مجلة جامعة دمشق للآداب والعلوم الإنسانية

اسم المقال: استعمالات طلاب كلية الإعلام في جامعة دمشق موقع يوتيوب في عملية التعلم الذاتي واكتساب المهارات و الإشباعات المتحققة منها (دراسة مسحية)
اسم الكاتب: د. لؤي الزعبي
رابط ثابت: https://political-encyclopedia.org/index.php/library/2952
تاريخ الاسترداد: 2026/11/02 13:48 +03

الموسوعة السياسيّة هي مبادرة أكاديمية غير هادفة للربح، تساعد الباحثين والطلاب على الوصول واستخدام وبناء مجموعات أوسع من المحتوى العلمي العربي في مجال علم السياسة واستخدامها في الأرشيف الرقمي الموثوق به لإغناء المحتوى العربي على الإنترنت.
لمزيد من المعلومات حول الموسوعة السياسيّة - Encyclopedia Political، يرجى التواصل على info@political-encyclopedia.org

استخدامكم لأرشيف مكتبة الموسوعة السياسيّة - Encyclopedia Political يعني موافقتك على شروط وأحكام الاستخدام المتاحة على الموقع https://political-encyclopedia.org/terms-of-use

تم الحصول على هذا المقال من موقع مجلة جامعة دمشق للآداب والعلوم الإنسانية ورفده في مكتبة الموسوعة السياسيّة مستوفياً شروط حقوق الملكية الفكريّة ومتطلبات رخصة المشاع الإبداعي التي ينضوي المقال تحتها.

استعمالات طلاب كلية الإعلام في جامعة دمشق موقع يوتيوب في عملية التعلم الذاتي واكتساب المهارات والإشباعات المتحققة منها (دراسة مسحية)

د.لؤي الزعبي*

الملخص

يكمن جوهر هذا البحث في معرفة مدى استعمال طلاب كلية الإعلام في جامعة دمشق لموقع يوتيوب ودوافع استعماله والإشباعات المتحققة منه، ودراسة عادات وأنماط الاستعمال، ومدى توظيفهم واستفادتهم مما يتابعونه على اليوتيوب في عملية التعلم الذاتي واكتساب المهارات. تأتي أهمية البحث من كونه بحثاً جديداً وأصيلاً في مجال الإعلام الجديد وصحافة المواطن على المستوى المحلي، ومن أهمية يوتيوب لكونه وسيلة اتصال مهمة لم تخضع للبحث والدراسة العلميين في سورية. إن هذا البحث يعدُّ دراسة استكشافية لعلاقة طلاب الإعلام بموقع يوتيوب كوسيلة للتعلم الذاتي واكتساب المهارات.

أهم نتائج البحث: يعدُّ يوتيوب جزءاً من حياة الطلاب اليومية للميزات التعليمية والتدريبية التي يتمتع بها هذا الموقع. وأظهر البحث أن نحو 80% من أفراد العينة يستعملون يوتيوب للحصول على المعلومات بصورة دائمة، و72% منهم يستعملونه لزيادة مهاراتهم بتعلم برامج تعليمية وعلمية ولتعلم اللغات الأجنبية.أظهر البحث أن84% من أفراد العينة تتابع المضامين التعليمية على موقع يوتيوب، وهذا ما يساعدهم في عملية التعلم الذاتي واكتساب المهارات.أظهر البحث أيضاً أن 72% من أفراد العينة يحققون وينالون إشباعاتهم في تعرف أهم المهارات من خلال يوتيوب، وأن 84% منهم يحققون إشباعاتهم في الهروب من مشاكل الجامعة والنقص الملموس في الجانب التطبيقي.

الكلمات المفتاحية: يوتيوب ، التعلم الذاتي ، التواصل الاجتماعي

* جامعة دمشق-كلية الاعلام

The uses of the students of the Faculty of Mass Communication at the University of Damascus, YouTube In the process of self-learning and acquiring skills and the satisfactions achieved from them. (survey)

DR. Loay Alziebi

Abstract

The essence of this research is to know the extent of the use of students of the Faculty of media at the Damascus University to YouTube and motives of use and satisfactions achieved as a result of this use, study habits and usage patterns, and the extent of their employment and benefit for self-learning and skill acquisition process. The importance of the research for being new and authentic research in the field of new media and citizen journalism at the local level, and the importance of YouTube as an important means of communication have not been subject of scientific research and study in Syria. This research is considered an exploratory study of a constituent of the relationship of media students with YouTube as a means of self- learn and acquire skills.

The most important results: YouTube is part of the daily life of students for the features enjoyed by this site, particularly education and training. The research has shown that about 80% of respondents are using YouTube to get information permanently, and 72% of them use it to increase their skills by learning educational and scientific programs and to learn foreign languages. The research has shown that 84 % of respondents pursuing educational content on YouTube, and that's what helps them in self-learning and skill acquisition process. The research also showed that 72% of respondents they could get on satisfactions to identify the most important skills through YouTube, and that 84% of them could get on satisfactions to escape from the problems of the university and the lack of concrete in the practical side.

Key words: YouTube , Self-education, Social Media

المقدمة:

انتشرت وسائل التواصل الاجتماعي وزاد التعامل معها حيث يتواصل ملايين الناس من خلال هذه المواقع للتعرف على بعضهم وتبادل أخبارهم وإرسال رسائل وتلقي الأخبار والموضوعات وكل ما هو جديد في الساحة. وعليه، فرض الإعلام الإلكتروني واقعاً إعلامياً واجتماعياً جديداً بكل المعايير، حيث انتقل بالإعلام والاتصال إلى مستوى عالٍ من حيث الانتشار واختراق كافة الحواجز الزمانية والمكانية والتنوع اللامتناهي واللامحدود في الرسائل الإعلامية والمحتوى الإعلامي الرقمي، لما يملكه من قدرات ومقومات النفاذ، والوصول للجميع، وامتداده الواسع بتقنياته وأدواته واستعمالاته وتطبيقاته المتعددة والمتنوعة على الفضاء الإلكتروني مترامي الأطراف، بلا حدود أو معوقات أو فوارق. ومن هنا، كان لمواقع التواصل الاجتماعي أهمية كبيرة، ومن هذه المواقع "يوتيوب"، فهو موقع مشاركة ملفات الفيديو، يحتوي على مجموعة متنوعة من ملفات الفيديو يقدمها المستخدِمون، بما في ذلك عروض المستخدمين للمنتجات ومقاطع فيديو قصيرة.

يحتوي يوتيوب أيضاً على مجموعة من المحتويات الرقمية المكونة بصورة احترافية كمقاطع من عروض تلفزيونية وإعلانات تجارية، ولقطات من أفلام وأشرطة فيديو موسيقية، وعليه يمكن للمستخدمين عند زيارة الموقع الإلكتروني "يوتيوب" مشاهدة هذه الملفات، ولكن الأشخاص المسجلين فقط بالموقع الإلكتروني يمكنهم وضع أشرطة فيديو على الإنترنت.

