

قسم علوم الاعلام والاتصال  
تخصص: اتصال تنظيمي

## مذكرة ماستر تحت عنوان

استخدام تلاميذ الطور الثانوي لقنوات اليوتيوب التعليمية والإشباعات  
المحققة

دراسة ميدانية على عينة من تلاميذ ثانوية فارس الطاهر ببئر العاتر-تبسة-

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر L.M.D

إشراف الأستاذة:

• أ.د. راضية قراد

إعداد الطالبتين:

- بثينة حمانة
- منارباهي

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
محمد الطيب بلغيث	أستاذ محاضر -أ-	رئيسا
راضية قراد	أستاذ تعليم عالي	مشرفا ومقررا
أميرة ذويب	أستاذ مساعد -أ-	عضوا ممتحنا

السنة الجامعية: 2022-2023



قسم علوم الاعلام والاتصال  
تخصص: اتصال تنظيمي

## مذكرة ماستر تحت عنوان

استخدام تلاميذ الطور الثانوي لقنوات اليوتيوب التعليمية والإشباعات  
المحققة  
دراسة ميدانية على عينة من تلاميذ ثانوية فارس الطاهر ببئر العاتر - تبسة-

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر L.M.D

إشراف الأستاذة:  
• أ.د. راضية قراد

إعداد الطالبتين:  
• بثينة حمانة  
• منار باهي

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
محمد الطيب بلغيث	أستاذ محاضر - أ-	رئيسا
راضية قراد	أستاذ تعليم عالي	مشرفا ومقررا
أميرة زويب	أستاذ مساعد - أ-	عضوا ممتحنا

الله أكبر

# شكر وعرفان

باسم الله، والصلاة والسلام على أشرف خلق الله أجمعين، خاتم المرسلين وإمام المجاهدين بعثه الله رحمة للعالمين، وأيده بقرآنه المعجز وكلامه المبين ورضي الله عن أصحابه والتابعين، ومن أتبع سبيلهم فأتبع هدى القرآن وصراطه المستقيم إلى يوم الدين وبعد:

ومن باب الاعتراف بالفضل لأهل الفضل تقدم بجزيل الشكر وعظيم العرفان والامتنان إلى الصرح العلمي الشامخ "جامعة الشيخ العربي التبسي" تبسة.

كما يشرفنا أن تقدم بحال الشكر والعرفان إلى الأستاذة المشرفة:

**الدكتورة: قراد راضية** التي أشرفت على هذه الدراسة وأمدتنا بالدعم فكانت نعم المرشدة والموجهة منذ أن كان موضوع الدراسة مجرد فكرة إلى أن خرجت إلى حيز الوجود وساعدتنا على السير بخطى ثابتة مسترشدتان بتوجيهاتها وارشاداتها القيمة فجزاها الله عنا خير الجزاء.

كما تقدم بوافر الشكر والتقدير والامتنان لأعضاء لجنة المناقشة الأفاضل الذين شرفونا بقبول مناقشة الدراسة ولدورهم الكبير في إثراء الدراسة من علمهم وخبرتهم:

**الدكتور: بلقيث محمد الطيب** و**الدكتورة: ذويب أميرة**

كما توجه بحال الشكرنا وتقديرنا للدكتور: **أمين سلطاني** الذي كان له دور كبير في إتمام هذا العمل.

والشكر موصول إلى كل من ساهم في تعليمنا حرفا حتى وصولنا إلى هذا المكان وفي إتمام هذه الدراسة ولو بكلمة واحدة.

وأخيرا نرجو الله العلي العظيم رب العرش الكريم أن نكون قد وفقنا في تحقيق الهدف المنشود من هذه الدراسة إنه ولي ذلك والقادر عليه والحمد لله رب العالمين.



## إهداء

إلى من لا أرى الأمل إلا من عينيها... إلى من ركع العطاء أمام قدميها...

وكان دعائها سر مجاحي... وحبها بلسم جراحني، وما فتئت ترسمني حتى وجدتني

هنا لأحقق لها ما رسمت... إلى من هي جواز سفري إلى الجنة حبا وبرا

وطاعة... "أمي الحبيبة أطل الله في عرشها"

إلى قدوتي الأمل... ونهر أسي الذي ينير دربي... إلى من أعطاني ولم ينزل يعطيني بلا حدود... إلى من رفعت رأسي عاليا افتخارا به... "أبي

العزير أدامه الله ذخرا لي"

إلى سكرتي الوحيدة أختي "أمينة"... إلى أعز وأغلى ما املكك إخوتي "البخاري"

و"مسلم" حفظهم الله وأنار دروبهم

وإلى أهل من انتظر هذه اللحظات ليقتضربني... إلى سندي وشريكني في الحياة...

"زوجي أطل الله بقاءه"

وإلى عائلتي الثانية "عائلة زوجي" كل باسمه

إلى الكتكوت الصغير "أنس"، والغالي "عبد المطلب" تيتو "حفظهما الله

إلى رفيقة مشواري الجامعي والتي تقاسمت معي عناء هذا البصث "بشينة"

إلى من شجعنتني على مواصلة الدرب صديقاتي الغاليات "جواهر" "منال"

"تهوى" "زينب" "شمس" وشمس الله

منشار

## إهداء

إلى من علستني الصبر والإرادة... إلى من تشجعني في كل خطوة أخطوها...

إلى منيع الحنان ومصدر الأمان • أمي حفظها الله

إلى سلطان البيت... إلى من يدخر جهدا في تربيتي... إلى من كان سنداً لي في

هذه الحياة إلى قرة عيني "أبي الغالي أدامه الله لي وأطال في عمره"

إلى سندي الوحيد أخي وقرّة عيني "جلال" حفظه الله وإلى أعز ما أملك أخواتي "منى وأولادها ميسم

ومحمد أمين وزوجها" و"فضيلة وابنها أرسلان وزوجها"

إلى زوجة أخي "نادية وابنه يوسف ومولودها الجريد" حفظهم الله

إلى رفيقة مشواري الجامعي والتي تقاسمت معي عناء هذا البحث "منار"

إلى الغوالي "روميصة" "أحلام" "دنيا" "رحمة" "فتيحة" "فرح" "إيناس"

"أريام" "بلقيس" "تيم" حفظهم الله

إلى صديقاتي "غنية" و"آسيا" وفقهن الله

بشينة

# فهرس المحتويات



البسمة

الشكر والعرفان

الإهداء

9..... فهرس المحتويات

13..... فهرس الجداول

أ..... مقدمة:

### الفصل الأول: إشكالية الدراسة، مدخلها النظري ومنهجيتها

4..... 1- إشكالية الدراسة

4..... 1-1- تحديد المشكلة:

5..... 1-2- أسباب اختيار الموضوع:

5..... 1-3- أهمية الدراسة:

6..... 1-4- أهداف الدراسة:

7..... 1-5- الدراسات السابقة والمشابهة

14..... 1-6- تحديد مفاهيم الدراسة:

16..... 2- المدخل النظري للدراسة

16..... 1-2- تطور نظرية الاستخدامات والإشباعات

16..... 2-2- أهداف نظرية الاستخدامات والإشباعات

16..... 2-3- الفروض الأساسية لمدخل الاستخدامات والإشباعات:

17..... 2-4- عناصر مدخل الاستخدامات والإشباعات

18..... 2-5- الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والإشباعات

19..... 2-6- علاقة نظرية الاستخدامات والإشباعات:

19..... 3- الإجراءات المنهجية

19.....	3-1-1- مجال الدراسة:
19.....	3-1-1- المجال المكاني للدراسة:
20.....	2-2-3- عينة الدراسة:
21.....	3-3- منهج الدراسة:
21.....	3-4- أدوات جمع البيانات:

### الفصل الثاني: التعليم الثانوي عبر قنوات اليوتيوب التعليمية

24.....	1- منصات التواصل الاجتماعي.....
24.....	1-1- نشأة وتطور منصات التواصل الاجتماعي:
25.....	1-2- مفهوم منصات التواصل الاجتماعي:
26.....	1-3- خصائص منصات التواصل الاجتماعي:
28.....	1-4- إيجابيات منصات التواصل الاجتماعي:
28.....	1-5- سلبيات منصات التواصل الاجتماعي:
29.....	1-6- خدمات منصات التواصل الاجتماعي:
30.....	2- منصة اليوتيوب.....
30.....	2-1- نشأة اليوتيوب:
31.....	2-2- مميزات اليوتيوب:
32.....	2-3- سلبيات موقع اليوتيوب:
33.....	2-4- خدمات اليوتيوب:
33.....	2-5- شروط خدمة اليوتيوب:
34.....	2-6- وظائف اليوتيوب:
35.....	3- التعليم الثانوي.....
35.....	3-1- تعريف التعليم الثانوي.....
35.....	3-2- تطور التعليم الثانوي في الجزائر:
37.....	3-3- مهام التعليم الثانوي:

38.....	4-3 أهداف التعليم الثانوي:
38.....	5-3 مميزات التعليم الثانوي:
39.....	6-3 أهمية التعليم الثانوي:
39.....	4-القنوات التعليمية في التعليم:
39.....	1-4 فاعلية مقاطع الفيديو في التعليم:
40.....	2-4 مميزات اليوتيوب في التعليم:
41.....	3-4 المعوقات التي تواجه استخدام قنوات اليوتيوب التعليمية:
42.....	4-4 التغلب على المعوقات التي تواجه استخدام اليوتيوب في المجال العلمي:
42.....	5-4 أشهر قنوات التعليم الثانوي في الجزائر:

### الفصل الثالث: تحليل البيانات الميدانية

45.....	1- تفرغ البيانات وتحليلها.....
45.....	المحور الأول: البيانات السوسيو ديمغرافية.....
46.....	المحور الثاني: عادات و أنماط استخدام منصة اليوتيوب لدى تلاميذ ثانوية فارس الطاهر –بئر العاتر -
54.....	المحور الثاني: دوافع استخدام منصة اليوتيوب في المجال التعليمي لدى تلاميذ ثانوية فارس الطاهر...54
59.....	المحور الرابع: الإشباع المحققة من استخدام قنوات اليوتيوب التعليمية لدى تلاميذ ثانوية فارس الطاهر.....59
66.....	المحور الخامس: معوقات استخدام قنوات اليوتيوب التعليمية لدى تلاميذ ثانوية فارس الطاهر .....66
69.....	2-نتائج الدراسة:.....69
69.....	1-2 النتائج الجزئية للدراسة:.....69
72.....	2-2 النتائج العامة للدراسة:.....72
75.....	خاتمة:.....75
76.....	قائمة المصادر والمراجع.....76

الملاحق

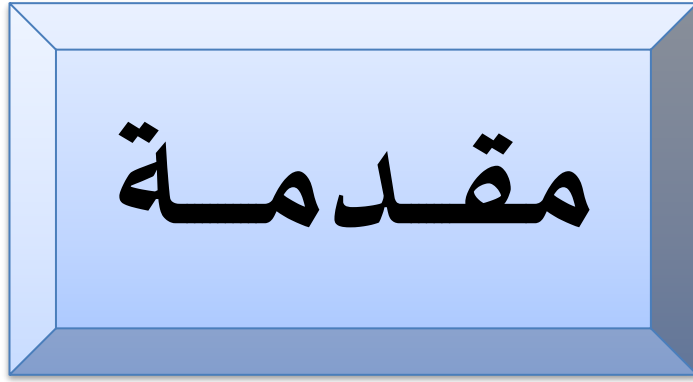
الملخص

# فهرس الجداول

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
45	أفراد العينة حسب متغير الجنس.	1
45	أفراد العينة حسب مقترحات التخصص.	2
46	متابعة أفراد العينة لقنوات اليوتيوب.	3
46	أفراد العينة حسب مدة متابعة منصة اليوتيوب.	4
47	أفراد العينة حسب المدة الزمنية لتصفح منصة اليوتيوب.	5
48	أفراد العينة حسب الأماكن المستخدمة لمتابعة منصة اليوتيوب.	6
48	أفراد العينة حسب الوسيلة المستخدمة للولوج إلى منصة اليوتيوب.	7
49	أفراد العينة حسب مع من يفضلون متابعة محتوى قنوات اليوتيوب.	8
50	أفراد العينة حسب اللغة المستخدمة عند مشاهدة قنوات اليوتيوب.	9
50	أفراد العينة حسب الاشتراك في قنوات اليوتيوب.	10
51	أفراد العينة حسب نوعية المحتوى المتابع على قنوات اليوتيوب.	11
52	أفراد العينة حسب التفاعل مع محتوى قنوات اليوتيوب.	12
52	أفراد العينة حسب طبيعة التفاعل مع محتويات الفيديوهات.	13
53	أفراد العينة حسب كيفية التفاعل مع المحتويات الغير لائقة في منصة اليوتيوب.	14
53	أفراد العينة حسب الرغبة في انشاء قناة على اليوتيوب.	15
54	أفراد العينة حسب دو افع استخدامهم منصة اليوتيوب في المجال التعليمي.	16
55	أفراد العينة حسب إمكانية مشاركة مقاطع الفيديو التعليمية مع الزملاء.	17
55	أفراد العينة حسب دو افع مشاركتهم لمقاطع الفيديو التعليمية مع زملائهم.	18
56	أفراد العينة حسب أهمية استخدام التلاميذ لليوتيوب في المجال التعليمي.	19
57	أفراد العينة حسب دو افع استعانة التلاميذ بالفيديوهات التعليمية.	20
58	أفراد العينة حسب دو افع متابعتهم لقنوات اليوتيوب التعليمية.	21
59	أفراد العينة حسب مساهمة قنوات اليوتيوب التعليمية في فهمهم للدروس.	22
59	أفراد العينة حسب الإشباعات المحققة من اليوتيوب دون اللجوء لمنصات التواصل الأخرى.	23

24	أفراد العينة حسب الإشباعات المعرفية المحققة عند استخدامهم لقنوات اليوتيوب.	60
25	أفراد العينة حسب الإشباعات النفسية المحققة عند استخدام قنوات اليوتيوب التعليمية.	61
26	أفراد العينة حسب الإشباعات الاجتماعية المحققة عند استخدامهم لقنوات اليوتيوب التعليمية.	62
27	أفراد العينة حسب درجة الاستفادة من قنوات اليوتيوب التعليمية.	63
28	أفراد المبحوثين حسب درجة تلبية قنوات اليوتيوب التعليمية لحاجاتهم.	63
29	أفراد العينة حسب التشجيع على استخدام اليوتيوب في العملية التعليمية.	64
30	تعليل دوافع التشجيع على استخدام اليوتيوب في العملية التعليمية.	65
31	أفراد العينة حسب المعوقات التقنية التي تواجههم عند استخدام قنوات اليوتيوب التعليمية.	66
32	أفراد العينة حسب المعوقات الشخصية التي تواجههم عند استخدام قنوات اليوتيوب التعليمية.	67
33	أفراد العينة حسب المعوقات التي تواجههم عند فهم واستيعاب مضمون الفيديوهات الموجودة في القنوات التعليمية.	68
34	أفراد العينة حسب تقييمهم لاستخدامهم لقنوات اليوتيوب.	69



## مقدمة:

شهد العالم في مطلع التسعينات من القرن الماضي نقلة نوعية في مجال التكنولوجيا، تزامن ذلك مع ظهور شبكة الانترنت و انتشارها في كافة أنحاء العالم، حيث فتحت أفقا جديدة و أحدثت تغييرات جذرية في كافة المجالات، و نجحت في استقطاب و جذب الناس باعتبارها وسيلة تتيح للمستخدمين تبادل المعلومات و الأفكار بشكل سريع على مدار الساعة، و ذلك بإنشاء مختلف منصات التواصل الاجتماعي التي لاقت إقبال الأفراد من مختلف الفئات العمرية، لما شهده عصرنا هذا من تطور في شتى المجالات، مما جعل العالم قرية صغيرة تمكّن الأفراد من الولوج إلى مختلف المنصات بسهولة ودون تكلفة أو تعب.

وتعتبر منصات التواصل الاجتماعي من أحدث منتجات تكنولوجيا الاتصالات والمستخدم من طرف الأفراد في مختلف المجتمعات وخاصة التلاميذ، فأصبحت الملجأ البديل الذي مكن المستخدمين من الحصول على مختلف المعلومات في شتى المجالات، ومن بين هذه المنصات نذكر منصة اليوتيوب التي تعد من أهم منصات التواصل الاجتماعي والأكثر استخداما، لاختصاصها بالعديد من المزايا منها مشاركة مقاطع الفيديو، ونشر الفيديوهات، ويمكن انشاء حساب على المنصة وفتح قناة خاصة في أي مجال، كما تحتوي منصة اليوتيوب الكثير من القنوات في جميع المجالات.

ومن بين هذه القنوات نخص بالذكر القنوات التعليمية، التي لعبت دور المدرس والمساعد، حيث أن الكثير من التلاميذ استخدمها كبديل للدروس الخصوصية، إذ وجدوا بين طياتها كل ما بحثوا عنه من دروس ومواضيع تساعدهم في العملية التعليمية بكل يسر ودون تكلفة، كما نرى العديد من الأساتذة قد أنشأوا قنوات في اليوتيوب يقدمون فيها دروسهم بشكل سهل ومفيد، وقد لاقت هذه القنوات انتشارا واسعا واقبالا من طرف التلاميذ الذين اعتبروها وسيلة ناجعة بالنسبة لهم، إذ مكنتهم من الرجوع إليها في كل وقت والتحكم في وقت وصول المعلومة والتكرار حتى الاستيعاب، فنجد المعلم يستعمل مؤثرات بصرية ولغة حوارية ويقدم المعلومة بأسر الأساليب حتى تنجح العملية الاتصالية، وتعد هذه من أساليب الدراسة المستحدثة عن بعد التي يكون فيها حضور أحد الطرفين اما المعلم أو المتعلم، ورغم كون المعلم يعتمد على خاصية الإلقاء مع غياب دور التلميذ إلا أنه وحسب شهادة اغلب الفئات من الأساليب التي يسرت عليهم التعليم وساهمت في دقة الفهم وسرعة الاستيعاب .

ومن هنا كان موضوع دراستنا حول استخدام تلاميذ الطور الثانوي لقنوات اليوتيوب التعليمية ولقد قمنا ببحثنا هذا للتعريف بواقع استخدام التلاميذ الثانوية لقنوات اليوتيوب التعليمية والإشباع المحققة

وقد اعتمدنا خطة البحث التالية التي ضمت ثلاثة فصول،



**الفصل الأول:** قمنا فيه بعرض مشكلة الدراسة والتساؤلات المتعلقة بالدراسة، أسباب اختيار الدراسة، أهداف الدراسة، أهمية الدراسة بالإضافة إلى عرض أهم الدراسات السابقة التي تناولت هذا الموضوع وتحديد المفاهيم المستخدمة في الدراسة وأدوات جمع البيانات ومجتمع الدراسة والعينة ومدخل نظري للدراسة تناولنا فيه: نظرية الاستخدامات والإشباع (النشأة والتطور والمفهوم، أهداف النظرية، افتراضات النظرية، عناصر النظرية، أهم الانتقادات الموجهة للنظرية، علاقة النظرية بالدراسة)

**الفصل الثاني:** تطرقنا فيه إلى:

**أولاً:** ماهية منصة التواصل الاجتماعي عرفنا فيه منصات التواصل الاجتماعي، نشأتها وتطورها، خصائصها، إيجابياتها وسلبياتها، خدماتها).

**ثانياً:** ماهية منصة اليوتيوب تناولنا فيه (نشأة اليوتيوب مميزاته، سلبياته، شروط خدمته، خدماته، وظائفه).

**ثالثاً:** بعنوان التعليم الثانوي تناولنا فيه (تعريف التعليم الثانوي، تطور التعليم الثانوي في الجزائر، مهام التعليم في الثانوي، وأهدافه، مميزاته، أهميته)

**رابعاً:** استخدام التلاميذ للقنوات التعليمية في اليوتيوب (فعالية مقاطع الفيديو في العملية التعليمية، مميزات اليوتيوب في التعليم، المعوقات التي تواجه استخدام قنوات اليوتيوب التعليمية، التغلب على المعوقات والمشاكل التي تواجه استخدام اليوتيوب في المجال التعليمي، نماذج عن قنوات اليوتيوب التعليمية)

**الفصل الثالث:** متعلق بالشق الميداني للدراسة ومن خلاله تم عرض تحليل البيانات التي تم جمعها بواسطة استمارة الاستبيان ثم نتائجها لجزئية والعامه.

ثم خاتمة لدراستنا

## الفصل الأول: إشكالية الدراسة، مدخلها النظري ومنهجيتها

### 1- إشكالية الدراسة

- 1-1- تحديد مشكلة الدراسة
- 2-1- أسباب اختيار موضوع الدراسة
- 3-1- أهمية الدراسة
- 4-1- أهداف الدراسة
- 5-1- الدراسات السابقة
- 6-1- تحديد مفاهيم الدراسة

### 2- المدخل النظري للدراسة

- 1-2- تطور نظرية الاستخدامات والإشباعات
- 2-2- أهداف نظرية الاستخدامات والإشباعات
- 3-2- الفروض الأساسية لنظرية الاستخدامات والإشباعات
- 4-2- عناصر نظرية الاستخدامات والإشباعات
- 5-2- الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والإشباعات
- 6-2- علاقة نظرية الاستخدامات والإشباعات بالدراسة

### 3- الإجراءات المنهجية للدراسة

- 1-3- مجالات الدراسة
- 2-3- مجتمع البحث وعينة الدراسة
- 3-3- منهج الدراسة
- 4-3- أدوات جمع البيانات

### 1- إشكالية الدراسة

#### 1-1- تحديد المشكلة:

في ظل التكنولوجيا والتطورات الراهنة أصبحت الانترنت أو ما يسمى بالشبكة العنكبوتية ضرورة من ضروريات الحياة، وهي شبكة عالمية أدت إلى الانفتاح على العالم الخارجي من خلال تجاوز حدود الزمان والمكان، حيث جعلت العالم قرية صغيرة ينتقل فيها الفرد من مكان إلى آخر بلا شروط وبفضلها أصبحت المجتمعات منفتحة على بعضها البعض، بفتح آفاق للتواصل والتفاعل ونقل الأفكار والمعلومات بين مختلف المجتمعات بواسطة منصات التواصل الاجتماعي.

تعتبر منصات التواصل الاجتماعي جزء مهم في حياة الإنسان فهي من أهم وسائل التواصل الاجتماعي، تستخدم بشكل يومي في عملية التواصل بين الأفراد وتسمح لنا بالتعرف على أشخاص جدد من مختلف أنحاء العالم وإقامة علاقات و صداقات معهم، كما تعتبر مصدر هام لنقل وتبادل الأفكار والمعلومات، ومشاركة الصور و الفيديوهات و نشر و متابعة الأخبار و الاطلاع على احدث التطورات في كافة المجالات سواء في الاقتصاد، السياسة، المجال الديني و التعليمي... بالإضافة إلى أنها وسيلة للتسلية و الترفيه من خلال مشاهدة مقاطع فيديو و الاستماع إلى الموسيقى و الاستمتاع بالألعاب الالكترونية.

واليوتيوب من المنصات المستخدمة في عصرنا الحالي، وهي عبارة عن منصة تحتوي على الملايين من مقاطع الفيديو في مختلف المجالات، يمكن لأي شخص كان مشاهدتها ومشاركتها مع الأصدقاء وتحميلها والتعليق عليها. وهذه الفيديوهات تبقى متاحة على منصة اليوتيوب، ويمكن مشاهدتها في أي وقت وفي أي مكان وبشكل مجاني وفي مختلف الأجهزة الالكترونية سواء كان حاسوب أو هاتف ذكي لوحة رقمية... ويتميز اليوتيوب بسهولة استخدامه وتنوع مضامينه وكذلك توفير الوقت والجهد والتكاليف في البحث والحصول على المعلومات وهو كذلك مصدر دخل وريح للكثير من مستخدميهم فهو يكسب أموال عن طريق فتح قناة خاصة بالمستخدم في المنصة ونشر فيديوهات فيها، وترتفع نسبة الأرباح كلما ارتفعت نسبة المشاهدات والاشتراكات.

تحتوي منصة اليوتيوب على كم هائل من القنوات في مختلف المجالات علمية ثقافية، ترفيهية... الخ و بمختلف اللغات، و من أهمها القنوات التعليمية والتي بدورها ساهمت في تلبية رغبات و متطلبات المشاهدين و تحقيق إشباعاتهم، و ذلك بتوفير لمعلومات و الدروس في جميع الميادين و التخصصات لمختلف المستويات التعليمية (ابتدائي، متوسط ثانوي، جامعي) و التي ساعدت التلاميذ على فهم و استيعاب و مراجعة الدروس و كسب معارف و معلومات جديدة في مجال تخصصهم أو حسب ميولاتهم الشخصية، مما دفع مستخدمي منصة اليوتيوب من تلاميذ و معلمين إلى متابعة هذه القنوات و التفاعل مع مختلف محتوياتها و الاستعانة بها

## الفصل الأول: إشكالية الدراسة مدخلها النظري ومنهجيتها

للحصول على المعلومات و دعم التحصيل العلمي و الدراسي , و تلاميذ الطور الثانوي من بين الفئات التي تعتمد على القنوات التعليمية في تحقيق إشباعاتهم من خلال تلقي المعلومات التي تساعدهم على تحسين المستوى الدراسي و المعارف العلمية لديهم . ومن خلال ما تم التطرق إليه نطرح التساؤل الرئيسي للدراسة كالاتي:

ما واقع استخدام تلاميذ ثانوية فارس الطاهر لقنوات اليوتيوب التعليمية وماهي الإشباعات المحققة؟ .  
وتندرج من هذه الإشكالية مجموعة من الأسئلة الفرعية تتمثل في:

- ماهي عادات وأنماط استخدام تلاميذ ثانوية فارس الطاهر لقنوات اليوتيوب التعليمية؟
- ماهي أسباب استخدام تلاميذ ثانوية فارس الطاهر لقنوات اليوتيوب في المجال التعليمي؟
- ماهي الإشباعات المحققة لدى تلاميذ ثانوية فارس الطاهر من هذا الاستخدام في المواضيع التعليمية؟
- ماهي المعوقات التي تحول دون تحقيق الإشباعات لدى تلاميذ ثانوية فارس الطاهر خلال استخدامهم لقنوات اليوتيوب التعليمية؟ .

### 2-1- أسباب اختيار الموضوع:

اختيار الموضوع من الخطوات الأساسية في الدراسة العلمية وقد اخترنا هذا الموضوع نتيجة لعدة أسباب منها ذاتية وأخرى موضوعية وهي كالاتي:

✓ أسباب ذاتية:

- الرغبة الشخصية في تناول هذا الموضوع للتعرف على مختلف جوانبه.
- الرغبة في معرفة عادات وأنماط استخدام قنوات اليوتيوب من قبل التلاميذ.

