع للأنشطة المتكررة لتلبية حاجاته.
- ويعد الإعلام الجماهيري بطبيعة الحال نظاما اجتماعيا جزئيا تكراري الطابع يعمل داخل النظام الاجتماعي الكلي، ويتفاعل مع مختلف الأنظمة الاجتماعية الجزئية الأخرى الموجودة في المجتمع، ولذلك يمكن استخدام النظرية البنوية الوظيفية لدراسة النظام الإعلامي وطبيعة وظائفه أو الخلل الوظيفي الذي يمكن أن يصاب به.^{في}

^أ إبراهيم عيسى عثمان، "النظرية المعاصرة في علم الاجتماع"، دار الشروق، عمان، 2008، ص44.

^ب شحاتة هيام، "النظرية الاجتماعية (من المرحلة الكلاسيكية إلى ما بعد الحداثة)"، مصر العربية للنشر والتوزيع، مصر، 2009، ص43.

^ج السيد رشاد غنيم وآخرون، "النظرية المعاصرة في علم الاجتماع"، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2008، ص19.

^د حسن عبد الحميد أحمد رشوان، "الفلسفة الاجتماعية"، المكتب الجامعي الحديث، ط4، مصر، 2011، ص193.

^{هـ} علي عبد الرزاق حليبي، "الاتجاهات الأساسية في نظرية علم الاجتماع"، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2011، ص187.

^{في} فريال مهنا، علوم الإعلام والمجتمعات الرقمية، دار الفكر، لبنان، 2012، ص134.

الفصل الأول: الإطار النظري للدراسة

كما تنظر البنائية الوظيفية في تحليلها لوسائل الإعلام والاتصال على أنها بناءات اجتماعية كغيرها من البناءات الأخرى في المجتمع كالمؤسسات التربوية والسياسية والاقتصادية والتي تؤدي وظائف محددة تكمن في المحافظة على النسق العام للمجتمع وعليه فإن وسائل إعلام والاتصال عبارة عن بناءات تضمن التوازن والاستقرار الاجتماعي.^أ

يركز تحليل الوظيفي على الأدوار الخاصة التي تقوم بها وسائل الإعلام بالنسبة للفرد والمجتمع وذلك على أساس أن هذه الأدوار تجسد أهمية وسائل الإعلام لتحقيق التوازن والاستقرار تبعاً للنظرية البنائية الوظيفية^ب.

تفسر النظرية البنائية الوظيفية موضوع دراسة من خلال أنها إحدى المنظورات المفسرة للإعلام كنسق اجتماعي ضروري داخل البناء الاجتماعي، ويؤدي أدوار وظيفية تقوم على التساند الوظيفي بين مختلف الأنساق الاجتماعية، كما تعنى بدراسات الدور وعليه فإن الشبكات التواصل الاجتماعي تلعب دوراً محورياً في بناء المنظومة الفكرية كما يعتبر منشأ اجتماعياً وداعم للقيم والمعايير المجتمعية، وبذلك فإن محتوى مواقع اليوتيوب يمثل بديل وظيفياً للإعلام القديم ويساهم في عملية التكامل الوظيفي من خلال تعدد مجالات استخداماته وتوظيفه من قبل الطالبات .

2- نظرية الاستخدامات و الإشباعات:

تعتبر نظرية الاستخدامات و الإشباعات إحدى المداخل الوظيفية التي تنظر في العلاقة بين مضمون أجهزة الإعلام وجمهور بنظرة جديدة، حيث تركز على الوظائف الأساسية التي تقوم بها وسائل الإعلام من وجهة نظر الأفراد المستخدمين لها والمستهلكين لمحتواها^ج، وبصفة أساسية فإن هذا المدخل مؤداه الإجابة على سؤال أساسي وهو كيف ولماذا يستخدم الناس وسائل الإعلام؟.

وبعبارة أخرى ما هي الدوافع التي تجعل الناس يتعرضون لوسائل الإعلام؟

وما هي الإشباعات التي تتحقق لهم نتيجة هذا التعرض؟

ومن أبرز روادها " كاتز " الذي قدم نموذج يهتم بالبحث في جذور الاجتماعية والنفسية التي تولد حاجات وتوقعات معينة لدى الأفراد، والكثير من هذه الحالات لها علاقة بوسائل الاتصال وأخرى يمكن

^أ مختار حلولي، "إسهامات التيار الوظيفي في مقارنة الظاهرة الإعلامية والاتصالية"، مجلة المواقف، جامعة مصطفى اسطنبولي، معسكر، المجلد 14، العدد 01، الجزائر، مارس 2019، ص239-276.

^ب محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، ط3، مصر، 2004، ص274.

^ج نضال فلاح الضلعين وآخرون، نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري، دار الإحصار العلمي للنشر والتوزيع، الأردن، 2016، ص245.

الفصل الأول: الإطار النظري للدراسة

إشباعها بطرق أخرى، كما صنف " روبن" الدوافع إلى دوافع نفعية وأخرى طقوسية، كذلك صنف "ماكويل" الإشباعات إلى معلومات تحديد الهوية ثم التكامل والتفاعل مع الآخرين وأخيرا الترفيه والتسلية.

تنطلق نظرية الاستخدامات و الإشباعات من فروض جوهرية هي:

- إن أعضاء جمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلي توقعاتهم.
- يعتبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يتركها أعضاء الجمهور ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية وعوامل التفاعل الاجتماعي، وتنوع الحاجات باختلاف الأفراد.
- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الوسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته، الأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال وليست وسائل الاتصال من تستخدمهم.
- يستطيع الأفراد دائما تحديد حاجاتهم ودوافعهم، وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجاتⁱⁱ.
- يمكن الاستدلال المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال محتوى الرسائل فقط.

عليه فإن نظرية الاستخدامات والإشباعات تقترض الجمهور النشط والإيجابي في انتقاء الوسيلة الإعلامية والمدرک مسبقا للحاجات التي سوف تشبعها، لذلك فهو لم يعد مجرد متلقي خاصة مع وسائل التواصل الاجتماعي التي تتسم بالتنوع والثراء في المحتوى وبذلك تعطي مجال أوسع للجمهور في اختيار الموقع والمحتوى، كما ساهم التطور التقني الذي تعتمده وسائل التواصل الاجتماعي في فتح المجال أمام الجمهور بالتفاعل مع المحتوى بالقبول أو الرفض وغيرها.

تهدف الى تفسير استخدام الجمهور لوسائل الاتصال المختلفة لإشباع احتياجاتهم وذلك بافتراض انه جمهور نشيط يختار الوسيلة المناسبة التي تشجع حاجاته ودوافعهⁱⁱⁱ.

- تفسير دوافع التعرض وسيلة معينة من وسائل الاتصال والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.
- التأكيد على نتائج الاستخدام وسائل الاتصال بهدف الفهم الأعمق لعملية الاتصال الجماهيري.

كما تبرز نظرية الاستخدامات والإشباعات دور الأصول الاجتماعية لاستخدام وسائل الاتصال من خلال تعامل أفراد الجمهور مع هذه الوسائل دون انعزالية عن واقعهم الاجتماعي، وإنما باعتبارهم أعضاء

ⁱ سعيد سليمان المشهاني، مواقع التواصل الاجتماعي وخصائص البيئة الإعلامية الجديدة، دار مجد للنشر والتوزيع، الأردن، 2020، ص30.

ⁱⁱ حسن عماد مكاي، نظريات الإعلام، مركز البحوث والرأي العام، مصر، 2007، ص365.

ⁱⁱⁱ عبد الرزاق الدليمي، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، دار اليازوردي العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2016، ص254.

الفصل الأول: الإطار النظري للدراسة

في جماعات اجتماعية منظمة، وبذلك فالعوامل الديموغرافية والاجتماعية مثل: النوع، السن، المهنة، المستوى التعليمي، المستوى الاقتصادي لها تأثير في استخدام أفراد الجمهور وسائل الاتصال وبذلك تنفي وجود مفهوم الجمهور الحشد.

كما تقسم دوافع التعرض لوسائل الاتصال:

• دوافع نفعية: تستهدف التعرف على الذات واكتساب المعرفة ومراقبة البيئة باعتبار أن وسائل الاعلام تطلعنا على معلومات لا يمكن الوصول إليها، خاصة مع ظهور الفضائيات ووسائل التواصل الاجتماعي¹.

• دوافع طقوسية: وتشبع رغبات الفرد في تضيئة الوقت والاسترخاء والآلفة مع الوسيلة والهروب من المشكلات.

اهتمت كذلك نظرية الاستخدامات والإشباعات بأنواع الإشباعات وتم تقسيمها حسب الإشباعات المحتوى إلى نوعين هما:

- إشباعات توجيهية مرتبطة بكثرة التعرض والاهتمام بالوسائل والاعتماد عليها في الحصول على المعلومات.

- إشباعات اجتماعية: ويقصد بها ربط المعلومات المتحرر عليها بشبكة علاقاته الاجتماعية لتحقيق الاتصال بينهم وبين الآخرين من خلال تحقيق إشباعات كإيجاد موضوعات للحديث مع الآخرين².

لقد فسرت نظرية الاستخدامات الإشباعات موضوع استخدامات الطالبات لمحتوى موقع اليوتيوب من خلال افتراضها الجمهور النشط والإيجابي الذي يختار الوسيلة المناسبة التي تلبي توقعاته وتحقق إشباعاته والمضمون الإعلامي الذي يلبي حاجاته، وهذا ما ينطبق على الموضوع محل الدراسة حيث تمثل الطالبة الجامعية هذا الجمهور النشط في انتقال الوسيلة الإعلامية والتي تمثل اليوتيوب كوريث شرعي للتلفزيون والمدرك مسبقا لمجالات استخدامه وهذا مرده لثراء محتواه وتنوعه.

3- نظرية الاعتماد بين الجمهور ووسائل الإعلام:

¹ عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2008، ص306.

² المرجع نفسه، ص312.

الفصل الأول: الإطار النظري للدراسة

ظهر مفهوم الاعتماد على وسائل الإعلام سنة 1976 من قبل الباحثين "دي فلور وساندرا باولروكيش" مؤلفا كتاب نظريات وسائل الإعلام ومؤسسا نظرية الاعتماد المتبادل بين الجمهور ووسائل الإعلام، فأخذوا بمنهج النظام الاجتماعي العريض بتحليل تأثير وسائل الإعلام حيث اقترحا اندماجا بين الجمهور و وسائل الإعلام والنظام الاجتماعي وهو ما يمثل الركيزة الأساسية لهذه النظرية القائمة على علاقة ثلاثية تبادلية عناصرها: وسائل الإعلام، الجمهور، المجتمع، فالمجتمع ينشأ النظام الإعلامي القومي ويقوم الأخير بدوره في تطوير المجتمع او تغييره، ومع اختلاف إحداها تختلف الأخرى فهي علاقة متحركة ونشيطة وليست ساكنة، حيث أنه داخل كل من هذه الوحدات توجد عوامل تزيد أو تنقص من درجة الاعتماد على وسائل الإعلام، عندما يحدث التغيير الاجتماعي المضطرب تكون هناك درجة عالية من الغموض لدى الجمهور لما يدور حولهم وفي مثل هذه الحالة تبرز الحاجة إلى المعلومات وبالتالي ترتفع درجة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام.^أ

الفكرة الأساسية لهذه النظرية هي أن قدرة وسائل الاتصال على تحقيق أكبر قدر من التأثير المعرفي والعاطفي والسلوكي سوف يزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظائف نقل المعلومات بشكل متميز ومكثف، وهذا الاحتمال سوف تزيد قوته في حالة وجود عدم استقرار بنائي في المجتمع بسبب الصراع والتغيير، كما يمكن أن يصبح تأثيرا مرتدا بتغيير كل من المجتمع ووسائل الاتصال وهو المعنى الحقيقي للعلاقة التبادلية الثلاثية.

لقد لخص أنصار هذا الاتجاه فرضياته فيما يلي:

- يتراوح تأثير وسائل الإعلام بين القوة والضعف تبعا للظروف المحيطة والخبرات السابقة فكلما زادت التغييرات والأزمات زادت حاجة المجتمع للمعلومات.
- نظام وسائل الإعلام جزء من النسق الاجتماعي للمجتمع ولهذا النظام علاقة بالأفراد والجماعات والنظم الاجتماعية الأخرى.
- استخدام وسائل الإعلام لا يحدث بمعزل عن تأثيرات النظام الاجتماعي الذي يكون فيه الجمهور ووسائل الاتصال.
- استخدام الجمهور لوسائل الإعلام وتفاعله معها يتأثران بما يتعلمه الفرد من المجتمع و يتأثر الفرد بما يحدث نتيجة تعرضه لوسائل الاتصال.^ب

^أ كنعان علي عبد الفتاح، نظريات الاتصال والإعلام الحديثة، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص 239.

^ب كافي مصطفى يوسف، الرأي العام ونظريات الاتصال، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص ص 225-226.

الفصل الأول: الإطار النظري للدراسة

وتم رصد مجموعة من الآثار من قبل ساندرابول وملفين دليفر والتي نتجت عن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام من خلال ثلاث فئات رئيسية هي:

أ: التأثيرات المعرفية: يشير هذا المفهوم الى التأثيرات العقلية وتتمثل خاصة في:

- كشف وإزالة الغموض: وهو ناتج عن نقص معلومات في حدث معين يترتب عليه عدم معرفة التفسير الصحيح للحدث من قبل الجمهور وتكشف وسائل الإعلام الغموض من خلال تقديم التفسير الواضح للحدث أو زيادة المعلومات في حادثه معينه.

- تكوين وتشكيل الاتجاهات: حيث تكون وسائل الإعلام الاتجاه لدى الجمهور نحو قضايا مهمة مع عدم إغفال دور الانتقائي للفرد في تكوين الاتجاه لديه.

- وضع وترتيب الأولويات: حيث أن وسائل الإعلام تبرز قضايا وتقوم في الوقت نفسه بإخفاء قضايا، ما يشكل أهمية لدى الجمهور من جراء تسليط الضوء على الإعلام في قضية دون أخرى.

- توسيع الاهتمامات: وذلك أن تقوم وسائل الإعلام بتعليم الجمهور اشياء ومعارف يدركونها من قبل، ما يشكل لهم اهمية، وذلك مثل الحرية في التعبير، والمساواة...الخ.

ب- التأثيرات الوجدانية (العاطفية): هي مشاعر الحب والكرهية... ويقصد بالتأثيرات العاطفية، المشاعر والعواطف التي يكونها الإنسان تجاه ما يحيط به ويظهر ذلك عندما تقدم معلومات معينة خلال وسائل

الإعلام، تؤثر على مشاعر الأفراد وبالتالي في الاتجاه الذي تستهدفه الرسائل الإعلامية ومن أمثلتها:

- الانخفاض العاطفي: هو كثرة التعرض لوسائل الإعلام الذي يؤدي بالفرد إلى الشعور بالفتور العاطفي وعدم الرغبة بمساعدة الآخرين وهذا نتيجة تعرض لمشاهد العنف التي تصيب الفرد بالتبدل.

- القلق والخوف: التعرض لمشاهد العنف يصيب الفرد المتلقي بالخوف والرعب من الوقوع في هذه الأعمال.

- الدعم المعنوي: هو أن وسائل الإعلام عندما تقوم بأدوار الاتصال الرئيسية ترفع الروح المعنوية لدى الجمهور نتيجة الإحساس بالتوحد والاندماج بالمجتمع.

ج- التأثيرات السلوكية:

تعتبر الآثار الذي يشغل اهتمام العديد من الناس' فالتغيرات الخاصة بالمعتقدات والمشاعر خط أخطر في بعض المجتمعات يصعب اختراقها وسلوك يحدث نتيجة لحدوث التأثيرات المعرفية والعاطفية وقد حصر كل من ديلفير وروكيتش أهمها في:

الفصل الأول: الإطار النظري للدراسة

-التثقيط: ويعني قيام الفرد بنشاط ما نتيجة التعرض للوسيلة الإعلامية وهذا هو المنتج النهائي لربط الآثار المعرفية بالوجدانية مثل اتخاذ مواقف جديدة مؤيدة أو معارضة.

-الخمول: يعني العزوف عن العمل وعدم قيام الفرد بما هو مطلوب نتيجة التغطية المبالغ فيها مما يسبب الملل^أ.

ومنه فنظرية الاعتماد بين الجمهور ووسائل الإعلام تفسر مجالات استخدام الطالبات الجامعيات لمحتوى موقع اليوتيوب من حيث أن الطالبات الجامعيات تقبلن على تصفح موقع اليوتيوب باعتبارها وسيلة إعلامية اتصالية ذات تأثير كبير، يزداد قوة من خلال استخدامهن لمحتوى هذه الوسيلة المتضمنة مجالات مختلفة ومتنوعة تعتمد عليها في معرفة أخبار ومعلومات عن ما يحيط بهن هذا من جهة، ومن جهة أخرى أكدت هذه النظرية أن تعرض الطالبات الجامعيات- عينة الدراسة- إلى محتوى موقع اليوتيوب واستخدامهن لها كوسيلة إشباع حاجاتهن المختلفة تساهم في إزالة الغموض عن فكرة تحتاجها هذه الطالبات، وتساهم في تشكيل مواقفهن نحو القضايا المجتمعية المختلفة وتثقيط سلوكهن إزاء مواقف حدثت، وإبداء رأيهن حولها مزودة إياهن بمعارف متنوعة لم يكن يدركنها من قبل يكون لها تأثير واضح إما ايجابيا أو سلبيا. جاعلة إياهن يندمجن في المجتمع بطريقة ما، وبالتالي فإن قدرة اليوتيوب على تحقيق قدر أكبر من التأثير المعرفي والعاطفي والسلوكي سوف يزداد عندما تقوم هذه الوسيلة بوظائف نقل المعلومات بشكل متميز ومكثف تتجلى معالمها أكثر في قوة التفاعل من طرف الطالبات أي ردة الفعل تكون حسب درجة تأثيرها من محتوى مواقع اليوتيوب.

4-نظرية الحتمية التكنولوجية (التفسير التكنو اتصالي للتاريخ):

رائد هذه النظرية هو المفكر (مارشال ماكلوهان) الذي تناول عرض أفكار نظريته عام 1962 في كتابه (مجرة جوتنبرغ- نشوء الإنسان الطباعي) والتي تعد من أكثر النظريات الإعلامية المادية انتشارا حيث تناولت واهتمت بدور وسائل الاتصال واختراعاتها التكنولوجية وتأثيراتها على شعور وتفكير وسلوك الأفراد وعلى التطور التاريخي للمجتمعات فالموضوعات والجمهور يؤثران على ما تقوله تلك الوسائل وتطور هذه الأخيرة وعملياتها الاتصالية مرتبط بحياة الناس وبأنماط حضارتهم على اختلاف وتباين أجيالها^أ.

^أ محمد الأمين أحمد عبد مزوك الجنابي، مواقع التواصل الاجتماعي والحراك الشعبي "الاعتماد المتداول"، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والاقتصادية، برلين، ألمانيا، 2020، ص ص 48-49.

^أ منال هلال المزاهرة، تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2014، ص75.

الفصل الأول: الإطار النظري للدراسة

حسب ماكلوهان فإنه يرى أن مضمون وسائل الإعلام لا يمكن النظر إليه مستقلا عن تكنولوجيا الوسائل الإعلامية نفسها، فطبيعة الوسائل الإعلامية التي يتصل بها الإنسان تشكلها المجتمعات أكثر مما يشكلها مضمون الاتصال، لذلك يفترض في نظريته أن تكنولوجيا الاتصال تكبل حرية الإنسان الذي أصبح تابعا لها وأنها التي تشكل مدركاته وتؤثر في اتجاهاته، والمحددة لكيفية تلقيه المضمون الإعلامي فالتحول في تكنولوجيا الإعلام والاتصال يؤدي إلى تحول في التنظيم الاجتماعي وهذا ما استدعى حسب هذا الاتجاه النظري ضرورة الربط بين الرسالة والوسيلة الإعلامية، والتأكيد على أهمية الوسيلة في تحديد نوعية الاتصال وتأثيره. حيث يرى ماكلوهان: "أن الوسيلة هي الرسالة" كما أكد على انه لا بد من إتباع أسلوبين للنظر إلى وسائل الإعلام والاتصال وذلك من حيث أنها وسائل نشر المعلومات والترفيه والتعليم، أي اهتمام أكثر بمضمونها وطريقة استخدامها، وأيضا على أنها جزء من سلسلة التطور التكنولوجي فيتم الاهتمام بتأثيرها بصرف النظر عن مضمونها.

تعتمد نظرية الحتمية التكنولوجية على ثلاث فرضيات أساسية وضعها ماكلوهان وهارولد إنديس وهي:

- الافتراض الأول (وسائل الاتصال هي امتداد للحواس):

يبين ماكلوهان أن وسائل الإعلام والاتصال الذي يستخدمها المجتمع ستجدد طبيعة وكيف يعالج مشاكله فأية وسيلة هي امتداد للإنسان، وتشكل ظروفًا تؤثر على الطريقة التي يفكر بها ويعمل وفقا لها فكاميرا التلفزيون تمد العين، والميكروفون للأذان فلا يمكن فهم الرسالة الإعلامية إن لم تكن الوسيلة التي تبت عبرها هذه الرسالة واضحة ومتطورة.

يرى ماكلوهان أن كل حقبة زمنية كبرى في التاريخ تستمد شخصيتها المميزة من الوسيلة الإعلامية المتاحة آنذاك على نطاق واسع، قسم تطوير الاتصال إلى أربع مراحل تعكس التاريخ الإنساني وهي:

- المرحلة الشفوية (طفولة البشرية): وهي مرحلة ما قبل الحضارة والتعلم أي عصر المجتمع القبلي الذي كان يعتمد على الاتصال الشفهي واستغرقت معظم التاريخ البشري.

-مرحلة الكتابة (عهد الشباب الأول للبشرية): والتي ظهرت في اليونان القديمة واستمرت ألفي عام تم فيها الانتقال إلى التدوين.

-مرحلة عصر الطباعة(عهد الشباب الثاني للبشرية): والتي بدأت باختراع غوتنبرغ بالحروف الطبيعية المعدنية المتحركة من 1500 إلى 1900 تقريبا.

^أ فضيل دليو، التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص60.

الفصل الأول: الإطار النظري للدراسة

-مرحلة وسائل الإعلام الالكترونية (عهد الشباب الثالث): وهي الفترة التي بدأت بظهور التقنيات الإلكترونية وبالذات مع ظهور التلفزيون إلى وقتنا الحاضر^أ.

-**الافتراض الثاني هو الوسيلة هي الرسالة:**

بمعنى أن طبيعة كل وسيلة وليس مضمونها هو الأساس في تشكيل المجتمعات، على أساس ان لكل وسيلة جمهورها الخاص الذي يتكيف مع ما تعرضه الوسيلة وخصائصها وطبيعة وسائل الإعلام مستخدمة في كل مرحلة تساعد على تشكيل المجتمع أكثر مما يساعد مضمون تلك الوسائل على هذا التشكيل.

يؤكد ماكلوهان أن الوسيلة الإعلامية التي يستعملها المرسل أثناء التمرير أو بث رسالته لجمهور ما لها تأثير كبير على هذه الرسالة والكيفية التي يفهم بها المستقبل هذه الرسالة، وعليه يرى أن تطور التكنولوجيا يجب أن يحظى بالدراسة كعامل خارجي أساسي في بناء وتطور المجتمع، وأن الطريق التي تستخدم بها هذه الوسائل التكنولوجية هي التي تحدد رداءتها من مدى فائدتها.

-**الافتراض الثالث ويتمثل في تقسيم وسائل الاتصال إلى وسائل ساخنة ووسائل باردة:**

والمقصود بالوسائل الباردة تلك التي تتطلب من المستقبل جهداً إيجابياً في المشاركة والمعاشة والاندماج فيها كالتلفون والتلفزيون، أما الوسائل الساخنة فهي تلك الوسائل الجاهزة المحددة نهائياً فلا تحتاج من المشاهد إلا جهداً بيئياً أو مشاركته أو معاشة كالإذاعة والسينما فالوسيلة الساخنة تقدم لجمهورها رسالة أو منتجاً لا يحتاج فيها المستقبل إلى جهد حتى يفهم ويستوعب الرسالة والوسيلة الباردة فهي التي تحتاج من جمهورها إلى قدر كبير من الخيال^أ.

لقد فسرت نظرية الحتمية التكنولوجية مجالات استخدام الطالبات الجامعيات لمحتوى موقع اليوتيوب من منطلق أن الطالبات الجامعيات يقبلن على قناة اليوتيوب كوسيلة إعلامية اتصالية وتصفح محتواها من باب أن هذه الوسيلة برزت حديثاً في عالم وسائل الإعلام والاتصال ولها أهمية كبيرة في نقل وتمرير وبث رسالتهن وإيصالها إلى الطرف الآخر، كما أنها من أكثر الوسائل الاتصالية سيطرة في الوقت الحالي وهو ما يجعلها ذات تأثير كبير في كيفية التفكير وتفاعل عينة الدراسة ومحل جذب لها لكثرة مستعملها بغض النظر على ما تحتويه من مضامين.

5-**نظرية النوع الاجتماعي:**

^أ محمد محفوظ، تكنولوجيا الاتصال (دراسة الأبعاد النظرية والعلمية لتكنولوجيا الاتصال)، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2005، ص 47.

^ب منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2012، ص 371-372.

الفصل الأول: الإطار النظري للدراسة

لقد أفسح علم الاجتماع للمرأة مجالاً لعلم اجتماع النوع، فعلى المستوى الأول انعكس هذا التغيير في النمو التراتبي حول الرجل والذكورة، وعلى الرغم من اهتمام علماء الاجتماع بالرجل لسنوات طويلة، فإن التراث الحديث كان يركز على الرجل من خلال الاهتمام بالنوع بدلاً من الاهتمام به من الناحية الجنسية، وقد صاحب هذا التطور بدوره الاعتراف بأن النوع ذاته ذو "طبيعة تبادلية" أي أن فهم طبيعة المرأة يتطلب جذب الانتباه إلى فهم طبيعة الرجل^أ.

والجنس باعتبارها مصطلح انجليزي ويعني به النوع الاجتماعي أو الجنوسة أو النوع الثقافي مقابل التنوع البيولوجي، ويعتقد أنه استخدم أول مرة من قبل الباحثة " أن اوكلي" في سبعينات القرن الماضي والتي تعني التمييز الثقافي والاجتماعي بين الجنسين، وبعد هذه المرحلة التوليدية للمفهوم أخذت العلوم المتعددة في تبني المفهوم وتحليله وفق مقاربات مختلفة، ففي علم الاجتماع يعتبر الجنس نسق اجتماعي يحمل اشتراطات سوسولوجية.

حيث يقوم علم الاجتماع بدراسة الجنس وفق مقاربات سوسيوجنسية وباعتبار الجنس مفهوم اجتماعي فهو ظاهرة انثروبولوجية بامتياز حيث يركز على معرفة مفهوم الذكورة والأنوثة وتمظهراتها في العملية الثقافية، حيث قدم العديد من الباحثين دراسات ساهمت في تفكيك المفهوم أهمها دراسة " مارغريت ميد" في "جزر التروبريان" ودراسة «كلود ليفي شتراوس» في البرازيل وباكستان كما استخدمت الأدبية الفرنسية "سيمون دي بوفوار" في كتابها الجنس الآخر.

كما تبني نظرية النوع الاجتماعي ومنها نظرية التنشئة الاجتماعية التي تتضمنها كمصار لها على عدة أسس تفسر الاختلافات الحاصلة بين النوع الاجتماعي أهمها:

- **الأسرة والتنوع:** من المهم فهم الكيفية التي يتعلم بها الأطفال بأن يكون بناتا أو صبيان وكذا الكيفية التي يتحدد بها السلوك الذكوري والأنثوي وكذلك الكيفية التي يتم بمقتضاها ممارسة الأنشطة التي تلائم النوع الاجتماعي حسب ترسيمات مجتمعية.^أ
- **المدرسة والنوع:** تعمل المدرسة على تلقين مفاهيم والقيم ذات الصلة بعلاقات النوع الاجتماعي عن طريق مناهجها وخطابها الذي يقسم الأدوار والقيام بين الذكور والإناث كما تضع قواعد معينة وبذلك تعمل على إعادة إنتاج التمايز النوعي.

^أ إيمي إس. وارتنون، علم اجتماع النوع، مقدمة في النظرية والبحث، ترجمة هاني خميس أحمد عبده، المركز القومي للترجمة، القاهرة، 2014، ص19.

^أ رشيد لبيص، النوع الاجتماعي: مفهومه، نظرياته، وتمثلاته، 4 سبتمبر 2013، متاح على الموقع <https://m.ahewar.org> بتاريخ 2022.05.05.

الفصل الأول: الإطار النظري للدراسة

• الإعلام والنوع: باعتبار الإعلام منشأ اجتماعي فإن له الدور الحاسم في توجيه الأفراد نحو التمايزات النوعية عن طريق نشر المضامين الإعلامية التي تؤمن بها وتروج لها فلسفة المؤسسة الإعلامية بتأطير مضامين تناسب المرأة وآخر الرجل.

كما تدعم النصوص الإعلامية التي تعرض في الدراما التلفزيونية الأدوار التقليدية للنوع وتطرح التحديات التي تواجهها في القيام بهذه الأدوار وهذا من انسحب على الأفكار والرؤى المعروضة على الانترنت تقديمها وعرضها.

غير أن هذه الأفكار تطورت محاولة تأنيث العرض بحيث يقدم رؤية جديدة لدور المرأة مغايرة عن النظرة التقليدية المركزة على مفاهيم النوع الاجتماعي، وبذلك يحاولون كسر التابوه المحافظ للفكر الذكوري والأنثوي السائد في المجتمع.

كما طورت النظرية النسوية والتي تعتبر من أهم أنواع نظرية النوع الاجتماعي مدخل نظري أطلق عليه " نموذج النوع" لتفسير الاختلاف في الأدوار بين المرأة والرجل داخل المجتمع والذي مرده إلى الثقافة السائدة وليس من خلال الخصائص البيولوجية، فأصحاب هذه النظرية يرون أن العلاقات الاجتماعية مبنية على سيطرة الرجل وتقوم على أساس التقسيم النوعي اللاتطبيقي، الأمر الذي يؤدي إلى رؤية المجتمع الحديث من منظور أبوي قديم عبر التنشئة الاجتماعية التي تبنى على أساس يدعم التباين النوعي للأدوار وبذلك كان على المرأة المكافحة لإنشاء نظام اجتماعي مبني على المساواة.

مما سبق نجد أن نظرية النوع الاجتماعي تتأسس على الفروقات الاجتماعية التي تتمظهر في الواقع الاجتماعي بوضع ترسيمات حول المكانة، الدور، الممارسة وغيرها من المفاهيم، ومن خلالها تتحدث فروقات ثقافية خاصة بالنوع الاجتماعي. وعليه فإن مجالات استخدام الطالبة الجامعية لمحتوى موقع اليوتيوب له بعد ثقافي اجتماعي يتأسس عن طريق التنشئة الاجتماعية التي تميز بين النوع الاجتماعي في استخدامات وسائل الإعلام ومضامينها، ويدعم هذه الرؤية من خلال قطاعات مجتمعية أهمها القطاع الإعلامي عامة والإعلام الرقمي خاصة.

^أ هند فؤاد، النوع الاجتماعي في الوسائل الإعلامية، المجلة الاجتماعية القومية، المجلد 54، العدد 1، مصر، جانفي 2017، ص 139-148.
^ب جامع فاطمة الزهراء، العنف لدى الشباب وعلاقته بالنوع الاجتماعي، مجلة دراسات في علوم الإنسان والمجتمع، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، المجلد 3، العدد4، الجزائر، ديسمبر 2020، ص ص 14-28.

الفصل الثاني: مدخل إلى مواقع اليوتيوب

تمهيد

أولاً: نشأة وتطور مواقع اليوتيوب

ثانياً: خصائص مواقع اليوتيوب

ثالثاً: محتوى مواقع اليوتيوب

رابعاً: وظائف مواقع اليوتيوب

خامساً: الانعكاسات الاجتماعية لمواقع اليوتيوب

خلاصة

تمهيد:

شكل ظهور الأنترنت حدثا عالميا فارقا أسهم في إحداث تحولات جذرية غيرت أوجه الحياة المجتمعية على جميع الأصعدة، أثمرت هذه التطورات التكنولوجية بروز الشبكات الاجتماعية كشكل جديد من أشكال التواصل الذي اتسم بالبعد الافتراضي، ومن أبرز هذه المواقع موقع "اليوتيوب" الذي شهد إقبالا واسعا من طرف الجمهور، لهذا سنتطرق في هذا الفصل إلى موقع اليوتيوب من حيث النشأة والتطور وأهم الخصائص والوظائف التي سيستفيد منها المستخدمين أو الرواد، وخصائص شبكات التواصل الاجتماعي وانعكاساتها الاجتماعية.

أولاً: نشأة وتطور مواقع اليوتيوب:

1-1 - نشأة الشبكات الاجتماعية:

يعد اليوتيوب من أبرز مواقع التواصل الاجتماعي، الذي استطاع بفعل خصائص التوقع ضمن جملة الشبكات الاجتماعية، والتي ارتبط ظهورها وسرعة انتشارها بتطور الشبكة العنكبوتية وانتقالها من الجيل الأول للويب (Web1) إلى الجيل الثاني للويب (Web2).

ويمكن وصف الجيل الأول للويب بالمرحلة التأسيسية للشبكات الاجتماعية ومن أبرز الشبكات التي ظهرت موقع Six degrees.com، كذلك موقع Classmates.com، الذي ظهر منتصف التسعينات، وكان الغرض منه الربط بين زملاء الدراسة.

- في حين شهدت المرحلة الثانية أو الموجة الثانية للويب (Web2) تطوراً بالنسبة لخدمات الشبكة وتعتبر مرحلة اكتمالها، ويمكن التأريخ لهذه المرحلة بانطلاق موقع Myspace وموقع Facebook. - وقد تم الاستفادة من الجيل الثاني للويب لتعرف المواقع الاجتماعية نموذج جديد من الاستخدامات الحديثة أبرزها:

- المشاركة: يقوم المستفيد ببناء خدمات الجيل الثاني من الويب وليس صاحب الموقع حيث يقدم صاحب الموقع النظام كخدمة أو كفكرة قائمة أساساً على تفاعل المستفيدين بالمشاركة في هذه الخدمة، مثال موقع فليكر المبني على الصور الشخصية للمستفيدين، موسوعة ويكيبيديا مبنية على جهود مئات الآلاف من الأفراد المشاركين يومياً للمعلومة.

- ومن الملامح الرئيسية المميزة لخدمات الجيل الثاني:

✓ القدرة على تشكيل الروابط والعلاقات من خلال التفاعل من المحتوى والانضمام إلى مجموعات ذات الاهتمام المشترك.

✓ التنوع في نشر المحتوى بطرق مختلفة ومتنوعة من خلال الصور، الفيديو، المدونات.

^أ جبريل بن حسين الحريشي، سلمى بينت عبد الرحمان محمد الدوسري، الشبكات الاجتماعية والقيم، الدار المنهجية للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص 24.

^ب رحاب فايز أحمد، أحمد فايز أحمد، "الجيل الثاني من الويب وأدواته (دراسة مقارنة)"، دورية العلوم الانسانية، كلية الآداب جامعة بني سويف، المجلد الثاني، العدد 14، مصر، أبريل 2009، ص 1-76.

من 1979 إلى 2001 بدأت هذه الأدوات الاجتماعية تتزايد بشكل متعدد وتركيبات متنوعة فيما يتعلق بالصفحات الشخصية، مع التوضيح العلني لقائمة الأصدقاء من خلال "لايف جورنال" « live journal » حيث استطاع الأفراد تعيين البعض كأصدقاء لأجل متابعة مجالاتهم وتسيير المحيط الخاص. بعدها وتحديداً في 1999 ظهر العالم الافتراضي (cywood) والذي جسد ملامح مواقع الشبكات الاجتماعية، عام 2001 ظهر موقع (Ryze)، ثم «Friendter» في 2002 كتكملة اجتماعية لموقع (Ryze) وقد صمم لمساعدة أصدقاء الأصدقاء معتمداً في ذلك على فرضية أن صديق الصديق قد يكون رفيق أحسن من الغرباء.¹

في 2003 انطلق "ماي سبايس" «Myspace» للترويج للفرق الموسيقية، وقد بدأ المراهقين بالانضمام إلى الموقع للقاء فرقهم سنة 2004². توالى بعد ذلك مواقع الشبكات الاجتماعية في الظهور كالتويتر، الفيس بوك الذي قام في 2007 بإتاحة تكوين التطبيقات للمطورين وهذا ما أدى إلى زيادة أعداد مستخدميه، لتستمر بذلك ظاهرة مواقع الشبكات الاجتماعية في التنوع والتطور. توجد مجموعة كبيرة من شبكات التواصل الاجتماعي التي تحظى بشعبية عالمية دون غيرها، حيث لفتت أنظار الكثير من الفئات المجتمعية، ومن أبرز هذه المواقع موقع اليوتيوب، الفيسبوك، تويتر، وغيرها.

1-2- نشأة موقع اليوتيوب:

استطاع اليوتيوب بفترة وجيزة الحصول على مكانة متقدمة ضمن مجموعة هامة من مواقع التواصل الاجتماعي بفعل تفرده بخصائص ومميزات مكنته من البقاء في مسار منافسة قوية. حيث تأسس موقع "اليوتيوب" كموقع مستقل في 2005 وقد تم إطلاق نسخة تجريبية منه في "ماي" وفي شهر "نوفمبر" من نفس السنة تم إطلاق النسخة الأصلية أو الرسمية منه. حيث تأسس على يد ثلاثة موظفين سابقين في شركة "باي بال" « Pay Pal » وهم "تشاد هرلي" « chad Harley » و "ستيف تشين" « Steve chen » و "جادو كريم" « Jawed Karim » في مدينة "سان برونو" في ولاية كاليفورنيا في الولايات المتحدة الأمريكية، وقد جاءت فكرة تأسيس موقع اليوتيوب نتيجة لصعوبة نشر الصور الملتقطة في احتفال حضره كل من هارلي وستيف³.

¹ أنصونية عبدش، الشبكات الاجتماعية على الأنترنت "رؤية استيمولوجية"، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، العدد 20، الجزائر، ديسمبر 2016، ص 96-110.

² ميمي محمد عبد المنعم توفيق، شبكات التواصل الاجتماعي (النشأة والتأثير)، مجلة كلية التربية، جامعة عين شمس، العدد 24، الجزء الثاني، مصر، 2018، ص 193-237.

³ علي خليل شقرة، الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2014، ص 90.

في 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 مدعومة بتقنية HTML5 والتي تسمح بتشغيل الفيديو دون الحاجة إلى Player a dobe Flash^أ. كما تستمر منصة "اليوتيوب" بتقديم خدمات مبتكرة مثل توفير استديوهات متخصصة بتصوير المحتوى ورفعها إلى الأنترنت، وخدمات مشاهدة العروض المجسمة (ثلاثية الأبعاد 3D) وغيرها.

1 - 3 - مؤشرات إحصائية حول موقع اليوتيوب:

- تذكر موسوعة (ويكيبيديا) أن أول فيديو وضع على اليوتيوب كان من طرف (جادو كريم) يحمل عنوان (أن في حديقة الحيوان Meat the Zoo) في 23 أبريل 2005.
- وقد أعلنت شركة "جوجل" مالكة موقع اليوتيوب أن مستخدمي الموقع يحملون ما مقداره خمسة وثلاثون ساعة فيديو كل دقيقة، أما في أوت 2006 فقد ذكرت (ألول ستريت جورنال) بأن الموقع يستضيف (6.1) مليون فيلم سبعة (600) بترابايت.
- أما في 2007 فقد استهلك الموقع قدراً من حجم تدفق البيانات مماثل لاستهلاك العالم لجميع مواقع الأنترنت في عام 2000، هذا ويتم رفع 13 ساعة تقريبا من الأفلام في كل دقيقة.
- في شهر جانفي 2008 شاهد 79 مليون مستخدم أكثر من 3 مليارات فيلم أما في شهر جويلية من نفس السنة صرح المسؤولون عن الموقع بأن عدد المشاهدات من قبل الزوار يصل إلى 100 مليون يوميا.
- كما بلغ عدد زوار الموقع 201 ثمانمائة مليون زائر شاهدوا تسعين مليار مشاهدة وتم تحميل ستين ساعة فيديو كل دقيقة أي ما يعادل ثماني سنوات من العرض المستمر حمل يوميا، وفي عام 2012 بلغ عدد الساعات المحملة على اليوتيوب كل دقيقة 72 ساعة.
- كما بلغ عدد ساعات المشاهدة على الهواتف الجواله 600 مليون مشاهدة، إضافة إلى أربع مليارات مقطع يشاهد يوميا وثلاث مليارات ساعة شهريا.^أ

^أ ربهام عاصم غنيم، "اليوتيوب في الاستشهاد المرجعي بالإنتاج العلمي الأكاديمي"، المجلة الدولية لعلوم المكتبات والمعلومات، الجمعية المصرية للمكتبات والمعلومات والأرشيف، المجلد 2، العدد 3، مصر، سبتمبر 2015، ص 63.

^أ علي خليل شقرة، مرجع سابق، ص 92.

أما فيما يخص الجزائر فقد أوضح التقرير الخاص بالمواقع الإلكترونية الأكثر استخداما في الجزائر في ديسمبر 2020 والذي يستند على إحصائيات "الكسا" «Alexa» التي بينت تصدر موقع البحث google من قبل الجزائريين ثم oued Kniss في حين حل في المرتبة الرابعة Face book أما موقع Google.dz فحل في المرتبة الخامسة.^أ

كما وضح موقع "داتاريورتال" أن نسبة ولوج الأنترنت في الجزائر بلغت 59.6% خلال جانفي 2021 من مجموع سكان يبلغ 44.23 مليون نسمة، كما أكدت على تسجيل حوالي 3 مليون مستخدم جديد لمواقع التواصل الاجتماعي أي بزيادة 13.6% خلال سنة واحدة.^ب

ثانيا- خصائص مواقع اليوتيوب:

1-1 - خصائص الشبكات الاجتماعية:

أحدثت التطورات التكنولوجية نقلة نوعية وثورة في مجال الإعلام الجديد أسهمت في ظهور الشبكات الاجتماعية كبديل للإعلام القديم. تميز هذا الإعلام الجديد بجملة من الخصائص مهدت لعولمة الشبكات الاجتماعية.

- **اللامركزية:** مكنت شبكات التواصل الاجتماعي من إلغاء المركزية المعلوماتية وبروز طريقة تواصلية جديدة ومسار مغاير لنشر المعلومة والتي تبدأ من الأسفل إلى الأعلى، كما أعطت الحرية للمستخدم في نشر المحتوى والمادة الإعلامية وهذا ما أدى إلى ظهور الفائض المعرفي.^ج

كما ساهمت هذه الخاصية في إلغاء السلطة والاحتكار الذي تفرضه بعض المؤسسات الإعلامية الرسمية على المعلومة، كما ظهر ما يسمى بصحافة المواطن الذي ألغى بدوره شرط التخصص في النشر.

- **التفاعلية:** تعطي هذه الخاصية الاستقلالية للمستخدم بحيث يكون قارئ، مرسل ومشارك، فهي تلغي السلبية التي ميزت الإعلام القديم والتي قيدت تفاعلات المستخدم المتلقي، وبفعل التطور التقني الذي أعطى خصائص لهذه المواقع بحيث انتقل المستخدم إلى متفاعل إيجابي.

- **الشمولية:** حيث تلغي الحواجز الجغرافية والمكانية، كما تلغي الحدود القومية بحيث يستطيع المستخدم التواصل خارج المجال الزمكاني، بفعل التواجد الافتراضي والحضور الدائم خارج التواجد الفيزيقي.^د

^أ الشروق أونلاين، آخر إحصائيات مستخدمي الأنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي بالجزائر، 11 فيفري 2021، 12 فيفري 2022، <https://www.Echourouk online.com>.

^ب وكالة الأنباء الجزائرية، ارتفاع عدد مستخدمي الأنترنت بالجزائر، الأربعاء 17 فيفري 2021، <http://www.aps.dz/ar>

^ج رافي غويتا، هيبروكس، وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على المجتمع، ترجمة عاصم سيد عبد الفتاح، عمان، 2015، ص 67.

- الاقتصاد في الجهد والوقت والمال: في ظل مجانية الاشتراك والتسجيل بذلك مكن الجميع من امتلاك حيز على شبكات التواصل الاجتماعي.

- الدمج: تمكن هذه الخاصية من التواصل من خلال دوائر متسعة تعمل على الجمع بين أنشطة عديدة ومنفصلة مثل: البريد الإلكتروني E-mail الرسائل Messaging بناء مواقع الويب creationwebsite كتابة يومية Diaries تحميل ألبومات الصور أو ملفات الموسيقى أو الفيديو.

كما تركز على أربعة عوامل تتمثل في صفحة المعلومات الخاصة بالفرد anindividual's profile information وشبكة تواصل الفرد الخاصة His/her network of contacts والمجموعات المنتسبة affiliated groups ورسم العلاقات المباشرة.

- التلقائية: يتم التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي بأنه تلقائي وغير رسمي أو متوقع، فليس هناك تخطيط أو تنسيق للتواصل بين الأعضاء وكذلك عدم وجود لوائح وقيود تنظيمية تحكم ذلك التواصل فهو يتسم بالتلقائية بين طرفي الاتصالⁱⁱ.

- الانفتاح: يمثل أغلبية المحتوى مضمون خاص من طرف المستخدمين مما يزيد رغبة الأعضاء في المشاركة، كما تعمل على إذابة الفواصل الطبقيّة إذ توفر فرصة للاتصال بالدعاة وطلبة العلم، والأدباء والعلماء بصورة مباشرة دون وسائطⁱⁱⁱ.

- الخصوصية: هناك دواعي للقلق فيما يتعلق بالخصوصية حيث يقوم الأعضاء بإفشاء الذات الأمر الذي قد يعرضهم لخطر القرصنة والسرقة وكذلك الاعتداء على صفحات المشتركين.

1-2 - مميزات اليوتيوب:

يعكس اليوتيوب أبرز ابتكارات مواقع التواصل الاجتماعي، والذي شكل ظاهرة إعلامية جديدة جسدها التطورات التقنية من خلال تشكيلة واسعة من وسائط الإعلام التفاعلية التي تعرض الحركة الديناميكية. هذا ما جعل اليوتيوب يتميز بخصائص نذكر منها:

- عام ومجاني: من خلال هذا الموقع يستطيع المستخدم تحميل وتنزيل ما يشاء ويحتاج من أفلام سواء كانت تعليمية أو ترويجية، وكل ذلك مجاناً مقابل التسجيل في الموقع فقط، والالتزام بشروط التحميل كأن لا تحمل أفلام لها حقوق النشر، وأفلام إباحية.

ⁱ عبد الرحمان بن ابراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص 67.

ⁱⁱ صونية عديش، مرجع سابق، ص 105.

ⁱⁱⁱ حسن محمود هشيمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص 87.

- سهل الاستعمال من قبل العامة: فالموقع سهل الاستعمال من قبل العامة بالنسبة لتحميل وتنزيل الأفلام كما يوفر أدوات داعمة لذلك، كما يستطيع المستخدم بث مقاطع فيديو بشكل عام أو مشاركتها بشكل خاص مع أفراد معينين.

- ميزة البث المباشر: «**Livestreaming**» تمكن هذه الخاصية المستخدم من مشاهدة المحتوى في لحظته من أي جهاز حاسوب أو هاتف محمول إن كان يدعم تقنية بث ذلك المحتوى، وهي ميزة مكنت العديد من محطات البث والقنوات الإخبارية من عرض برامجها مباشرة عبر اليوتيوب.

- الرقابة: يعتمد اليوتيوب قواعد ملزمة للنشر، لا تسمح القناة بالمحتوى الذي يشجع العنف كالإرهاب والإجرام، كذلك الأفلام الخلاعية، أو التي يسيء إلى الديانات والمذاهب والشخصياتⁱⁱ.

- توفر إمكانية ترجمة ما ينشر على اليوتيوب: تمكن هذه الخاصية من ترجمة المحاضرات والخطابات ومختلف المعلومات إلى عدة لغات ترجمة فورية، بحيث يستطيع أي مستخدم الاستفادة مما ينشر على اليوتيوب بأي لغة كانتⁱⁱⁱ.

بحيث يستخدم اليوتيوب (51) لغة من لغات العالم هما: الإنجليزية، العربية، الفرنسية، الكورية، الإيطالية،... إلخ، وهو كموقع مسموح به في كافة دول العالم، ماعدا بعض الدول التي أقدمت على حظر استخدامه وهي: المغرب، تونس، اليمن، السعودية، الإمارات، سوريا، تركيا، إيران، باكستان، تايلاند، والبرازيل^{iv}.

- كما استفاد منه موقع "الفيسبوك" في نشر بعض الفيديوهات وذلك لتعزيز الوسائط وتوزيعها لجلب أكبر عدد من المستخدمين.

ثالثا: محتوى مواقع اليوتيوب:

يمثل اليوتيوب أبرز مواقع التواصل الاجتماعي التي تنوعت خدماتها بما يلبي احتياجات وتفضيلات المستخدم، وبذلك أصبح أحد أهم البدائل الإعلامية الحديثة التي استقطبت العديد من الرواد.