يوفر تحميل ملفات الفيديو على يوتيوب فرصة لتبادل الأفكار والآراء الخاصة، وبصرف النظر عن الجانب الترفيهي، يعدّ يوتيوب من الوسائل المفضلة لتعلم كيفية القيام بالأشياء مع أدلة الإرشاد وكتيبات الاستعمال والدروس والدورات التدريبية المقدمة عن كثير من الموضوعات التي تهم الجمهور، خاصة أن شعبية مقاطع فيديو يوتيوب جعلت منه بوابة ترفيهية وأحياناً تعليمية وتثقيفية مفيدة، متوافرة على مجموعة متنوعة من منصات الكمبيوتر ومختلف الأجهزة النقالة المتنوعة.

الفصل الأول- الإطار المنهجي للبحث:

أولاً- مشكلة البحث:

استطاعت وسائل الإعلام من خلال شعبية مواقع التواصل الاجتماعي، ومنها "يوتيوب" موضوع البحث، الوصول لجمهور عريض ومتنوع وعالمي ومنه الجمهور السوري، حيث يعدُّ يوتيوب من أهم وسائل التواصل الاجتماعي لدى الشباب السوري، خاصة في الأزمة الحالية التي تشهدها البلاد، وعليه تتجلى مشكلة البحث في معرفة العلاقة بين مختلف استعمالات يوتيوب وموضوع التعلم الذاتي واكتساب المهارات لدى طلاب كلية الإعلام في جامعة دمشق من خلال الكشف عن مدى استعمال هؤلاء الطلاب موقع يوتيوب ودوافع استعمالهم والإشباعات المتحققة من هذا الاستعمال، فضلاً عن دراسة عادات وأنماط هذا الاستعمال، ومدى توظيف الطلاب لما يتعرضون له عبر يوتيوب في عملية التعلم الذاتي واكتساب المهارات.

ثانياً- أهمية البحث:

تتلخص أهمية البحث في النقاط الآتية:

- تأتي أهمية هذا البحث من أهمية يوتيوب وما يشكله من وسيلة اتصال مهمة، لم تخضع للبحث والدراسة العلميين في سورية.
- أهمية وسائل التواصل الاجتماعي نفسها، خاصة (يوتيوب)، فهي وسائل حديثة ولها مميزات تفاعلية واتصالية تجعلها متميزة عن غيرها من وسائل التواصل الأخرى.
- يأتي هذا البحث كدراسة استكشافية، من خلال البحث في دوافع وإشباعات طلاب كلية الإعلام في جامعة دمشق من استعمال موقع يوتيوب الاجتماعي، وأنماط التعرض له، وذلك من خلال دراسة علمية ومنهجية واضحة.
- أهمية النتائج التي يمكن أن يتوصل إليه البحث، وإمكانية أنتبنى على أساسه أبحاثٌ موسعة عن يوتيوب، ومدى التعلم الذاتي من خلاله.
- قلة البحوث والدراسات عن مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة يوتيوب.

- أهمية النتائج والتوصيات التي من الممكن التوصل إليها ويمكن أن تستفيد منها كلية الإعلام في جامعة دمشق وجامعات أخرى لديها ذات التخصص في الإعلام والاتصال محلياً وعربياً.

ثالثاً- الدراسات السابقة:

ثمة ندرة للبحوث العربية التي تناولت هذا الموضوع، في حدود ما تم الاطلاع عليه، حيث أظهرت كثرة عدد الدراسات الأجنبية في محور مواقع الفيديو الالكترونية اهتمام الدول الغربية بشكل أكبر من الدول النامية ومنها الدول العربية في استعمال مواقع الفيديو الالكترونية في التعليم الجامعي. لذا نجد أن جميع الدراسات في هذا المحور كانت أجنبية واختير منها ما يناسب أهداف البحث الحالي، حيث قامت بدراسة فعالية استعمال مواقع الفيديو الالكترونية لأنها أحد أهم أدوات الجيل الثاني للتعلم الالكتروني في التحصيل واكتساب أنواع مختلفة من المهارات العلمية والعملية.

1- دراسة أشرف الدين بارش وصابر لعور (٢٠١٦):استعمال الطلبة الجزائريين لليوتيوب والإشباعات المحققة منه[١]واعتمدت الإشكالية التالية:

هدفت الدراسة إلى معرفة استعمالات الطلبة الجامعيين لموقع يوتيوب وما هي الإشباعات المحققة من ذلك، وكذلك معرفة عادات وأنماط استعمالهم موقع يوتيوب ودوافع هذا الاستعمال، والكشف عن الإشباعات المحققة من ذلك جراء استعمال الطلبة لموقع يوتيوب، وذلك بالتطبيق على عينة مكوّنة من (١٠٠)مفردة من طلبة جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- حددت الدراسة أن المنزل هو أكثر الأماكن التي يفضلها الطالب أثناء تصفحه موقع يوتيوب، وأن الهاتف الذكي هو الوسيلة المفضلة للتصفح.

[١]بارش، أشرف الدين ولعور، صابر(2016)استعمال طلبة الجزائريين لليوتيوب والإشباعات المحققة منه، دراسة على عينة من طلبة جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص صحافة وإعلام الكتروني2015-2016.

– أن دوافع الطلبة الجامعيين في استعمال يوتيوب هي التسلية والترفيه في المقام الأول وتليها التعليم والتثقيف.

–بينت الدراسة أن غالبية الطلاب تتوجه إلى المضامين الاجتماعية بالدرجة الأولى في استعمالهم يوتيوب ثم المضامين العلمية فالنفسية ثم الرياضية فالترفيهية السياسية ومضامين أخرى انحصرت في المضمون الثقافي أو الديني.

–أظهرت نتائج الدراسة أن أهم ما يحوز على اهتمام الطالب هو الإشباع الاجتماعي ثم العلمي تلاه الترفيهي ثم النفسي ثم الرياضي ثم السياسي وهنا يقدم يوتيوب نمطاً خاصاً بالطلبة ألا وهو أولوية الإشباع الاجتماعي.

٢– دراسة سالينا وآخرون(Salina, et.al,)(2012) "فعالية استعمال الفيديو التعليمي لتحديث وتعزيز تعلم بعض المهارات لدى الطلاب"[٢].

هدفت الدراسة إلى معرفة فعالية استعمال الفيديو التعليمي كأداة لتحديث وتعزيز تعلم بعض مهارات التمريض لدى طلبة كلية التمريض في جامعة تيورن، وقد استعمل الباحثون المنهج التجريبي، وطبقت الدارسة بعد أخذ عينة استطلاعية مكونة من 21 طالباً في عام 2009 لتحديد نقاط القصور، وحجم العينة المناسب للدراسة، ثم اختيرت عينة عشوائية من الطلبة مكوّنة من 223 طالباً، مقسّمة إلى مجموعتين تجريبية وعددهم 112،ومجموعة ضابطة من 111 طالباً، وكلتا المجموعتين درستا بالطريقة التقليدية، وبعد شهر درست المجموعة التجريبية المهارات المطلوبة باستعمال مقاطع فيديو تعليمية لمراجعة مهاراتهم، في حين قامت المجموعة الضابطة بمراجعة هذه المهارات بالطريقة التقليدية. وتم تصميم بطاقة تقييم للمهارات مكوّنة من33 فقرة لقياس الفروق بين المجموعتين، وخلصت الدراسة إلى أن أفراد العينة التجريبية تمكنوا من تطبيق هذه المهارات المطلوبة بشكل أكبر من المجموعة

[2]Salina., Ruffinengo, C., Garrino,L., Massariello,P., Charrier, L., Martin, B., Favale, M., Dimonte, V. (2012): Effectiveness of an educational video as an instrument to refresh and reinforce the learning of a nursing technique: a randomized controlled trial, Springer Journal, Vol. 1 (2), pp. 67–75 , May 2012.