✓ أسباب موضوعية:

- الرغبة في تناول هذا الموضوع كون اليوتيوب يساعد التلميذ في التحصيل الدراسي.
- انتشار القنوات التعليمية واستخدامها من طرف التلاميذ بكثرة.
- إبراز قيمة استخدام قنوات اليوتيوب التعليمية في التفعيل الدراسي.
- قابلية الموضوع للدراسة.

### 3-1- أهمية الدراسة:

تستمد هذه الدراسة أهميتها من طبيعة الموضوع الذي تتناوله ابتداء من أهمية منصات التواصل الاجتماعي التي أصبحت ضرورة من ضروريات الحياة، والتي شهدت رواجاً وانتشاراً واسعاً في كافة أرجاء

العالم، حيث تعتبر من أهم وسائل الاتصال الحديثة التي كسرت حاجز الزمان والمكان وجعلت العالم قرية صغيرة.

ولقد سلطنا ضوء على منصة اليوتيوب الذي نجح في استقطاب جميع فئات المجتمع، ومن بينهما التلاميذ الذين وجدوا في قنواتها ما يحقق إشباعاتهم ورغباتهم خاصة التعليمية، حيث يتوفر اليوتيوب على العديد من القنوات التعليمية التي تمثل أهمية بارزة في رفع وتحسين المستوى التعليمي، وذلك عن طريق توفير هذي القنوات على العديد من المحاضرات والدروس والملتقيات التي تخدم المجال التعليمي، كذلك عن طريق تقديم الدروس وحلول التمرينات الجاهزة بأسلوب سهل وشيق واستخدام اساليب مبتكرة لتسهيل عملية الفهم واستيعاب الدروس.

ومن هنا ظهرت أهمية الموضوع التي تمحورت حول ضرورة البحث عن علاقة تلاميذ المرحلة الثانوية بمنصة اليوتيوب، خاصة بما يتعلق بالجانب او المجال التعليمي لهذه المنصة، وتأثيرها على التلميذ من حيث المستوى التعليمي، من حيث التطرق إلى عادات وأنماط استخدام منصة اليوتيوب في المجال التعليمي وكذلك أهميتها في معرفة أسباب هذا الاستخدام في المجال المعرفي التعليمي، وكذا التحصيل الدراسي واستخدامه لقنوات اليوتيوب كأحد المكونات الرئيسية الشخصية وهويته الثقافية والاجتماعية وتأثير التغيرات التكنولوجية الحاصلة في المجال الاتصالي على مستوى العلمي له.

### 4-1- أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيسي لدراستنا في واقع استخدام القنوات التعليمية من طرف تلاميذ الثانوية والإشباعات المحققة منه.

ومن هذا الهدف تندرج أهداف فرعية تتمثل في:

- التعرف على عادات وأنماط استخدام اليوتيوب عند تلاميذ ثانوية فارس الطاهر.
- الوصول إلى أسباب استخدام التلاميذ لليوتيوب في المجال التعليمي.
- الاطلاع على الإشباعات المحققة من هذا الاستخدام في المواضيع التعليمية.
- معرفة المعوقات التي يواجهها تلاميذ الثانويات في الحصول على المعلومات من القنوات التعليمية على منصة اليوتيوب.

الدراسة الأولى: بعنوان: الإعلام الجديد والفضاء العمومي الافتراضي دراسة تحليلية لاستخدامات الشباب لليوتيوب.

أولاً: معلومات بيبليوغرافية.

1\_ العنوان: الإعلام الجديد والفضاء العمومي الافتراضي دراسة تحليلية لاستخدامات الشباب لليوتيوب.

2\_ اسم الباحث: تسعديت قدوار.

3\_ الدرجة العلمية: مذكرة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر 3 (2017/2018).

ثانياً: مضمون الدراسة

تحديد المشكلة: تمحورت الدراسة حول علاقة الشباب بالشبكات الاجتماعية وبالتحديد اليوتيوب، حيث أضحى استخدامها بشكل موضعاً مركزياً في حياتهم اليومية، كما تسعى هذه الدراسة إلى تحديد الوضعية التي يتمحور فيها موقع اليوتيوب ضمن منظومة الاتصال خصوصاً مع اكتساح الانترنت للعادات اليومية للشباب. وكان التساؤل الرئيسي كالتالي: كيف يتمثل الشباب الجزائري موقع اليوتيوب؟ هل يتم توظيفه كفضاء عام للتعبير عن مواقفهم وآرائهم في القضايا السياسية والاجتماعية والثقافية أو كفضاء للتعبير عما هو خاص؟

طرح الباحث مجموعة من الأسئلة الفرعية وهي:

- ماهي الاستخدامات الفعلية لليوتيوب من طرف الشباب الجزائري؟
- ما هي دوافع استخدام الشباب لموقع اليوتيوب؟
- ما مستوى النشاط في استخدام الشباب لموقع اليوتيوب؟
- ماهي المضامين الأكثر حضوراً في استخدام الشباب لهذا النوع من الإعلام الجديد؟
- هل أتاح استخدام الشباب لليوتيوب إمكانية بناء فضاء عمومي يكون النقاش في كل شيء ممكناً؟
- هل يستغل الشباب الجزائري اليوتيوب كفضاء لإشهار العوام الذاتية؟

المنهج المستخدم: المنهج المسحي

عينة الدراسة: العينة الحصصية بلغ حجم العينة 480 مفردة من الشباب المستخدمين لموقع اليوتيوب.

أدوات جمع البيانات: الاستمارة، الملاحظة.

نتائج الدراسة: توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها:

- توصلت الدراسة أن استخدام اليوتيوب من العادات اليومية للمبحوثين ونشاط متجذر في استخداماتهم، فالنسبة الأكبر من عينة الدراسة تستخدمه منذ أكثر من ثلاث سنوات وأن استخدامهم غير محدود زمنياً، كذلك استخدامهم للأجهزة المحمولة للوصول إلى الموقع وفي مقدمتها الهاتف النقال.
- يتصدر الحصول على المعلومات قائمة الفوائد التي يتحصل عليها المبحوثين
- إن المبحوثين غير نشطين في استخدامهم لموقع اليوتيوب، فالنسبة الأكبر منهم لا يملكون حساباً خاصاً على موقع اليوتيوب.

أوجه التشابه: كلتا الدراستان تتشابه في تسليط الضوء على منصة من منصات التواصل الاجتماعي ألا وهي منصة اليوتيوب.

- كلاهما يشتركان في نوع العينة (العينة الحصصية).
- كلاهما استخدمتا استمارة الاستبيان في جمع المعلومات.

أوجه الاختلاف: اختلفت الدراستان في طبيعة الموضوع حيث استهدفت الدراسة الحالية استخدام قنوات اليوتيوب التعليمية، بينما ركزت الدراسة السابقة على الفضاء الافتراضي.

- تختلف الدراستان في مجمع الدراسة حيث ركزت الدراسة الحالية على فئة التلاميذ بينما ركزت الدراسة السابقة على فئة الشباب.
- تختلف كلتا الدراستان في الأهداف والأسئلة والأهمية.

أوجه الاستفادة: استفدنا من هذه الدراسة في الجانب التطبيقي. (قدوار، 2017/2018).

الدراسة الثانية: بعنوان: توظيف طالب المرحلة الثانوية لشبكات التواصل الاجتماعي في الواجبات المدرسية وعلاقته في تحصيلهم الدراسي في محافظة القريات.

أولاً: معلومات بليوغرافية:

اسم الباحث: بدر عبد الله الكريع.

الدرجة العلمية: وهي أطروحة مقدمة للحصول على درجة الماجستير تخصص تقنيات التعليم، جامعة اليرموك، الأردن 2015.

ثانياً: مضمون الدراسة:

تحديد المشكلة: انطلقت هذه الدراسة من إشكالية مفادها: اهتمام طالب المرحلة الثانوية بشبكات التواصل الاجتماعي واستخدامها في المجالات التعليمية.

ومن هنا طرحت مشكلة الدراسة الأسئلة التالية:

- ما درجة توظيف طالب المرحلة الثانوية لشبكات التواصل الاجتماعي في الواجبات المدرسية من وجهة نظرهم؟
- هل توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha=0.05$ ) بين توظيف طالب المرحلة الثانوية لشبكات التواصل الاجتماعي في الواجبات المدرسية وتحصيلهم الدراسي؟
- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha=0.05$ ) في درجة توظيف طالب المرحلة الثانوية لشبكات التواصل الاجتماعي في الواجبات المدرسية تعزى لاختلاف متغيري التخصص والصف الدراسي؟

ولقد سعت هذه الدراسة إلى الكشف عن درجت توظيف طالب المرحلة الثانوية لشبكات التواصل الاجتماعي في الواجبات المدرسية من وجهة نظرهم.

المنهج المستخدم: المنهج الوصفي لمناسبته لطبيعة الدراسة.

مجتمع وعينة الدراسة: تكون مجتمع الدراسة من جميع طالب المرحلة الثانوية في محافظة القريات في المملكة العربية السعودية للعام الدراسي 2014/2015، وسحب منهم عينة تكونت من 315 طالبا من طالب المرحلة الثانوية تم اختيارهم بالطريقة العشوائية البسيطة.

أداة جمع البيانات: واستخدم في جمع البيانات الاستبيان.



نتائج الدراسة: ولقد أظهرت النتائج أن توظيف طالب المرحلة الثانوية لشبكات التواصل الاجتماعي في الواجبات المدرسية جاء بدرجة تقييم متوسط، كما أثبت النتائج وجود علاقة ارتباطية إيجابية ذات دلالة إحصائية بين توظيف طلاب المرحلة الثانوية لشبكات التواصل الاجتماعي في الواجبات المدرسية وتحصيلهم الدراسي.

أوجه التشابه: تتفق الدراسة الحالية مع الدراسة السابقة في تسليط الضوء على موضوع شبكات التواصل الاجتماعي وأهميتها في العملية التعليمية، وتشابه في استخدام المنهج الوصفي، كما تشابهت في الاستعانة بالاستبيان لجمع البيانات، وكذلك في اختيار تلاميذ المرحلة الثانوية كمجتمع بحث.

أوجه الاختلاف: تختلف الدراسات في عدة نقاط وهي:

- تناولت الدراسة السابقة أهمية شبكات التواصل الاجتماعي بصفة عامة، بينما الدراسة الحالية ركزت على منصة اليوتيوب فقط.
- اختلفتا في نوع العينة، ففي الدراسة السابقة تم اختيار العينة العشوائية البسيطة بينما الدراسة الحالية استخدمت العينة الحصصية.
- في الدراسة السابقة تم تطبيق الدراسة على تلاميذ المرحلة الثانوية الذكور فقط بينما في الدراسة الحالية تم تطبيقها على الإناث والذكور.

أوجه الاستفادة: تم الاستفادة من هذه الدراسة من خلال أخذ فكرة عن واقع استخدام تلاميذ الطور الثانوي لشبكات التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية، كذلك ساعدتني في بناء أهمية الدراسة، وتحديد مجالاتها. (كريع، 2015).

ب-الورقات البحثية:

الدراسة الأول: بعنوان: فعالية الشبكات الاجتماعية في تطوير عملية التعلم والتعليم لدى طالبات كلية التربية في جامعة الملك سعود.

أولاً: معلومات ببليوغرافية.

العنوان: فعالية الشبكات الاجتماعية في تطوير عملية التعلم والتعليم لدى طالبات كلية التربية في جامعة الملك سعود. (2013)

الدرجة العلمية: دراسة علمية منشورة في المجلة الدولية للأبحاث التربوية.

ثانياً: مضمون الدراسة:

تحديد المشكلة: تسعى الدراسة إلى تحديد واقع استخدام طالبات كلية التربية في جامعة الملك سعود للشبكات الاجتماعية في تحقيق عملية التعلم، ومن هنا طرحت الباحثة التساؤل الرئيسي التالي: ما فاعلية استخدام الشبكات الاجتماعية الإلكترونية في تطوير عمليتي التعليم والتعلم لدى طالبات كلية التربية في جامعة الملك سعود؟ ويندرج تحت هذا التساؤل مجموعة من الأسئلة الفرعية وهي:

- ما واقع استخدام الشبكات الاجتماعية في تحقيق عملية التعلم لدى طالبات كلية التربية في جامعة الملك سعود؟
  - ما فاعلية استخدام الشبكات الاجتماعية في تحقيق عملية التعلم لدى طالبات كلية التربية في جامعة الملك سعود؟
  - ما مدى اختلاف وجهة نظر طالبات كلية التربية في جامعة الملك سعود لفاعلية استخدام الشبكات الاجتماعية في عملية التعلم والتعليم لديهن باختلاف المتغيرات (التخصص \_ المستوى)؟
- المنهج المستخدم: المنهج الوصفي التحليلي.

عينة الدراسة: عينة عرضية تم اختيارها من كل قسم من أقسام كلية التربية ويبلغ عددها 33 طالبة

أداة جمع البيانات: استمارة الاستبيان

نتائج الدراسة: توصلت الدراسة إلى مجموعة جملة من الأهداف من بينها:

- أغلب أفراد العينة يستخدمون الشبكات الاجتماعية أحياناً في تحقيق تعليمهم.
- تنمي الشبكات الاجتماعية الإلكترونية الثقافة العامة.
- يتم تبادل معلومات ذات قيمة عبر الشبكات الاجتماعية الإلكترونية بين الطالبات عندما يوجهن للاستخدام العلمي لهذه الشبكات.
- استخدام الشبكات الاجتماعية يثري البحوث ويحقق متطلبات الدراسة والتخصص.
- تساهم الشبكات الاجتماعية في إثراء الرصيد المعرفي في التخصص العلمي.
- تساعد الشبكات الاجتماعية في توثيق البحوث.

- استخدام الشبكات الاجتماعي الإلكترونية في الدراسة والبحث العلمي ضرورة في تطوير تعلمهن.

أوجه التشابه: تتشابه كلتا الدراستان في طبيعة الموضوع وهو استخدام شبكات الاجتماعية في العملية التعليمية.

\_ كما تتشابه في استخدام استمارة الاستبيان لجمع البيانات.

أوجه الاختلاف: تناولت الدراسة السابقة شبكات التواصل الاجتماعي بصفة عامة بينما ركزت الدراسة الحالية على منصة اليوتيوب.

- تختلف الدراستان في نوع العينة المستخدمة.

- تختلف الدراستان في الأسئلة والأهداف.

أوجه الاستفادة: استفدنا من هذه الدراسة من خلال أخذ فكرة عن واقع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في المجال التعليمي، كذلك ساعدتنا الدراسة في بناء نتائج الدراسة. (الهزاني، 2013).

الدراسة الثانية: بعنوان: فعالية شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية التحصيل وبعض مهارات الحاسب، وتكنولوجيا المعلومات لدى تلاميذ الصف الثاني الإعدادي.

أولاً: بيانات بوليوغرافية:

العنوان: فعالية شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية التحصيل وبعض مهارات الحاسب، وتكنولوجيا المعلومات لدى تلاميذ الصف الثاني الإعدادي.

اسم الباحث: فاطمة الزهراء عبد العاطي أحمد حسن، محمد عبد الله علي عبيد، الصفي يوسف شحاتة، متولي صابر خلاف معبد.

الدرجة العلمية: دراسة علمية منشورة في مجلة مستقبل التربية العربية. (2020).

ثانياً: مضمون الدراسة:

تحديد المشكلة: تتمثل مشكلة البحث في ضعف مستوى تلاميذ في تحصيلهم الدراسي، وفي مهارات استخدام الحاسب الآلي مما يتطلب إيجاد حلول وبدائل يمكن من خلالها تنمية تلك والمهارات، وتعتبر شبكات التواصل الاجتماعي من الأساليب الحديثة لتنمية تلك المهارات، ومن ثمة يحاول الباحث الإجابة عن التساؤل الرئيسي

## الفصل الأول: إشكالية الدراسة مدخلها النظري ومنهجيتها

التالي: ما جدوى شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مهارات الحاسب وتكنولوجيا المعلومات لدى تلاميذ الصف الثاني إعدادي.

وينبثق من ذلك التساؤل الرئيسي مجموعة من التساؤلات الفرعية وهي:

- ما مهارات الحاسب وتكنولوجيا المعلومات اللازمة لدى تلاميذ الصف الثاني إعدادي؟
- ما إجراءات استراتيجية شبكات التواصل الاجتماعي لتنمية مهارات الحاسب وتكنولوجيا المعلومات لدى تلاميذ الصف الثاني الإعدادي؟
- ما أثر استراتيجية شبكات التواصل الاجتماعي لتنمية مهارات الحاسب وتكنولوجيا المعلومات لدى تلاميذ الصف الثاني الإعدادي؟

المنهج المستخدم: المنهج الوصفي والمنهج التجريبي.

عينة الدراسة: عينة عشوائية من إحدى مدارس الصف الثاني الإعدادي.

نتائج الدراسة:

- تقدم شبكات التواصل الاجتماعي طريقة جديدة للتدريس، عن طريق مجموعة من التطبيقات في مجال التعليم تتيح للدارسين المشاركة والتفاعل بشكل متزامن أو غير متزامن.
- تقديم الجانب المعرفي في صورة شيقة وجذابة تحتوي على المتعة والتسلية ومعايشة المعلومات بصورة تجعلها ملموسة، مما عمل على زيادة دافعية التلاميذ نحو التعليم والتحصيل بسرعة أكبر.

أوجه التشابه: تتشابه كلتا الدراستين في:

- استخدام المنهج الوصفي.

- تناول موضوع منصات التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية.

أوجه الاختلاف: تناولت الدراسة السابقة منصات التواصل الاجتماعي بصفة عامة في حين ركزت الدراسة الحالية على منصة اليوتيوب فقط.

تختلف كلتا الدراستان في نوعية العينة المستخدمة.

استخدمت الدراسة الحالية المنهج الوصفي فقط بينما استخدمت الدراسة السابقة المنهج الوصفي والمنهج التجريبي.

أوجه الاستفادة: استفدنا من هذه الدراسة في بناء الجانب النظري والجانب التطبيقي. (حسن، عبید، شحاتة، معبد، 2020)

#### 6-1- تحديد مفاهيم الدراسة:

##### أ- الاستخدام:

لغة: جاء في لسان العرب من خدم الخدم=الخدم والخادم واحد الخدم غلاما كان أو جارية واستخدمه فخدمه = استوهبه خادما له.

وجاء في قاموس المنجد في اللغة والإعلام استخدم، يستخدم، استخدم، استخداما، بمعنى اتخذه (نسيغاوي، 2014/2013، ص 06).

اصطلاحا: يعرف الاستخدام على انه نشاط اجتماعي يتحول إلى نشاط عادي في المجتمع، ذلك بفضل التكرار والتقدم كما يجب التفريق بين الاستخدام والاستعمال كون الاستعمال قد يتحول إلى استخدام في حال إذا تكرر الفعل، وقد يشير الاستخدام إلى الممارسات والسلوكيات والعادات والاتجاهات (رايس علي، 2016، ص 191).

إجرائيا: نقصد بالاستخدام في هذه الدراسة هو اختيار الفرد للوسيلة الإعلامية التي تحقق أهدافه وتشبع رغباته، ويختلف الاستخدام من فرد إلى آخر حسب الأهداف المنشودة.

##### ب- التلاميذ:

لغة: طالب العلم وخصه أهل العصر بالطالب الصغير في المراحل الدراسية الأولى (بريزي، د.س، ص 103).

اصطلاحا: هو المحور الأول والهدف الأخير من كل عمليات التربية والتعليم فهو الذي من أجله تنشأ المدرسة وتجهز بكافة الإمكانيات، وكل هذه الجهود الضخمة التي تبذل في شتى المجالات لصالح التلميذ لابد أن يكون لها هدف يتمثل في تكوين عقله وجسمه وروحه ومعارفه واتجاهاته. (سوفي، 2011/2010، ص 85).

إجرائيا: التلميذ هو الذي لا يزال يزاوّل مقاعد الدراسة (الابتدائي، المتوسط، الثانوي) والتلميذ في دراستنا هو الذي يدرس في المرحلة الثانوية.

ت- اليوتيوب:

هو موقع الكتروني عبر شبكة الانترنت يتيح لمستخدميه رفع التسجيلات المرئية ومشاهدتها ومشاركتها والتعليق عليها (راجوح، 2021، ص 165).

وأسس هذا الموقع ثلاثة موظفين كانوا يعملون في شركة PAL سنة 2005 في ولاية كاليفورنيا الأمريكية، يحتوي اليوتيوب على فيديوهات متنوعة، أفلام السينمائية والتلفزيونية والموسيقية، ويعد اليوتيوب واحدا من أهم مواقع التواصل الاجتماعية المرئية (عيساني و عوض الرفاعي، 2021، ص 30).

إجرائيا: هو منصة من أشهر منصات التواصل الاجتماعي يحتوي على عدد غير محدود من الفيديوهات في كافة المجالات اقتصاديا، اجتماعيا، تعليميا ... ويتميز بسهولة استخدامه في كل وقت وفي كل مكان.

ث- القنوات التعليمية:

هي قنوات تقوم بتقديم المعلومات السمعية والبصرية باستخدام الفيديو في التعليم، عبر موقع اليوتيوب على الشبكة العالمية والمتخصصة بمشاركة الفيديو التعليمي، ويسمح للمستخدمين برفع ومشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني. (العبد، 2019، ص 217).

ج- الإشباع:

لغة: جاء في لسان العرب: الشبع ضد الجوع شبع، شبعاً، وهو شبعان، والأنثى شبعى وشبعانة، جمعها شباع وشباعى.

- والإشباع في القوافي: حركة النخيل. (نسيغاوي، 2013/2014، ص 12)

- أشبع الكلام: أ فحسه وأحكمه. (العبد، 2019، ص 217)

- أشبع نهمه العلمي: أكثر من العلم والقراءة.

- أشبع فضوله: أرضاه (القبائلي، 2021/2022، ص 40)

- اصطلاحاً: هو إرضاء رغبة أو بلوغ هدف أو خفض الدافع، ويعني الإشباع في نظرية التحليل النفسي خفض التنبيه والتخلص من التوتر فالتراكم والتنبيه يولد إحساساً بالألم ويدفع الجهاز إلى العمل لكي يحدث مرة أخرى حالة إشباع يدرك فيها خفض للتنبيه كأنه لذة (لونيس، 2007/2008، ص 07).

## الفصل الأول: إشكالية الدراسة مدخلها النظري ومنهجيتها

وكذلك تعرف الإشباع بأنها إرضاء الحاجة وتحقيق المطلب الذي يلح عليه الدافع، قد يكون الإشباع كاملاً أو مباشراً فعند تعرض الفرد لشبكات التواصل الاجتماعي لإشباع حاجات معينة قد يشبع بعضها أو كلها وأيضاً قد يحقق إشباعاً غير مقصودة (علة، 2016، ص 169).

إجرائياً: هي الحاجات التي حققها الفرد نتيجة استخدامه لوسيلة ما حيث أن هذه الوسيلة لبت رغباته وحاجاته في الحصول على ما يريد.

### 2- المدخل النظري للدراسة

#### 1-2- تطور نظرية الاستخدامات والإشباع

يعد الياهو كانز أول من وضع اللبنة الأولى في بناء مدخل الاستخدامات والإشباع عندما كتب مقالا عن هذا المدخل عام 1959، فقد شكل هذا المدخل تحولاً للرؤيا (shift of focus) في مجال الدراسات الإعلامية حيث تحوّل الانتباه من الرسالة الإعلامية إلى الجمهور الذي يستقبل هذه الرسالة، وبذلك اكتفى مفهوم قوة وسائل الاعلام الطاغية الذي كانت تنادي به النظريات المبكرة مثل؛ نظريات الرصاصة السحرية والتي تؤكد أن مدخل الاستخدامات والإشباع له رؤية مختلفة تكمن في إدراك أهمية الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الاعلام (نسيغاوي، 2014/2013، ص 25).

#### 2-2- أهداف نظرية الاستخدامات والإشباع

- 1- تفسير كيفية استخدام الجمهور لوسائل للاتصال المختلفة لإشباع احتياجاتهم.
- 2- فهم دوافع التعرض لوسائل الإعلام وأنماط التعرض المختلفة.
- 3- معرفة النتائج المترتبة على مجموعة الوظائف التي تقدمها وسائل الاتصال (العبد و عاطف العبد، 2011، ص 300).

#### 3-2- الفروض الأساسية لمدخل الاستخدامات والإشباع :

تستند هذه النظرية على الافتراضات التالية:

- 1- أن أعضاء الجمهور فاعلون في عملية الاتصال واستخدامهم لوسائل الإعلام يحقق لهم أهداف مقصودة.
- 2- الربط بين الرغبة في إشباع حاجات معينة، واختيار وسيلة إعلامية محددة يرجع الى الجمهور نفسه وتحدهه الفروق الفردية (حسن اسماعيل، 2003، ص 254).
- 3- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته. (مكاوي و حسن السيد، 1998، ص 239).

4- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة في مجتمع ما من خلال التعرف على استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الرسائل فقط (العبد و عاطف العبد، 2011، ص 297).

#### 4-2- عناصر مدخل الاستخدامات والإشباع

- افتراض الجمهور النشط: تشير هذه النظرية إلى أن أفراد الجمهور يحددون بشكل شخصي وبشكل نشط وفعال الإشباع التي يسعون لتحقيقها وفقا لمجموعة الاحتياجات التي يشعرون بها هم أنفسهم، ومن ثمة فهم يقررون ماهي الإشباع التي سوف تتحقق وتلك التي لن تتحقق من وراء التعرض لوسائل الإعلام المختلفة (بوزيان، 2010/2009، ص 43).
- الأصول النفسية والاجتماعية لاستخدامات وسائل الاتصال.
- أ- الأصول الاجتماعية لاستخدام وسائل الإعلام: لا يتعامل أفراد الجمهور مع وسائل الاتصال باعتبارهم أفراد معزولين عن واقعهم الاجتماعي وإنما باعتبارهم أعضاء في جماعات اجتماعية منظمة.
- ب- الأصول النفسية لاستخدام وسائل الاتصال: تؤدي العوامل النفسية في بعض الأحيان إلى وجود حوافز ودوافع معينة بحاجة إلى الإشباع وبالتالي تحديد العديد من الاستخدامات لوسائل الإعلام (نسيغاوي، 2014/2013، ص 27)
- دوافع التعرض لوسائل الإعلام: ويرى الدكتور عبد الحليم محمود أن الدافع هو حالة استشارة وتوتر خارجي تثير السلوك وتدفعه إلى تحقيق هدف معين، وتحدد الدوافع استعدادات الأفراد للاستجابة للمضمون الاتصالي.