- أكاديمية اليوتيوب لصناع المحتوى **academy ecreator Youtub** وهي منصة خاصة لكل صناع المحتوى على موقع اليوتيوب وتحتوي على مقاطع فيديو لأهم النصائح لصناع المحتوى، بالإضافة إلى

ⁱ خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، 2011، ص 45.

ⁱⁱ جبريل بن حسن العريشي، سلمى بنت عبد الرحمن محمد الدوسري، مرجع سابق، ص 49.

ⁱⁱⁱ علي خليل شقرة، مرجع سابق، ص 95.

^{iv} فيصل محمد عبد الغفار، مرجع سابق، ص 109.

أدوات تدريبية مجانية في مختلف التخصصات ومراحل صناعة المحتوى كالتصوير والمونتاج والإعداد والتقديم...إلخ.

- يتم دعم صناعة المحتوى من طرف مختصين لتدريب اليوتيوبارز وتأهيلهم لتقديم المحتوى. وقد بدأ موقع "اليوتيوب" بتشجيع المبدعين وتحفيزهم للنشر داخل المنصة في برنامج شراكة من خلال خاصية "الأدسنس" وهو برنامج إعلاني تابع لشركة "جوجل" يعطي عائداً مالية مقابل نشر فيديو على اليوتيوب وبذلك بدأ "البودكاست" المرئي^أ.

مع هذه التطورات التكنولوجية التي ساهمت بدورها في التغيير الاجتماعي، وكان التغيير في أنماط العمل أبرزها ضمن النسق الاجتماعي، والتي أبرزت ظهور أنماط جديدة في الوظائف واكبت التطورات التكنولوجية التي فسحت المجال للحضور اللامادي في العمل واستثمار هذه المواقع لإيجاد فرصة عمل تتماشى مع مواهب وقدرات صناع المحتوى.

كما أتاحت الفرصة بفعل الخصائص التقنية إلى الفئات المهمشة والمقصات اجتماعياً للولوج إلى الفضاء السايبري والريح المادي منه وكمثال على ذلك المرأة والتي أثبتت حضورها بما يتماشى مع الضوابط والأعراف الاجتماعية.

وتعددت مجالات صناعة المحتوى بما يخدم المواضيع المجتمعية سياسية كانت أم ثقافية أم اقتصادية والتي تسهم في تشكيل المستند الثقافي المجتمعي.

- **يوتيوب أطفال YouTube kids**: وهو محتوى مقدم للآباء والأولياء للتحكم في المحتوى الذي قد يتعرض له الأطفال، وهو تطبيق مستقل لمشاهدة مقاطع الفيديو الموجهة للأطفال ويتميز بالعروض التلفزيونية المنسقة والمدعومة بالإعلانات والموسيقى والمقاطع التعليمية، صمم هذا المحتوى للأطفال من سن ما قبل المدرسة حتى سن 12 وهو متاح كتطبيق وموقع ويب.

يتيح تطبيق يوتيوب كيدز إنشاء حساب لكل طفل ومن أفضل مميزاته هو إتاحة توقيت للمشاهدة يصل إلى ساعة، ويستخدم خوارزمية لتصفية المقاطع الموجهة للبالغين، ويتم تحسين الخدمة من طرف جوجل الذي أطلقته 2015.^ب

^أ أمل محمد خطاب، "السلوك الاتصالي للشباب المصري في علاقته بالتقنيات التكنولوجية المتطورة" البودكاست نموذجاً، مجلة كلية الآداب، جامعة بنها، العدد 47، الجزء الرابع، مصر، أبريل 2018، ص 127-171.

^ب مالك محمد، ما هو اليوتيوب (YouTube kids) وهل هو آمن، 24 ماي 2012، 19 مارس 2022، مقال متاح على موقع [Http://www.mena-tech.com](http://www.mena-tech.com).

وتقوم هذه الخدمة بفلتره المضمون الإعلامي على قناة اليوتيوب بما يتلائم مع الخصائص العمرية للطفل، وتعد مواقع التواصل الاجتماعي من أكثر وسائل الإعلام الجديد تأثيرا في الأفراد، حيث أصبحت تحدد أسلوب حياة اليافعين بكل تفصيلاتها سواء على صعيد اللغة أو العادات وحتى طريقة التفكير ومعالجة القضايا الحياتية المختلفة بالإضافة إلى اكسابهم الأنماط السلوكية الإيجابية والسلبية.

غير أن موقع يوتيوب كيدز انتقد بشدة بسبب افتقاره إلى الاختبار المهني وعرض المحتوى التجاري، متجاهلا ضمانات الدعاية الراسخة التي اعتمدها كل من البث التلفزيوني والكابل، إلى جانب ما أشارت إليه التقارير الحديثة بشأن سلامة الأطفال على اليوتيوب والتي أظهرت أن الأطفال الصغار جدا لا يتجاوزون من 2-4 فقرات على المحتوى المخصص لهم حتى يبدأ في عرض محتوى آخر غير مناسبة.^أ

فعلى سبيل المثال: الأطفال الذين يشاهدون Sesamestreet يبدؤون في مشاهدة حادث سيارة مخيف، بينما الذين يشاهدون Doratheexplorer يتعرضون لمقاطع إباحية، بعد تعرضهم لأربعة مقاطع أخرى أثناء المشاهدة، كما يمكن إيجاد محتوى يقدم تعبيرات صريحة عن السلوك الجنسي والتخريب والعنف بسهولة تامة.

- **يوتيوب الفنانين YouTube For artistes**: وهي منصة مخصصة لكل من لديه موهبة في أي مجال في الحقل الفني، وهي خدمة تتيح لصناع المحتوى التواصل مع الجمهور في جميع أنحاء العالم.^ب وتعد منصة يوتيوب الفنانين منبرا رقميا أسهم في شهرة العديد من النجوم والكثير من الألوان الفنية التي عانت التهميش والاندثار وهذا لخصائص اليوتيوب التي تعتمد البساطة في تقديم المحتوى الفني عن طريق الرأسمال الافتراضي الذي يتدعم عن طريق عدد المشاهدات والمشاركات والإعجاب لهذا الفيديو الرقمي الذي يعد البديل لكبرى الشركات التي طالما احتكرت الحقل الفني والمواهب.

وقد استفاد الشباب المقبولون على برامج اليوتيوب من مجانية الموقع لعرض أعمالهم عليه، مبتعدين عن القنوات الفضائية والتلفزيونات الرسمية تقاديا التقييد أفكارهم التي لا تجد في كثير من الأحيان فرصا في المحطات التلفزيونية التقليدية، التي بانته في كثير من الأحيان محسوبة على أجندها سياسية مختلفة.

^أ نسيمه إمام سليمان حسين، استخدام الطفل المصري لكارتون الواقع الافتراضي باليوتيوب وتأثيراته على هويته الثقافية في ضوء العولمة، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، المعهد الدولي للعالم للإعلام بالشروق، العدد 10، مصر، 9 أبريل 2019، ص 413-496.

^ب هشام البرجي، التسويق الإلكتروني للسلع والخدمات لدى صناع المحتوى عبر مواقع اليوتيوب، المجلة العلمية لبحوث الاذاعة والتلفزيون، جامعة القاهرة، العدد 22، مصر، ديسمبر 2021، ص 274.

وتتميزت برامج اليوتيوب بحلقاتها الارتجالية البعيدة عن لغة الحوار التقليدية التي قد يشوبها التعقيد، بالإضافة إلى إنتاجها البسيط وتقديمها ضمن خطاب شبابي بلهجة عامية توصلها بسهولة إلى أذهان المشاهدين كما استطاعت هذه البرامج استقطاب مشاهدين قدروا بالملايين حسب بيانات موقع يوتيوب نفسه.^أ

- **تليفزيون يوتيوب YouTube television**: وهي خدمة بث تلفزيوني لمختلف القنوات العالمية دون أي محتوى إعلاني قد يتخلل برامجه، وتقدم الخدمة باشتراك شهري داخل الولايات المتحدة، ويمكن للمستخدم اختيار باقة من القنوات التي تناسب اهتماماته.

وقد أعلنت "جوجل" إطلاق خدمة "يوتيوب تي في" لتقديم حزمة قنوات تلفزيونية تبلغ 40 قناة منها الشبكات الأربع الأمريكية الكبرى عبر الانترنت مقابل اشتراك شهري، وباستخدام الحوسبة السحابية "دي في آر" يمكن للمستخدم تسجيل الكثير من البرامج والعروض والاحتفاظ بها.^أ

كما تعترم "جوجل" التي تملك موقع يوتيوب أيضا الشراكة مع شبكات "أي، بي، سي" و "سي، بي، سي" و "فوكس" و "فوكس زيو" و "إن، بي، سي" مع أكثر قنواتها التلفزيونية المحلية، كما ستكون قنوات "ديزني" و "فوكس نيوز" وغيرها متاحة على خدمة يوتيوب "تي في".

وهذا ما يطرح إشكالية مستقبل الإعلام القديم وحضوره داخل الأسرة والمجتمع كالتلفزيون التي طالما عكست برامج الثقافة المجتمعية أو القومية خاصة قبل ظهور الفضائيات كما خضعت إلى الرقابة والفلتر بما يتوافق مع الخصوصية والذوق العام المتعارف عليه.

وقد استدعت هذه الظاهرة الكثير من الدراسات التي تبحث في موضوع استخدام المواقع الاجتماعية كبديل للإعلام القديم، ومن بين هذه الدراسات دراسة محمد أحمد هاشم الشريف حول استخدام الشباب السعودي الجامعي لليوتيوب وتأثيره على علاقتهم بالتلفزيون.

وقد أظهرت النتائج ارتفاع معدلات استخدام الشباب لليوتيوب بنسبة 28.7% مقابل استخدام التلفزيون بنسبة 24.6%، وجاءت هذه النسب المرتفعة لاستخدام اليوتيوب جراء استخدامه فرديا وذلك بنسبة 92.3% وذلك باستخدام وسائل فردية لمشاهدة اليوتيوب كالهواتف النقالة.^أ

^أ محمد عبد الحميد راشد، دور تطبيق الفيديو التشاركي (YouTube) في انتشار الأغاني العربية المعاصرة وأغاني المهرجانات الشعبية وتأثيره على المجتمع، مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية، جامعة المنيا، المجلد 8، العدد 39، مصر، مارس 2022، ص 207.

^أ ماونتن فيو، خدمة تلفزيون "يوتيوب د" متاحة في 14 مدينة أخرى بأمريكا، الاقتصادية (جريدة العرب الاقتصادية الدولية)، الأحد 20 أوت 2017، متاح على [Http:// www.alaqt.com](http://www.alaqt.com).

رابعاً: وظائف مواقع اليوتيوب:

يشارك الإعلام الجديد مع الإعلام القديم في وظائفه الإعلامية، غير أن الإعلام الجديد وبفعل التطور التقني انفرد بخصائص جعلته أكثر وظيفية بفعل دمج الوسائط المتعددة وعنصر التفاعلية وغيرها من الخصائص، وهذا ما استفاد منه موقع اليوتيوب في تقديم وظائف إعلامية.

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، فضلاً عن أن موقع اليوتيوب يعد مصدراً مهماً 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.ⁱⁱ

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 يسمي صحافة المواطن، والذي أعطى 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 لـ زكريا إبراهيم الدسوقي حول معالجة مقاطع اليوتيوب لقضايا الأقليات المسلمة في الدول الغربية وعلاقتها بالصورة الذهنية للغرب عند المراهقين، حيث جاءت النتائج كالآتي: تمثلت المصادر الإعلامية للحدث في موقع اليوتيوب في المقدمة بنسبة 55.2%، كما تمثلت النتائج حول أنواع المحتوى كالآتي: تصدرت مقاطع الفيديو حول معالجة القضايا بنسبة 44.2%، يليها تقرير مصور بنسبة 23.8%، ثم جاء في المرتبة الثالثة برنامج حوار بنسبة 20%، وأخيراً جاء فيلم وثائقي بنسبة 12%.ⁱⁱⁱ

ⁱ محمد أحمد هاشم الشريف، استخدام الشباب السعودي الجامعي لليوتيوب وتأثيره على علاقتهم بالتلفزيون، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، جامعة الأهرام الكندية، العدد 24، مصر، جانفي، مارس 2019، ص 120-153.

ⁱⁱ محمد الأمين أحمد عبد مرزوك الجنابي، مواقع التواصل الاجتماعي والحراك الشعبي (الاعتماد المتبادل)، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا، ص 79.

ⁱⁱⁱ زكريا إبراهيم الدسوقي، "معالجة مقاطع اليوتيوب لقضايا الأقليات المسلمة في الدول الغربية وعلاقتها بالصورة الذهنية للغرب عند المراهقين"، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، جامعة القاهرة، العدد 10، مصر، أبريل 2017، ص 390.

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

وهذا ويمثل موقع اليوتيوب نموذج للبث يشبه البث 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 القناة تجذب 41.7 مليون مشاهدة أسبوعياً.

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 مقالب للأطفال، 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.ⁱⁱ

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.

ⁱأماني عبد الرؤوف محمد أحمد، "خاصية البث المباشر الحي على اليوتيوب وأهميتها في ثراء الخريطة البرمجية"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد 19، مصر، 1 جانفي 2020، ص 232.

ⁱⁱعبد الصادق حسن، استخدام الشباب البحريني للمقاطع الترفيهية على موقع اليوتيوب والإشباع المتحققة، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق، العدد 12، البحرين، 2020، ص ص 79، 81.

ويعد 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 كالآتي: تفوق التعليم باستخدام الفيديوهات التعليمية الرقمية على الطريقة التقليدية لوجود تحسن واضح في تحصيل تلاميذ المجموعة التجريبية بعد تدريسهم باستخدام الفيديوهات التعليمية مقارنة بتحصيل تلاميذ المجموعة الضابطة^أ.

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

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^ج.

5- الوظيفة الإعلانية: وهي وظيفة تسويقية لمختلف المنتوجات والخدمات التسويقية التي تقدمها مختلف المؤسسات أو الأفراد للترويج لمنتجاتهم وعرضها على نطاق واسع محليا أو عالميا، حيث يستفيد صانع

^أعالية الرفاعي، فاعلية استخدام الفيديوهات التعليمية الرقمية اليوتيوب في تحسين تحصيل التلاميذ الصم في مادة العلوم في الصف الثالث الأساسي، مجلة اتحاد الجامعات العربية للتربية وعلم النفس، المجلد 19، العدد 4، سوريا، 2021، ص 242.

^بريهام عاصم غنيم، مرجع سابق، ص 52.

^جهادية معمري، "استخدامات المرأة الجزائرية لاستثمارات اليوتيوب والإشباع المحققة"، مجلة الإعلام والمجتمع، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، المجلد 05، العدد 01، الجزائر، جويلية 2021، ص 189.

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 أكبر وسائل الإعلام التقليدية أن تحقق نسبة مشاهدة كهذه.^أ

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 كالآتي: هي تنوع أساليب التي يوظفها المؤثرون، كذلك تبيان أهمية التسويق بالمؤثرين في تكوين اتجاهات الجمهور نحو 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.^ب

خامسا: الانعكاسات الاجتماعية لمواقع التواصل الاجتماعي:

شكلت شبكات التواصل الاجتماعي طفرة في عالم الاتصال والإعلام وبذلك أصبحت حتمية في جميع مجالات الحياة، وقد مثل الاعتماد عليها موضوعا تتضارب فيه أطروحتان، حيث ينظر الاتجاه الأول إليها بإيجابية، في حين يتبنى الاتجاه الثاني النظرة التشاؤمية، وقد شمل هذا التضارب في الآراء موقع "اليوتيوب" الذي تباينت تأثيراته بين السلبية والإيجابية.

1- الانعكاسات الاجتماعية الإيجابية:

- أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي منشئا اجتماعيا أساسيا في عملية إعداد الأفراد وأداء مهمة لإكسابهم عادات وسلوكات ونقل الموروث الثقافي.

^أ وسام فاضل راضي، مهند حميد التميمي، الإعلام الجديد تحولات اتصالية ورؤى معاصرة، دار الكتاب الجامعي، لبنان، 2017، ص 223.

^ب مروة صبحي محمد، الاستراتيجيات التي يوظفها المؤثرون لتسويق المنتجات الجديدة عبر اليوتيوب واستجابة الجمهور نحوها، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة القاهرة، العدد 54، مصر، جويلية 2020، ص 31-39.

- كذلك مثلت دورا مهما في مجال التغيير الاجتماعي حيث أكدت دراسة"بيزكر 2011 "Peisker" أن شبكات التواصل الاجتماعي يمكن عن طريق تفاعليتها وخاصيتها التشاركية أن تفتح ما يسمى "بالمساحات من أجل التغيير" التي تعمل على توازن المعرفة مع القوة، وأن قدرة شبكات التواصل الاجتماعي على احداث التغيير بشكل ناجح تتوقف على معرفة وفهم قدرات المجتمعاتⁱ.

- من أهم عناصر التغيير الاجتماعي هو التغيير السياسي خاصة في البيئات ذات الأنظمة الشمولية التي تحتكر السلطة على مستوى جميع مؤسسات الدولة عامة والحقل الإعلامي خاصة باعتبار المؤسسة الإعلامية أهم مسوق للنظام، ومع ظهور شبكات التواصل الاجتماعي ظهرت معها الاستقلالية والحرية في إبداء الرأي وبالتالي إتاحة الفرصة للتغيير السياسي الذي تدعم عن طريق الحشد عبر هذه الوسائط الرقمية.

- من أمثلة الأدوار التي لعبتها شبكات التواصل الاجتماعي في تحرير المجتمعات هي ثورات الربيع العربي أو كما يطلق عليها "ثورة الفايسبوك" والتي لبعث فيها مواقع التواصل الاجتماعي دورا رياديا في هذه التحركات الشعبية، التي كان أبطالها شبان عاديون محرمون من أبسط الحقوق المدنية كالتجمهر والتظاهر وغيرها من الحقوق والذين تحولوا إلى صحافيين ومراسلين وكتاب بفضل شبكات التواصل الاجتماعيⁱⁱ.

- كما تعد شبكات التواصل الاجتماعي فضاءً خصبا للتكفل الاجتماعي ونشر الأفكار التطوعية ونشر الوعي الاجتماعي لدى الأفراد وتعبئتهم للتطوع الذاتي أو عبر مؤسسات خيرية وتوطن العمل التطوعي ضمن المسؤولية الاجتماعيةⁱⁱⁱ.

- من أبرز هذه المواقع التي ساهمت في نشر الأفكار التضامنية هو موقع اليوتيوب الذي ساهم في نشر العديد من الفيديوهات الرقمية حول الكثير من الحالات والأوضاع التي تستدعي التدخل كما ساهم في فك العزلة عن الكثير من الأسر والمناطق المهمشة.

- كذلك أسهمت وسائل التواصل الاجتماعي في التمكين المعرفي للمرأة و "التشبيك" النشاطات النسائية، والمنظمات النسوية في العالم، وكذلك داخل المجتمع الواحد، كما كان لها دور مهم في تعزيز مقدرة المرأة

ⁱحسن محمد هشيمي، مرجع سابق، ص ص 102، 103.

ⁱⁱحسن السوداني، محمد المنصور، شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على جمهور المتلقين، مركز الكتاب الأكاديمي،الأردن، 2016، ص 126.

ⁱⁱⁱحنان أحمد أشي، " دور البرامج التلفزيونية على اليوتيوب في تعزيز ونشر الأفكار التطوعية بالتطبيق على برنامج "صناع الأمل"، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة القاهرة، العدد 53، الجزء2، مصر، يناير 2020، ص 578.

على إقامة علاقات اجتماعية خارج الأطر التقليدية وبالتالي أسهمت في تحريرها من القيود العائلية والاجتماعية.

- هذه المميزات التي أتاحها شبكات التواصل الاجتماعي لمستخدميها من فئة النساء أتاح لها أيضا الموازنة، إمكانية التعبير عن ذاتهن من خلال بناء الهويات الافتراضية وتقديمها للآخر والتي تقوم على جملة من المحددات أهمها ثنائية الاسم والصورة اللتان تعكسان هوية المرأة وتجسيداتهما.¹

- كما يطرح المفهوم الجديد للإعلام الحديث دورا مضافا إلى أدوارها السابقة وهي التنشئة الاجتماعية كأبرز الآليات لتمثل الأفراد للقيم والمعايير المجتمعية والتي من شأنها المساهمة في الانسجام والاندماج الاجتماعي، خاصة بعد تراجع دور الأسرة كمؤسسة أولية ومركزية في هذه العملية، حيث تعمل هذه المواقع على توجيه الطاقات الإنسانية وتوجيهها للبناء السلوكي بالإضافة إلى زيادة المعارف.

- كما تدعم وسائل التواصل الاجتماعي تقارب أفراد العائلة الواحدة ومتابعة المستجدات خاصة بفضل إلغاء البعد الجغرافي والزمني، كما توفر فرصة لإقامة روابط اجتماعية أو إعادة روابط اجتماعية قديمة. كما أثبتت الدراسات والأبحاث الانعكاسات الاجتماعية الإيجابية التي لعبتها الشبكات التواصلية في دعم المنظومة التعليمية التي تعززت عن طريق الوسائط الرقمية وخصائص الدمج الإلكتروني في إثراء المادة العلمية.

من أبرز هذه المواقع "اليوتيوب" كموقع محل الدراسة الذي أثبت وعن جدارة دوره الريادي في تسهيل العملية التعليمية من خلال مشاهدة الفيديوهات التشاركية لمختلف الدروس والتجارب العلمية التطبيقية بأسلوب متطور ومشوق يسير الفهم وإتاحة الفرصة أمام الجمهور للوصول إلى المعلومات.

يعد اليوتيوب من أكبر المواقع وأضخمها من حيث كمية المحتوى المعرفي المرئي الذي يقدمه، حيث يضم العديد من القنوات التثقيفية في كافة مجالات العلم والمعرفة.

بعضها يهتم بإنتاج المحتوى أصلي بعيدا عن التقليد والنسخ، والعديد من اللغات بأسلوب ممتع مما يكسب المتلقي فرصة للتعلم الذاتي.²

كما استثمر هذا الموقع كداعم للعملية التعليمية من خلال توفير فرصة الحضور اللامادي وخاصة التخزين للفيديو الرقمي وهذا ما يعزز دور صانع المحتوى العلمي والمتعلم معا.

¹ مساعدي سلمة، مرجع سابق، ص 2.

² إيمان عز الدين محمد داوية، " دور القنوات الثقافية باليوتيوب في تنمية المعرفة العميقة والدافع المعرفي لدى الطلاب"، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة القاهرة، مجلد 5، العدد 55، مصر، 5 أكتوبر 2020، ص 27-33.

كما ساهم اليوتيوب في دعم وبناء الوعي الثقافي المجتمعي، فمن خلال الفيديوهات التي تعالج بعض القضايا المجتمعية بأسلوب ساخر عمل اليوتيوب على رفع وعي الفرد بمختلف الموضوعات ونشرها ورصد مختلف التفاعلات نحوها.

في الآونة الأخيرة ظهرت العديد من الفيديوهات على موقع اليوتيوب والمتخصصة في إنتاج إكتشات الرسوم المتحركة التي تسهم بفعل تأثيرها القوي على توجيه الأفراد وكيفية إدراكهم للواقع الاجتماعي.

2- الانعكاسات الاجتماعية السلبية:

- التفكك الاجتماعي، فقد أصبح الوقت الذي يقضيه مستخدمو وسائل التواصل الاجتماعي خصما من فترات التفاعلات الاجتماعية المباشرة مع الأسرة والمجتمع والأقارب وكذلك ممارسة المسؤولية الاجتماعية تجاه الآخرين وبذلك تحدث المفارقة الاجتماعية بحيث يتقارب المتباعدون في حين يتباعد المتقاربون.

- وهذا بدوره يؤدي إلى جملة من الظواهر والانعكاسات والمشكلات الاجتماعية كالتفكك الأسري وضعف الروابط الاجتماعية والتخلص من السلطة الوالدية مما يؤثر في عملية التنشئة الاجتماعية مما يسبب حالة من اللانظام الاجتماعي أو حالة الأنومي.

- وكل هذه المشكلات الاجتماعية سببها الإدمان على استخدام الشبكات الاجتماعية وهذا ما بات يطلق عليه مصطلح "أرامل الأنترنت" وقد جاء كنتاج لغياب الدور الحقيقي للشريك وتأديته لواجباته ومسؤولياته.

- التطبيع مع الظواهر السلبية والجرائم كالمخدرات، القتل والانتحار حيث أشارت الصحف العربية والأجنبية حوادث انتحار لبعض مستخدمي الفايسبوك من الشباب الذين تتراوح أعمارهم ما بين 14 و 25 عاما، كما أقدمت الهيئة الفيدرالية الروسية على غلق مئات من المواقع التواصلية المروجة للانتحار.^أ

- المجتمعات الافتراضية والذي يمثل تجسيدا رقميا حيا لمختلف الظروف والوقائع المعيشية الحية في بيئة كونية أصبحت تشكل نوعا جديدا من التألف الاجتماعي التكنولوجي بثقافة حديثة وملينة بشتى الاحتمالات سلبا وإيجابا أهمها انعدام الحدود الثقافية وتلاشي الفواصل الأخلاقية والدينية والهويات والخصوصيات المجتمعية.^ب

- تتحدد هذه الانعكاسات الاجتماعية السلبية لوسائل التواصل الاجتماعي حسب الوسيلة وأنماط الاستخدام والنوع الاجتماعي والفروقات الاجتماعية والفئات الاجتماعية وتمثل فئة الأطفال أكثر فئة اجتماعية متأثرة بهذه الوسائط.

^أ جمال سند السويدي، وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية (من القبيلة إلى الفيسبوك)، مركز الإمارات للدراسات والبحوث، الإمارات، 2013، ص 67.

^ب علي محمد رحومة، علم الاجتماع الآلي، عالم المعرفة، الكويت، 2008، ص 75.

- كما يمثل الموقع وخصائصه أهم الأسباب في زيادة التأثير السلبي على الطفل، ومن أبرز هذه المواقع التواصلية موقع اليوتيوب الذي يمثل بديل التلفزيون. كما أن خطر اليوتيوب تابع من خصائصه التي تتميز بسهولة الاستخدام وتقديم محتوى مترابط، كما أن البحث بإدراج كلمة واحدة تقدم العديد من الخبرات قد لا تناسب الطفل.

- التدين السائل وهو ذلك التدين الأكثر تحرراً والمنعتق من الرقابة والذي يتشكل في النسق الافتراضي، وهنا يمكن القول أن اليوتيوب أساس لانتشار تلك الخطابات الدينية الحماسية والخاصة المبكية للدعاة والمشايخ، والتي لقيت رواجاً لدى المنتبئين واستثمارها للعواطف الدينية مثال: محمد حسان، العريفي، صالح المغمسي.

- لقد قدم خطاب الإعلام الجديد ممثلاً في اليوتيوب للأفراد الرغبة في الاستهلاك للمعرفة الدينية، وهو خطاب مثالي يخرج الأفراد مما هو كائن إلى ما ينبغي أن يكون. تقوم على تخيلات يطرحها شيوخ افتراضيين، وهذا ما يساهم في احتدام الصدمات والصراعات بين مختلف المعارف على اليوتيوب، التي تتحول إلى المسرح الواقعي وبناء أنماط متنوعة من التدين.

فما شكله اليوتيوب كان له الوقع الأكبر على العالم الإسلامي، باعتباره أحد أكثر الوسائط تحرراً من الرقابة المؤسساتية في نشر المعرفة الدينية بقوالب مختلفة صاغت الدين بشكل أو بآخر بنسقية جديدة ومختلفة، وهي شكل من أشكال الاغتراب الذي ألقته الأنماط الدينية التي أرادت تخطي الثقافي وبلاد المنشأ للتدين.^أ

^أ رقاد الجليلي، مرجع سابق، ص 37.

خلاصة:

تمثل الشبكات الاجتماعية أهم مخرجات الجيل الثاني من الويب 2 والذي يجمع بين البعد التقني والبعد الاجتماعي في بيئة افتراضية، تميزت هذه المواقع بسهولة الاستخدام وتنوع خدماتها بتنوعها، ومن أشهر هذه الشبكات الاجتماعية موقع اليوتيوب الذي استطاع في فترة قصيرة تصدر المشهد الإعلامي ومنافسة أبرز المواقع التواصلية كالفيسبوك الذي استفاد من خدماته، يختص موقع اليوتيوب بخدمات الفيديو حيث يعتبر أكبر مكتبة رقمية للفيديوهات السمعية والبصرية والذي يجسد فكرة "أنت قناة" كتعبير عن حرية إنشاء المحتوى الخاص، وتعد هذه الخاصية من أقوى مميزات اليوتيوب التي فتحت المجال للمستخدم بصناعة المضمون الإعلامي الخاص ونشره ضمن الفضاء السيبراني المعولم، يدعم هذا المحتوى الرأس المال الاجتماعي الافتراضي وبفعل هذه الميزة ساهم موقع اليوتيوب في نشر الكثير من القضايا المحلية على نطاق عالمي، وبالرغم من هذه الإيجابيات إلا أن اليوتيوب كموقع لا يخضع للرقابة والفلترية الأمر الذي يعطي المجال للمستخدمين بإنشاء محتوى يتنافى مع الذوق العام والخصوصية الثقافية للمجتمعات ويتخطى المنظومة القيمية للأفراد والجماعات .

الفصل الثالث: الطالب الجامعي ومواقع اليوتيوب

تمهيد

أولاً: خصائص الطالب الجامعي.

ثانياً: حاجات الطالب الجامعي.

ثالثاً: مهارات الطالب الجامعي.

رابعاً: بعض مشكلات الطالب الجامعي.

خامساً: استخدامات الطالب الجامعي لمحتوى مواقع اليوتيوب

خلاصة

تمهيد:

تتميز المرحلة الجامعية لدى الطالب الجامعي بعدة خصائص تسهم في بلورة شخصيته حيث تتمتع بقدرات علمية وعملية، وقد ظهر الاهتمام بدراسة مختلف الخصائص واكتشاف تأثيرها على المسار الدراسي للطالب، من أجل الوصول إلى أسلوب نوعي في عملية بناء شخصية متوازنة تتوافق مع البيئة الجامعية والاجتماعية، ومن أجل الحصول على مخرج نوعي يخدم أهداف العملية التعليمية والمجتمعية.

أولاً: خصائص الطالب الجامعي

1- الفاعلية والدينامية:

تتولد هذه الفاعلية لما يصل إليه الشباب الجامعي من نمو واكتمال التكويني البيولوجي والفيزيولوجي من ناحية، وما يؤدي إليه النمو النفسي والاجتماعي من ناحية أخرى، فالمرحلة الجامعية تجمع بين نهاية المراهقة واستهلاك الشباب.

تتجلى فيها بشكل واضح مظاهر التعبير عن الاقتراب التسديد من الرجولة أو الأنوثة الكاملة، هذا بالإضافة إلى ما تتسم به هذه المرحلة من تفتح الاستعدادات العقلية وتمايز الميول والاتجاهات، وهو ما يؤدي إلى بداية تهيئة الشباب الجامعي لشغل الدور الاجتماعي وتقلد المسؤوليات الاجتماعية¹.

الملاحظ على فئة شباب عامة والإناث خاصة كفاءة عمرية هو الحيوية والقدرة على العمل والنشاط، كما تكاد هذه الفئة العمرية التي يكاد بنائها النفسي والثقافي يكون مكتمل على نحو يمكنها من التكيف والتوافق والتفاعل والاندماج والمشاركة بأقصى الطاقات التي يمكن أن تسهم في تحقيق أهداف المجتمع وتطلعاته².

غير أن خاصية الفعالية والدينامية التي تتمتع بها المرأة ترتبط بنظرة المجتمع إليها وتؤثر على مشاركتها في تنمية المجتمع، ولا يخفى على أحد دور المرأة في تقدم المجتمع ومشاركتها بفاعلية باعتبارها تشكل قوة اجتماعية، ولا يتأتى ذلك إلا بعد تمكين المرأة في جميع المناحي الحياتية للرفع من مكانتها كما أشار تقرير التنمية الإنسانية العربية 2020 حيث أشار هذا التقرير الصادر عن الامم المتحدة ان التنمية التي لا تشارك فيها المرأة معرضة للخطر وعدم المساواة بين الجنسين في المواطنة والحقوق القانونية، وهذا يشكل أكثر مظاهر الاجحاف تقشياً في أي مجتمع لأنها تؤثر عملياً على نصف عدد السكان³ لذلك يجب الاستثمار جيداً في خصائص الدينامية لدى الشباب عامة و المرأة خاصة.

2- القابلية للتغيير والتشكيل:

الشباب الجامعي طاقة للتغيير والتشكيل نتيجة ما يمر به من تجارب في حياته الاجتماعية، لذا يمكن استثمار ذلك وتوجيهه التوجيه السليم لخدمة البيئة والمجتمع. والقابلية هنا ليست مسوغاً

¹ خالد منصر، تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة واغتراب الشباب، دار الكتاب الجامعي، لبنان، 2016، ص 102.

² أسماء عبد الحكيم جودة، "الشباب الجامعي بين السياقات المحلية والتأثيرات العالمية"، مجلة كلية الآداب، العدد 28، أبريل 2012، ص 400.

³ ابتسام جوادى مهدي، "التنمية الشاملة واتجاهات طالبات كلية التربية للبنات نحو العمل، مجلة العلوم النفسية، العدد 17، العراق، 2010، ص 9.

للاستعمار كما سبق وألمح إلى ذلك المفكر الجزائري "مالك بن نبي" بل هو قابلية الشباب للتدافع والانتقالية وهذا التأويل يبرز في تحديد محفزات القابلية ومسوغاتها الموضوعاتية وتأثيراتها على بني المجتمع والمحيط، بمعنى رصد ظواهر واستنتاجات قابلية الشباب وانخراطه في حشد الحلول والتقييمات من أجل التغيير والاستمرارية^١.

وإذا أضفنا إلى ذلك كون الشباب يمثلون قوة رفض ومصدر رؤية جديدة لمستقبل المجتمع والعلاقات الاجتماعية كما يمثلون فئة ساعية إلى خلق تطلعات مستقبلية جديدة، فإن الجسد الاجتماعي السليم هو الذي تتاح فيه لتلك القوى فرص لأداء الأدوار من أجل التغيير، لذلك فإن استجابة الثقافة المسيطرة لتلك الإرهاصات هي في جوهرها تأليف بين قديم وجديد^٢.

ويمثل الشباب أغلبية سكانية في المجتمعات العربية والعالم الثالث، ولقد لعبت المرأة دورا نشطا في عملية التغيير، على مدى سنوات دعت المرأة إلى الإصلاحات السياسية والقانونية^٣ والمؤسسية والدستورية^٤ ونظارها الاجتماعي هذا نابع من نضالها عن حقوقها من خلال المبادرات المحلية والتعاون الإقليمي الذي عزز المساءلة، وهذا ما دعم حضور المرأة ومشاركتها وتحملها للمسؤولية الاجتماعية في شتى المجالات الحياتية^٥.

3- القابلية للعمل مع أنساق المجتمع:

ممارسة الشباب الجامعي لمجموعة من الأدوار المرتبطة بمكانته الاجتماعية في الأسرة والجامعة وباقي أنساق المجتمع الذي يعيش فيه، والتي من خلالها يمكننا تبني تعريفا شاملا للشباب الجامعي بأنه طاقة دينامية مؤثرة إلى أقصى حد يمكن استثمارها في التعامل مع المشكلات المجتمعية من خلال تفاعله الإيجابي مع أنساق المجتمع المختلفة.

وكان الشباب دائما في طليعة الأنشطة والمبادرات الرامية إلى تعزيز خطه عام 2030 التي وضعتها الأمم المتحدة لتحقيق أهداف التنمية المستدامة وتعد رفاهية الشباب ومشاركتهم وتمكينهم من المحركات الرئيسية للتنمية المستدامة والسلام في جميع أنحاء العالم. ويتطلب تحقيق الخطة شراكات قوية وشاملة بين الشباب وجميع أصحاب المصلحة، بحيث تتم معالجة تحديات التنمية التي تواجه الشباب مثل: (البطالة والاقصاء السياسي والتهميش وإشكالية الوصول إلى التعليم والصحة وما إلى ذلك) ودور

^١ مصطفى غلمان، قابلية الشباب للتغيير (رؤية ثقافية اعلامية)، الثلاثاء 21 فيفري 2017، متاح على الموقع:

Http:// www :Hespress.com

^٢ أسماء عبد الحكيم جودة، مرجع سابق، ص6.

^٣ ليلي حمارنة، المرأة العربية والتغيير الاجتماعي، 10 أبريل 2015، مقال متاح على <https://www.elkarma.org>،

الشباب الإيجابي كشركاء في تعزيز التنمية والحفاظ على السلام، وينخرط الشباب في عدد كبير من المبادرات التوعوية وحشد القواعد الشعبية^أ.

لقد شكلت قضية المرأة المحور الأساسي في الرؤى النظرية للعمليات التنموية خاصة بعد التحولات الفكرية الاخير، وأصبح إدماج المرأة في رسم خطى التنمية الشاملة شرط أساسي للنجاح، ولا يقتصر هذا الإدماج على مجرد حضور المرأة كقوة عمل فقط بل يستلزم اتاحة الفرصة لها للمشاركة بفعالية في صناعة القرارات ورسم السياسات، ومن هنا جاءت ضرورة العمل على تمكين المرأة كطرف فاعل في بناء تنمية مجتمعية شاملة، ومن أبرز المنظمات المعول عليها في تنشيط دور المرأة ضمن المجتمع المدني^ب.

4- وجود ثقافة شبابية تسود بين التسريحة الشبابية وبخاصة شباب الجامعات:

وتمثل هذه الثقافة الشبابية ثقافية فرعية والتي تتطوي على متغيرات ثقافية توجد في أقسام معينة عند شعب بالذات، ولا تتميز الثقافة الفرعية بسمية أو سمتين منفصلتين، بل إنها تشكل انساقا ثقافية متماسكة نسبيا وتقوم كمجموعة عوامل داخل العالم الأكبر المتمثل في الثقافة العامة أو القومية^ج.

وجاءت هذه الثقافة الفرعية لتعكس موقفهم نحو بعض القيم المجتمعية، وبذلك هي تعبر عن القيم والاتجاهات والآراء وأنماط السلوك التي تحظى بالموافقة والقبول من تلك الفئة العمرية والاجتماعية التي اصطلح على تسميتها الشباب، وهي تتفق وتختلف مع التيار الثقافي العام في بعض السمات.

وما ساهم في ظهور ثقافة فرعية عالمية هو العولمة الإعلامية خاصة مع ظهور شبكات التواصل الاجتماعي التي سهلت التواصل بين المجموعات المتماثلة الاتجاهات والميولات خاصة مع بروز المجتمعات الافتراضية والحرية التي تفرضها هذه الوسائط الإعلامية الجديدة التي استثمرت في بناء ثقافات منمنجة فوق قومية ونمطية في الممارسات والتفاعلات والسلوكيات بين الشباب خاصة.

ومن اشكال الثقافة الفرعية داخل الجامعات هي الثقافة الفرعية المنحرفة والتي تنتشر خاصة في الإقامات الجامعية حيث تكتسب الطالبات سلوكيات جديدة نتيجة الاحتكاك والتفاعل، وتعدد الثقافة الفرعية

^أ منظمة الأمم المتحدة، الشباب، مقال متاح على الموقع www.un.org بتاريخ 03.04.2022.

^ب Amina benali, **women's empowerment :between the concept and its a doption**, journal d'economie de management d'environnement et de droit,vol 3,n2, algerie, mai 2022,p1.

^ج حفيدة خليفي، الثقافة الفرعية المنحرفة والثقافات الفرعية الأخرى، مجلة العلوم الاجتماعية، جامعة عمار تليجي، الأغواط، المجلد 16، العدد

01، الجزائر، مارس 2022، ص 895-910.

للإنحراف بالإقامة الجامعية من أبرز الثقافات من خلال شيوع واستمرار الممارسات التي تنتقل من الأجيال الوافدة للإقامة عن طريق التقليد والمحاكاة وهذا ما يعرف بالعدوى الاجتماعية.

وهذا ما يبرز معدلات الانحراف ' وصورة لتبقى منتشرة وثابتة بالرغم من تغير صفات الاجتماعية للمجتمع الكبير والمحلي بالإقامة الجامعية كتغير المسؤولين ونمط التسيير والضبط... الخ' تكتسب الطالبة داخل هذه الثقافة معايير سلوكية منحرفة حيث تتواجد مقيّمات تمارسن سلوكيات منحرفة ظاهرة وخفية، مما يؤثر على المسار التعليمي والنمط السلوكي للطالبات.

5- النزعة الاستقلالية:

وتكمن في الرأي الخاص المتميز من القضايا المجتمعية ورغبة الشباب الجامعي في التحرر لتأكيد ذاته ومحاولة تكوين رأي خاص ومميز في كل القضايا الاجتماعية كالقضية البيئية، الاقتصادية، السياسية، كما يسعى الشباب إلى تكوين رؤية عصرية مرتكزة على آليات التقدم التكنولوجي لمواجهة المشكلات القائمة.

ومع التطور التقني لوسائل الاتصال الجماهيرية سواء التقليدية أو الجديدة زادت المعرفة وتأثرت الفئات المجتمعية بها، وخاصة الشباب نظرا لأنها تمثل متغير اجتماعيا وثقافيا في حياة الشباب كما تعد من المصادر الرئيسية للمعلومات وبالتالي تسهم في تشكيل الوعي بالقضايا المجتمعية في عص العولمة الإعلامية¹.

مما لا شك فيه أن تعليم المرأة في جميع مراحل التعليم بما في ذلك مرحلة التعليم العالي في المعاهد والجامعات' هو الذي دفع عجلة التغييرالنسوي دفعة قوية. وبذلك أوجد عند المرأة وعيها بذاتها ومركزها' ومكانتها ودورها في المجتمع عامة والأسرة خاصة، ومما يترتب عن هذه النزعة الاستقلالية للمرأة تحررها وتخلصها تدريجيا بدرجات متفاوتة من سيطرة الرجل وسلطان التقاليد، والحرمان السياسي الذي كان مفروضا عليها².

وبذلك عززت المرأة تواجدتها في جميع الميادين 'ولم يقتصر الأمر على الاستقلالية المادية بل تعداه إلى الاستقلالية المعنوية من خلال إبداء آرائها وإدارة شؤون حياتها ومستقبلها، تظهت هذه النزعة الاستقلالية في بروز نماذج نسائية ناجحة في جميع مجالات المجتمع.

¹ جيلان شرف، "اعتماد الشباب على وسائل الاتصال في تشكيل اتجاهاتهم نحو القضايا المجتمعية"، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، جامعة القاهرة، العدد 17، مصر، ديسمبر 2018، ص 1-63.

² سامية حسن الساعاتي، المرأة والمجتمع المعاصر، الدار المصرية السعودية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2006، ص 45.

6- النظرة المستقبلية:

يحكم المرحلة العمرية وما يتعرضون له من خبرات تعليمية يكونون أكثر ميلا للنظر إلى مستقبل مجتمعهم باعتبارهم أصحابه الحقيقيين، ومن ثمة يكونون أكثر حرصا على تغيير الواقع المائل، وأكثر حساسية اتجاه متغيراته، وهذا ما يجعلهم في صراع مع الجيل الأكبر.

فالشباب الجامعي يتسمون بقدر كبير من الميل إلى المثالية في توجهاتهم وآمالهم الذاتية والاجتماعية وهذا ما يجعلهم غالبا في مشكلة قيم مع النظام أو الإطار الاجتماعي المحيط بهم، فهم يتعلمون من خلال دراستهم الجامعية أن القيم التي يتعلمونها مع والديهم لم تعد كافية ومناسبة للتفاعل مع معطيات الواقع^أ.

تشكل المرحلة الجامعية منعطفا حاسما للشباب من حيث تطلعه نحو المستقبل، ومن حيث الحياة المهنية والأسرية والاجتماعية، وفيها تتحدد الأهداف وطرق تحديدها ضمن عالم متقلب سياسيا اقتصاديا واجتماعيا، كما يؤثر التوجه الأكاديمي لدى الطالبات في تطوير نظرتهم للمستقبل وتوجههن وجهه ايجابيه كما يعمل على ترقية وتنمية قدراتهن الإبداعية.

تتأثر هذه النظرة المستقبلية بعدة متغيرات، أهمها الأسرة وأساليب التنشئة الاجتماعية خاصة لما تتميز به هذه الفئة من حساسية داخل البيئات الاجتماعية المنغلقة والمحافظة، حيث يصعب تغيير المسار الحياتي للمرأة، والذي خطط له من قبل الأعراف المجتمعية السائدة مما يصطدم مع الاهداف والنظرة المستقبلية للمرأة عامة والطالبة خاصة^ب.

7- القلق والتوتر:

يرجع لطبيعة المرحلة الفاصلة بين اعداده للدور الاجتماعي ونقله لهذا الدور والقيام به، وما يصاحب ذلك من خيارات تفرض عليه وقد لا تلائمها، ويبدو ذلك بوضوح في اختيار أنواع التعليم ووجهته، فكثير ما يقع الشباب الجامعي تحت وطأة القلق والتوتر نتيجة فرض تطلعات أبوية، كما ينشأ من غموض المستقبل.

والواقع يظهر الشباب الجامعي متحرر أو يتمتع بالحرية، غير أن الضغوط الاجتماعية شديدة على الشباب الجامعي، خاصة الضغط النفسي والمعنوي وهو ضغط غير مباشر وهي مغلفة بغلاف من

^أ خالد منصر، مرجع سابق، ص 103.

^ب وفاء عبد الستار السيد بله، "الدعم الأسري للشباب الجامعي وعلاقته بالاتجاه نحو المستقبل"، المجلة المصرية للاقتصاد المنزلي، الجمعية المصرية للاقتصاد المنزلي، العدد 35، مصر، 2019، ص 165-204.

الحرية الظاهرية بحيث لا تدرك من طرف الشباب الجامعي والمؤكد أن المجتمع الحديث المتحضر ليس مبرراً من ممارسة الضغوط النفسية التي يعرض بها الضغوط المباشرة على الطالب^أ.

يصاحب هذه المرحلة قلق وتوتر لدى الطالبات الجامعيات نتيجة الضغوطات الفيزيولوجية الراجعة إلى طبيعة مرحلة الشباب، التي تعد مرحلة متأخرة من المراهقة والتي تتميز بالطاقة والنشاط والحيوية والحماس والمخاطرة والجرأة والطموح^ب وتسعى الطالبات لتحقيق هذه الطموحات فضلاً عن القلق المستمر من المستقبل وهذا راجع للتغيرات والتحويلات التي طرأت على حياة الطالبة^ج وانتقالها من الرقابة الأسرية إلى الرقابة الذاتية والاعتماد على النفس^د.

ثانياً: حاجات الطالب الجامعي:

يمثل الطالب الجامعي أهم مدخلات ومخرجات العملية التعليمية لذلك يجب توفر جملة من الحاجات والمتطلبات التي تعمل على السير الحسن للمسار الدراسي والعلمي للطالب ومن أهم هذه الحاجات نذكر:

1- الحاجة إلى الأمن:

يمثل الأمن ضرورة من ضروريات الحياة وهو من مقومات الحياة الأساسية، فلا يمكن لأي مجتمع أن يتقدم ويزدهر دون تحقيق الأمن، وتمثل الجامعة اليوم أهم المؤسسات المجتمعية التي تقوم بدور بارز في حياة الشعوب والأمم ومن أهم رسالاتها إلى جانب البحث والتعليم العناية بقضايا الأمن التي لم يعد يقتصر على الأمن المادي والجسدي فقط بل تعداه إلى الأمن الغذائي، الأمن الفكري، الأمن الثقافي وغيرها من متغيرات الأمن العامة^{هـ}.

ومن هذا المنظور يجب على الجامعة كنسق مفتوح الاهتمام بأمن الطلبة وسلامتهم عن طريق مجموعة من الاجراءات والقواعد والأنظمة والتعليمات التي تكون بمثابة وقاية، وتوفير بيئة آمنة للطالب قدر الإمكان خاصة الطالبات الإناث لما تعنيه هذه الفئة داخل المجتمعات العربية والإسلامية، لذلك يجب أن يعتمد أمن الطالب الجامعي منظومة متكاملة من الاجراءات والركائز التالية: الأمن الفكري والثقافي، الأمن الوطني، الأمن الصحي والغذائي، الأمن النفسي، وغيرها من مقومات الأمن والسلامة.

^أ يوسف ميخائيل اسعد، الشباب والتوتر النفسي، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2001، ص 174.

^ب حنين محمد حسين، "علاقة التنظيم الذاتي بقلق المستقبل لدى طالبات المرحلة الثانية بكلية التربية"، مجلة الرياضة المعاصرة، جامعة بغداد، المجلد 17، العدد 1، العراق، مارس 2018، ص 1-11.

^ج مها سعيد سعد الزبيدي، "دور الجامعة في تحقيق أمن الطالب الجامعي"، المجلة العربية للدراسات الأمنية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، المجلد 35، العدد 3، السعودية، ديسمبر 2019، ص 379-390.

2- الحاجة إلى التكيف والقبول:

تمثل المرحلة الجامعية للطالب بيئة خصبة لطرح الأسئلة المستقبلية والمصيرية كما تمثل هذه المرحلة مرحلة انتقالية في حياة الطالب لما تحتاجه من قدرات نفسية وفكرية وكفاءات عالية لمواجهة التوترات الطارئة والقلق بسبب مجيئهم من بيئات مختلفة إلى المجتمع الجامعي وما يتطلبه من استعدادات وقدرات لتكوين صداقات جديدة واختلاط مع الجنس الآخر وطرائق تدريسية مختلفة.