الضابطة، وبمستوى إتقان مرتفع، وأن مواقع الفيديو تساهم بصورة كبيرة في تعزيز تعلم الطلاب، وتراعي احتياجاتهم الخاصة، وأوصت بضرورة استعمال الفيديو كأداة للتعليم من خلال مواقع الفيديو الإلكترونية باعتبارها أحد أهم أدوات التعليم الإلكتروني ولفائدتها التعليمية الكبيرة.

3- دراسة شتوكي"Chtouki"وآخرين(2012) "تأثير أشرطة فيديو يوتيوب على تعلم الطالب"[٣].

هدفت الدراسة إلى معرفة أثر استعمال يوتيوب في تعزيز تعلم الطلاب وتقويم مهاراتهم المعرفية في سياق مقدمة في علوم الحاسب الآلي، لطلاب من تخصصات أخرى، حيث استعمل المنهج التجريبي في هذه الدراسة، وكانت عينتها مكونة من 150 طالباً وطالبةً، موزعين على عينة تجريبية، درست باستعمال مقاطع فيديو نشرت إلكترونياً، على الموقع العالمي "يوتيوب" وتناولت هذه المقاطع المفاهيم النظرية للمقرر، في حين درست المجموعة الضابطة باستعمال مصادر عادية كالكتب والمحاضرات النظرية، واستعملت أداة الاستبانة والاختبار المعرفي للحصول على نتائج الدراسة والتي تفوقت فيها المجموعة التجريبية على الضابطة في الاختبار المعرفي والذي طبق على أحد أكثر موضوعات المقرر صعوبة، حيث نجح 65% من أفراد العينة التجريبية في الاختبار مقابل 50% من أفراد العينة الضابطة، كما يرى الطلاب أن استعمال يوتيوب في التعليم يزيد من دافعيتهم للتعلم ويزيد معارفهم وذلك ببحثهم عن مقاطع فيديو مشابهة، وأوصت الدراسة بجعل يوتيوب مصدراً تعليمياً مرشحاً يستعمله التربويون لتحسين أداء الطلبة وتنمية مهاراتهم.

٤-دراسةبورك وسنايدر,Burke(2008) "Snyder, مصادر التعلم الذاتي عبر يوتيوب"[٤].

[3]Chtouki, Y., Harroud, H., Khalidi, M., Bennani, S (2012): The Impact of YouTube Videos on the Student's Learning, Information Technology Based Higher Education and Training (ITHET), International Conference, 21-23 June 2012.

[4]Burke,Sloane & Snyder, Shonna (2008): YouTube: An Innovative Learning Resource for College Health Education Courses, International Electronic Journal of Health Education, VOL. 11, pp. 39-46. pdf

هدفت الدراسة إلى تحديد آراء الطلاب من استعمال يوتيوب في غرفة الدراسة وكأداة تعليمية فاعلة، واستعمل الباحثان المنهج الوصفي حيث شملت عينة الدراسة 810 طالباً يدرسون مقرر الصحة العامة، وقد استعملت الدراسة استبانة أو(استمارة)، نُشرت إلكترونياً للطلاب، وكانت نتائج الدراسة تشير إلى أن الطلاب عينة البحث يستعملون يوتيوب بمعدل مرتفع ويرغبون من المعلمين أن يستعملوا هذه التقنية، وأوصت الدراسة بضرورة استعمال يوتيوب في التدريس، وتحديد سياسة لتطوير قدرات المعلمين لاستعماله في التعليم، وضرورة أن تُزَوَّد الأقسام والوحدات في الجامعة بآليات لدعم يوتيوب في قاعات الدراسة.

رابعاً- أهم نتائج الدراسات السابقة:

1- أثبتت الدراسات أن أهم دوافع الطلبة لاستعمال يوتيوب هي التسلية والترفيه تليها التعلم والتثقيف وأن المضامين الاجتماعية هي الأولى في استعمالهم الموقع وتوجههم له ثم المضامين العلمية.

٢- أثبتت الدراسات فعالية مواقع الفيديو الالكترونية في زيادة تحصيل الطلاب المعرفي والمهاراتي، حيث درست هذه الفعالية على مواد نظرية وعملية مختلفة.

٣- إن الطلاب يستعملون يوتيوب بمعدل مرتفع ويرغبون من المعلمين أن يستعملوا هذه التقنية.

٤- إن مواقع الفيديو تساهم بشكل كبير في تعزيز تعلم الطلاب، وتراعي احتياجاتهم الخاصة، وإن استعمال يوتيوب يدفعهم أكثر للتعلم ويزيد معارفهم.

٥- استعملت مواقع الفيديو الالكترونية في التعليم الجامعي ولم تدرس أي دراسة فعاليتها على مراحل دراسية أخرى.

خامساً- أهداف البحث:

يسعى البحث إلى تحقيق الأهداف الآتية:

1- معرفة مدى استعمال طلاب كلية الإعلام في جامعة دمشق موقع يوتيوب.

2- التعرف إلى دوافع وعادات وأنماط استعمال طلاب كلية الإعلام موقع يوتيوب.

4- التعرف إلى الإشباعات المتحققة لطلاب كلية الإعلام من استعمالهم موقع يوتيوب.

5- معرفة مدى استفادة طلاب كلية الإعلام من موقع يوتيوب ضمن حياتهم الدراسية.

6- معرفة مدى توظيف طلاب كلية الإعلام موقع يوتيوب في عملية التعلم الذاتي واكتساب المهارات المختلفة.