وبوجه عام فإن معظم دراسات الاتصال تقسم دوافع التعرض إلى فئتين هما:

- أ- دوافع منفعية: وتستهدف التعرف على الذات، واكتساب المعرفة والمعلومات، والخبرات، وجميع أشكال التعلم بوجه عام والتي تعكسها نشرات الأخبار والبرامج التعليمية والثقافية .
- ب- دوافع طقوسية: تستهدف تمضية الوقت، الصداقة الاسترخاء، وتنعكس هذه الفئة في البرامج الخيالية مثل: المسلسلات، الأفلام، برامج ترفيهية (مكاوي و حسن السيد، 1998، ص 247).
- ت- التوقعات من وسائل الاتصال: وهو مفهوم جوهرى يتلاءم مع مفهوم الجمهور النشط حيث أنه إذا كان على أفراد الجمهور الاختيار فيما بين بدائل اتصالية وغير اتصالية متعددة طبقا لاحتياجاتهم فالبد أن يكونوا على درجة كافية من الوعي بالبدائل التي تكون أكثر إشباعا لاحتياجاتهم، والسلوك



الاتصالي لأفراد الجمهور ينشأ من هذه التوقعات والمعتقدات بشأن احتمال أن يكون لهذا السلوك إسهامه في إشباع احتياجاتهم المختلفة. (العبد و عاطف العبد، 2011، ص309).

ث- التعرض لوسائل الإعلام: أشارت دراسات عديدة إلى وجود عالقات ارتباط بين البحث عن الإشباع والتعرض لوسائل الإعلام، ويعبر زيادة تعرض الجمهور بوجه عام لوسائل الإعلام على نشاط هذا الجمهور، وقدرته على اختيار المعلومات التي تلي احتياجاته (مكاوي و حسن السيد، 1998، صفحة 248).

- الإشباع المتحققة من استخدام وسائل الإعلام: يفرق لورانس وينر بين نوعين من الإشباع وهما:
  - أ- إشباع المحتوى: وتنتج عن التعرض لمحتوى وسائل الإعلام، وتنقسم إلى نوعين
    - إشباع توجيهية: تتمثل في مراقبة البيئة والحصول على المعلومات.
    - إشباع اجتماعية: ويقصد بها ربط المعلومات التي يحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية (نسيغاوي، 2013/2014، ص 29).
  - ب- إشباع العملية: تنتج عن عملية الاتصال والارتباط بوسيلة محددة والترابط مباشرة بخصائص الرسائل، ويقسم وينر الإشباع العملية إلى نوعين على النحو التالي:
    - إشباع شبه توجيهية: وتتحقق من خلال تخفيف الإحساس بالتوتر، والدفاع عن الذات، وتنعكس في برامج التسلية والترفيه والإثارة.
    - إشباع شبه اجتماعية: وتتحقق من خلال التوحد مع شخصيات وسائل الإعلام وتزيد هذه الإشباع مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية وزيادة إحساسه بالعزلة. (العبد و عاطف العبد، 2011، ص312).

## 5-2- الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والإشباع

إن هذه النظرية تتسم بشيء من المرونة مثل: الدافع، الإشباع، الهدف الوظيفة، وهذه المفاهيم ليس لها تعريفات محددة وبالتالي يمكن أن تختلف النتائج التي نحصل عليها تبعاً لاختلاف التعريفات (كافي، 2015، ص 216).

يمكن أن تختلف نتائج بحوث الاستخدامات والإشباع باختلاف الثقافات والخصائص الديمغرافية وبالتالي فإن نتائج هذه البحوث لا تصلح للتعميم في أغلب الأحوال (الطيب، 2014، ص 150).

تقوم هذه النظرية على افتراض أن استخدام الفرد لوسائل الإعلام استخدام متعمد ومقصود وهادف، والواقع يختلف في أحيان كثيرة عن ذلك فهناك أيضا استخدامات غير هادفة. (حسن اسماعيل، 2003، ص237).

## 6-2- علاقة نظرية الاستخدامات والإشباعات:

تقوم نظرية الاستخدامات والإشباعات على فرضيات وأهداف للتعرف على عادات ودوافع استخدام وسائل الاعلام، والبحث عن الإشباعات والاحتياجات التي تحققها للمستخدمين، حيث تفترض هذه النظرية أن الجمهور هو الذي يختار الوسيلة والمضمون الذي يحقق رغباته، فهو جمهور نشط يقوم باختيار المضامين التي تلي احتياجاته. ومن هنا تنطلق دراستنا لمحاولة التعرف على عادات وأنماط استخدام منصة اليوتيوب والدوافع التي تدفع تلاميذ الطور الثانوي إلى اللجوء إلى قنوات اليوتيوب التعليمية لإشباع حاجاتهم المعرفية، وقد تمت الاستفادة من هذه النظرية من خلال طرح الأسئلة التي انطلقت من فرضيات النظرية، فيما يتعلق بعادات ودوافع استخدام قنوات اليوتيوب في المجال التعليمي من طرف التلاميذ، وذلك لتحقيق إشباعهم، وتلبية رغباتهم المعرفية والتعليمية بالتوجه إلى قنوات اليوتيوب التعليمية باختلاف الشعب. وتعود حرية اختيار التلاميذ لمنصة اليوتيوب إلى تحقيقها لرغباتهم وإشباعهم في المجال التعليمي باستخدام منصة اليوتيوب.

## 3- الإجراءات المنهجية

### 1-3- مجال الدراسة:

#### 1-1-3- المجال المكاني للدراسة:

أجريت هذه الدراسة في ثانوية فارس الطاهر وهي اول صرح للتعليم الثانوي في بئر العاتر، وقد سميت بفارس الطاهر نسبة لفارس الطاهر وهو أحد المناضلين في الحركة الوطنية والثورة التحريرية الكبرى، تضم 35 حجرة دراسية، وستة مخابر ومكتبة.

يدرس بالمؤسسة في هذه السنة 556 تلميذ يؤطروهم 42 أستاذا.

#### 2-1-3- المجال الزمني للدراسة:

انطلقت هذه الدراسة مع بداية السنة الحالية بعد الموافقة على موضوع الدراسة.

أ- المجال الزمني للدراسة النظرية: امتدت من شهر نوفمبر الى غاية شهر مارس.

ب- المجال الزمني للدراسة التطبيقية: ابتداءً من شهر أبريل الى غاية نهاية شهر ماي.

### 2-3-مجتمع الدراسة والعينة

2-3-1- مجتمع الدراسة: إن مجتمع البحث هو مجموع محدود أو غير محدود من المفردات (المفردات والعناصر) المحدد مسبقاً، حيث تنصب الملاحظات. وعرفه آخرون: هو جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث (بن مرسلي، 2010، ص 166).

هو جميع العناصر الذين يكونون موضوع البحث لهم خصائص مشتركة يسعى الباحث إلى تعميم النتائج عليها.

وطبقاً لموضوع دراستنا الذي يتمثل في استخدام تلاميذ ثانوية فارس الطاهر –بئر العاتر-لقنوات اليوتيوب التعليمية فإن مجتمع دراستنا يتمثل في العدد الكلي لتلاميذ ثانوية فارس الطاهر المسجلين في سنة 2023/2022، والذي يبلغ عددهم 556 موزعون كآلاتي :

- 1- سنة أولى ثانوي: 216 تلميذ.
- 2- سنة ثانية ثانوي: 160 تلميذ.
- 3- عدد تلاميذ البكالوريا: 180 تلميذ.

### 2-2-3- عينة الدراسة:

العينة هي اختيار جزء صغير من وحدات البحث اختياراً عشوائياً أو منتظماً. المعروف لدى بعض الباحثين بأسلوب العدد العشوائي أو تحكيماً قصدياً، ليشكل هذا الجزء من وحدات مجتمع البحث المادة الأساسية للدراسة. (بن مرسلي، 2010، ص 169\_170)

وفي دراستنا هذه تم الاعتماد على العينة الحصصية وهي عينة سهلة يمكن اختيارها بسرعة وسهولة حيث يقوم الباحث بتقسيم مجتمع الدراسة إلى فئات، ثم يختار عدداً من أفراد كل فئة بحيث يتناسب مع حجم هذه الفئة. (عبيدات، عدس، و عبد الحق، 1984، ص 116)، حيث قمنا بسحب عينة من تلاميذ ثانوية فارس الطاهر – بئر العاتر-وقسمناها الى حصص حسب المستوى التعليمي ولقد بلغ حجم العينة 55 تلميذاً أي بنسبة 10 من حجم المجتمع الكلي موزعين كآلاتي:

- السنة أولى ثانوي: 21 تلميذ.
- السنة ثانية ثانوي: 16 تلميذ.

### 3-3- منهج الدراسة:

إذا أردنا تعريف المنهج فنقول: " هو في اللغة العربية مصطلح مرادف لكلمتي: المنهج، والمنهاج، اللتين تعنيان الطريق الواضح."

وفي البحث العلمي فإن المنهج كما عرفه محمد زيان عمر هو: فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار العديدة، إما من أجل الكشف عن حقيقة مجهولة، أو من أجل البرهنة على حقيقة لا يعرفها الآخرون (بن مرسلي، 2010، ص 282).

كذلك يعرف: بأنه مجموعة من اجراءات الذهنية التي يمثلها الباحث مقدا للوصول إلى المعرفة التي سيتحصل عليها من أجل التوصل إلى حقيقة مادة البحث. ( نجم، 2015، ص 22).

المنهج هو الطريق الذي يسلكه الباحث لإعداد بحثه العلمي وهو خطوة أساسية ومهمة في البحث العلمي. بما أن موضوع دراستنا يسعى إلى الكشف عن واقع استخدام تلاميذ ثانوية فارس الطاهر-بئر العاتر- لقنوات اليوتيوب التعليمية، فإن المنهج المستخدم هو المنهج الوصفي الشائع في بحوث الإعلام والاتصال، حيث قمنا بجمع المعلومات اللازمة، وقمنا بتعريف اليوتيوب، ووصف ظاهرة استخدامه، لمعرفة الإشباع المحققة من استخدام اليوتيوب لأغراض تعليمية لدى عينة الدراسة.

### 4-3- أدوات جمع البيانات :

اعتمدنا في جمع البيانات على الاستبيان الذي يمكن تعريفه على أنه: أداة لجمع البيانات المتعلقة بموضوع بحث محدد عن طريق استمارة يجرى تعبئتها من المستجيب، وهو أداة للحصول على الحقائق وتجميع البيانات عن الظروف والأساليب القائمة بالفعل. ( نجم، 2015، ص 235).

ولقد حاولنا ضبط استمارة الاستبيان حسب ما يتماشى مع مشكلة دراستنا وأسئلتها. وكذلك الإمام بجميع جوانب بحثنا، ويضم الاستبيان مجموعة من الأسئلة موزعة على خمسة محاور كالتالي :

المحور الأول: يضم البيانات السوسيو ديمغرافية الخاصة بأفراد العينة.

المحور الثاني: يتضمن عادات وأنماط استخدام تلاميذ ثانوية فارس الطاهر لمنصة اليوتيوب.

المحور الثالث: يكشف عن دوافع استخدام تلاميذ الطور الثانوي لقنوات اليوتيوب التعليمية لدى تلاميذ ثانوية فارس الطاهر.

## الفصل الأول: إشكالية الدراسة مدخلها النظري ومنهجيتها

---

المحور الرابع: يتمحور في الإشباع المحققة من استخدام تلاميذ الطور الثانوي لقنوات اليوتيوب التعليمي لدى تلاميذ ثانوية فاس الطاهر.

المحور الخامس: يشمل معيقات استخدام منصة اليوتيوب في المجال التعليمي لدى تلاميذ ثانوية فارس الطاهر

## الفصل الثاني: التعليم الثانوي عبر قنوات اليوتيوب التعليمية

### 1- ماهية منصات التواصل الاجتماعي.

1-1 تعريف منصات التواصل الاجتماعي.

2-1 نشأة وتطور منصات التواصل الاجتماعي.

3-1 خصائص منصات التواصل الاجتماعي.

4-1 ايجابيات منصات التواصل الاجتماعي.

5-1 سلبيات منصات التواصل الاجتماعي.

6-1 خدمات منصات التواصل الاجتماعي.

### 2- ماهية منصة اليوتيوب.

-1-2 نشأة اليوتيوب.

-2-2 مميزات اليوتيوب.

-3-2 سلبيات اليوتيوب.

-4-2 شروط خدمة اليوتيوب.

-5-2 خدمات اليوتيوب

-6-2 وظائف اليوتيوب.

### 3- التعليم الثانوي.

-1-3 تعريف التعليم الثانوي.

-2-3 تطور التعليم الثانوي في الجزائر.

-3-3 مهام التعليم الثانوي.

-4-3 أهداف التعليم الثانوي.

-5-3 مميزات التعليم الثانوي.

-6-3 أهمية التعليم الثانوي.

### 4- استخدام التلاميذ للقنوات التعليمية عبر اليوتيوب.

-1-4 فعالية القنوات التعليمية.

-2-4 خصائص ومميزات اليوتيوب في التعليم.

-3-4 المعوقات التي تواجه استخدام قنوات اليوتيوب التعليمية.

-4-4 التغلب على المعوقات التي تواجه استخدام قنوات اليوتيوب التعليمية.

-5-4 نماذج عن قنوات اليوتيوب التعليمية.

1- منصات التواصل الاجتماعي

1-1- نشأة وتطور منصات التواصل الاجتماعي:

في عام 1954 صاغ "جون بارنز" والذي كان باحثا في العلوم الانسانية في جامعة لندن مصطلح الشبكات الاجتماعية للدلالة على أنماط من العلاقات تشمل المفاهيم التي يستعملها الجمهور بشكل تقليدي وتلك التي يستخدمها علماء الاجتماع لوصف المجموعات البشرية كالعائلة والأسر. (هتيبي، 2015، ص 78).

وقد ساهمت شبكة الانترنت في دفع العلاقات الاجتماعية من الواقع المعاش الى العالم الافتراضي بفضل تقنيات الجيل الثاني لشبكة الانترنت الذي يعتمد على مساهمة المستخدمين بالمحتويات على مواقع الانترنت ( توفيق، 2018، د.ص).

ويمكن ربط مسار ظهور الشبكات الاجتماعية بالويب 2، حيث يميل المصطلح الأخير حسب " تيم أورايلى " Tim O'Reilly إلى الذكاء الجماعي المستخدمين الذين يخلقون القيمة الحقيقية لمنصات منها قوقل أمازون، ويكيبيديا وغيرها، أما " مندلبيرغ" فيرى أن فكرة الشبكات الاجتماعية تم ربطها بالكثير من المفاهيم المضامين التي ينتجها المستخدمون، والصناعات الإعلامية القائمة على الاندماج الإعلامي. والمستخدمون مقابل الجمهور سابقا، ووسائل الإعلامية التشاركية، وعمليات الإنتاج الثنائي والبرمجة الحاسوبية القائمة على الويب (صوالحية، 2020/2019، ص 127) ولقد مرت شبكات التواصل الاجتماعي في نشأتها وتطورها بمرحلتين هي:

المرحلة الأولى: تعتبر هذه المرحلة بأنها البداية لشبكات التواصل الاجتماعي ويعتبر موقع "Geocities" هو أول شبكة اجتماعية ظهرت في الولايات المتحدة الأمريكية على الإنترنت عام 1994، تلام بعام واحد موقع Theglobe.com ثم موقع Classmates.com عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة، وموقع Sixbehrees.com الذي ركز على الروابط المباشرة بين الأشخاص، وظهرت في هذا الموقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء. ( توفيق، 2018، د.ص)

كما أتاح 1998 إمكانية تصفح هذه القوائم وبعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية بين عام 1999 و2001 التي لم تحقق نجاحا لعدم جدوتها المادية.

المرحلة الثانية: (ما بعد الويب 2) ارتبطت هذه المرحلة بشكل أساسي بتطور خدمات شبكة الإنترنت وتعتبر مرحلة اكتمال مواقع التواصل الاجتماعي، وتشهد المرحلة الثانية من تطور المواقع الاجتماعية على الإقبال المتزايد من قبل المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي العالمية.

## الفصل الثاني: التعليم الثانوي عبر قنوات اليوتيوب التعليمية

شهدت بداية عام 2002 الميلاد الفعلي لمواقع التواصل الاجتماعي عندما ظهر موقع Friendster.com في كاليفورنيا من قبل أبراهام جوناثان وتم تصميمه ليكون وسيلة للتعارف والصدقات المتعددة بين مختلف فئات المجتمع العالمي، وقد نال هذا الموقع شهرة كبيرة في تلك الفترة.

ثم في المنتصف الثاني من عام 2002 ظهر في فرنسا موقع Skyrock.com كمنصة للتدوين فقط ثم تحول بشكل كامل إلى موقع تواصل اجتماعي عام 2007. (بركات، 2016، ص 139).

كما برز موقع Facebook الذي أنشأه " مارك زوكربيرج " عام 2004 ليجمع زملاءه في جامعة هارفارد الأمريكية وأصبح بسرعة من أهم المواقع الاجتماعية بعد انفتاحه خارج الولايات المتحدة ثم تلاه موقع Myspace وموقع Bebo عام 2005، وفي نفس العام تأسس موقع يوتيوب في ولاية كاليفورنيا بالوم أ ثم ظهر تويتر عام 2006 من قبل جاك دروسي، وتوالى بعد ذلك ظهور مواقع أخرى مثل لينكد ان، أنستغرام، فايبر... (صوالحية، بطورة، 2020، ص 272).

بلغ عدد مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي في السنة الحالية 4.76 مليار شخص بما يساوي حوالي 60 زيادة 3 عن العام الماضي. (بدر، <https://ae.linkedin.com/pulse>).

### 2-1- مفهوم منصات التواصل الاجتماعي:

لقد ورد العديد من التعريفات لشبكات التواصل الاجتماعي فقد عرفها قاموس ODILIS انطلاقاً من الميزة التقنية كالتالي "هي خدمة إلكترونية تسمح للمستخدمين بإنشاء وتنظيم ملفات شخصية لهم كما تسمح لهم بالتواصل مع الآخرين. (صوالحية، 2020/2019، ص 124).

ويعرفها الباحثان "بويد" و"اليسون" أنها عبارة عن خدمات توجد على شبكة الويب تتيح للأفراد بناء وإنشاء شخصية عامة أو شبه عامة ضمن نظام محدد ويمكنهم وضع قائمة لمن يرغبون في مشاركتهم الاتصال ورؤية قوائمهم أيضاً للذين يتصلون بهم وتلك القوائم التي يضعها الآخرون خلال النظام. (سلامة و الصفيدي، 2015، ص 59).

ويعرفها شريف اللبان بأنها خدمات توجد على شبكة الويب تتيح للأفراد بناء بيانات شخصية PROFILE عامة أو شبه عامة خلال نظام محدد ويمكنهم وضع قائمة لمن يرغبون في مشاركتهم الاتصال ورؤية قوائمهم أيضاً للذين يتصلون بهم وتلك القوائم التي يضعها الآخرون خلال النظام (هتيبي، 2015، ص 82)



## الفصل الثاني: التعليم الثانوي عبر قنوات اليوتيوب التعليمية

ويعرفها أستاذي التسويق M. Kaplan et Michael Henlein على أنها مجموعة من التطبيقات على الانترنت التي تعتمد على الأسس الأيديولوجية والتكنولوجية للويب 2.0 التي تتيح إنشاء وتبادل المحتوى الذي ينشئه المستخدمون. (صوالحية، 2020/2019، ص 127)

كما تعرف بأنها منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمستخدم فيها بإنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها. (بوطورة، صوالحية 2020، ص 270).

ويعرف الحسيني منصات التواصل الاجتماعي بأنها خدمات يتم إنشاؤها وبرمجتها من قبل شركات كبرى لجمع أكبر عدد من المستخدمين والأصدقاء ومشاركة الأنشطة والاهتمامات والبحث عن تكوين صداقات والبحث عن اهتمامات وأنشطة لدى أشخاص آخرين يتشاركون معهم بإحدى الاشتراكات الفكرية أو غيرها وتوفر هذه الخدمات مميزات مثل المحادثة الفورية والتراسل العام والخاص ومشاركة الوسائط المتعددة من صوت وصورة وفيديو ... (المصري، 2018، ص 02).

منصات التواصل الاجتماعي: هي الركيزة الأساسية التي تتيح للأفراد أو الجماعات التواصل فيما بينهم عبر هذا الفضاء الافتراضي عندما عز التواصل في الواقع الحقيقي، وهي المواقع التي تولد فيها الأفكار وأساليب التفاعل ويمارس فيها النقد، وتشكل ضمنها طرقا جديدة للتنظيم والتعاون والتدريب بين أفراد المجتمع. (بركات، 2016، ص 146).

ومن خلال التعريفات السابقة التي تناولناها نرى أن منصات التواصل الاجتماعي هي:

- وسائل التواصل بين الأفراد وتبادل المعلومات والأفكار ومشاركة الصور والفيديوهات فيما بينهم.
- هي منصات متاحة على شبكة الانترنت حولت المجتمعات إلى مجتمعات افتراضية وكسرت حواجز الزمان والمكان حيث جعلت العالم قرية صغيرة.
- مواقع الكترونية تتيح للمستخدمين خدمات متعددة كمشاركة الصور والفيديوهات، المحادثة صوت وصورة في وقت واحد أو عن طريق الرسائل الفورية، تسهل على المستخدمين البحث على المعلومات والتواصل فيما بينهم.

### 3-1- خصائص منصات التواصل الاجتماعي:

تتميز منصات التواصل الاجتماعي بالعديد من الخصائص التي كانت سببا في انتشارها منها:

- العالمية: حيث تلغى الحواجز الجغرافية والمكانية، وتتخطى فيها الحدود الدولية.
- التفاعلية: الفرد فيها مستقبل وقارئ، فهو مرسل و كاتب ومشارك، فهي تلغي السلبية في الإعلام القديم -التلفاز والصحف الورقية – وتعطي حيز للمشاركة الفاعلة من المشاهد والقارئ. (الديلي، 2020، ص 101).
- سهولة الاستعمال: إنها تستعمل الرموز والصور والأصوات والنصوص في آن واحد، والتي تسهل للمستعمل التفاعل معها فضلاً عن استعمالها للحروف وبساطة اللغة.
- التنوع وتعدد الاستعمالات: فيستعملها الطالب للتعلم، والأستاذ لبحث علمه وتعليم الناس، والكاتب للتواصل مع القراء ... وغيرها من الاستعمالات المتعددة النافعة.
- التوفير والاقتصادية: استعمالها أدى إلى الاختزال في الزمان والمكان فضلاً عن الاقتصاد الكبير في الجهد والمال المبذول، ففي ظل مجانية الاشتراك والتسجيل في تلك المواقع، صار بإمكان أي فرد امتلاك حساب خاص به على المواقع الاجتماعية. ( حنتوش 2017، ص 11)
- التلقائية: يتسم التواصل عبر مواقع 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 الاتصال.
- المرونة: إمكانية فتح تلك الشبكات عن طريق الهواتف النقالة فلا يشترط وجود جهاز حاسوب للولوج لتلك الشبكات بل أن الشركات المنتجة للأجهزة المحمولة أصبحت تضمن أنظمة التشغيل تطبيقات خاصة تسمى برامج التواصل الاجتماعية. (صوالحة 2019/2020، ص 132)
- إذابة الفواصل الطبقية: إذ توفر شبكات التواصل الاجتماعي فرصة للاتصال بالدعاة، وطلبة العلم، والأدباء، والعلماء بصورة مباشرة دون وسائط.
- عالم افتراضي للتواصل: إن شبكات التواصل الاجتماعي، أصبحت تزاحم الجلسات والمجالس العائلية والاجتماعية، ولم يعد السفر مشروطاً لرؤية الأصدقاء أو سماع أصواتهم أو للبيع والشراء أو الدراسة. (هتيبي، 2015، ص 87).
- تمكين المستخدمين من إنتاج محتويات واعدادها وكذلك المشاركة في المحتويات التي أعدها الآخرون والمساهمة بما يشاء من ملفات (صور، فيديوهات، ...).
- ظهور ممارسة مفهوم " المواطن الصحفي " حيث أصبح بإمكان أي كان أن يتقمص دور الصحفي مما أتاح المزيد من حرية التعبير.
- إمكانية البحث العلمي وسهولة الحصول على المعلومات والبيانات المختلفة وبوقت وجيز.

- مكنت منصات التواصل الاجتماعي من الدراسة بعد عن طريق توفير منصات تعليم وصفحات تعليمية.
- 4-1- ايجابيات منصات التواصل الاجتماعي:

لمنصات التواصل الاجتماعي العديد من الايجابيات نذكر منها:

- تحفز على التفكير الإبداعي، وبأنماط وطرق مختلفة وقد يكون سبب التواصل مع أشخاص مثقفين.
  - تعمق مفهوم المشاركة والتواصل مع الآخرين.
  - تساعد على قبول القضايا الخلافية.
  - تفتح منصات التواصل الاجتماعي أبوابا تمكن من إطلاق الإبداعات والمشاريع والأهداف (الصوافي 2015/2014، ص30-31).
  - تسمح للخبراء والمختصين فرصة نشر مختلف أنواع المعرفة ومساعدة الطالب على الوصول للبحوث العلمية والتعلم منها.
  - تساعد في البحث عن فرص عمل من خلال حسابات الشركات أو حسابات التوظيف.
  - تساعد الأفراد على الاتصال ببعضهم البعض عبر الانترنت.
  - تسهل للشركات أعمالهم من ترويج للسلع وتعريف أنفسهم، وتوسيع خدماتهم.
  - كذلك تسهل للمنظمات عملها عن طريق التواصل مع الجمهور وتوعيته وجذب انتباهه للقضايا\_تمكن الافراد من المشاركة في المناقشات والحوارات حول القضايا المهمة والتفاعل مع آراء مواقف الآخرين.
- 5-1- سلبيات منصات التواصل الاجتماعي:

لمنصات التواصل الاجتماعي مجموعة من السلبيات نذكر منها:

- إدمان الجلوس عليها مما يعطل الكثير من الأعمال.
- نشر الأفكار الضالة مثل العنف والمشاركة فيه.
- انعدام الخصوصية وهذا بدوره يؤدي إلى أضرار معنوية ونفسية ومادية.
- غياب الرقابة وعدم شعور بعض المستخدمين بالمسؤولية.
- كثرة الإشاعات والمبالغة في نقل الأحداث.
- تصفح هذه المنصات يؤدي إلى عزل الشباب والمراهقين عن واقعهم الأسري، وعن المشاركة في الفعاليات التي يقيمها المجتمع. (الصوافي 2014/ 2015، ص31).