لذلك يحتاج الطالب الجامعي إلى نوع من التكيف الخاص بالمجتمع الأكاديمي الجديد لبناء علاقاته وحصوله على القبول الاجتماعي، وهذا التكيف هو التكيف الأكاديمي الذي ينجم عن تفاعل الطالب الجامعي مع مختلف المواقف التربوية وهو تفاعل عدد من العوامل كالقدرة العقلية والتحصيلية وميولات الطالب التربوية واتجاهاته نحو النظام المدرسي وحالته النفسية وظروفه الأسرية.

وبغياب هذا التكيف الأكاديمي والقبول يعاني الطالب الجامعي من صعوبات في التكيف، مما يؤثر سلباً على الأداء الأكاديمي والتفاعل الاجتماعي والشعور بعدم الثقة والعزلة الاجتماعية، ولهذا فإن معظم الجامعات تولي أهمية بالغة لتحقيق التكيف الأكاديمي لطلبتها خاصة الطالبات الجامعيات اللاتي يعانين من صعوبات في التكيف بسبب اختلاف البيئة الجامعية عن البيئة الأسرية بفعل التنشئة الاجتماعية الخاصة التي تتلقاها هذه الفئة الاجتماعية في البيئات المحافظة والتي لا تدعم الاختلاط والابتعاد عن الأسرة.

3- الحاجة إلى التقدير الاجتماعي وتحقيق الذات:

يعرف تقدير الذات على أنه إدراك الفرد التام لمكانته وقدراته الإبداعية سواء كانت إمكانيات فكرية أو اجتماعية وهو يعتمد على مدى استفادة الشخص من قدراته وكفاءته للوصول إلى أهدافه وهو نسبي يختلف من فرد إلى آخر^أ. وتمثل البيئة الجامعية بيئة خصبة لبناء قدرات الطالب الجامعي وتحقيق أهدافه وتطلعاته على أساس علمي ممنهج، كما تمثل المؤسسة الجامعية فرصة حقيقية أمام فئة الطالبات الجامعيات لتحقيق ذواتهن واستقلاليتهم من خلال الانفتاح.

^أ صباح مرشود منوخ، "الكفاءة الاجتماعية وعلاقتها بالتكيف الأكاديمي لدى طلبة الجامعة"، مجلة جامعة تكريت للعلوم الانسانية، المجلد 22، العدد 12، العراق، جانفي 2015، ص 236.

^ب رضا سمير عوض عمر، "الفروق بين مرتفعي ومنخفضي التحصيل الأكاديمي في كل من إدارة الوقت وتحقيق الذات ومستوى الطموح لدى طلاب الجامعة"، مجلة كلية التربية في العلوم النفسية، جامعة عين شمس، العدد 43، الجزء 2، مصر، افريل 2019، ص 15-80.

يرتبط تقدير الذات ارتباطا وثيقا بتقدير الذات الاجتماعية وهو عنصر هام في تشكيل الشخصية والسلوك الاجتماعي لدى الطالب الجامعي كونه أحد أهم متغيرات عملية التكيف النفسي والاجتماعي والأداء المهني والأكاديمي وهو تعبير عن القيمة المستمدة من الكفاءة التي يتمتع بها الفرد والتي يشعر من خلالها بالثقة والنفس^أ، ويسهم الشعور بالكفاءة الاجتماعية والتقدير الاجتماعي للطالب الجامعي بالقدرة على التكيف مع الوضع والمحيط الجامعي.

كما يحتاج الطالب إلى الشعور بالتقدير والاعتراف الاجتماعي واشباع هذه الحاجة يمكنه من القيام بأدواره الاجتماعية والأكاديمية وبالتالي الحصول على مكانة اجتماعية، ويرتبط التقدير الاجتماعي للطالب بتقلده لمختلف الأدوار الاجتماعية وارتباطه بالمسؤولية الاجتماعية، وتعد الطالبة الجامعية من أكثر الفئات المجتمعية التي تسعى إلى تحصيل التقدير الاجتماعي بتغيير الصور الذهنية المرتبطة بالنوع الاجتماعي والتي سادت لعقود بفعل الأعراف الاجتماعية الخاطئة وتواتر الاستعمار.

4- الحاجة إلى التواصل وتشكيل العلاقات:

توفر الحياة الجامعية للطالب مجالات واسعة ومتنوعة لصقل المواهب والمهارات واكتساب المعارف والخبرات إضافة لجانب بالغ الأهمية في حياة الطالب يتمثل في بناء علاقات اجتماعية قوية ومستدامة، فالعلاقة الاجتماعية الجيدة بين الطالب ومحيطه من أعضاء هيئة التدريس وزملاء الدراسة تمثل حجر الزاوية في مسيرته العلمية والعملية^أ.

يشكل النسق العلائقي داخل الجامعة بين الطلاب عنصر بالغ الأهمية له تأثير إيجابي أو سلبي على الطالب ومساره الدراسي، حيث ينتقل الطالب إلى بيئة جديدة وربما جامعة بعيدة عن الأسرة وبهذا يكون الطالب مسؤولا عن اختياره لجامعة الرفاق بما يتوافق مع منظور المؤسسة التعليمية والثقافة المجتمعية للطالب الجامعي.

حاجة الطالب إلى بناء العلاقات الاجتماعية هو حاجة إلى التواصل في حد ذاته باعتبار الطالب فرد اجتماعي، وهذا التواصل لم يعد يقتصر على الجانب الفيزيقي في ظل التطور التكنولوجي الذي فرض نوعا جديدا من التواصل وهو التواصل عبر الشبكات الاجتماعية وبالتالي بناء نمط علائقي جديد مباشر أو افتراضي عابر للحدود القومية.

^أ بن طاهر طاهر، "تقدير الذات الاجتماعية لدى فئة الشباب الجامعي"، مجلة التنمية البشرية، جامعي وهران 2، المجلد 2، العدد 08، الجزائر، نوفمبر 2017، ص 137-166.

^ب عادل المكتيري، الطالب الجامعي وبناء العلاقات الاجتماعية، 9 ماي 2021، مقال متاح على الموقع [Http:// rs.ksu.edu.sa](http://rs.ksu.edu.sa) بتاريخ 06.04.2020.

كما أن مواقع التواصل الاجتماعي هدفت منذ نشأتها إلى المساعدة على تكوين العلاقات الاجتماعية بين المستخدمين بشكل عام، من خلال تبادل المعلومات ومشاركة الملفات ونشر الصور ومقاطع الفيديو والتعليقات، هذا ما جعل لها مكانة في الحياة اليومية للشباب ومنهم فئة الطلبة الجامعيين، مما نتج عنها انعكاسات نفسية وفكرية واجتماعية وخاصة تأثيرها على العلاقات الاجتماعية. فقد ساعدت مواقع التواصل الاجتماعي الطلبة في صقل مهاراتهم التواصلية، مع الآخرين وذلك بفعل خصائصها وما توفره من خدمات وتطبيقات كالفديو وأساليب الدردشة مما أثرى عملية الحوار في شتى المجالات والقضايا الراهنة، نتج عن هذا التواصل خبرات وتجارب جديدة بتواصلهم مع الأساتذة والباحثين أو الزملاء من الطلبة من مختلف الجامعات الوطنية أو الخارجية.

ثالثا: مهارات الطالب الجامعي:

المرحلة الجامعية هي مرحلة انتقالية، ينتقل فيها الطالب من السلطة الوالدية إلى المسؤولية الذاتية، لذلك فهي تحتاج إلى مهارات ومؤهلات تمكنه من استكمال مساره الدراسي، ولا تقتصر هذه المهارات على المؤهلات العلمية فقط بل تتعداها إلى المهارات متعلقة بالجانب الشخصي والاجتماعي وغيرها من المهارات نذكر منها:

1-مهارات متعلقة بالجانب الشخصي:

تتميز المرحلة الجامعية بالتححر والاعتماد على الذات في جميع مجالات الحياة، لذلك وجب على الطالب تعلم مهارة التعامل الصحيح مع مختلف المواقف التي تواجهه وتحمل المسؤولية اتجاه المشكلات. وهناك اتجاهات حديثة في مجال التعليم تدمج مهارات حل المشكلات الاجتماعية وتقبل النقد كمنهج رئيسية ويتم تدريب الطلاب على أسلوب حلها وفق أسس علمية وعقلانية مما يتطلب تعريف الطالب بالمشكلات المتصلة بالدراسة داخل المؤسسة التعليمية^أ.

^أإيتسام دراجي، "تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية للشباب الجزائري"، مجلة المعيار، جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، المجلد 24، العدد 50، الجزائر، 2020، ص 631-650.

^ببن قايد فاطمة الزهراء، "تعزيز قدرة الطالب الجامعي على تحقيق أبعاد التنمية المستدامة للاقتصاد الوطني"، مخبر بحث الدراسات الاقتصادية للمناطق الصناعية في ظل الدور الجديد للجامعة بوجعيريج، الجزائر، متاح على <https://www.academia.edu> بتاريخ 14.03.2022 .

نظرا للدور الهام والمرتبب للطالب الجامعي في المساهمة في عملية البناء ودفع عجلة التقدم في جميع مناحي الحياة، لذلك فالطالب الجامعي في أمس الحاجة لإدارة الوقت بكفاءة وفاعلية، وهذه مهارة تختص بإدارته لذاته وقدرته على خلق التوازن بين المهام الأكاديمية والاجتماعية ومواجهة التحديات التي من شأنها إضاعة وقت الطالب وبالتالي عدم تحقيق الأهداف المسطرة^أ.

كذلك يجب على الطالب مواكبة التطورات العلمية والتقنية للوقوف على مختلف المستجدات في التخصص وغيره ما ينعكس عليه بالإيجاب، كما يعود التعليم الجامعي بتأثيرات إيجابية كبيرة على تطوير المهارات الشخصية غير المعرفية للأشخاص، ذلك أن المرحلة الجامعية تتزامن مع الانتقال من مرحلة المراهقة إلى مرحلة البلوغ.

من أبرز هذه المهارات الشخصية هي الانفتاح على التجارب الجديدة، خاصة لدى الطلاب الذين يأتون من طبقات اجتماعية واقتصادية فقيرة، وثقافات متباينة وهذا ما يعزز درجات التوافق بين المجتمعات المتميزة في المستوى المادي كما يطور المهارات غير المعرفية مثل القبول وتطوير الشخصية من خلال احتكاكهم بشخصيات جديدة بالإضافة إلى ممارسة الأنشطة من الرياضة والسياسة والفن.

2-مهارات متعلقة بالجانب العلمي:

من أهم المهارات الواجب تنميتها لدى الطالب الجامعي، البحث العلمي وخاصة التعاوني لما له أهمية في إنتاج المعرفة التي تعد من أهم الوظائف الجامعية وأهدافها على الإطلاق، وقد أشار كل من "هولمس" و "جاردنر" أن التعليم الإلكتروني يعمل من خلال الجمع بين مجموعة متنوعة من الابتكارات الحديثة المتقدمة التي تتيح لأعضاء التدريس والطلاب فرصا جديدة للحصول على معلومات متنوعة، كما تمنح قوة مؤثرة في سلوك الطلاب نحو تبني مهارات بحثية مواكبة للتطورات الحاصلة في المجال العلمي^ب.

بالإضافة إلى ما سبق يجب توفر مهارة التفكير الناقد، حيث تعد الجامعة من أهم المراحل التعليمية التي يتم فيها إعداد الطالب لمواجهة مختلف التيارات الفكرية المتناقضة لذلك يجب على الطالب التسلح بمهارات التفكير الناقد لمواجهة التحديات والصعوبات التي تواجهه في هذه المرحلة التي تتسم بكثرة المعارف والمشكلات المعقدة.

^أ سوسن السكاف، "فاعلية إدارة الوقت لدى الطلبة الجامعيين وعلاقتها بالتحصيل الدراسي"، مجلة الخلدونية، جامعة زايد، الامارات العربية المتحدة، 2020، ص 20-37.

^ب سهام محمد أمر الله طه، "توظيف امكانات نظام إدارة التعلم (Black Board) في تنمية مهارات البحث العلمي لدى طالبات الدبلوم التربوي بجامعة بيشة"، مجلة كلية التربية، المجلد 33، العدد الأول، مصر، 2017.

تكمن أهمية تنمية التفكير الناقد لدى الطالب الجامعي في زيادة قدرته على إثبات وجهة نظره ودعم شخصيته وتعوده الاعتماد على النفس في اكساب المعارف ونقد الآراء السائدة بجرأة وثقة، كما يساعد التفكير الناقد على تخطي المواقف التي تواجه الطالب على الفهم العميق والصحيح للمحتوى العلمي بما يتضمنه من حقائق ومفاهيم ومبادئ^أ.

كذلك تعتبر المهارات التشاركية ومهارات العمل الجماعي من أكثر المهارات التي يجب التركيز عليها في هذه المرحلة من خلال التعاون والتفاعل الإيجابي الذي يخلق نوعاً من الاندماج عن طريق المشاركة في الأنشطة والفعاليات التي توفرها البيئة الجامعية كالبحوث، النوادي والأنشطة الرياضية داخل وخارج الجامعة والتي من شأنها تطوير مهارات الطالب.

3- مهارات متعلقة بالجانب الاجتماعي:

تتعلق هذه المهارات بالنمو الاجتماعي الذي يطرأ على عادات الفرد واتجاهاته الاجتماعية، ويخص الذكاء الاجتماعي والقدرة على التصرف في المواقف الاجتماعية والرغبة في توجيه الذات والسعي لتحقيق التوازن والتوافق الاجتماعي وتتمظهر هذه المهارات الاجتماعية في تفاعلات الطالب التي تصقلها المرحلة الجامعية كتجربة حياتية نوعية في حياة الطالب الجامعي.

يحاول الطالب في هذه المرحلة الانضمام إلى جماعة الرفاق التي يختارها لإرضاء حاجاته النفسية والانفعالية كالحاجة إلى التجانس مع الآخرين، وهنا يحاول التقيد بقيم وأهداف الجامعة، ويبني الطالب علاقات مع طلاب آخرين داخل الجامعة في مجال اتصالي يجعله في حالة انتماء للجامعة وهي بدورها تكون في حالة استيعاب له ولجماعته، فالانتماء الاجتماعي يعتبر حاجة أساسية.

ويمثل التفاعل الاجتماعي أهم المهارات التي يكتسبها الطالب خلاله مساره الدراسي وهو نمط خاص من التفاعل بأخذ بعين الاعتبار المنظومة الأخلاقية والقانونية للمؤسسة الجامعية مما يسهم في تنمية مهارة المسؤولية لدى الطالب الجامعي حيث تتنوع هذه المسؤولية بين المسؤولية الذاتية والمسؤولية الأكاديمية وأهمها المسؤولية الاجتماعية.

يتفق الكثيرون على الأهمية البالغة والكبيرة لموضوع المسؤولية الاجتماعية والاهتمام بتنميتها في حياة الطالب الجامعي من خلال ممارسته للأنشطة الطلابية بالجامعة لتأهيله وإعداده من الناحية الأكاديمية

^أ ماهر اسماعيل صبري، فاعلية برنامج مقترح لتنمية مهارات التفكير الناقد لدى طلاب الشعب العلمية مختلفي التخصص بكلية التربية بجامعة بنها، مجلة البحوث العربية في مجالات التربية النوعية، المجلد 3، العدد 3، مصر، يوليو 2016، ص 129.

والعلمية والاجتماعية والفنية وذلك من أجل بث روح المسؤولية الاجتماعية في نفوس الشباب حتى يكونوا قادرين على تحمل المسؤوليات في جميع مجالات الحياة^أ.

ويعتبر موضوع المسؤولية الاجتماعية من الموضوعات المهمة في الحياة المعاصرة والمهام الجديدة للبيئة الاجتماعية والتعليمية لما يشهده العالم اليوم من تقدم في مختلف مجالات الحياة، الأمر الذي جعل الأفراد بصفة عامة والطلاب بصفة خاصة بحاجة ماسة للتكيف مع متطلبات العصر، لذلك دعت الحاجة إلى ادماج موضوع المسؤولية الاجتماعية ضمن المناهج الدراسية والمفاهيم المقاربة لها كالتعايش، الاخاء، العدالة، والحرية الشخصية واحترام ثقافة الآخرين.

المسؤولية الاجتماعية تعد مكونا أساسيا من ضمن المكونات المعرفية والمهاراتية الذي تستهدفه الجامعة وذلك انطلاقا من أن الطالب المسؤول اجتماعيا هو فرد يؤدي أدواره كما هو محدد له، ويكون له دراية بشؤون مجتمعه فهو مشارك بفعالية في كل قضايا مجتمعه ويدرك جيدا دوره ومسؤولياته في ارتباطها بمسؤوليات الآخرين، ومن ثمة فإن تنمية المسؤولية الاجتماعية هي تنمية للجانب الخلفي الاجتماعي في الطالب كما أن تنمية هذا الجانب ليس منفصلا عن تنمية الشخصية وتتكامل معه^ب.

هنا لابد من بيان أهمية المهارات التواصلية لدى الطالب الجامعي، حيث يمثل التواصل عملية مشاركة وتبادل وحوار وكذلك استجابة ضمن الموقف الاتصالي من خلال التركيز على البعد التفاعلي للاتصال بين الأطراف المتواصلة، وهذا الموقف الاتصالي هو في حقيقته عملية اجتماعية تبني علاقات شخصية تشكل بدورها شبعا اجتماعيا مترابطا.

الجامعة تنظم مؤسساتي يعتمد في سيره على التواصل بين أفرادها لذلك وجب على الطالب تطوير مهاراته التواصلية المباشرة أو عبر الوسائط الاجتماعية لبناء علاقات شخصية وذلك باستخدام كافة الوسائط الرقمية ومواقع التواصل الاجتماعي الافتراضية.

أكدت العديد من الدراسات إلى أن هذه الوسائل تفتح فرصا كبيرة لتطوير التعليم وزيادة فاعليته وتنمية العلاقات الإيجابية بين المعلم والمتعلم، وأن زيادة التفاعل بين الطلاب يقود إلى فرص أكبر للتفاعل ويحيي روح المنافسة، كما تعد هذه الوسائل أدوات تعليمية فعالة، وهذا ما أكدته نتائج دراسة منيرة محمد مظهر لطفي حول استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لزيادة التفاعل بين الطلاب وأعضاء هيئة التدريس.

^أ ناهد عدلي شاذلي وآخرون، "متطلبات تفعيل دور الجامعة في تنمية المسؤولية الاجتماعية لدى الطلاب من خلال ممارسة الأنشطة الطلابية"، مجلة الدراسات التربوية النفسية، العدد 104، الجزء الثاني، مصر، يوليو 2019، ص 250.

^ب شريف محمد عوض، خالد بن سليم، "الأنشطة الطلابية وتنمية المسؤولية الاجتماعية لدى طالب جامعة حائل"، مجلة كلية الآداب، جامعة المنصورة، العدد 60، مصر، جانفي 2017، ص 835-875.

فقد أشارت نسبة 92.9% من أفراد العينة المدروسة باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التفاعل مع أعضائه هيئة التدريس، بينما أشارت نسبة 7.1% بعدم استخدامها كما أن السبب وراء استخدام الطلاب لهذه الوسائل هو تبادل المعلومات مع الزملاء بنسبة 69.2% ثم التواصل الفوري أعضاء هيئة التدريس، ونسبة 63.5% أكدت على قدرة ونجاح هذه الوسائل في تحقيق التواصل الاجتماعي بين الأفراد بصفة عامة¹.

إذ تعد شبكات التواصل الاجتماعي بنية اجتماعية افتراضية تعمل على تطوير المهارات الاجتماعية لدى مستخدميها، حيث تعمل على جمع الأفراد والجامعات ذات الاهتمامات المشتركة على المواقع العنكبوتية، وإقامة علاقات اجتماعية بوسيلة الكترونية وهي أفضل وسيلة لتحقيق التواصل بين الأفراد والجامعات². خاصة في الوسط الجامعي الذي يستلزم نوعاً خاصاً من التواصل.

رابعاً: بعض مشكلات الطالب الجامعي:

تشكل المرحلة الجامعية بالنسبة للطالب الجامعي مرحلة تغيير جذري خاصة بالنسبة للطلبة المقيمين، حيث يفرز هذا التغيير جملة من المشكلات التي تتراوح بين الاجتماعية، الاقتصادية، النفسية وغيرها من المشكلات التي من شأنها عرقلة المسار الدراسي والمردودية العلمية للطالب ومن أهم هذه المشكلات:

1- المشكلات النفسية:

يعد العامل النفسي من بين أهم المشكلات التي قد يعاني منها الطالب الجامعي، والتي تتضح نتائجها جلية في علاقة الطالب بغيره سواء بأساتذته أو زملائه، أو الإدارة، وتلعب المشكلات النفسية دوراً مهماً في استقرار الطالب الجامعي ووضوح أهدافه وتحقيق طموحاته، وتمثل هذه المشكلات مجموعة المواقف والصعوبات والظروف التي تواجه الطالب وترتبط بمفهومه الشخصي لكل من الحياة والدراسة والعلاقات الاجتماعية³.

تفرز هذه المشكلات الاجتماعية جملة من السلوكيات النابعة من شعور الطالب بالقلق والاكتئاب، الوسواس، الخوف من التحدث أمام الآخرين أو ما يعرف بالرهاب الاجتماعي، الشعور بالملل والتعب بسرعة، وترتبط

¹ منيرة محمد مظهر لطفي، عبد الهادي منى محمود محمد، "استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لزيادة التفاعل بين الطلاب وأعضاء هيئة التدريس في أقسام المكتبات"، مجلة بحوث علم المكتبات، جامعة القاهرة، المجلد 24، العدد 13، مصر، مارس 2020، ص 492.

² جوهرة أبو عيطة، "امتلاك طالبات الجامعة مستخدمات وغير مستخدمات شبكة التواصل الاجتماعي المهارات الاجتماعية"، مجلة المنارة، جامعة آل البيت، المجلد 21، العدد 4، الأردن، جوان 2015، ص 06.

³ مكناسي أميرة، قاسمي صونيا، "قراءة في مشكلات الطلبة الجامعيين"، مجلة دراسات، جامعة شنطينة 2، المجلد 7، العدد 2، الجزائر، 2020، ص 348-382.

هذه المشكلات النفسية ارتباطا وثيقا بالمشكلات الصحية كالأمراض المزمنة، وكل هذه المشكلات قد تكون عائقا أمام تكوينه الأكاديمي.

من أبرز هذه المشكلات النفسية الرهاب الاجتماعي لدى الطلبة خاصة الطالبات الجامعيات وهذا راجع للتنشئة الاجتماعية والخلفية الثقافية التي تفرض نوعا من التفاعلات ونمطا سلوكيا خاصا يؤثر على مدى تفاعلاتها الاجتماعية داخل وخارج البيئة الجامعية ويتجلى هذا الاضطراب في المواقف الاجتماعية مما يعيق عملية الاتصال الاجتماعي السليم مع الآخرين.

تتفق العديد من الدراسات أن الرهاب الاجتماعي هو عجز وضعف في الشخصية، إذ يعبر المرهبون اجتماعيا عن معاناة جسمية وتعطيل في وظائفهم الدراسية والمهنية والاجتماعية حيث يعبر 83%^أ من هؤلاء أن مخاوفهم تلك تثبط الوظيفة الدراسية وتمنعهم من التكلم في الصف الدراسي، أو الالتحاق بالنوادي أو الفرق الرياضية، أو التنظيمات الطلابية، أو تمنعهم من الحصول على درجات أفضل بسبب عدم المشاركة في المناقشات الصفية ويشعر 92% من المبحوثين أن أدائهم المهني كان ضعيفا بشكل كبير.

2- المشكلات الأكاديمية:

هناك العديد من المشكلات التي تعترض الطالب بالمرحلة الجامعية، وتؤدي إلى تعثر مسيرته الأكاديمية، وتتخذ هذه المشكلات صورا متعددة ومتباينة فمنها ما يتعلق بشخصية الطالب، ومنها ما يتعلق بأسرته، ومنها ما يتعلق بواقعه التعليمي الأكاديمي، وفي المرحلة الجامعية يتضح أن أهم المشكلات الأكاديمية التي يعاني منها الطلاب تتمثل في ضعف الإرشاد الأكاديمي، والعلاقة بين إدارة الجامعة والطلاب. كما يمثل ضعف المهارات الأكاديمية وعدم القدرة على إدارة الوقت مشكلة تؤثر على الإنتاجية العلمية والمعرفية لدى الطالب الجامعي، كذلك تسهم أساليب التدريس التقليدية وغير المتجددة في تدني مستوى التحصيل الدراسي للطالب، والمعاملات الأكاديمية التي تستغرق وقتا طويلا، وتعارض بعض المواد الدراسية، كما يؤدي نقص وسائل الايضاح والأجهزة التعليمية إلى تناقص فرص الفهم والنجاح^ب.

^أ علي محمود كاظم الجبوري، "أثر استعمال أسلوب إزالة التحسس في علاج الرهاب الاجتماعي لدى طلبة الجامعة"، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة بابل، المجلد 1، العدد 9، العراق، مارس 2012، ص 238-262.

^ب مطلق مقعد الروقي، "المشكلات الأكاديمية التي تواجه طلاب السنة الأولى بكليات محافظة عفيف وعلاقتها بمستوى الأداء الأكاديمي لهم"، مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، العدد 170، الجزء الأول، مصر، أكتوبر 2016، ص 710-749.

بما أن الطلاب في المرحلة الأولى يعانون من مشكلات أكثر من غيرهم في المستويات الأخرى، نظرا لحداثته عهدهم بالجامعة وانتقالهم إلى بيئة جديدة غير مألوفة من حيث النظام الأكاديمي والإداري، وما يؤكد ذلك أن 280 طالبا أنهوا السنة الأولى بكلية التربية حصل 107 منهم على إنذار أكاديمي واحد على الأقل، أي ما نسبته 38% بينما حصل 148 طالبا من 406 طالبا في كلية إدارة الأعمال على إنذار أكاديمي، أي ما نسبة 36% بسبب تدني المعدل إلى أقل من 2 من 5.

هذا ويؤثر عدم إلمام الطالب الجامعي خاصة المستجد بوجود برامج الإرشاد الأكاديمي، كما يؤثر غياب التأطير الإرشادي وعدم الاهتمام بظروف الطالب واحتياجاته، وفهم البرامج الدراسية ومتطلباتها، كذلك غياب المراقبة الأكاديمية يضعف الأداء له.

تمثل صعوبة استيعاب الطالب لمحتوى المقررات الدراسية خاصة التي تكون بلغة أجنبية وعدم التنوع في الأساليب الدراسية وقلة الأنشطة التعليمية المصاحبة والتركز على المراجع والمصادر الدراسية كمصدر أساسي للبحث، كما يشكل اعتماد أساليب التقويم على أساس قياس مستوى الحفظ والتذكر لدى الطالب أي اعتمادا المنهج التلقيني مشكلا أكاديميا يسهم في تعثر المسار الدراسي للطالب.

3-المشكلات الاجتماعية:

من أبرز العوامل المؤثرة على الطالب من الناحية الاجتماعية هو العامل العائلي حيث تشكل الغربية وانتقال الطالب إلى مدينة أخرى لمزاولة الدراسة مشكلا يؤدي إلى عدم تكيفه مع البيئة الجديدة والتي تمثل ثقافة ونمط مغاير لما ألفه، كما يمثل السكن الجامعي عملا استقرار الطالب وتفاعله دراسيا واجتماعيا مع البيئة الجامعية إلا أنه يعد عاملا سلبيا بسبب نقص الخدمات وعدم التوافق مع زميل الإقامة^أ.

وتمثل الطالبة الجامعية حالة خاصة ضمن المشكلات الطلابية، لما تمثله هذه الفئة المجتمعية من خصوصية مرتبط بواقع النوع الاجتماعي والنظرة المجتمعية لهذه الفئة، ويتميز الحرم الجامعي بخصوصية ثقافية، تعليمية فمن خلال هذا المجال كفضاء فيزيقي، تغيرت في ذهنية وتصورات الطلاب مجموعة من المفاهيم مثل (رؤى المستقبل، العمل، الصداقة، علاقة الرجل بالمرأة..). هذا ما جعل الطالبة تجمع في تصورهما بين الزواج والتعليم في الوقت نفسه، كما برزت ظاهرة التحاق المرأة في سن الثلاثين والأربعين مهما كانت حالتها المدنية بالجامعة.

^أ سمية سعدون، فلوح أحمد، 'واقع مشكلات الطلبة الجامعيين الجدد'، مجلة روافد للدراسات والأبحاث العلمية في العلوم الاجتماعية والإنسانية، المركز الجامعي بلحاج بوشعيب، جامعة عين تموشنت، المجلد 5، العدد 1، الجزائر، جوان 2021، ص 259-278.

تعتبر الجامعة أهم فضاء للتعرف والتواصل بين الشبان والشابات، الشيء الذي يجعل العلاقات جد حساسة ما بين الجنسين، وبطريقة غير واعية ولا مدروسة نجد تجمعات حسب محدد الجنس فغالبا ما تكون تجمعات الطالبات على جانب، وتجمعات الشبان على جانب آخر، وكثيرا ما يذم الطالب الذي يجتمع مع البنات في معظم الأوقات، باستثناء الأصدقاء والعلاقات الحميمة، فالعلاقات الاجتماعية للطالبات خصوصا مع الجنس الآخر تأخذ قسطا كبيرا من الحرية وانفتاح تام على بعض السلوكات الحضرية الغير مقبولة^أ.

من أهم المشكلات التي تواجه الطالبات الجامعيات تلك الضغوطات التي تواجهها الطالبة المتزوجة والمتمثلة في صراع الأدوار الاجتماعية التي تتجسد في التعارض بين النشاطات الدراسية والنشاطات الاجتماعية خارج الأسرة من جهة وبين حياتها الزوجية والأسرية من مهام الأمومة والرعاية والأعمال المنزلية من جهة أخرى، وقد يؤثر صراع الأدوار هذا على الانتاجية العلمية والمسار الدراسي للطالبة الجامعية.

هذا ما أكدته نتائج دراسة الباحثة أمل ابراهيم عبدة سليمان حول مشكلات الطالبة الجامعية المتزوجة، حيث أشارت نسبته 64.7% من المبحوثات بفكرة ترك الدراسة بسبب الضغوط الأسرية، ونسبة 58.6% تشير إلى استخدام المكافأة الجامعية لتلبية رغبات الأبناء وهذا راجع إلى المشكلات الاقتصادية التي تعاني منها الطالبات وتشير نسبة 81.1% يرفض الزوج التدريب الميداني في بعض الأماكن ولا يمكن تغييرها^أ.

كما تبرز ظاهرة تعاطي المخدرات أو الإدمان كأبرز المشكلات الاجتماعية التي يعاني منها الوسط الطلابي عامة والطالبات خاصة، حيث كشفت دراسة ميدانية أجرتها المؤسسة الوطنية لترقية الصحة وتطوير البحث العلمي بالجزائر أن 13% من الطالبات يتعاطين المخدرات، و 18% منهم يدخن السجائر، و 10% يتناولن المشروبات الكحولية في الوسط الجامعي، كما أشارت المؤسسة في تقريرها

^أ بن علي نصيرة، "واقع علاقات النوع الاجتماعي في الوسط الطلابي"، مجلة التدوين، جامعة وهران 2، العدد 11، الجزائر، السداسي الثاني 2018، ص 182-188.

^أ أمل إبراهيم عبده سليمان، "مشكلات الطالبة الجامعية المتزوجة ودور الخدمة الاجتماعية في مواجهتها"، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة السلطان قابوس، المجلد 11، العدد 2، عمان، أوت 2020، ص 15-35.

إلى أن لجوء الطالبات إلى المخدرات له أسباب متشابكة، تختلف حسب الحالات، أهمها الحياة في الإقامة الجامعية، الفشل في الدراسة، الوسط العائلي الذي جاءت منه الطالبة¹.

الأمر الذي أكدته نتائج دراسة عائشة الشهري حول العوامل الاجتماعية المرتبطة بتعاطي المخدرات من وجهة نظر الطالبات الجامعيات، حيث أشارت النتائج إلى أن أولى العوامل الاجتماعية المرتبطة بتعاطي المخدرات هو التفكك الأسري وأبرزها ضعف الرقابة الأسرية، وتجاهل الآباء الاستماع إلى مشاكل الأبناء، أما ثاني العوامل فقد تمركز حول جماعة الأقران وإغواء الصديقات، كذلك العنف الأسري المادي واللامادي ومن أبرز العوامل كان الشعور بالفراغ والضغوطات اليومية².

ومن زاوية أخرى تشكل تطلعات الطالبات إلى الاستقلالية هاجسا يورق الطالبات ولا يقصد بالاستقلالية المادية فقط بل المعنوية كذلك، وفي الواقع ورغم النزعة المتجهة نحو النجاح المتواصل للإناث، إلا أن الأمر ليس مطلقا ويغطي تناقضات عديدة، إذ ما زال هناك عوائق اجتماعية تمنع فئة الإناث من الوصول إلى المواقع المهنية خاصة المتقدمة والقيادية منها، حيث بينت احصائيات 2001 التي نشرها الديوان الوطني للإحصاء أن النساء الناشطات في الجزائر لا تمثل إلا 15.03% من مجموع المجتمع النشط مقابل 84.97% من الرجال و 14.18% من مجموع المجتمع العامل³.

لذلك فإن الطالبات يعتبرون الشهادة الجامعية عربون استقلاليتها إذ تمكنها من تغيير وضعها في العائلة والمجتمع، كما يعتبرن الدراسة رهان واستثمار في السوق الزواجي إذ يسمح المستوى التعليمي وبالتالي الوضع الاجتماعي الذي تكتسبه الفتاة أثر التفاوض في إطار علاقة قوة على تحسين وضعها وتحقيق تطلعاتها.

¹ أحمد رواية، تزايد تعاطي المخدرات وسط الطالبات في الجزائر، 03/10/2004، مقال الكتروني متاح على: <http://www.aljazeera.net> بتاريخ 14.04.2022.

² عائشة بنت محمد ظافر الشهري، العوامل الاجتماعية المرتبطة بتعاطي المخدرات من وجهة نظر الطالبات الجامعيات، رسالة ماجستير، تخصص تأهيل ورعاية اجتماعية، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، السعودية، 2019، ص 1.

خامسا - استخدامات الطالب الجامعي لمحتوى قنوات اليوتيوب:

1-المجال الاجتماعي:

مكن اليوتيوب كغيره من المواقع التواصلية العديد من الفئات المجتمعية أهمها الشباب من التعبير عن آرائهم ومناظوراتهم الخاصة عبر قنوات أنشأها الشباب تناولت مجموعة من القضايا الشائعة التي تهم الرأي في مختلف الميادين الاقتصادية، السياسية وأهمها الحقل الاجتماعي باعتباره المعبر الأساسي عن الواقع المعاش.

جاء تفضيل الشباب مشاهدته اليوتيوب بنسبة 65.6% في مقابل التلفزيون بنسبة 23.6%، حيث برزت في السنوات الماضية مجموعة من القنوات على اليوتيوب برؤى شبابية تنتقد المجتمع والأوضاع السياسية والاقتصادية وغيرها من المواضيع، واعتمدت هذه القنوات على اساليب إقناعيه مختلفة لعل انجحها الأسلوب الكوميدي الساخر.

تعد قضايا الرأي من أهم القضايا التي تثير جدلا ونقاشا واسعا ويهتم بها الرأي العام والتي تختص بجميع الحقول و الميادين الاجتماعية على موقع اليوتيوب، فحسب دراسة" سكر علي حسن البريدي" حول اعتماد شباب الجامعي على موقع اليوتيوب في متابعة قضايا الرأي وعلاقته بالأمن الفكري لهم فقد جاءت قضايا الرأي العام التي تثير جدل اعبر موقع اليوتيوب من وجهة نظر الشباب كالتالي: قضايا التنمية كأهم القضايا التي تثير جدلا بنسبة 69.3% ثم طائرات معارضة بنسبة 55.3% ثم التفكك الأسري بنسبة 46.6% تليها قضايا الإرهاب بنسبة 40.3% ثم الغلاء بنسبة 37% كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث نحو آرائهم في بعض القضايا مثل الغلاء والتنمية والبطالة والإهمال الطبي^أ.

هذا مرده إلى الاختلافات في التوجهات والاهتمامات بين فئة الشباب والتمايز النوعي في التعاطي مع مختلف القضايا المجتمعية، وهذه الفروق الجندرية في متابعه المواضيع راجعة إلى التنشئة الإعلامية والذي تفرضها الثقافة المجتمعية في المراحل العمرية الأولى للأفراد، وهذا ما يؤثر في كثير من الأحيان على اهتمامات شباب حول بعض القضايا ومتابعتها إعلاميا.

^أ إيمان مرابط، الجامعة والتنمية: طالبات ومشاريع مستقبلية، مجلة إنسانيات، جوان 2003، مقال إلكتروني متاح على الموقع: <http://Journals.openedition.org> بتاريخ 14.04.2022.

^ب سكرة علي حسن البريدي، "اعتماد الشباب الجامعي على موقع اليوتيوب في متابعة قضايا الرأي وعلاقته بالأمن الفكري لهم"، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، العدد 54، مصر، يوليو 2020، ص 3787-3826.

كما أكدت نتائج دراسة حول أسباب ثقة الذكور والإناث في موقع اليوتيوب بأنها تدعم القضايا التي تعرضها بالأرقام والوثائق والأدلة ' ثم في الترتيب الثاني أنها تلتزم بفصل الرأي عن المعلومة' كذلك كون اليوتيوب يوفر الحرية وإبداء الرأي بالتعليق لكل من الذكور والإناث.^أ

كما تمثلت أهم القضايا المعالجة في الفيديوهات الرقمية على اليوتيوب حسب دراسة «زهره حق جوف» حول الإعلام الإلكتروني والقضايا الاجتماعية في قضية اختطاف الأطفال، التعليم في الجزائر، والمرأة في الجزائر، ورمضان في الجزائر. كما ركزت الفيديوهات على الجوانب السلبية لمختلف القضايا المعالجة بهدف توجيه الرأي العام وتسلط الضوء حول مختلف الظواهر السلبية المتفشية في المجتمع وتمير رسائل للمسؤولين قصد التغيير وإيجاد الحلول لمختلف الظواهر الاجتماعية.^ب

من أبرز استخدامات الشباب الجامعي لمحتوى موقع اليوتيوب في المجال الاجتماعي هو المعالجة الإعلامية لمختلف الظواهر والقضايا المجتمعية كذلك التغطية الآنية والمباشرة للوقائع والأحداث، ومن أهم هذه الظواهر ظاهرة العمل التطوعي التي استفادت من مزايا وخصائص اليوتيوب من خلال بث فيديوهات تلقى رواجاً كبيراً ونسب مشاهدة عالية بفعل خاصية المشاركة لأعمال خيرية من طرف أفراد أو جهات رسمية.

هذا ما تطرقت إليه الباحثة " هناء حنفاوي يوسف" حول " ثقافة التطوع التي يتضمنها موقع اليوتيوب" وقد أكدت نتائج الدراسة ارتفاع نسبة الشباب في العمل التطوعي ب 49.3% بالمئة وتوقع نسبة الذكور على الإناث 56% بالمئة وان نسبة الإعجاب بلغت 55.3% بالمئة في حين بلغت نسبة المشاهدة 89.3% و ارتفاع نسبة النصح والتشجيع في التعليقات وارتفاع نسبة قيمة خدمة المجتمع كأحد أهم القيم المقدمة داخل الفيديوهات تليها قيمة عمل الخير ودافع حب الآخرين وتقديم المساعدة.^ج

من أبرز دوافع العمل التطوعي هو الدافع الديني تليها الرغبة في مساعدة الآخرين ومن بين المعوقات الاجتماعية التي تعيق مشاركة المرأة في العمل التطوعي هو غياب تشجيع من المجتمع، وكذا سيادة بعض الأعراف والتقاليد التي تتعارض مع خروج المرأة للعمل التطوعي أو ظهورها على المواقع التواصلية، كذلك عدم وجود هيئات ومؤسسات تدعم العمل التطوعي النسوي.

^أ المرجع السابق، ص 310.

^ب الزهرة بوجفجوف، "الإعلام الإلكتروني والقضايا الاجتماعية في الجزائر: تقنية البودكاست الفكاهي أنموذجاً"، مجلة الباحث الإعلامي، جامعة بغداد، العدد 42، العراق، 2018، ص 135-146.

^ج هناء حنفاوي يوسف، "ثقافة العمل التطوعي التي يتضمنها موقع اليوتيوب"، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، جامعة القاهرة، العدد 13، مصر، جانفي، 2018، ص 473-507.

استخدامات محتوى موقع اليوتيوب التي استثمرتها المرأة الجزائرية في طرح القضايا والمواضيع التي تهمها في المجالات الاجتماعية عبر استخدام المدونات التي لاقت مدى واسع الانتشار فعمدت إلى إنشاء مدونات تعبر عن اهتماماتها ومولاتها مثل قضايا الزواج والعنف ضد المرأة ثم قضايا العمل تليها القضايا السياسية ثمالصحية فقد فتحت المدونات باب النقاش والحوار حول القضايا المتعلقة بالمرأة رغم انكار المجتمع الجزائري لذلك.

حيث تؤكد دراسة لنا زبيحة وراضية بلقاضي تحت "عنوان قضايا المرأة في المدونات المرئية الجزائرية أن أهم المضامين التي تطرحها المدونة بشكل كبير هي الأعمال المنزلية والصحة والجمال كونها تعبر عن اساسيات اهتمامات المرأة اضافة الى مواضيع الحياة الاجتماعية والعلاقات الزوجية والأسرية وتنمية الذات.

فقط كشفت الدراسة نسب عالية لاستخدام المرأة لمواضيع المدونات على اليوتيوب حول الروتين اليومي والتنظيم والصحة والجمال، في حين تدني نسب المواضيع الخاصة بالحياة الاجتماعية من خلال طرح مشاكل في العلاقات الزوجية والأسرية وتقديم نصائح وإرشادات في هذا المجال، اضافة الى التطرق لمجموعة من المعارف والمعلومات التي تساعد في تنمية وتحسين المهارات الذاتية.

يفسر الكاتب والاعلامي "يوسف بلوج" هذه النمطية في نوعية محتوى اليوتيوب المقدم من طرف المرأة والذي أثر بدوره على استخدامها لمحتوى موقع اليوتيوبهو أن الغالبية منهن يقدمن محتوى محدد يتراوح بين فنون التجميل والطبخ وهذا يعكس اهتمامات المرأة الجزائرية، وهذا ما أكدته الباحثة فاطمة علي حول التعبير الفني النسائي في الفضاء العمومي والتي تعتقد أن المرأة الجزائرية في اليوتيوب كانت تتصور العثور على منفذ للتعبير إلا أن الشاشة لم تحميها من المعتقدات المجتمعية مما إضطرها للخضوع لنظرية السقف الزجاجي أي توقف نمو طموحها^أ.

^أ لنا زبيحة، راضية بلقاضي، "قضايا المرأة في المدونات المرئية الجزائرية"، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص إعلام واتصال، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي، الجزائر، 2020، ص68.

^ب ثقافة ومجتمع، يوتيوب برز جزائريات بين كسر المحظورات وقولية المرأة، 2018-9-16. متاح على موقع <https://www.dw.com> بتاريخ 26.4.2020.

2-المجال الرياضي:

تعتبر الرياضة من العلوم الإنسانية التي تهتم بالإنسان من جميع النواحي النفسية والبدنية والاجتماعية فقد عرفها الإنسان منذ القديم ومارسها بطريقة فطرية كالدفاع عن النفس باعتبارها متطلب أساسي من حاجاته ومن تربيته العامة التي تتحقق من خلال الأنشطة البدنية التي يقوم بها والمساهمة في تربية الممارسين لها تربية متكاملة ومتزنة بدنيا وعقليا ونفسيا فهي ذات أهمية كبيرة في حياتهم من خلال تعليمهم مختلف المهارات الحركية التي تساعدهم على التكيف مع أنفسهم ومع غيرهم إضافة إلى منحهم الصحة والسلامة.

ولقد تطورت أنواع هذه الرياضة واستخداماتها من زمان إلأخر وعلى مر الحضارات من خلال مختلف الوسائل الاتصالية التي استعملها الإنسان في ذلك ابتداء من الاتصال الشفهي إلى عصر الميديا الجديدة فظهر ما يسمى بالإعلام الرياضي الذي هو جزء من الإعلام العام ولكنه عملية و منظومة اتصالية التي تختص بنشر الأخبار والمعلومات والحقائق والمعارف المرتبطة والمتخصصة بالميدان الرياضي بغرض شرح و تفسر القواعد والمبادئ التي تنظم الألعاب والرياضات المختلفة للجمهور وكذلك نشر الثقافة المرتبطة بهذا المجال لديه لتنمية اتجاهات الأفراد الإيجابية نحو ممارسة مختلف النشاطات الرياضية وتوجيههم نحو استثمار أوقات فراغهم لكونها جزءا هاما من حياتهم اليومية إذ لا يمكن تصور العصر الحالي دون الرياضة خاصة لما يتعلق الأمر بالمنافسات العالمية التي تحظى بشعبية واسعة مثل كأس العالم والألعاب الأولمبية وغيرها من التظاهرات الهامة والتي يتم عرضها و التعريف بها عبر مختلف الوسائل الإعلام والاتصال^أ.

ومن بين هذه الوسائل المهمة بالمجال الرياضي نجد مواقع التواصل الاجتماعي ومن بينها اليوتيوب الذي يلعب دورا هاما في عملية إعلام الرياضي.

والذي يعرف إقبال كبير من طرف الأفراد لما يتميز به من مرونة وتفاعلية الفيديوهات حيث أصبح المستخدم يستقي معلوماته الرياضية من الصفحات والمجموعات الرياضية المتواجدة بهذا الموقع والذي تنشر الأخبار والصور الخاصة بهذه الأحداث في حينها من خلال تطبيقات الحديثة التي تمكنه من البث المباشر لها وترك مساحة التفاعل للمتابعين لإبداء آرائهم حول ما ينشر بها من مضامين إعلامية حيث أصبحت الرياضة ظاهرة اجتماعية حسب آراء الكثير من الباحثين إذ يقول احدهم " مما لاشك فيه أن

^أ رانا مروان العيسى، دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية لدى الشباب الأردني من وجهة المدربين الرياضيين، رسالة ماجستير، كلية الاعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2020، ص 22.

الرياضة تشكل جزءا مهما في الحياة الاجتماعية المعاصرة فلم تعد امراً فرضيا يمارسه الإنسان بمفرده أو بصحبة رفاقه المحيطين به وفي الإطار المكاني الذي يعيش فيه فحسب بل أصبح ظاهرة اجتماعية بقدر ما تشغله من حيث كبير في الإعلام المقروء والمسموع والمرئي والشبكات الاجتماعية على وجه الخصوص^أ.

لقد أشار هؤلاء الباحثين أن موقع اليوتيوب كغيره من المواقع الاجتماعية الاتصالية خصص جانبا مهما للرياضة من خلال التطرق لمختلف أنشطتها بتحليل والتقديم المفصل للمعلومات والتواريخ الخاصة بها وبث الأخبار حولها و تشجيع على ممارستها وذلك عن طريق تشكيل وعي رياضي لفئة المجتمع المختلفة من عامة الأفراد إلى الطلاب بصفة خاصة وحسب الجنسين ذكورا وإناثا حيث يكون هذا الوعي متجسد في الاطلاع الدقيق والشامل على شؤون الرياضة بقوانينها وخصائصها ومنظمتها وتاريخها وقواعد ممارستها وأهميتها والابتعاد عن كل مظاهر العنف والشغب وتلقين تعاليم الروح الرياضية وتعديل اتجاهات الرياضية و تتميتها حتى يتحقق الهدف الاسمي للإعلام الرياضي المتمثل في تقديم إضافة للمجتمع من باب امتداداته ليصل إلى كل زاوية من زوايا المجتمعات وأفرادها لتشكل مصدرا رئيسيا في ملء وقت الفراغ والتسلية وتكوين واقع رياضي جديد إضافة إلى خلق ثقافة رياضية مكونة من مجموعة من العلوم والقيم المعرفية والفنون الاجتماعية والتربوية والصحية المكتسبة من الأنشطة الرياضية المختلفة التي يكتسبها الفرد من البيئة ومن خلال خبراته الخاصة سواء بالمشاهدة والممارسة والقراءة لتلك الأنشطة والتي من شأنها تطوير الشخصية الفردية للمتبعين لها^أ.

لقد جاء في التقرير السنوي الذي أصدره معهد رويترز للصحافة في جوان 2018 والذي يشمل 50 ألف شخص من 26 دولة كبرى أن 38 بالمائة من الأشخاص في العالم يستخدمون اليوتيوب كمصدر رئيسي لتتبع مختلف الأخبار والأنشطة الرياضية واحتلاله المرتبة الثانية بعد الفيسبوك بنسبة 44 بالمائة من استحواده على عدد مستخدمين في المجال الرياضي.

على غرار فئة الذكور المتابعين بكثرة للأنشطة الرياضية اختلاف أنواعها من البطولات المحلية إلى العالمية نجده فئة الإناث هي كذلك ذات اهتمامات رياضية نتيجة لتصفحها بكثرة لمضامين مواقع التواصل الاجتماعي ومن بينها موقع اليوتيوب الذي أتاح الفرصة لجميع السيدات سواء الماكثات البيت

^أ سميرة بلعربي، الرياضة والقيم عبر الميديا الجديدة-دراسة تحليلية لتعليقات المدونين عبر مواقع اليوتيوب-، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة أم البواقي، المجلد 7، العدد 3، الجزائر، 2020، ص 397.