سادساً- تساؤلات البحث:

1- ما عدد ساعات تصفح طلاب كلية الإعلام في جامعة دمشق موقع يوتيوب وما الأيام والفترات الزمنية اليومية المفضلة لذلك؟

2- ما مدى ومعدلاستعمال طلاب كلية الإعلام موقع يوتيوب كوسيلة تواصل اجتماعي؟

3- ما عادات وأنماط استعمال طلاب كلية الإعلام موقع يوتيوب؟

4- ما الوسيلةالمفضلة عند طلاب كلية الإعلام لتصفح موقع يوتيوب؟

5- ما أهمّ الموضوعات التي تنال اهتمام طلاب كلية الإعلام عند استعمالهم موقع يوتيوب؟

6- ما دوافع استعمال طلاب كلية الإعلام موقع يوتيوب؟

7- ما الإشباعات المتحققة لطلاب كلية الإعلام من استعمالهم موقع يوتيوب ؟

8- ما المزايا التي يحصل طلاب كلية الإعلام عليها عند استعمالهم موقع يوتيوب؟

٩- ما هي نشاطات طلاب كلية الإعلام على موقع يوتيوب، وما معدّل مشاركتهم الالكترونية؟

١٠- ما هي أشكال التعلم الذاتي الذي يستفيده طلاب كلية الإعلام من موقع يوتيوب؟

١١- ما حجم اكتساب طلاب كلية الإعلام للمهارات المتنوعة عن طريق موقع يوتيوب؟

١٢- هل يشكل الموقع ملاذاً للطلاب في ظل الفجوة التعليمية والتدريبية التي يعانوها في كلية الإعلام؟

سابعاً- فروض البحث:

١- توجد علاقة ارتباطية دالّة إحصائياً بين دوافع استعمال طلاب كلية الإعلام موقع يوتيوب وإشباع الهروب من مشاكل الكلية التعليمية والتدريبية والنقص في الجانب التطبيقي.

٢- توجد علاقة ارتباطية دالّة إحصائياً بين دوافع استعمال طلاب كلية الإعلام موقع يوتيوب وكون أغلب الإشباعات والدوافع دوافع منفعية أو نفعية، لا سيما تفضيل المضامين التعليمية والعلمية.

٣- توجد علاقة ارتباطية دالّة إحصائياً بين دوافع استعمال طلاب كلية الإعلام موقع يوتيوب وإشباعإتباع دورات علمية وتدريبية من شأنها تطوير حصيلة الطالب المعرفية.
٤- توجد علاقة ارتباطية دالّة إحصائياً بين دوافع استعمال طلاب كلية الإعلام موقع يوتيوب وإشباع التعرف على أهم المهارات، لاسيما المهارات المتعلقة بتخصص الإعلام والاتصال.
٥- توجد علاقة ارتباطية دالّة إحصائياً بين دوافع استعمال طلاب كلية الإعلام موقع يوتيوب وإشباع الاطلاع على تجارب الشخصيات الإعلامية التي تثير فضول واهتمام طلاب الإعلام.
٦- توجد علاقة ارتباطية دالّة إحصائياً بين دوافع استعمال طلاب كلية الإعلام موقع يوتيوب واستعمالات موقع يوتيوب الخاصة بالتعلم الذاتي واكتساب المهارات المتخصصة.
٧- توجد علاقة ارتباطية دالّة إحصائياً بين مدى ومعدّل استعمال طلاب كلية الإعلام موقع يوتيوب ومدى الاستفادة من موقع يوتيوب في التعلم الذاتي واكتساب المهارات.
٨- توجد علاقة ارتباطية دالّة إحصائياً بين مدى ومعدّل وعادات وأنماط استعمال طلاب كلية الإعلاومدى التعلم الذاتي واكتساب المهارات المستفاد من موقع يوتيوب.

ثامناً-الإجراءات المنهجيّة للبحث:

1- نوع البحث:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، التي تعطي صورة واضحة عن الظاهرة التي ترغب بجمع البيانات عنها، فهي تصف ميزات وخصائص مجتمع أو ظاهرة وتضيف بذلك رصيداً إضافياً من الحقائق والمعارف الأمر الذي يساعد في عملية فهم الظاهرة والتنبؤ بحدوثها[٥]، حيث تفسر هذه البيانات وتحلل تحليلاً شاملاً وتستخلص نتائج ودلالات مفيدة قد تؤدي إلى إمكانية إصدار تعميمات بشأن الظاهرة التي يدرسها الباحث.[٦]

[٥]فايز النجار، نبيل النجار، ماجد الزعبي (٢٠٠٩)، أساليب البحث العلمي، منظور تطبيقي، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان الأردن، ص ٣٤.

[٦]سمير حسين (1999)، دراسات في مناهج البحث العلمي بحوث الإعلام، ط3، عالم الكتب، القاهرة، ص131.

2- المنهج المستخدم:

يعتمد البحث منهج المسح باستعمال أداة الاستبيان، ذلك لأن منهج المسح من أبرز المناهج المستخدمة في الدراسات الوصفية، حيثيهتم منهج المسح الوصفي بوصف حجم وتركيب جمهور المتلقين، وتصنيف الدوافع والحاجات، والمعايير الثقافية والاجتماعية، وكذلك الأنماط السلوكية ودرجتها، أو شدتها ومستويات الاهتمام والتفضيل، ويمثل الوصف في هذا الإطار وصف جمهور المتلقين، وعليه يعدّ منهج المسح الوصفي واحداً من المناهج الأساسية، والتي نتعرف بواسطتها على المعلومات الدقيقة المتعلقة بموضوع البحث، إذ يعتمد تجميع البيانات والحقائق، ولا يقتصر على مجرد الوصول إلى الحقائق والحصول عليها، ولكنه يمكن أن يؤدي إلى صياغة مبادئ مهمة في المعرفة، كما يمكن أن يؤدي إلى حل المشاكل العلمية، ويمكن من خلاله اكتشاف علاقات معينة بين مختلف الظواهر التي قد لا يستطيع الباحث الوصول إليها بدون مسح[٧].

3- مجتمع البحث والعينة:

يتكون مجتمع البحث من طلاب كلية الإعلام في جامعة دمشق، الذين يبلغ عددهم حسب السجلات الرسمية للكلية للعام الدراسي ٢٠١٩-٢٠٢٠ (١٠٩٧) طالباً.سيختار الباحث المفردات في هذه العينة بطريقة عمدية طبقاً لما يراه من سمات أو خصائص تتوفر في المفردات بما يخدم أهداف البحث[٨]، فتختار عينة عمدية (أوقصدية) ممن يستعملون موقع يوتيوب مؤلفة من 200 طالب من طلاب هذه الكلية موزعة بالتساوي بين الذكور والإناث.

٤- النظرية المستخدمة: نظرية الاستعمالات والإشباعات: حيث إن مدخل هذه النظرية أوجد تفسيرات متعددة لعملية الاتصال، من أهمها التعرف إلى كيفية تفسير استعمال المتلقين لوسائل الاتصال الإعلامية المتنوعة، بهدف إشباع حاجات معينة لديهم، كما استطاعت فهم دوافع المتلقين

[٧]محمد عبد الحميد(2000)، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط 2،عالم الكتب، القاهرة، ص13.

[٨]محمد عبد الحميد، (٢٠١٣)، البحث العلمي في تكنولوجيا التعليم، ط ٣، عالم الكتب، القاهرة، ص ٢٨٨.

في التعرض لوسائل الاتصال وأنماط التعرض المختلفة، وما يترتب على ذلك من نتائج، ويُقسِّم مدخل الاستعمالات والإشباعات ومعظم الدراسات عن الاتصال دوافع التعرّض إلى فئتين:[٩]

دوافع نفعية أو منفعيّة: تستهدف التعرّف على الذات، واكتساب المعرفة والمعلومات، والخبرات، وجميع أشكال التعلم بوجه عام.