6-1 - خدمات منصات التواصل الاجتماعي:

- الملفات أو الصفحات الشخصية: حيث يمكن من خلالها التعرف على اسم الشخص، ومعرفة المعلومات الأساسية عنه كالجنس، تاريخ الميلاد، البلد، الاهتمامات، والصور الشخصية...ومن خلال الصفحة الرئيسية للملف الشخصي يمكن مشاهدة نشاط الشخص مؤخرا، ومعرفة من هم أصدقاؤه وماهي الصور الجديدة التي وضعها ...
- إرسال الرسائل: تتيح هذه الخاصية إمكانية إرسال رسائل مباشرة للشخص سواء كان في قائمة الأصدقاء أو لم يكن ( جرار، 2012، ص 41\_42)
- الأصدقاء / العلاقات: وهم بمثابة الأشخاص الذين يتم التعرف عليهم بواسطة منصات التواصل الاجتماعي، حيث تطلق المنصات مسمى " صديق " على الشخص المضاف لقائمة الأصدقاء.
- ألبومات الصور: تتيح المنصات الاجتماعية لمستخدميها إنشاء عدد لانهائي من الألبومات ويرفع مئات من الصور عليها، ويمكن مشاركة هذه الصور مع الأصدقاء للاطلاع والتعليق عليها.
- المجموعات: تتيح الكثير من المنصات الاجتماعية خاصية إنشاء مجموعة اهتمام حيث يمكن إنشاء مجموعة بمسمى معين وأهداف محددة (جفال، 2022/2021، ص 240)
- الاتصال مع أفراد العائلة: ذلك لما تتيحه من خلال الاستمرارية في الاتصال الدائم والفوري مع مختلف أفراد الأسرة.
- التسلية وممارسة الهوايات: من خلال مختلف مواقع الألعاب والتسلية بالإضافة إلى ذلك فقد أصبحت تشكل البيئة التي يقوم من خلالها المستخدم مختلف هواياته واهتماماته.
- التسويق والإعلان: حيث أصبحت منصات التواصل الاجتماعي محل لترويج السلع والمنتجات عن طريق الومضات الاشهارية المتنوعة. (محروز، 2021/2020، ص 91\_92).
- يمكن للمستخدم التواصل مع أصدقائه وزملائه بشكل أسرع ويمكنه أيضا الانضمام إلى مجموعات والمشاركة في المحادثات والحوارات القائمة.
- الترويج لمختلف الأعمال التجارية والشخصية لجذب العملاء والمتابعين.
- يمكّن المستخدمين من الحصول على المعلومات بشكل سريع أكثر من البحث التقليدي أو البحث الورقي.
- ويمكنه مشاركة مختلف المحتويات والتعلم والاستفادة من مختلف الدورات والدروس لتطوير المهارات وإشباع الزاد المعرفي، وكذا العثور على فرص العمل المتاحة دون البحث المجهد.

1-2 نشأة اليوتيوب:

يرى بعض الباحثين في هذا المجال أن البدايات الأولى لليوتيوب كانت في 1993 حيث تجاهلت وسائل الإعلام التقليدي تظاهرات قام بها سكان قرية في العاصمة البريطانية عند محاولة السلطات شق طريق على أنقاض أكثر من 300 منزل فلجأ مجموعة من الناشطين إلى تسجيل الأحداث التي تهم المواطن بالصوت والصورة، وحققت أهدافها وكسب العديد من الجمهور، وينسب بعضهم هذه التجربة إلى اليوتيوب. (الدعي، 2017، ص 85).

وبدأ موقع اليوتيوب في الظهور على شبكة الانترنت في 15 فبراير 2005 بواسطة ثلاثة موظفين في شركة Pay Pal وهم " تشاد هيرلي، وستيف تشن وجاود كريم "، قبل ذلك درس هيرلي التصميم في جامعة " أنديانا " بولاية " بنسلفانيا " بينما درس ستيف وكريم علوم الحاسوب في جامعة " إيلنوي ". (الديهي، 2015، ص 472).

وقد نشأت فكرة إنشاء منصة يوتيوب في مدينة سان برونو، كاليفورنيا، الو م أ، عندما كان الأصدقاء الثلاثة في حفلة لأحد الأصدقاء، والتقطوا بعض مقاطع الفيديو، وأرادوا أن ينشروها بين زملائهم، ولم يستطيعوا إرسالها عبر الإيميل لأنه لم يكن يقبل الملفات الكبيرة، ومن هنا بدأت تتبلور فكرة منصة لإرفاق أفلام الفيديو على شبكة الانترنت. (أمين 2009، ص 521).

ويعد الفيديو المرفوع من قبل جاود كريم بعنوان " أنا في حديقة الحيوان " أول فيديو يتم رفعه على موقع اليوتيوب وكان بتاريخ 23 أبريل 2005، وكان مدته 0.19 ثانية ومنذ ذلك الوقت تم رفع المليارات من الأفلام القصيرة، وشاهدها الكثير من أبناء المعمورة وبكل لغات، ليصبح الموقع الأكثر مشاهدة على الانترنت ولتشرته شركة جوجل عام 2006 وتضمنه لها. (علي محمود، 2019، ص 159).

وفي هذه الفترة صيف 2006 كانت المنصة تحصل على 100 مليون مشاهدة يوميا، وكان يضاف إليها 65 ألف مقطع فيديو كل 24 ساعة، وعدد زوارها كان 20 مليون زائر في الشهر وحوالي 700 ألف زائر يوميا. (البياتي، 2014، ص 339\_340).

وبعد أن أصبح اليوتيوب يحظى بهذه الشهرة العالمية جذب العديد من السياسيين ليروجوا لأنفسهم عبر لقطات مسجلة لهم، ففي 2008 أعلن سبعة من المرشحين للانتخابات الرئاسية الأمريكية حملاتهم

الانتخابية عن طريق اليوتيوب، وحققت هذه الحملات مشاهدات كبيرة جدا (ما تزيد عن 220 مليون مشاهدة) كان أغلبها للرئيس أوباما. (عقيلة، 2015، ص 98).

ومع تطور أجهزة الموبايل والهواتف الذكية أصبح بإمكان الفرد مشاهدة الأفلام بواسطتها ومتابعة الأحداث التي تحصل في العالم في أي مكان وزمان، (الرفاعي، 2017، ص 85) فالیوتيوب اسم سطر في عالم الانترنت ليصبح بين عشية وضحاها أكبر مستضيف لملفات الفيديو المنتجة على المستوى الشخصي في العالم وتدخل في مصاف كبريات الشركات التقنية ذات الوجود المؤثر في عالم الانترنت على المستوى العالم. (صبيطی، 2018، ص 65).

وتشير الإحصائيات الأخيرة أن عدد مستخدمي يوتيوب بلغ حوالي 2.3 مليار مستخدم نشط شهرياً وذلك وفقاً لإحصائيات 2022، ويمتلك 2.3 مليار مستخدم نشط شهرياً، هناك 122 مليون مستخدم نشط يومياً ليوتيوب

كل يوم، يشاهد الأشخاص أكثر من مليار ساعة من الفيديو مع مليارات المشاهدات الإجمالية هناك أكثر من 5 مليار فيديو يتم مشاهدتها يومياً في يوتيوب 62% من مستخدمي يوتيوب هم من الذكور، و38% من الإناث، أكثر من 70% من وقت مشاهدة على يوتيوب مصدره الهواتف الذكية، وأصبح لدى خدمات يوتيوب المدفوعة YouTube Premium و YouTube Music أكثر من 50 مليون مشترك حول العالم، يعد موقع يوتيوب ثاني أكبر محرك بحث بعد جوجل، كما أنه ثاني أكثر منصة تواصل اجتماعي شهرة. (محمود، 2022/03/14/https://abuomar.ae).

### 2-2 مميزات اليوتيوب:

- جعل اليوتيوب إمكانية توثيق الأحداث بتفاصيلها ممكنة: حيث أصبحت وسائل التصوير والتوثيق سهلة وفي متناول الجميع، الذين أصبحوا كصحفيين ومراسلين للصحافة وكالات الأنباء يزودونها بالأخبار مقروءة ومسموعة ومشاهدة أولاً بأول. (شقرة، 2014، ص 92).
- إمكانية استخدامه كوسيلة تسويقية وإعلانية وترويجية وفي الحملات السياسية مثلما فعل أوباما أثناء الانتخابات الرئاسية.
- عدم وجود رقابة عليها إلا فيما يتعلق ببعض الجوانب الأخلاقية أحيانا (صلاح، 2015، ص 209).
- عام ومجاني: فمن خلال المنصة يستطيع المستخدم تحميل وتنزيل ما يشاء من أفلام سواء كانت تعليمية أو ترويجية، وكل ذلك مجاناً مقابل التسجيل في المنصة فقط.
- دعائم لتحميل الأفلام: حيث تستطيع من خلال المنصة تحميل الأفلام والمسلسلات والأغاني

## الفصل الثاني: التعليم الثانوي عبر قنوات اليوتيوب التعليمية

- سهل البحث: منصة اليوتيوب توفر محرك بحث خاص به: حيث يمكن لأي شخص البحث عما يريد بكل سهولة ومشاهدته (الديلي 2020، ص190).
- سهل الاستعمال من قبل العامة: فالمنصة سهلة الاستعمال بالنسبة لتحميل وتنزيل الأفلام مقارنة بغيره من المواقع ويوفر أدوات داعمة لذلك.
- سهل المشاهدة: فبمجرد ضغطك على وصلة القلم فإنك تستطيع مشاهدة بثه حيا ومباشرة من الموقع، بل تستطيع أن تحتفظ ب هان أردت من خلال برنامج موسيقي مثل Real Player (محمود 2019، ص160).
- يعتبر اليوتيوب مصدر لتحقيق الارباح وكسب الأموال.
- مشاهدة الفيديوهات في أي زمان ومكان مع إمكانية إعادة نفس الفيديو العديد من المرات.
- حرية المشاهد في اختيار مضامين الفيديوهات حسب رغبته مع إمكانية تقديم أو تأخير أو إيقاف تشغيل الفيديو.
- تنوع مضامين الفيديوهات المتاحة على المنصة وهي تعتبر مصدرا رئيسيا للترفيه والمعرفة.

### 3-2 سلبيات موقع اليوتيوب:

- منصة اليوتيوب من أكثر المنصات استخداما من طرف الأشخاص وتحتوي المنصة على العديد من المزايا وأيضا العديد من السلبيات التي تجعلها عرضة لنفور الكثيرين وتوجههم الى منصات اخرى ومن بينها:
- المحتويات الغير مناسبة والغير لائقة التي لا تتماشى مع أساسيات المجتمع والتي تتمثل في مضامين العنف والكراهية والمحتويات اللاأخلاقية
- كثرة الإعلانات والإشهارات التي تظهر بصورة دائمة ومكررة وتعيق مشاهدة الفيديوهات
- وقد تتعرض محتويات بعض القنوات في اليوتيوب إلى الحظر والإيقاف بسبب انتهاك معايير المنصة وأحيانا بدون أسباب.
- ضعف حول الفيديوهات المتاحة بسبب كثرة تحميل المحتويات وايضا سرقة وانتهاك المحتويات والقنوات.
- إمكانية اختراقه: حيث يقوم الهاكر باختراق قنوات اليوتيوب باستخدام طرق عديدة وبرامج متخصصة لأغراض قد تكون إيجابية أو سلبية.

- قيام بعض الدول بحجب الموقع: كما حدث في الصين عندما ظهر على اليوتيوب أفلام فيديو تظهر ضباطا صينيين يضربون رهبانا في الأدبرة البوذية، مما دفع السلطات في الصين إلى حجب موقع اليوتيوب.
- وكذلك حدث أرمينيا عندما اظهرت بعض الأفلام صورا لقمع المتظاهرين عام 2008، وفي إيران حيث تم حجب موقع اليوتيوب بسبب إظهاره أفلاما لقمع المتظاهرين عند انتخابات الرئاسة عام 2009 (شقرة 2014، ص 95).
- عدم مراعاة حقوق الملكية الفكرية.
- يحتاج إلى اتصال عالي السرعة فبعض مقاطع الفيديو ذات جودة عالية ولا يمكن تشغيلها إلا عندما يكون الاتصال جيد.
- على الرغم من بنود خدمة يوتيوب تمنع تحميل أي مواد من المحتمل أن يتم اعتبارها غير لائقة ولكن من الصعب مراقبة جميع ملفات الفيديو.

### 4-2 خدمات اليوتيوب:

- البحث عن مقاطع الفيديو بسهولة عن طريق كلمات دالة.
- يحتوي الموقع على صفحات شخصية خاصة للمستخدمين تعرف باسم القنوات وهي صفحات تحتوي على بياناتهم الشخصية ومقاطع الفيديو التي يفضلونها
- كما يمكن للمستخدمين تقديم طلبات صداقة، وكذلك يمكنهم تكوين مجموعات نقاش تحتوي على مجموعة متنوعة من الموضوعات ومقاطع الفيديو يتم مناقشتها أو التعليق عليها.
- كما تستفيد منه وسائل الإعلام بعض مقاطع الفيديو والتي لم تتمكن شبكة مراسليها من الحصول عليها (الدليمي، 2020، ص 192).

### 5-2 شروط خدمة اليوتيوب:

- ألا يكون للأفلام حقوق نشر محفوظة.
- لا يسمح الموقع بنشر الأفلام الإباحية.
- لا يسمح الموقع بنشر الأفلام التي تسيء لشخصيات معينة
- الموقع يسمح بعدة أنواع من الملفات وتختلف من حيث الصوت والفيديو
- يستطيع المستخدمون تحميل وتبادل مقاطع الفيديو وتسميتها في جميع أنحاء العالم وتصفح ملايين المقاطع الأصلية التي قام بتحميلها المستخدمون الأعضاء.



- دمج مقاطع الفيديو الخاصة بموقع من مواقع الشبكة التي تستخدم تقنيات حديثة وجعل مقاطع الفيديو عامة أو خاصة (الديلي 2020، ص 192).
- عدم تضليل المشاهدين باستخدام عناوين لا علاقة لها بالموضوع لجذب المستخدمين وزيادة عدد المشاهدات.
- يجب مراقبة الأولياء لما يشاهده الأبناء للحفاظ عليهم من جميع المخاطر خصوصا الالكترونية.

## 6-2 وظائف اليوتيوب:

- الوظيفة الإخبارية: يعد اليوتيوب مصدرا مهما من مصادر الأخبار والمعلومات حيث يمكن لأي شخص تصوير الأحداث ونشر الأخبار عبر قنوات اليوتيوب لحظة وقوعها ويرافق ذلك عدم وجود القنوات الفضائية في مكان الحدث.
- الوظيفة الترفيهية: حيث يتيح اليوتيوب للمستخدمين مادة ترفيهية مثل؛ المسرحيات والمسلسلات والأفلام والألغاز والمقاطع الكوميدية وغيرها (عبد، 2020، ص 79).
- الوظيفة التعليمية: تعمل منصة اليوتيوب على نشر المعرفة العلمية وتبادلها عبر نقل الأفكار والمعلومات والخبرات للآخرين بقصد رفع مستوياتهم العلمية أو الأكاديمية أو العملية. (راضي و حميد التيمي، 2017، ص 222).
- يتوفر اليوتيوب على عدد كبير من مقاطع الفيديو عبر قنوات تعليمية بمختلف اللغات والتخصصات تقوم بتوفير المعلومات والدروس في جميع الميادين والتخصصات لمختلف المستويات التعليمية.
- الوظيفة الإعلانية: وهي الإعلان عن المنتجات والسلع والخدمات عبر منصة اليوتيوب بحيث يمكن للشركات والهيئات والمنظمات تصوير مقطع فيديو ونشره في منصة اليوتيوب بسهولة ومن دون تكاليف. (عبد، 2020، ص 80).
- الوظيفة التثقيفية: تساهم منصة اليوتيوب في التعرف على عادات وتقاليد وحياة الشعوب عبر تواجد العديد من مقاطع الفيديو التي تنقل طبيعة حياة البلدان الأخرى، فضلا عن الإمكانية التي تتيحها منصة اليوتيوب في بث ونشر ثقافة البلد أو توعية الأشخاص بالثقافات الحميدة (راضي و حميد التيمي، 2017، ص 223).
- تمكين المستخدمين من مشاهدة مختلف الفيديوهات التي تم تحميلها على المنصة
- البحث عن مقاطع الفيديو المفضلة لديهم باستخدام كلمات مناسبة وأيضا يمكنهم الاشتراك في القنوات التي يريدونها وتلقي تحديثاتها.
- يمكن المستخدم من تحميل مقاطع الفيديو الخاصة به شرط امتلاكه لقناة أو حساب على اليوتيوب

- التفاعل مع مختلف مقاطع الفيديو المتاحة بالتعليق، المشاركة ...

### 3- التعليم الثانوي

#### 3-1- تعريف التعليم الثانوي

هو المرحلة الثالثة من التعليم وتدوم الدراسة فيه ثلاث سنوات، حيث تتوسط مرحلة التعليم المتوسط ومرحلة التعليم الجامعي، وتنتهي بحصول التلميذ على شهادة البكالوريا من خلالها ينتقل إلى السنة الأولى جامعي. (بن عويبة، 2017، ص 251-252).

التعليم الثانوي جزء لا يتجزأ من المنظومة التربوية وهو بمثابة الحلقة الرئيسية في تمفصل المنظومة التربوية والتكوين والشغل، حيث يحتل موقعه بين التعليم المتوسط الذي يستقبل عددا هائلا من التلاميذ إلى جانب التكوين المهني من جهة، ومن جهة أخرى بين التعليم العالي الذي يشكل المصدر الوحيد للطلبة المقبلين على الدراسة الجامعية وعالم الشغل من بعد، ويدوم التعليم الثانوي ثلاث سنوات وهو يتزامن مع فترة حرجة وهي مرحلة المراهقة وما يصاحبها من تغيرات في البناء النفسي والجسمي. (بن بسعي، 2015، ص 31)

التعليم الثانوي مرحلة مهمة جدا في نظام التعليم في الجزائر و هو المحطة الفاصلة بين التعليم الأساسي بمرحلتيه ( الابتدائي و المتوسط ) و التعليم العالي ( الجامعي ) ، و يضم التلاميذ الناجحين في شهادة التعليم المتوسط ، و الذين تتراوح أعمارهم بين 15 و 18 سنة ، و هذه المرحلة من أصعب مراحل التعليم ، و تكون مصاحبة بمرحلة المراهقة التي تحدث فيها تغيرات جذرية على التلاميذ ( نفسيا و جسديا ) ، و تكون مدتها ثلاث سنوات لتقرر مصير كل تلميذ إما بمواصلة التعليم العالي أو الانتقال إلى التكوين المهني و الحياة العملية.

#### 3-2 تطور التعليم الثانوي في الجزائر:

مر التعليم الثانوي في الجزائر بعد الاستقلال بالعديد من المراحل:

المرحلة الأولى: (من 1962 إلى 1970): في هذا الإطار نصبت الدولة سنة 1962 لجنة لإصلاح التعليم عهد إليها وضع خطة تعليمية واضحة، إما فيما يتعلق بتنظيم التعليم فقد انقسمت هيكلته في هذه المرحلة إلى ثلاث مستويات، مستقلة عن بعضها وهي:

تعليم ابتدائي، تعليم متوسط، تعليم ثانوي: ويشمل ثلاث أنماط وهي:

التعليم الثانوي العام: يدوم 3 سنوات ويحضر لمختلف شعب البكالوريا (رياضيات، علوم تجريبية، فلسفة).

أما ثانويات التعليم التقني: فتحضرهم لاختبار بكالوريا شعب (تقني رياضي، تقني اقتصادي)

## الفصل الثاني: التعليم الثانوي عبر قنوات اليوتيوب التعليمية

التعليم الصناعي والتجاري: وهو يحضر التلاميذ لاختيار شهادة الأهلية في الدراسات الصناعية والتجارية، تدوم 5 سنوات وقد تم تعويض هذا النظام قبل نهاية المرحلة بتنصيب الشعب التقنية الصناعية.

التعليم التقني: يحضر لاختيار شهادة التحكم، خلال 3 سنوات من التخصص، بعد التحصل على شهادة الكفاءة المهنية. (صالحي، 2009، ص 67).

تم في هذه المرحلة العمل على تطوير التعليم الثانوي في البلاد.

بعد استقلال الجزائر عملت المنظومة التربوية على زيادة بناء المدارس الثانوية.

استقبال عدد هائل من الطلاب للدراسة.

ركزت على تأهيل وتدريب الطلاب وتوفير الكوادر اللازمة لإعادة بناء الوطن.

المرحلة الثانية: (من 1970 إلى 1980):

حيث عرفت هذه الفترة إعداد وثيقة إصلاح التعليم سنة 1974 التي صدرت بعد تعديلها في شكل أمر 15 أبريل 1976 وهو الأمر المتعلق بتنظيم التربية والتكوين الذي ينص على إنشاء المدرسة الأساسية وتوحيد التعليم الأساسي واجباريته، وتنظيم التعليم الثانوي، وظهور فكرة التعليم الثانوي المتخصص، وتنظيم التربية التحضيرية (سلطاني، 2011/2010، ص 73).

وفي هذه المرحلة شهد التعليم الثانوي قفزة نوعية من الإصلاحات التي مست الجانب المنهجي، وتم فيها توحيد المناهج التعليمية في المدرسة الثانوية، وتوفير مقاعد دراسة لجميع الفئات

المرحلة الثالثة: (من 1980 إلى 1990):

شهد التعليم الثانوي في هذه الفترة العديد من التحولات وقد شملت هذه التحولات على ما يلي:

التعليم الثانوي العام: تميز بإدراج التربية التكنولوجية والتعليم الاختياري في اللغات والإعلام الآلي، والتربية البدنية والفنية، ثم التخلي عنها إثر إعادة هيكلة التعليم الثانوي في الفترة الموالية، وكذا فتح شعبة "علوم إسلامية".

التعليم الثانوي التقني: يتميز ب:

- تطابق التكوين في المتاقن مع التكوين الممنوح في الثانويات التقنية.

- فتح بعض شعب التعليم العالي أمام الحائزين على بكالوريا تقني.
  - إقامة التعليم الثانوي التقني القصير المدى الذي يتوج بشهادة الكفاءة التقنية. والذي ظل ساري المفعول من سنة 1980 إلى 1984.
  - تعميم تدريس مادة التاريخ لتشمل كل الشعب. (بورزق، 2009/2008، ص 108-109).
  - تم في هذه المرحلة تطوير المناهج تطوير المناهج التعليمية بإضافة بعض المواد التعليمية والشعب.
  - توسيع نطاق التعليم ليصل إلى مختلف مناطق البلاد.
- المرحلة الرابعة: (ما بعد التسعينات)
- بعد اتخاذ بعض الإجراءات لإعادة التنظيم التي أدرجت في الثمانينات والتي تم التخلي عنها بسرعة (تنوع شعب التعليم التقني، الاختبارات الإلزامية) تم تنصيب الجذوع المشتركة في السنة الأولى ثانوي وهي: -الجذع المشترك (آداب)، -الجذع المشترك (علوم)، -الجذع المشترك (تكنولوجيا).
- ولكل جذع من الجذوع المشتركة مجموعة من الشعب.

ويمكن أن نلخص الإجراءات التي تميزت بها هذه المرحلة وذلك فيما يلي:

إعادة هيكلة التعليم الثانوي خاصة العوامل التنظيمية والعوامل التربوية التي فرضت القيام بالعملية التصحيحية، قصد التأثير في مختلف الجوانب السلبية وخاصة تلك المتعلقة بنقص الانسجام مع بنية أطوار التعليم الثانوي من جهة البرامج التنظيمية، واعتمادها بمراجعة برامج التعليم من جهة الجوانب التربوية. (بورزق، 2009/2008، ص 109).

في هذا المرحلة تم العمل على تحسين جودة التعليم بتدريب المعلمين في مختلف التخصصات، وزيادة تحسين المناهج والعمل على فصل وتنظيم شعب التعليم.

وفي السنوات الثلاث الأخيرة إثر مرور العالم بجائحة كورونا تم إيقاف الدراسة لمدة زمنية وحين استئنافها تم التخلي عن العديد من الدروس وتقليص مدة الدراسة والعمل بنظام الأفواج، إلى أن تلاشى الفيروس.

### 3-3 مهام التعليم الثانوي:

تتمثل مهام التعليم الثانوي في:

- تحضير التلاميذ للدراسات الجامعية ذات المستوى العالي.
- تطوير المواقف التي تسمح باكتساب المعارف وإدماجها.

## الفصل الثاني: التعليم الثانوي عبر قنوات اليوتيوب التعليمية

- تطوير القدرة على التحليل والتقويم والحكم على أفكار الغير وحل المشاكل.
- دعم روح الانتماء إلى أمة وحضارة قديمة العهد.
- اكتساب المهارات والمواقف الضرورية لتلبية متطلبات الدراسة الجامعية ذات مستوى عال.
- تلقين وغرس حب العمل المتقن والبحث عن الدقة وذوق الإتقان (بن سادة، 2006/2007، ص48)

### 4-3 أهداف التعليم الثانوي:

للتعليم الثانوي أهداف عديدة نذكر منها:

- إكساب التلاميذ المفاهيم العلمية الأساسية التي تفيدهم في حياتهم المعاصرة.
- تزويد التلاميذ بالمهارات الفكرية والمعرفية العقلية اللازمة للحياة الحديثة بما فيها من تكنولوجيا وأهداف عملية ولما تجعله قادرا على التفاعل الصحيح من ثورة المعلومات.
- العمل على إثارة اهتمام وميول التلاميذ.
- المساهمة في تطوير وتحسين المستوى المعرفي واكتساب كفاءات ذات مستويات ومقاييس عقلية واستخداماتها.
- تدعيم قيم الثقافة الوطنية والحضارات الإنسانية.
- ترسيخ حب العمل المتقن والسليم. (بوعبزة، 2019، ص149).
- توفير مختلف المواد في المجالات الدراسية والتدريب على المهارات الأساسية في التعليم،
- تنمية المهارات الأكاديمية للتلاميذ.
- تحضير التلاميذ للحياة المهنية.
- تنمية وعيهم الثقافي والاجتماعي لدى التلاميذ، وكذلك قدراتهم الشخصية.

### 5-3 مميزات التعليم الثانوي:

يختلف التعليم الثانوي عن التعليم الأساسي لأنه بحاجة إلى الإعداد والتطوير ليناسب متطلبات عالم العمل، وذلك عند وضع المناهج، وكذلك الاهتمام بالحياة العملية للمراهقين، ويكون ذلك من خلال:

- عدد أصغر من المدارس الكبيرة.
- قاعدة ارتباط أضيق بالمجتمع المحلي بسبب محدودية الرقعة الجغرافية.
- يتصف بنسبة مردود أعلى على المستوى الوطني الإقليمي والاجتماعي.
- حاجة أكبر لإدارة قطاع أكبر من الوظائف.

- تكلفة أعلى لتعليم الطالب وقدرة أقل للأهل في حكم الحياة المدرسية (شاشة، 2014، ص 65).
- التعليم الثانوي يساهم بشكل كبير في بناء شخصية التلاميذ لمواصلة المشوار الدراسي، أو الجامعي أو الحصول على وظيفة مرموقة وملائمة، وذلك بتنوع المواد التعليمية، وترك المجال للتلميذ في اختيار ما يناسبه وما يعكس اهتماماته ومواهبه.