^ب عبد الرزاق سعيد، الإعلام الرياضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي بين الواقع والمأمول، مجلة العلوم والتكنولوجيا للنشاطات البدنية والرياضية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، المجلد 15، العدد 1، الجزائر، 2018، ص 243-253.

أو العاملات أو الطالبات للولوج إليهم متابعة كل ما يتعلق وما يبيث من أخبار حول المجال الرياضي وذلك راجع لدوافع عدة من وراء هذا الاستخدام سواء غايات نفسية وتربوية أولغاوية التسلية وترفيها وغيرها. إذ نجد أن موقع اليوتيوب يساهم بقوه في تنمية المهارات الرياضية لدى فئة النساء والاهتمام بنشاطاتهن الرياضية محاوله منه المساواة بينهن وبين الرجال، لكون المرأة نصف المجتمع وعضو هام به تطلب ضرورة الاهتمام بها وبكل نشاطاتها الرياضية وتطويرها، لما لها من فوائد في ممارستها وتتبعها لكل ما يتعلق بأمر الرياضة على الصحة والنفس والبدن لتفعيل النشاط الرياضي النسوي، فحسب الدراسة التي قام بها الأستاذ جامع الشيخ المهدي بجامعة الأغواط بعنوان: إسهام مواقع التواصل الاجتماعي في بناء اتجاه نحو الممارسة الرياضية لدى الفئة النسوية أكدت نتائج هذه الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في بناء اتجاه نحو اكتساب ثقافة الممارسة الرياضية لدى الفئة النسوية، كذلك نحو اكتساب لياقة بدنية والتحكم في الوزن وذلك من خلال المضامين المتنوعة التي يحتويها هذه المواقع، والتي تهدف كلها إلى زيادة القدرة المعرفية الرياضية بأنواعها لدى هذه النسوة، سواء المتعلقة منها بالجانب الصحي الرياضي أو الاطلاع على نمط العيش للمرأة في المجتمعات المختلفة واهتماماتها بالرياضة بنسبة 35%^أ.

3-المجال السياسي:

قطعت وسائل الإعلام الاجتماعية أشواطاً كبيرة في مجال تعبئة الشعوب ودفعها للمشاركة في الحياة العامة والسياسية تحديداً، حيث يرى بعض الباحثين أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبح لها الأثر الواضح، في تشجيع الأفراد على التعاطي مع الأمور والقضايا السياسية عبر التشاركية الرقمية والفضاء الافتراضي الذي أعطى الحرية لكافة أطراف المجتمع، وهذا بفعل خصائصها التي توفر الفرصة لمزيد من الفهم، بينما يرى آخرون أن هذه الوسائل تسهم في نشر الشائعات والمعلومات المغلوطة كما تجعل الشباب أسير الأفكار الهدامة.

ولأن الشبكات الاجتماعية تصنف من الإعلام الجديد الذي صاحبه العديد من الظواهر أهمها^أ:

✓ كسر الاحتكار الذي مارسه المؤسسات الإعلامية التقليدية والهيمنة التي فرضتها على المعلومة عبر فرض فلسفتها ضمن المحتوى الإعلامي.

^أ الشيخ المهدي، إسهام مواقع التواصل الاجتماعي في بناء اتجاه نحو الممارسة الرياضية لدى الفئة النسوية، مجلة المحترف بمعهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، جامعة الجلفة، المجلد 5، العدد 16، الجزائر، سبتمبر 2018، ص 57-74،
^ب فهد عبد الرحمان الشميري، "التربية الإعلامية"، مكتبة الملك فهد الوطنية للنشر، الرياض، 2010، ص 186.

- ✓ ظهور طبقة جديدة من الإعلاميين وأحيانا من غير المختصين في الإعلام، إلا أنهم أصبحوا محترفين في استخدام تطبيقات الإعلام الجديد.
- ✓ ظهور منابر جديدة للحوار، فقد أصبح باستطاعة أي فرد في المجتمع أن يرسل ويستقبل ويتفاعل ويعقب يستفسر ويعلق بكل حرية وسرعة فائقة.
- ✓ ظهور إعلام الجمهور إلى الجمهور (صحافة المواطن) والتي تنافس الإعلام الرسمي.^أ
- ✓ المشاركة في وضع الأجندة، حيث ينجح الإعلام الجديد أحيانا في تسليط الضوء بكثافة على قضايا مسكوت عنها في وسائل الإعلام التقليدية، مما يجعل هذه القضايا المهمة هاجسا للمجتمع، للتفكير فيها ومناقشتها ومعالجتها.
- ومن أبرز القضايا التي حررها الإعلام الجديد خاصة الشبكات الاجتماعية هي القضايا الخاصة بالمجال السياسي خاصة في المجتمعات ذات الأنظمة الشمولية والانغلاق ونوع من المركزية التي تكتنف الحقل السياسي، والذي يتمركز حول إعادة إنتاج النظام وعنصرية حول الرأي الآخر والانفتاح عليه كما تحكمه عنصرية جندرية.
- وأخرى عرقية ودينية وغيرها من أنماط العنصرية التي تفرض نوعا من الإقصاء الاستبعاد الاجتماعي لبعض الأطياف المجتمعية حول الفضاء السياسي.
- غير أن الهيمنة على المجال السياسي التقليدي تراجعت أمام ثورة المعرفة في جميع مناحي الحياة مما أدى إلى بروز لاعبين غيروا الملامح المعروفة التي تعيشها الحياة السياسية وأكسبوا حيزا التواصل بعدا جديدا متبديا في عالم افتراضي يملك القدرة على بناء براديجمات معينة لصناعة رأي عام جماهيري لا يعترف بالحدود والإيديولوجيات ضمن سياق تشاركي أصبح قوة موازية للأنظمة السياسية.^ب
- ومن أبرز مظهرات الإعلام الجديد ظهر ما يعرف بصحافة المواطن والتي فتحت المجال أمام الاحتجاج الإلكتروني على الفضاء السيراني خاصة في البلدان التي شهدت موجة من الحراك، أتاح هذا النوع من الصحافة كمنشآت خاص بالمواطنين يلعبون من خلاله دورا حيا في عملية جمع وتحرير وتحليل الأخبار، ولقد أثرت صحافة المواطن على مسيرة الأحداث السياسية بطريقتين تتمثل الأولى: بإتاحة فرصة وحرية التعبير ومعارضة النظام بصوت عال وباعتبار العدد كبير وهائل لا يمكن خفضه وبذلك لفتت

^أ أسماء فؤاد حافظ، "صحافة المواطن: جدلية المصطلح وإشكاليات التطور"، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، جامعة القاهرة، المجلد 6، العدد 14، مصر، 14 أبريل 2018، ص 229-267.

^ب هادية يحيوي، "المجال السياسي وتأثيرات المعرفة السيرانية"، المجلة الجزائرية للأمن الإنساني، جامعة باتنة 1، المجلد 5، العدد 2، الجزائر، جويلية 2020، ص 230-250.

الاحتجاجات صداها العالمي، أما الطريقة الثانية فسمحت بانتشار السريع للأخبار عن طريق المشاركة الجماعية^أ.

ساهمت صحافة المواطن عبر الشبكات الاجتماعية خاصة مع انتشار الهواتف الذكية في تحرر الفئات المهمشة عبر إبداء آراءها ومعارضتها لمختلف القضايا السياسية، والتي ساهمت في ظهور سلوكيات سياسية وتنشئة سياسية مغايرة عن التنشئة التقليدية، خاصة مع طغيان الهوية الافتراضية عبر شبكه التواصل الاجتماعي والذي استمرت كمثابر للمناضلة السياسية من قبل الجمهور أو الساسة أنفسهم. من أبرز القضايا التي طرحت حول استخدامات المواقع التواصلية هي قضية المشاركة السياسية للنساء والتي أثارت جدلا خاصة في الدول المنغلقة والتي تفرض نوعا من الضغط الاجتماعي التقليدي حول التواجد النسوي في الفضاءات العامة والخاصة أهمها الفضاء السياسي، وعبر نضالها الواقعي والافتراضي استطاعت المرأة الولوج إلى المجال السياسي كفاعلة إيجابية بعد التغيرات الاجتماعية التي مست مختلف الأنساق الاجتماعية والثقافية والتي أقرت بتعليم الفتاة وبذلك أصبحت نخبة المجتمع وبالتالي ظهور مفهوم:

3-1- التمكين السياسي للمرأة: عرفته منظمة "الإسكوا": «على أنه العملية التي تصبح المرأة من

خلالها فرديا واجتماعيا واعية بالطريقة التي تؤثر عبر علاقات القوة في حياتها، فتكسب الثقة بالنفس والقوة في التصدي لعدم المساواة بينها وبين الرجل»^ب.

تعتبر المشاركة السياسية للمرأة الركيزة الأساسية لتجسيد الديمقراطية فهي عامل من عوامل تقدم ورقي المجتمعات، وتنمية الشعور بالمسؤولية وروح المبادرة وتحقيق المساواة والعدالة الاجتماعية.

نظرا للعدد المتزايد لمستخدمي الشبكات الاجتماعية فقد اعتمدت هذه المواقع من طرف الساسة لجذب انتباه المواطنين عن طريق الحملات السياسية، حيث يرتبط بداية تكييفها بالمحتوى الذي ينشئه المستخدم، حيث كان عام 2009 هو المرة الأولى التي يتم فيها استخدام هذه المواقع لأغراض التسويق السياسي للانتخابات البرلمانية الأوروبية، وبذلك أظهرت الدراسات خصوصيات الإعلان السياسي على موقع اليوتيوب تحديدا الاهتمام المتزايد بوسائل التواصل الاجتماعي بين المواطنين وتطور هذه الطريقة في الحملات.

^أ منى جابر هاشم، "مصادقية تناول صحافة المواطن لقضايا الصراع ودورها في تشكيل الثقافة السياسية للشباب"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد 6، العدد 8، مصر، جويلية 2017، ص 341-369.

^ب زينب لموشي، "المشاركة السياسية للمرأة الجزائرية بين التمكين وآليات التفعيل"، مجلة تاريخ العلوم، جامعة المدية، المجلد 4، العدد 7، الجزائر، مارس 2017، ص 133-146.

تشير الدراسات الحديثة إلى أن الإعلام الرقمي يؤثر في الحياة السياسية بشكل أكثر فاعلية، وبناء وعي مجتمعي ديمقراطي، حيث استطاع الإعلام الرقمي أن يمد المواطنين بقنوات جديدة للمشاركة السياسية وبالتالي أصبحت هذه الأخيرة شأنا عاما تمارس من طرف عامة الشعب، كما قدم ميزة نسبية للأفراد الذين يملكون المعرفة السياسية من المشاركة في التفاعلات الخاصة بالمجال العام، كما ساعدتهم في تكوين حزم شبكية على مستوى الأفراد والمجموعات كما ساعد الأفراد والأحزاب السياسية على تحقيق المزايا التالية:

- للتعريف بالناخب أو الحزب أو الشخصيات السياسية.
- طرح البرامج عن طريق الخطاب السياسي الإلكتروني.
- التفاعل مع الناخبين فالإعلام الرقمي أساسا تقوم فكرته على التفاعلية.

ومن أبرز المواقع الرقمية التي شغلت حيزا في الاستخدامات السياسية هو موقع اليوتيوب الذي يمثل الوريث الشرعي للتلفزيون كأداة أساسية للنشاطات السياسية، حيث أكد دراسة الباحثة " لبنى الجابري" حول " فعالية الإعلام الرقمي في تسويق السياسي وتأثيره على تشكيل الاتجاهات السياسية لدى الشباب المصري والتي سعت إلى التعرف على الإطار الدلالي للفيديوهات السياسية التي تبث عبر وسائل الإعلام الرقمي بالتطبيق على موقع اليوتيوب.

لقد حل موقع اليوتيوب في المرتبة الثالثة من بين وسائل الإعلام الرقمي التي تفضلها عينة الدراسة بوزن مرجح 63.25 درجة، ويرجع ذلك أن نسبة 42 % تعتمد على الفيديوهات التي تبثها عبر هذا الموقع بشكل كبير في الوصول إلى المعلومات، وفيما يخص رأي المبحوثين حول أهم الأحداث السياسية التي يهتمون بها و يتابعونها على اليوتيوب هي: التعديلات الدستورية، المجالس الشعبية، الانتخابات، مجالس النواب. في حين كانت إجابات المبحوثين حول أسباب تفضيل الإعلام الرقمي بسرعة وسهولة الحصول على المعلومة وحرية المناقشة مع الآخرين، متابعة المواقع الرسمية وصفحات السياسيين، إنشاء صفحات على مواقع التواصل تهتم بالسياسيين والمشاركة في ذلك.

كما يلعب موقع اليوتيوب دورا مهما في عملية رفع ودعم الوعي السياسي لدى الأفراد أهمهم فئة الشباب باعتباره أصبح من مؤسسات التنشئة الاجتماعية التي توازي دور الأسرة والمدرسة في تشكيل الثقافة السياسية، وهذا ما أكدته نتائج دراسة الباحث " أيمن احمد فرج خليل" حول الشائعات والوعي

^أ لبنى الجابري، "فعالية الإعلام الرقمي في التسويق السياسي وتأثيره على تشكيل الاتجاهات السياسية لدى الشباب المصري"، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، جامعة الأهرام الكندية، العدد 30، مصر، سبتمبر، 2020، ص722-790.

السياسي لدى الشباب مرتادي اليوتيوب حيث أكد أكثر من نصف العينة أن الشائعات عبر اليوتيوب أدت إلى زيادة الوعي والتثقيف السياسي للشباب وذلك لسهولة الاطلاع على الحقائق بمتوسط حسابي 40.76%^أ.

في المقابل تعمل الشائعات على موقع اليوتيوب على بث المغالطات وزعزعة القناعات لدى الشباب وهذا ما أكدته بنسبة 45.5% من إجمالي حجم عينة سياسية منتشرة على اليوتيوب والهدف منها هو تضليل الشباب وأثارها هو الدعوة للمظاهرات يليها فساد رجال الأعمال وغيرها من الشائعات.

أما سبب جاذبية اليوتيوب في نشر الشائعات السياسية هو بث أحداث صوت وصورة بنسبة عالية هذا ما رجحته إجابات المبحوثين بنسبة 4.78 بالمائة وهذا هو سبب تفضيل الشباب المصري متابعه الأحداث والأخبار.

قد تؤثر هذه المضامين الإعلامية الخاصة بالمجال السياسي على موقع اليوتيوب سلبا على المشاركة السياسية للشباب الجامعي، وأهم هذه المضامين المدونات المرئية على قناة اليوتيوب والتي تعرف بالمواقع الانفصالية والتي يتم نشرها مما ساهم في تغيير موازين القوى السياسية وعلاقتها بشأن اجتماعي وكذلك التغيير والتعديل في مواقف الأفراد وأرائهم حول السياسات.

خلصت نتائج دراسة صاولي أمال وعدنان كاهية و الزعيم حول تأثير مدونة اليوتيوب على المشاركة السياسية للطالب الجامعي إلى تأكيد الدور الإيجابي الذي تلعبه مدونات اليوتيوب وذلك بتأثير عليه في مشاركته السياسية من خلال العزوف عن انتخابات السياسية السابقة برغم سعي الأحزاب السياسية في جذب الناخب وبالأخص الطالب الجامعي من خلال برامجهم^ب.

إن موضوع مشاركة المرأة الإفريقية في الحياة السياسية و تمثيلها في مجالس البرلمان والحكومة ومختلف هيئات صنع القرار يبقى ضعيفا في معظم البلدان الإفريقية وعليه لا يمكن الحديث اليوم عن اندماج حقيقي لنساء في الحياة السياسية كشريك نشيط ومتساوي مع الرجل، ولم تعجل التغييرات الديمقراطية الحاصلة في القارة الإفريقية وصول المرأة للسلطة إذ لا تزال تعاني الكثير من التمييز حيث لا تلعب سياسات العمومية التي تهدف إلى تأسيس حقوق النساء دورها في ما يتعلق الأمر بتعزيز حقوق المرأة القانونية ضد الرؤى البالية والنظام الأبوي.

^أ أيمن أحمد فرج خليل، "الشائعات والوعي السياسي لدى الشباب مرتادي اليوتيوب"، مجلة كلية الآداب، جامعة بنها، العدد53، مصر، أبريل، 2020، ص79-116.

^ب صاولي أمال وآخرون، تأثير مدونات اليوتيوب على المشاركة السياسية للطالب الجامعي، مذكرة لنيل شهادة الماستر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة أم البواقي، الجزائر، 2018، ص1.

بالرغم من النسب الكبيرة للنساء ديموغرافية في البلدان الإفريقية إلا أنهن لازلن ضحايا أشكال متعددة من التمييز السوسيوثقافي والسياسي المبني على النوع الاجتماعي إذ لا تتعدى نسبة 10% من إجمالي مقاعد البرلمان في الغالبية العظمى من الدول الإفريقية، وتبقى مشاركتهم في كل من تونس والجزائر والمغرب مرتبطة بالأوضاع السياسية المضطربة فرغم التعديلات التي أدخلت على قوانين الأسرة بتونس (1956)، المغرب (2004)، الجزائر (2005) إلا أن الوضع الاجتماعي والسياسي الراهن للمرأة لم يصل بعد إلى الأهداف المرجوة.^أ

4-المجال الترفيهي:

تنوع وظائف الإعلام بين التثقيفية، التعليمية، والإعلامية وغيرها وتعد الوظيفة الترفيهية من أبرز الوظائف المقدمة للجمهور، حيث يتعرض المتلقون للوسائل الإعلامية لإشباع حاجاتهم للترفيه والتخلص من ضغوط الحياة اليومية، وأصبحت صناعة الترفيه صناعة قائمة بحد ذاتها ومجال الاستثمار الإعلامي التقليدي والحديث على حد سواء.

برزت في السنوات الماضية مجموعة من القنوات على موقع اليوتيوب برؤى شبابية تتناول العديد من المضامين الترفيهية، اعتمدت هذه القنوات أساليب مختلفة لعل أنجحها هو الأسلوب الكوميدي الذي يحتوي العديد من المضامين والمواقف الترفيهية كالطرائف، الألعاب، الموسيقى... وغيرها.

أشارت الكثير من الدراسات على الدور الذي يلعبه المحتوى الترفيهي على اليوتيوب كما أن الدافع الأول لاستخدام اليوتيوب هو الترفيه من حيث صناعة المحتوى أو إشباع الحاجات من طرف المستخدمين والمتابعين، وهذا ما أكدته دراسة ظافر الشيب فراج حول " دور اليوتيوب في تشكيل منظومة القيم الاجتماعية للشباب السعودي" حيث كشفت النتائج ان الهدف الأول الذي يسعى إليه صناع اليوتيوب هو التسلية والمرح وان ابرز المواضيع التي يحرص صناع اليوتيوب على تضمينها في مواقعهم تتمثل في الترفيه والتسلية ثم القضايا الاجتماعية، كما أبرزت النتائج ايجابيات اليوتيوب في الاستفادة التسلية والمرح^ب.

أضاف " هاستون" وآخرون إن اليوتيوب ربما يكون مثل تلفزيون نفسه، فهو وسيلة ترفيهية في المقام الأول الذي يمكن استخدامها أحيانا لأغراض أخرى كالمراقبة مثلا، وان مستخدمي اليوتيوب يدخلونه

^أ خديجة مقدم، نورية بن غبريط رمعون ، بلقاسم بن زين ،النساء الإفريقيات في مجلة التنمية، مجلة إنسانيات، الجزائر، سبتمبر 2012، ص7، متاح على <https://journals.openedition.org> بتاريخ 2022-04-22.

^ب ظافر شيب فراج، "دور اليوتيوب في تشكيل منظومة القيم الاجتماعية للشباب السعودي"، رسالة ماجستير، تخصص إعلام، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، السعودية، 2018، ص2.

بحثا عن الترفيه بوجه عام، ويتجلى ذلك بوضوح عند مناقشة أنواع المحتوى الذي يقوم به المستخدمون بمشاهدته عبر اليوتيوب، فقط كانت أهم خمسة أنواع من الفيديو الذي شوهدت عبر اليوتيوب هي مقاطع الموسيقى ومقاطع الفيديو التي انتجها مستخدمو اليوتيوب عن طريق تعديل مقاطع أخرى ومقاطع البرامج الكوميدية والبرامج الترفيهية^أ.

من أبرز المتغيرات التي تؤثر في أنماط المتابعة ونوع المحتوى الإعلامي هو متغير النوع (الجنس) والعمر، حيث يمثل اختلاف الجنس أهم العوامل المؤثرة في اختيار نوع المضمون الإعلامي ودوافع المتابعة وتحقيق الإشباع، فالمحتوى المتابع من طرف المرأة يختلف عن المحتوى المتابع من قبل الرجل كذلك درجة التأثير وهذا راجع للخلفية الاجتماعية، والثقافية، والمستوى التعليمي وغيرها.

لطالما شككت المسلسلات أهم المضامين الإعلامية الترفيهية سواء على الإعلام القديم والحديث، كما تنوعت هذه المسلسلات بين المحلية، العربية والأجنبية وأهمها المسلسلات المدبلجة التي انتشرت على مدى عقود كما استمرت مشاهدتها على موقع اليوتيوب وهذا ما أكدته دراسة "ريبة راكوران مصطفى" حول "التعرض للدراما التلفزيونية الأجنبية المدبلجة على اليوتيوب لدى الشباب الجامعي" حيث أكدت عينة الدراسة على: استخدام موقع اليوتيوب بنسبة 100% ونسبة 51% نسبة مشاهدة الدراما الأرجنتينية و 48% دراما المكسيكية دائماً فيما تمثلت دوافع المتابعة في التسلية والترفيه بنسبة 24% أما بالنسبة للنوع فقد جاءت نسبة الإناث 59% في حين 41% بالنسبة للذكور.^ب

هذا ما أشارت إليه نتائج دراسة "عبد الصادق حسن" حول استخدام الشباب البحريني للمقاطع الترفيهية على مواقع اليوتيوب والإشباع المتحققة فقد جاء اختيار العينة للدراما والأفلام بنسبه 50% وان المقاطع الترفيهية لموقع اليوتيوب وسيلة جديدة للتسلية والترفيه، أما عن دوافع المشاهدة فقد أشارت نسبة 56.7% إلى دوافع المتعة والترفيه، ما بخصوص الإشباع فقد جاءت التسلية وملء وقت الفراغ بنسبة 47%^ج.

^أ زيان بن محمد بن صالح الحديثي، "أنماط استخدام منصة اليوتيوب وآثر الإعلانات على المستخدم في المملكة السعودية"، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، جامعة الأهرام الكندية، العدد 30، السعودية، سبتمبر 2020، ص 222-259.

^ب ريبه راكوران مصطفى، "التعرض للدراما التلفزيونية الأجنبية المدبلجة على اليوتيوب لدى الشباب الجامعي"، مجلة وادي النيل للدراسات والبحوث، جامعة القاهرة، المجلد 3، العدد 3، مصر، يوليو 2014، ص 87-124.

^ج عبد الصادق حسن، "استخدام الشباب البحريني للمقاطع الترفيهية على موقع اليوتيوب والإشباع المتحققة"، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، المعهد الدولي للعالي للإعلام بالشروق، العدد 12، مصر، 2020، ص 43-107.

كما دعمت هذه النتائج دراسة حيمر سعيدة حول الاستخدامات الترفيهية لموقع اليوتيوب وأثرها على التحصيل الدراسي، فقد كانت إجابات المبحوثين حول الفيديوهات المفضلة بأفلام ومسلسلات كوميدية بنسبة 39.28% يليها الفيديوهات الموسيقية ب 34.9% أما عن متغير الجنس فقد جاءت نسبة 68.4% للإناث في مقابل 31.6% بالنسبة للذكور، ونسبة 50.78% لغرض الترفيه.^أ هذه النتائج تدعم الطرح القائل بأن فئة النساء هن الأكثر متابعة للأفلام والمسلسلات الدرامية بكل أنواعها وهذا راجع للتنشئة الاجتماعية والثقافة المجتمعية والعادات والتقاليد التي تميز بين أنواع المحتوى الإعلامي المتابع بحسب متغير النوع الاجتماعي، كذلك لتناول هذه المضامين قضايا وموضوعات شبابيه بطريقة هزليه وحادثية.

على مر العصور شكل اللعب أكثر وسائل ترفيهية جذبا للأفراد والتي تطورت مع التطور التكنولوجي لتصبح العاب الكترونية تحاكي الواقع، كما أصبح صناعة إعلامية قائمة بحد ذاتها وتكنولوجيا ترفيهية مهيمنة عبر منصات الوسائط المتعددة التي تسعى إلى تقديم التجارب الترفيهية حسب تفضيلات المستخدم، وتوجد العديد من الألعاب الإلكترونية على شبكة الانترنت وعلى مواقع التواصل الاجتماعي وقنوات الألعاب على اليوتيوب.

من أشهر قنوات الألعاب على موقع اليوتيوب قناة سعودي حيمر Fir4sgamer والتي تتناول عدد من الفيديوهات التي تشرح طرق الولوج واللعب وقواعده وأهم المستجدات في الألعاب إضافة إلى موقع اللعبة وتحميلها من على نفس موقع القناة وتعد من أشهر القنوات انتشارا بين فئة الشباب.

أشارت دراسة "محمد سعد الدين محمد الشربيني" حول تداول الألعاب الإلكترونية بين الشباب الجامعي عبر وسائل الإعلام الجديد على شبكة الانترنت إلى أنواع الألعاب التي تستحوذ على اهتمام الشباب الجامعي والتي كانت كالأتي: المغامرات، الإستراتيجية والحروب والفنون القتالية، الرياضة، السباقات، الألغاز والمسابقات، أما عن مصدر الحصول على الفيديوهات فجاءت نسبة 49.7% بالمائة والمرتبة الأولى لليوتيوب^ب.

^أ حيمر سعيدة، بعزیز إبراهيم، "الاستخدامات الترفيهية لموقع اليوتيوب وأثرها على التحصيل الدراسي"، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، المجلد 11، العدد 01، الجزائر، 2021، جوان، ص 582-606.

^ب محمد سعد الدين محمد الشربيني، "تداول الألعاب الإلكترونية بين الشباب الجامعي عبر وسائل الإعلام الجديد على شبكة الانترنت"، المجلة العلمية لكلية التربية التوعوية، العدد 11، مصر، يوليو، 2017، ص 177.

لا يقتصر الترفيه والتسلية على الألعاب الإلكترونية والأفلام والمسلسلات الدرامية فقط بل يمكن أن يكون في شكل قضايا وموضوعات اجتماعية، سياسية، اقتصادية وغيرها تعالج بقالب كوميدي يضفي نوعا من الترفيه في إيصال الرسالة إلى الجمهور وهو ما يعرف بالإعلام الساخر، وفي الإعلام الحديث ظهر ما يعرف بـ"البودكاست" على موقع اليوتيوب وهي تقنية تسمح للمستخدم بالحصول على برامج إعلامية (صوتية مرئية) عن طريق شبكه الانترنت.

وقد تحولت الفيديوهات الساخرة على موقع اليوتيوب الى ظاهرة تثير اهتمام الشباب الجزائري في السنوات الأخيرة، وأصبحت عبارة عن فضاء للتنفيس مما أدى إلى ظهور قنوات على اليوتيوب في شكل بودكاست على يد هواة جزائريين يعالجون قضايا مجتمعية مختلفة بأسلوب ساخر وفكاهي ومن أبرز البودكاستينغ "أنس تينا".

وأكدت أغلب الدراسات المتصلة بالإعلام الجديد ومنها ما يتعلق باستخدامات الفيديو الى أن 70 % من الزيارات على الانترنت تكون من نصيب محتوى الفيديو وذلك في أفق 2021 وأن السيطرة ستكون لمنصة موقع اليوتيوب الذي يستهلك ما بين 50 و 70 % من مجموع المشاهدات على الهواتف الذكية.^أ

5-المجال العلمي والتعليمي:

تعد العملية التعليمية من أهم معايير ومقاييس تحضر الشعوب وتقدمها والوصول بها الى مرحلة من الاستقلالية الفكرية، كما يلعب التعليم دورا هاما في القضاء على التخلف والرجعية والتبعية للدول والمجتمعات بصفة عامة والأفراد بصفة خاصة التي تستطيع من خلالها مواجهة أهم المشكلات الاجتماعية كالبطالة، والفقر، فتطور التعليم يسهم في جمع المعلومات التي تدفع وترمي بدورها الى التقدم والتطور المعرفي والفكري وجعل الإنسان قادرا على مزاحمة كل التنافس في عصر المعلومة والتكنولوجيا والاتصالات وابتكار بدائل مناسبة لكل ما هو مهم وغير موجود في التعليم يمثل الانضباط الذي يهتم بأساليب التدريس في البيئات التعليمية مثل المدارس والجامعات والمعاهد والمراكز وهو يعتبر مرحلة نقل القيم التراكمية للمجتمع بأسره والركيزة الموحدة للإنسانية وتدفع عليها بالرغم من التباينات الموجودة بينها لمنح العالم كله علما نافعا يسهم في تقديمه.

ولقد تطورت الوسائل التعليمية عبر الزمن حيث بدأت بالتلقين في كتاتيب ودور العلم في التجمعات الصغيرة في المساجد، ثم بنيت مدارس واستخدام الورق والقلم في التعليم وبعدها ظهر استخدام الطباشير

^أ الزهرة بوججوف، مرجع سابق، ص145.

وألواح الكتابة في المدارس، لتدخل بعد ذلك التكنولوجيا الى العملية التعليمية فبدا الحاسوب يدخل إلى البيوت والمدارس فظهرت الألواح الرقمية والأجهزة الذكية المستعملة أيضا في هذا المجال، وأصبح من المهم الاعتماد على المعرفة الرقمية لإكمال وإتمام المعلومة وتوضيحها وتوثيقها^أ.

فبرزت هناك العديد من المواقع الالكترونية الشبكية التواصلية التي يستفيد منها المستخدم وأسهمت في إكمال العملية التعليمية ولعب دور حلقة الوصل بين المعلم والمتعلم من خلال الاطلاع على مواد تعليمية مختلفة ضمن مجموعات علمية كالفديوهات المصورة التي تنتجها هذه الشبكات المقدمة للطالب الجامعي خاصة الفرصة للتواصل مع زملائه والمعلمين والاداريين والخريجين سواء داخل أو خارج المؤسسة التعليمية فالشبكات الاجتماعية لها أدوات وقدرة على جذب وتحفيز وإشراك الطلبة في الممارسات التواصلية ذات مغزى، و تبادل المحتوى، والتعاون ومن بين أهم هذه المواقع موقع اليوتيوب وقنواته المختلفة وبتنوع مضامينها والذي يختص في عرض الفيديوهات وإيصال مشاهد مرئية ومسموعة يطلع عليها المهتم وكأنه يعيش فيها حيث يعد اليوتيوب من أقوى وأشهر التطبيقات الويب 2.0 فبالرغم من أن أغلب الأشخاص يستعملونه من أجل الترفيه إلى أنه يمثل وسيلة تعليمية مفيدة سواء في الأبحاث أو العروض التعليمية وذلك نظرا لما يتيح من المحتوى الرقمي الذي لا حصل له فهو يمثل أداة مساعدة وداعمة في توضيح بعض المواضيع التي يصعب استيعابها من طرف المتعلمين، فأشرطة الفيديو تساعد كثيرا في تحفيز الطلاب وخاصة أولئك الذين يتفوقون في الذكاء البصري ويتجسد ذلك في إطلاق موقع اليوتيوب لما يسمى قناة اليوتيوب التعليمية وهي قناة مجانية تهدف لنشر العلم ومساعدة مستخدميه على التعلم، حيث يتم تنزيل دروس مجانية في كافة التخصصات والمجالات في هذه القناة وهكذا يستطيع أي طالب في أي مكان من العالم الاستفادة من هذه الدروس وهو ما جعل موقع يوتيوب يحتل المرتبة الأولى ضمن أفضل أدوات التعلم بحسب إحصائية موقع top100tools.C41PT.co.ukⁱⁱ.

ولليوتيوب وقنواته أهمية وفائدة فالتعليم وخاصة الجامعي منه فلقد أصبح اليوتيوب اليوم جزء لا يتجاوز من حياة الطالب الجامعي وذلك راجع لما يحتويه من فوائد ميزته عن غيره من المواقع يمكن حصر أهمها فيما يلي:

^أ عائشة ديس، دور اليوتيوب في تنمية الوعي الثقافي لدى الطالبات الجامعيات، مذكرة لنيل شهادة الماستر، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة خميس مليانة، الجزائر، 2017، ص 70.

ⁱⁱ صلاح محمد أبو صلاح، استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة، رسالة ماجستير، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية بغزة، فلسطين، 2014، ص 98.

- التشجيع على الإبداع وتنمية الابتكار والتحفيز كونه يوفر منصة للتفاعل وليس مجرد مشاهدة فقط حيث يزيد من تفاعل الطلبة والمعلمين على حد سواء في حجرة الدراسة من خلال سهولة التواصل السريع والمرن ما بين الهيئة التدريسية والطلبة وتوفير المجال مفتوحا للتبادل المعلومات وتعزيز العلاقات الاجتماعية التعليمية والتفاعلية وذلك بإنشاء صفحات ومجموعات خاصة بذلك غير مقاطع الفيديو التعليمية.

- تدعيم نمط التعليم الإلكتروني حيث تعتبر موقع اليوتيوب التعليمية أداة لخلق محتوى جذاب وشيق للطلبة وتعلم المحتوى بصورة أفضل نظرا لما تمتلكه من صور متحركة تجعلهم يتعلمون في جو من المتعة والحيوية لخطابها لحاستي السمع والبصر مما يزيد من سرعة التعلم ويجعله أبقي أثرا ويرفع من إدراكهم من للموضوع التعليمي إضافة إلى رفع ومشاهدة وتحميل مقاطع الفيديو التي تحتوي على شروحات وافية للدروس والمحاضرات النظرية المسجلة و التجارب التعليمية وأنشطة وأعمال الطلبة نظرا لما توفره من مرونة وطريقة جذب لعرض الدروس مثل التوضيحات و الاستشهاد بأمثلة ما والخروج باستنتاجات وافيه.

- يمثل اليوتيوب وقنواته التعليمية أيضا موردا مجانية للتعليم وهذا يعتبر أحد الاعتبارات الهامة لميزانية التعليم المجاني.

- احتوائه على دروس قصيرة من كبار المعلمين في أنحاء العالم ودورات تعليمية كاملة من الجامعات العالمية الرائدة ومواد التطوير المهني للمعلمين إذ تستخدم مقاطع الفيديو لإثراء دروس الفصل وإطلاق المحادثة في الصف التعليمي إضافة شيء من الحيوية إلى المفاهيم النظرية فالويوتيوب بقنواته التعليمية يعد أكبر مكتبة لملفات الفيديو يمكن الرجوع إليها وقت الحاجة في مختلف الأغراض التعليمية وذلك بنمذجة بعض دروس وإتاحتها ليستفيد منها الطلاب المتعلمون في تنمية مهارات التدريس وتقديم عروض توضيحية يمكن الرجوع إليها مرات عديدة^أ.

- يتيح التعلم الهادف وهو التعلم الذي يتسم بأنه نشط وفردى وبنائي وتشاركي وتعاوني سواء بين الطلبة والمدرسين أو ما بين الطلبة في حد ذاتهم أي تزويد المتعلم بخبرات حقيقية مساعدة على التعليم الذاتي.

^أ أميرة سعيد سعيد آل عبيد، " أثر استخدام تقنية اليوتيوب في تنمية مهارات النشاط الرياضي لطالبات المرحلة المتوسطة"، مجلة شباب الباحثين، جامعة سوهاج، المجلد 10، العدد 10، يناير 2022، ص ص173-201.

- معالجة نقص المعلمين باستعماله في تدريبهم عن طرق تدريس جديدة تختصر عليهم الكثير من التفاصيل وذلك من خلال العديد من الخدمات التي تساعدهم في وظائفهم وحياتهم العملية كإمكانية إنشاء قناة لكل معلم تمكنه من إضافة المقاطع المرتبطة بمقرراته الدراسية.^أ

من أبرز المجالات التعليمية التي يمكن الاستفادة منها عند استخدام موقع اليوتيوب التعليمية هي:
- متابعة الدروس والمحاضرات في مجال التخصص الدراسي عند الطلبة الجامعيين والتي يتم تسجيلها وعرضها وتقديمها في السلك التعليمي من طرف العاملين به ووضع روابط لها علاقة بالمنهاج الدراسي كمساندة ودعم في تعزيز المعرفة العلمية لدى الطلاب بصفة خاصة فلقد أصبحت هذه القنوات بمثابة المدرس الإلكتروني.

- إجراء الأبحاث والدراسات العلمية من قبل الطلاب الجامعيين خاصة وذلك بالاطلاع مثلا على رسائل الماجستير والدكتوراه المصورة في مواضيع متعلقة بدراسات معرفية سبقت الأبحاث التي يتم إنجازها حديثا.

- تعلم اللغات الأجنبية المختلفة حيث تتيح هذه القنوات التعليمية الموجودة على موقع اليوتيوب إمكانية تعلم اللغات من مصدرها الحقيقي من خلال تتبع الطلبة لصفحات مختصة في تلقين مثل هذه اللغات بخطى ومراحل تفصيلية وهذا ما يزيد من نسبة إتقان المتعلمين للغة الأجنبية هذه المواقع التي تزيد من مهارات المحادثة والاستماع والنطق السليم لها.^ب

ويعتمد التعليم بالفيديو على ثلاث مراحل يتم توضيحها كالتالي:

4-1- مرحلة التحضير والتقديم:

حيث يقوم المعلم بمجموعة من الخطوات هنا تتمثل في مشاهدة البرنامج مسبقا، ثم تهيئة مكان العرض بشكل مناسب وكذلك تهيئة المتعلمين لمشاهدة البرنامج الذي سوف يعرض عليهم كعرض النقاط الجوهرية في موضوع الدراسة ولفت نظر المعلمين وحثهم على الانتباه والتركيز.
- مرحلة العرض:

يحرص المعلم في هذه المرحلة على وضوح الصورة والصوت وانلا يكون تفاوت بينهما.

^أ حمد بن صالح بن عبد العزيز الغنيم، " اتجاهات طلبة جامعة القصيم نحو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية في الأغراض التعليمية ومعوقات الاستخدام"، مجلة كلية التربية، جامعة أسبوط، المجلد 36، العدد 1، ، مصر، جانفي 2020، ص 301-350.

^ب بكير فشار، " واقع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية بالجامعة الجزائرية اليوتيوب نموذجا"، مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، المجلد 13، العدد 5، الجزائر، 2021، ص 63-75.

مرحلة التطبيق والمتابعة:

وهنا يتم فيها مناقشة المتعلمين للموقف التعليمي الذي عرضه البرنامج فهم مثلا يستفسرون عن معاني الكلمات وما هو الشيء الذي لاحظوه أثناء العرض في هذه المرحلة يمكن للمعلم أن يجري اختبار قصير لمعرفة مدى تجاوبهم على العرض^أ.

6-المجال التوعوي:

تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي أحد أهم الوسائل الإعلامية والاتصالية التي تلعب دورا كبيرا وأهمية واضحة في مجال التوعية الاجتماعية بمختلف أشكالها إذ تمثل هذه الأخيرة عملية الإقناع والتأثير في سلوك الأفراد من طرف العلماء مختصين في كل مجال يتطلب الإرشاد حول الموضوع أو فكرة أو قضية ما، حيث تتضمن هذه التوعية آليات الإقناع اللساني والتفهم وتعزيز كل ذلك بالأدلة والبراهين المقنعة والذي تنساب الى عقول المستقبلين ويشترط للقيام بها الوضوح في الأفكار المراد إيصالها والبساطة الموضوعية إضافة إلى عدم التناقض ووضوح الهدف.

لقد ركزت مواقع التواصل الاجتماعي على مجال التوعية في العديد من المجالات من باب أن الكثير من المجتمعات وأفرادها تعاني من نقص مشاكل في جوانب عدة من حياتها ما دعى ضرورة محاولة إيجاد حلول لها والتخفيف من حدتها وهذا ما سعت إليه هذه الشبكات الاجتماعية من خلال نشر حملات المعرفة الصحيحة وتسطير مجموعة من الأنشطة التواصلية الهادفة ليتسنى للمتلقي تجنب الضرر والكارثة التي قد تحدث قبل وقوعها لإكسابه وعيا حول أمور بعينها و تبصيره بجوانب المحيطة بها وذلك راجع لما تتمتع به من مرونة والتفاعلية خاصة الموجودة في الفيديوهات التي يحتويها اليوتيوب والتي لعب دورا بارزا في العديد من الميادين التي تتطلب تشكيل الوعي حولها من خلال مختلف الصفحات ومضامينها القيمة^أ والذي يمكن ذكر أهمها على النحو التالي:

6-1- دور مواقع اليوتيوب في التوعية الصحية (تنمية الوعي الصحي):

إن التوعية الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وبالأخص موقع اليوتيوب وتمثل مجموعة أنشطة تواصلية وإعلامية وتحسسية تعتمد على نشر الحقائق العلمية والخبرات المكتسبة الهادفة إلى تمكين أفراد المجتمع وخاصة الطلاب الجامعيين من الإلمام بالمعلومات والحقائق الصحية وإحساسهم بالمسؤولية نحو

^أ عائشة ديب، مرجع سابق، ص 72 .

^أ يحي فتحة، بزوح ابتسام، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية لذوي الاحتياجات الخاصة -اليوتيوب والفيديو نموذجاً-"، المجلة العلمية للتربية الخاصة، المؤسسة العلمية للعلوم التربوية والتكنولوجية والتربية الخاصة، المجلد 3، العدد1، الجزائر، مارس 2021، ص311-293.

صحتهم وصحة غيرهم من خلال غرس ونشر الممارسات الصحية السليمة، وتكوين ما يسمى بالوعي والثقافة الصحية التي أصبحت ضرورة وسمة للمجتمعات خصوصا في ظل الانتشار للأمراض الخطيرة، إذ باتت من الضرورة توظيف مختلف المواقع الإلكترونية وزيادة فاعليتها في تنمية هذا الوعي لدى المواطنين باطلاعهم على واقع الصحة ومستجداتها واقتراح سبل الحفاظ عليها سواء من الناحية النفسية والجسدية، بوضع اليد في اليد وتكثيف الجهود لمواجهة كل المخاطر التي تترصد بصحة المجتمعات ككل.

لقد باتت المنظمات الصحية المعاصرة تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي في استراتيجياتها الحديثة حيال قضايا الصحة العامة والتثقيف، وذلك لإسهام هذه الشبكات في زيادة قدرات التواصل وتبادل المعلومات بين المؤسسات الصحية والجمهور مما يعزز الفعل التوعوي من جهة وقله التكاليف بالنسبة للجهات الصحية من جهة أخرى، إضافة إلى قيام شركات التأمين بإرسال رسائل التسويق عبرها في محاولة للتفاعل مع العملاء وتحسين صورة صناعة التأمين الصحي للوصول إلى عدد أكبر من المستخدمين.^أ

ولعل جائحة كورونا التي عاشها العالم ككل منذ نهاية عام 2020 والذي يعد اخطر وابرز حدثيخص المجال الصحي هو ما يبين دور موقع اليوتيوب في عملية التوعية وذلك لقيام أصحاب القنوات العامة والخاصة عبر صفحات هذه الوسيلة الاعلامية بنشر العديد من الفيديوهات صوت وصورة وحركة لحالات مرضية ومعاناتها مع هذا الفيروس القاتل حيث كانت بمثابة شواهد حيه تؤكد حقيقة خاصة وان العالم في تلك الفترة انقسم الى من يؤمن بوجوده ومن يعتبر مجرد كذبة سياسية كذلك مشاركة الاطباء للبث المباشر على قنواتهم اليوتيوبية للتعريف بهذا المرض وتقديم النصائح والارشادات والبيانات حوله مما ساهم في تنميه التوعية لدى جمهور المتلقين بخطورته وضرورة اخذ الحيطة والحذر منه^أ فحسب الدراسة التي اجراها الباحث " مدفوني جمال الدين " بعنوان التوعية الصحية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي دراسة ميدانية لاستخدامات المراهقات لموقع اليوتيوب وانعكاساته على الوعي الصحي بجامعة الجزائر 3

^أ هاجر مجدي عبده الحمامي، "دور وسائل التواصل الاجتماعي في توعية المواطنين بالمبادرات الصحية"، المجلة العلمية لكلية الآداب، جامعة دمياط، المجلد 10، العدد3، مصر، 2021، ص 187-214.

^ب ریحان سامي لطيف محمد، "اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة كورونا كوفيد 19 ودوره في تعزيز الوعي الصحي لديه"، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، العدد55، الجزء 5، مصر، أكتوبر 2020، ص3172-3089.

توصلت نتائج هذه الدراسة الى ان مضامين اليوتيوب ساهمت في اثناء رصد اغلب المبحوثين التوعوي حول القضايا الصحية المختلفة بنسبه 46 بالمئة لاحتوائه على مضامين ثقافية توعوية.^أ

6-2- دور مواقع اليوتيوب في التوعية الأمنية:

يعد الأمن من القضايا الكبرى التي شغلت اهتمامات المجتمعات الإنسانية المعاصرة، فالواقع اليوم يشهد الكثير من المشكلات الدولية والاضطرابات ذات الطابع الأمني بمختلف أشكالها مما أصبح من الضروري إعطاء أهمية خاصة للتوعية الأمنية وإيضاح دور مؤسسات المجتمع في تحقيقها ومن بين هذه المؤسسات الإعلام بمختلف وسائله خاصة مواقع التواصل الاجتماعي بأنواعها والتي منها اليوتيوب الذي يعد وسيلة هامة ويلعب دورا كبيرا في عملية التوعية الامنية للأفراد والمجتمعات في كل والمتمثلة في النشاطات الاتصالية والإعلامية المتخصصة التي توجهها الأجهزة الأمنية لتوعية المواطنين والمقيمين والزوار بالمخالفات والعقوبات التي تترتب عن مخالفة الأنظمة والتعليمات الواجب مراعاتها في البلاد وتوجيههم لكيفية المشاركة الإيجابية نحو تلك الجهود الأمنية لضمان بيئة أكثر أمنا واستقراراً.^ب

ولقد لوحظ أن الكثير من بلدان العالم واجهت وما زالت وجه في العديد انواع الجرائم والمخدرات وخطف الأطفال وغيرها من التصرفات الخارجة عن القانون العام للبلاد حيث نجد أن مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة موقع اليوتيوب اوضحت وسيلة هامة من خلال مختلف الفيديوهات المعروضة والمتضمنة عملية تبصير وإرشاد المواطنين بمختلف فئاتهم طلب الجامعيين بخطورة الآثار الناجمة عن هذه الظواهر الإجرامية والمشكلات الاجتماعية التي تمس أمنهم وسلامتهم وسلامة البلاد ككل ومحاولة تصحيح أفكارهم والمعتقدات الخاطئة التي يمكن أن تؤدي بهم إلى التهلكة دون شعور منهم، إضافة إلى دعوتهم للمساهمة في علاجها واتخاذ الاحترازات الوقائية التي تؤدي الى الحماية من الوقوع في هذه الجرائم بأنواعها إبلاغ الجهات المعنية ومساعدتها في أداء أعمالها من خلال الإبلاغ عن المفسدين او أي أمر يخل بالأمن أو الابتلاء لأي معلومة ترشد رجال الأمن في القبض على المجرمين مما يرفع الحس الأمني لديهم، إضافة إلى إطلاق حملات إعلامية مكثفة من خلال هذا الموقع استهدي في مختلف الأعمال

^أ مدفوني جمال الدين، التوعية الصحية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي - دراسة الاستخدامات المراهقات لموقع اليوتيوب وانعكاساته على الوعي الصحي، مجلة المعيار، جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، المجلد 24، العدد 51، الجزائر، 2020، ص442-459.

^ب عبد الباسط هويدي، إيمان دركي، الإعلام الجديد ودوره في التوعية الأمنية داخل المجتمع، مجلة المجتمع والرياضة، المجلد1، العدد2، الجزائر، 2018، ص172-180.

الإجرامية والتي تكون على شكل أفلام قصيرة مثلا تروي بطريقة الوقوع فيها وماالنتائج المترتبة عليها الوقاية منها^أ.

فحسب الدراسة التي قام بها كل من عبد الباسط هويدي وإيمان دركي بجامعة الوادي بعنوان الإعلام الجديد ودوره في التوعية الأمنية داخل المجتمع توصلت نتائجها إلى للإعلام الإلكتروني دور كبير في نشر وتحقيق التوعية الأمنية داخل المجتمع وتحمل الإعلام الأمني وساهم بشكل كبير في دعم الاستقرار باستخدام المضامين المتميزة بالصوت والصورة فيديوهات خاصة باليوتيوب بالتحديد التي تسري الروح المعنوية والمادية وتكفل الأمن وسلامة الأفراد في جميع المجالات وذلك بنسبة 70 بالمئة من عدد محوئين حول هذا الموضوع الذين يرون أن فتح قنوات الاتصال بين المؤسسات الأمنية في التوعية الأمنية^ب.