دوافع طقوسية: وتستهدف تمضية الوقت، والاسترخاء، والصداقة، والألفة مع الوسيلة، والهروب من المشكلات.

٥- أداة وطريقة جمع البيانات:

سيعتمد الباحث في جمع المعلومات الاستبيان الذي يعدّ من أحد الوسائل الفعّالة في الدراسات المسحيّة، وسيحاول الاستبيان الإجابة عن تساؤلات وأهداف البحث من خلال توجيه مجموعة من الأسئلة إلى المبحوثين.

٦- إجراء الصدق والثبات:

بعد تصميم الاستبيان، روجع عدة مرات والتدقيق فيه والتأكد من قدرته على جمع البيانات المطلوبة. وأجري قياس الثبات، بإجراء اختبار قبلي للاستبيان، وذلك على عينة قوامها (20) مبحوثاً بنسبة (10%) من العينة الأصلية التي قوامها (200) مبحوث، وذلك للتأكّد من فهم المبحوثين للأسئلة الواردة في الاستبيان، وللتأكّد من عدم تكرار أو تداخل بعض الأسئلة، وكذلك لمعرفة الصعوبات التي يمكن أن تواجه المبحوثين أثناء ملء الاستبيان.

٧- الأساليب والمعاملات الإحصائية المستخدمة في البحث:

بعد جمع البيانات ومراجعتها وتدقيقها وترميز استبيان البحث، اعتمد الباحث البرنامج الإحصائي (SPSS)، وذلك باللّجوء إلى المعاملات والاختبارات والمعالجات الإحصائية المناسبة، ولاسيما التكرارات البسيطة والنسب المئوية.

[٩] عماد حسن مكاوي، ليلى السيد، (1998)، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ص245.

تاسعاً– المفاهيم والتعريفات الإجرائية:

المصطلح	التعريف النظري	التعريف الإجرائي
الدوافع	عوامل انفعالية، حركية، فطرية أو مكتسبة، شعورية أو لاشعورية، تثير نشاط الفرد للأداء والإنجاز، أو تحقيق غاية، وتنشأ داخل الفرد كنتيجة لخبراته السابقة[١٠].	يقصد بالدوافع، المحرك الأساسي لاستعمال طلاب كلية الإعلام في جامعة دمشق، موقع يوتيوب والحاجات التي يريدون إشباعها من خلال هذا الاستعمال.
أنماط المشاهدة	كلمة أنماط جمع نمط وهو الأسلوب أو الطريقة التي تتكرر غالباً.	يقصد بأنماط المشاهدة، أنماط طرق مشاهدة وتصفح طلاب كلية الإعلام في جامعة دمشق موقع يوتيوب.
يوتيوب	هو موقع الفيديو الأكثر شهرة في العالم، وهذا يفرض محاولة دراسته وتوظيفه مستفيدين من الميزات الكبيرة التي يوفرها وإمكانيات تخصيص قنوات تعليمية وسهولة الاستعمال والنشر مجاناً، مما يسهل على الطلبة مشاهدة مقاطع الفيديو على الموقع مباشرة دون الحاجة إلى تحميلها على أجهزتهم، وهذا بدوره يتيح توفرها في أي زمان ومكان.[١١]	يقصد بيوتيوب موقع مشاركة ملفات الفيديو،وهو الموقع الذي يتضمن مجموعة هائلة من الفيديوهات المتنوعة، وهو من الوسائل المفضلة للتدريب وتعلم كيفية القيام بالأشياء عن طريق الإرشاد والدروس والدورات التدريبية المقدمة عن كثير من الموضوعات التي تهم الجمهور والتي قد تناسب طلاب كلية الإعلام لتحقيق أغراض مختلفة حسب اهتماماتهم.
التعلم الذاتي	عملية إجرائية مقصودة يحاول فيها المتعلم أن يكتسب بنفسه القدر المقنن من المعارف والمفاهيم والمبادئ والاتجاهات والقيم والمهارات مستخدماً أو مستفيداً من التطبيقات التكنولوجية كما تتمثل بالكتب المبرمجة ووسائل وآلات التعليم والتعيينات المختلفة.	يقصد به اعتماد طلاب كلية الإعلام على موقع يوتيوب في التعلم الذاتي بدون توجيه المعلمين ويتم ذلك الاستعمال للحصول على مختلف التدريبات والمهارات أو أمور أخرى.
فيديوهات يوتيوب	مجموعة الأشرطة السمعية–البصرية أو البصرية (أحياناً) ذات الصور المتحركة	الأشرطة السمعية–البصرية أو البصرية (أحياناً) ذات الصور المتحركة والتي تقدم

[١٠] صالح شلهوب (2004) الكشاف، الطبعة الأولى، دار أسامة، عمان، الأردن،ص78.

[11] Gentry, Jeffery (2008): Using YouTube: Practical Applications for 21st Century Education, Online Classroom Ideas For Effective Online Instrucation, Manga Publication.

	والتي تقدم مضامين تعليمية أو علمية أو تدريبية.	مضامين تعليمية أو علمية أو تدريبية يستعملها جمهور طلاب كلية الإعلام في التعلم الذاتي واكتساب المهارات المتنوعة.
العادات	كلمة عادات هي جمع عادة، وهي نمط من السلوك يقوم به الإنسان، ويعود إلى فعله مراراً وتكراراً.[١٢]	يقصد بالعادات الفترات الزمنية المفضلة للمتابعة والظروف التي تتم بها عملية المتابعة إن كانت فردية أو جماعية لموقع يوتيوب؟
الإشباعات	يعني الإشباع في نظرية التحليل النفسي، التخلص من التوتر، فتراكم التنبيه يحدث إحساسا بالألم ويدفع الجهاز إلى العمل لكي يحدث مرة أخرى حالة إشباع يدرك فيها خفض التنبيه،كأنه لذة[١٣]. فالإشباعات تعني تلبية حاجة أو إرضاء رغبة أو بلوغ هدف.[١٤]	النتائج التي تحصل عليها العينة نتيجة استعمال مضامين موقع يوتيوب (إشباعات المحتوى، وإشباعات العملية).
النشاط	التفاعل مع الرسالة والمضمون حسب مداخل الفروق الفردية والفئات الاجتماعية والعلاقات الاجتماعية.	نشاط طلاب كلية الإعلام قبل وأثناء وبعد استعمال مضامين موقع يوتيوب، وخاصةً المشاركة الإلكترونية.

الفصل الثاني- الإطار المعرفي:

أولاً- المجتمعات الافتراضية ومواقع الإعلام الجديد:

ظهرت مواقع التواصل الاجتماعي وأتاح البعض منها تبادل مقاطع الفيديو والصور ومشاركة الملفات وإجراء المحادثات الفورية، والتواصل والتفاعل المباشر بين جمهور المتلقين.

ويسجل لهذه المواقع كسر احتكار المعلومة، كما أنها شكلت عامل ضغط على الحكومات والمسؤولين، ومن هنا بدأت تتجمع وتتحاور بعض التكتلات والأفراد داخل هذه الشبكات،

[١٢] دار المشرق (1986)،المنجد في اللغة والإعلام، الطبعة الواحد والعشرين، بيروت،ص106.