### 6-3 أهمية التعليم الثانوي:

تتحد أهمية التعليم الثانوي في مجموعة من النقاط أهمها:

- إذا كانت المدرسة المتوسطة تحتوي أعداد كبيرة من التلاميذ فالمدرسة الثانوية تعد المستقبل الوحيد لهم.
- الرابط الوسيط بين التعليم المتوسط والجامعي أي بمثابة حلقة وصل بينهما.
- الحصول على طاقة بشرية معدة ومهيأة علميا وتقنيا وهي ذات قيمة اقتصادية واجتماعية.
- التكوين النهائي للطالب في شتى ميادين العلوم.
- التنمية الاجتماعية والتطور الحضاري. (بوعزة، 2019، ص 150).
- توفر فرصة للتلميذ لاكتشاف ذاته ونفسه، وفهم العالم من حوله

### 4-القنوات التعليمية في التعليم

#### 1-4 فاعلية مقاطع الفيديو في التعليم:

الفيديو وسيلة تعليمية تساهم في تطوير العملية التربوية؛ لما له من مزايا عديدة وهي:

- وسيلة تعليمية شاملة، وجامعة بين الصوت والصورة والحركة، ويمكن أكثر من وسيط تعليمي في البرنامج الواحد.
- سهولة تسجيل البرامج واعادتها بالنسبة للمعلم والطالب من جهاز تلفزيوني، أو من جهاز تسجيل، أو بالكاميرا.
- سهولة حفظ المواد المسجلة.
- المشاركة الإيجابية والفعالة عند استخدام الفيديو من قبل المعلم والطلاب.
- المساعدة في حل معظم مشكلات التلفزيون التعليمي الناتجة عن البث والجدولة، وعدم القدرة على إعادة البرنامج، وإيقاف المادة العلمية والتعليق أثناء العرض.

- يمكن للمعلم مشاهدة الفيديو أكثر من مرة قبل عرضه، كما يمكن للطلاب استخدامه أكثر في أي وقت.
- إمكانية معالجة نقص المعلمين؛ خاصة الأكفاء منهم، وإمكانية استخدامه في تدريب المعلمين على طرائق تدريس جديدة. (الدوسري ، 2022 ، ص140).

#### 2-4 مميزات اليوتيوب في التعليم:

- يسمح اليوتيوب بالاستفادة المثلى من وسائل الاعلام الجديدة لنقل المعلومات والمعرفة.
- سهولة استخدام روابط اليوتيوب في العروض التقديمية كالباوربوينت " PowerPoint " و في منصات التعليم الالكتروني كالموديل "Moodle".
- يساهم في تعزيز روح المناقشة الفاعلة بين المتعلمين. ( آل عبيد، 2022، ص182).
- يشجع على الإبداع كونه يوفر منصة للطلبة للتفاعل وليس مجرد مشاهدة المحتوى.
- يخلق اليوتيوب مجتمعا تعليميا حرا يستطيع المشاركة والتقييم ويعمل على بناء المحتوى ونشره لزملائه.
- يمكن استخدام اليوتيوب كمكتبة افتراضية لدعم الدروس والمحاضرات.
- اليوتيوب هو أحد موارد التعليم المجانية وهذا يعتبر أحد الاعتبارات المهمة لميزانيات التعليم. ( الدوسري 2022، ص144).
- تخاطب مقاطع الفيديو حواس المتعلم وذلك عن طريق تقييم المحتوى التعليمي بشكل جذاب.
- يمكن استخدام اليوتيوب في تعليم العلوم المختلفة وعرض التجارب العلمية التي يتعذر تطبيقها في المختبر حفاظا على سلامة الطلبة أو لحاجتها لمدة زمنية لتنفيذها.
- يتيح موقع اليوتيوب إمكانية تعلم اللغات من مصدرها الحقيقي ومن متحدثيها الأصليين، الأمر الذي يزيد من نسبة إتقان المتعلمين للغات الأجنبية. (العطيات، 2018، ص 09).
- إمكانية إنشاء قناة لكل معلم تمكنه من إضافة مقاطع فيديو التي تخدم موضوعات تعليمية هادفة ومتنوعة تخدم العملية التعليمية.
- رفع ومشاهدة وتحميل ومشاركة مقاطع الفيديو التي تحتوي على شروحات وافية للدروس والمحاضرات. (العجومي ، 2019 ، ص 403).
- يحتوي اليوتيوب على قنوات تعليمية تقدم الدروس بأسلوب مبسط وشيق، مما يجذب انتباه التلميذ ويساعده على فهم واستيعاب الدروس بشكل أفضل.
- يعتبر اليوتيوب من الاساليب الحديثة التي تساهم في رفع المستوى التعليمي من خلال توفره على محاضرات ودروس وتمارين، لها علاقة بالمجال الدراسي

## الفصل الثاني: التعليم الثانوي عبر قنوات اليوتيوب التعليمية

- كذلك يساهم اليوتيوب في تحفيز التلاميذ على المثابرة والاهتمام وتطوير مهارات التفكير والإبداع في التغلب على العقبات.

### 3-4- المعوقات التي تواجه استخدام قنوات اليوتيوب التعليمية:

- تفتقر الكثير من المقاطع الى المصداقية والدقة العلمية وصعوبة التحقق من ذلك.
- لا بد من التحديد الدقيق للمحتوى المراد البحث عنه والا يصعب الوصول اليه في الوقت المناسب.
- يحتوي الموقع على مواد اعلانية وتعليقات غير لائقة لبعض المستخدمين. ( آل عبيد، 2022، ص 182).
- قد تواجه المعلم أو الطلاب مشكلة تحميل مقاطع الفيديو من اليوتيوب، اذ أن اليوتيوب لا يوجد به خيارات لتحميل مقاطع الفيديو على الأجهزة لكن يمكن تحميلها من خلال برمجيات أو متصفحات تدعم تحميل هذه المقاطع على أجهزة الحواسيب الخاصة بالطلاب والمعلمين.
- يواجه المعلم مشكلة في تعليم الطلاب كيفية استخدام اليوتيوب في التعليم وهم بحاجة الى تفصيلات دقيقة توضح خطوات التسجيل والمشاهدة والتحميل والمشاركة والتقييم. (الدوسري 2022، ص 149).
- اهدار الوقت في اعداد أو ايجاد مقاطع الفيديو المناسبة.
- يمكن أن يواجه المعلمون والطلاب صعوبات في الاتصال بموقع الويب الخاص باليوتيوب.
- كذلك من أبرز التحديات وجود عدد من المشكلات التقنية ونقص التأمل في استخدام مقاطع الفيديو.
- وجود نقص في مهارات المعلمون الحاسوبية ورفضهم للتدريب من أجل أن يكونوا قادرين على توظيف اليوتيوب بفعالية في العملية التعليمية. (الشايح، 2018، ص 766).
- ضعف جودة الصوت والصورة، كثرة الاشهارات والاعلانات.
- انشغال التلاميذ بالمحتوى الترفيهي وعدم الانتباه والتركيز في الدروس
- إطالة الفيديوهات بالكلام الذي لا يفيد المضمون



4-4- التغلب على المعوقات التي تواجه استخدام اليوتيوب في المجال العلمي:

- خصصت شركة اليوتيوب موقعا خاصا لدعم التعليم حيث يتيح للطلبة الدخول الى مجموعة واسعة من مقاطع الفيديو التعليمية.
- أتاحت شركة اليوتيوب امكانية تسجيل المؤسسات التعليمية بها مجانا، وهذا تستفيد المؤسسات من مقاطع الفيديو المجانية عالية الجودة في بيئة يمكن التحكم بها.
- وكذلك وفرت امكانية الاستفادة من مئات قوائم التشغيل لمقاطع الفيديو التي تتوافق مع المعايير التعليمية الشائعة. (الدوسري، 2022، ص 150).
- يتعين على المؤسسات التعليمية اعداد مواد تعليمية عالية الجودة واتاحتها عبر الأنترنت للطلاب.
- انشاء مقاطع الفيديو الصغيرة ذات الجودة العالية والأكثر ارتباطا بالمحتوى الذي يدرسه وكذلك التي تستخدم لغة غير رسمية.
- يجب على المعلمين تخصيص وقت واستخدام مهارات التفكير الناقد في اختيار مقاطع الفيديو الأكثر ارتباطا بالمادة الدراسية. (الشايح 2018، ص 768).
- توفير نص ووصف كتابي للمحتوى.
- وضع أسئلة بعد اكمال الطالب للفيديو لاختبار فهمه للمحتوى.
- التأكد من صحة المعلومات المقدمة واستخدام مراجع علمية موثوقة.
- ألا يكون المحتوى المقدم مجرد تسجيل محاضرة تقليدية ولكن محتوى علمي يحاكي المهارات.
- استخدام تقنيات انتاج الفيديو المتقدمة المماثلة للمحاكاة. (ياسر هادي، <https://alfuraih.com/education>).

4-5 أشهر قنوات التعليم الثانوي في الجزائر:

من أشهر القنوات التعليمية التي يستخدمها التلاميذ في الطور الثانوي لمساعدتهم في فهم الدروس وتحسين المستوى العلمي والتحصيل الدراسي، ويزداد عدد المشتركين بازدياد المشاهدات والمحتويات الموضوعة والتي يحتاجها التلاميذ بكثرة، وقد تم اختيار هذه القنوات حسب عدد المشتركين فيها وعدد المشاهدات.

المواد	القنوات	عدد المشتركين	عدد الفيديوهات
الرياضيات	الاستاذ نور الدين	2,2 مليون	5 آلاف فيديو
	الأستاذ جوفر في الرياضيات	744 ألف	337 فيديو

الفصل الثاني: التعليم الثانوي عبر قنوات اليوتيوب التعليمية

439 فيديو	550 ألف مشترك	Mohammed El Amine Zedong	الفيزياء
281 فيديو	483 ألف مشترك	Amar Moulai	
252 فيديو	424 ألف مشترك	الأستاذ شاوش	العلوم الطبيعية
455 فيديو	418 ألف مشترك	الأستاذة كتفي شريف زينة	
292 فيديو	741 ألف مشترك	الأستاذ يحقون أسامة	الأدب العربي
613 فيديو	784 ألف مشترك	Cour Dz	
958 فيديو	357 ألف مشترك	إما أن أكون أو لا أكون Be or not to be	الإنجليزية
626 فيديو	859 ألف مشترك	الأستاذ بوسعادي	الشريعة الإسلامية
171 فيديو	182 ألف مشترك	قناة التجديد – الأستاذ سعدون شعيب	
280 فيديو	542 ألف مشترك	الأستاذ برنان	تاريخ وجغرافيا
297 فيديو	586 ألف مشترك	الأستاذ فنشوبه	
230 فيديو	475 ألف مشترك	أستاذ الفلسفة. خليل سعيداني	فلسفة
727 فيديو	227 ألف مشترك	موقع ابن فعالة للفلسفة	
140 فيديو	250 ألف مشترك	الأستاذ عبد الفتاح في مادة المحاسبة والاقتصاد	المحاسبة والاقتصاد
223 فيديو	43,6 ألف مشترك	الأستاذ فيلاي الهندسة المدنية	الهندسة المدنية
151 فيديو	25,9 ألف مشترك	العلامة الكاملة في الهندسة الكهربائية باك 2023	الهندسة الكهربائية
132 فيديو	33,7 ألف مشترك	هندسة ميكانيكية – تقني رياضي-	الهندسة الميكانيكية

المصدر: إعداد الطالب.

## الفصل الثالث: تحليل البيانات الميدانية

### 1-تفريغ وتحليل البيانات الميدانية

- 1-1 المحور الأول: البيانات الشخصية
- 2-1 المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام تلاميذ ثانوية فارس الطاهر لمنصة اليوتيوب.
- 3-1 المحور الثالث: دوافع استخدام تلاميذ ثانوية فارس الطاهر لمنصة اليوتيوب في المجال التعليمي.
- 4-1 المحور الرابع: الإشاعات المحققة من استخدام قنوات اليوتيوب التعليمية.
- 5-1 المحور الخامس: معوقات استخدام قنوات اليوتيوب التعليمية.

### 2-نتائج الدراسة

- 1-2 النتائج الجزئية للدراسة
- 2-2 النتائج العامة للدراسة

1- تفرغ البيانات وتحليلها

المحور الأول: البيانات السوسيو ديمغرافية

الجدول رقم (01): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

الجنس	التكرار	النسبة %
ذكر	17	30.90
أنثى	38	69.07
المجموع	55	100

يبين الجدول رقم (01): أفراد العينة حسب النوع، حيث بلغت نسبة الذكور 30.90% بينما قدرت نسبة الإناث ب 69.07 % نلاحظ أن هذه النسب متفاوتة منحت الأغلبية للإناث ويعود هذا الى تجاوز عدد الاناث لعدد الذكور في ثانوية فارس الطاهر.

الجدول رقم (02): يمثل توزيع أفراد العينة حسب مقترحات التخصص

الشعبة	التكرار	النسبة %
آداب	20	36.63
علوم	35	63.36
المجموع	55	100

يوضح الجدول رقم (02): توزيع أفراد العينة حسب الشعبة حيث توضح البيانات أن نسبة تلاميذ شعبة العلوم قدرت ب 63.36%، في المقابل قدرت نسبة شعبة الآداب ب 36.63%، نلاحظ من خلال هذه النتائج أن نسبة تلاميذ شعبة العلوم ضعف نسبة تلاميذ شعبة الآداب. وهذا راجع الى ميل التلاميذ الى شعبة العلوم أكثر بسبب شغف التلاميذ واهتمامهم بالمواد العلمية وكذا تعدد التخصصات في شعبة العلوم مقارنة مع شعبة الآداب.

المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام منصة اليوتيوب لدى تلاميذ ثانوية فارس الطاهر-بئر العاتر- في هذا المحور سنتعرف على عادات وأنماط استخدام تلاميذ ثانوية فارس الطاهر لمنصة اليوتيوب من خلال مجموعة من الأسئلة تتعلق ب:

الجدول رقم (03): يمثل متابعة المبحوثين لقنوات اليوتيوب

هل تتابع محتوى قنوات اليوتيوب؟	التكرار	النسبة %
دائما	18	32.72
أحيانا	27	49.09
نادرا	10	18.18
المجموع	55	100

يبين الجدول رقم (03): متابعة محتوى قنوات اليوتيوب حسب المبحوثين حيث تشير النتائج الى أن معظم أفراد العينة بنسبة 49.09% يتابعون محتوى قنوات اليوتيوب أحيانا، تليها نسبة الذين يتابعون المحتوى بصفة دائمة ب32.72%، وأخيرا نسبة المبحوثين الذين نادرا ما يتابعون محتوى قنوات اليوتيوب قدرت ب18.18%، ويمكن التفسير أن أغلبية المبحوثين يستخدمون اليوتيوب أحيانا إلى أنهم مرتبطون بدوام الدراسة في الثانوية وملزمون بإنجاز الواجبات المدرسية وحلول التمرينات، أما التلاميذ الذين يستخدمون اليوتيوب بصفة دائمة فهم مهتمون باليوتيوب كثيرا وهم من الجمهور النشط وهذا ما تبينه نظرية الاستخدامات والإشباع التي تؤكد على أن زيادة تعرض الجمهور بوجه عام لمضامين منصة اليوتيوب تعبر عن نشاط هذا الجمهور وقدرته على اختيار المعلومات التي تلي احتياجاته .

الجدول رقم (04): يوضح توزيع أفراد العينة حسب مدة متابعة منصة اليوتيوب

منذ متى وأنت تستخدم منصة اليوتيوب؟	التكرار	النسبة %
أقل من سنة	5	9.09
من سنة إلى سنتين	12	21.81
أكثر من سنتين	38	69.06
المجموع	55	100

## الفصل الثالث: تحليل البيانات الميدانية

يتضح من خلال الجدول رقم (04): بداية استخدام عينة الدراسة لمنصة اليوتيوب حيث أكد أغلب المبحوثين أنهم يستخدمون المنصة منذ أكثر من سنتين بنسبة 69,06% تليها في المرتبة الثانية نسبة الأفراد الذين يستخدمون المنصة من سنة إلى سنتين وقدرت بـ 21,81% في المرتبة الأخيرة تأتي فئة الأفراد الذين يستخدمون المنصة منذ أقل من سنة بنسبة 9,09% ويعود سبب استخدام أغلبية أفراد العينة للمنصة منذ أكثر من سنتين إلى اهتمامهم الكبير بمزايا وخدمات اليوتيوب فبالإضافة الى سهولة استخدامه ومجانيته فهو يساعد كثيرا التلاميذ في العملية التعليمية من خلال سهولة شرح الدروس وتوفير الحلول الجاهزة لتمارين المقررات الدراسية و في جميع المواد وكذلك الكثير من التمرينات وحلولها في مختلف المواد لتسهيل وتسريع الفهم أما بالنسبة للذين يستخدمون المنصة منذ أقل من سنة فذلك يعود إلى امتلاكهم للوسيلة مؤخرا واستخدامهم لمنصات تواصل أخرى لإشباع رغباتهم وعدم اهتمامهم الكبير بمنصة اليوتيوب..

### الجدول رقم (05): يوضح توزيع أفراد العينة حسب المدة الزمنية لتصفح منصة اليوتيوب

النسبة %	التكرار	المدة الزمنية التي تقضيها في تصفح منصة اليوتيوب
30.90	17	أقل من ساعة
29.09	16	من ساعة إلى ساعتين
7.27	04	من ساعتين إلى 3 ساعات
32.72	18	غير محدد
100	55	المجموع

يبين الجدول رقم (05) المدة التي يستغرقها التلاميذ لتصفح منصة اليوتيوب و تشير النتائج الى أن أغلبية أفراد العينة بنسبة 32,72% يستخدمون اليوتيوب بشكل غير محدود و هذا راجع الى توفر المنصة على العديد من الخدمات التي تلي احتياجات و اشباع المبحوثين و أن التلاميذ يستخدمون منصة اليوتيوب مدة زمنية قصيرة في وقت الدراسة بينما في أوقات الفراغ و العطل يستخدمونه مدة زمنية أطول بالإضافة إلى انتشار واتساع استخدام شبكة الانترنت التي تسهل الوصول الى هذه الخدمات بأكثر سرعة و يؤكد هذا التعرض الكثيف على نشاط الجمهور، حيث أن عنصر النشاط أو الفاعلية لدى المستخدمين يشير إلى الدوافع الأساسية والأذواق والاهتمامات التي يمكن أن تحدث في حالة التعرض لمنصة اليوتيوب، تليها بنسب متقاربة الأفراد الذين يستخدمون المنصة في أقل من ساعة بنسبة 30,90% الذين يستخدمونه من ساعة الى ساعتين قدرت بـ 29,09%، و يعود ذلك الى أنهم يلجؤون الى استخدام منصات تواصل أخرى بالإضافة الى اليوتيوب لإشباع

## الفصل الثالث: تحليل البيانات الميدانية

حاجاتهم الترفيهية كمتابعة الأفلام و سماع الموسيقى و التعليمية للحصول على المعلومات التي يريدونها. وأخيرا تأتي نسبة الأفراد الذين يستخدمون المنصة من ساعتين الى 3 ساعات والتي قدرت ب 27،07% وهذا راجع الى الاهتمام الكبير بمحتويات قنوات اليوتيوب من قبل هذه الفئة.

الجدول رقم (06): يمثل توزيع أفراد العينة حسب الأماكن المستخدمة لمتابعة منصة اليوتيوب

المكان الذي تفضل فيه متابعة محتوى منصة اليوتيوب	نعم		لا		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
في المنزل	55	100	0	0	55	100
في الثانوية	0	0	55	100	55	100
في مقهى الانترنت	0	0	55	100	55	100

يمثل الجدول رقم (06) الأماكن المفضلة لمتابعة محتوى منصة اليوتيوب حيث أجاب جميع المبحوثين على أنهم يفضلون متابعة المحتويات في المنزل بنسبة 100% ويرجع ذلك الى شعورهم بالراحة في المنزل بسبب عدم وجود التزامات وانشغالات وظيفية وتوفر الوقت الكافي لمشاهدة البرامج والفيديوهات المفضلة بالإضافة الى قوة تدفق الانترنت وخصوصية المشاهدة ورقابة الوالدين في عملية استخدام وسائل الاتصال ومتابعة المحتويات.

الجدول رقم (07): يمثل توزيع أفراد العينة حسب الوسيلة المستخدمة للولوج إلى منصة اليوتيوب

نوع الجهاز الذي تستخدمه للولوج إلى منصة اليوتيوب	نعم		لا		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
الهاتف الذكي	48	87.27	07	12.72	55	100
الحاسوب المحمول	04	7.27	51	92.73	55	100
الجهاز اللوحي	03	5.45	52	94.54	55	100
التلفزيون	01	1.81	54	98.18	55	100

يوضح الجدول رقم (07) الوسائل المستخدمة لتصفح منصة اليوتيوب حيث نلاحظ أن الهواتف الذكية هي أكثر الوسائل استخداما بنسبة تقدر ب 87،27% ثم يأتي الحاسوب المحمول و الجهاز اللوحي بنسب متقاربة تقدر ب 7،27% و 5،45% على التوالي و يعود سبب ارتفاع نسبة استخدام الهواتف الذكية الى الميزات التي يتميز بها و التي من بينها سهولة حمله و صغر حجمه سهولة استخدامه توفره على تطبيقات تسهل الولوج الى

## الفصل الثالث: تحليل البيانات الميدانية

مختلف المنصات و خاصة اليوتيوب كذلك لاحتوائه على شريحة الجيل الثالث و الجيل الرابع مما سهل إمكانية الوصول الى شبكة الانترنت في جميع الأماكن و الأوقات و تعود النسب الضئيلة لاستخدام باقي الأجهزة الى عدم امتلاكهم للهواتف الذكية و صعوبة استخدام و حمل هذه الأجهزة و التنقل بها من مكان الى آخر.

وتعتمد نظرية الاستخدامات والإشباع على افتراضات تتضمن أن أفراد الجمهور يستطيعون دائما تحديد حاجاتهم ودوافعهم وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع الحاجات وقد أكد كاتز وهو أحد رواد هذه النظرية أن استخدام وسائل الاتصال يتيح بصورة واضحة حينما نوجه اهتمامنا بما يفعله الجمهور بتلك الوسائل لا حينما نهتم بما تفعله وسائل الاتصال بالجمهور وبناء على ذلك يربط الجمهور الحقيقي الحاجات بالوسيلة الإعلامية التي اختارها ليرضي نسبة عالية من الإشباعات ( الطيب 2014، ص 145/146).

الجدول رقم (08): يوضح مع من يفضل أفراد العينة متابعة محتوى قنوات اليوتيوب.

المجموع		لا		نعم		مع من تفضل متابعة محتوى قنوات اليوتيوب؟
النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	
100	55	20	11	80	44	بمفردك
100	55	89.09	49	10.90	06	مع العائلة
100	55	89.09	49	10.90	06	مع الأصدقاء

من خلال الجدول رقم (08) والمتعلق بتفضيل التلاميذ لمتابعة محتويات قنوات اليوتيوب، نلاحظ أن أغلب المبحوثين يفضلون متابعة محتوى قنوات اليوتيوب بمفردهم بنسبة 80% ما يعادل (44 مبحوث) و يعود ذلك الى أن كل فرد يحب متابعة و اختيار المضامين التي تلي احتياجاته دون مشاركتها مع غيره و تأتي نسبة التلاميذ الذين يفضلون متابعة محتوى قنوات اليوتيوب مع العائلة و كذلك الذين يفضلون متابعتها مع الأصدقاء و لهما نفس النسبة قدرت ب 10،90% بمقابل (06 مبحوثين) و يعود ذلك الى رغبة التلاميذ في مشاركة و تبادل الآراء و الأفكار و المعلومات و مناقشة مضمون القنوات مع الأصدقاء و كذلك يعود سبب انخفاض نسبة المتابعة مع العائلة الى اختلاف اهتماماتهم بالمضامين المتاحة و اختلاف أوقات فراغهم و أيضا التفضيلات الشخصية فكل فرد من العائلة لديه مضامين مفضلة.



الجدول رقم (09): يوضح توزيع المبحوثين حسب اللغة المستخدمة عند مشاهدة قنوات اليوتيوب

المجموع		لا		نعم		اللغة التي تستخدمها عند مشاهدة قنوات اليوتيوب
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
100	55	23.63	13	76.36	42	العربية
100	55	78.72	40	27.27	15	الإنجليزية
100	55	92.72	51	7.27	04	الفرنسية
100	55	90.90	50	9.09	05	العامية الدارجة
100	55	92.72	51	7.27	04	أخرى تذكر

يوضح الجدول رقم (09) اللغة التي يستخدمها التلاميذ عند مشاهدة قنوات اليوتيوب حيث تختلف اللغة المستخدمة من فرد لآخر حسب طبيعة المحتوى المراد متابعته و تشير الاحصائيات أن أغلبية المبحوثين يستخدمون اللغة العربية عند مشاهدة مضامين القنوات بنسبة تقدر ب 76,36% و يعود ذلك الى كون اللغة العربية هي اللغة الرسمية و الأولى المستخدمة في الجزائر تليها نسبة التلاميذ الذين يستخدمون اللغة الإنجليزية بنسبة 27,27% و يعود ذلك الى أن اللغة الإنجليزية هي لغة عالمية و اللغة الأكثر استخداما في الدول و تليها اللهجة العامية الدارجة بنسبة 9,09% و يعود ذلك الى تعدد اللهجات و اختلافها في مختلف مناطق و ولايات الجزائر ثم اللغة الفرنسية في اللغة الأقل استخداما و قدرت نسبة استخدامها ب 7,27% و قد أفادنا المبحوثين أنهم يستخدمون لغات أخرى إضافة الى هاته اللغات لمتابعة مضامين قنوات اليوتيوب مثل : اللغة اليابانية الروسية...و ذلك بنسبة قدرت ب 7,27% و يعود ذلك الى توفر محتويات مفيدة بلغات أجنبية و الرغبة في التعرف على لغات جديد.

الجدول رقم (10): يمثل توزيع المبحوثين حسب الاشتراك في قنوات اليوتيوب

النسبة %	التكرار	تقوم بالاشتراك في قنوات اليوتيوب
21.81	12	دائما
45.45	25	أحيانا
32.72	18	نادرا
100	55	المجموع

يوضح الجدول رقم (10) نسب درجات اشتراك المبحوثين في قنوات اليوتيوب حيث تشير النتائج الى أن أغلبية أفراد العينة يشتركون أحيانا في قنوات اليوتيوب بنسبة 45,45% تلتها في المرتبة الثانية نسبة المبحوثين الذين

## الفصل الثالث: تحليل البيانات الميدانية

نادرا ما يقومون بالاشتراك بنسبة 32,72% و أخيرا فئة التلاميذ الذين يقومون بالاشتراك دائما في قنوات اليوتيوب بنسبة 21,81%، و تفسر هذه البيانات أن التباين في درجات الاشتراك في القنوات يعتمد على عدة عوامل حيث يلجأ المبحوثين الى الاشتراك بصفة دائمة أو أحيانا و ذلك بسبب اهتمامهم بالقناة و الاعجاب بأسلوب صاحبها في طريقة عرضه للمحتوى كذلك بسبب رغبة هذه الفئة في الحصول على الأخبار و المعلومات الجديدة و المبتكرة أما المبحوثين الذين نادرا ما يشتركون في قنوات اليوتيوب ذلك بسبب عدم اهتمامهم بكل محتويات القناة و عدم الاعتماد على اليوتيوب كمصدر أساسي للمعلومات .