6-3- دور مواقع اليوتيوب في التوعية الدينية:

في عالم تسيطر عليه الصناعات الثقافية والإعلام الغربي بات من الضروري على الأمة الإسلامية ان تفكر في استغلال الإعلام الجديد لنشر الوعي الديني والثقافة الاسلامية بين أفرادها وتعتبر مواقع التواصل الاجتماعي واليوتيوب بالخصوص من أهم الوسائل الإعلامية التي يمكن توظيفها لخدمة هذا الغرض بعدما كانت التوعية مقتصرة على دور العبادة والتعليم فقط وأصبحت بفضل هذه المواقع تنتشر بين كافة الشعوب المسلمة والغير مسلمة في اقل وقت ممكن وهذا من شأنه أن يساهم في التوعية الدينية المتمثلة في مجموعه جهود إعلامية تثقيفية دينية لجعل الأفراد يلتزمون بقواعد وأحكام الشريعة الإسلامية والأخلاق المنصوص عليها في القرآن والسنة النبوية لحفظ الدين^ج.

وتعد فئة الشباب ومن بينهم الطلبة الجامعيين خاصة من اكثر الفئات التي تركز عليها هذه المواقع في عملية التوعية الدينية باعتبارهم الأكثر تأثيرا في أي مجتمع بما يمثلونه من طاقة وقابلية للتغيير ما استدعي أهمية الاستفادة منها في تقدير ونشر الوعي الديني لديهم خاصة بعد ظهور مفهوم الجهاد الإلكتروني وانتشاره والتي تديرها التنظيمات الارهابية لجمع الأموال وتجنيد الحاملين لأفكارهم للانخراط في صفوفها و المتخذة للإسلام شعارا لها فظهرت العديد من القنوات الدينية الرسمية والغير رسمية على هذه المواقع خاصة لموقع اليوتيوب للوزارات والمؤسسات الإسلامية والدعاة حول العالم والتي تنوعت في

^أ محمد أحمد عبود، اعتماد المراهقين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للثقافة والتوعية الأمنية، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، جامعة بنها، العدد18، مصر، 2017، ص130-188.

^ب عبد الباسط هويدي، إيمان دركي، مرجع سابق، ص201.

^ج يحي فتيحة، بزوحايتسام، مرجع سابق ، ص281.

التخصصات والمضامين والأساليب المركزة في دورها على نشر مبادئ الإسلام وتعزيز الحوار بين الأديان والحضارات وإظهار العقيدة الصحيحة وشرحها بمختلف جوانبها وإبراز واقعيتها في معالجة كافة مشاكل الحياة^أ.

فلقد أدى انتشار هذه القنوات الدينية الإلكترونية إلى إتاحة بيئة خصبة لنشر وتبادل المعلومات الدينية المدافعة عن دين الإسلام ومحصنة له من التظليلات وحملات الدعاية المفردة كوسيلة لدفع الشباب الجامعي بصفة خاصة للتعريف بأمر دينهم ووعيمهم بها وترسيخها لهويتهم وذلك عبر العديد من الطرق كالبطاقات والصور التوعوية الموجهة إلى فرد أو مجموعة أفراد من أجل توعيتهم بقضية روما مثل تحريم الاحتفال بغير أعياد المسلمين وحث المرأة على ارتداء الحجاب الشرعي وتجنب الشبهات والاختلاطات وغيره مما يحث عليه الدين الإسلامي^ب.

حسب الدراسة التي قام بها عمارة ديار جامعة حمة لخضر بالوادي بعنوان مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على التوعية الدينية -اليوتيوب نموذجاً- فقدت وصلت نتائج النهائية أغلبية المبحوثين يرون بأن هذه المواقع تلعب دوراً كبيراً في عملية نشر الوعي الديني والحث على التقيد بمبادئ الشريعة السمي وذلك بنسبة 71 %^ج.

6-4- دور موقع اليوتيوب في التوعية الثقافية:

تعتبر الثقافة عنصر ضروري لدى الفرد نظراً لتأثيرها في حياته في شتى المجالات، فهي تنعكس على سلوكه وتصرفاته مما يجعله عنصر إيجابي في مجتمعه، حيث أنها تمثل " ذلك الكم المعقد من المعارف والمعتقدات والأفكار والقيم والفنون والأدوات والقوانين والعادات التي يكتسبها الفرد بصفته عضواً في المجتمع، فهي نوع حياة وأنماط سلوك مشتركة تنقل من جيل إلى جيل ومن فرد إلى آخر، بواسطة رموز تم التعرف عليها مثل اللغة"^د، وهي بذلك المانحة للفرد قدرته على التفكير بذاته لما يحيط به في جميع الميادين التي تخص حياته إذ تتأثر هذه الأخيرة بمؤثرات عدة يمكن أن تخلق فيها مشاكل كثيرة

^أ أميرة محمد سيد أحمد، "دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب"، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، جامعة القاهرة، العدد 3، مصر، سبتمبر 2015، ص 218-153.

^ب أسعد بن ناصر بن سعيد الحسين، "أثر وسائل التواصل الاجتماعي على سلوكيات وقيم الشباب من منظور التربية الإسلامية"، مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، العدد 169، الجزء 3، مصر، جويلية 2016، ص 325-359.

^ج عمارة ديار، "مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها في التوعية الدينية، اليوتيوب نموذجاً، مذكرة لنيل شهادة ماستر، معهد العلوم الإسلامية، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، الجزائر، 2019، ص ص 74-99.

^د بن يزة رحمة، إدارة التنوع الثقافي داخل المنظمة وأثره على الأداء الوظيفي، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم الإنسانية، جامعة باتنة 1، الجزائر 2020، ص 27.

يتطلب تشكيل وعي ثقافي حولها وذلك بتكوين نوع من اليقظة الوجدانية الانفعالية التي ترتبط بالمعرفة والفهم مما يمكن الفرد من التعامل مع القضايا والمشكلات بشكل إيجابي؛ بحيث يقدم الحلول والبدائل التي تتم عن إدراكه السليم لتلك القضايا والمشكلات.^أ

حيث تلعب وسائل الإعلام والاتصال بصفة عامة ومواقع التواصل بصفة خاصة دورا كبيرا في تشكيل هذا الوعي الثقافي خاصة لدى فئة الشباب الجامعي ونشر الثقافة الصحيحة لديه، إذ تكمن هذه الوظيفة " بتعريفها بالمنتج الثقافي وتثبيت الذاكرة الجماعية و الهوية الخصوصية وترسيخ التاريخ المشترك والربط بين الموروث الثقافي والإبداعات الحديثة لبناء المستقبل، بالإضافة إلى تنشيط الحياة الثقافية بالاستجابة للطلبات الفردية وتطوير الطموحات الذاتية لتحقيق النسيج الاجتماعي المتميز، حيث يمكن القول أن الشبكات الاجتماعية أصبحت وسيلة و أداة للحصول على الثقافة والاطلاع على جميع أشكال الإبداع للجمهور وتأثيرها بشكل أساس في عملية انتقاء محتوى هذه الثقافات".^ب

ونجد هنا موقع اليوتيوب الذي جعل من نقل المعرفة أمرا سهلا لضمه عددا لا متناهي من المعارف الموجودة على الفيديوهات التي يحتويها والمساهمة في تنمية الوعي الثقافي في مجالات مختلفة لدى فئة النساء خاصة، فهناك الكثير من القنوات على اليوتيوب التي تتيح المحتوى الأصلي والمتميز في العديد من المجالات كالمعرفية التي منها قنوات الإعلام الوثائقية التي تقدم أفلاما قصيرة أو طويلة تختصر للمرأة المعارف والعلوم في أسلوب مشوق وممتع، والتي تغرس لديها حب الاطلاع على كافة المستجدات والتعرف على خبرات الآخرين والتوعية بالواقع المعاش فكلما كانت المرأة عالمة وذات ثقافة كانت لها القدرة على النهوض بالمجتمع وذلك بالعمل والتعليم والتثقيف قلل من خطر وسائل الإعلام في التأثير سلبا على المحيط الاجتماعي الذي تتفاعل داخله، لأنها تمتلك قوة النقد والتمييز بين الصالح للمجتمع والفساد.

حسب نتائج الدراسة التي قامت بها الباحثة دبة عقيلة بعنوان "دور اليوتيوب في تنمية الوعي الثقافي لدى الطلبة الجامعيين" فقد توصلت إلى أن أكبر فئة من الباحثين تشاهد المضامين الثقافية بنسبة 37.5% وذلك راجع لوعيهم بأهمية الثقافة باعتبارها جزء لا يتجزأ من الحياة الإنسانية وكونها ضرورة ملحة لتنمية الوعي الإنساني في كافة الميادين.^ج

^أ حامد سعيد الجبر وآخرون، واقع دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت، مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، العدد 176، الجزء 2، الكويت، ديسمبر 2017، ص 77-115.

^ب موسى جواد الموسوي، الإعلام الجديد "تطور الأداء والوسيلة والوظيفة"، مكتبة الإعلام والمجتمع، بغداد، 2011، ص 49.

^ج دبة عقيلة، دور اليوتيوب في تنمية الوعي الثقافي لدى الطلبة الجامعيين، ماستر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر، 2018، ص 75، 76.

7-المجال الاقتصادي:

يعد الاقتصاد عصب الحياة المجتمعية والذي يعبر عن مجموعة واسعة من الأنشطة الإنتاجية يقابلها نشاط استهلاكي واسع تربط بينهما عملية تبادلية، وقد تطور النشاط الاقتصادي والتبادلات بتطورات عديدة أهمها الجانب التكنولوجي ولاسيما تكنولوجيا الإعلام والاتصال الذي فتح آفاق جديدة للتفاعلات الداخلية والخارجية، وقد استثمر هذا تطور الذي يوفره الإعلام الرقمي في رفع الاحتكارات المعلوماتية حول القضايا الاقتصادية التي تفرزها المؤسسات والثقافات، وبذلك استغلت مختلف الفئات المجتمعية هذه الوسائل الإعلامية لخدمة الصالح الخاص والعام، وأهم هذه الوسائط موقع اليوتيوب بما تتيحه من فرص لخدمة المستخدمين في الاطلاع على مختلف المستجدات الاقتصادية المحلية والعالمية، وتتنوع هذه المضامين الإعلامية بما يخدم الشرائح المجتمعية أهمها فئة الطالبات الجامعيات كمنخبة مجتمعية لها خصائصها في استخدام اليوتيوب من الناحية الاقتصادية ومن أبرز هذه استخدامات نجد:

7-1- عروض العمل:

تعتبر وسائل التواصل الاجتماعي الوجهة الاولى سواء المؤسسات لنشر عروضهم او لطالبي العمل من أجل البحث عن الوظيفة التي تلائمهم وهو ما يعرف بالتوظيف عبر وسائل التواصل الاجتماعي social media recrutement أو التوظيف الاجتماعي social recrutement ذلك بسبب المزايا المذهلة التي تتميز بها المنصات الاجتماعية الأمر الذي جعلها اليوم تستقطب ما يقارب 3 مليار مستخدم من جميع أنحاء العالم حسب إحصائيات global web index 2019 وأن المستخدمين يقضون ما يقارب 2 ساعات و 23 دقيقة على هذه المنصات ومعدل اشتراك في 3 منصات على الأقل¹.

على هذا الأساس تغيرت معدلات البحث عن العمل والتوظيف فبدل أن يكون طالب العمل هو من يبحث عن المؤسسة أصبح بإمكان المؤسسة تتبع الموظف المرتقب والمناسب الوظيفة المحددة من خلال حسابات هذا الأخير على وسائل التواصل الاجتماعي، وبذلك لم تعد هذه الوسائط الرقمية مجرد آلية للتواصل مع الأصدقاء والعائلة إنما فتحت المساحة للعمل وأثرت بشكل كبير على عملية توظيف على كيفية تنفيذها أيضا.

تشير الإحصائيات إلى أن ما نسبته 89 % من الشركات تستخدم وسائل الإعلام الاجتماعية لتوظيف عام 2013 بمعدل نمو يقدر ب 83% عن عام 2012، بنسبة 56 % من المستخدمين للموارد

¹ جلام كريمة، " دور وسائل التواصل الاجتماعي في عملية التوظيف (دراسة تحليلية من وجهة نظر الباحثين) على العمل"، مجلة الريادة لاقتصاديات الأعمال، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، المجلد 6، العدد2، الجزائر، جانفي 2020، ص 60-78.

البشرية (أرباب العمل) يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر لمرشحين محتملين 14.4 مليون شخص قاموا باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة للبحث عن العمل.

كذلك تشير دراسة 2011 potential parle التي بلغت عينتها 30.000 فرد من خريجي الجامعات، حيث أظهرت نتائج انه في أوروبا ما يعادل 100 % من المستجوبين يرغبون في التفاعل مع أصحاب العمل على مواقع التواصل الاجتماعي هذا وتجدر الإشارة إلى أن 73 % من المؤسسات المستخدمة قد نجحت في عمليات التوظيف عبر الشبكات الاجتماعية خاصة لينكد إن، فيسبوك، تويتر على التوالي وهذا بفضل خصائص التوظيف على شبكة التواصل الاجتماعي التي تتميز بالسرعة والسهولة فعالة من حيث التكلفة^أ.

كما نشرت منصة Everyone Social التي تعني بمناصرة الموظفين أن إحصائيات تشير أن نسبة 79 % من المتقدمين للوظائف يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي في بحثهم عن عمل وانما أكثر الموارد التي تعنى بالبحث عن وظائف كما يتزايد توظيف عبر هذه الوسائط ب 84 بالمئة من المؤسسات التي تستخدمه وانما لا يقل عن 58 % من المستهلكين الأمريكيين يستخدمون الشبكات الاجتماعية لمتابعة العلامات التجارية كما أن جيل الألفية الجديدة يغير ممارسات التوظيف الاجتماعي ب 73 % من جيل الألفية القديم^ب.

إن خدمة التوظيف الإلكتروني حسب التقرير الأول لمنظمة العمل العربية بعنوان "التشغيل والبطالة في الدول العربية" تعد من أهم الخدمات التي يجب أن تتوفر في منظومة سوق العمل وتهدف إلى تقليل الهوة بين أصحاب العمل وبين الباحثين عن العمل وذلك من خلال استخدام القنوات الإلكترونية (الإنترنت) وتساعد هذه الخدمة على تخفيض ما يعرف بالبطالة الاحتكاكية وهي البطالة التي يسببها غياب الشفافية والمعلومات في مسائل التوظيف.

ترجع أهمية خدمة التوظيف الإلكتروني كونها تحقق مبدأ العدالة الاجتماعية في سوق العمل بالنسبة لطالبي العمل والمستغلين على حد سواء، وتقوم هذه الخدمة بتنفيذ العمل المطلوب باستخدام قوائم موازنة، حيث تمثل كل قائمة منها مجموعة من المهن في سوق العمل وعليه يقوم الباحث عن العمل وصاحب

^أ جلام كريمة، التوظيف عبر شبكات التواصل الاجتماعي بين الضرورة والحتمية، الملتقى الوطني حول واقع إدارة الموارد البشرية في ظل التحديات الراهنة (المؤسسة الجزائرية نموذجاً)، جامعة تيارت، الجزائر، 2015، ص ص 6.7.

^ب فرح نصور، كيف تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي في عملية التوظيف؟، 07-10-2020، مقال متاح على:

https://www.annahar/ar.com بتاريخ 2022-5-11

العمل باستخدام قائمة المقارنة نفسها، وهذا ما يسمح للنظام بإنجاز مطابقة بين أصحاب العمل والباحثين عن العمل.

وحسب تقارير منظمة العمل العربية حول تحديات التشغيل والبطالة في الدول العربية الصادر في 2008 الذي أشار الى صعوبة رصد مساهمة المرأة وهذا لقلّة نسبة النساء في قوة العمل بالدول العربية، وأن معدل مشاركتهن الاقتصادية مازالت متدنية جدا موازنة بمعدلات المشاركة الاقتصادية للرجال، وهذا راجع لعدة أسباب أهمها اتجاه نسبة كبيرة منهن للعمل في الاقتصاد غير المنظم والمؤسسات ذات الملكية الخاصة (ملك الاسرة)^أ.

هذا التراجع في نسبة المشاركة الاقتصادية للمرأة راجع لعدة أسباب أهمها العامل الثقافي الذي يفرض نوعا من الرفض حول عمل المرأة، ومع التطورات الاجتماعية والثقافية ظهر نوع من التفتح الذهني مما رفع القيود حول عمل المرأة، كما ساهمت التطورات التكنولوجية في تسهيل عمل المرأة من خلال توفر المعلومات حول مجالات التوظيف التي استخدمتها المرأة عامة وطالبة خاصة في عمليات البحث عن العمل ومواكبة مستجدات التوظيف.

في إطار مساعيها لدعم قطاع تكنولوجيا الإعلام والاتصال والرقمنة وتشجيع استعمالها في المجالات الاقتصادية تعكف الحكومة الجزائرية على تطوير استراتيجياتها الرقمية لذلك استحدثت عدة مواقع اهمها: Employic.com وهو أكبر موقع الكتروني لتوظيف في الجزائر، انطلق في أبريل 2006 يتصفحه يوميا 450 ألف شخص شهريا، أي ما يعادل 15000 متصفح في اليوم، كما يحصى 200 ألف مترشح باحث عن العمل مسجلو 2500 شركة مسجلين كأعضاء دائمين.

حسب ذات الموقع فإن 80% من فرص العمل والتوظيف تتم على الويب، وإن الموقع يوفر 15000 فرصة عمل في السنة أزيد من 90% من المرشحين المتقدمين لهذه الوظائف يتقلدون المناصب، كما فاق فرص العمل التي نشرها موقع منذ تأسيسه 70 ألف عرض عمل لكن ما يميزه عن غيره هو تنظيمه لطبعات صالون التوظيف المهني عبر شبكة الإنترنت بمشاركة مختصين في الموارد البشرية كما يقدم اقتراحات للمؤسسات حول استخدام موظفين عبر الويب^أ.

^أ منظمة العمل العربية، التشغيل والبطالة في الدول العربية (قضايا محلية)، التقرير العربي الثاني حول التشغيل والبطالة في الدول العربية، منظمة العمل العربية، مصر، 2010، ص55.

^ب جنان حياة، شنوف صادق، التوظيف عبر الشبكات الالكترونية في الجزائر، مجلة التنظيم والعمل، جامعة معسكر، المجلد 10، العدد1، الجزائر، 2011، ص82-103.

هذا ما أكدته دراسة ميكيري مالية حول " استخدامات مواقع التوظيف الإلكتروني في الجزائر ودورها في تقليص نسبة البطالة" حيث أشارت نتائج الدراسة حول دوافع استخدام أفراد العينة لمواقع التوظيف فقط تلخصت بالدرجة الأولى في كون هذه الخدمة تتيح لهم إمكانية الحصول على وظيفة دون الحاجة للبحث شخصيا عنها من خلال زيارة المؤسسات الاقتصادية وكالات التشغيل، كما تسمح هذه المواقع الإلكترونية للباحثين عن فرص عمل بمتابعة التطورات حول السير الذاتية عبر الموقع واستعراض المعروضة.

كما أكد أفراد العينة أن جعلهم يعولون على مواقع التوظيف الإلكتروني كمصدر الرئيسي يستخدم بشكل مكمل للطرق التقليدية في التوظيف، حيث حيثيساعدهم في الاطلاع على جديد الوظائف الشاغرة في سوق العمل وهو ما يسمح بتقليد الهوية بين الباحثين عن عمل وأصحاب العمل، لذلك فإن نسبة كبيرة من الشباب الذين يعانون من البطالة يلجئون إلى إنتاج في سبيل البحث عن وظيفة تتماشى مع المؤهلات العلمية والتكوينية لهم^أ.

في نفس السياق جاءت نتيجة دراسة يونيف محمد لمين حول " خدمة التوظيف الإلكتروني في مجال علم المكتبات من خلال مواقع الويب" والذي أكدت إرتفاع نسب إستخدام المواقع الإلكترونية نظرا بسهولة كتابة عنوان الموقع ونذكره وكذلك علاقة العنوان بهدف نشاط الموقع المديرية العامة للوظيفة العمومية المتاح على الانترنت الاحتياجات مستخدميها تساوي 73 بالمئة وهي نسبة جيدة ومؤشر لتعزيز خدمات التوظيف الإلكتروني^أ.

7-2- التسويق السياحي:

تمثل الاستثمارات أهم آليات التنمية الاقتصادية، ومن أهم مجالات الاستثمار التي تحظى بالاهتمام البالغ هي الاستثمار في قطاع السياحي والتي تحولت بفعل التطورات التكنولوجية في مجال الإعلام والاتصال إلى صناعة ترويجية، ساهم في بروز هذه الصناعة شبكات التواصل الاجتماعي من خلال التسويق السياحي المختلف فعاليات الأنشطة الثقافية والأماكن الأثرية.

يحظى تسويق الإلكتروني بالعديد من المزايا والفرص في مختلف الميادين، أهمها تحسين الخدمات المقدمة للزبائن والاتصالات مع الزبائن والعاملين، موزعين وموردين، بالإضافة إلى إمكانية حصول المستهلك بفضل الانترنت على أهم التطورات والمستجدات الخاصة بالنشاط السياحي من أهمها الأسعار

^أ مالية مكيري، "استخدامات مواقع التوظيف الإلكتروني في الجزائر ودورها في تقليص نسبة البطالة المحلية الجزائرية"، مخر البحث lancomnet ، جامعة الجزائر 3، المجلد 2، العدد 2، الجزائر، سبتمبر 2015، ص92-119.

^أيونيف محمد لمين، "خدمة التوظيف الإلكتروني في مجال علم المكتبات من خلال موقع الويب"، مجلة جودة الخدمة العمومية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، المجلد 2، العدد 2، الجزائر، جوان 2019، ص53-70.

التنافسية لمختلف الوكالات و المؤسسات السياحية وقد أظهرت العديد من الدراسات دور التسويق الرقمي في تسهيل الحصول على المعلومات عن مختلف المنتجات إضافة إلى تخفيض التكاليف كما يخلق فرص نشر تجارب السياحة مع الغير عبر من الصوت الرقمية المتوفرة^أ.

ومع هذا الانتشار الواسع للتسويق الالكتروني للسياحة برز مفهوم السياحة الالكترونية التي تمثل نمط سياحي يتم من خلال تنفيذ بعض المعاملات السياحية بين المؤسسات أو بين المؤسسة والمستهلك عن طريق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بحيث تتلاقى فيه عروض الخدمات السياحية على شبكة الانترنت الدولية مع رغبات جموع السائحين الراغبين في قبول الخدمات السياحية المقدمة، وقد أشارت العديد من الإحصاءات حول أهمية السياحة الالكترونية ونموها عالميا^أ.

- 44 % من المستخدمين يستخدمون هواتفهم الذكية للبحث ولحجز أثناء سفرهم.
 - أكثر من 148.3 مليون شخص حول العالم يستخدمون الإنترنت لترتيب حجوزاتهم السياحية والفندقية عبر الإنترنت.
 - ما يقارب من 90 % من منظمي الرحلات السياحية لا تزال تتلقى الحجوزات يدويا عن تاريخ الطلبات الحجز بالبريد الالكتروني، كما توقعت دراسة حديثة أجرتها شركة أبحاث سوق السفر العالمية " فوكس رايت" تزايد مبيعات السفر عن طريق الانترنت في الشرق الأوسط بنسبة 31 % لتصل إلى حوالي 12 مليون دولار ويتوقع زيادة تصل إلى 18.8 % مليار دولار أمريكي.
- يصرّف موقع يوتيوب أنه أحد المنصات المؤثرة كوسيط اجتماعي، مما يسمح للأشخاص عرض أفكارهم من خلال مشاركة مقاطع الفيديو حيث تصدرت مقاطع الفيديو متعلقة بالسفر ثاني أعلى نتائج بين مستخدمي هذه الوسائط الاجتماعية العملاقة في السنوات الأخيرة يستخدم اليوتيوب ترويجية للشركات السفر ويهدف إلى تحفيز السوق السياحية بأكثر الطرق فعالية من حيث التكلفة، حيث تحدد المتصفحات الاهتمام بجعل الأفراد على دراية بالوجهات المختلفة.

قد حقق بالفعل اليوتيوب كمنصة ترويجية عبر الإنترنت الأهداف التسويقية وهذا ما أظهرته الإحصائيات المقدمة من طرف google.com والتي بلغت فيها عمليات البحث عن سفر على اليوتيوب

^أ هادية ابراهيمي، بن العايب بوبكر، "التسويق الرقمي ومساهمته في تنشيط السياحة في الجزائر"، مجلة المنتدى للدراسات والأبحاث الاقتصادية، المدرسة العليا للتجارة، المجلد 13، العدد3، الجزائر، 2019، ص 49-63.

^ب نهار خالد بن الوليد، لحول فطوم، "دور التسويق السياحي عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تنشيط السياحة في الجزائر"، مجلة المنتدى للدراسات والأبحاث الاقتصادية، المدرسة العليا للتجارة، المجلد 3، العدد 1، الجزائر، جوان، 2018، ص104-120.

إلى حوالي 88 % فيما يتعلق بالواجهات والمعالم السياحية وأفكار السفر الأخرى في 2019، كما تظهر الإحصائيات أن الأشخاص في جميع أنحاء العالم يقضون مليار ساعة في مشاهدة مقاطع الفيديو، كذلك بينت الدراسات أن الفئة العمرية من 18 عام تقضي وقتا أطول على الهاتف المحمول أكثر من التلفزيون.

جدير بالذكر أن الجزائر تتوفر على العديد من المقومات السياحية حيث تزخر بالتنوع الجغرافي والثقافي المحتوى في تقديم مضمون إعلامي رقمي عبر موقع اليوتيوب يسوق لمختلف المناطق السياحية بالجزائر، وهذا ما أوضحته دراسة بنور خولة حول " الترويج للسياحة في الجزائر عبر اليوتيوب" حيث أكدت نتائج الدراسة حول عدد مشاهدات الفيديو لقناة Lamine Emilio على اليوتيوب متخصصة في التسويق السياحي الرقمي.

فقد جاءت نسبة 50 % مشاهده في المرتبة الأولى بين 100 ألف إلى 300 ألف مشاهدة أما المرتبة الثانية فهي للفيديوهات التي تتراوح مشاهدتها إلى اقل من 100000، أما فئة النشاط السياحي فقد احتلت رياضة المشي 44.44 % المرتبة الأولى النشاط تخيم بنسبة 27.78 %، أما فيما يخص مصادر معلومات صاحب القناة أو المدون فقد بينت النتائج ان هذه المعلومات مصدرها أفراد آخرين مروحين 71.43 % انقسموا بين مرشدين سياحيين وسكان المناطقⁱⁱ، وهذا يدل على حرص الأفراد على الترويج السياحي وإلمامهم بالموقع كمسوق الكتروني.

استنادا إلى ما سبق فقد أشارت دراسة كل من مزنر فوزية وخالد خالد حول موضوع اليوتيوب في ترويج السياحة في جيجل أن نسبة 35 % من أفراد العينة يشاهدون المواضيع السياحية ونسبة 90 % مشاهدة فيديوهات سياحية عالمية، إما بخصوص الفيديوهات المحلية فقد جاءت بنسبة 69.6 % من المبحوثين يفضلون فيديوهات الهواة لترويج السياحة في جيجل وذلك لترى مضمونها بسبب انتماء هؤلاء الهواة للمناطق السياحية المروج لها.ⁱⁱⁱ

ولأن المرأة تؤثر بدورها في الحياة الاقتصادية وتشارك بفاعلية في كافة المجالات أهمها القطاع السياحي على الرغم أنها لازالت تقابل الكثير من التحديات التي تمثلها في مجال السياحي ضعيف خاصة في

ⁱSanjoyKumarroy and other, **reviewing youtube as a compelling tool for the promotion of tourism**, international journal of management and accounting 2(5), bangladesh, 2020,p97.

ⁱⁱ بنور خولة، الترويج للسياحة في الجزائر عبر اليوتيوب، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص سمعي بصري، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي بن مهيدي، الجزائر، 2020، ص110

ⁱⁱⁱ مزنر فوزية، خالد خالد، دور اليوتيوب في الترويج للسياحة في جيجل، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص سمعي بصري، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجزائر، 2020، ص64.

البيئات المحافظة، حيث تعددت معوقات التقدم المهني للمرأة العاملة في القطاع السياحي، ومن أهم هذه المعوقات ما هو مرتبط بطبيعة العمل السياحي مرتبط بالعادات والتقاليد والأعراف. لذلك يتطلب تفعيل دور الإعلام لتغيير نظرة المجتمع حول خروج المرأة للعمل بالمجال السياحي ورفع مستوى الوعي بإشراكها في هذا المجال.

هذا ما كشفته دراسة كل من هناء محمد ابراهيم وغادة وفيق ومروى قاعود حول تقييم تمثيل المرأة في المجال السياحي حيث أظهرت نتائج تدني مستوى تمثيل المرأة في مجال السياحي بنسبة 9.8 % من إجمالي العاملين في قطاع السياحة الحكومي والقطاع العام وهو أكبر قطاع لتوظيف الإناث في مقابل نسبة الذكور 90.2 % عن عام 2014 كان عدد الذكور 42460 في مقابل عدد الإناث 8041 وفي 2015 كان عدد الذكور 42150 عامل في مقابل 8039 وهذا التراجع في عدد العاملات راجع لعدة أسباب أهمها الموانع الاجتماعية لعمل المرأة.^أ

مع ظهور الإعلام الجديد وخاصة شبكات الاجتماعية التي تتميز بالاستخدام الشخصي فتح المجال أمام تفعيل دور المرأة ومشاركتها الاقتصادية خاصة في المجال السياحي باستثمار أكثر المواقع الاجتماعية استخداما في هذا المجال وهو موقع اليوتيوب حيث ساهمت المرأة في الترويج لعناصر التراث المادي كالحرف اليدوية وبعض العادات والتقاليد داخليا وخارجيا، كما استثمرت استخدام هذا الموقع للتعرف على الثقافات الأخرى واهم المعالم السياحية العالمية والمحلية.

^أ هناء إبراهيم وآخرون، "تقييم تمثيل المرأة في المجال السياحي"، المجلة الدولية للتراث والسياحة والضيافة، جامعة الفيوم، المجلد 2، العدد 12، مصر، سبتمبر 2018، ص 85-103.

خلاصة:

يمثل الشباب فئة مجتمعية تحكمها عدة متغيرات نفسية، فيزيولوجية عقلية وغيرها من المتغيرات التي تدعم التمايز بين الشرائح المجتمعية، ومن ضمن فئة الشباب نجد فئة الطالبات الجامعيات التي تمثل نخبة مجتمعية لها خصائصها الفيزيولوجية والنفسية وأهمها الخصائص الثقافية التي تفرضها الأعراف الاجتماعية إزاء النوع الاجتماعي، يمتظهر هذا التمايز ويؤثر في الوظائف والأدوار وبالتالي ينعكس على اتجاهات الطالبة وآرائها وتعاطيها مع مختلف المواقف التي تواجهها.

تلعب هذه الترسيمات الاجتماعية القائمة على أساس الجندر دورا هاما في توصيف العلاقات الاجتماعية وأنماط التفاعلات سواء بين الأفراد أو بين الأفراد والوسائل، وهذا ما يتجسد في ممارسات وعادات استخدام الطالبة الجامعية وتعاطيها سواء مع الإعلام القديم أو الحديث خاصة مواقع التواصل الاجتماعي وتحديدا موقع اليوتيوب الذي يعتبر شاشة خاصة بالمستخدم، فتح موقع اليوتيوب بفعل خصائصه المجال أمام الطالبة الجامعية لتوظيفها في مختلف المجالات بما يلبي رغباتها ويحقق اشباعاتها ضمن مختلف الأنساق المجتمعية داخل البناء الاجتماعي سواء المجال الاجتماعي، الترفيهي، الرياضي والمجال السياسي والاقتصادي وكذلك المجال التثقيفي التوعوي والمجال والتعليمي، خاصة بعد التغيرات الاجتماعية التي فرضت تعليم المرأة وتدرجها في المستويات التعليمية العليا .

الفصل الرابع: الإطار المنهجي والتحليلي للدراسة

أولاً: منهج البحث وتقنيات جمع البيانات

ثانياً: مجالات الدراسة وعينتها

ثالثاً: عرض وتحليل وتفسير نتائج الدراسة حسب الفرضيات

رابعاً: تحليل وتفسير نتائج الدراسة حسب الدراسات السابقة

خامساً: تحليل وتفسير نتائج الدراسة حسب النظريات المفسرة للدراسة

سادساً: النتائج العامة للدراسة

الفصل الرابع : الإطار المنهجي و التحليلي للدراسة

أولاً: المنهج وتقنيات جمع البيانات:

1-منهج الدراسة:

تعد خطوة إختيار المنهج مهمة وضرورية في أي بحث علمي محل الدراسة، ولهذا يجب على الباحث القائم بالدراسة إنتقاء واعتماد المنهج العلمي الملائم لطبيعة ونوعية دراسته للحصول على نتائج بحثية مضبوطة ودقيقة، حيث عرف محمد بدوى المنهج العلمي بأنه "مجموع القواعد التي يستعملها الباحث لتفسير ظاهرة معينة بهدف الوصول الى الحقيقة العلمية أو أنه الطريق المؤدي الى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة التي تهيمن على سير العقل وتحدد عملياته حتى يصل الى نتيجة معلومة"¹⁴.

يقصد كذلك بالمنهج "هو التوازن بين ما يمكن ملاحظته وبين المبادئ الأولية "النظريات" التي تتولد عن البحث العلمي الذي يختبر صدقها"¹⁵. تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية ولذلك تم الاعتماد على المنهج الوصفي لكونه الأنسب لوصف وتشخيص مجالات استخدام الطالبات الجامعيات لمحتوى موقع اليوتيوب عن طريق الكشف عن عادات وأنماط ودوافع وانعكاسات استخدامهن لهذا المحتوى والانعكاسات المترتبة عن ذلك.

-تعريف المنهج الوصفي: "هو الوصف الدقيق والتفصيلي للظاهرة أو موضوع محدد على صورة نوعية أو كمية رقمية، وقد يقتصر هذا المنهج على وضع قائم في فترة زمنية محددة أو تطوير يشمل فترات زمنية محددة"¹⁶.

يعرف أيضا بأنه "مجموعة الطرق التي يتمكن الباحث من خلالها وصف الظواهر العلمية والظروف المحيطة بها في بيئتها والمجال العلمي الذي تنتمي اليه، وتصور العلاقة بينها وبين الظواهر الأخرى المؤثرة والمتأثرة فيها، كما تصور شكل العلاقة بين متغيراتها بإستخدام أساليب وأدوات البحث العلمي التي تلائم الأهداف التي يسعى الباحث لتحقيقها من وراء استخدام هذا المنهج"¹⁷.

2-تقنيات جمع البيانات:

¹⁴ أعمار بوحوش واخرون، منهجية البحث العلمي وتقنياته في العلوم الاجتماعية، المركز الديمقراطي العربي ، برلين، 2019، ص14.
¹⁵ أكمل دشلي، منهجية البحث العلمي، مديرية الكتب والمطبوعات الجامعية، جامعة حمادة، 2016، ص26.
¹⁶ محمد عبيدات واخرون: منهجية البحث العلمي، "القواعد والمراحل والتطبيقات"، دار وائل للنشر والتوزيع، ط2، عمان، 1999، ص46.

تم استخدام استمارة الاستبيان كأداة ووسيلة رئيسية لجمع البيانات، وذلك راجع لما توفره من جهد ووقت وتكلفة، واهتمامها بالحجم الكبير، حيث تساعد في جمع أكبر قدر ممكن من المعلومات والبيانات في وقت قصير.

-تعريف إستمارة الإستبيان:

"هي مجموعة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين، يتم وضعها في استمارة ترسل للأشخاص المعنيين بالبريد أو يجري تسليمها باليد تمهيدا للحصول على أجوبة الأسئلة الواردة فيها، وبواسطتها يمكن التوصل الى حقائق جديدة عن الموضوع أو التأكد من معلومات متعارف عليها لكنها غير مدعمة بحقائق".ⁱⁱ

وكذلك تعرف بأنها "وسيلة للحصول على إجابات على أسئلة وذلك باستعمال إستمارة يقوم المجيب بتكوين الإجابات عليها حيث تعتبر وسيلة مناسبة لجمع البيانات المحددة أو الحصول على آراء واتجاهات المجيبين بخصوص متغيرات البحث".ⁱⁱⁱ

ولقد مرت عملية إعداد وإنجاز استمارة الإستبيان التي وجهت لطالبات قسم علم الاجتماع جامعة 08 ماي 1945 بعدة مراحل الى أن أصبحت جاهزة للتوزيع كما يلي:

-**المرحلة الأولى:** تم فيها إعداد استمارة مبدئية ثم عرضها على الأستاذة المشرفة لإبداء ملاحظاتها حولها.

-**المرحلة الثانية:** بعد إبداء الأستاذة المشرفة لرأيها وملاحظاتها للاستمارة، ثم إخضاعها للتحكيم من طرف بعض أساتذة قسم علم الاجتماع، بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قلمة وهم: الأستاذ حواوسة جمال، الأستاذة نزارى سعاد، الأستاذة قرزط نجيمة.

-**المرحلة الثالثة:** تم فيها إدخال التعديلات اللازمة على الاستمارة، بناء على ملاحظات الأساتذة المحكمين، وبموافقة الأستاذة المشرفة، حيث تم تغيير بعض الأسئلة وحذفها وإضافة أخرى، وبعد إجراء التعديلات النهائية ضمت استمارة البحث 25 سؤالاً منها المغلقة والمفتوحة موزعين على أربعة محاور كما يلي:

ⁱ مصطفى حميد الطائي، خير ميلاد أبو بكر، مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الاعلام والعلوم السياسية، دار الوفاء للطباعة والنشر، القاهرة، 2002، ص95.

ⁱⁱ عمار بوحوش، محمد محمود الذنيات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، ط4، الجزائر، 2007، ص67.

ⁱⁱⁱ ربيحي مصطفى عليان، البحث العلمي "أسسه، مناهجه، أساليبه، إجراءاته"، بيت الأفكار الدولية، الأردن، 2001، ص90.

المحور الأول: تم تخصيصه لعرض البيانات الشخصية للمبحوثات، ضم ثلاثة أسئلة تمحورت حول السن والمستوى الدراسي والحالة العائلية.

المحور الثاني: حول أنماط وعادات متابعة الطالبة الجامعية لمحتوى موقع اليوتيوب وضم 11 سؤالاً.

المحور الثالث: ضم 09 أسئلة حول دوافع استخدام الطالبة الجامعية لمحتوى قنوات اليوتيوب.

المحور الرابع: ضم سؤالين (02) رئيسيين تفرعا منها أسئلة فرعية حول الإيجابيات والسلبيات لمتابعة واستخدام الطالبة الجامعية لمحتوى مواقع اليوتيوب.

ثم بعد ذلك تم توزيع الإستمارة على 90 طالبة عينة البحث من قسم العلوم الإجتماعية بجامعة قالمة حسب المستويات الدراسية (سنة أولى جذع مشترك، السنة الثانية، السنة الثالثة، أولى ماستر) وتم ملأها جميعا من قبلهن.

ثانيا: مجالات الدراسة وعينتها:

1-مجالات الدراسة:

1-1-المجال المكاني:

أجريت هذه الدراسة بقسم علم الاجتماع بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة 08 ماي 1945 بولاية قالمة، أنشأ قسم العلوم الاجتماعية مع الدخول الجامعي 2000 / 2001 بمبني يحتوي على طابقين بالإضافة الى طابق أرضي به 30 قاعة و04 مدرجات بالإضافة الى مخبرين و03 قاعات للاجتماع خاصة بالأساتذة وأكثر من 10 مكاتب للأساتذة حيث تم تأثيثها وتجهيزها بالحواسيب وتزويدها بالإنترنت. أما على مستوى التنظيم الإداري للقسم فإنه يتكون من رئيس القسم ونائبين له أحدهما مكلف بالبيداغوجيا وعلى 03 موظفين أحدهما مكلف بالأمانة العامة واخر بالبيداغوجيا والأخر بما بعد التدرج، كما يتوفر القسم على لجنة علمية يرأسها رئيس اللجنة العلمية تسهر على خدمة الشؤون العلمية للأساتذة والطلبة (تربصات، تكوينات، الملتقيات والأنشطة العلمية)أ.

1-2-المجال الزمني:

يقصد به الفترة الزمنية التي تمت خلالها الدراسة، حيث تمت عبر المراحل التالية:

المرحلة الأولى: تم جمع الإطار أو الجانب النظري للدراسة بين الفترة الممتدة من نهاية شهر نوفمبر 2021 الى منتصف شهر ماي 2022.

المرحلة الثانية: مرحلة الدراسة الميدانية فقد تم إعداد استمارات الإستبيان الأولية وتحكيمها وتعديلها في نهاية شهر أبريل 2022، وحوالي منتصف ماي 2022 تم توزيعها وتطبيقها على مفردات العينة المختارة، أين تم ترميز أسئلة الاستمارة وتفرغ بياناتها في جداول مركبة باستخدام التفرغ اليدوي. وتم تحليل وتفسير نتائجها والإجابة عن فرضيات الدراسة وذلك حسب الدراسات السابقة والنظريات المفسرة، وتم طبع المذكرة ووضعها في إطارها النهائي في منتصف شهر جوان 2022.

1-3- المجال البشري:

يشمل مجتمع الدراسة وهن طالبات قسم العلوم الاجتماعية بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة 08 ماي 1945 بقالمة والبالغ عددهن 905 طالبة (السنة أولى جذع مشترك والبالغ عددهن 443، والسنة الثانية المقدر عددهن ب 192، السنة الثالثة البالغ عددهم 161 والسنة الأولى ماستر بجميع تخصصاته الثلاثة المقدر عددهم 110).

2- طبيعة العينة وكيفية إختيارها:

"تعد العينة جزء من مجتمع البحث يختاره الباحث للحصول على بيانات تتعلق بموضوع بحثه يتعذر الحصول عليه من المجتمع برمته ويشترط أن تكون ممثلة تمثيلا صحيحا لمجتمع البحث".ⁱⁱ ولقد تم الاعتماد في هذه الدراسة على العينة الطبقية العشوائية.

2-1- تعريف العينة الطبقية العشوائية:

" المعينة الطبقية هي صنف من المعاينة الاحتمالية التي تنطلق من فكرة أن هناك خاصية أو عدة خصائص تميز عناصر مجتمع البحث والتي لا بد من أخذها بعين الاعتبار قبل الانتقاء، يسمح هذا الإجراء بإنشاء مجموعات صغيرة أو طبقات سيكون لها بعض الإنسجام لأننا نعتقد أن العناصر المكونة لكل طبقة لها بعض التشابه، وأن كل منها يتميز في نفس الوقت عن المجموعات الأخرى"ⁱⁱⁱ.

في هذه العينة يستخدم الباحث طريقة وهي تقسيم المجتمع الأصل الى طبقات بناء على خاصية معينة ثم يشتق بطريقة عشوائية من هذه المجموعات الأصغر المتجانسة عدد محدد مسبقا من مفردات، فيقسم الباحث مجتمع بحثه طبقيا حسب الأعمار أو المستوى المعاشي الثقافي والتعليمي، وكل فئة يجب أن تكون متجانسة، إن اختيار العينة حسب الفئات ضمن مجتمع الأصل مهم جدا ويمكن أن تقسم الفئة الى عدة طبقاتⁱⁱⁱ.

ⁱ صلاح مراد، فوزية هادي، طرائق البحث العلمي وتعميماتها وإجراءاتها، دار الكتاب الحديث، الكويت، 2002، ص197.

ⁱⁱ موريس أنجريس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي، دار القصة للنشر، ط2، الجزائر، 2006، ص305.

ⁱⁱⁱ وجيه محجوب، البحث العلمي ومناهجه، دار المناهج للنشر والتوزيع عمان، 2014، ص159.

2.2- طريقة اختيار العينة:

قدر حجم مجتمع الدراسة بـ 905 طالبة وطالبة تم اختيار 10 % من كل مستوى دراسي.

10% = 90 مفردة موزعة بين الطالبات على أساس الطبقات.

الطبقة الأولى: متمثلة في السنة أولى جذع مشترك = 443 = 10% = 44 مفردة.

الطبقة الثانية: متمثلة في السنة الثانية = 192 = 10% = 19 مفردة.

الطبقة الثالثة: متمثلة في السنة الثالثة = 161 = 10% = 16 مفردة.

الطبقة الرابعة: متمثلة أولى ماستر = 110 = 10% = 11 مفردة.

$$\text{حجم الطبقة الفرعي} = \frac{\text{حجم الطبقة} \times \text{حجم العينة}}{\text{حجم المجتمع الكلي}}$$

$$\text{حجم طبقة السنة الأولى جذع مشترك} = \frac{90 \times 443}{905} = 44 \text{ مفردة}$$

$$\text{حجم طبقة السنة الثانية} = \frac{90 \times 192}{905} = 19 \text{ مفردة}$$

$$\text{حجم طبقة السنة الثالثة} = \frac{90 \times 161}{905} = 16 \text{ مفردة}$$

$$\text{حجم طبقة السنة أولى ماستر} = \frac{90 \times 110}{905} = 11 \text{ مفردة}$$

2-3- خصائص مفردات العينة:

جدول رقم (01): توزيع أفراد العينة حسب السن.

النسبة %	التكرار	الفئات العمرية
81.11%	73	22-18
13.33%	12	27-23
01.11%	01	32-28
04.44%	4	33 فما فوق
100%	90	المجموع

من خلال الجدول رقم (01) يتضح أن معظم أفراد العينة تتراوح أعمارهم بين 18 الى 22 سنة بنسبة 81،11% تليها بنسبة 13،33% من الطلبة تتراوح أعمارهم بين 23 و 27 سنة ثم بنسبة 4،44% للذين أعمارهم 33 سنة فما فوق وأخيرا بنسبة 1،11% المتبقية تتراوح أعمارهم ما بين 28-32 سنة ومنه نلاحظ تنوع في الفئات العمرية لمفردات العينة مما يشكل تباين في مجالات استخدام محتوى موقع اليوتيوب لديهم.

جدول رقم (02): توزيع أفراد العينة حسب المستوى الدراسي.

النسبة %	التكرار	المستوى الدراسي
48.88%	44	سنة أولى جذع مشترك
21.11%	19	السنة الثانية
17.77%	16	السنة الثالثة
12.22%	11	أولى ماستر
100%	90	المجموع

الفصل الرابع: الإطار المنهجي والتحليلي للدراسة

من خلال الجدول رقم (02) يتضح أن طالبات السنة أولى جذع مشترك تمثل أعلى نسبة بـ 48,88% وهذا راجع الى أن الجذع مشترك يتفرع مستقبلا الى ثلاث شعب مختلفة إلى تخصص علم الاجتماع أو علم النفس أو الفلسفة، تليهم طالبات السنة الثانية علم الاجتماع بنسبة 21,11% ثم طالبات السنة الثالثة بنسبة 17,77% وأخيرا طالبات السنة أولى ماستر بجميع تخصصاته بنسبة 12,22%. هنا نستنتج أنه كلما تدرجت الطالبات في السنوات الدراسية وفي تخصص علمي أكثر كلما قل عددهن.

جدول رقم (03): توزيع أفراد العينة حسب الحالة العائلية.

النسبة %	التكرار	الحالة العائلية
5.55%	5	متزوجة
93.33%	84	عزباء
01.11%	1	مطلقة
100%	90	المجموع

من خلال الجدول رقم (03) يتضح أن أغلبية أفراد العينة عازبات بنسبة 93,33% تليها المتزوجات بنسبة 5,55% وأخيرا المطلقة بنسبة 1,11% وهذا راجع لصغر سن الطالبات، والتغيرات الاجتماعية والتنافية التي غيرت أنماط التفكير السائدة والنظرة السلبية حول تعليم المرأة، مما فتح المجال أمامها للتدرج في الجامعة وهذا ما رفع سن الزواج لديهن لإتمام دراساتهم.

ثالثا - عرض وتحليل وتفسير نتائج الدراسة حسب الفرضيات:

الفرضية العامة: تتنوع مجالات وأنماط وعادات وانعكاسات استخدام محتوى موقع اليوتيوب باختلاف متغير المستوى الدراسي للطالبة الجامعية.

1 - عرض وتحليل وتفسير نتائج الدراسة حسب الفرضية الفرعية الأولى:

تفرط الطالبة الجامعية في متابعة محتوى قنوات اليوتيوب باختلاف متغير المستوى الدراسي.

جدول رقم (04): يوضح متابعة الطالبات لمحتوى موقع اليوتيوب حسب متغير المستوى الدراسي.

المجموع		أولى ماستر		السنة الثالثة		السنة الثانية		سنة أولى جذع مشترك		المستوى الدراسي
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	الخيارات
20%	18	27.27%	3	18.75%	3	21.05%	4	18.18%	8	دائما

الفصل الرابع: الإطار المنهجي والتحليلي للدراسة

أحيانا	35	%79.54	15	%78.94	13	%81.25	8	%72.72	71	%78.88
نادرا	01	%02.27	/	/	/	/	/	/	1	%1.11
المجموع	44	%100	19	%100	16	%100	11	%100	90	%100

نلاحظ من خلال الجدول رقم (04) أن معظم الطالبات يتابعن محتوى موقع اليوتيوب أحيانا بنسبة %78.88 تليها حالة المتابعة الدائمة بنسبة %20 وأخيرا حالة عدم المتابعة بنسبة %1.11. حيث أكدت كافة الطالبات في جميع المستويات الدراسية على متابعتهم أحيانا لمحتوى قنوات اليوتيوب، منهن طالبات السنة الثالثة بنسبة %81.25 كأعلى نسبة تليها نسبة %79.54 من طالبات السنة أولى جذع مشترك، ثم طالبات السنة الثانية بنسبة %78.94 وأخيرا طالبات أولى ماستر بنسبة %72.72، وفيما يخص المتابعة بصفة دائمة لمحتوى موقع اليوتيوب فقد جاءت نسبة %27.27 لتؤكد المتابعة الدائمة لمحتوى موقع اليوتيوب من طرف طالبات أولى ماستر، ثم طالبات السنة الثانية بنسبة %21.05 لتليها طالبات السنة الثالثة بنسبة %18.75 وفي الأخير طالبات السنة أولى جذع مشترك بنسبة %18.18 كأدنى نسبة للمتابعة بشكل دائم، وفيما يتعلق بعدم متابعة الطالبات لمحتوى موقع اليوتيوب فقد اقتصرت على طالبات السنة أولى جذع مشترك بنسبة %2.27.