[١٣] محمد منير حجاب، (٢٠٠٣) الموسوعة الإعلامية، المجلد السابع، دار الفجر للنشر والتوزيع، ص٤٠٣.

[١٤] دار المشرق (1986)،المنجد في اللغة والإعلام، مرجع سابق، ص94.

تحمل أفكاراً ورؤىً مختلفة، متقاربة أو موحدة أحياناً، مما أثر في تلك المواقع وزادتها غناً وجعلت من الصعب جداً على الرقابة الوصول إليها أو السيطرة عليها أو لجمها في حدود معينة.
تعدّ مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر انتشاراً على الإنترنت، لما تمتلكه من خصائص تميزها عن المواقع الإلكترونية، مما شجع متصفحي الإنترنت من كافة أنحاء العالم على الإقبال المتزايد عليها، في الوقت الذي تراجع فيه الإقبال على المواقع الإلكترونية، وعلى الرغم من الانتقادات الشديدة التي تتعرض لها مواقع التواصل الاجتماعي على الدوام وخصوصاً موقع (فيس بوك)، والتي تتهمه تلك الانتقادات بالتأثير السلبي والمباشر على المجتمع الأسري، والمساهمة في انفراط عقده وانهياره، فإن هناك من يرى فيه وسيلة مهمة للتنامي والالتحام بين المجتمعات، وتقريب المفاهيم والرؤى مع الآخر، والاطلاع والتعرف على ثقافات الشعوب المختلفة، إضافة لدوره الفاعل والمتميز كوسيلة اتصال ناجعة في الهبّات والانتفاضات الجماهيرية.
وتعددت أدوات هذا النوع من التواصل واستأثرت بجمهور واسع من المتلقين، وأدّت الأحداث السياسية، دوراً واسعاً في التعريف بهذه الأدوات التي لها الفضل أيضاً في إيصال الأخبار السريعة والرسائل النصية ومقاطع الفيديو عن مختلف الأحداث، الأمر الذي يساعد في شهرتها وانتشارها وظهور وازدهار المجتمعات الافتراضية.
ثانياً- غايات المجتمعات الافتراضية:
نستطيع أن نذكر هنا واحداً من أهم أسباب ظهور المجتمعات الافتراضية وهو:[١٥]
الغايات التعليمية: من خلال تبادل الأفكار والمواد التعليمية وتبادل الأخبار والمعلومات والخبرات، فمواقع التواصل الاجتماعي والمجتمعات الافتراضية ليست شراً كلها بطبيعة الحال ما لم تغادر التثقيف والإثراء إلى التسخيف والإلهاء.

[١٥] نوال بركات (2014)، الفضاء السيبيري والعلاقات الاجتماعية في المجتمع الافتراضي بين جغرافيا الواقع وجغرافيا الافتراضية، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، ديسمبر (١٢)، ص ص ٢٧٣- ٣٠٦، ص ٢٩١-٢٩٤.

ولعلمن أهم مواقع الإعلام الجديد هي مجتمعات المحتوى:استعمال المواقع التي تتيح تخزين وتبادل محتوى الوسائط المتعددة ومن الأمثلة المعروفة استعمال يوتيوبYouTube لمشاركة الفيديو وفليكر Flickr لمشاركة الصور وأوديو Odeo لمشاركة التسجيلات الصوتية وتبادل هذه الوسائط بين ملايين المستخدمين،[١٦] إنها الشبكات الاجتماعية إذاً.

ثالثاً- الشبكات الاجتماعية -The Social Network:

تعدّ أعوام التسعينيات الأولى من القرن الماضي، هي البداية الحقيقية لظهور الشبكات أو المواقع الاجتماعية، ويتحدث "Paul Levinson" في كتابه "New Media" عن قصة ظهور الإعلام الجديد وماذا يعني لنا كأناس عاديين أن يكون هناك إعلاماً جديداً. وتصدرت الشبكات الاجتماعية ثلاثة مواقع مهمة ورئيسة هي: فيس بوك وتويتر وموقع مقاطع الفيديو يوتيوب. ونتيجة لتنامي وتطور هذه المواقع الاجتماعية، فقد أقبل عليها ما يزيد عن ثلثي مستخدمي شبكة الإنترنت، وأدّت الكوارث الطبيعية كالفيضانات والزلازل والتسونامي والأحداث السياسية وحركة الجماهير الشعبية الواسعة، وخصوصاً الشباب منهم ممن يرتادون شبكات التواصل الاجتماعي، دوراً مهماً في شعبية هذه الشبكات.

رابعاً- موقع يوتيوب- Youtube:

نشأت فكرة إنشاء موقع يوتيوب عام2005في مدينة سان برونو، كاليفورنيا، الولايات المتحدة الأمريكية، عندما كان تشاد هيرلي والتايواني تشين والبنغالي جاود كريم (الذين يعملون في شركة Pay Pal المتخصصة في التجارة الالكترونية)في حفلة لأحد الأصدقاء، والتقطوا مقاطع فيديو، وأرادوا أن ينشروها بين زملائهم ولم يستطيعوا إرسالها عبر الإيميل لأنه لم يكن يقبل الملفّات الكبيرة ومن هنا بدأت تتبلور فكرة موقع لإرفاق أفلام الفيديو على شبكة الانترنت.حالياً، يُعّد موقع يوتيوب Youtube أهم وأشهر مواقع لرفع ومشاركة الفيديوهات على مستوى العالم ويقوم على فكرة مبدئية هي: بث لنفسك أو أَذِعْ نفسك Broadcast

[١٦]صلاح الصاوي (2012) سمات الويب 2.0 على مواقع الأرشيفات والمكتبات الرئاسية على الانترنت، مجلة مكتبة الملك فهد الوطنية، 18 (2)، ص ٢٣٢.

yourself، هذا الشعار وضع على الصفحة الأولى، ويعدّ أهم مكان على شبكة الانترنت للمشاركة بالفيديو المجّاني الشعبي، ويتميز يوتيوب في التعليم بما يلي:[١٧]

- يشجع على الإبداع، كونه منصة للتفاعل وليس مجرد مشاهدة المحتوى.
- يسمح يوتيوب بالاستفادة المثلى من وسائل الإعلام الجديدة لنقل المعلومات والمعرفة.
- يساهم في تعزيز روح المناقشة الفاعلة بين المتعلمين.
- يخلق مجتمعاً تعليمياً حراً يستطيع المشاركة والتقييم، ويعمل على بناء المحتوى ونشره للآخرين.
- مناسب لتعليم المتعلمين بمراحلهم المختلفة ولاسيما كبار السن، حيث يمكن استعماله في التعليم مدى الحياة.
- يعدّ أحد موارد التعليم المجانية.

الفصل الثالث– الإطار العملي للبحث:

أولاً– النتائج العامة:

1– مدى تصفح طلاب كلية الإعلام في جامعة دمشق موقع يوتيوب:

الجدول رقم (1) – توزيع عينة البحث حسب مدى تصفح طلاب كلية الإعلام في جامعة دمشق موقع يوتيوب.