الجدول رقم (11): يمثل توزيع أفراد العينة حسب نوعية المحتوى المتابع على قنوات اليوتيوب

المجموع		لا		نعم		نوعية المحتوى الذي يتابعه على قنوات اليوتيوب
النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	
100	55	63.63	35	36.36	20	وطني
100	55	43.63	24	56.36	31	عربي
100	55	63.63	35	36.36	20	أجنبي
100	55	96,36	53	3.63	02	أخرى تذكر

يمثل الجدول رقم (11) نوعية المحتوى الذي يتابعه أفراد العينة على قنوات اليوتيوب حيث يفضل جل المبحوثين متابعة المحتويات العربية بنسبة 56,36%، تلتها نفس النسب للمحتويات الوطنية و الأجنبية بنسبة تقدر ب 36,36% و ينطبق هذا مع نظرية الاستخدامات والإشباعات حيث ينتقي الأفراد الوسائل التي يتعرضون لها و كذلك المضمون الذي يشبع رغباتهم و حاجاتهم النفسية و الاجتماعية عبر قنوات المعلومات والترفيه المتوفرة ( الطيب، 2014، ص 145) و يتجسد هذا في كون المبحوثين اختاروا نوعية المحتوى التي تلي إشباعاتهم و تحقق رغباتهم.

الجدول رقم (12): يمثل توزيع المبحوثين حسب التفاعل مع محتوى قنوات اليوتيوب

التفاعل مع محتوى قنوات اليوتيوب	التكرار	النسبة %
نعم	43	78.18
لا	12	21.81
المجموع	55	100

يوضح الجدول رقم (12) تفاعل المبحوثين مع محتوى قنوات اليوتيوب توضح المعطيات الواردة في الجدول أعلاه أن 43 من المبحوثين ما يقدر بنسبة 78.18% يتفاعلون مع محتوى القنوات بينما أجاب 12 مبحوث بأنهم لا يتفاعلون وذلك بنسبة 21.81% وهذا ما يتوافق مع نظرية الاستخدامات والإشباع التي تؤكد أن الجماهير ليست مجرد مستقبلين سلبيين لرسائل الاتصال الجماهيري (مكاوي 1998، ص 240) بل هو جمهور إيجابي نشط يقوم باختيار المضامين والتي تشبع حاجاته ويتفاعل معها.

الجدول رقم (13): يمثل توزيع أفراد العينة حسب طبيعة التفاعل مع محتويات الفيديوها

طبيعة التفاعل	نعم		لا		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
الإعجاب	32	58.18	23	41.81	55	100
التعليق	14	25.45	41	74.54	55	100
المشاركة	06	10.90	49	89.09	55	100
الاشتراك في القناة	10	18.18	45	81.81	55	100
المشاهدة فقط	07	12.72	48	87.27	55	100

الجدول رقم (13): يوضح هذا الجدول طبيعة التفاعل في حالة الإجابة بنعم حيث أجاب أغلب المبحوثين على أنهم يتفاعلون عن طريق الإعجاب بنسبة 58.18% وهي أعلى نسبة في الجدول، تليها نسبة التفاعل عن طريق التعليق حيث قدرت ب 25.45%، ثم الاشتراك بنسبة 18.18% وبعدها المشاركة بنسبة، 12.72% وأخيرا المشاهدة فقط بنسبة 10.90%.

و تشير هذه النتائج على أن الاعجاب يستحوذ على المرتبة الأولى للتفاعل و هذا يعبر عن اعجاب المبحوثين بالمحتوى و الرغبة في دعم صاحب القناة لمواصلة تقديم فيديوها مناسبة لهم بينما التعليق يستخدم من أجل الاستفسارات أو التعبير عن الرأي أو لتصحيح خطأ ورد في الفيديو أو لتقديم وجهة نظر أو انتقاد... أما بالنسبة للاشتراك في القناة يدل على رغبة المبحوثين في الحصول على المزيد من المعلومات الجديدة و الحصرية

## الفصل الثالث: تحليل البيانات الميدانية

من تلك القناة أما المشاركة فتستخدم بغرض مشاركة المحتويات مع الأصدقاء أو العائلة لتبادل الآراء معهم و مناقشة المحتوى و مع الزملاء لتبادل الدروس و حلول التمرينات و مقترحات التمرينات.

الجدول رقم (14): توزيع أفراد العينة حسب كيفية التفاعل مع المحتويات الغير لائقة في منصة اليوتيوب

المجموع		لا		نعم		في حالة وجود محتوى غير لائق
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
100	55	83.63	46	16.36	09	التبليغ عن المحتوى
100	55	100	55	00	00	التعليق عن المحتوى
100	55	47.27	26	52.72	29	حذف المحتوى
100	55	58.18	32	41.81	23	لا أتفاعل
100	55	98.18	54	1.18	01	أخرى تذكر

يوضح الجدول رقم (14): كيفية تفاعل التلاميذ مع المحتوى غير اللائق على منصة اليوتيوب من خلال الجدول أعلاه يتضح أن أغلبية أفراد العينة يتفاعلون مع المحتوى غير اللائق عن طريق حذف المحتوى بنسبة 52.72% خاصة فيما يتعلق بالموضوعات غير الأخلاقية والاشهارات و الإعلانات غير المهمة ويعود ذلك لتعارض المحتوى مع القيم و المعايير العامة ، تليها نسبة 41.81% الذين لا يتفاعلون مع المحتوى و السبب في ذلك التعرض لخطر الانتهاكات الشخصية و نشر المعلومات الخاصة، و أخيرا التبليغ عن المحتوى بنسبة 16.36% و يعود ذلك لمحاولة المساهمة في تحسين جودة المضامين و اتخاذ الإجراءات اللازمة من قبل فريق يوتيوب لاتخاذ الإجراءات اللازمة في حين لم تشر النتائج الى التفاعل مع المحتوى عن طريق التعليق.

الجدول رقم (15): توزيع المبحوثين حسب الرغبة في انشاء قناة على اليوتيوب

النسبة %	التكرار	هل تفضل إنشاء قناة خاصة بك؟
23.63	13	نعم
76.36	42	لا
100	55	المجموع

يوضح الجدول رقم (15) رغبة التلاميذ في انشاء قناة على منصة اليوتيوب حيث يتضح أن معظم المبحوثين ليست لديهم الرغبة في انشاء قناة خاصة بهم بنسبة 76.36%، ويمكن تفسير عزوف أغلبية المبحوثين عن

## الفصل الثالث: تحليل البيانات الميدانية

إنشاء قناة بسبب التزاماتهم اليومية وعدم توفر الوقت الكافي لإنشاء المحتويات، كذلك عدم معرفتهم لتقنيات التصوير والمونتاج، عدم وفرة الإمكانيات الملائمة وعدم فهم كيفية فتح قناة يوتيوب وفق ماعدا تقتضيه الشروط والتراخيص القانونية لهذه المنصة.

بينما يحاول بعض التلاميذ بنسبة 23.63% إنشاء قنوات يوتيوب خاصة، وذلك بهدف إفادة غيرهم من التلاميذ بمختلف المعلومات وكذلك الاستفادة من الأرباح المادية عند نجاح القناة.

المحور الثاني: دوافع استخدام منصة اليوتيوب في المجال التعليمي لدى تلاميذ ثانوية فارس الطاهر.

الجدول رقم (16): توزيع أفراد العينة حسب دوافع استخدامهم منصة اليوتيوب في المجال التعليمي

المجموع		لا		نعم		ما الذي يدفعك لاستخدام منصة اليوتيوب في المجال التعليمي؟
النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	
100	55	52.72	29	47.27	26	رفع مستويات الدراسي
100	55	56.36	31	43.63	24	تسهيل استيعابك للدروس
100	55	65.36	36	34.54	19	حل التمرينات
100	55	98.18	54	1.81	01	أخرى تذكر

يوضح الجدول رقم (16) دوافع استخدام التلاميذ لمنصة اليوتيوب في المجال التعليمي، فمن خلال المعطيات الواردة يتضح أن رفع المستوى الدراسي هو أهم دافع لاستخدام المنصة لدى المبحوثين بنسبة 47.27%، يليها دافع تسهيل استيعاب الدروس بنسبة 43.63%، كما تستخدم لحل التمرينات بنسبة 34.54%، كما أفادتنا بنسبة 1.81% من المبحوثين ما يمثل 01 تلميذ أنه يستخدم منصة اليوتيوب من أجل إثراء الرصيد المعرفي، ويفسر هذا أن التلاميذ يسعون من خلال المنصة إلى استيعاب الدروس وتوضيح بعض الأمور التي يصعب شرحها، حيث أن هناك قنوات تقوم بتقديم الدروس بأسلوب سهل وشيق، وشرح طرق حل التمرينات التي يواجه فيها التلاميذ الصعوبات، وكذا من أجل تنمية مهاراتهم وزيادة مدركاتهم المعرفية.

وقد صنف روبن دوافع الاستخدام إلى استخدام إلى دافع منفعية ودوافع طقوسية، وتنتهي هذه الدوافع إلى الدوافع المنفعية التي تستهدف التعرف على الذات، واكتساب المعرفة والمعلومات والخبرات وجميع أشكال التعلم بوجه عام التي تعكسها البرامج التعليمية والثقافية (المكاوي، 1998، ص 247).

الجدول رقم (17): توزيع أفراد العينة حسب إمكانية مشاركة مقاطع الفيديو التعليمية مع الزملاء

النسبة %	التكرار	مشاركة مقاطع فيديو تعليمية مع الزملاء
47.27	26	نعم
52.72	29	لا
100	55	المجموع

يوضح الجدول رقم (17) ما إذا كان المبحوثين يشاركون مقاطع الفيديوهات التعليمية مع زملائهم، حيث يتبين أن 47.27% من المبحوثين يقومون بالمشاركة، بينما 52.72% من الأفراد المبحوثين لا يشاركون المقاطع مع زملائهم. ونلاحظ أن نسبة التلاميذ الذين لا يشاركون المقاطع مع زملائهم أكثر من نسبة الذين يقومون بالمشاركة وهذا راجع إلى عدم ثقتهم في مصدر الفيديوهات، كذا خوف التلاميذ من انتقادات زملائهم عند مشاركتهم فيديوهات ذات قيمة علمية ضعيفة، كذلك بسبب ضعف تدفق الانترنت مما يعيق عملية وصول الفيديو، بالإضافة إلى اختلاف الاهتمامات والميولات مع الزملاء، حيث أن لكل فرد اهتمامات وميولات ورغبات يريد أن يشبعها، وعلى هذا الأساس يقوم باختيار الرسائل والمضامين، فالأفراد هم الذين يستخدمون الوسيلة وليست الوسيلة التي تستخدمهم

الجدول رقم (18): توزيع أفراد العينة حسب دوافع مشاركتهم لمقاطع الفيديو التعليمية مع زملائهم

المجموع		لا		نعم		عند الإجابة ب " نعم " هل يرجع ذلك إلى؟
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
100	26	88.46	23	11.53	03	ضعف استيعاب الدروس في القسم
100	26	84.61	22	15.38	04	كثرة الغيابات عن صفوف الدراسة
100	26	11.53	03	88.46	23	من أجل الحصول على معلومات أكثر

يبين الجدول رقم (18) أسباب إجابة المبحوثين بنعم، حيث تشير النتائج إلى أن أغلبية المبحوثين يلجؤون إلى استخدام القنوات التعليمية من أجل الحصول على المعلومات، وكان نسبتهم 88.46% وهذا ما يفسر لنا دور

## الفصل الثالث: تحليل البيانات الميدانية

اليوتيوب وأهميته في تزويد التلاميذ بالمعلومات سواء كانت ضمن تخصصهم الدراسي ، أو معلومات لإثراء رصيدهم المعرفي ، بينما تلجأ نسبة 15.38% من المبحوثين إلى استخدام القنوات التعليمية بسبب كثرة الغيابات عن صفوف الدراسة ، حيث يمكن لتلاميذ استخدام هذه القنوات لتدارك ما فاتته من الدروس بسبب ظروف منعتهم من حضور الحصة ، وهذه النسبة متقاربة للعينة التي تلجأ لليوتيوب بسبب ضعف استيعاب الدروس في القسم بنسبة 11.53% نتيجة كثرة التشويش ، و ضعف الذاكرة ، و عدم الانتباه.

الجدول رقم (19): يمثل توزيع أفراد العينة حسب أهمية استخدام التلاميذ لليوتيوب في المجال التعليمي

المجموع		لا		نعم		أهمية استخدام اليوتيوب في المجال التعليمي تكمن في
النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	
100	55	74.54	41	25.45	14	توفير مصادر المعلومات الصحيحة
100	55	78.18	43	21.81	12	مشاركة مقاطع الفيديو التعليمية مع الزملاء
100	55	30.90	17	69.09	38	سهولة شرح الدروس
100	55	72.72	40	27.27	15	تقديم الدروس التعليمية بطرق مبتكرة
100	55	98.18	54	1.81	01	أخرى تذكر

يمثل الجدول رقم (19) أهمية استخدام اليوتيوب في المجال التعليمي بالنسبة للتلاميذ، ومن خلال المعطيات الواردة يتضح أن سهولة شرح الدروس هي أولى اهتمامات المبحوثين وذلك بنسبة 69.07% ، حيث يوجد على المنصة العديد من القنوات التعليمية التي تقدم الدروس بأساليب سهلة ومبسطة ، وبشكل ممتع مما يسهل على التلاميذ فهم واستيعاب الدروس وتحسين مستواهم الدراسي ، فيما تقاربت اهتمامات أفراد العينة في استخدام اليوتيوب لأغراض تعليمية بين تقديم الدروس بطريقة مبتكرة بنسبة 27.27% وتوفير مصادر المعلومات الصحيحة بنسبة 25.45% ، ومشاركة مقاطع الفيديو مع الزملاء بنسبة 21.81% . وهذه النتائج تبين لنا الأهمية البالغة لليوتيوب في اشباع الحاجات وحل المشكلات التي تتولد نتيجة دوافع التلاميذ من الاستخدام.

الجدول رقم (20): يمثل توزيع المبحوثين حسب دوافع استعانة التلاميذ بالفيديوهات التعليمية.

المجموع		لا		نعم		الاستعانة بالفيديوهات التعليمية من أجل
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
100	55	41.81	23	58.18	32	شرح بعض الأمور التي لم تستوعبها أثناء الدرس
100	55	65.45	36	34.54	19	حل التمرينات التي تواجه فيها الصعوبات
100	55	65.45	36	34.54	19	إنجاز البحوث
100	55	74.59	41	25.45	14	إنجاز الواجبات المدرسية
100	55	74.59	41	25.45	14	إيجاد طرق مختلفة لترسيخ المعلومات وحفظها بشكل أفضل
100	55	96.63	53	3.63	02	أخرى تذكر

يبين الجدول رقم (20): دوافع استعانة المبحوثين بالفيديوهات التعليمية، حيث نلاحظ انهم يستعينون بالفيديوهات التعليمية من أجل شرح بعض الأمور التي لم تستوعب أثناء الدرس بنسبة 58,18%، ويعود سبب ذلك للشرح المفصل والتوضيح والتفسير للأفكار بشكل مبسط و مباشر وكذلك التنوع في الطرق والأساليب المستخدمة في شرح المفاهيم والمواضيع، و تلمها نسبة حل التمرينات التي يواجهون فيها الصعوبات قدرت ب 34,54% وكذلك إنجاز البحوث بنفس النسبة، والسبب في ذلك يعود إلى الشرح المفصل للخطوات اللازمة لحل التمرين، واستخدام الرسوم والبيانات لتوضيح المفاهيم والأفكار المرتبطة بالتمرين، وتقديم أمثلة توضح كيفية الحل، توفر بعض الفيديوهات على المصادر الموثوقة للمعلومات الأساسية لإنجاز البحث، وشرح المفاهيم والمبادئ الضرورية في البحث، واستعراض بعض الأبحاث السابقة وكذلك إعطاء توجيهات ونصائح حول طريقة إنجاز البحث، ثم تأتي نسبي إنجاز الواجبات المدرسية وإيجاد طرق مختلفة لترسيخ المعلومات وحفظها بشكل أفضل قدرت ب 25,45% ويرجع ذلك إلى شرح مباشر للمفاهيم والمواضيع المتعلقة بإنجاز الواجبات، وإتاحة أمثلة تطبيقية تساعد على فهم كيفية إنجاز الواجبات المدرسية، وكذلك توفر مصادر إضافية توضح أكثر من طريقة لإنجاز الواجبات و ترسيخ المعلومات و حفظها، توفير رسومات و بيانات تسهل ترسيخ المعلومات وحفظها، وتكرار المشاهدة في أي وقت يسهل الاستيعاب و الفهم.



الجدول رقم (21): يمثل توزيع أفراد العينة حسب دوافع متابعتهم لقنوات اليوتيوب التعليمية

المجموع		لا		نعم		ما الذي يجذبك لمتابعة قنوات اليوتيوب التعليمية؟
النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	
100	55	41.81	23	58.18	32	توفرها على محاضرات تساعد على فهم الدروس
100	55	80	44	20	11	ملتقيات تخدم المجال الدراسي
100	55	65.45	36	34.54	19	تعلم لغات أجنبية
100	55	80	44	20	11	مستجدات علمية
100	55	76.36	42	23.63	13	التطورات والتجارب التكنولوجية العلمية
100	55	96.63	53	3.63	02	أخرى تذكر

يوضح الجدول رقم (21): دوافع انجذاب التلاميذ لمتابعة قنوات اليوتيوب التعليمية ، حيث نلاحظ أن أغلبية المبحوثين بنسبة 58.18% تنجذب إلى قنوات اليوتيوب التعليمية بسبب توفرها على محاضرات تساعد على فهم الدروس ، وهذا ما يفسر أن قنوات اليوتيوب التعليمية تقوم بعرض وشرح الدروس بطريقة مبتكرة وجذابة مما تؤدي إلى استقطاب التلاميذ ومساعدتهم على فهم واستيعاب الدروس بشكل أفضل ، تليها نسبة تعلم لغات أجنبية قدرت ب 34.54% ، حيث توفر قنوات اليوتيوب دورات مجانية لتعليم اللغات المختلفة ، كما يتيح اليوتيوب إمكانية تعلم اللغات من مصدرها الحقيقي ومن متحدثها الأصليين ، الأمر الذي يزيد من نسبة إتقان المتعلمين للغات الأجنبية (فليح، العطيات، 2018 ، ص 09) ، كما تليها نسبة انجذاب العينة إلى القنوات بدافع التطورات و التجارب التكنولوجية العلمية بنسبة 23.63%، بسبب تعذر تطبيقها في المختبر حفاظا على سلامة الطلبة أو لحاجتها لمدة زمنية لتنفيذها (فليح، العطيات، 2018، ص 09)، وأخيرا نسبة 20% لكل من توفرها على ملتقيات تخدم المجال الدراسي، و مستجدات علمية ، كما أفادنا بعض المبحوثين بنسبة 3.63% بدوافع أخرى لانجذابهم للقنوات تتمثل في توفرها على قنوات لشرح جميع محتويات الكتب المدرسية بالتفصيل و شرح مختلف الدروس و كيفية الإجابة على مختلف الامتحانات و الواجبات المدرسية.

المحور الرابع: الإشباعات المحققة من استخدام قنوات اليوتيوب التعليمية لدى تلاميذ ثانوية فارس الطاهر

الجدول رقم (22): يمثل توزيع أفراد العينة حسب مساهمة قنوات اليوتيوب التعليمية في فهمهم للدروس

النسبة %	التكرار	مساهمة قنوات اليوتيوب التعليمية في فهم الدروس
47.27	26	دائما
50.90	28	أحيانا
1.81	01	نادرا
100	55	المجموع

يوضح الجدول رقم (22): مساهمة قنوات اليوتيوب التعليمية في فهم الدروس. حيث تشير النتائج إلى أن قنوات اليوتيوب التعليمية تساهم أحيانا بنسبة 50.09% في فهم واستيعاب الدروس، وهي النسبة الأعلى في الجدول، وتساهم دائما بنسبة 47.27%، ونلاحظ أن هذه النسب متقاربة وهذا راجع إلى أن قنوات اليوتيوب التعليمية توفر الدروس والمعلومات، وتقوم بالشرح بأسلوب مبسط، كما تقوم بتسهيل وتوضيح الصعوبات التي تواجههم في الفهم. وقدرت نسبة المبحوثين الذين نادرا ما تساهم قنوات اليوتيوب في فهمهم للدروس 1.81% وهذا راجع إلى فهم التلاميذ دون الحاجة إلى شرح للدروس خارج مجال القسم.

الجدول رقم (23): يمثل توزيع المبحوثين حسب الإشباعات المحققة من اليوتيوب دون اللجوء لمنصات التواصل الأخرى

النسبة %	التكرار	هل يلبي لك اليوتيوب إشباعتك دون اللجوء إلى منصات تواصل أخرى
25.45	14	دائما
69.09	38	أحيانا
5.45	03	نادرا
100	55	المجموع

## الفصل الثالث: تحليل البيانات الميدانية

وضح الجدول رقم (23): الإشباعات المحققة دون اللجوء إلى منصات تواصل أخرى. فمن خلال تصفح المعطيات الواردة في الجدول يتضح أن أغلبية الباحثين يلجؤون أحيانا إلى اليوتيوب فقط دون غيره من المنصات الأخرى بنسبة 69.09%، كما يستعين بنسبة 25.45% من الباحثين باليوتيوب فقط، وأخيرا نسبة الذين نادرا ما يلجؤون لمنصة اليوتيوب فقط دون غيره المقدرة ب 5.45%.

وهذا ما يفسر أن اليوتيوب يلبي للباحثين معظم احتياجاتهم ويشبع رغبتهم المعرفية في الحصول على الكم المناسب من المعلومات والدروس والمحاضرات دون اللجوء إلى منصات أخرى، حيث يوفر اليوتيوب محتوى هادف ومتنوع، وبفضل ميزاته كسهولة استخدامه ومجانيته جعله الخيار الأول للباحثين.

الجدول رقم (24): يمثل توزيع الباحثين حسب الإشباعات المعرفية المحققة عند استخدامهم لقنوات اليوتيوب

المجموع		لا		نعم		ماهي الإشباعات المعرفية المحققة عند استخدامك لقنوات اليوتيوب؟
النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	
100	55	50.90	28	49.09	27	تزويد الرصيد المعرفي
100	55	74.54	41	25.45	14	انجاز البحوث
100	55	45.45	25	54.54	30	الحصول على معلومات جديدة في مجال الدراسة
100	55	98.18	43	21.81	12	حلول تمارينات المقرر الدراسي
100	55	98.18	54	1.81	01	أخرى تذكر

يوضح الجدول رقم (24): يمثل توزيع الباحثين حسب الإشباعات المعرفية التي يرغبون في تحقيقها عند استخدام قنوات اليوتيوب التعليمية ، حيث تشير البيانات الواردة في الجدول أن الحصول على معلومات جديدة في مجال الدراسة من أهم الإشباعات المعرفية المحققة من استخدام قنوات اليوتيوب التعليمية ، و قد عبر عن هذا 54.54% من الباحثين ، وهذه نسبة متقاربة للفئة التي اختارت تزويد الرصيد المعرفي بنسبة 49.09% ويعود ذلك إلى توفر منصة اليوتيوب على الكثير من قنوات اليوتيوب التعليمية في مختلف المجالات و التخصصات التي يمكن الاستفادة منها ، والتي تشبع حاجاتهم المعرفية . بينما يرى 25،45% من أفراد العينة أن اليوتيوب يحقق إشباعاتهم في انجاز البحوث، من خلال توفر قنواته على معلومات مختلفة تخدم بحوثهم،

## الفصل الثالث: تحليل البيانات الميدانية

وأخيرا حلول تمارينات المقرر الدراسي بنسبة 21.81% وذلك راجع إلى إيجاد هذه الفئة في القنوات التعليمية طرق سهلة وبسيطة لحلول التمارينات.

الجدول رقم (25): يمثل توزيع المبحوثين حسب الإشباعات النفسية المحققة عند استخدام قنوات اليوتيوب التعليمية

المجموع		لا		نعم		ماهي الإشباعات النفسية المحققة عند استخدامك لقنوات اليوتيوب التعليمية؟
النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	
100	55	49.09	27	50.90	28	التحفيز على المثابرة والتركيز
100	55	72.72	40	27.27	15	الاهتمام والانتباه
100	55	49.09	27	50.90	28	الإبداع وتطوير مهارات التفكير
100	55	72.72	40	27.27	15	تعزيز الثقة بالنفس

يوضح الجدول رقم (25): الإشباعات النفسية المحققة عند استخدام قنوات اليوتيوب.

تؤدي العوامل النفسية في بعض الأحيان إلى وجود حوافز أو دوافع معينة بحاجة إلى الاشباع وبالتالي تحدد العديد من الاستخدامات لوسائل الإعلام (العبد، عاطف العبد، 2011، ص 305).

ومن خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن أهم الإشباعات النفسية المحققة عند استخدام اليوتيوب تتمثل في التحفيز على المثابرة والتركيز بنسبة 50.90%، وكذلك الإبداع وتطوير مهارات التفكير بنفس النسبة، تليها نفس النسب لكل من تعزيز الثقة بالنفس والاهتمام والانتباه وتقدر ب 27.27%.

وبهذا نقول إن المبحوثين يلجؤون إلى قنوات اليوتيوب التعليمية من أجل مساعدتهم على زيادة المثابرة عن طريق تقديم محتويات تعليمية هادفة، تتوفر على الشرح بأسلوب واضح وشيق يجذب انتباههم، كما يساهم اليوتيوب في تنمية الإبداع وتشجيع المواهب وتعلم مهارات جديدة.

وهذا ما يتوافق مع نظرية الاستخدامات والإشباعات التي تقوم على افتراض أن الأفراد المختلفين يختارون لأنفسهم مضامين إعلامية مختلفة وفقا للفروق النفسية بينهم، حيث تعد الظروف النفسية لأفراد الجمهور

بمثابة مشكلات تواجههم، وتحقق منصة اليوتيوب الحل لهذه المشكلات. (العبد، عاطف العبد، 2011، ص 305).

الجدول رقم (26): يمثل توزيع المبحوثين حسب الإشباعات الاجتماعية المحققة عند استخدامهم لقنوات اليوتيوب التعليمية

المجموع		لا		نعم		ماهي الإشباعات الاجتماعية المحققة عند استخدامك لقنوات اليوتيوب التعليمية؟
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
100	55	54.54	30	45.45	25	تحسين العلاقات الاجتماعية بين المتعلمين والمعلمين
100	55	76.36	42	23.63	13	تعاون التلاميذ مع بعضهم لتحقيق الأهداف الأكاديمية
100	55	81.81	45	18.18	10	تعلم كيفية التعامل مع الآخرين
100	55	81.81	45	18.18	10	تعلم كيفية التواصل مع الآخرين
100	55	69.09	38	30.90	17	تعلم كيفية التفاعل الاجتماعي مع الآخرين

يوضح الجدول أعلاه (26) يمثل توزيع أفراد العينة حسب الإشباعات الاجتماعية المحققة عند استخدامهم لقنوات اليوتيوب التعليمية.