من خلال النتائج السابقة اتضح تباين نسب حالات متابعة الطالبات لمحتوى موقع اليوتيوب حسب متغير المستوى الدراسي وهذا راجع الى تنوع مجالات استخدام محتوى موقع اليوتيوب وثرء مضامينها وهذا التنوع والثرء يوفر مساحة للاختيار لدى المستخدم، وذلك ما تؤكد نظرية الاستخدامات والإشباع والتي تفترض الجمهور النشط والايجابي في اختيار الوسيلة وبالتالي المضمون الذي يشبع حاجاته.

جدول رقم (05): يوضح بداية استخدام الطالبات لمحتوى موقع اليوتيوب حسب متغير المستوى الدراسي.

المجموع		أولى ماستر		السنة الثالثة		السنة الثانية		سنة أولى جذع مشترك		المستوى الدراسي	الخيارات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
%2.22	2	/	/	/	/	%5.26	1	%2.27	1	أكثر من شهر	

الفصل الرابع: الإطار المنهجي والتحليلي للدراسة

أقل من سنة	5	%11.36	3	%15.78	/	/	/	/	8	%8.88
أكثر من سنة	38	%86.36	15	%78.94	11	%100	16	%100	80	%88.88
المجموع	44	%100	19	%100	11	%100	16	%100	90	%100

من خلال الجدول رقم (05) نجد أن معظم الطالبات أفراد العينة أكدوا على بداية استخدامهن لمحتوى موقع اليوتيوب منذ أكثر من سنة بنسبة كبيرة تقدر بـ 88,88% تليها الاستخدام منذ سنة بنسبة 8,88% وأخيرا الاستخدام منذ شهر بنسبة 2,22%.

لقد أكدت أغلبية الطالبات من كافة المستويات الدراسية بنسب متفاوتة ومتميزة حول بداية استخدامهن لمحتوى موقع اليوتيوب منذ أكثر من سنة بالنسبة للسنة الثالثة وأولى ماستر بنسبة 100% تليها بنسبة 86,36% من طالبات سنة أولى جذع مشترك وأخيرا طالبات السنة الثانية بنسبة 78,94%، أما بخصوص بداية الاستخدام منذ سنة فقد كانت لدى طالبات السنة الثانية بنسبة 15,78% ونسبة 11,36% بالنسبة لطالبات سنة أولى جذع مشترك، أما بداية استخدام محتوى موقع اليوتيوب منذ شهر فقد كانت نسبة 5,26% عند طالبات السنة الثانية وبعدها نسبة 2,27% عند طالبات السنة أولى جذع مشترك. يتضح من النتائج السابقة ان مدة استخدام الطالبات لمحتوى موقع اليوتيوب يرتفع مع متغير المستوى الدراسي للطالبات فكلما ارتفع المستوى الدراسي للطالبة ارتفعت مدة استخدامها لمحتوى قنوات اليوتيوب، وهذا ما تؤكدته نظرية الاستخدامات والإشباع التي تفترض اختلاف الإشباع لدى الجمهور وفقا لأسس كثيرة منها: النفسية والاجتماعية أهمها المستوى التعليمي والسن والنوع الاجتماعي.

جدول رقم (06): يوضح الوقت المفضل للطالبات لمتابعة محتوى موقع اليوتيوب حسب متغير المستوى الدراسي.

المجموع	أولى ماستر		السنة الثالثة		السنة الثانية		سنة أولى جذع مشترك		المستوى الدراسي الخيارات	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
2.17	2	/	/	/	/	10	2	/	/	صباحا
8.69	8	9.09	1	/	/	10	2	11.11	5	مساء
15.21	14	27.27	3	31.25	5	15	3	6.66	3	ليلا

الفصل الرابع: الإطار المنهجي والتحليلي للدراسة

73.91	68	63.63	7	68.75	11	65	13	82.22	37	غير محددة
%100	*92	%100	11	%100	16	%100	20	%100	45	المجموع

من خلال الجدول رقم (06) يتضح أن أغلبية الطالبات أفراد العينة يفضلن متابعة محتوى موقع اليوتيوب في فترات غير محددة بنسبة 73.91% تليها الفترة الليلية بنسبة 15.21% ثم الفترة المسائية بنسبة 8.69% وأخيرا الفترة الصباحية بنسبة تقدر ب 2.17% كأقل نسبة.

هذا ما أكدته الطالبات في جميع المستويات الدراسية، حيث فضلت ما نسبته 82،22% من طالبات السنة أولى جذع مشترك متابعة محتوى موقع اليوتيوب في فترات غير محددة، بعدها مباشرة طالبات السنة الثالثة بنسبة 68،75% ثم طالبات السنة الثانية بنسبة 65% وأخيرا طالبات السنة أولى ماستر بنسبة تقدر ب 63.63%. أما فيما يخص تفضيل الطالبات متابعة محتوى موقع اليوتيوب في الفترة الليلية فقد جاءت نسبة 31،25% صرح بها طالبات السنة الثالثة فيما مثلت نسبة 27.27% طالبات أولى ماستر، ثم طالبات السنة الثانية بنسبة 15% وفي النهاية طالبات السنة أولى جذع مشترك بنسبة 6،66%. أما بالنسبة لتفضيل الطالبات متابعة محتوى موقع اليوتيوب في الفترة المسائية فقد أكدت طالبات السنة الثانية ذلك بنسبة 10% تليها طالبات السنة أولى جذع مشترك بنسبة 11،11% ثم طالبات أولى ماستر بنسبة 9،09%، وبخصوص تفضيل الطالبات متابعة موقع اليوتيوب في الفترة الصباحية فقد صرحت بذلك نسبة 10% من طالبات السنة الثانية وهي أقل نسبة تمثل تفضيل فترة المتابعة للمحتوى من طرف الطالبات، أما بالنسبة لطالبات السنة أولى جذع مشترك والسنة الثانية وأولى ماستر فلا تفضلن متابعة ذلك في الفترة الصباحية نهائيا وذلك ما تؤكد النسب السابقة الخاصة بالفترات الأخرى السالفة الذكر.

ترتبط تفضيلات فترات متابعة الطالبات لمحتوى موقع اليوتيوب بدوافعهن للتعرض للمضمون الإعلامي على اليوتيوب، حيث تصنف نظرية الاستخدامات والإشباع دوافع تعرض الجمهور الى صنفين دوافع نفعية وأخرى طقوسية وهذا ما يؤثر على نمط وعادات متابعة الطالبات لمحتوى قنوات اليوتيوب، كما أن معظم الطالبات ملتزمات ومرتبطات بالواجبات الدراسية لذلك نجد أكثرهن تفضلن متابعة محتوى موقع اليوتيوب في فترات غير محددة، ثم الفترة الليلية والتي تمثل الوقت الحر والخاص للطالبات والمناسب لهن

* مجموع التكرارات أكبر من حجم أفراد العينة لانهم اختاروا أكثر من خيار.

الفصل الرابع: الإطار المنهجي والتحليلي للدراسة

للمتابعة، تليها الفترة الصباحية حيث تقل نسبة متابعة محتوى موقع اليوتيوب والذي يتقاطع مع الوقت الدراسي والذي مثلته طالبات السنة الثانية وربما يرجع الى التوقيت الدراسي لديهن.

جدول رقم (07): يوضح المدة الزمنية التي تستغرقها الطالبات في متابعة محتوى موقع اليوتيوب حسب متغير المستوى الدراسي.

المجموع		أولى ماستر		السنة الثالثة		السنة الثانية		سنة أولى جذع مشترك		المستوى الدراسي الخيارات
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%25.55	23	%36.36	4	%18.75	3	%31.57	6	%22.72	10	أقل من ساعة
%17.77	16	%18.18	2	%31.25	5	%21.05	4	%11.36	5	ساعة - ساعتين
%11.11	10	%9.09	1	%6.25	1	%10.52	2	%13.36	6	أكثر من ساعتين
%45.55	41	%36.36	4	%43.75	7	%36.84	7	%52.27	23	غير محددة
%100	90	%100	11	%100	16	%100	19	%100	44	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (07) أن نسبة 45,55% من طالبات أفراد العينة أكدت على المدة الزمنية الغير محددة لمتابعتهم لمحتوى قنوات اليوتيوب، تليها مدة أقل من ساعة بنسبة تقدر ب 25,55% وبعدها نسبة 17,77% فيما المدة من ساعة الى ساعتين وفي الأخير مدة أكثر من ساعتين بنسبة 11,11% كأقل مدة تستغرقها الطالبات في متابعتهم محتوى قنوات اليوتيوب.

فقد أكدت ما يقارب نصف مفردات العينة من الطالبات على المدة الزمنية غير محددة لمتابعتهم محتوى موقع اليوتيوب منهم متابعة طالبات السنة أولى جذع مشترك لذلك بنسبة 52,27% كأعلى نسبة، ثم طالبات السنة الثالثة بنسبة 43,75%، وبعد ذلك طالبات السنة الثانية بنسبة 36,84%، وأخيرا طالبات أولى ماستر بنسبة 36,36% أما بالنسبة للمدة الزمنية أقل من ساعة التي تستغرقها الطالبات في متابعة محتوى قنوات اليوتيوب، فقد مثلت نسبة 36,36% طالبات سنة أولى ماستر، ثم طالبات السنة الثانية بنسبة 31,57% تليها طالبات سنة أولى جذع مشترك بنسبة 22,72% وأخيرا طالبات السنة الثالثة بنسبة 18,75%، وفيما يخص مدة استغراق الطالبات في متابعة محتوى موقع اليوتيوب من ساعة الى

ساعتين فقد مثلت نسبة 31,25% كأعلى نسبة من قبل طالبات السنة الثالثة، تليها نسبة 21,05% بالنسبة لطالبات السنة الثانية، ثم طالبات السنة أولى ماستر بنسبة 18,18%، وأخيرا طالبات سنة أولى جذع مشترك بنسبة 11,36% أما بخصوص المدة الزمنية المستغرقة من طرف الطالبات في متابعة محتوى موقع اليوتيوب لأكثر من ساعتين فقد كانت نسبة 13,63% بالنسبة لسنة أولى جذع مشترك، ثم طالبات السنة الثانية بنسبة 10,52% تليها طالبات أولى ماستر بنسبة 09,09% ثم طالبات السنة الثالثة بنسبة 06,25% والتي تمثل أقل مدة تستغرقها الطالبات في متابعة محتوى قنوات اليوتيوب.

من هذا المنطلق تؤكد الطالبات أفراد العينة على أن المدة الزمنية التي تستغرقها في متابعة محتوى موقع اليوتيوب غير محددة بنسبة كبيرة ، هذا راجع الى ظروفهن وأوضاعهن الحياتية اليومية كالتوقيت الدراسي الذي يؤثر على المدة المستغرقة أثناء التحاقهن بمقاعد الدراسة، إضافة الى سرعة تدفق الانترنت و المعلومات والمحتويات المتاحة عبر موقع اليوتيوب مما يظهر الطالبات للتوليف بينها، كذلك المستوى الدراسي الذي يلعب دورا رئيسيا في بلورة معارفهن ومدى اطلاعهن حول مستجدات التطبيقات التكنولوجية.

جدول رقم (08): يوضح وسيلة تصفح الطالبات لمحتوى موقع اليوتيوب حسب متغير المستوى الدراسي.

المجموع	أولى ماستر		السنة الثالثة		السنة الثانية		سنة أولى جذع مشترك		المستوى الدراسي الخيارات	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
%94.56	87	%100	11	%100	16	%100	19	%89.13	41	الهاتف الذكي
%1.08	1	/	/	/	/	/	/	%2.17	1	الجهاز اللوحي
%4.34	4	/	/	/	/	/	/	%8.69	4	الحاسوب
%100	92*	%100	11	%100	16	%100	19	%100	46	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (08) أن معظم الطالبات أفراد العينة أكدت بنسبة 94,56% على أن الهاتف الذكي يشكل أهم الوسائط لتصفح محتوى موقع اليوتيوب تليها نسبة 4,34% من الطالبات

* مجموع التكرارات أكبر من حجم أفراد العينة لانهم اختاروا أكثر من خيار.

الفصل الرابع: الإطار المنهجي والتحليلي للدراسة

يستخدم الحاسوب، ثم نسبة 1,08% بالنسبة لاستخدام الجهاز اللوحي كوسائل تستخدم لمتابعة محتوى قنوات اليوتيوب.

حيث أكدت معظم الطالبات باختلاف مستواهن الدراسي على استخدام الهاتف المحمول فقط لتصفح محتوى قنوات اليوتيوب، منهن طالبات السنة الثانية والثالثة والأولى ماستر بنسبة 100% تليها استخدام طالبات سنة أولى جذع مشترك لهذه الوسيلة بنسبة 89,13% وهن نفس الطالبات اللاتي تمثلن نسبة 8,69% بالنسبة لاستخدام الحاسوب ونسبة 2,17% بالنسبة للاستعانة بالجهاز اللوحي لمتابعة وتصفح محتوى قنوات اليوتيوب.

استنادا الى ما سبق فإن انتشار الوسائل التكنولوجية لدى الطالبات وتنوعها يسهم في دعم وتسهيل تصفهن لمحتوى قنوات اليوتيوب، وهذا ما تؤكدته نظرية الحتمية التكنولوجية التي ترى أن التطورات التقنية والتكنولوجية ووسائل الاعلام ككل أصبحت ضرورة حتمية في جميع مجالات الحياة أهمها التفاعلات الاجتماعية لدى الطالبات الجامعيات، كما تؤكد نظرية الاستخدامات والإشباع على الجمهور الإيجابي الذي يختار الوسيلة التي تشبع حاجاته ورغباته المختلفة وهذا ما يفسر استحواذ الهاتف الذكي على أعلى نسبة لاستخدام الطالبات والذي سببه التصفح والاستخدام الشخصي، كما نلاحظ استخدام بقية الأجهزة من قبل طالبات السنة أولى جذع مشترك بنسب جد متدنية وهذا راجع الى عدة أسباب منها صغر سنهن مما يجعل السلطة الوالدية تفرض نوعا من الرقابة على امتلاكهن الهاتف الخاص واستخدامه لأغراض الاتصال فقط دون توفير الإنترنت، أو الاستخدام الجماعي لهذه الأجهزة وعدم قدرة الأولياء على توفير الهواتف الذكية للطالبات.

جدول رقم (09): يوضح المكان المفضل للطالبات لمتابعة محتوى موقع اليوتيوب حسب متغير المستوى الدراسي.

المجموع		أولى ماستر		السنة الثالثة		السنة الثانية		سنة أولى جذع مشترك		المستوى الدراسي	الخيارات
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
%100	90	%100	11	%100	16	%100	19	%100	44	المنزل	

نلاحظ من خلال الجدول رقم (09) أن كل الطالبات أفراد العينة يفضلن المنزل لمتابعة وتصفح محتوى موقع اليوتيوب بنسبة 100% على اختلاف المستويات الدراسية. مما سبق نستنتج أن الطالبات بجميع مستوياتهن الدراسية تؤكدن على المنزل كأفضل وأهم مكان لمتابعة محتوى موقع اليوتيوب وهذا ما يتماشى مع الالتزامات والتوقيت الدراسي وعدم ملائمة التوقيت الزمني لتصفح ذلك خارج المنزل في معظم الأحيان، كما يوفر المنزل البيئة والمناخ الخاص من أجل إشباع دوافع متنوعة لدى الطالبات، كما تؤثر التنشئة الاجتماعية للنوع على تفضيلات الطالبات في إختيار المكان المناسب للمتابعة، حيث تفرض الثقافة المجتمعية ترسيمات سلوكية حول الجندر يكون الذكر أكثر حرية في متابعة المضامين الإعلامية واختيار وامتلاك الوسائل التكنولوجية واستخدامها بحرية مطلقة فيما تفرض نوع من الضبط على الأنثى من حيث نمط المتابعة للمحتويات الإعلامية وكيفية استخدام الوسائل التكنولوجية.

جدول رقم (10): يوضح مع من تفضل الطالبات متابعة محتوى موقع اليوتيوب حسب متغير المستوى الدراسي.

المجموع	أولى ماستر		السنة الثالثة		السنة الثانية		سنة أولى جذع مشترك		المستوى الدراسي الخيارات	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
%82.47	80	%90.90	10	%77.77	14	%69.56	16	%88.88	40	بمفردها
%9.27	9	%9.09	1	%16.66	3	%8.69	2	%6.66	3	مع العائلة
%8.24	8	/	/	%5.55	1	%21.73	5	%4.44	2	مع الأصدقاء
%100	97*	%100	11	%100	18	%100	23	%100	45	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول (10) أن معظم الطالبات أفراد العينة تفضلن متابعة محتوى موقع اليوتيوب بمفردهن وذلك بنسبة 82,47% تليها نسبة 9,27% من الطالبات تفضلن المتابعة مع العائلة وأخيرا بنسبة 8,24% من الطالبات تفضلن متابعة محتوى موقع اليوتيوب مع الأصدقاء.

حيث أكدت معظم الطالبات على اختلاف المستوى الدراسي لهن وبنسبة 82,47% على تفضيل الانفراد في متابعة محتوى موقع اليوتيوب منهن طالبات السنة الأولى ماستر كأعلى نسبة ب 90,90%

* مجموع التكرارات أكبر من حجم أفراد العينة لانهم اختاروا أكثر من خيار.

الفصل الرابع: الإطار المنهجي والتحليلي للدراسة

تليها بنسبة 88,88% من طالبات السنة أولى جذع مشترك، ثم طالبات السنة الثالثة بنسبة 77,77% وبنسبة 69,56% من طالبات السنة الثانية.

بالنسبة لتفضيل متابعة الطالبات لمحتوى موقع اليوتيوب مع العائلة فقد أشارت النتائج الى نسبة 16,66% من طالبات السنة الثالثة، تليها طالبات السنة أولى ماستر بنسبة 9,09% ثم طالبات السنة الثانية بنسبة 8,69% وأخيرا طالبات سنة أولى جذع مشترك بنسبة 6,66% رغم تدني هذه النسب لتفضيل المبحوثات متابعة محتوى موقع اليوتيوب مع العائلة إلا أنه يوضح حرصهن على مرافقة العائلة في هذه المتابعة خاصة طالبات السنة الثالثة وأولى ماستر.

أما بخصوص تفضيل المتابعة مع الأصدقاء فقد تصدرت طالبات الثانية ذلك بنسبة 21,73% تليها طالبات السنة الثالثة بنسبة 5,55% ثم طالبات السنة أولى جذع مشترك بنسبة 4,44% وعزوف طالبات السنة أولى ماستر على متابعة المحتوى مع الأصدقاء وهذا راجع ربما الى التغيرات التي تطرأ في التدرج الدراسي من خلال تخصص الزميلات في تخصصات أخرى.

جدول رقم (11): يوضح نوعية محتوى موقع اليوتيوب الذي تتابعه الطالبات حسب متغير المستوى الدراسي.

المجموع	أولى ماستر		السنة الثالثة		السنة الثانية		سنة أولى جذع مشترك		المستوى الدراسي الخيارات	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
%5.37	5	%9.09	1	%5.88	1	%13.63	3	/	/	محلي
%37.63	35	%27.27	3	%41.17	7	%54.54	12	%30.23	13	عربي
%7.52	7	%9.09	1	%5.88	1	%18.18	4	%2.32	1	أجنبي
%49.46	46	%54.54	6	%47.05	8	%13.63	3	%67.44	29	الكل معا
%100	93*	%100	11	%100	17	%100	22	%100	43	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (11) أن أغلبية الطالبات أفراد العينة وبنسبة 49,46% أكدت على متابعتهن لأنواع مختلفة من المحتوى الإعلامي على موقع اليوتيوب الذي يتراوح بين المحلي والعربي والأجنبي أي الكل معا، في حين أكدت نسبة من الطالبات تقدر بـ 37,63% على متابعتهن للمحتوى

* مجموع التكرارات أكبر من حجم أفراد العينة لانهم اختاروا أكثر من خيار.

العربي فقط، تليها نسبة 7,52% من الطالبات تؤكدن على متابعة المحتوى الأجنبي، وفي الأخير أكدت نسبة 5,37% من الطالبات على متابعتهم للمحتوى المحلي فقط على قنوات اليوتيوب.

أكدت أغلبية الطالبات من كافة المستويات الدراسية على متابعتهم لكل أنواع المحتوى المتاح على قنوات اليوتيوب، منهن طالبات السنة أولى جذع مشترك بأعلى نسبة قدرت بـ 67,44% تليها طالبات السنة أولى ماستر بنسبة 54,54% ثم طالبات السنة الثالثة بنسبة 47,05% وأخيرا طالبات السنة الثانية بنسبة 13,63% أما بالنسبة لمتابعتهم للمحتوى العربي فقط فقد أشارت النسبة الأعلى المقدره بـ 54,54% الى طالبات السنة الثانية، بعدها طالبات السنة الثالثة 41,17% ثم بعد ذلك طالبات السنة أولى جذع مشترك بنسبة 30,23% وأخيرا نسبة 27,27% بالنسبة لطالبات السنة أولى ماستر، أما بخصوص متابعة المحتوى الأجنبي فقط فقد كانت بنسبة 18,18% عند طالبات السنة الثانية، تليها نسبة 9,09% من طالبات السنة أولى ماستر، ثم طالبات السنة الثالثة بنسبة 5,88% وبعدها نسبة 2,32% لطالبات سنة أولى جذع مشترك، كذلك فيما يخص نوع المحتوى المحلي المتابع عبر قنوات اليوتيوب، نجد أن طالبات السنة الثانية تتابع ذلك بنسبة 13,63% وبعدهن طالبات السنة أولى ماستر بنسبة 9,09%، ثم طالبات السنة الثالثة بنسبة 5,88% أما طالبات السنة أولى جذع مشترك فلا تتابعن إطلاقا المحتوى المحلي.

مما سبق يمكن القول أن المستوى الدراسي يسهم في إثراء الرصيد اللغوي للطالبات وهذا ما يفسر إقبالهن على متابعة مختلف أنواع المضامين والمحتويات الإعلامية المتاحة على موقع اليوتيوب وهذا التنوع في المضامين يسمح بإشباع حاجات الطالبات من حيث الاطلاع على الثقافات الأخرى خاصة أثناء متابعتهم للمحتويات العربية والأجنبية، وهذا ما تؤكدته نظرية الاستخدامات والإشباعات حول إيجابية الجمهور في إختيار المضامين وهو ما يعني أن الطالبات لديهن القدرة على تحديد دوافع تعرضهن وحاجاتهن الإشباعية لذلك فهن يخترن المحتويات المناسبة.

جدول رقم (12): يوضح كيفية تفاعل الطالبات مع محتوى موقع اليوتيوب حسب متغير المستوى الدراسي.

المجموع		أولى ماستر		السنة الثالثة		السنة الثانية		سنة أولى جذع مشترك		المستوى الدراسي الخيارات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
34.95	43	23.52	4	25	5	39.28	11	39.65	23	الاعجاب

الفصل الرابع: الإطار المنهجي والتحليلي للدراسة

5.69	7	11.76	2	5	1	14.28	4	/	/	التعليق
11.38	14	/	/	5	1	14.28	4	15.51	9	المشاركة
22.76	28	35.29	6	20	4	21.42	6	20.68	12	الاشتراك في القناة
25.20	31	29.41	5	45	9	10.71	3	24.13	14	المتابعة فقط
%100	123*	%100	17	%100	20	%100	28	%100	58	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول (12) أن 34,95% من الطالبات أفراد العينة أكدت على تفاعلهم مع محتوى موقع اليوتيوب عن طريق الإعجاب بنسبة ثم المتابعة فقط بنسبة 25,20% تليها الاشتراك في القناة بنسبة 22,76% ثم المشاركة بنسبة 11,38% وأخيرا التعليق بنسبة 5,69%.

حيث أكدت معظم الطالبات باختلاف مستوياتهن الدراسية على كيفية التفاعل مع محتوى موقع اليوتيوب عن طريق الإعجاب بنسبة 39,65% فيما يخص طلبة السنة أولى جذع مشترك، ثم طالبات السنة الثانية بنسبة 39,28% ثم طالبات السنة الثالثة بنسبة 25% ثم طالبات السنة أولى ماستر بنسبة 23,52%، أما ما في يخص طريقة تفاعل الطالبات مع محتوى موقع اليوتيوب عن طريق المتابعة فقط فقد كانت نسبة 45% مجسدة لطالبات السنة الثالثة، تليها طالبات السنة أولى ماستر بنسبة 29,41% ثم طالبات السنة أولى جذع مشترك بنسبة 24,13% وأخيرا طالبات السنة الثانية بنسبة 10,71%، أما فيما يخص باقي النسب التي تخص كيفية وطريقة تفاعل الطالبات من مختلف المستويات الدراسية السالفة الذكر مع محتوى مواقع اليوتيوب فهي موزعة على باقي الخيارات والتمثلة في الاشتراك في القناة والمشاركة والتعليق.

مما سبق يتضح اختلاف طرق تفاعل الطالبات مع محتوى موقع اليوتيوب وهذا راجع الى اختلاف دوافع متابعتهم لهذه المضامين ومدى اشباعهم لحاجاتهم وهذا ما تؤكدته نظرية الاستخدامات والاشباع والتي تفترض الجمهور عنصر فعال ونشط في اختيار المحتوى الذي يلبي رغباته وهذا ما يفسر اختلاف أنماط التفاعل مع محتوى موقع اليوتيوب وهو ما يتوافق مع الدراسة المحلية للباحثة كريمة بوشريط وبن مرزوق مريم حيث أظهرت أن الطلبة يتفاعلون عن طريق الإعجاب ثم بالاشتراك في القناة كأهم كفاءات لتفاعل الطلبة مع محتوى قنوات اليوتيوب.

* مجموع التكرارات أكبر من حجم أفراد العينة لانهم اختاروا أكثر من خيار.

جدول رقم (13): يوضح كيفية تفاعل الطالبات مع المحتوى غير اللائق لموقع اليوتيوب حسب متغير المستوى الدراسي.

المجموع		أولى ماستر		السنة الثالثة		السنة الثانية		سنة أولى جذع مشترك		المستوى الدراسي	الخيارات
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
%3.06	3	/	/	%5.88	1	%5.26	1	%2.27	1	التعليق على المحتوى	
%53.06	52	%38.88	7	%23.52	4	%68.42	13	%63.63	28	حذف المحتوى	
%43.87	43	%61.11	11	%70.58	12	%26.31	5	%34.09	15	لا أفاعل	
%100	98*	%100	18	%100	17	%100	19	%100	44	المجموع	

من خلال الجدول رقم 13 يتضح أن أغلبية الطالبات تتفاعل مع المحتوى غير اللائق لموقع اليوتيوب عن طريق حذف المحتوى بنسبة 53.06 %، تليها نسبة 43,87% التي توضح عدم إبداء أي ردة فعل على المحتوى غير اللائق و عدم التفاعل من طرف الطالبات، ثم التفاعل عن طريق التعليق على المحتوى بنسبة 3,06% في حين لم تشر النتائج الى تفاعل الطالبات مع المحتوى الغير لائق عن طريق التبليغ عن المحتوى نهائيا في جميع مستويات الدراسية.

هذا ما أكدته الطالبات في كافة المستويات الدراسية على التفاعل مع المحتوى غير اللائق عن طريق حذفه منهن طالبات السنة الثانية بنسبة 68,42% تليها نسبة 63.63% من طلبة السنة الأولى جذع مشترك ثم السنة أولى ماستر بنسبة 38,88% وأخيرا طالبات السنة الثالثة بنسبة 23,52%، أما بالنسبة

* مجموع التكرارات أكبر من حجم أفراد العينة لانهم اختاروا أكثر من خيار.

الفصل الرابع: الإطار المنهجي والتحليلي للدراسة

لعدم التفاعل مع المحتوى غير اللائق فقط أشارت النتائج إلى طالبات السنة الثالثة بنسبه 70,58% تليها طالبات السنة أولى ماستر بنسبه 61.11% ثم السنة أولى جذع مشترك بنسبه 34.09% ثم بعدها السنة الثانية بنسبه 26,31%، فيما أشارت النتائج إلى تدني نسب تفاعل الطالبات من مختلف المستويات الدراسية مع المحتوى الغير لائق عن طريق التعليق على المحتوى بنسبه 5.88% من طالبات السنة الثالثة، ثم السنة الثانية بنسبه 5.26% ثم طالبات السنة أولى جذع مشترك بنسبه 2.27%.

تؤكد النتائج السابقة حرص الطالبات في السنوات الدراسية النهائية على التفاعل عن طريق حذف المحتوى غير اللائق وهذا راجع إلى أن المستوى التعليمي والمعرفي والنضج الاجتماعي للطالبات يؤثر في اختيار المضامين الإعلامية على اليوتيوب وكيفية التفاعل معها، في حين سجلت النتائج الغياب التام للتبليغ عن المحتوى غير اللائق من طرف طالبات، وهذا راجع لعدم وجود ثقافة التبليغ لدى الطالبات في الواقع وبالتالي انتقال هذه الثقافة وتمظهرها على الواقع الافتراضي.

جدول رقم (14): يوضح رغبة الطالبات في إنشاء قناة على موقع اليوتيوب حسب متغير المستوى الدراسي.

المجموع	أولى ماستر		السنة الثالثة		السنة الثانية		سنة أولى جذع مشترك		المستوى الدراسي	الخيارات
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
%13.13	13	%9.09	1	%6.25	1	%15.78	3	%18.18	8	نعم
%85.55	77	%90.90	10	%93.75	15	%84.21	16	%81.81	36	لا
%100	90	%100	11	%100	16	%100	19	%100	44	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم 14 عدم رغبة معظم الطالبات في إنشاء قناة على موقع اليوتيوب بنسبه 85,55% على اختلاف مستوياتهن الدراسية منهن طالبات السنة الثانية بأعلى نسبة قدرت 93.75% تليها طالبات السنة أولى ماستر بنسبه 90,90% ثم طالبات السنة الثالثة بنسبه 84,21% وأخيرا نسبة 81.81% لطالبات السنة أولى جذع مشترك.

في حين أكدت نسبة 13.13% فقط على رغبة الطالبات أفراد العينة من جميع المستويات الدراسية بإنشاء قناة اليوتيوب منهن طالبات السنة أولى جذع مشترك بنسبه 18.18% ثم السنة الثانية

بنسبة 15.78% ثم السنة أولى ماستر بنسبة 9.09% و أخيرا السنة الثالثة بنسبة 6.25%.

تؤكد النتائج السابقة عزوف معظم الطالبات أفراد العينة في إنشاء قناة اليوتيوب خاصة طالبات الأقسام النهائية المتمثلة في السنة الثالثة والأولى ماستر خاصة و هذا راجع إلى الالتزامات الدراسية والتطلعات الى فرص عمل أخرى مريحة بعد اخذ الشهادة الجامعية لديهن، كما تشكل الثقافة المجتمعية عائقا أمام التواجد السنوي على مواقع التواصل الاجتماعي كذلك بالنسبة لتواجدها في الفضاء السيبراني وهذا ما يؤثر في الجراءة لدى الطالبة الجامعية في إنشاء قناة على اليوتيوب، هذا ما تؤكدته نظرية الجندر التي ترى بأن الأدوار الاجتماعية وتمايزها بين النوع معطى ثقافي وبيولوجي وليست حتمية بيولوجية، كما يؤكد ارتباط رغبة الطالبات بالمستوى الدراسي، في حين أبدت نسبة قليلة من طالبات السنة أولى جذع مشترك والسنة الثانية خاصة رغبتهم في إنشاء قناة على اليوتيوب وصناعة محتوى لإشباع جملة من الرغبات كالشهرة وتحقيق الذات والكسب المادي، وتنمية المهارات، ومشاركة الروتين اليومي كخيارات أخرى أبدتها الطالبات حيث يدعم اليوتيوب بخصائصه المستخدمة وهذا ما تؤكدته نظرية الاستخدامات والإشباع التي ترى أن الجمهور فعال بحيث يختار الوسيلة والمضمون الذي يلبي رغباته وميولاته.

- **نتائج الفرضية الجزئية الأولى:** تفرط الطالبة الجامعية في متابعة محتوى قنوات اليوتيوب باختلاف متغير المستوى الدراسي.

بالرغم من تصدر اليوتيوب المراتب الأولى لنسب المشاهدة حول العالم وتنوع محتواه ومجالات استخدامه وكونه من أبرز الوسائط الرقمية الحديثة، إلا أن النتائج أشارت إلى تدني معدلات ونسب استخدام الطالبة الجامعية لمحتوى موقع اليوتيوب على اختلاف مستوياتهم الدراسية وهو ما بينته نسبة الاستخدام أحيانا المقدر بـ 78.88% وهذا راجع للتنوع في الشبكات الاجتماعية والتي تتنافس مع اليوتيوب لتحقيق درجة التأثير المرجوة وتوفرها على امتيازات تلبي حاجات الطالبة الجامعية، كما أبرزت النتائج تفضيل متابعة الطالبة لمحتوى موقع اليوتيوب في المنزل بنسبة 100% واستخدام الهاتف إضافة إلى الانفراد في عملية المتابعة والاستخدام وقلّة التفاعل الاجتماعي والمشاركة وهذا راجع إلى العزلة الاجتماعية التي فرضها الإعلام الجديد مقابل إعطاء حرية مطلقة للأفراد في إنشاء محتوى ربما يتنافى مع الخصوصية الثقافية للمجتمعات ومشاركة هذا المحتوى عبر الفضاء السيبراني، وفي هذا المجال بينت نتائج الدراسة تفاعل الطالبات مع هذا النوع من المحتوى بحذفه بأكبر نسبة للتفاعل في حين عزوف

الطالبة عن التبليغ عن المحتوى والذي يعتبر أكثر فعالية، كما وضحت النتائج عدم رغبة الطالبة الجامعية في إنشاء محتوى خاص على قنوات اليوتيوب. وكل ما سبق يؤكد على أن إفراط الطالبة الجامعية في متابعة محتوى قنوات اليوتيوب لا يتأثر بالمستوى الدراسي وعليه فإن الفرضية الأولى لم تتحقق.

2- تحليل وتفسير نتائج الدراسة حسب الفرضية الفرعية الثانية:

تتنوع دوافع استخدام الطالبة الجامعية لمحتوى قنوات اليوتيوب باختلاف متغير المستوى الدراسي.

جدول رقم (15): يوضح تركيز الطالبات على متابعة محتوى قناة بعينها حسب متغير المستوى الدراسي.

المجموع	أولى ماستر		السنة الثالثة		السنة الثانية		سنة أولى جذع مشترك		المستوى الدراسي الخيارات	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
%46.46	42	%27.27	3	%37.5	6	%31.57	6	%61.36	27	نعم
%53.33	48	%72.72	8	%62.5	10	%68.42	13	%38.36	17	لا
%100	90	%100	11	%100	16	%100	19	%100	44	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم 15 عدم تركيز الطالبات أفراد العينة على متابعة قناة بعينها بنسبة %53,33 في حين أكدت نسبة %46,66 من الطالبات التركيز على متابعة قناة بعينها على موقع اليوتيوب.

حيث أكدت الطالبات أفراد العينة في جميع المستويات الدراسية عدم تركيزهن على متابعة قناة بعينها على موقع اليوتيوب منهن طالبات السنة أولى ماستر بنسبة %72,72 تليهن طالبات السنة الثانية بنسبة %68.42 ثم طالبات السنة الثالثة بنسبة %62,5 وأخيرا طالبات السنة أولى جذع مشترك بنسبة %38,36 أما بالنسبة لتركيز الطالبات على متابعة قناة بعينها على موقع اليوتيوب فقد أشارت نسبة %61.36 لذلك بالنسبة لطالبات السنة أولى جذع مشترك، بعدها نسبة %37.5 فيما يخص طالبات السنة الثالثة ثم طالبات السنة الثانية بنسبة %31.57 وطالبات السنة أولى ماستر بنسبة %27.27.

توضح النتائج السابقة العلاقة الطردية بين المستوى الدراسي للطالبات والتركيز على متابعة قناة بعينها

على اليوتيوب، حيث يؤثر المستوى الدراسي والسّن على ذلك، في حين تزيد نسبة التركيز على متابعه قناة معينة لدى طالبات السنوات الأولى، وهذا ما تؤكدته نظرية الاستخدامات والاشباع التي ترى أن هناك عدة عوامل تحدد دوافع اختيار الجمهور للمحتوى والوسيلة الإعلامية منها المحددات الاجتماعية أهمها المستوى الثقافي والسّن، كما يفسر هذه النتائج انشغال الطالبات بالمواقع الاجتماعية الأخرى والالتزامات الدراسية في حين تفرغ طالبات السنوات الأولى لمتابعة قنوات معينة على اليوتيوب.

جدول رقم (16): يوضح أسباب متابعة الطالبات لمحتوى قناة بعينها حسب متغير المستوى الدراسي.

المجموع	أولى ماستر		السنة الثالثة		السنة الثانية		سنة أولى جذع مشترك		المستوى الدراسي الخيارات
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%4.34	2	/	/	/	%12.5	1	%3.57	1	كثرة معجبيها
%54.34	25	%75	3	%50	%62.5	5	%50	14	ثراء محتواها
%41.30	19	%25	1	%50	%25	2	%46.42	13	تنوع مضامينها
%100	46*	%100	4	%100	%100	8	%100	28	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم 16 متابعة الطالبات أفراد العينة لمحتوى قناة بعينها على موقع اليوتيوب بسبب ثراء محتواها بنسبة 54.34% ثم بسبب تنوع مضامينها بنسبة 41.30% واخيرا لكثرة معجبيها ومشاركتها بنسبة 4.34%. ولقد أكدت أغلبية الطالبات في كافة المستويات الدراسية على متابعتهم قناة بعينها على اليوتيوب بسبب ثراء محتواها بنسبة 75% من طالبات السنة الأولى ماستر، ثم طالبات السنة الثانية بنسبة 62.5% وطالبات السنة أولى جذع مشترك والسنة الثالثة بنسبة 50% لكل منهما، أما بالنسبة لمتابعة الطالبات لمحتوى قناة بعينها على موقع اليوتيوب بسبب تنوع مضامينها فقد أشارت النتائج الى نسبة 50% من طالبات السنة الثالثة، ثم طالبات السنة أولى جذع مشترك بنسبة 46.42% وطالبات السنة الثانية وأولى ماستر بنسبة 25%، أما بخصوص متابعة الطالبات لمحتوى قناة بعينها بسبب كثرة معجبيها ومشاركتها فصرحت بها نسبة 12.5% من طالبات السنة الثانية و3.57% من طالبات السنة الأولى جذع مشترك في حين لم تدعم الطالبات من باقي المستويات هذا السبب.

توضح الإحصائيات السابقة تأثير المستوى الدراسي على دافعية الطالبات في اختيار المضمون الملائم

* مجموع التكرارات أقل من مجموع أفراد العينة لأنه تكرر الطالبات اللواتي اخترن قناة بعينها لمتابعتها في مواقع اليوتيوب واخترن أكثر من سبب للمتابعة.

الفصل الرابع: الإطار المنهجي والتحليلي للدراسة

والذي يلبي حاجاتهم وتفضيلاتهم ويدعم خياراتهم في انتقاء المضمون والسبب وراء اختيارهم له، وبذلك تنشأ علاقة الاعتماد المتبادل بين الطالبات والوسيلة الإعلامية وبالتالي المحتوى، حيث تؤثر هذه العلاقة وتتأثر في كلا الطرفين، وهذا ما يفسر إقبال المبحوثات على متابعة قناة بعينها بسبب ثراء محتواها حيث يؤثر فيهن ما يزيد من تفاعل الطالبات مع مضمونها الإعلامي، وهذا ما تؤكد نظرية الاعتماد المتبادل والتي تؤكد علاقة التبادل بين وسائل الإعلام والفرد وبقية الأنظمة أهمها النظام الاجتماعي.

جدول رقم(17): يوضح أهم المحتويات التي تتابعها الطالبات في مواقع اليوتيوب حسب متغير المستوى الدراسي.

المجموع	أولى ماستر		السنة الثالثة		السنة الثانية		سنة أولى جذع مشترك		المستوى الدراسي الخيارات	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
25.49	52	%28	7	%33.33	11	%27.27	12	%21.56	22	اجتماعية
6.37	13	%8	2	%6.06	2	%2.27	1	%7.84	8	رياضية
/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	سياسية
27.94	57	%28	7	%36.36	12	%31.81	14	%23.52	24	ترفيهية
13.23	27	%12	3	%9.09	3	%13.63	6	%14.70	15	علمية تعليمية
23.52	48	%24	6	%15.15	5	%25	11	%25.49	26	تنقيفية توعوية
3.43	7	/	/	/	/	/	/	%6.86	7	اقتصادية
100	204*	100	25	100	33	100	44	100	102	المجموع

يوضح الجدول رقم 17 تأكيد أغلبية الطالبات أفراد العينة على متابعتهم للمحتوى الترفيهي بنسبة 27.94% تليها نسبة 25,49% ممن تتابعن المحتوى الاجتماعي ثم نسبة 23.52% منهن تتابعن المحتوى التنقيفي التوعوي، بعدها نسبة 13.23% تتابعن المحتوى العلمي والتعليمي ثم نسبة 6.37%

* مجموع التكرارات أكبر من عدد مفردات العينة لأنهن اخترن أكثر من خيار.

تتابعن المحتوى الرياضي، ثم أدنى نسبة تقدر 3,43% سجلت بالنسبة للمحتوى الاقتصادي، وأخيرا العزوف التام لمتابعه الطالبات للمحتوى السياسي على قنوات اليوتيوب.

أشارت النتائج إلى أن أغلبية الطالبات في جميع المستويات الدراسية أكدن على متابعتهم للمحتوى الترفيهي فقد سجلت أعلى نسبة لطالبات السنة الثالثة ب 36,36% ونسبة 31,81% لطالبات السنة الثانية ثم طالبات أولى ماستر بنسبة 28% وبعدها طالبات السنة الأولى جذع مشترك بنسبة 23,52% أما بالنسبة للمحتوى الاجتماعي كثاني مجال استحوذ على متابعة الطالبات له فقد كان بنسبة 33,33% بالنسبة لطالبات السنة الثالثة وبنسب متقاربة لطالبات السنة الثانية بنسبة 27,27% وطالبات السنة الأولى جذع مشترك بنسبة 21,56% ثم طالبات السنة الأولى ماستر بنسبة 28%، أما بخصوص المجال التثقيفي التوعوي فقد كانت النتائج بنسبة 25,49% لطالبات السنة الأولى جذع مشترك و نسبة 25% لطالبات السنة الثانية، ثم طالبات السنة الأولى ماستر ب 24%، وبعدها نسبة 15, 15% لطالبات السنة الثالثة. أما باقي النسب فهي موزعة على باقي المحتويات أو المجالات حسب المستوى الدراسي والمتمثلة في المحتويات العلمية والتعليمية والرياضية والاقتصادية، أما المحتويات السياسية فلم يتم تسجيل فيها أية نسبة فيما يخص الإقبال عليها من طرف الطالبات باختلاف مستواه الدراسي.

إن هذا التنوع في المحتوى على مواقع اليوتيوب يساهم في تميز واختلاف توجهات الطالبات وتقضياتهن لمتابعة المضامين على اليوتيوب، وهذا راجع لعدة عوامل منها النفسية كالرغبة في تلبية الاشباع، كما تؤثر العوامل الاجتماعية على اختيار الطالبات للمحتوى المتابع كالمستوى الثقافي والسن والطبقة الاجتماعية، والملاحظ هنا العزوف التام من قبل الطالبات على اختلاف المستويات الدراسية في متابعه المجال السياسي على موقع اليوتيوب على الرغم من صلته الوثيقة بتخصصهن وهو علم الاجتماع وتعاقب أحداث سياسية كبرى على الجزائر مست جميع الأنساق المجتمعية وأثرت فيها كالحراك الشعبي في 22 فيفري 2019 وهذا راجع الى تميز الأدوار وتقسيمها حسب النوع الاجتماعي وتمثل الأفراد لهذه القيم والمعايير المجتمعية هذا ما يؤثر على عملية التنشئة السياسية لدى الطالبات وكذلك صغر سنهن.

جدول رقم (18): يوضح استخدام الطالبات لمحتوى قنوات اليوتيوب في المجال الاجتماعي حسب متغير المستوى الدراسي.

المجموع	أولى ماستر		السنة الثالثة		السنة الثانية		سنة أولى جذع مشترك		المستوى الدراسي	الخيارات
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
%37.09	23	%50	4	%18.18	2	%47.05	8	%34.61	9	متابعة قضايا الرأي العام
%40.32	25	%37.5	3	%81.81	9	%29.41	5	%30.76	8	التعرف على الآفات والمشاكل الاجتماعية
%22.58	14	%12.5	1	/	/	%23.52	4	%34.61	9	التكافل الاجتماعي
%100	62*	%100	8	%100	11	%100	17	%100	26	المجموع

من خلال جدول رقم 18 يتضح تأكيد أغلبية الطالبات أفراد العينة استخدامهن للمحتوى الاجتماعي على موقع اليوتيوب الذي يعالج الآفات والمشاكل الاجتماعية بنسبة 40.32% ثم المحتوى الخاص بقضايا الرأي العام بنسبة 37.09% وأخيراً المحتوى ذو الطابع الخيري المتمثل في التكافل الاجتماعي بنسبة 22.58%.

أكدت معظم الطالبات على اختلاف المستوى الدراسي على استخدامهن للمحتوى الإعلامي على موقع اليوتيوب في المجال الاجتماعي والخاص بالآفات والمشكلات الاجتماعية منهن طالبات السنة الثالثة بنسبة 81,81% ثم طالبات السنة الأولى ماستر بنسبة 37.5% ثم طالبات السنة أولى جذع مشترك بنسبة 30.76% ونسبة 29.41% لطالبات السنة الثانية وهذا راجع الى تخصص الطالبات في علم الاجتماع الذي يدرس علم المشكلات الاجتماعية، أما بالنسبة لقضايا الرأي العام فقد بينت النتائج متابعة طالبات السنة أولى ماستر لهذا المحتوى بنسبة 50% تليها طالبات السنة الثانية بنسبة 47,05% ثم نسبة 34.61% من طالبات السنة أولى جذع مشترك، ثم طالبات السنة الثالثة بنسبة 18.18%

أما بخصوص المحتوى الذي يبرز دور التكافل الاجتماعي على موقع اليوتيوب فقد أشارت النتائج إلى اهتمام طالبات السنة أولى جذع مشترك بمتابعة هذا النوع من المحتوى بنسبة 34,61% تليها نسبة 23,52% من طالبات السنة الثانية، ثم طالبات السنة أولى ماستر بنسبة 12.5%، في حين بينت نتائج عزوف طالبات السنة الثالثة عن متابعة المحتوى الخاص بالتكافل الاجتماعي على مواقع اليوتيوب.

* مجموع التكرارات أكبر من مجموع مفردات العينة لأن الطالبات اللواتي اخترن المجال الاجتماعي اخترن أكثر من موضوع اجتماعي.

الفصل الرابع: الإطار المنهجي والتحليلي للدراسة

دلت النتائج السابقة على استخدام الطالبات محتوى موقع اليوتيوب لمتابعة القضايا الاجتماعية بمختلف أنواعها بنسب معتبرة خاصة لدى طلبة الأقسام النهائية المتمثلة في السنة الثالثة والأولى ماستر وهذا دلالة على ارتباط المستوى الدراسي والتخصص الجامعي لمدى متابعة الطالبات وتأثيره في دوافع تعرضهن للمضامين الإعلامية على قنوات اليوتيوب، وإشباعهن لحاجاتهن الاجتماعية وهذا ما يتوافق مع دراسة الباحثان بارش أشرف الدين ولعور صابر حيث احتلت الاشباعات الإجتماعية المرتبة الأولى.

جدول رقم (19): يوضح استخدام الطالبات لمحتوى مواقع اليوتوب في المجال الرياضي حسب متغير المستوى الدراسي.

المجموع		أولى ماستر		السنة الثالثة		السنة الثانية		سنة أولى جذع مشترك		المستوى الدراسي	الخيارات
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
%27.27	6	%50	1	%33.33	1	/	/	%28.57	4	الاطلاع على تقنيات ممارسة الرياضة	
%22.72	5	/	/	%33.33	1	%33.33	1	%21.42	3	متابعة ملخصات المنافسات الرياضية المختلفة	
%27.27	6	%50	1	%33.33	1	%33.33	1	%21.42	3	التحليل الرياضي	
%22.72	5	/	/	/	/	%33.33	1	%28.57	4	اللقطات الرياضية المضحكة والمميزة	
%100	22*	100	2	%100	3	%100	3	%100	14	المجموع	

من خلال الجدول رقم 19 نلاحظ ان الطالبات أفراد العينة وبنسب متطابقة يؤكدن على استخدامهن لمحتوى موقع اليوتيوب في المجال الرياضي بنسبة %27,27 فيما يخص الاطلاع على تقنيات ممارسة الرياضة والمحتوى الخاص بالتحليل الرياضي وبنسبة %22,72 بخصوص متابعة ملخصات المنافسات الرياضية المختلفة واللقطات الرياضية المضحكة والمميزة.