توزيع عينة البحث(طلاب كلية الإعلام) حسب مدى تصفحهم موقع يوتيوب		
مدى التصفح	التكرار (ك)	النسبة المئوية (%)
دائماً	136	%68
أحياناً	48	%24
نادراً	16	%8
المجموع	200	%100

[١٧]Adam, Anna & Mowers, Helen (2007): YouTube Comes to the Classroom, School Library Journal, 01/01/2007.

احتلت نسبة المشاهدة الدائمة لموقع يوتيوب68%، وهي النسبة الأكبر من عينة البحث كما هو واضح في الجدول رقم (1)، ما يبين أهمية الفيديوهات الموجودة على موقع يوتيوب وتأثيرها على فئة الشباب الجامعي في كلية الإعلام بمختلف التخصصات،فيما كانت نسبة التصفح أحياناً 24%، من عينة البحث، في حين لم تتجاوز نسبة التصفح بشكل نادر 8%.
ونستدل على ذلك ما يلي:

- يشكل موقع يوتيوب جزءاً من الحياة الإلكترونية لدى معظم طلاب كلية الإعلام، ولم يعد مجرد موقع ترفيهي يستعملونه كشيءٍ ثانوي.
- أصبح هذا الموقع من أولويات طلاب كلية الإعلام، وبهذا ينافس ويتفوق على كثير من وسائل الإعلام الأخرى من حيث مدى متابعة هذه الشريحة من جمهور الشباب لها لاسيما الطلاب الجامعيين.

2– معدل تصفح طلاب كلية الإعلام موقع يوتيوب:

الجدول رقم (2) – توزيع عينة البحث(طلاب كلية الإعلام)حسب معدل وزمن تصفحها موقع يوتيوب.

توزيع عينة البحث حسب معدل وزمن تصفحها موقع يوتيوب		
معدل التصفح	التكرار (ك)	النسبة المئوية (%)
يومياً	112	%56
2-3ساعات أسبوعياً	64	%32
مرة أسبوعياً	16	%8
بالصدفة	8	%4
2-3شهرياً	0	%0
المجموع	200	%100

إن56% من العينة تتصفح موقع يوتيوب يومياً، أي أن أكثر من نصف العينة تزور مواقع يوتيوب بشكل دائم، كما يُلاحظ من الجدول رقم (2)، في حين بلغت نسبة المتابعين لمواقع

التواصل من2إلى3 ساعات أسبوعيا32%، ولم يتجاوز من يتابعها مرة أسبوعياً أو بالصدفة8%، وعليه نستنتج أن ارتفاع نسبة التصفح اليومي والأسبوعي دليل على سهولة الدخول لهذا الموقع. ومرد ذلك إلى ما يلي:

- سهولة الدخول لموقع يوتيوب.
- التكلفة المادية البسيطة لقاء هذا الدخول.

3- عدد ساعات تصفح طلاب كلية الإعلام موقع يوتيوب:

الجدول رقم (3) – توزيع العينة حسب عدد ساعات تصفح موقع يوتيوب.

توزيع العينة حسب عدد ساعات تصفح موقع يوتيوب		
عدد الساعات	التكرار (ك)	النسبة المئوية (%)
من 1-3 ساعات يومياً	88	%44
من 3-6 ساعات يومياً	64	%32
أقل من ساعة يومياً	24	%12
أكثر من 6 ساعات يومياً	24	%12
المجموع	200	%100

بيّن الجدول رقم (3) أن نسبة44% من عينة البحث، اتجهت لتصفح موقع يوتيوب من1إلى 3 ساعات كحد وسطي، في حين بلغت نسبة من يدخل على الموقع من3إلى6 ساعات نحو32%، ووصلت نسبة من يتابعه أكثر من6 ساعات نحو12%، في حين بلغت نسبة من يتصفح موقع يوتيوب أقل من ساعة يومياً 12% من أفراد العينة.

وهذا يجيب عن التساؤل المطروح، ما مدى استعمال طلاب كلية الإعلام موقع يوتيوب؟

ويُستَدَل على ارتفاع نسبة تصفح موقع يوتيوب مما يلي:

1- آنية هذا الموقع في تنزيل الفيديوهات.

2- تركيزه على أهم الفيديوهات التي تحقق نسبة مشاهدة عالية ومن ثمّ تهم الجمهور.

3- التفاعلية في مشاركة رأي المتصفحين في هذه الفيديوهات، وهو بذلك يتفوق على وسائل الإعلام الأخرى، والتي لا تتيح تواصل ومشاركة الجمهور في المحتوى.

٤- استفادة الطلاب من الفيديوهات الموجودة على موقع يوتيوب وتوظيفها في دراستهم الجامعية، حيث بلغت نسبة مَنْ يستفيد منها ٩٦ % من الطلاب بحسب الجدول رقم(١٢).

٥- كون يوتيوب أحد موارد التعليم المجانية، كما ذكرنا آنفاً، فهو يخلق مجتمعاً تعليمياً حراً يتميز بالمشاركة والتقييم وسهولة صنع ونشر المحتوى الرقمي عموماً والتعليمي بشكلٍ خاص.

٤- عادات وأيام استعمال طلاب كلية الإعلام في جامعة دمشق موقع يوتيوب:

الجدول رقم (٤) – يوضح الأيام المفضلة لتصفح موقع يوتيوب عند طلاب كلية الإعلام.

الأيام المفضلة لتصفح موقع يوتيوب		
الأيام	التكرار (ك)	النسبة المئوية%
لا يوجد يوم محدد	104	%52
أيام العطل	80	%40
أيام العمل	16	%8
أيام عرض الأفلام في التلفزيون	0	%0
المجموع	200	%100

يوضّح الجدول رقم (٤) أن 52% من عينة البحث لا يوجد لديها أيام محددة لمشاهدة موقع يوتيوب، في حين توزعت بقية العينة40% لكل من أيام العطل و8% لأيام العمل، وهذا دليل على ما يلي:

1- سهولة الوصول لهذا الموقع لا يجعله مرتبطا بأيام العطل فقط.

2- التكلفة البسيطة في سوريا بالحصول على خدمة الانترنت ومنثمّ متابعة يوتيوب.

3- أن ارتياد هذا الموقع المفيد بالنسبة لأفراد العينة غير مرتبط بأزمان أو أوقات معينة، فعملية التعلم الذاتي وتحصيل المعلومات عملية إرادية ومستمرة غير مشروطة بأي توقيت أو أي ظروف.

٥- الفترات الزمنية اليومية المفضلة لدى الطلاب لتصفح موقع يوتيوب:

الجدول رقم (٥) – يبين الفترات الزمنية اليومية المفضلة لدى طلاب كلية الإعلام في جامعة دمشق لتصفح موقع يوتيوب.