لا يتعامل أفراد الجمهور مع منصات التواصل الاجتماعي باعتبارهم أفراد معزولين عن واقعهم الاجتماعي، وإنما باعتبارهم أعضاء في جماعات اجتماعية (العبد، عاطف العبد، 2011، ص 304).

ونلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية أفراد العينة يسعون إلى تحسين العلاقات الاجتماعية بين المتعلمين والمعلمين بنسبة 45.45%، تليها تعلم كيفية التفاعل الاجتماعي مع الآخرين بنسبة 30.90%، ثم نسبة تعاون التلاميذ مع بعضهم لتحقيق الأهداف الأكاديمية حيث قدرت ب 23.63%، تليها تعلم كيفية التعامل مع الآخرين بنسبة 18.18%.

## الفصل الثالث: تحليل البيانات الميدانية

ومن هنا نلخص القول إن التلاميذ يتوجهون نحو المضامين التي تساعد في تحسين علاقاتهم مع معلمهم وكسبهم، والاندماج في المجتمع من خلال إنشاء مجتمعات على منصات التواصل الاجتماعي، ومشاركة النصائح والإرشادات والخبرات والأفكار بين التلاميذ لتحقيق الأهداف المشتركة وكذلك مشاركة الأسئلة والاستفسارات والمناقشات في مجتمعات القنوات التعليمية، وكيفية التفاعل من خلال إضافة تعليقات وإعجابات ومشاركات للفيديوهات التعليمية.

الجدول رقم (27): يوضح توزيع أفراد العينة حسب درجة الاستفادة من قنوات اليوتيوب التعليمية

النسبة %	التكرار	درجة الاستفادة من قنوات اليوتيوب التعليمية
38.18	21	عالية
60	33	متوسطة
1.81	01	منخفضة
100	55	المجموع

يوضح الجدول رقم (27): درجة استفادة تلاميذ ثانوية فارس الطاهر من قنوات اليوتيوب التعليمية، حيث نلاحظ أن أغلبية المبحوثين يستفيدون من قنوات اليوتيوب التعليمية بدرجة متوسطة بنسبة 60%. وذلك بسبب صعوبة الدروس وعدم استيعابها بكل كلي، نتيجة عدم التوفيق في اختيار الفيديوهات المناسبة وضعف الاتصال بشبكة الإنترنت، في حين أن 18.38% من المبحوثين يستفيدون من قنوات اليوتيوب بدرجة عالية، ويرجع هذا إلى توفر المنصة على العديد من الفيديوهات التعليمية التي تلي احتياجات المبحوثين وتحقق إشباعهم المعرفية. وأشار بنسبة 1.81% من إجمالي المبحوثين أن الاستفادة من القنوات التعليمية بدرجة منخفضة ويعود ذلك إلى عدم اعتماده على القنوات التعليمية في فهم واستيعاب الدروس.

الجدول رقم (28): يمثل توزيع أفراد المبحوثين حسب درجة تلبية قنوات اليوتيوب التعليمية لحاجاتهم

النسبة %	التكرار	درجة تلبية قنوات اليوتيوب التعليمية لحاجاتك
40	22	عالية
56.63	31	متوسطة
3.63	02	منخفضة
100	55	المجموع

يوضح الجدول رقم (28) درجة تلبية قنوات اليوتيوب التعليمية لحاجات التلاميذ في ثانوية فارس الطاهر-بئر العاتر- ، حيث تبين النتائج أن أغلبية المبحوثين تلي لهم القنوات حاجاتهم بدرجة متوسطة بنسبة 63,56%، ويعود ذلك إلى حاجة التلاميذ إلى مصادر تعليمية سهلة تلي متطلباتهم ، ومتاحة لهم في جميع الأوقات و الأماكن ، تليها نسبة تلبية القنوات لحاجات التلاميذ بدرجة عالية تقدر ب 40% ويعود ذلك إلى تقديم الفيديوهات بطرق ممتعة و مشوقة تجذب التلاميذ للمتابعة وتحقق لهم الإشباع المرغوبة عن طريق الشرح المفهوم و المبسط، في حين أن قنوات اليوتيوب التعليمية تلي حاجات التلاميذ بدرجة منخفضة بنسبة 3,63% و يعود ذلك الى عدم استيعاب التلاميذ للمضامين المقدمة أو عدم معرفتهم كيفية البحث عن المضامين التي تشبع رغباتهم و حاجاتهم.

الجدول رقم (29): يمثل توزيع المبحوثين حسب التشجيع على استخدام اليوتيوب في العملية التعليمية.

النسبة %	التكرار	هل تشجع على استخدام اليوتيوب في العملية التعليمية؟
98.18	54	نعم
1.81	01	لا
100	55	المجموع

يوضح الجدول رقم (29) نسبة تشجيع التلاميذ على استخدام اليوتيوب في العملية التعليمية. نلاحظ أن نسبة التلاميذ الذين يشجعون على استخدام اليوتيوب في العملية التعليمية قدرت ب 98,18% ويعود السبب في ذلك الى توفر المنصة على مجموعة واسعة من الفيديوهات التعليمية التي تشمل مختلف المجالات الدراسية ولفت انتباه التلاميذ بالمحتويات المرئية للمعلومات أكثر من الكتب والشرح اللفظي التقليدي وإمكانية مشاركة المحتويات والتعليق عليها بين المتعلمين وكذلك توفر الفيديوهات التعليمية على العديد من المصادر والمراجع المختلفة.

الجدول رقم (30): تحليل دوافع التشجيع على استخدام اليوتيوب في العملية التعليمية

التعليق	نعم		لا		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
توفره على معلومات قيمة ومفيدة	06	11.11	48	88.88	54	100
المساعدة على فهم الدروس	30	55.55	24	44.44	54	100
توفره على أساليب مختلفة لترسيخ المعلومات	18	33.33	36	66.66	54	100

يوضح الجدول رقم (30) دوافع التشجيع على استخدام اليوتيوب في العملية التعليمية

نلاحظ أن أغلبية أفراد العينة يشجعون على استخدام منصة اليوتيوب لمساعدتهم على فهم الدروس بنسبة 55.55% و سبب ذلك شرح الدروس بطرق مبسطة و مرئية و أكثر وضوحا و كذلك تقدم الفيديوهات التعليمية ملفات و روابط تخدم المواد التعليمية و تساعد على الفهم، تليها نسبة 33.33% من التلاميذ الذين يشجعون على استخدام اليوتيوب في العملية التعليمية لتوفره على أساليب مختلفة لترسيخ المعلومات و يرجع ذلك لتوضيح الأفكار الصعبة بطرق بصرية مختلفة و توظيف أمثلة توضيحية لتوضيح الأفكار الصعبة و كذلك توفير اختبارات نموذجية و أسئلة تساعد التلاميذ و تعزز فهمهم بشكل أفضل و توفره على أساليب مختلفة تتناسب مع أسلوب كل تلميذ في ترسيخ المعلومات، و أخيرا نسبة التلاميذ الذين يشجعون على استخدام اليوتيوب في العملية التعليمية من أجل توفره على معلومات قيمة و مفيدة قدرت ب 11.11% و ذلك بسبب تنوع المحتويات الغنية بالمعلومات المفيدة في مختلف المجالات، تقديم محتويات متجددة للمعلومات تغطي التطورات الحالية و في مجالاتهم الدراسية، كذلك يتوفر على محتويات مجانية متاحة للجميع تساهم في تعزيز المساواة في فرص التعلم و الوصول الى المعرفة.



المحور الخامس: معيقات استخدام قنوات اليوتيوب التعليمية لدى تلاميذ ثانوية فارس الطاهر

الجدول رقم (31): يمثل توزيع المبحوثين حسب المعوقات التقنية التي تواجههم عند استخدام قنوات اليوتيوب التعليمية

المجموع		لا		نعم		ماهي المعوقات التقنية التي تواجهك عند استخدام القنوات التعليمية في اليوتيوب؟
النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	
100	55	36.36	20	63.36	35	ضعف وانقطاع الاتصال بالإنترنت
100	55	85.45	47	14.54	08	ضعف الصوت والصورة
100	55	85.45	47	14.54	08	صعوبة التحميل
100	55	49.09	27	50.90	28	كثرة الاشهارات والإعلانات
100	55	98.18	54	1.81	01	أخرى تذكر

يوضح الجدول رقم (31) : المعوقات التقنية التي تواجه المبحوثين عند استخدام قنوات اليوتيوب التعليمية ، حيث تبين أن أغلبية التلاميذ يواجهون ضعف وانقطاع الاتصال بالإنترنت بنسبة 63,36% ويعود ذلك إلى وجود مشاكل في الشبكة أو عطل مفاجئ في الأسلاك كذلك قد يؤدي ازدحام الشبكة الى ضعف الاتصال بالإنترنت، تليها في المرتبة الثانية كثرة الاشهارات والاعلانات بنسبة 50,90 % وهي أيضا من المشاكل التي تعيق المبحوثين وتشتت انتباههم وتسبب لهم الاحباط والملل مما يجعلهم يفقدون الاهتمام بالمحتوى التعليمي ومغادرة الفيديو والاطالة في مدة الفيديو، ثم تأتي ضعف الصوت والصورة بنسبة 14.54%، كما هو الحال بالنسبة لصعوبة التحميل ويرجع هذا إلى نوعية وجودة الجهاز المستخدم وزاوية التصوير والمكان المعتمد في التصوير، أما صعوبة التحميل فهذا مرتبط بضعف الاتصال بشبكة الانترنت ، وكذلك حجم الملف فعندما يكون كبير يصعب تحميله بالإضافة إلى حجم ذاكرة الجهاز المستخدم وايضا مكملة اليوتيوب لا يوجد به خيارات لتحميل مقاطع الفيديو على الاجهزة، ولكن يمكن تحميلها من خلال برمجيات أو متصفحات خاصة تدعم تحميل هذه المقاطع على الأجهزة (بن عبدالله بن محمد الدوسري 2022، ص 149).

الجدول رقم (32): يمثل توزيع أفراد العينة حسب المعينات الشخصية التي تواجههم عند استخدام قنوات اليوتيوب التعليمية

المجموع		لا		نعم		ماهي المعينات الشخصية التي تواجهك عند استخدام القنوات التعليمية في اليوتيوب؟
النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	
100	55	27.27	15	72.72	40	الانشغال بالمحتوى الترفيهي
100	55	78.18	43	21.81	12	عدم الانضباط والتركيز في الدروس
100	55	83.63	46	16.36	09	نقص الرصيد اللغوي (ضعف اللغات)
100	55	92.72	51	7.27	04	عدم معرفة كيفية استخدام منصة اليوتيوب
100	55	96.36	53	3.63	02	أخرى تذكر

يوضح الجدول رقم (32) المعينات الشخصية التي تواجه الباحثين عند استخدام قنوات اليوتيوب التعليمية، تشير النتائج إلى أن الانشغال بالمحتوى الترفيهي هو أكبر معيق شخصي بالنسبة للتلاميذ بنسبة قدرت ب 72،12% وهي أعلى نسبة في الجدول ويعود ذلك إلى ادمان الباحثين على المحتويات الترفيهية وعدم القدرة على الابتعاد عنها ، بالإضافة إلى الضغط النفسي الناتج عن كثرة الدروس والواجبات، تليها بنسبة 21.81 % عدم الانضباط والتركيز في الدروس وهذا راجع إلى عدم اهتمامهم بالمواضيع الدراسية وتعرضهم للضغوطات والمشاكل الخارجية وكذلك عدم فهم المواد الموجودة في المقرر الدراسي، ويؤثر نقص الرصيد اللغوي بنسبة 16.63% و هذا ناتج عن قلة الاطلاع والقراءة وعدم التمرن وممارسة اللغات وكذلك قلة التواصل بمختلف اللغات واهمالها، وتليها نسبة الذين لا يعرفون كيف يستخدمون منصة اليوتيوب ب 7.27 % ويعود ذلك إلى حداثة تقنية اليوتيوب و عدم توفر التفاصيل الدقيقة التي توضح للمستخدم خطوات التسجيل، المشاهدة ، التحميل ، المشاركة والتقييم (بن عبد الله بن محمد الدوسري 2022 ، ص 149) وكذلك عدم امتلاكهم الأجهزة للولوج إلى منصة اليوتيوب وعدم توفر الاتصال بشبكة الانترنت وعدم القدرة على التحكم في الأجهزة الحديثة، وقد أفاد عدد من الباحثين قدرت نسبتهم ب 3,63% أنهم يواجهون معينات شخصية أخرى عند استخدامهم لقنوات اليوتيوب التعليمية وتتمثل، في قلة الوقت و الرقابة و عدم سرية المنصة و إمكانية تجسس الغير عليهم .

الجدول رقم (33): يمثل توزيع المبحوثين حسب المعينات التي تواجههم عند فهم واستيعاب مضمون

الفيديوهات الموجودة في القنوات التعليمية

المجموع		لا		نعم		ماهي المعينات التي تواجهك عند فهم واستيعاب مضمون الفيديوهات الموجودة في القنوات التعليمية في اليوتيوب
النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	
100	55	74.54	41	25.45	14	الصعوبة في تمييز المحتوى الجيد من المحتوى السيئ
100	55	89.09	49	10.90	06	عدم توافر مواد تعليمية متعددة اللغات
100	55	27.27	15	72.72	40	إطالة الفيديوهات بالكلام الذي لا يفيد في المضمون
100	55	98.18	54	1.81	01	أخرى تذكر

يوضح الجدول رقم (33) المعينات التقنية التي تواجه المبحوثين عند استخدام قنوات اليوتيوب التعليمية، حيث يتبين أن أغلبية التلاميذ يواجهون ضعف وانقطاع الاتصال بالإنترنت بنسبة 63.36% ويعود ذلك إلى وجود مشاكل في الشبكة أو عطل مفاجئ في الأسلاك كذلك قد يؤدي ازدحام الشبكة إلى ضعف الاتصال بالإنترنت ، تليها في المرتبة الثانية كثرة الإشهارات والاعلانات بنسبة 50.90% وهي أيضا من المشاكل التي تعيق المبحوثين وتشنت انتباههم، و تسبب لهم الاحباط و الملل، مما يجعلهم يفقدون الاهتمام بالمحتوى التعليمي ومغادرة الفيديو، و الإطالة في مدة الفيديو، ثم تأتي ضعف الصوت والصورة بنسبة 14.54%، كما هو الحال بالنسبة لصعوبة التحميل وهذا يرجع إلى نوعية وجودة الجهاز المستخدم، و زاوية التصوير والمكان المعتمد في التصوير، أما صعوبة التحميل فهذا مرتبط بضعف الاتصال بشبكة الإنترنت، كذلك حجم الملف، فعندما يكون الملف كبير يصعب تحميله بالإضافة إلى حجم ذاكرة الجهاز المستخدم ، و أيضا اليوتيوب لا يوجد به خيارات لتحميل مقاطع الفيديوهات الأجهزة، ولكن يمكن تحميلها من خلال برمجيات او متصفحات تدعم تحميل هذه المقاطع على الأجهزة ( الدوسري، 2022، ص 149).

الجدول رقم (34): يمثل توزيع أفراد العينة حسب تقييمهم لاستخدامهم لقنوات اليوتيوب

التقييم	التكرار	النسبة %
ممتاز	08	14,54
جيد جدا	11	20
جيد	25	45,45
متوسط	05	09,09

يمثل الجدول رقم (34): تقييم أفراد العينة لقنوات اليوتيوب، نلاحظ أن أغلبية أفراد العينة يقيمون قنوات اليوتيوب بتقدير جيد بنسبة 45.45% ويعود ذلك لتوفره على محتويات مفيدة وعالية الجودة وتوفرها على معلومات من مصادر موثوقة وصحيحة، تقديم محتويات تستخدم رسومات وبيانات توضيحية أثناء الشرح، تلها نسبة المبحوثين الذين يقيمون قنوات اليوتيوب بتقدير جيد جدا قدرت ب 20% و ذلك بسبب توفر القنوات على معلومات دقيقة و شاملة و استخدام تقنيات توضيحية حديثة للشرح و تقديم المعلومات، ثم تأتي نسبة المبحوثين الذين يقيمونها بتقدير ممتاز ب 14.54% و ذلك بسبب عرض محتويات مرئية مصورة باحتراف و تقديم أفكار و معلومات مبتكرة و أخيرا مجموعة التلاميذ الذين يقيمون القنوات بتقدير متوسط بنسبة 9.09% و ذلك راجع الى عرض الإعلانات و الاشهارات بشكل متكرر يؤثر على المشاهدة و يعيق الفهم و عدم وضوح الشرح والتوضيح الجيد للمعلومات، و كذلك عدم توافق محتويات القنوات مع احتياجات التلاميذ و عدم تلبية رغباتهم التعليمية.

## 2-نتائج الدراسة:

كشفت الدراسة التي قمنا بها، والتي تدور حول استخدام تلاميذ الطور الثانوي لقنوات اليوتيوب التعليمية والإشباع المحققة، على مجموعة من النتائج، ساهمت في الإجابة على تساؤلات الدراسة في الإشكالية، ويمكن تقسيمها إلى نتائج جزئية وعامة كالتالي:

### 1-2 النتائج الجزئية للدراسة:

النتائج المتعلقة بالمحور الأول: عادات وأنماط استخدام منصة اليوتيوب لدى تلاميذ ثانوية فارس الطاهر-بئر العاتر-.

\_ تشير النتائج الى أن أغلبية أفراد العينة يتابعون اليوتيوب أحيانا بنسبة 49.09%.

- \_ تستخدم منصة اليوتيوب من قبل غالبية الباحثين منذ أكثر من سنتين وذلك بنسبة 69.06٪.
  - \_ يستغرق أغلبية الباحثين بنسبة 32.72٪ مدة زمنية غير محدودة عند تصفح منصة اليوتيوب.
  - \_ يعتبر المنزل المكان المفضل لمتابعة محتوى منصة اليوتيوب لدى كل الباحثين.
  - \_ تشير النتائج إلى أن أغلبية الباحثين بنسبة 80٪ يفضلون متابعة محتوى قنوات اليوتيوب.
  - \_ يعد الهاتف الذكي الجهاز الأكثر استخداماً للولوج إلى منصة اليوتيوب من قبل أغلبية الباحثين بنسبة 87.27٪.
  - \_ يفضل أغلبية الباحثين بنسبة 72.36٪ استخدام اللغة العربية عند مشاهدة مضامين اليوتيوب.
  - \_ يشترك الباحثين أحياناً في قنوات اليوتيوب بنسبة 45.45٪.
  - \_ المحتوى العربي هو أكثر المحتويات متابعة من قبل أغلبية أفراد العينة بنسبة تقدر بـ 56.36٪.
  - \_ توضح النتائج أن 78.18٪ من الباحثين يتفاعلون مع محتوى قنوات اليوتيوب.
  - \_ أغلبية الباحثين يتفاعلون مع محتويات قنوات اليوتيوب بالإعجاب وذلك بنسبة 74.41٪.
  - \_ أغلبية الباحثين يتفاعلون مع المحتوى الغير اللائق عن طريق حذف المحتوى بنسبة 50.72٪.
  - \_ 76.36٪ من الباحثين ليست لديهم الرغبة في إنشاء قناة خاصة بهم.
- النتائج المتعلقة بالمحور الثاني: دوافع استخدام تلاميذ ثانوية فارس الطاهر-بئر العاتر- لمنصة اليوتيوب في المجال التعليمي.
- \_ تشير النتائج إلى أن رفع المستوى التعليمي هو أهم دافع لاستخدام منصة اليوتيوب في المجال التعليمي لدى غالبية الباحثين بنسبة 47.27٪.
  - \_ كما أوضحت النتائج أن 47.27٪ يقومون بمشاركة مقاطع الفيديو التعليمية مع زملائهم.
  - \_ كما يتبين أن سهولة شرح الدروس هي أولى اهتمامات أغلبية الباحثين من استخدام اليوتيوب في المجال التعليمي بنسبة 69.09٪.

\_ يستعين 58.18٪ من أفراد العينة بقنوات اليوتيوب التعليمية من أجل شرح بعض الأمور التي لم يتم استيعابها أثناء الدرس.

-ينجذب المبحوثين بنسبة 58.18٪ إلى متابعة قنوات اليوتيوب التعليمية لتوفرها على محاضرات تساعد على فهم الدرس.

النتائج المتعلقة بالمحور الثالث: الإشباعات المحققة من استخدام قنوات اليوتيوب التعليمية

\_ تساهم قنوات اليوتيوب التعليمية أحياناً في فهم الدروس لدى أغلبية أفراد العينة بنسبة 50.09٪.

\_ يلبي اليوتيوب إشباعات أغلبية أفراد العينة دون اللجوء إلى منصات تواصل أخرى أحياناً بنسبة 69.09٪.

\_ تعتبر الحصول على معلومات جديدة في مجال الدراسة من أهم الإشباعات المعرفية المحققة لدى أغلب أفراد العينة بنسبة 54.54٪.

\_ من أهم الإشباعات النفسية المحققة عند استخدام تلاميذ ثانوية فارس الطاهر لقنوات اليوتيوب التعليمية هي التحفيز على المثابرة والتركيز وذلك بنسبة 50.90٪.

\_ كما تعتبر تحسين العلاقات الاجتماعية بين المتعلمين والمعلمين من أهم الإشباعات الاجتماعية المحققة عند استخدام قنوات اليوتيوب التعليمية لدى أغلبية أفراد العينة بنسبة 45.45٪.

\_ أغلبية المبحوثين يستفيدون بدرجة متوسطة من قنوات اليوتيوب التعليمية بنسبة 60٪.

\_ تلبي القنوات اليوتيوب التعليمية حاجات أغلبية أفراد العينة بدرجة متوسطة بنسبة 56.63٪.

\_ أغلبية أفراد العينة يشجعون على استخدام قنوات اليوتيوب التعليمية بنسبة 98.18٪.

النتائج المتعلقة بالمحور الرابع: المعوقات التي تواجه استخدام القنوات التعليمية في اليوتيوب.

\_ يعتبر ضعف وانقطاع الاتصال بالإنترنت من أهم المعوقات التقنية التي تواجه أغلبية أفراد العينة بنسبة 63.36٪.

\_ الانشغال بالمحتوى الترفيهي هو أكبر معيق شخصي لدى للتلاميذ بنسبة 72.72٪.

– من أبرز المعوقات التي تواجه أغلبية أفراد العينة عند فهم واستيعاب مضمون الفيديوهات الموجودة في قنوات اليوتيوب التعليمية اطالة الفيديوهات بالكلام الذي لا يفيد في المضمون وذلك بنسبة 72.72٪.

-أغلبية أفراد العينة يمنحون تقدير جيد لمنصة اليوتيوب بنسبة 45.45٪.

## 2-2 النتائج العامة للدراسة:

على ضوء السؤال الرئيسي للدراسة، توصلنا إلى أن قنوات اليوتيوب التعليمية تعمل على تحقيق الإشباعات المعرفية لدى تلاميذ ثانوية فارس الطاهر-بئر العاتر-من خلال تزويدهم بمختلف المعلومات ومساعدتهم على تحسين مستواهم التعليمي باستخدام طرق مختلفة ومبتكرة.

نتائج خاصة بالسؤال الفرعي الأول: عادات وأنماط استخدام منصة اليوتيوب لدى تلاميذ ثانوية فارس الطاهر-بئر العاتر-، يتضح لنا أن أغلبية أفراد العينة يتابعون محتوى اليوتيوب أحيانا منذ أكثر من سنتين، ويستغرقون مدة زمنية غير محدودة ويفضلون المنزل لمتابعة المحتوى ويستخدمون الهاتف الذكي للولوج إلى المنصة واللغة العربية لتصفح مضامين المحتويات، وتتفق دراستنا مع نظرية الاستخدامات والإشباع في كيفية استخدام منصات التواصل المختلفة لإشباع الحاجات.

نتائج خاصة بالسؤال الفرعي الثاني: دوافع استخدام تلاميذ ثانوية فارس الطاهر-بئر العاتر- لمنصة اليوتيوب في المجال التعليمي، يتضح أنه هناك العديد من الدوافع التي تدفع تلاميذ ثانوية فارس الطاهر –بئر العاتر- إلى استخدام منصة اليوتيوب في المجال التعليمي، حيث يمكننا القول إن اليوتيوب أصبح من الوسائل الحديثة التي تساعد التلاميذ على تحسين ورفع مستواهم الدراسي وإثراء رصيدهم المعرفي وتزويدهم بمختلف المعلومات اللازمة في وقت أقل وبأقل جهد، وبشكل مجاني.

نتائج خاصة بالسؤال الفرعي الثالث: الإشباعات المحققة من استخدام قنوات اليوتيوب التعليمية، يتبين أن اليوتيوب يلبي إشباعات أغلب أفراد العينة دون غيره من المنصات وتتمثل هذه الإشباعات في الإشباعات المعرفية والاجتماعية وال نفسية، ويمكن القول إن قنوات اليوتيوب التعليمية تفيد أغلب أفراد العينة وتلبي احتياجاتهم بدرجة متوسطة وهم يشجعون على استخدامه.

نتائج خاصة بالسؤال الفرعي الرابع والأخير: معوقات استخدام قنوات اليوتيوب التعليمية، يتضح أن أغلبية أفراد العينة يواجهون بعض المعوقات والمشاكل التي تعيق استخدامهم الجيد للمنصة، ومن أبرز هذه المعوقات: المعوقات التقنية، الشخصية، ومعوقات فهم واستيعاب المضمون.

تفسير النتائج على ضوء الدراسات السابقة:

من خلال نتائج الدراسة يمكن الإشارة إلى:

أولاً: بالنسبة لدراسة الباحث: "نورة سعود الهزاني" بعنوان "فعالية الشبكات الاجتماعية في تطوير عملية التعلم والتعليم لدى طالبات كلية التربية في جامعة الملك سعود"، وهي دراسة علمية منشورة في المجلة الدولية للأبحاث التربوية، العدد 33، جامعة الإمارات العربية المتحدة، 2013، فإن نتائج الدراسة تتوافق من حيث استخدام المبحوثين الشبكات الاجتماعية لتبادل وتحصيل المعلومات، وإثراء الرصيد المعرفي، وتوثيق وإثراء البحوث، وفي تحقيق متطلبات الدراسة والتخصص.

ثانياً: بالنسبة لدراسة الباحث: "تسعديت قدوار" بعنوان "الإعلام الجديد والفضاء العمومي الافتراضي، دراسة تحليلية لاستخدامات الشباب لليوتيوب، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03، 2018/2017، فإن نتائج هذه الدراسة تتفق مع نتائج مذكرتنا من حيث: أن استخدام اليوتيوب من العادات اليومية للمبحوثين، والنسبة الأكبر منهم تستخدمه منذ أكثر من سنتين، كما أن استخدامهم غير محدود زمنياً والأغلبية لا يمتلكون قناة خاصة بهم.