أكدت أغلبية الطالبات من كافة المستويات الدراسية على استخدامهن لمحتوى موقع اليوتيوب في المجال

* مجموع التكرارات أكبر من مجموع مفردات العينة لأن الطالبات اللواتي اخترن المجال الرياضي اخترن أكثر من موضوع.

الفصل الرابع: الإطار المنهجي والتحليلي للدراسة

الرياضي منهن طالبات السنة أولى ماستر بنسبة 50 % للمحتوى الخاص بالاطلاع على تقنيات ممارسة الرياضة، تليها السنة الثالثة بنسبة 33,33% ثم السنة أولى جذع مشترك بنسبة 28.57% أما السنة الثانية فلا يطلعن عليها، وبخصوص المحتوى الخاص بالتحليل الرياضي نجد نسبة 50% بالنسبة لطالبات السنة أولى ماستر، ثم السنة الثانية والثالثة بنسبة 33,33% ثم طالبات السنة أولى جذع مشترك بنسبة 21,42% أما في ما يخص ملخصات المنافسات الرياضية المختلفة فقد جاءت نسبة 33,33% من طالبات السنة الثانية والثالثة، ثم طالبات السنة أولى جذع مشترك بنسبة 21,42% أما السنة أولى ماستر فلم يتم تسجيل اية نسبة، وبالنسبة لمحتوى اللقطات الرياضية المضحكة والمميزة فقد كانت النتائج بنسبة 33,33% لطالبات السنة الثانية، ثم نسبة 28.57% أما بخصوص السنة الثالثة وأولى ماستر فلم يتم تسجيل اية متابعة.

يتبين من الاحصائيات السابقة تقارب اتجاهات الطالبات من حيث استخدامهن لمحتوى موقع اليوتيوب في المجال الرياضي، والملاحظ ارتفاع نسبة استخدام طالبات اولى ماستر للمحتوى الخاص بتقنيات ممارسة الرياضة وهذا راجع ربما إلى متغير السن الذي احدث بعض التباينات في إجابات المبحوثات، كذلك إلى الحدث الكروي الوطني الأمر الذي يفسر متابعتن لمحتوى التحليل الرياضي.

جدول رقم (20): يوضح استخدام الطالبات لمحتوى قنوات اليوتوب في المجال الترفيهي حسب متغير المستوى الدراسي.

المجموع	أولى ماستر		السنة الثالثة		السنة الثانية		سنة أولى جذع مشترك		المستوى الدراسي	الخيارات
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
%37.77	34	%38.46	5	%30.43	7	%50	9	%36.11	13	الاستماع للأغاني والأناشيد
%6.66	6	%7.69	1	%4.34	1	/	/	%11.11	4	الألعاب الالكترونية
%38.88	35	%30.76	4	%43.47	10	33.33	6	%41.66	15	الكوميديا
%16.66	15	%23.07	3	%21.73	5	16.66	3	%11.11	4	الإثارة والغرائب
%100	90	%100	13	%100	23	100	18	%100	36	المجموع

من خلال البيانات الموضحة في الجدول رقم 20 يتضح أن اغلبه المبحوثات يستخدمن محتوى موقع اليوتيوب في المجال الترفيهي خاصة الكوميديا بنسبة 38,88% ثم الاستماع إلى الأغاني والأناشيد بنسبة

37,77%، تليها الإثارة والغرائب بنسبة 16.66% وأخيرا الألعاب الالكترونية بنسبة 6.66%.
لقد أكدت اغلبية الطالبات أفراد العينة على اختلاف مستوياتهن الدراسية وينسب متفاوتة على استخدامهن لمحتوى موقع اليوتيوب في المجال الترفيهي ويتجلى ذلك في الكوميديا حيث كانت النسب موزعة على طالبات السنة الثالثة بأعلى نسبة 43,47%، ثم طالبات السنة اولى جذع مشترك بنسبة 41.66% ثم طالبات السنة الثانية بنسبة 33.33% ثم نسبة 30.76% للسنة أولى ماستر،
الملاحظ هنا ارتفاع نسب استخدام المحتوى الترفيهي من طرف طالبات المراحل الدراسية الثلاثة الاولى في حين انخفاض نسبة الاستخدام بالنسبة لطالبات السنة الأولى ماستر وهذا راجع لتأثير متغير المستوى الدراسي، حيث يفرض على الطالبات نوع من الالتزام من ناحية الوقت ونوع المضمون الإعلامي المتابع.

كما يشكل التنوع في المحتوى الترفيهي عاملا مهما في اختيار الطالبات، أما بخصوص اختيارهن الاستماع للأغاني والأناشيد فقد مثلت نسبة 50% طالبات السنة الثانية ثم طالبات السنة أولى ماستر بنسبة 38.46% وبعدها السنة اولى جذع مشترك بنسبة 36,11% وأخيرا السنة الثالثة بنسبة 30,43%،
أما بخصوص باقي النسب فهي موزعة على باقي الخيارات الترفيهية المتمثلة في الإثارة والغرائب والألعاب الالكترونية والتي سجلت تدني النسب في المتابعة وربما هذا راجع إلى اعتماد هذا النوع من التسلية و الترفيه على التركيز العالي للمستخدمات، كما أشارت إحدى الطالبات في الخيارات الترفيهية الأخرى إلى متابعتها المسلسلات على قنوات اليوتيوب.

نستنتج مما سبق أن أكثر الخيارات الترفيهية استخداما من طرف المبحوثات هي تلك الخيارات التي تعتمد على عروض الفيديو والتي لا يشترط فيها التركيز العالي مما يبرز دوافع تعرض الطالبات للمحتوى الترفيهي وهي دوافع طقوسية، حيث صنفت نظرية الاستخدامات والاشباع دوافع تعرض الجمهور الى دوافع نفعية وأخرى طقوسية حيث تتمثل في كسر الملل والتهرب من واقع الحياة ومشكلاتها.

جدول رقم (21): يوضح استخدام الطالبات لمحتوى قنوات اليوتيوب في المجال التثقيفي التوعوي حسب متغير المستوى الدراسي.

المجموع	أولى ماستر		السنة الثالثة		السنة الثانية		سنة أولى جذع مشترك		المستوى الدراسي الخيارات	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
%39.17	38	%41.66	5	%45.45	5	%40.9	9	%36.53	19	التوعية الدينية
%7.21	7	/	/	/	/	/	/	%13.46	7	التوعية الأمنية
%23.71	23	%25	3	%9.09	1	%27.27	6	%25	13	التوعية الصحية
%29.89	29	%33.33	4	%45.45	5	%31.81	7	%25	13	التوعية الثقافية
%100	97*	%100	12	%100	11	%100	22	%100	52	المجموع

من خلال البيانات الموضحة في الجدول رقم 21 يتضح ان اغلبية الطالبات أفراد العينة يستخدمون محتوى موقع اليوتيوب في المجال التثقيفي التوعوي بنسبة 39.17% بالنسبة للتوعية الدينية تليها نسبة 29,89% فيما يخص التوعية الثقافية، ثم التوعية الصحية بنسبة 23.71% وأخيرا التوعية الأمنية بنسبة 7.21%.

أكدت أغلبية المبحوثات على استخدامهن المحتوى التثقيفي التوعوي الديني بنسبة 45,45% من طالبات السنة الثالثة، ثم طالبات سنة أولى ماستر بنسبه 41,66% ثم طالبات السنة الثانية بالنسبة 40.90% وأخيرا السنة أولى جذع مشترك بنسبة 36.53%. وتشير هذه النسب المتقاربة والمرتفعة الى حرص الطالبات على تنمية الوعي الديني لديهن خاصة مع انتشار العديد من القنوات الدينية على اليوتيوب، أما بخصوص التوعية الثقافية فقد أشارت النتائج الى نسبة 45,45% من طالبات السنة الثالثة تليها نسبة 33,33% من طالبات السنة أولى ماستر، ثم طالبات السنة الثانية بنسبة 31.81% وأخيرا طالبات السنة أولى جذع مشترك كأقل نسبة ب 25%. أما بخصوص باقي النسب فهي موزعة على باقي الخيارات المتمثلة في التوعية الصحية والأمنية بنسب متدنية وذلك راجع ربما إلى حرص الطالبات أفراد العينة على تلقي المعلومات الصحيحة من المصادر الرسمية والمختصين خاصة بعد الانتشار الواسع للقنوات التي تروج للمحتوى في ظل جائحة كورونا covid19.

* مجموع التكرارات أكبر من مجموع مفردات العينة لأن الطالبات اللواتي اخترن المجال التثقيفي التوعوي اخترن أكثر من موضوع.

نستنتج مما سبق ان الطالبات كنخبة مجتمعية نوعية تحرص على استثمار الإعلام الرقمي في مجال التتقيف وزيادة وعييهن في مختلف المجالات الحياتية وهذا ما تؤكدته دراسة «بارش أشرف الدين» ولعور صابر "حيث أشارت النتائج إلى الدوافع التثقيفية لاستخدام اليوتيوب .

جدول رقم (22): يوضح استخدام الطالبات لمحتوى موقع اليوتيوب في المجال الاقتصادي حسب متغير المستوى الدراسي.

سنة أولى جذع مشترك		الخيارات
النسبة	التكرار	
14.28%	1	متابعة عرض المنتجات
42.85%	3	التسويق السياحي
28.57%	2	عروض العمل
14.28%	1	الأزمات الاقتصادية
100%	7*	المجموع

يوضح الجدول رقم 22 العزوف شبه التام لاستخدام الطالبات أفراد العينة لمحتوى موقع اليوتيوب في المجال الاقتصادي لكل من طالبات السنة الثانية والسنة الثالثة والسنة الأولى ماستر، مع تسجيل اهتمام طالبات السنة أولى جذع مشترك فقط بالمحتوى الاقتصادي بنسبة 42,85% فيما يخص التسويق السياحي، ثم عروض العمل بنسبة 28,57% وأخيرا عروض المنتجات والأزمات الاقتصادية بنسبة 14,28%.

استنادا إلى ما سبق يمكن القول ان محتوى مواقع اليوتيوب في المجال الاقتصادي لا يشبع حاجات الطالبات على اختلاف مستوياتهن الدراسية، وهذا راجع ربما إلى اعتماد الطالبات على المواقع التواصلية الأخرى خاصة المواقع الرسمية بخصوص عروض العمل، واللافت للنظر هنا هو عزوف المبحوثات عن متابعة عروض المنتجات على اليوتيوب والتي تمثل نسبة كبيرة من صناعة المحتوى على الموقع والمرجع هنا هو وجود مصادر أخرى لعرض المنتجات وتخوفهم من غياب المصادقية في عرضها وهو ما يدل على وعييهن.

* مجموع التكرارات أقل من مجموع مفردات العينة لأنه عدد الطالبات اللواتي اخترن المجال الاقتصادي.

جدول رقم (23): يوضح استخدام الطالبات لمحتوى موقع اليوتيوب في المجال العلمي والتعليمي حسب متغير المستوى الدراسي.

المجموع	أولى ماستر			السنة الثالثة		السنة الثانية		سنة أولى جذع مشترك		المستوى الدراسي الخيارات
	النسبة	التكرار	النسبة	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%18.51	10	%16.66	1	%28.57	2	%27.27	3	%13.33	4	محاضرات
%29.62	16	%33.33	2	%28.57	2	%27.27	3	%30	9	إنجاز البحوث
%3.70	2	/	/	/	/	/	/	%6.66	2	ملتقيات
%20.37	11	%33.33	2	%28.57	2	%18.18	2	%16.66	5	تعلم لغات أجنبية
%7.40	4	/	/	/	/	%9.09	1	%10	3	المستجدات العلمية
%20.37	11	%16.66	1	%14.28	1	%18.18	2	%23.33	7	التطورات والتجارب التكنولوجية العلمية
%100	54*	%100	6	%100	7	%100	11	%100	30	المجموع

من خلال الجدول رقم 23 الموضح أعلاه نلاحظ أن الكثير من الطالبات أفراد العينة يستخدمن محتوى موقع اليوتيوب في المجال العلمي والتعليمي وخاصة في إنجاز البحوث بنسبة %29.62 تليها تعلم اللغات الأجنبية ومتابعة التطورات والتجارب العلمية والتكنولوجية بنسبة %20,37 ثم المحاضرات بنسبة %18.51 وبعدها المستجدات العلمية بنسبة %7.40 وأخيرا الملتقيات بنسبة %3,70.

أكدت إجابات المبحوثات على اختلاف مستوياتهن الدراسية والعلمية على توظيف محتوى موقع اليوتيوب في إنجاز البحوث منهن طالبات السنة أولى ماستر بنسبه %33.33 ثم نسبه 30% من طالبات السنة اولى جذع مشترك، تليها طالبات السنة الثالثة بنسبة %28,57 وأخيرا طالبات السنة الثانية بنسبة %27,27 ، وهذا ما يشير الى الاستثمار الايجابي لمواقع التواصل الاجتماعي عامة واليوتيوب خاصة من طرف الطالبات وبالأخص المستويات التعليمية النهائية ،حيث أصبح الإعلام الرقمي داعم للعملية التعليمية خاصة بعد التغيرات التي مست المنظومة التعليمية ككل وتغير نمط التدريس جراء الجائحة covid-19 أي التعليم عن بعد والتي فرضت استخدام مختلف الوسائط الرقمية في عملية التدريس أما

* مجموع التكرارات أكبر من مجموع مفردات العينة لأن الطالبات اللواتي اخترن المجال العلمي التعليمي اخترن أكثر من موضوع.

فيما يخص تعلم لغات أجنبية بنسبة 33,33% لطالبات سنة أولى ماستر، ثم السنة الثالثة بنسبة 28.57% ثم نسبة 18.18% لطالبات السنة الثانية وطالبات السنة أولى جذع مشترك بنسبة 16.66%، أما باقي النسب فهي موزعة على باقي الخيارات حسب المستويات الدراسية المختلفة المتتبعة للمحتويات حسب رغبتها، هذا راجع الى حرص الطالبات على تطوير المهارات العلمية وتوسيع المدارك والانفتاح. استنادا إلى ما سبق يتضح لنا وعي الطالبات استخدامهن الايجابي لمحتوى موقع اليوتيوب كداعم للعملية التعليمية وتنمية الرصيد المعرفي لديهن من خلال توظيف اليوتيوب كأبرز قنوات التواصل الاجتماعي والتي تمثل بديلا وظيفيا يساهم في عملية التكامل والتساند الوظيفي للأسواق المجتمعية، أهمها النسق العلمي والتعليمي والذي يؤثر ويتأثر ببقية الأنساق الاخرى وهذا ما تؤكدته النظرية البنائية الوظيفية، وأكدته أيضا الدراسة الاجنبية لكل من Azurawatizaidi وآخرون حيث توصل إلى أن الطلاب مهتمون للغاية باستخدام اليوتيوب في تعلم اللغة الانجليزية وإتمام المهام الدراسية.

- نتائج الفرضية الجزئية الثانية: تتنوع دوافع استخدام الطالبة الجامعية لمحتوى قنوات اليوتيوب باختلاف متغير المستوى الدراسي.

تنوعت دوافع استخدام الطالبة الجامعية لمحتوى موقع اليوتيوب بتنوع مجالات اهتماماتها وتلبية لحاجاتها وإشباعاتها بما يتوافق مع خلفيتها الثقافية والاجتماعية، فقد أشارت النتائج إلى تصدر المجال الترفيهي وتحديد المحتوى الكوميدي خاصة لدى طالبات السنة الثالثة والسنة أولى جذع مشترك، يليها المجال الاجتماعي حيث حاز المحتوى الاعلامي الخاص بالآفات والمشكلات الاجتماعية على أعلى نسبة في ما يخص استخدام الطالبة لمحتوى موقع اليوتيوب وهذا راجع لتأثير تخصص علم الاجتماع الذي يدرس الظواهر الاجتماعية كما يرجع الى ميزة البث الآني للحدث الذي يوفرها اليوتيوب التي لا تخضع للتعديل والفلتر (حارس البوابة) حيث سجلت أعلى نسبة لدى طالبات السنة الثالثة.

كذلك سجل المجال التثقيفي التوعوي خاصة التوعية الدينية والثقافية دافعا وراء استخدام الطالبة لمحتوى موقع اليوتيوب وقد مثلت هذه المجالات أهم دوافع استخدام الطالبة الجامعية لمحتوى اليوتيوب في جميع المستويات الدراسية، في حين شكل المجال العلمي التعليمي نسبة متدنية مقارنة بالمجالات السابقة واستحوذ انجاز البحوث كأهم دوافع استخدام طالبات الاولى ماستر على أعلى نسبة، أما بالنسبة للمجال الاقتصادي فقد اقتصر دوافع الاهتمام به على طلبة السنة أولى جذع مشترك وينسب جد محتشمة، وأخيرا المجال السياسي الذي اشارت النسب الى العزوف التام وغياب الدافعية لدى المبحوثات

الفصل الرابع: الإطار المنهجي والتحليلي للدراسة

على اختلاف مستوياتهن الدراسية في الاستفادة من محتوى موقع اليوتيوب في ما يخص هذا المجال، هذا راجع لعدة أسباب أهمها غياب التنشئة السياسية لدى الطالبات كنوع اجتماعي خاصة وعدم تمكين الشباب في المجال السياسي عامة، رغم هذه النسب المتدنية في بعض المجالات إلا أن دوافع استخدام الطالبة الجامعية بقسم علم الاجتماع بجامعة قالمة تنوعت باختلاف مستواهن الدراسي ومنه فالفرضية الجزئية الثانية للدراسة تحققت.

3- عرض وتحليل وتفسير نتائج الدراسة حسب الفرضية الفرعية الثالثة:

هناك انعكاسات إيجابية وسلبية لاستخدام الطالبة الجامعية لمحتوى قنوات اليوتيوب باختلاف متغير المستوى الدراسي.

جدول رقم (24): يوضح إيجابيات استخدام الطالبات لمحتوى موقع اليوتيوب حسب متغير المستوى الدراسي.

المجموع		أولى ماستر		السنة الثالثة		السنة الثانية		سنة أولى جذع مشترك		المستوى الدراسي الخيارات
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
13.46	80	12.12	4	13.15	15	14.28	17	13.41	44	داعم للعملية التعليمية
12.12	72	12.12	4	13.15	15	12.60	15	11.58	38	فتح المجال لبروز المواهب
12.96	77	12.12	4	14.03	16	12.60	15	12.80	42	التعرف على الثقافات
10.94	65	9.09	3	11.40	13	10.08	12	11.28	37	إحياء التراث الوطني
11.11	66	6.06	2	10.52	12	12.6	15	11.28	37	التوعية بالواقع المعاش
10.94	65	12.12	4	11.4	13	10.92	13	10.67	35	فتح مجال إبداء الرأي في قضايا مجتمعية
10.43	62	12.12	4	9.64	11	9.24	11	10.97	36	فتح المجال للتفاعل
8.24	49	12.12	4	7.89	09	7.56	09	8.23	27	يوفر الجهد والوقت
9.76	58	12.12	4	8.77	10	10.08	12	9.75	32	فتح المجال للربح
100	*594	100	33	100	114	100	119	100	328	المجموع

* مجموع التكرارات أكبر من مجموع مفردات العينة لأن الطالبات اخترن أكثر من خيار.

يتضح من خلال الجدول رقم 24 رأي المبحوثات حول الانعكاسات الايجابية لاستخدامهن محتوى قنوات اليوتيوب، حيث أشارت النتائج إلى نسبة 13,46% حول دور محتوى موقع اليوتيوب كداعم للعملية التعليمية، ونسبة 12,96% بالنسبة لفتح المجال للتعرف على الثقافات الأخرى، كما أوضحت النتائج بنسبة 12,12% لدور موقع اليوتيوب في فتح المجال لبروز المواهب وتنمية المهارات، ونسبة 11.11% فيما يخص التوعية بالواقع المعاش، فيما أشارت النتائج إلى باقي النسب المتدنية والمتقاربة على حسب باقي الخيارات والمرتبطة برأي الطالبات حول ايجابيات استخدامهن لمحتوى قنوات اليوتيوب.

أكدت معظم المبحوثات وعلى اختلاف مستوياتهن الدراسية على دور محتوى مواقع اليوتيوب في دعم العملية التعليمية ، أبرزهن طالبات السنة الثانية بنسبة 14,28% كأعلى نسبة ثم طالبات سنة أولى جذع مشترك بنسبة 13,41% تليها نسبة 13,15% لطالبات السنة الثالثة وأخيرا السنة الأولى ماستر بنسبة 12,12%، و تشير هذه النسبة المتدنية إلى عدم تنوع الطالبات في المصادر الإعلامية وعدم استثمارهن المجال التكنولوجي والوسائط الرقمية في العملية التعليمية ، وهذا راجع ربما الى اعتماد الجامعة الجزائرية على أساليب التدريس التقليدية وهو ما أثبتته واقع التدريس في المنظومة التعليمية ككل في جميع الأطوار التعليمية في ظل جائحة كورونا covid-19 حتى وان كانت بعض المبادرات المحترمة كالتعليم عن بعد أو عن طريق المنصة، أما بالنسبة لدور موقع اليوتيوب في التعرف على الثقافات الأخرى فقد صرحت بها نسبة 14.03% من طالبات السنة الثالثة تليها نسبة 12,80% من طالبات السنة أولى جذع مشترك، ثم طالبات السنة الثانية بنسبة 12,60% وأخيرا السنة أولى ماستر بنسبة 12.12%.

أما بخصوص العنصر والخيار الايجابي المتمثل في فتح المجال لبروز المواهب وتنمية المهارات فقد جاءت نسبة 13,15% لطالبات السنة الثالثة، ثم طالبات السنة الثانية بنسبة 12,60% بعدها نسبة 12.12% بالنسبة لطالبات السنة أولى ماستر، ثم طالبات السنة أولى جذع مشترك بنسبه 11.58% أما بخصوص باقي النسب فهي موزعة على باقي الخيارات وحسب المستويات الدراسية، وما هو ملاحظ أنها نسب متدنية وضئيلة وهذا راجع ربما لاعتماد الطالبات على مصادر إعلامية أخرى سواء التقليدية أو شبكات التواصل الاجتماعي الأخرى، وهذا ما يدعم طرح نظرية الاستخدامات و الإشباع والتي تفترض الجمهور النشط في اختيار الوسيلة والمحتوى الذي يشبع حاجاته.

جدول رقم (25): يوضح سلبيات استخدام الطالبات لمحتوى مواقع اليوتيوب حسب متغير المستوى الدراسي.

المجموع		أولى ماستر		السنة الثالثة		السنة الثانية		سنة أولى جذع مشترك		المستوى الدراسي الخيارات
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
13.88	79	16.39	10	14.95	16	11.66	14	13.87	39	الإدمان على مواقع اليوتيوب
8.96	51	6.55	04	9.34	10	7.5	09	9.96	28	التعدي على الخصوصية
14.76	84	16.39	10	14.95	16	15	18	14.23	40	نشر الشائعات
14.05	80	13.11	08	14.95	16	12.5	15	14.59	41	بروز شخصيات احتيالية
10.89	62	13.11	08	10.28	11	13.33	16	9.60	27	تفكك العلاقات الاجتماعية
12.65	72	9.83	06	12.14	13	14.16	17	12.81	36	تكريس التبعية الثقافية
13.35	76	11.47	07	14.01	15	13.33	16	13.52	38	نشر القيم غير الأخلاقية
11.42	65	13.11	08	9.34	10	12.5	15	11.38	32	الترويج للكراهية والعنف
100	*569	100	61	100	107	100	120	100	281	المجموع

يوضح الجدول رقم 25 رأي المبحوثات أفراد العينة حول سلبيات استخدامهن لمحتوى قنوات اليوتيوب، حيث اشارت النسب الى 14.76% فيما يخص نشر الشائعات وغياب المصادقية ثم نسبة 14.05% بالنسبة لبروز الشخصيات الإحتيالية والوهمية، تليها نسبة 13.88% الخاصة بالإدمان على موقع اليوتيوب، تليها نشر القيم غير الأخلاقية المنافية للآداب العامة بنسبة 13,35%، فيما أشارت بقية النتائج إلى تقارب النسب والآراء بين المبحوثات على اختلاف مستوياتهن الدراسية حول سلبيات استخدام محتوى موقع اليوتيوب المتبقية والمبينة بالجدول أعلاه.

أكدت معظم الطالبات وعلى اختلاف مستواهن الدراسي على الاستخدام السلبي لمحتوى موقع اليوتيوب ودوره في نشر الشائعات وغياب المصادقية وذلك بنسبة 16.39% بالنسبة لطالبات السنة أولى ماستر، تليها نسبة 15% لطالبات السنة الثانية، ثم طالبات السنة الثالثة بنسبة 14.95% ونسبة 14.23% لطالبات السنة أولى جذع مشترك، أما بالنسبة لسلبيه المحتوى المتمثلة في بروز الشخصيات الإحتيالية

* مجموع التكرارات أكبر من مجموع مفردات العينة لأن الطالبات اخترن أكثر من خيار.

والوهمية فقد أكدت على ذلك طالبات السنة الثالثة بنسبة 14.95%، ثم طالبات السنة أولى جذع مشترك بنسبة 14.59%، تليها طالبات سنة أولى ماستر بنسبة 13,11%، أخيرا طالبات السنة الثانية بنسبة 12,5%، اما بخصوص الإدمان على مواقع اليوتيوب فقد أشارت أعلى نسبة إلى طالبات السنة أولى ماستر بنسبة 16,39%، بعدها نسبة 14.95% بالنسبة لطالبات السنة الثالثة، ثم طالبات السنة أولى جذع مشترك بنسبة 13.87% وأخيرا طالبات السنة الثانية بنسبه 11.66%، مع تقارب النسب المتبقية في بقيه الخيارات وأراء طالبات حسب المستوى الدراسي حول سلبيات استخدام محتوى قنوات اليوتيوب، وهذا مؤشر على وعي الطالبات بالوظائف الكامنة والمتضمنة في هذا الأخير والتي تؤثر سلبا في المتلقي وهو بالضبط ما أكدت عليه النظرية البنائية الوظيفية من خلال أعمال روبرت ميرتون الذي فرق بين الوظائف الظاهرة والوظائف الكامنة داخل الأنساق الاجتماعية، وباعتبار النسق الاعلامي من أهم الانساق فانه يلعب دورا اساسيا في استقرار بقية الانساق المجتمعية، كما تدل أيضا باقي النسب المتبقية الخاصة بباقي الخيارات بإدراك الطالبات لمخاطر الإستخدام السلبي للمضامين الإعلامية على مواقع اليوتيوب خاصة والإعلام عامة.

- نتائج الفرضية الجزئية الثالثة: هناك انعكاسات ايجابية وسلبية لاستخدام الطالبة الجامعية لمحتوى موقع اليوتيوب باختلاف متغير المستوى الدراسي.

من بين أهم إيجابيات استخدام الطالبة الجامعية لمحتوى موقع اليوتيوب أنه داعم للعملية التعليمية وهذا ما أشارت إليه نتائج الدراسة خاصة لدى طالبات السنوات الثلاث الأولى وهذا مؤشر على انفتاح الطالبات على التكنولوجيا واستثمارهن في المجال العلمي، كما أكدت الطالبات على إيجابيات اليوتيوب في التعرف والانفتاح على الثقافات الأخرى، تليها إيجابيات موقع اليوتيوب في فتح المجال لبروز المواهب وتنمية المهارات خاصة مع مجانية الاستخدام و الاعتماد على الرأسمال الاجتماعي الافتراضي في تعزيز الشهرة، كما أكدت المبحوثات على ايجابيات استخدام محتوى موقع اليوتيوب في تعزيز التفاعلات الاجتماعية وتشكيل العلاقات وحرية إبداء الرأي كونه يشكل فضاء عام يلغي جميع الفروقات والترسيمات الاجتماعية، و بذلك يبرز دوره في توفير الجهد والوقت باعتبار أن اليوتيوب من وسائل الإعلام الجديد الذي يلغي الحدود الزمكانية كما يفتح المجال للكسب المادي.

في المقابل أكدت المبحوثات على وجود انعكاسات سلبية لاستخدام محتوى موقع اليوتيوب أهمها: نشر الشائعات وغياب المصدقية كون الإعلام السايبري لا يخضع للقوانين الرقابية للإعلام الرسمي

خاصة من وجهة نظر طالبات الأولى ماستر وهذا يثبت تأثير المستوى الدراسي خاصة طلبة تخصص علم اجتماع الاتصال المكونين في مجال الإعلام الجديد ، كما يرتبط نشر الشائعات على اليوتيوب ببروز الشخصيات الاحتيالية والوهمية وشكل الإدمان على الموقع ثالث سلبية في استخدام محتوى مواقع اليوتيوب، إضافة إلى نشر القيم غير الأخلاقية المنافية للآداب العامة و بذلك تكريس التبعية الثقافية خاصة في ظل العولمة الثقافية، و ليه أكدن الطالبات الجامعيات بقسم علم الاجتماع قادمة على وجود انعكاسات ايجابية وسلبية لاستخدامهن محتوى مواقع اليوتيوب و منه فالفرضية الجزئية الثالثة تحققت.

رابعا: تحليل وتفسير نتائج الدراسة حسب الدراسات السابقة:

-تفرط الطالبة الجامعية في متابعة محتوى موقع اليوتيوب: باعتبار أن اليوتيوب من أشهر المواقع التواصلية وأكثرها استخداما والذي يمثل أحدث البدائل الرقمية للإعلام التقليدي ومن أبرز الوسائط الرقمية في الفضاء السيبراني، وهذا ما تعارض مع دراسة كل من بوشريط كريمة وبن مرزوق مريم تحت عنوان " استخدامات الشباب الجزائري لموقع اليوتيوب والإشباع المحققة حيث أكدت النتائج متابعة المبحوثين مضامين موقع اليوتيوب بشكل دائم ومكثف وأنهم مدمنون على متابعتها.

وهذا أيضا ما تعارض مع نتائج دراسة بارش أشرف الدين ولعور صابر تحت عنوان " استخدام الطلبة الجزائريين لليوتيوب والإشباع المحققة منه " حيث أشارت النتائج الى استخدام الطلبة لليوتيوب بشكل دائم ، في حين أكدت نتائج الدراسة الحالية متابعة الطالبات محتوى موقع اليوتيوب أحيانا.

في حين توافقت نتائج الدراسة الحالية مع دراسة كل من رحيمة عيساني وعالب عوض الرفاعي بعنوان " اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو استخدام اليوتيوب والإشباع المحققة منه " في حين بينت النتائج ترتيب نسب استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي، إذ احتل اليوتيوب المرتبة الرابعة في ترتيب الاستخدام وهذا دلالة على تدني معدلات استخدام الطلبة لمحتوى قنوات اليوتيوب.

-تنوع دوافع لاستخدام الطالبة لمحتوى موقع اليوتيوب: يضمن التنوع في محتوى موقع اليوتيوب تعدد مجالات استخدامه ووظائفه الاعلامية بما يحقق أكبر قدر ممكن من الإشباع لدى الطالبة، حيث تراوحت هذه المجالات بين المجال الاجتماعي، الرياضي، السياسي، الترفيهي والعلمي، والتعليمي والمجال التثقيفي التوعوي وأخيرا المجال الاقتصادي، وقد تباينت نسبة ومعدلات استخدام الطالبات الجامعيات لمحتوى موقع اليوتيوب حيث شكل الدافع الترفيهي أهم مجالات استخدام هذه الاخيرة، وهذا بالضبط ما توافق مع نتائج الدراسة المحلية للباحث رياض زروقي بعنوان " الاستخدامات الترفيهية في شبكات

التواصل الاجتماعي والتي أكدت على استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي في المجال الترفيهي، كما تتنافس مع المصادر الاعلامية الأخرى لإشباع حاجاتهم، يليه المجال الاجتماعي ثم المجال التثقيفي والتوعوي وغيرها من المجالات، وهذا ما توافق مع الدراسة المحلية لكل من " بارش أشرف الدين ولعور صابر بعنوان " استخدام الطلبة الجزائريين ليوتيوب والإشباع المحققة منه " حيث أكدت النتائج أن دوافع الاستخدام لدى الطلبة هي التسلية والترفيه في المقام الأول وتليها باقي الإشباع بنسب مختلفة. كما توافق نتائج الدراسة الحالية مع الدراسة المحلية لكل من بوشريط كريمة وبن مرزوق مريم بعنوان " استخدامات الشباب الجزائري لموقع اليوتيوبوالإشباع المحققة" حيث أكدت النتائج على متابعة الطلبة لمضامين اليوتيوب بدافع تثقيفي علمي.

كذلك الدراسة الأجنبية لـ AZURAWATI وآخرون بعنوان " تصورات طلاب الجامعة حول استخدام اليوتيوب في الفصول الدراسية" حيث نصت النتائج على اهتمام الطلبة باستخدام اليوتيوب في المجال العلمي وتعلم اللغات، وهذا ما أكدته كذلك الدراسة الأجنبية لكل من (Wilson osefoapanti) و (esseldnielanso) بعنوان " استخدام الطلاب لوسائل التواصل الاجتماعي في التعليم العالي في غانا" حيث أكدت النتائج على استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي في المجال التعليمي تحديدا للحصول على الموارد التعليمية ومن حيث الإشباع فقد أكدت دراسة بارش أشرف الدين ولعور صابر على تحقيق اليوتيوب للإشباع الاجتماعية والسياسية والإشباع الرياضية.

- الانعكاسات الإيجابية والسلبية لاستخدام الطالبات الجامعيات لمحتوى مواقع اليوتيوب: انطلاقا من نتائج الدراسة التي عكست تقارب النسب فيما يخص التأثيرات الايجابية والسلبية حسب رأي المبحوثات لاستخدامهن محتوى قنوات اليوتيوب، حيث توافقت الدراسة الحالية مع الدراسة الأجنبية لـ zaidiAzurawati وآخرون تحت عنوان " تصورات طلاب الجامعة حول استخدام اليوتيوب في الفصول الدراسية" حيث أكدت النتائج الدور الايجابي لاستخدام محتوى موقع اليوتيوب في المجال العلمي وهذا ما أكده المبحوثين حول استخدام مقاطع الفيديو على اليوتيوب لمساعدتهم في تعلم اللغة الانجليزية.

كما توافقت نتائج الدراسة الحالية مع نتائج الدراسة العربية للباحثة رحيمة عيساني وغالب عوض الرفاعي تحت عنوان " اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو استخدام اليوتيوب والإشباع المتحققة " حول التأثيرات والانعكاسات الايجابية لاستخدام محتوى موقع اليوتيوب في المجال للتفاعلات الاجتماعية وتشكيل العلاقات، حيث أكدت نتائج الدراسة على استمرار تبني الطلبة استخدام اليوتيوب من أجل التواصل مع الآخرين، كما دعمت هذه النتائج الدراسة الأجنبية للباحثان Wilson osefoapanti و esseldnielanso

تحت عنوان " استخدام الطلاب لوسائل التواصل الاجتماعي في التعليم العالي في غانا"، حيث أكد المبحوثين على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بغرض التواصل مع الأصدقاء القدامى وأفراد الأسرة والعثور على أصدقاء جدد، كما توافق مع نتائج الدراسة المحلية للباحثة صونية عديش بعنوان " الشبكات الاجتماعية على الانترنت" حيث أكد أغلبية المبحوثين على استخدام مواقع التواصل لنسج علاقات الصداقة كما اعتبر أغليبتهم أن العلاقات الاجتماعية الافتراضية فرصة للعلاقات الاجتماعية التقليدية أي الواقعية.

أما بالنسبة للانعكاسات السلبية لاستخدام الطلبة لمحتوى مواقع اليوتيوب فقد توافقت نتائج الدراسة الحالية مع دراسة كل من بوشريط كريمة وبن مرزوق والتي أكدت على إدمان المبحوثين على مضامين قنوات اليوتيوب، أما بخصوص استخدام محتوى موقع اليوتيوب ودوره في تفكك العلاقات الاجتماعية الواقعية فقد توافقت نتائج الدراسة المحلية للباحثة صونية عديش مع نتائج الدراسة الحالية حيث عبر المبحوثين عن أن العلاقات الاجتماعية على المواقع التواصلية تهدد للعلاقات الاجتماعية الواقعية.

كما توافقت نتائج الدراسة السابقة مع نتائج الدراسة الحالية حول الانعكاسات السلبية لاستخدام محتوى اليوتيوب في التعدي على الخصوصية، فقد أشارت النتائج الى استخدام المبحوثين نسبة كبيرة من هويات مستعارة لاعتقادهم عدم كفاية اعدادات الخصوصية والحماية، أما بالنسبة لانعكاسات استخدام محتوى موقع اليوتيوب على القيم الأخلاقية ودوره في نشرها والترويج لها نتيجة لسياسة الحرية المطلقة في صناعة المحتوى ونشره على نطاق معوم فقد توافقت نتائج الدراسة الحالية مع دراسة رياض رزوقي، فقد أشارت النتائج الى عدم ارتباط المبحوثين بالمعايير الثقافية والاجتماعية وتخليهم عنها في تلبية حاجاتهم ومتابعة مضامين قد لا يتقبلها المجتمع ولا ترتبط أساسا بالمضامين الاجنبية.

خامسا: تحليل وتفسير نتائج الدراسة حسب النظريات المفسرة للدراسة:

1- البنائية الوظيفية: تهتم بدراسة المهام التي تؤديها أي ظاهرة من الظواهر في النظام الاجتماعي، وفي هذه الحالة تعد وسائل التواصل الاجتماعي من الظواهر الاجتماعية التي لها وظائف ظاهرة وأخرى كامنة داخل البناء الاجتماعي، وهذا ما أكدته نتائج الدراسة الحالية حول التأثيرات الايجابية لاستخدام الطالبة الجامعية لمحتوى موقع اليوتيوب والذي يعبر عن الدور الوظيفي لليوتيوب وقنواته والذي يعمل على دعم واستقرار عناصر النسق من خلال دعم العملية التعليمية، كما يمثل بديلا وظيفيا للإعلام التقليدي، وإحياء التراث الوطني والتعريف به وغيرها من الإيجابيات، كما توصلت نتائج الدراسة الى جملة

من الانعكاسات السلبية لاستخدام الطالبة لمحتوى موقع اليوتيوب كالإدمان على موقع اليوتيوب والتفكك الاجتماعي وغيرها من الوظائف الكامنة لمحتوى موقع اليوتيوب والتي تؤدي دورا غير وظيفيا وبالتالي تسبب خلاا وظيفيا على مستوى عناصر النسق، ما يؤثر في بقية الأنساق باعتبار أن النسق الاعلامي من أهم الأنساق الاجتماعية والتي تعمل على التكامل والتساند داخل البناء الاجتماعي

2- الاستخدامات والإشباعات: تفترض الجمهور النشط والايجابي في اختيار الوسيلة والمضمون وهذا ما أثبتته نتائج الدراسة الحالية من حيث اختيار الطالبة الجامعية للهاتف كأكثر وسيلة لمتابعة محتوى قنوات اليوتيوب، كذلك اختيار مضامين اعلامية ومحتوى لتسلية حاجات معينة، كما تؤكد أن استخدام الأفراد لوسائل الاعلام يأتي في اطار سعي الافراد لإشباع احتياجات معينة، أي أن هناك دوافع تدفع بالأفراد لاستخدام هذه الوسائل وقد صنفت هذه الدوافع الى صنفين رئيسيين هما (دوافع نفعية وأخرى طقوسية) وتوصلت هذه الدراسة الى أن أهم دوافع استخدام الطالبات لمحتوى موقع اليوتيوبهو المجال الترفيهي والذي يعبر عن الدوافع الطقوسية كالاسترخاء، التسلية، قضاء وقت الفراغ... ، تليها الدوافع الاجتماعية والتثقيفية التوعوية والعلمية التعليمية والتي تمثل الدوافع النفعية وعليه فإن الطالبة تزواج بين الدوافع الطقوسية والنفعية في استخدام محتوى موقع اليوتيوب غير أن الطقوسية منها تمثل أعلى نسبة.

3- الحتمية التكنولوجية: تؤكد على تأثير وسائل الإعلام على سلوك الأفراد وعلى التطور التاريخي للمجتمعات، كما أن التكنولوجيا الرقمية بما فيها من مواقع التواصل الاجتماعي تمثل حتمية بحيث فرضت نفسها على الأفراد، وهذا ما توصلت إليه نتائج الدراسة الحالية والتي أشارت إلى استخدام الطالبة الجامعية لمحتوى موقع اليوتيوبفي مختلف المجالات أهمها المجال الترفيهي والتعليمي خاصة بعد ظهور ما يسمى بالتعليم الإلكتروني وإلزامية استخدام التكنولوجيا، كما أوضحت النتائج تصدر تفضيل الطالبة متابعة مضامين اليوتيوب بواسطة الهاتف النقال والذي أصبح يشكل إلزامية في استخدامه من طرف الطالبات الجامعيات.

4- الاعتماد المتبادل: تركز على علاقات الترابط والتفاعل القائمة بين الأفراد والنظم الاجتماعية من بينها وسائل الإعلام والذي يشكل علاقات الجمهور مع الوسيلة الإعلامية والاتصالية، وهذا ما أكدته نتائج الدراسة في اعتماد الطالبات المبحوثات على محتوى مواقع اليوتيوب في توفير المعلومات في العديد من المجالات أهمها المجال التعليمي والتثقيفي التوعوي، كما أظهرت النتائج اعتماد الطالبات المبحوثات على قنوات يوتيوب دون غيرها وهذا ما يدعم العلاقة التبادلية بين الوسائل الإعلامية على هذه القناة واستمرارية بثها من خلال تفاعل الطالبات مع محتواها ومواصلتهن متابعة هذا المحتوى.

5- **نظرية الجندر:** تؤكد على التشكيل الثقافي الاجتماعي الذي يخضع له الأفراد واكتسابهم صفات وفروقات تدرجه في خانة الذكور أو الإناث عن طريق التنشئة الاجتماعية، وتنسحب هذه الفروق والصفات على جميع السلوكات والتفاعلات الاجتماعية، بما فيها علاقة الفرد بوسائل الإعلام، وهذا ما أشارت إليه نتائج الدراسة الحالية إلى عزوف المبحوثات باختلاف مستوياتهم الدراسية عن استخدام محتوى موقع اليوتيوب مثلا في المجال السياسي خاصة، وهذا راجع إلى الثقافة المجتمعية وغياب تنشئة سياسية للفتيات واقتصار الفعل السياسي على الذكور بصفة شبه كلية، كذلك أظهرت نسب جد ضعيفة لتفاعل الطالبات مع محتوى المجال الاقتصادي وكذلك الرياضي وهذا ما يؤكد مقولات نظرية النوع الاجتماعي حول الترسيمات الاجتماعية.

سادسا- النتائج العامة للدراسة:

من خلال تحليل وتفسير نتائج الدراسة النهائية نصل الى إجابة عن الفرضية العامة للدراسة، تنوع مجالات وأنماط وعادات وانعكاسات استخدام محتوى موقع اليوتيوب باختلاف متغير المستوى الدراسي للطالبة الجامعية.

- **عادات وأنماط استخدام الطالبة الجامعية لمحتوى موقع اليوتيوب:** أكدت أغلبية المبحوثات وبنسبة 78.88% على استخدام محتوى موقع اليوتيوب "أحيانا" وهذا راجع للتنوع الذي تشهده شبكات التواصل الاجتماعي والمنافسة على تقديم أفضل الخدمات وبالتالي استقطاب أكبر للمستخدمين، كما أوضحت معظم الطالبات استخدامهن الموقع منذ أكثر من سنة لفترات غير محددة بالنسبة للتوقيت المفضل لديهن لمتابعة محتوى موقع اليوتيوب، كذلك بالنسبة للمدة الزمنية لاستغراقهن في متابعة المحتوى، أما بالنسبة لأكثر وسيلة تستخدم في متابعة اليوتيوب فقد كانت الهاتف الذكي بنسبة 94.56% والمنزل كأفضل مكان للمتابعة بنسبة 100% كما عبرت الغالبية الساحقة من المبحوثات عن تفضيلهن متابعة محتوى اليوتيوب منفردات، أما عن نوع المحتوى فقد فضلت الطالبات المزج بين المحتوى المحلي والعربي والاجنبي بنسبة 49.46%، بالإضافة الى الإعجاب كأهم أسلوب للتفاعل مع المحتوى العام والحذف بالنسبة للمحتوى غير اللائق بنسبة 53.06% وهذا لغياب ثقافة التبليغ لدى الطالبات، كما أشارت نتائج الدراسة إلى عدم رغبة المبحوثات في إنشاء قناة خاصة على موقع اليوتيوب بنسبة 85.55%، ونسبة كبيرة منهن لا تركزن على متابعة محتوى قناة بعينها فيما أبدت نسبة 46.46% من المحتويات التركيز

على محتوى قناة بعينها بسبب ثراء محتواها وهذا راجع لوعي الطالبات وتأثير متغير المستوى الدراسي في متابعتهم للمضامين الاعلامية على اليوتيوب.

-دوافع استخدام الطالبة الجامعية لمحتوى قنوات اليوتيوب: تنوعت دوافع استخدام الطالبة الجامعية لمحتوى موقع اليوتيوب بغرض تحقيق إشباعاتها، استثمرت الطالبة الجامعية الفيديوهات الكوميدية كأكثر محتوى يحقق إشباعاتها ضمن المجال الترفيهي ويلبيها المجال الاجتماعي الوثيق الصلة بالتخصص الجامعي للطالبات حيث شكل المحتوى الذي يعالج الآفات والمشكلات الاجتماعية، أبرز محتوى تتابعه الطالبة بالإضافة الى المجال التوعوي والتثقيفي خاصة المحتوى التوعوي الديني وهذا دلالة على اهتمام الطالبة بالثقافة الدينية وحرصها على تنمية الوازع الديني لديها، كما أكدت نسبة متغيرة من الطالبات على اعتمادهن محتوى موقع اليوتيوب في المجال العلمي خاصة انجاز البحوث، وتعتبر هذه النسبة ضئيلة جدا خاصة في ظل تطوير أساليب التدريس وتويعها وهذا أيضا ما ينطبق على المجال الرياضي، كما أكدت طالبات السنة أولى جذع مشترك على متابعتهم المحتوى الخاص بعروض العمل كأبرز دافع وراء استخدام اليوتيوب في المجال الاقتصادي الذي اقتصر فيه التفاعل على طالبات السنة أولى جذع مشترك، فيما شكل المجال السياسي عزوف تام لدى الطالبات باختلاف مستوياتهن الدراسية.

-الانعكاسات الايجابية والسلبية لاستخدام الطالبة الجامعية لمحتوى قنوات اليوتيوب: بفعل تنوع مجالات استخدام الطالبة الجامعية لمحتوى موقع اليوتيوب تنوعت كذلك التأثيرات الايجابية والسلبية، بالنسبة للانعكاسات السلبية فقد تراوحت بين التأثير الايجابي في العملية التعليمية وكداعم لها والتعرف على الثقافات الأخرى خاصة في ظل الانفتاح والعولمة الثقافية وفتح المجال لبروز المواهب وتنمية المهارات وغيرها من الإيجابيات، في حين أكدت الطالبات على وجود انعكاسات وتأثيرات سلبية أهمها الاحتيال والادمان على متابعة الموقع والترويج للكراهية والتعدي على الخصوصية وتفكك الروابط الاجتماعية الواقعية نتيجة الروابط الافتراضية.

في الاخير نصل إلى أنه وبالرغم من تدني مستوى استخدام واهتمام الطالبة الجامعية بمحتوى مواقع اليوتيوب وتركيزها على مجالات دون أخرى، إلا أن دوافع استخدامها لمحتواه لتحقيق إشباعاتها قد تنوعت بتنوع مجالات استثمارها في مزاياه وخصائصه وتوظيفها للمضامين الإعلامية على الموقع بما يتناسب مع تفضيلاتها، ما يعكس سلبا وإيجابا عليها باعتباره من أشهر الشبكات الاجتماعية التواصلية على الفضاء السيبراني.

خاتمة

خاتمة:

استنادا إلى الدراسة النظرية والميدانية نصل إلى أن الثورة التكنولوجية في مجال الإعلام والاتصال غيرت الأنماط الاتصالية بين الأفراد والجماعات وأحالتها إلى أشكال تواصلية تفاعلية جديدة ضمن بيئة رقمية وافتراضية، كما أفرزت هذه التطورات مواقع التواصل الاجتماعي على الأنترنت والتي تعمل من خلال دمج مختلف الوسائط الرقمية في شكل تكاملي، ومن أبرز هذه الشبكات الاجتماعية موقع اليوتيوب الذي يتميز الذي يتميز بخصائص تقنية تجمع بين الوسائط السمعية والبصرية مما جعله بديل للتلفزيون خاصة في نقل الوقائع بصفة آنية ومباشرة والتي غيرت بدورها المشهد الإعلامي ورفعت الاحتكار على المعلومة كما غيرت العلاقة بين المستخدم والوسيلة الاتصالية، وبذلك أصبح ضرورة ملحة فرضت نفسها كحتمية لدى مختلف الشرائح المجتمعية خاصة فئة الشباب وتحديدًا الطلبة الجامعيين كنخبة مجتمعية بما فيهم الطالبات الجامعيات.

