

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة صالح بونيندر قسنطينة 3



كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري

القسم: سمعي بصري

الرقم التسلسلي:

الرمز:

مذكرة ماستر

التخصص: سمعي بصري

الشعبة: علوم الإعلام والاتصال

دور موقع اليوتيوب في تكوين صناع المحتوى كقادة رأي

" دراسة وصفية تحليلية لمحتوى قناة سديم "

إشراف الأستاذة :

د. دراحي إبتسام

إعداد الطالبتين :

بوحلاسة سهيلة

شلابي رانية

الصفة	الرتبة	الإسم واللقب
مشرفا و مقررا	أستاذ محاضر	د. دراحي إبتسام
رئيسا	أستاذ محاضر	د. قدواح منال
مناقشا	أستاذ مساعد أ	د. قرقوري إيمان

السنة الجامعية : 2021/2020

دورة : جوان

ملخص الدراسة:

تناولت الدراسة موضوع "موقع اليوتيوب ودوره في تكوين صناع المحتوى كقادة رأي"، دراسة وصفية تحليلية لمحتوى قناة سديم، إذ تهدف الدراسة إلى الكشف عن مدى مساهمة قناة سديم في تكوين صناع المحتوى كقادة رأي، وأهمية اليوتيوب والدور الفعال الذي تلعبه مضامينه لتكون لنا قادة رأي انطلاقاً من صناع محتوى مبدعين ينشرون محتوياتهم وإبداعاتهم على قنواتهم باليوتيوب باعتبار الموقع يحمل كما هائلاً من المحتوى الرقمي السمعي البصري، والفيديوهات المرئية في مختلف المجالات .

وتم تحديد عينة الدراسة عشوائياً و تمثلت في مختلف حلقات قناة سديم (14 حلقة) و هو ما يتطابق مع مجتمع الدراسة من مواصفات، وتدرج الدراسة التي بين أيدينا ضمن الدراسات الوصفية و اعتمدنا على المنهج الوصفي الذي يعد الأنسب لمثل هذه الدراسات لمعرفة مدى الكم الهائل لمحتوى قناة سديم على موقع اليوتيوب، و لتحقيق أهداف الدراسة قمنا بتصميم استمارة تحليل المضمون وجمع المعلومات اللازمة التي تؤطر العينة المدروسة.

وتوصلنا إلى نتائج من ناحية شكل ومضمون القناة: حيث تستخدم المواضيع التعليمية في تكوين صانعي المحتوى، أما المدة الزمنية فهي مختلفة من فيديو لآخر، أما بالنسبة للغة فقد تم الاعتماد على اللهجة العامية كأسهل لغة للتواصل، و من بين أبرز القيم المتضمنة في القناة هي التعاون و المشاركة من خلال الروح الجماعية التي تبنها الحلقات في كلا الموسمين .

وبعد النتائج المتوصل إليها يمكن القول بأن موقع اليوتيوب كمنصة رقمية ومحتوياته تلعب دوراً مهماً وحاسماً في تكوين صناع المحتوى كقادة رأي.

Résumé de l'étude:

L'étude portait sur le thème de "YouTube et son rôle dans la formation de créateurs de contenu en tant que leaders d'opinion", une étude analytique du contenu de la chaîne Sadeem, car l'étude vise à révéler l'étendue de la contribution de la chaîne Sadeem à la formation de créateurs de contenu en tant que leaders d'opinion, et l'importance de YouTube et le rôle efficace que son contenu joue pour être nos leaders d'opinion. À commencer par les créateurs de contenu qui publient leur contenu et leurs créations sur leurs chaînes YouTube, car le site contient une énorme quantité de contenus audiovisuels numériques du contenu et des clips vidéo dans divers domaines.

L'échantillon de l'étude a été sélectionné au hasard et représenté dans les différents épisodes de Sadeem Channel (14 épisodes), ce qui correspond au cahier des charges de la communauté d'étude, et l'étude que nous avons entre nos mains s'inscrit dans le cadre des études descriptives et nous nous sommes appuyés sur le approche, qui est la plus appropriée pour de telles études pour connaître l'étendue de l'énorme quantité de contenu de la chaîne de Sadeem sur YouTube, et pour atteindre les objectifs de l'étude, nous avons conçu un formulaire d'analyse de contenu et collecté les informations nécessaires qui encadrent l'échantillon étudié.