ثالثاً: بالنسبة لدراسة الباحثة: فاطمة الزهراء عبد العاطي أحمد حسن وزملاءها، بعنوان "فعالية شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية التحصيل وبعض مهارات الحاسب، وتكنولوجيا المعلومات لدى تلاميذ الصف الثاني الإعدادي، وهي عبارة عن دراسة علمية منشورة في مجلة مستقبل التربية العربية، تتوافق مع نتائج دراستنا من خلال تقديم شبكات التواصل الاجتماعي طريقة جديدة للتدريس، عن طريق مجموعة من التطبيقات في المجال التعليمي تتيح للدارسين المشاركة والتفاعل مع المحتويات، كما أنها تقوم بتقديم الجانب المعرفي في صورة شيقة وجذابة مما عمل على زيادة دافعية التعليم و التحصيل بسرعة أكبر.



خاتمة

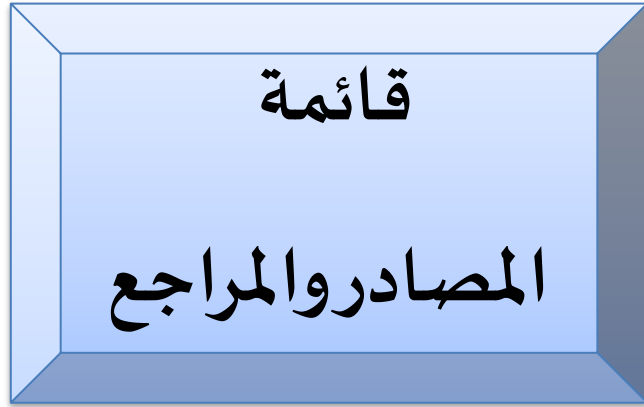
## 4- خاتمة:

وفي الأخير حاولنا في هذه الدراسة التعرف على واقع استخدام تلاميذ ثانوية فارس الطاهر-بئر العاتر-لقنوات اليوتيوب التعليمية والإشباعات المحققة منها، وذلك بالتعرض إلى أنماط وعادات واسباب الاستخدام، خاصة في الجانب التعليمي، وقد أثبتت الدراسة أن منصة اليوتيوب من أهم المنصات الرقمية متابعة من قبل التلاميذ محل الدراسة، خاصة ما تعلق بالمحتويات التعليمية كشرح الدروس وحل التمرينات وغيرها.

وهو ما ساهم في زيادة إقبالهم على هذه المنصة واستخدامها للحصول السهل والمباشر على المعلومات الخاصة بالدراسة وتحسين المستوى الدراسي.

ويستخدم التلاميذ محل الدراسة منصة اليوتيوب كبديل عن الدروس الخصوصية بتشجيع من أوليائهم لقلة التكاليف وتوفرها على كل احتياجاتهم التعليمية خاصة تلاميذ المستويات النهائية.

ان الانتشار الكبير لمفهوم التعليم الرقمي عبر منصات التواصل الاجتماعي خاصة اليوتيوب ساعد التلاميذ في مرحلة الثانوية على استيعاب الدروس وحسن من قدراتهم في الفهم والاستيعاب حسب ردودهم على أسئلة الباحثين، مما غير في مفهوم التلقي والتعليم على حد سواء.



قائمة

المصادر والمراجع

1. أحمد بن مرسل. (2010). *مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال* (الإصدار 04). الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
2. حسن عماد المكاوي، وليلى حسن السيد. (1998). *الاتصال ونظرياته المعاصرة*. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
3. حسين محمود هتيبي. (2015). *العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي*. عمان: دار أسامة.
4. خالد أحمد علي محمود. (2019). *الاستثمار المعرفي وعلاقته بالآثار السياسية والاجتماعية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال*. الاسكندرية: دار الفكر الجامعي.
5. صبطي، ع. (2018). *الإعلام الجديد والمجتمع*. مصر: المركز العربي.
6. طه عبد العاطي نجم. (2015). *مناهج البحث الإعلامي*. الاسكندرية: دار كلمة.
7. عاطف عدلي العبد، ونهى عاطف العبد. (2011). *نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية*. القاهرة: دار الفكر العربي.
8. عبد المحسن حامد عقيلة. (2015). *الإعلام الجديد وعصر التدفق الاخباري*. برج المعمورة: المكتبة العصرية.
9. عبد النبي محمد الطيب. (2014). *فلسفة ونظريات الإعلام*. مصر: الدار العالمية.
10. عثمان محمد الدليمي. (2020). *مواقع التواصل الاجتماعي نظرة عن قرب*. عمان: دار غيداء.
11. علي خليل شقرة. (2014). *الإعلام الجديد، شبكات التواصل الاجتماعي*. عمان: دار أسامة.
12. غالب كاظم جواد الدعبي. (2017). *الإعلام الجديد اعتمادية متصاعدة ووسائل متجددة*. عمان: دار أمجد.
13. ليلى أحمد جزار. (2012). *الفيديو والشباب العربي*. الكويت: مكتبة الفلاح لنشر والتوزيع.

14. محمد الأمين أحمد عبد. (2020). مواقع التواصل الاجتماعي والحراك الشعبي. برلين: المركز الديمقراطي العربي.
15. محمود حسن اسماعيل. (2003). مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير. مصر: الدار العالمية.
16. محي الدين إسماعيل محمد الديهي. (2015). تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الإعلامية على جمهور المتلقين. القاهرة: مكتبة الوفاء القانونية.
17. مروى عصام صلاح. (2015). الإعلام الإلكتروني الأسس وآفاق المستقبل. عمان: دار الإعصار العلمي.
18. مصطفى يوسف كافي. (2015). الرأي العام ونظريات الاتصال. عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع.
19. وسام فاضل راضي، ومهند حميد التميمي. (2017). الإعلام الجديد تحولات اتصالية ورؤى معاصرة. الامارات العربية: دار الكتاب الجامعي.
20. ياس خضر البياتي. (2014). الإعلام الجديد، الدولة الافتراضية الجديدة. الامارات العربية: دار البداية.
21. ذوقان عبيدات، عبد الرحمن عدس، وكايد عبد الحق. (1984). البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه. مديرية المكتبات والوثائق الوطنية.

#### ثانياً: الرسائل الجامعية

1. . بوعبزة أحمد. (2019). المحددات الاجتماعية و المهنية وعلاقتها بالرضا الوظيفي لدى أساتذة التعليم الثانوي، دراسة ميدانية على عينة من أساتذة التعليم الثانوي (أطروحة دكتوراه). كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية ، سطيف: جامعة محمد لمين الدباغين .
2. أحلام فليح حسن العطيات. (2018). أثر استخدام اليوتيوب في تعليم مهارة النطق الصحيح للغة الإنجليزية لدى أطفال الروضة في المدارس الخاصة (رسالة ماجستير). كلية العلوم التربوية، عمان: جامعة الشرق الأوسط.
3. إيمان جفال. (2022/2021). اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو القضايا البيئية عبر مواقع التواصل الاجتماعي دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة العربي التبسي (أطروحة دكتوراه). كلية العلوم الإنسانية الاجتماعية، تبسة: جامعة العربي التبسي.

4. باديس لونيس. (2008/2007). جمهور الطلبة الجزائريين والانترنت، دراسة ميدانية في الاستخدامات والإشباعات (رسالة ماجستير). كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسنطينة: جامعة المنتوري.
5. تسعديت قدوار. (2018/2017). الإعلام الجديد والفضاء العمومي الافتراضي دراسة تحليلية لاستخدامات الشباب لليوتيوب (أطروحة دكتوراه). الجزائر: جامعة 3-.
6. دلال محروز. (2021/2020). تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الممارسات التقليدية للجمهور الجزائري: الفيسبوك أنموذجا دراسة ميدانية تحليلية (أطروحة دكتوراه). كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، تبسة: جامعة العربي التبسي.
7. ريم القبائلي. (2022/2021). دور الاعلان السياحي عبر موقع الفيس بوك في تسويق الخدمات السياحية، دراسة مقارنة على عينة من متابعي لصفحات الوكالات السياحية الجزائرية والتونسية عبر موقع الفيسبوك (أطروحة دكتوراه). كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، تبسة: جامعة العربي التبسي.
8. سمية صالح. (2009). الرضا الوظيفي لأساتذة التعليم الثانوي وعلاقته بدافع انجاز تلاميذهم في الأقسام النهائية (رسالة ماجستير). كلية الآداب والعلوم الاجتماعية، سطيف: جامعة فرحات عباس.
9. سوفي نعيمة. (2011/2010). الاستراتيجية المعتمدة من طرف الأساتذة داخل الصف ودورها في تنمية القدرة على التحكم في حل المشكلات الرياضية لدى تلاميذ الطور المتوسط (رسالة ماجستير). كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسنطينة: جامعة منتوري.
10. شاشة ليلي. (2014). أسباب انتشار العنف لدى تلاميذ المرحلة الثانوي (رسالة ماجستير). كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جيجل: جامعة محمد الصديق بن يحيى.
11. شامة بن سادة. (2007/2006). الاصلاح التربوي في مرحلة التعليم الثانوي دراسة ميدانية بثانوية فخار عبد الكريم ومراكز التوجيه المدرس والمهني بمدينة (ماجستير). كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجزائر: جامعة الجزائر.

12. عبد الحكيم بن عبد الله بن راشد الصوافي. (2015/2014). استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة الحلقة الثانية من التعليم الأساسي في محافظة شمال الشرقية بسلطنة عمان وعلاقته ببعض المتغيرات (رسالة ماجستير). كلية العلوم والآداب، عمان: جامعة نزوة.
13. عبد الرازق سلطاني. (2011/2010). اتجاهات أساتذة التعليم الثانوي نحو الإصلاح التربوي في الجزائر دراسة ميدانية بثانويات دائرة الشريعة ولاية تبسة (رسالة ماجستير). كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسنطينة: جامعة المنتوري
14. عبد الغني بوزيان. (2010/2009). استخدامات الشباب الجزائري للبرامج الثقافية التلفزيونية للقناة الأرضية والإشباع المتحققة منها (رسالة ماجستير). كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية، عنابة: جامعة باجي مختار.
15. غنية صوالحية. (2020/2019). اعتماد الأساتذة الجامعيين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات، الفايسبوك أنموذجا، دراسة ميدانية على عينة من أساتذة جامعة تبسة (أطروحة دكتوراه). كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، تبسة: جامعة العربي التبسي.
16. فلاح سلامة، وحسن الصفيدي. (2015). استخدامات القائم بالاتصال في الصحافة الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المحققة (رسالة ماجستير). كلية الآداب، غزة: الجامعة الإسلامية.
17. لطيفة نسيغاوي. (2014/2013). المراهق الجزائري والانترنت، دراسة في الاستخدامات والإشباع (رسالة ماجستير). كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، أم البواقي: جامعة العربي بن مهيدي
18. نوار بورزق. (2009/2008). دور مؤسسة التعليم الثانوي في نشر الوعي البيئي دراسة ميدانية بثانوية مصطفى بن بولعيد (رسالة ماجستير). كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسنطينة: جامعة منتوري.
19. نوال بركات. (2016). انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية دراسة ميدانية على عينة من سلاسل الجزائريين (أطروحة دكتوراه). كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، بسكرة: جامعة محمد خيضر.

1. ابتسام رايس علي. (2016). نظرية الاستخدامات والإشباعات وتطبيقاتها على الإعلام الجديد. مجلة دراسات.
2. أحمد كاضم حنتوش. (2017). مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في قطاع التعليم الجامعي. مجلة مركز بابل للدراسات الإنسانية، 07(04).
3. أماني محمد المصري. (2018). مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تحسين العملية التعليمية. المجلة الدولية لنشر الدراسات العلمية، 02(02).
4. أميرة سعد سعيد آل عبيد. (2022). أثر استخدام تقنية اليوتيوب في تنمية مهارات النشاط الرياضي لطالبات المرحلة المتوسطة. مجلة شباب الباحثين(10).
5. حصة بنت محمد الشايع. (2018). فعالية توظيف الفيديوهات التشاركية عبر اليوتيوب في تنمية مهارات إنتاج مقاطع الفيديو التعليمي لدى طالبات قسم التربية الخاصة بجامعة الأمير نورة وتصوراتهن نحوها. المجلة التربوية لكلية التربية بجامعة سوهاج(52).
6. رحيمة عيساني، وغالب عوض الرفاعي. (2021). اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو استخدام اليوتيوب والإشباعات المحققة دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة العين. مجلة جامعة العين للأعمال والقانون، 05(01).
7. سماح جميل العجومي. (2019). فعالية مقاطع الفيديو التعليمية عبر اليوتيوب في تنمية مهارة إنتاج القصص الرقمية لدى طالبات كلية التربية بجامعة الأقصى واتجاهاتهن نحو استخدام اليوتيوب. مجلة العلوم التربوية والنفسية. 20(04).
8. رضا عبد الواحد أمين. (2009). استخدامات الشباب الجامعي في البحرين لموقع اليوتيوب على شبكة الانترنت، أعمال مؤتمر الإعلام الجديد؛ تكنولوجيا جديدة لواقع جديد، جامعة البحرين (07-09 أبريل 2009).
9. عبد الحكيم أحمد نهي. (2019). أثر قناة تعليمية على اليوتيوب في تنمية مهارات البحث عبر الانترنت لدى طالبات الدراسات العليا. مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية، 27(02).



10. عبد الله بريزي. (بلا تاريخ). صور المتعلم في نظريات التعليم من الذات المنفعة إلى الذات الفاعلة. *مجلة علوم التربية*.
11. عبد المنعم بن عويرة. (2017). أثر استخدام تكنولوجيا التعليم في تدريس المواد العلمية \_ العلوم التجريبية نموذج. *مجلة أنسنة للبحوث والدراسات*، 08(01).
12. علا محمد أبو راجوح. (2021). شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في العملية التعليمية. *المجلة العربية للنشر العلمي*.
13. غنية صوالحية، وأكرم بطورة. (2020). اعتماد الأساتذة الجامعيين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات \_ دراسة ميدانية بقسم العلوم الإنسانية بجامعة تبسة. *مجلة العلوم الإنسانية لجامعة أم البواقي*، 07(02)،
14. محمد بن بسعي. (2015). مرحلة التعليم الثانوي بين الواقع والطموح. *مجلة الأسرة والمجتمع*، 03(02).
15. محمد بن عبد الله بن محمد الدوسري. (2022). فعالية استخدام اليوتيوب في اكتساب المهارات العلمية لدى طلاب الصف الأول ثانوي في مقرر الحاسب الآلي في مدينة الرياض. *مجلة دورية محكمة تصدر عن كلية التربية*، 28(مارس 2022).
16. ميمي محمد عبد المنعم توفيق. (2018). شبكات التواصل الاجتماعي النشأة والتأثير. *مجلة كلية التربية* (24 الجزء الثاني).
17. أميرة سعد سعيد آل عبيد. (2022). أثر استخدام تقنية اليوتيوب في تنمية مهارات النشاط الرياضي لطالبات المرحلة المتوسطة. *مجلة شباب الباحثين* (10).
18. فاطمة الزهراء عبد العاطي أحمد أحسن ، محمد عبد الله علي عبيد، الصافي يوسف شحاتة، و متولي صابر خلاف معبد. (2020). فعالية شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية التحصيل وبعض مهارات الحاسب ، وتكنولوجيا المعلومات لدى تلاميذ الصف الثاني الإعدادي. *مجلة مستقبل التربية العربية* (126).
19. نورة سعود الهزاني. (2013). فعالية الشبكات الإلكترونية في تطوير عملية التعليم والتعلم لدى طالبات كلية التربية في جامعة الملك سعود. *المجلة الدولية للأبحاث التربوية* (33).

1- شيرين بدر. (2023). التقرير السنوي للدجيتال عالميا وللدول العربية لعام 2023. يوم:

<https://ae.linkedin.com/pulse>

2023/01/10

2- هاني محمود. (2022). كم يبلغ عدد مستخدمي يوتيوب في الوقت الحالي؟ يوم:

<https://abuomar.ae>

2023/02/26

3- ياسر هادي. (2020). مقاطع الفيديو كوسيلة تعليمية. يوم:

<https://alfuraih.com/education>

2023/03/15

قائمة الملاحق



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي -تبسة-



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

المستوى: السنة الثانية ماستر

التخصص: اتصال تنظيبي

استمارة استبيان بعنوان:

استخدام تلاميذ الطور الثانوي لقنوات اليوتيوب التعليمية والإشباعات المحققة  
-دراسة ميدانية على عينة من تلاميذ ثانوية فارس الطاهر -بئر العاتر -

هذه الاستمارة خاصة ببحث علمي لنيل شهادة الماستر

-تحت إشراف الدكتورة:

أ.د. راضية قراد

-إعداد الطالبتين:

. منار باهي

. بثينة حمانة

ملاحظة إن معلومات هذه الاستمارة سرية ولن تستعمل إلا لغرض البحث  
العلمي لا غير لذا نرجوا الإجابة عن الأسئلة بكل موضوعية

السنة الجامعية: 2022-2023

المحور الأول: البيانات السوسيو ديمغرافية

1- النوع:

ذكر .

أنثى .

2-الشعبة:

علوم .

آداب .

المحور الأول: عادات وأنماط استخدام منصة اليوتيوب لدى تلاميذ ثانوية فارس الطاهر

3-هل تتابع محتوى قنوات اليوتيوب؟

نادرا .

أحيانا .

دائما .

4-منذ متى وأنت تستخدم منصة اليوتيوب؟

أكثر من سنتين .

من سنة إلى سنتين .

اقل من سنة .

5-ماهي المدة الزمنية التي تقضيها في تصفح منصة اليوتيوب؟

من ساعة إلى ساعتين .

اقل من ساعة .

غير محدد .

من ساعتين إلى 3 ساعات .

6-أين تفضل متابعة محتوى منصة اليوتيوب؟

في مقهى الانترنت .

في الثانوية .

في المنزل .

..... أخرى تذكر .....

7-ما نوع الجهاز الذي تستخدمه للولوج إلى منصة اليوتيوب؟

الحاسوب المحمول .

الهاتف الذكي .

التلفزيون .

الجهاز اللوحي .

..... أخرى تذكر .....

8-هل تفضل متابعة محتوى قنوات اليوتيوب؟

بمفردك .  مع العائلة .  مع الأصدقاء .

..... أخرى تذكر

9-ماهي اللغة التي تستخدمها عند مشاهدة قنوات اليوتيوب؟

العربية .  الفرنسية .

الانجليزية .  العامية الدارجة .

..... أخرى تذكر

10-هل تقوم بالاشتراك في قنوات اليوتيوب؟

دائما .  أحيانا .  نادرا .

11-ما نوعية المحتوى الذي تتابعه على قنوات اليوتيوب؟

وطني .  عربي .  أجنبي .

..... أخرى تذكر

12-هل تتفاعل مع محتوى قنوات اليوتيوب؟

نعم .  لا .

13-في حالة الإجابة ب " نعم " كيف تتفاعل؟

الإعجاب .  التعليق .  المشاركة .

الاشتراك في القناة .  المشاهدة فقط .

..... أخرى تذكر

14-في حالة وجود محتوى غير لائق على مستوى القناة كيف تتفاعل؟

التبليغ عن المحتوى .  التعليق عن المحتوى .

. لا أتفاعل

. حذف المحتوى

..... أخرى تذكر

15- هل تفضل إنشاء قناة خاصة بك على منصة اليوتيوب؟

. لا

. نعم

. في حالة الإجابة ب " نعم " لماذا؟

.....

المحور الثاني: دوافع استخدام تلاميذ ثانوية فارس الطاهر لمنصة اليوتيوب في المجال التعليمي.

16- ما الذي يدفعك لاستخدام منصة اليوتيوب في المجال التعليمي؟

. رفع مستواك الدراسي

. تسهيل استيعابك للدروس

. حل التمرينات

..... أخرى تذكر

17- هل تشارك مقاطع فيديو تعليمية مع زملائك؟

. لا

. نعم

18- إذا كانت إجابتك ب " نعم " هل يرجع ذلك إلى:

. ضعف استيعاب الدروس في القسم

. كثرة الغيابات عن صفوف الدراسة

. من أجل الحصول على معلومات أكثر

..... أخرى تذكر

19- هل تكمن أهمية استخدامك لليوتيوب في المجال التعليمي في؟

. توفير مصادر المعلومات الصحيحة

. مشاركة مقاطع الفيديو التعليمية مع الزملاء

. سهولة شرح الدروس

. تقديم الدروس التعليمية بطرق مبتكرة

..... أخرى تذكر

20- هل تستعين بالفيديوهات التعليمية من اجل؟

. شرح بعض الأمور التي لم تستوعبها أثناء الدرس

. حل التمرينات التي تواجه فيها الصعوبات

. انجاز البحوث

. انجاز الواجبات المدرسية

. إيجاد طرق مختلفة لترسيخ المعلومات وحفظها بشكل أفضل

..... أخرى تذكر

21- ما الذي يجذبك لمتابعة قنوات اليوتيوب التعليمية؟

. توفرها على محاضرات تساعد على فهم الدروس

. ملتقيات تخدم المجال الدراسي

. تعلم لغات أجنبية

. مستجدات علمية

. التطورات والتجارب التكنولوجية العلمية

..... أخرى تذكر



المحور الثالث: الإشباعات المحققة من استخدام قنوات اليوتيوب التعليمية لدى تلاميذ ثانوية فارس الطاهر

22- هل تساهم قنوات اليوتيوب التعليمية في فهمك للدروس؟

- دائما .  أحيانا .  نادرا .

23- هل يلبي لك اليوتيوب إشباعاتك دون اللجوء إلى منصات تواصل أخرى؟

- دائما .  أحيانا .  نادرا .

24- ما هي الإشباعات المعرفية المحققة عند استخدامك لقنوات اليوتيوب؟

- تزويد الرصيد المعرفي .  
 انجاز البحوث .  
 الحصول على معلومات جديدة في مجال الدراسة .  
 حلول تمارينات المقرر الدراسي .

..... أخرى تذكر.....

25- ما هي الإشباعات النفسية المحققة عند استخدامك لقنوات اليوتيوب؟

- التحفيز على المثابرة والتركيز .  
 تحفيز الإبداع .  
 التفكير النقدي .  
 تعزيز الثقة بالنفس .

..... أخرى تذكر.....

26- ما هي الإشباعات الاجتماعية المحققة عند استخدامك لقنوات اليوتيوب؟

- تحسين العلاقات الاجتماعية بين المتعلمين والمعلمين .  
 تعاون التلاميذ مع بعضهم لتحقيق الأهداف الأكاديمية .

## الملاحق

. تعلم كيفية التعامل مع الآخرين

. تعلم كيفية التواصل مع الآخرين

. تعلم كيفية التفاعل الاجتماعي مع الآخرين

..... أخرى تذكر.....

27-ما درجة استفادتك من قنوات اليوتيوب التعليمية؟

.منخفضة

.متوسطة

.عالية

28-ما درجة تلبية قنوات اليوتيوب التعليمية لحاجاتك؟

.منخفضة

.متوسطة

.عالية

29-هل تشجع على استخدام اليوتيوب في العملية التعليمية؟

.لا

.نعم

30-عند إجابتك ب " نعم " علل لماذا؟

.....

المحور الرابع: معوقات استخدام قنوات اليوتيوب التعليمية لدى تلاميذ ثانوية فارس الطاهر

31-ماهي المعوقات التقنية التي تواجهك عند استخدام القنوات التعليمية في اليوتيوب؟

. ضعف وانقطاع الاتصال بالإنترنت

. ضعف الصوت والصورة

. صعوبة التحميل

. كثرة الاشهارات والإعلانات

..... أخرى تذكر.....

32- ماهي المعوقات الشخصية التي تواجهك عند استخدام القنوات التعليمية في اليوتيوب؟

. الانشغال بالمحتوى الترفيهي

. عدم الانضباط والتركيز في الدروس

. نقص الرصيد اللغوي (ضعف اللغات)

. عدم معرفة كيفية استخدام منصة اليوتيوب

..... أخرى تذكر

33- ماهي المعوقات التي تواجهك عند فهم واستيعاب مضمون الفيديوهات الموجودة في القنوات التعليمية في اليوتيوب؟

. الصعوبة في تمييز المحتوى الجيد من المحتوى السيئ

. عدم توافر مواد تعليمية متعددة اللغات

. إطالة الفيديوهات بالكلام الذي لا يفيد في المضمون

..... أخرى تذكر

34- ما هو تقييمك لاستخدامك لقنوات اليوتيوب؟

.....



## الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى محاولة الكشف عن واقع استخدام تلاميذ الطور الثانوي لقنوات اليوتيوب التعليمية والإشباعات المحققة، حيث استهدفت هذه الدراسة تلاميذ ثانوية فارس الطاهر -بئر العاتر تبسة-. وانطلقنا من أربعة أسئلة لمحاولة التعرف على عادات وأنماط استخدام منصة اليوتيوب، دوافع استخدام التلاميذ لقنوات اليوتيوب التعليمية والإشباعات المحققة، بالإضافة إلى أهم المعوقات التي تواجه الباحثين عند استخدام قنوات اليوتيوب التعليمية. وللإجابة على الاسئلة اعتمدنا على المنهج الوصفي، وعلى استمارة استبيان كأداة لجمع البيانات وزعت على 55 تلميذا من ثانوية فارس الطاهر، ولقد استخدمنا عينة حصصية لتمثيل جميع المستويات التعليمية وتوصلت الدراسة إلى ان قنوات اليوتيوب التعليمية تحقق لتلاميذ ثانوية فارس الطاهر – بئر العاتر-مجموعة من الإشباعات المعرفية من خلال مساهمتها في رفع المستوى التعليمي وشرح الدروس بطرق وأساليب مبتكرة، إضافة إلى المعوقات الشخصية والتقنية والمتعلقة بمضمون المحتوى التي يتعرض لها التلاميذ.

**الكلمات المفتاحية:** الاستخدام، التلميذ، منصة اليوتيوب، قنوات اليوتيوب التعليمية، الإشباعات المحققة.

## Abstract:

This study aims at trying to show the fact of using the Youtube educational channels by the secondary school students and their gratifications achieved. This study targeted the students of Fares Taher Secondary School- Bir El-Ater- Tebessa. We started it by asking four questions in order to know the habits and the patterns of using the Youtube platform, the students' motives to use Youtube educational channels, the gratifications achieved, and the main obstacles that face the respondents while using the YouTube educational channels. In order to answer these questions we depended on the descriptive approach and on a questionnaire as a tool to collect the information. They were distributed to 55 students from Fares Taher Secondary School; we used a quota sample to present all the educational levels. As a result, the study found that the YouTube educational channels fulfilled some cognitive gratifications by helping the students in raising the level of education and explaining the lessons in innovative methods, in addition to the personal and technical obstacles related to the content that face the students in their learning.

**Key words:** using, the student, Youtube platform, Youtube educational channels, gratifications achieved.