بفعل تميز الطالبة الجامعية بجملة من الخصائص الفيزيولوجية والسيكولوجية والاجتماعية والثقافية الأمر الذي جعل استخدامها لمواقع اليوتيوب واهتماماتها بمحتواها يختلف عن بقية الفئات المجتمعية الأخرى، حيث أكدت نتائج الدراسة الميدانية على أن الطالبات متابعتهن للمضامين الإعلامية على الموقع أحيانا فقط وهذا راجع لوجود منافسة كبيرة في مجال المواقع التواصلية وتنوع الخدمات التي تقدمها للمستخدمين من أجل استقطاب أكبر عدد من الرواد، كما أكدت غالبيتهن على استخدام الهاتف الذكي في تصفح الموقع ومنفردات وهذا النمط من الاستخدام فرضه التطور التقني لتكنولوجيا التطبيقات الرقمية التي أدخلت على الهواتف الذكية وبذلك أسهمت في بلورة عادات جديدة في الاستخدام.

وترتبط هذه الأنماط وعادات الاستخدام بالدافعية لدى الطالبة الجامعية التي تؤثر في اهتمامها واختيارها لنوع المضامين على موقع اليوتيوب ومدى اشباعها لمختلف حاجاتها، حيث أكدت الطالبات على استخدامهن لمحتوى موقع اليوتيوب بدافع التسلية والترفيه كأهم مجال والذي تصدر قائمة المجالات وبنسبة جد عالية، كما بينت النتائج اهتمام الطالبات بالمجال الاجتماعي والمجال التثقيفي التوعوي وهذا دلالة على تأثير المستوى الدراسي في اختيار الطالبات، كذلك يعتبر مؤشر على حرص الطالبات بتنمية وعيهم وإدراكهن بالواقع الاجتماعي والانفتاح على مختلف القضايا المجتمعية والمشاركة فيها من خلال الوسائط الرقمية، كما أكدت الطالبات على استخدامهن لمحتوى اليوتيوب في المجال العلمي و التعليمي وهذا نتاج طبيعي لتوظيف هذه الوسائط الرقمية في العملية التعليمية لتسهيل إيصال المعلومة إلى الطالب، والملاحظ هنا هو قلة اهتمام الطالبات بالمجال الاقتصادي واقتصار الاهتمام بالمحتوى الذي

يعالج القضايا الاقتصادية على طالبات السنة أولى جذع مشترك في حين شهد المجال السياسي عزوف تام من الطالبات على اختلاف مستوياتهن الدراسية وهذا راجع إلى التنشئة الاجتماعية للنوع الاجتماعي والتي تغيب التنشئة السياسية وتفرض نوع من الترسيمات وتمايز الأدوار .

ولأن موقع اليوتيوب ينفرد بجملة من الخصائص التي تميزه عن بقية المواقع الاجتماعية الأخرى كونه أكبر منصة رقمية للفيديو هذا ما جعل له إيجابيات والتي اكدتها طالبات قسم الاجتماع بجامعة قلمة من أهمها دعم العملية التعليمية كأسلوب حديث يتخطى الطرق التقليدية للتدريس كذلك يساهم في الانفتاح على الآخر من خلال التعرف على الثقافات الأخرى سواء كانت محلية ،إقليمية أو عالمية وبذلك يعمل على تسهيل عملية التثاقف، كما يوفر الجهد والوقت ويسهل عملية الكسب المادي من خلال التسويق الالكتروني لمختلف المنتجات والخدمات وبالتالي بروز المواهب، كما أكدت الطالبات على وجود انعكاسات سلبية لاستخدامهن محتوى موقع اليوتيوب أبرزها الإدمان على الموقع ونشر الشائعات وغياب المصادقية بسبب غياب المصادقية وغياب الرقابة وعدم خضوع المحتوى للفلتر ، كذلك غياب ثقافة التبايع عن المحتوى وهذا ما أكدته نتائج الدراسة حول تفاعل الطالبات مع المحتوى الغير لائق، كما يؤثر سلبا على العلاقات الاجتماعية الواقعية وهذا راجع إلى طغيان العلاقات الافتراضية الغير مؤسسة على ثوابت وأطر اجتماعية وبالتالي لا يرتبط فيها الأفراد بروابط ومسؤوليات اجتماعية.

لجعل مواقع اليوتيوب أكثر فعالية يمكن اقتراح مجموعة من التوصيات مثل ضرورة توظيف موقع اليوتيوب في التعريف بالجامعة ومختلف الكليات والاقسام والهيكل الإدارية من خلال إنشاء قناة خاصة على الموقع. واستثمار الموقع في التعريف بالتحخصصات خاصة لفئة الطلبة الجدد أو في عمليات التوجيه بالنسبة للمنتقلين إلى تخصصات.،و إنشاء محتوى يوضح ويشرح العمليات الادارية للطلاب، و استثمار موقع اليوتيوب كمنصة رقمية تعمل من خلال الفيديو في تقديم المحاضرات خاصة في ظل جائحة كورونا covid19 الذي فرض نمط التعليم عن بعد عالميا، مع -تشجيع الطلبة على إنشاء قنوات خاصة تدعم نشاطاتهم ومواهبهم.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

أولاً: المراجع باللغة العربية:

القواميس والمعاجم:

- 1) أحمد مختار عمر، معجم اللغة العربية المعاصرة، عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008.
- 2) جبران مسعود، الرائد (معجم لغوي عصري)، دار العلم للملايين، لبنان، 1992.

الكتب:

- 1) إبراهيم عيسى عثمان، "النظرية المعاصرة في علم الاجتماع"، دار الشروق، عمان، 2008.
- 2) إيمي إس. وارتنون، علم اجتماع النوع، مقدمة في النظرية والبحث، ترجمة هاني خميس أحمد عبده، المركز القومي للترجمة، القاهرة، 2014.
- 3) جبريل بن حسين الحريشي، سلمى بينت عبد الرحمان محمد الدوسري، الشبكات الاجتماعية والقيم، الدار المنهجية للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.
- 4) جمال سند السويدي، وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية (من القبيلة إلى الفيسبوك)، مركز الإمارات للدراسات والبحوث، الإمارات، 2013.
- 5) حسن السوداني، محمد المنصور، شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على جمهور المتلقين، مركز الكتاب الأكاديمي، الأردن، 2016.
- 6) حسن عبد الحميد أحمد رشوان، الفلسفة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، ط4، مصر، 2011.
- 7) حسن عماد مكاوي، نظريات الإعلام، مركز البحوث والرأي العام، مصر، 2007.
- 8) حسن محمود هشيمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.
- 9) خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، 2011.
- 10) خالد منصر، تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة واغتراب الشباب، دار الكتاب الجامعي، لبنان، 2016.
- 11) رافي غوبتا، هيوبروكس، وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على المجتمع، ترجمة عاصم سيد عبد الفتاح، عمان، 2015.
- 12) ربحي مصطفى عليان، البحث العلمي "أسسه، مناهجه، أساليبه، إجراءاته"، بيت الأفكار الدولية، الأردن، 2001.

- 13) سامية حسن الساعاتي، المرأة والمجتمع المعاصر، الدار المصرية السعودية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2006.
- 14) سعيد سليمان المشهداني، مواقع التواصل الاجتماعي وخصائص البيئة الإعلامية الجديدة، دار مجد للنشر والتوزيع، الأردن، 2020.
- 15) سمير نعيم أحمد، النظرية في علم الاجتماع (دراسة نقدية)، دار الماني للطباعة والنشر، مصر، 1981.
- 16) السيد رشاد غنيم وآخرون، النظرية المعاصرة في علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2008.
- 17) شحاتة هيام، النظرية الاجتماعية (من المرحلة الكلاسيكية إلى ما بعد الحداثة)، مصر العربية للنشر والتوزيع، مصر، 2009.
- 18) صلاح مراد، فوزية هادي، طرائق البحث العلمي وتعميماتها وإجراءاتها، دار الكتاب الحديث، الكويت، 2002.
- 19) عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2008.
- 20) عبد الباسط عبد المعطي، "اتجاهات نظرية في علم الاجتماع"، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 1990.
- 21) عبد الرحمان بن ابراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.
- 22) عبد الرزاق الدليمي، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، دار اليازوردي العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2016.
- 23) علي خليل شقرة، الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2014.
- 24) علي عبد الرزاق حلبي، "الاتجاهات الأساسية في نظرية علم الاجتماع"، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2011.
- 25) علي محمد رحومة، علم الاجتماع الآلي، عالم المعرفة، الكويت، 2008.
- 26) عمار بوحوش وآخرون، منهجية البحث العلمي وتقنياته في العلوم الاجتماعية، المركز الديمقراطي العربي، برلين، 2019.
- 27) عمار بوحوش، محمد محمود الذنيات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، ط4، الجزائر، 2007.
- 28) فريال مهنا، علوم الإعلام والمجتمعات الرقمية، دار الفكر، لبنان، 2012.

- (29) فضيل دليو، التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
- (30) فهد عبد الرحمان الشميمري، "التربية الإعلامية"، مكتبة الملك فهد الوطنية للنشر، الرياض، 2010.
- (31) فيصل محمد عبد الغفار، شبكات التواصل الاجتماعي، الجنادرية للنشر والتوزيع، الأردن، دت.
- (32) كافي مصطفى يوسف، الرأي العام ونظريات الاتصال، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
- (33) كمال دشلي، منهجية البحث العلمي، مديرية الكتب والمطبوعات الجامعية، جامعة حمادة، 2016.
- (34) كنعان علي عبد الفتاح، نظريات الاتصال والإعلام الحديثة، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، 2013.
- (35) ماهر عودة الشمالية، الإعلام الرقمي الجديد، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.
- (36) محمد الأمين أحمد عبد مرزوك الجنابي، مواقع التواصل الاجتماعي والحراك الشعبي (الاعتماد المتبادل)، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا، 2020.
- (37) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، ط3، مصر، 2004.
- (38) محمد عبيدات وآخرون: منهجية البحث العلمي، "القواعد والمراحل والتطبيقات"، دار وائل للنشر والتوزيع، ط2، عمان، 1999.
- (39) محمد محفوظ، تكنولوجيا الاتصال (دراسة الأبعاد النظرية والعلمية لتكنولوجيا الاتصال)، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2005.
- (40) مصطفى حميد الطائي، خير ميلاد أبو بكر، مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الاعلام والعلوم السياسية، دار الوفاء للطباعة والنشر، القاهرة، 2002.
- (41) منال هلال المزاهرة، تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2014.
- (42) منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2012.
- (43) موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي، دار القصبه للنشر، ط2، الجزائر، 2006.
- (44) موسى جواد الموسوي، الإعلام الجديد "تطور الآداء والوسيلة والوظيفة"، مكتبة الإعلام والمجتمع، بغداد، 2011.

45) نضال فلاح الضلاعين وآخرون، نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، الأردن، 2016.

46) وجيه محبوب، البحث العلمي ومناهجه، دار المناهج للنشر والتوزيع عمان، 2014.

47) وسام فاضل راضي، مهند حميد التميمي، الإعلام الجديد تحولات اتصالية ورؤى معاصرة، دار الكتاب الجامعي، لبنان، 2017.

48) يوسف ميخائيل اسعد، الشباب والتوتر النفسي، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2001.

المجلات والدوريات:

49) ابتسام جوادى مهدي، "التنمية الشاملة واتجاهات طالبات كلية التربية للبنات نحو العمل، مجلة العلوم النفسية، العدد 17، العراق، 2010.

50) إبتسام دراجي، "تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية للشباب الجزائري"، مجلة المعيار، جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، المجلد 24، العدد 50، الجزائر، 2020.

51) أسعد بن ناصر بن سعيد الحسين، "أثر وسائل التواصل الاجتماعي على سلوكيات وقيم الشباب من منظور التربية الإسلامية"، مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، العدد 169، الجزء 3، مصر، جويلية 2016.

52) أسماء عبد الحكيم جودة، "الشباب الجامعي بين السياقات المحلية والتأثيرات العالمية"، مجلة كلية الآداب، العدد 28، أبريل 2012.

53) أسماء فؤاد حافظ، "صحافة المواطن: جدلية المصطلح وإشكاليات التطور"، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، جامعة القاهرة، المجلد 6، العدد 14، مصر، 14 أبريل 2018.

54) أماني عبد الرؤوف محمد أحمد، "خاصية البث المباشر الحي على اليوتيوب وأهميتها في ثراء الخريطة البرمجية"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد 19، مصر، 1 جانفي 2020.

55) أمل إبراهيم عبده سليمان، "مشكلات الطالبة الجامعية المتزوجة ودور الخدمة الاجتماعية في مواجهتها"، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة السلطان قابوس، المجلد 11، العدد 2، عمان، أوت 2020.

- (56) أمل محمد خطاب، "السلوك الاتصالي للشباب المصري في علاقته بالتقنيات التكنولوجية المتطورة" البودكاست نموذجاً، مجلة كلية الآداب، جامعة بنها، العدد 47، الجزء الرابع، مصر، أبريل 2018.
- (57) أميرة سعيد سعيد آل عبيد، "أثر استخدام تقنية اليوتيوب في تنمية مهارات النشاط الرياضي لطالبات المرحلة المتوسطة"، مجلة شباب الباحثين، جامعة سوهاج، المجلد 10، العدد 10، يناير 2022.
- (58) أميرة محمد سيد أحمد، "دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب"، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، جامعة القاهرة، العدد 3، مصر، سبتمبر 2015.
- (59) إيمان عز الدين محمد داوية، "دور القنوات الثقافية باليوتيوب في تنمية المعرفة العميقة والدافع المعرفي لدى الطلاب"، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة القاهرة، مجلد 5، العدد 55، مصر، 5 أكتوبر 2020.
- (60) إيمان مرابط، الجامعة والتنمية: طالبات ومشاريع مستقبلية، مجلة إنسانيات، جوان 2003، مقال إلكتروني متاح على الموقع: <http://Journals.openedition.org> بتاريخ 14.04.2022.
- (61) أيمن أحمد فرج خليل، "الشائعات والوعي السياسي لدى الشباب مرتادي اليوتيوب"، مجلة كلية الآداب، جامعة بنها، العدد 53، مصر، أبريل، 2020.
- (62) بكير فشار، "واقع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية بالجامعة الجزائرية اليوتيوب نموذجاً"، مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، المجلد 13، العدد 5، الجزائر، 2021.
- (63) بن طاهر طاهر، محمد مزيان، "تقدير الذات الاجتماعية لدى فئة الشباب الجامعي"، مجلة التنمية البشرية، جامعة وهران 2، المجلد 2، العدد 08، الجزائر، نوفمبر 2007.
- (64) بن علي نصيرة، "واقع علاقات النوع الاجتماعي في الوسط الطلابي"، مجلة التدوين، جامعة وهران 2، العدد 11، الجزائر، السداسي الثاني 2018.
- (65) بوداود إبراهيم، "استخدام تكنولوجيا المعلومات (TIC) في ظل مفهوم وساطة المعرفة مجلة علوم المعلومات"، مجلة إشارة، مخبر بحث أنظمة المعلومات والأرشيف في الجزائر، المجلد 3، العدد 6، الجزائر، ديسمبر 2016.

- 66) جامع فاطمة الزهراء، "العنف لدى الشباب وعلاقته بالأنوع الاجتماعي"، مجلة دراسات في علوم الإنسان والمجتمع، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، المجلد 3، العدد4، الجزائر، ديسمبر 2020.
- 67) جلام كريمة، " دور وسائل التواصل الاجتماعي في عملية التوظيف (دراسة تحليلية من وجهة نظر الباحثين) على العمل"، مجلة الريادة لاقتصاديات الأعمال، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، المجلد 6، العدد2، الجزائر، جانفي 2020.
- 68) جنان حياة، شنوف صادق، التوظيف عبر الشبكات الالكترونية في الجزائر، مجلة التنظيم والعمل، جامعة معسكر، المجلد 10، العدد1، الجزائر، 2011.
- 69) جوهرة أبو عيطة، "امتلاك طالبات الجامعة مستخدمات وغير مستخدمات شبكة التواصل الاجتماعي المهارات الاجتماعية"، مجلة المنارة، جامعة آل البيت، المجلد21، العدد 4، الأردن، جوان 2015.
- 70) جيلان شرف، "اعتماد الشباب على وسائل الاتصال في تشكيل اتجاهاتهم نحو القضايا المجتمعية"، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، جامعة القاهرة، العدد 17، مصر، ديسمبر 2018.
- 71) حامد سعيد الجبر وآخرون، "واقع دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت"، مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، العدد176، الجزء 2، الكويت، ديسمبر 2017.
- 72) حفيظة خليفي، "الثقافة الفرعية المنحرفة والثقافات الفرعية الأخرى"، مجلة العلوم الاجتماعية، جامعة عمار تليجي، الأغواط، المجلد 16، العدد 01، الجزائر، مارس 2022.
- 73) حمد بن صالح بن عبد العزيز الغنيم، "اتجاهات طلبة جامعة القصيم نحو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الالكترونية في الأغراض التعليمية ومعوقات الاستخدام"، مجلة كلية التربية، جامعة أسويط، المجلد 36، العدد 1، مصر، جانفي 2020.
- 74) حنان أحمد آشي، " دور البرامج التلفزيونية على اليوتيوب في تعزيز ونشر الأفكار التطوعية بالتطبيق على برنامج "صناع الأمل"، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة القاهرة، العدد 53، الجزء2، مصر، يناير 2020.
- 75) حنين محمد حسين، "علاقة التنظيم الذاتي بقلق المستقبل لدى طالبات المرحلة الثانية بكلية التربية"، مجلة الرياضة المعاصرة، جامعة بغداد، المجلد 17، العدد 1، العراق، مارس2018.

- 76) حيمر سعيدة، بعزیز إبراهيم، "الاستخدامات الترفيهية لموقع اليوتيوب وأثرها على التحصيل الدراسي"، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، المجلد 11، العدد 01، الجزائر، جوان 2021.
- 77) خديجة مقدم، نورية بن غبريط رمعون، بلقاسم بن زين، "النساء الإفريقيات في مجلة التنمية"، مجلة إنسانيات، الجزائر، سبتمبر 2012، متاح على <https://journals.openedition.org> بتاريخ 22-04-2022.
- 78) رحاب فايز أحمد، أحمد فايز أحمد، "الجيل الثاني من الويب وأدواته (دراسة مقارنة)"، دورية العلوم الانسانية، كلية الآداب جامعة بني سويف، المجلد الثاني، العدد 14، مصر، أبريل 2009.
- 79) رحيمة عيساني، غالب عوض الرفاعي، "اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو استخدام اليوتيوب والإشباع المتحققة"، مجلة جامعة العين للأعمال والقانون، المجلد 5، العدد 1، الإمارات العربية المتحدة، 2021.
- 80) رضا سمير عوض عمر، "الفروق بين مرتفعي ومنخفضي التحصيل الأكاديمي في كل من إدارة الوقت وتحقيق الذات ومستوى الطموح لدى طلاب الجامعة"، مجلة كلية التربية في العلوم النفسية، جامعة عين شمس، العدد 43، الجزء 2، مصر، افريل 2019.
- 81) رقاد الجيلالي، "الخطاب الديني لمواقع اليوتيوب وأزمة الضبط المرجعي للتدين السائل"، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، العدد 05، ألمانيا، نوفمبر 2018.
- 82) ربية ركوران مصطفى، "التعرض للدراما التلفزيونية الأجنبية المدبلجة على اليوتيوب لدى الشباب الجامعي"، مجلة وادي النيل للدراسات والبحوث، جامعة القاهرة، المجلد 3، العدد 3، مصر، يوليو 2014.
- 83) ریحان سامي لطيف محمد، "اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة كورونا كوفيد 19 ودوره في تعزيز الوعي الصحي لديه"، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، العدد 55، الجزء 5، مصر، أكتوبر 2020.
- 84) ريهام عاصم غنيم، "اليوتيوب في الاستشهاد المرجعي بالإنتاج العلمي الأكاديمي"، المجلة الدولية لعلوم المكتبات والمعلومات، الجمعية المصرية للمكتبات والمعلومات والأرشيف، المجلد 2، العدد 3، مصر، سبتمبر 2015.

- 85) زكريا ابراهيم الدسوقي، "معالجة مقاطع اليوتيوب لقضايا الأقليات المسلمة في الدول الغربية وعلاقتها بالصورة الذهنية للغرب عند المراهقين"، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، جامعة القاهرة، العدد 10، مصر، أبريل 2017.
- 86) الزهرة بوجفجوف، "الإعلام الإلكتروني والقضايا الاجتماعية في الجزائر: تقنية البودكاست الفكاهي أنموذجاً"، مجلة الباحث الإعلامي، جامعة بغداد، العدد 42، العراق، 2018.
- 87) زيان بن محمد بن صالح الحديثي، "أنماط استخدام منصة اليوتيوب وأثر الإعلانات على المستخدم في المملكة السعودية"، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، جامعة الأهرام الكندية، العدد 30، السعودية، سبتمبر 2020.
- 88) زينب لموشي، "المشاركة السياسية للمرأة الجزائرية بين التمكين وآليات التفعيل"، مجلة تاريخ العلوم، جامعة المدينة، المجلد 4، العدد 7، الجزائر، مارس 2017.
- 89) سكرة علي حسن البريدي، "اعتماد الشباب الجامعي على موقع اليوتيوب في متابعة قضايا الرأي وعلاقته بالأمن الفكري لهم"، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، العدد 54، مصر، يوليو 2020.
- 90) سماتي حاتم، محمود قندوز، "احصائيات عن الجامعة الجزائرية (1962-2018)"، مجلة منارات لدراسات العلوم الاجتماعية، جامعة ابن خلدون، تيارت، المجلد 1، العدد 02، الجزائر، 2019.
- 91) سمية سعدون، فلوح أحمد، "واقع مشكلات الطلبة الجامعيين الجدد"، مجلة روافد للدراسات والأبحاث العلمية في العلوم الاجتماعية والإنسانية، المركز الجامعي بلحاج بوشعيب، جامعة عين تموشنت، المجلد 5، العدد 1، الجزائر، جوان 2021.
- 92) سميرة بلعربي، الرياضة والقيم عبر الميديا الجديدة-دراسة تحليلية لتعليقات المدونين عبر مواقع اليوتيوب-، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة أم البواقي، المجلد 7، العدد 3، الجزائر، 2020.
- 93) سهام محمد أمر الله طه، "توظيف امكانات نظام إدارة التعلم (Black Board) في تنمية مهارات البحث العلمي لدى طالبات الدبلوم التربوي بجامعة بيشة"، مجلة كلية التربية، المجلد 33، العدد الأول، مصر، 2017.
- 94) سوسن السكاف، "فاعلية إدارة الوقت لدى الطلبة الجامعيين وعلاقتها بالتحصيل الدراسي"، مجلة الخلدونية، جامعة زايد، الامارات العربية المتحدة، 2020.

- 95) شريف محمد عوض، خالد بن سليم، "الأنشطة الطلابية وتنمية المسؤولية الاجتماعية لدى طالب جامعة حائل"، مجلة كلية الآداب، جامعة المنصورة، العدد 60، مصر، جانفي 2017.
- 96) الشيخ المهدي، اسهام مواقع التواصل الاجتماعي في بناء اتجاه نحو الممارسة الرياضية لدى الفئة النسوية، مجلة المحترف بمعهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، جامعة الجلفة، المجلد 5، العدد 16، الجزائر، سبتمبر 2018.
- 97) صباح مرشود منوخ، "الكفاءة الاجتماعية وعلاقتها بالتكيف الأكاديمي لدى طلبة الجامعة"، مجلة جامعة تكريت للعلوم الانسانية، المجلد 22، العدد 12، العراق، جانفي 2015.
- 98) صونية عبديش، "الشبكات الاجتماعية على الأنترنت رؤية استيمولوجية"، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، العدد 20، الجزائر، ديسمبر 2016.
- 99) عالية الرفاعي، "فاعلية استخدام الفيديوهات التعليمية الرقمية اليوتيوب في تحسين تحصيل التلاميذ الصم في مادة العلوم في الصف الثالث الأساسي"، مجلة اتحاد الجامعات العربية للتربية وعلم النفس، المجلد 19، العدد 4، سوريا، 2021.
- 100) عبد الباسط هويدي، إيمان دركي، الإعلام الجديد ودوره في التوعية الأمنية داخل المجتمع، مجلة المجتمع والرياضة، المجلد 1، العدد 2، الجزائر، 2018.
- 101) عبد الرزاق سعيد، الإعلام الرياضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي بين الواقع والمأمول، مجلة العلوم والتكنولوجيا للنشاطات البدنية والرياضية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، المجلد 15، العدد 1، الجزائر، 2018.
- 102) عبد الصادق حسن، "استخدام الشباب البحريني للمقاطع الترفيهية على موقع اليوتيوب والإشباع المتحققة"، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق، العدد 12، مصر، 2020.
- 103) عبد الصادق حسن، "استخدام الشباب البحريني للمقاطع الترفيهية على موقع اليوتيوب والإشباع المحققة"، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق، العدد 12، البحرين، 2020.
- 104) علي محمود كاظم الجبوري، "أثر استعمال أسلوب إزالة التحسس في علاج الرهاب الاجتماعي لدى طلبة الجامعة"، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة بابل، المجلد 1، العدد 9، العراق، مارس 2012.

- 105) فروق يعلي، "الطالب الجامعي بين المتطلبات التكوينية وحتمية ممارسة الأنشطة الهامشية"، مجلة العلوم الاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، المجلد 07، العدد 01، الجزائر، 17 جويلية 2021.
- 106) لبنى الجابري، "فعالية الإعلام الرقمي في التسويق السياسي وتأثيره على تشكيل الاتجاهات السياسية لدى الشباب المصري"، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، جامعة الأهرام الكندية، العدد 30، مصر، سبتمبر، 2020.
- 107) مالية مكيري، "استخدامات مواقع التوظيف الإلكتروني في الجزائر ودورها في تقليص نسبة البطالة المحلية الجزائرية"، مخبر البحث lancomnet، جامعة الجزائر 3، المجلد 2، العدد 2، الجزائر، سبتمبر 2015.
- 108) ماهر اسماعيل صبري، فاعلية برنامج مقترح لتنمية مهارات التفكير الناقد لدى طلاب الشعب العلمية مختلفي التخصص بكلية التربية بجامعة بنها، مجلة البحوث العربية في مجالات التربية النوعية، المجلد 3، العدد 3، مصر، يوليو 2016.
- 109) محمد أحمد عبود، اعتماد المراهقين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للثقافة والتوعية الأمنية، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، جامعة بنها، العدد 18، مصر، 2017.
- 110) محمد أحمد هاشم الشريف، "استخدام الشباب السعودي لليوتيوب وتأثيره على علاقتهم بالتلفزيون"، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، جامعة الأهرام الكندية، العدد 24، مصر، مارس 2019.
- 111) محمد سعد الدين محمد الشربيني، "تداول الألعاب الإلكترونية بين الشباب الجامعي عبر وسائل الإعلام الجديد على شبكة الأنترنت"، المجلة العلمية لكلية التربية النوعية، العدد 11، مصر، يوليو، 2017.
- 112) محمد عبد الحميد راشد، "دور تطبيق الفيديو التشاركي (YouTube) في انتشار الأغاني العربية المعاصرة وأغاني المهرجانات الشعبية وتأثيره على المجتمع"، مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية، جامعة المنيا، المجلد 8، العدد 39، مصر، مارس 2022.
- 113) مختار حلوي، "اسهامات التيار الوظيفي في مقارنة الظاهرة الإعلامية والاتصالية"، مجلة المواقف، جامعة مصطفى اسطنبولي، معسكر، المجلد 14، العدد 01، الجزائر، مارس 2019.

- 114) مدفوني جمال الدين، التوعية الصحية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي - دراسة الاستخدامات المراهقات لموقع اليوتيوب وانعكاساته على الوعي الصحي، مجلة المعيار، جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، المجلد 24، العدد 51، الجزائر، 2020.
- 115) مروة صبحي محمد، "الاستراتيجيات التي يوظفها المؤثرون لتسويق المنتجات الجديدة عبر اليوتيوب واستجابة الجمهور نحوها"، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة القاهرة، العدد 54، مصر، جويلية 2020.
- 116) مزرارة نعيمة، مليكة شعباني، واقع الطالب الجامعي الجزائري، من أمس إلى اليوم ماذا تحقق؟، مجلة الوقاية والأرغونوميا، مخبر الوقاية والأرغونوميا، جامعة الجزائر 2، المجلد 10، العدد 1، ديسمبر 2016.
- 117) مساعدي سلمة "المرأة العربية وشبكات التواصل الاجتماعي، الاستخدامات والتمثيلات"، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، المجلد 8، العدد 3، الجزائر، 31 مارس 2020.
- 118) مطلق مقعد الروقي، "المشكلات الأكاديمية التي تواجه طلاب السنة الأولى بكليات محافظة عفيف وعلاقتها بمستوى الأداء الأكاديمي لهم"، مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، العدد 170، الجزء الأول، مصر، أكتوبر 2016.
- 119) مكناسي أميرة، قاسمي صونيا، "قراءة في مشكلات الطلبة الجامعيين"، مجلة دراسات، جامعة شنطينة 2، المجلد 7، العدد 2، الجزائر، 2020.
- 120) منى جابر هاشم، "مصادقية تناول صحافة المواطن لقضايا الصراع ودورها في تشكيل الثقافة السياسية للشباب"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد 6، العدد 8، مصر، جويلية 2017.
- 121) منيرة محمد مظهر لطفي، عبد الهادي منى محمود محمد، "استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لزيادة التفاعل بين الطلاب وأعضاء هيئة التدريس في أقسام المكتبات"، مجلة بحوث علم المكتبات، جامعة القاهرة، المجلد 24، العدد 13، مصر، مارس 2020.
- 122) مها سعيد سعد اليزيدي، "دور الجامعة في تحقيق أمن الطالب الجامعي"، المجلة العربية للدراسات الأمنية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، المجلد 35، العدد 3، السعودية، ديسمبر 2019.

- 123) ميمي محمد عبد المنعم توفيق، شبكات التواصل الاجتماعي (النشأة والتأثير)، مجلة كلية التربية، جامعة عين شمس، العدد 24، الجزء الثاني، مصر، 2018.
- 124) ناهد عدلي شاذلي وآخرون، "متطلبات تفعيل دور الجامعة في تنمية المسؤولية الاجتماعية لدى الطلاب من خلال ممارسة الأنشطة الطلابية"، مجلة الدراسات التربوية النفسية، العدد 104، الجزء الثاني، مصر، يوليو 2019.
- 125) نسيمة إمام سليمان حسين، استخدام الطفل المصري لكارتون الواقع الافتراضي باليوتيوب وتأثيراته على هويته الثقافية في ضوء العولمة، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق، العدد 10، مصر، 9 أبريل 2019 .
- 126) نهار خالد بن الوليد، لحول فطوم، "دور التسويق السياحي عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تنشيط السياحة في الجزائر"، مجلة المنتدى للدراسات والأبحاث الاقتصادية، المدرسة العليا للتجارة، المجلد 3، العدد 1، الجزائر، جوان، 2018.
- 127) هاجر مجدي عبده الحمامي، "دور وسائل التواصل الاجتماعي في توعية المواطنين بالمبادرات الصحية"، المجلة العلمية لكلية الآداب، جامعة دمياط، المجلد 10، العدد 3، مصر، 2021.
- 128) هادية ابراهيمي، بن العايب بوبكر، "التسويق الرقمي ومساهمته في تنشيط السياحة في الجزائر"، مجلة المنتدى للدراسات والأبحاث الاقتصادية، المدرسة العليا للتجارة، المجلد 13، العدد 3، الجزائر، 2019.
- 129) هادية معمري، "استخدامات المرأة الجزائرية لاستثمارات اليوتيوب والإشباع المحققة"، مجلة الإعلام والمجتمع، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، المجلد 05، العدد 01، الجزائر، جويلية 2021.
- 130) هادية يحيوي، "المجال السياسي وتأثيرات المعرفة السيرانية"، المجلة الجزائرية للأمن الإنساني، جامعة باتنة 1، المجلد 5، العدد 2، الجزائر، جويلية 2020.
- 131) هشام البرجي، التسويق الإلكتروني للسلع والخدمات لدى صناع المحتوى عبر مواقع اليوتيوب، المجلة العلمية لبحوث الاذاعة والتلفزيون، جامعة القاهرة، العدد 22، مصر، ديسمبر 2021.
- 132) هناء إبراهيم وآخرون، "تقييم تمثيل المرأة في المجال السياحي"، المجلة الدولية للتراث والسياحة والضيافة، جامعة الفيوم، المجلد 2، العدد 12، مصر، سبتمبر 2018.

133) هناء حنفاوي يوسف، "ثقافة العمل التطوعي التي يتضمنها موقع اليوتيوب"، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، جامعة القاهرة، العدد 13، مصر، جانفي، 2018.

134) هند فؤاد، النوع الاجتماعي في الوسائل الإعلامية، المجلة الاجتماعية القومية، المجلد 54، العدد 1، مصر، جانفي 2017.

135) وفاء عبد الستار السيد بله، "الدعم الأسري للشباب الجامعي وعلاقته بالاتجاه نحو المستقبل"، المجلة المصرية للاقتصاد المنزلي، الجمعية المصرية للاقتصاد المنزلي، العدد 35، مصر، 2019.

136) يحي فتيحة، بزوح ابتسام، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية لذوي الاحتياجات الخاصة -اليوتيوب والفيسبوك نموذجا-"، المجلة العلمية للتربية الخاصة، المؤسسة العلمية للعلوم التربوية والتكنولوجية والتربية الخاصة، المجلد 3، العدد 1، الجزائر، مارس 2021.

137) يونيف محمد لمين، "خدمة التوظيف الالكتروني في مجال علم المكتبات من خلال موقع الويب"، مجلة جودة الخدمة العمومية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، المجلد 2، العدد 2، الجزائر، جوان 2019.

الملتقيات العلمية:

138) جلام كريمة، التوظيف عبر شبكات التواصل الاجتماعي بين الضرورة والحتمية، الملتقى الوطني حول واقع إدارة الموارد البشرية في ظل التحديات الراهنة (المؤسسة الجزائرية نموذجا)، جامعة تيارت، الجزائر، 2015.

التقارير والوثائق الرسمية:

139) منظمة العمل العربية، التشغيل والبطالة في الدول العربية (قضايا محلية)، التقرير العربي الثاني حول التشغيل والبطالة في الدول العربية، منظمة العمل العربية، مصر، 2010.

الرسائل العلمية:

140) أمينة مزوز، استخدام الطلبة الجامعيين للمدونات الالكترونية والإشباع المحققة منها، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، تخصص صحافة وإعلام الكتروني، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة العربي بن مهيدي، الجزائر، 2016.

141) بارش أشرف الدين، لعور صابر، استخدام الطلبة الجزائريون لليوتيوب والإشباع المحققة منه، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص صحافة إلكترونية، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة العربي بن مهيدي، الجزائر، 2016.

- 142) بن بزة رحمة، إدارة التنوع الثقافي داخل المنظمة وأثره على الأداء الوظيفي، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم الإنسانية، جامعة باتنة1، الجزائر 2020.
- 143) بنور خولة، الترويج للسياحة في الجزائر عبر اليوتيوب، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص سمعي بصري، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي بن مهيدي، الجزائر، 2020.
- 144) بوشريط كريمة، بن مرزوق مريم، استخدامات الشباب الجزائري لموقع اليوتيوب والإشباع المحققة، مذكرة مكملة لشهادة الماستر، تخصص سمعي بصري، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد الصديق بن يحيى، الجزائر، 2020.
- 145) دبة عقيلة، دور اليوتيوب في تنمية الوعي الثقافي لدى الطلبة الجامعيين، مذكرة لنيل شهادة الماستر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر، 2018.
- 146) رانا مروان العيسى، دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية لدى الشباب الأردني من وجهة المدربين الرياضيين، رسالة ماجستير، كلية الاعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2020.
- 147) رياض زروقي، "الاستخدامات الترفيهية في شبكات التواصل الاجتماعي"، رسالة دكتوراه، تخصص علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة بسكرة، الجزائر، 2021.
- 148) صاولي أمال وآخرون، تأثير مدونات اليوتيوب على المشاركة السياسية للطلاب الجامعي، مذكرة لنيل شهادة الماستر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة أم البواقي، الجزائر، 2018.
- 149) صلاح محمد أبو صلاح، استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المحققة، رسالة ماجستير، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية بغزة، فلسطين، .
- 150) صونية عبديش، الشبكات الاجتماعية على الانترنت، رسالة دكتوراه، تخصص علوم الإعلام والاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03، 2015.
- 151) ظافر شيب فراج، "دور اليوتيوب في تشكيل منظومة القيم الاجتماعية للشباب السعودي"، رسالة ماجستير، تخصص إعلام، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، السعودية، 2018.

152) عائشة بنت محمد ظافر الشهري، العوامل الاجتماعية المرتبطة بتعاطي المخدرات من وجهة نظر الطالبات الجامعيات، رسالة ماجستير، تخصص تأهيل ورعاية اجتماعية، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، السعودية، 2019.

153) عائشة دبس، دور اليوتيوب في تنمية الوعي الثقافي لدى الطالبات الجامعيات، مذكرة لنيل شهادة الماستر، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة خميس مليانة، الجزائر، 2017.

154) عبد الحكيم عبد الله بن راشد الصوافي، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة الحلقة الثانية، رسالة ماجستير، تخصص التربية والدراسات الإنسانية، كلية العلوم والآداب، جامعة نزوى، عمان.

155) عمارة دبار، مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها في التوعية الدينية، اليوتيوب نموذجا، مذكرة لنيل شهادة ماستر، معهد العلوم الإسلامية، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، الجزائر، 2019.

156) لينا زبيحة، راضية بلقاضي، "قضايا المرأة في المدونات المرئية الجزائرية"، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص إعلام واتصال، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي، الجزائر، 2020.

157) مزور فوزية، خالد خالد، دور اليوتيوب في الترويج للسياحة في جيجل، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص سمعي بصري، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجزائر، 2020.

المواقع الالكترونية:

158) سحر محمودي وهبي، دور وسائل الإعلام في تقديم القدوة للشباب الجامعي، أبريل 1995، مقال متاح على <https://www.journals.ekb.eg> بتاريخ 2022.05.27.

159) الشروق أونلاين، آخر إحصائيات مستخدمي الأنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي بالجزائر، 11 فيفري 2021، 12 فيفري 2022، [https:// www. Echourouk online.com](https://www.Echourouk online.com).

160) وكالة الأنباء الجزائرية، ارتفاع عدد مستخدمي الأنترنت بالجزائر، الأربعاء 17 فيفري 2021، <http:// www. aps.dz /ar>

161) مالك محمد، ما هو اليوتيوب (YouTube kids) وهل هو آمن، 24 ماي 2012، 19 مارس 2022، مقال متاح على موقع [Http://www.mena-tech.com](http://www.mena-tech.com).

162) ماونتن فيو، خدمة تلفزيون "يوتيوب د" متاحة في 14 مدينة أخرى بأمريكا، الاقتصادية (جريدة العرب الاقتصادية الدولية)، الأحد 20 أوت 2017، متاح على [Http:// www. alaqt.com](http:// www. alaqt.com).

163) مصطفى غلمان، قابلية الشباب للتغيير (رؤية ثقافية اعلامية)، الثلاثاء 21 فيفري 2017،

متاح على الموقع: [Http:// www :Hespress.com](http:// www :Hespress.com)

164) ليلي حمارنة، المرأة العربية والتغيير الاجتماعي، 10 أبريل 2015، مقال متاح على <https://www.elkarma.org>،

165) منظمة الأمم المتحدة، الشباب، مقال متاح على الموقع <http://www.un.org> بتاريخ 03.04.2022.

166) عادل المكتيري، الطالب الجامعي وبناء العلاقات الاجتماعية، 9 ماي 2021، مقال متاح على الموقع [Http://rs.ksu.edu.sa](http://rs.ksu.edu.sa) بتاريخ 06.04.2020.

167) بن قايد فاطمة الزهراء، "تعزيز قدرة الطالب الجامعي على تحقيق أبعاد التنمية المستدامة للاقتصاد الوطني"، مخبر بحث الدراسات الاقتصادية للمناطق الصناعية في ظل الدور الجديد للجامعة جامعة برج بوعرييج، الجزائر، متاح على الموقع <https://www.academia.edu>. بتاريخ 14.03.2022 .

168) ثقافة ومجتمع، يوتيوب برز جزائريات بين كسر المحظورات وقولية المرأة، 16.9.2018، متاح على موقع <https://www.dw.com> بتاريخ 26.4.2020.

169) فرح نصور، كيف تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي في عملية التوظيف؟، 07-10-2020، مقال متاح على: <https://www.annahar/ar.com> بتاريخ 2022-5-11

170) أحمد رواية، تزايد تعاطي المخدرات وسط الطالبات في الجزائر، 03/10/2004، مقال الكتروني متاح على: <http://www.aljazeera.net> بتاريخ 14.04.2022.

171) فيسبوك ويوتيوب وغوغل.. لماذا سميت هكذا؟ 24.03.2017 مقال متاح على <https://www.enabbaladi.net>، بتاريخ 2022/06/1.

172) Sociologie Univ-guelma.dz sociologie، تم الاطلاع عليه يوم 24 /05 /2022.

173) رشيد لبيض، النوع الاجتماعي: مفهومه، نظرياته، وتمثلاته، 4 سبتمبر 2013، متاح على الموقع <https://m.ahewar.org> بتاريخ 2022.05.05.

ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية:

174) Amina Benali, **Women's empowerment :Between The Concept And Its A Doption**, Journal D'economie De Management D'environnement Et De Droit, Vol 3, N2, Algerie, Mai 2022.

175) Chareen Snelson, **Youtube across The Disciplines**, A review Of The Literature, Journal Of Online Learning And Teaching, Volume 7.No1, U S A, March 2011.

176) Daniel Essel Danso, Wilson Osafo Apeanti, **Student's Use Of Social Media In Higher Education In Ghana**, Département Of ICT Education , University Of

Education, Winneba, Ghana. 2014 بتاريخ 29.03.2022، متاح على <https://www.academia.edu>

177) Sanjoykumarroy And Other, **Reviewing Youtube As A Compelling Tool For The Promotion Of Tourisme**, Internationa Journal Of Management And Accounting 2(5), Bangladash, 2020.

178) Yves Francois Le Coudic ;**Usages Et Usager De L'information**, Armand Colin ADBS, Paris, 2004.

الملاحق



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة 08 ماي 1945 قالمة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علم الاجتماع

إستمارة إستبيان



بعد التحية والتقدير:

نضع بين أيديكم إستمارة إستبيان في إطار انجاز مذكرة تخرج ماستر-تخصص علم اجتماع الإتصال-حول موضوع "مجالات إستخدام الطالبات الجامعيات لمحتوى موقع اليوتيوب" دراسة ميدانية على عينة من طالبات قسم علم اجتماع جامعة 8ماي1945 -قالمة-نرجو منكن الإجابة على الأسئلة المدرجة بعد القراءة المتأنية لها كما نحيطكن علما بأن المعلومات المقدمة من طرفكن لن تستعمل إلا لأغراض البحث العلمي.

شكرا مسبقا على تعاونكن

إشراف الاستاذة:

بخوش لامية

إعداد الطالبتين:

-مخولف نوال

-بوففل ليلي

ملاحظة:

- الرجاء وضع العلامة (x) في الحالة المناسبة.
- بإمكانكن إختيار أكثر من إجابة في بعض الأسئلة.
- أسئلة أخرى مفتوحة تحررن فيها إجاباتكن.

السنة الجامعية: 2022/ 2021

المحور الأول: البيانات الشخصية:

1- السن:

سنة 27- 23

سنة 22-18

33سنة فما فوق

سنة 32- 28

2-المستوى الدراسي:

السنة الثالثة

السنة الثانية

سنة أولى جذع مشترك

أولى ماستر

3-الحالة العائلية:

مطلقة

عزباء

متزوجة

المحور الثاني: أنماط وعادات متابعة الطالبة الجامعية لمحتوى قنوات اليوتيوب:

4-هل تتابعين محتوى قنوات اليوتيوب؟

أبدا

أحيانا

دائما

5-منذ متى وأنت تتابعين محتوى قنوات اليوتيوب؟

أكثر من سنة

سنة

منذ شهر

6-ماهي الفترة التي تتابعين فيها محتوى قنوات اليوتيوب؟

غير محددة

الفترة الليلية

الفترة المسائية

الفترة الصباحية

7-ما هي المدة الزمنية التي تستغرقينها في متابعة محتوى قنوات اليوتيوب؟

أقل من ساعة من ساعة الى ساعتين أكثر من ساعتين

غير محددة

8- ما هي الوسيلة التي تستخدمونها لتصفح محتوى قنوات اليوتيوب؟

الهاتف الذكي الجهاز اللوحي الحاسوب

أخرى تذكر.....

9- ما هو المكان المفضل لديك لمتابعة محتوى قنوات اليوتيوب؟

المنزل الجامعة الإقامة الجامعية

أماكن أخرى تذكر.....

10- هل تفضلين متابعة محتوى قنوات اليوتيوب؟

بمفردك مع العائلة مع الأصدقاء

أخرى تذكر.....

11- ما نوعية المحتوى الذي تتابعينه على قنوات اليوتيوب؟

محلي عربي أجنبي الكل معا

12- هل تتفاعلين مع محتوى موقع اليوتيوب عن طريق؟

الإعجاب التعليق المشاركة

الاشتراك في القناة المتابعة فقط

أخرى تذكر.....

13- في حالة وجود محتوى غير لائق كيف تتفاعلين؟

التبليغ عن المحتوى التعليق على المحتوى حذف المحتوى لا اتفاعل

أخرى تذكر.....

14- هل تفضلين انشاء قناة خاصة بك على موقع اليوتيوب؟

لا

نعم

-إذا كانت الإجابة ب نعم لماذا؟.....

المحور الثالث: دوافع استخدام الطالبة الجامعية لمحتوى قنوات اليوتيوب:

15- هل تركزين على متابعة محتوى قناة بعينها؟

لا

نعم

15- في حالة الإجابة بنعم ما هو سبب متابعتك لمحتوى هذه القناة؟

تنوع مضامينها

ثراء محتواها

كثرة معجبيها ومشاركتيها

أخرى تذكر.....

16- ما هي أهم محتويات موقع اليوتيوب التي تتابعينها بكثرة؟

سياسية

رياضية

اجتماعية

اقتصادية

تنقيفية توعوية

علمية وتعليمية

ترفيهية

أخرى تذكر.....

17- في حالة متابعتك للموضوعات الاجتماعية ما هي المحتويات التي تهتمين بها:

التعرف على الآفات والمشاكل الاجتماعية

متابعة قضايا الراي العام

التكافل الاجتماعي

أخرى تذكر.....

18- في حالة متابعتك للموضوعات السياسية ما هي المحتويات التي تهتمين بها:

متابعة القضايا السياسية متابعة تصريحات المسؤولين ونشاطاتهم

متابعة آراء واتجاهات الشعب السياسية فهم السياسة الدولية

متابعة نشاط حزبي معين

أخرى تذكر

19- في حالة متابعتك للموضوعات الرياضية ما هي المحتويات التي تهتمين بها:

الإطلاع على تقنيات ممارسة الرياضة متابعة ملخصات المنافسات الرياضية المختلفة

التحليل الرياضي اللقطات الرياضية المضحكة والمميزة

أخرى تذكر

20- في حالة متابعتك للموضوعات الترفيهية ما هي المحتويات التي تهتمين بها:

الاستماع للأغاني والأناشيد الألعاب الإلكترونية الكوميديا

الإثارة والغرائب

أخرى تذكر

21- في حالة متابعتك للموضوعات التثقيفية التوعوية ما هي المحتويات التي تهتمين بها:

التوعية الدينية التوعية أمنية التوعية صحية التوعية ثقافية

أخرى تذكر

22- في حالة متابعتك للموضوعات الاقتصادية ما هي المحتويات التي تهتمين بها:

متابعة عروض المنتجات التسويق السياحي عروض العمل

الالتزامات الاقتصادية

أخرى تذكر

23- في حالة متابعتك للموضوعات العلمية والتعليمية ما هي المحتويات التي تهتمين بها:

محاضرات إنجاز بحوث ملتقيات تعلم لغات أجنبية

المستجدات العلمية التطورات والتجارب التكنولوجية العلمية

أخرى تذكر.....

المحور الرابع: انعكاسات استخدام الطالبة الجامعية لمحتوى قنوات اليوتيوب

24- حسب رأيك فيما تتمثل إيجابيات متابعتك واستخدامك لمحتوى موقع اليوتيوب

داعم للعملية التعليمية

فتح المجال لبروز المواهب وتنمية المهارات

التعرف على الثقافات الأخرى

إحياء التراث الوطني والتعريف به

التوعية بالواقع المعاش

فتح مجال إبداء الرأي في قضايا مجتمعية

فتح المجال للتفاعلات الاجتماعية وتشكيل علاقات

يوفر الجهد والوقت

فتح المجال للربح والكسب المادي

أخرى تذكر.....

25- حسب رأيك فيما تتمثل سلبيات متابعة محتوى قنوات اليوتيوب؟

الإدمان على موقع اليوتيوب

التعدي على الخصوصية وغزوها

نشر الشائعات وغياب المصداقية

بروز الشخصيات الاحتيالية الوهمية

تفكك العلاقات الاجتماعية الواقعية

تكريس التبعية الثقافية

نشر القيم غير الأخلاقية المنافية للأداب العامة

الترويج للكراهية والعنف

.....أخرى تذكر