Et nous avons atteint des résultats en termes de forme et de contenu de la chaîne : elle utilise des sujets éducatifs pour former des créateurs de contenu, et la période de temps varie d'une vidéo à l'autre, quant à la langue, le dialecte familier a été invoqué comme la langue la plus facile pour la communication, et parmi les valeurs les plus marquantes de la chaîne figure la coopération et la participation à travers l'esprit collectif diffusé par les épisodes des deux saisons.

Après les résultats, on peut dire que YouTube en tant que plate-forme numérique et ses contenus jouent un rôle important et décisif dans la formation des créateurs de contenu en tant que leaders d'opinion.

Study summary:

The study dealt with the topic of "YouTube and its role in forming content makers as opinion leaders", an analytical study of the content of Sadeem channel, as the study aims to reveal the extent of Sadeem channel's contribution to the formation of content makers as opinion leaders, and the importance of YouTube and the effective role that its contents play to be our opinion leaders. Starting from creative content makers who publish their content and creations on their YouTube channels, as the site carries a huge amount of audio-visual digital content, and video clips in various fields.

The study sample was randomly selected and represented in the various episodes of Sadeem Channel (14 episodes), which corresponds to the specifications of the study community, and the study that we have in our hands falls within the descriptive studies and we relied on the descriptive approach, which is the most appropriate for such studies to know the extent of the huge amount of content Sadeem's channel on YouTube, and to achieve the objectives of the study, we designed a content analysis form and collected the necessary information that frames the studied sample.

And we reached results in terms of the form and content of the channel: it uses educational topics to form content makers, and the time period varies from one video to another, as for the language, the colloquial dialect was relied on as the easiest language for communication, and among the most prominent values included in the channel is cooperation. And participation through the collective spirit broadcast by the episodes in both seasons.

After the findings, it can be said that YouTube as a digital platform and its contents play an important and decisive role in forming content makers as opinion leaders.

الفهرس العام

الصفحة	العنوان
3	الشكر
4	ملخص الدراسة
5	الفهرس العام
8	فهرس الجداول
9	مقدمة
الفصل الأول : موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية	
12	I. موضوع الدراسة
12	1. إشكالية الدراسة وتساؤلاتها
15	2. أسباب اختيار الموضوع
16	3. أهمية الدراسة
17	4. أهداف الدراسة
17	5. ضبط مفاهيم الدراسة
21	6. منظور الدراسة
26	7. الدراسات السابقة
37	II. الإجراءات المنهجية للدراسة
37	1. منهج الدراسة
38	2. أدوات جمع البيانات

43	3. مجتمع البحث و عينة الدراسة
49	4. مجالات الدراسة
الفصل الثاني : صناع المحتوى كقادة رأي في موقع اليوتيوب	
52	I. موقع اليوتيوب
52	1.1 - مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي
53	2.1 - نشأة موقع اليوتيوب
54	3.1 - تعريف موقع اليوتيوب
55	4.1 - الأدوات المستخدمة في موقع اليوتيوب
57	5.1 - مميزات اليوتيوب التقنية
59	II. صناع المحتوى
59	1.2 - نشأة صناعة المحتوى الرقمي
60	2.2 - تعريف صناع المحتوى
61	3.2 - انواع صناع المحتوى في مواقع التواصل الاجتماعي
61	4.2 - صناع المحتوى في موقع اليوتيوب
62	III. قادة الرأي
62	1.3 - مفهوم قادة الرأي
62	2.3 - سمات قادة الرأي
63	3.3 - أنواع قادة الرأي
64	IV. دور صناع المحتوى كقادة رأي في موقع اليوتيوب
64	1.4 - قادة الرأي في مواقع التواصل الاجتماعي

64	2.4 - قادة الرأي في موقع اليوتيوب
65	3.4 - قادة الرأي كمؤثرين
الفصل الثالث : تحليل بيانات الدراسة ومناقشة النتائج	
67	1. بطاقة فنية لقناة سديم
68	2. عرض و تحليل البيانات
81	3. النتائج العامة للدراسة
83	4 . النتائج في ضوء التساؤولات
85	5 . النتائج في ضوء الدراسات السابقة
86	توصيات وآفاق الدراسة
87	قائمة المصادر والمراجع
92	الملاحق