الفترات الزمنية اليومية المفضلة لدى أفراد العينة لتصفح موقع يوتيوب		
الفترات اليومية المفضلة للتصفح	التكرار (ك)	النسبة المئوية%
فترة المساء من الساعة 6 - 9	64	%32
فترة الظهر من الساعة 12 - 3	48	%24
فترة العصر من الساعة 3 - 6	32	%16
فترة السهرة الأولى من الساعة9 - 12	32	%16
فترة الصباح من الساعة 12 - 6	16	%8
فترة السهرة الثانية من الساعة12 - 6	8	%4
المجموع	200	%100

يتجه ثلث أفراد العينة تقريباً أي 32%إلى تصفح موقع يوتيوب خلال الفترة المسائية الأولى وذلك من الساعة 6 وحتى9مساءً، كما يبين الجدول رقم (٥)، وهي ما يمكن اعتبارها من فترات الذروة في المجتمع السوري لزيارة المواقع الإلكترونية ومنها بالطبع موقع يوتيوب، التي يمكن الاتجاه إليه لتنزيل ومشاهدة الفيديوهات المهمة، بينما نجد24% من أفراد عينة البحث ممن يتجه إلى تصفح موقع يوتيوب خلال فترة الظهيرة من الساعة 12 وحتى 3.يلي ذلك فترتا العصر من الساعة 3–6وفترة السهرة الأولى من الساعة9–12 وهي من الأوقات المرغوبة لدى الشباب الجامعي للتواصل الإلكتروني ومتابعة المواقع المفضلة لاسيما يوتيوب حيث بلغت نسبة من يفضلهما 16% من أفراد العينة. بينما نالت فترة السهرة الثانية من الساعة12ليلاً وحتى6 صباحاً اهتمام ما نسبته 8% من أفراد العينة، وفترة الصباح من6صباحاً وحتى12 ظهراً هي الأقل حظوة لدى الطلاب بنسبة 4%، ومرد ذلك إلى كونها الأوقات الطبيعية للخلود للنوم وأيضاً أوقات دوام الطلاب لحضور المحاضرات في الجامعة.

وعليه يجيب الجدولان السابقان(٤) و(٥) عن التساؤل المطروح: ما عادات استعمال طلاب كلية الإعلام في جامعة دمشق لموقع يوتيوب؟

قد يكون أمراً مقنعاً أن يتابع ما نسبته 32% من الطلاب يوتيوب خلال فترة المساء من الساعة 6–9، فهذا توقيت مناسب يقع بين وقت الانتهاء من دوام الكلية وتأدية بعض

الواجبات وقرب ساعة الجلوس مع الأهل أو مع الأصدقاء أو ساعة الاستعداد للنوم، لكن ما هو غير منطقي أن يتابع 24% من الطلاب يوتيوب خلال فترة الظهيرة من الساعة 12 – 3 لأنها فترة الدوام في الكلية خاصة أن الأخيرة تشترط حضور المحاضرات والمداومة على الجوانب العملية لجميع المقررات، وبالنظر أيضاً إلى أن ٤٤ % من الطلاب يتصفحون يوتيوب من ١ إلى ٣ ساعات يومياً و ٣٢ % يتصفحونه من ٣ إلى ٦ ساعات كما هو واضح في الجدول رقم (٥) وما يؤكد كل ما سبق أن٦٨ % من الطلاب يتصفحون يوتيوب بصورةٍ دائمةٍ كما ورد في الجدول رقم (١)، وأن ٥٦ % من الطلاب يتصفحون يوتيوب يومياً وليس بصورةٍ متقطعة كما ورد في الجدول رقم (٢).

٦- أنواع المضامين المفضلة للمشاهدة من قبل طلاب كلية الإعلام في جامعة دمشق على يوتيوب (مع إمكانية اختيار أكثر من إجابة)

الجدول رقم (٦)- المضمون المفضل على يوتيوب لدى أفراد عينة البحث.

(*)- إمكانية اختيار أكثر من إجابة عن السؤال.

المضمون المفضل على يوتيوب لدى عينة البحث(*)		
المضمون	التكرار (ك)	النسبة المئوية%
تعليمية	168	%84
علمية	152	%76
سياسية	88	%44
تاريخية	40	%20
بيئية	16	%8
سيرة ذاتية	8	%4
اقتصادية	0	%0
أخرى تذكر	***	***

يوضّح الجدول رقم (٦)، أن نسبة84% من أفراد العينة تتجه لمتابعة المضامين التعليمية على موقع يوتيوب، ونسبة76%تفضل متابعة المضامين العلمية، وهذا أوضح مؤشر لاندفاع طلاب كلية الإعلام ورغبتهم في التعلم الذاتي واكتساب المهارات العلمية والعملية التخصصية التي يمكن أن تدعم دراستهم وتأهيلهم في تخصص الإعلام والاتصال.ولعل أهم دافع لذلك هو النقص الكبير في الجانب العملي والتطبيقي داخل كلية الإعلام وتأثير ذلك على ضعف مهارات وخبرات الطلاب في تخصصهم. ولذلك فلا غرابة أن تكون المضامين التعليمية في مقدمة ما يهتم به الطلاب في مختلف تخصصاتهم، وفي ذات السياق ولذات الأسباب يأتي اهتمام طلاب كلية الإعلام بالمضامين العلمية حيث بلغت نسبة من يهتم بهذه المضامين76% من أفراد العينة.

٧- الوسيلة المفضلة عند طلاب كلية الإعلام لتصفح موقع يوتيوب:

الجدول رقم (٧) الوسيلة المفضلة عند طلاب كلية الإعلام لتصفح موقع يوتيوب

الوسيلة المفضلة لتصفح موقع يوتيوب		
نوع الوسيلة	التكرار (ك)	النسبة%
الهاتف المحمول – الموبايل	136	%68
اللابتوب	48	%24
الكمبيوتر المكتبي PC	16	%8
أخرى تذكر	***	***
المجموع	٢٠٠	% ١٠٠

يتبين من الجدول رقم (٧) أن 68% من أفراد العينة يستعملون الهاتف المحمول (الموبايل) في متابعة موقع يوتيوب، بينما 24% منهم يستعملون اللابتوب في متابعته، ولا تتعدى نسبة من يستعمل الكمبيوتر المكتبي PC8%، وهذا يعود لأن الهاتف المحمول أفضل وأسهل في عملية التصفح والمتابعة، أكثر من اللابتوب أو الكمبيوتر المكتبي، حيث يصاحب الهاتف

المحمول الطالب حيثما ذهب وبذلك يتمكن الطالب من متابعة يوتيوب دائماً لاسيما مع إمكانية الاشتراك السهل بالإنترنت.

٨- كيفية اختيار الفيديوهات المفضلة على موقع يوتيوب:

الجدول رقم (٨) – طرق اختيار الفيديوهات المفضلة على موقع يوتيوب بالنسبة لطلاب كلية الإعلام.

طرق اختيار الفيديوهات المفضلة على موقع يوتيوب		
الطريقة	التكرار (ك)	النسبة %
البحث في آخر ما هو جديد	104	%52
نصائح الأصدقاء	72	%36
عبر الإعلان عنه في الوسيلة	24	%12
أخرى تذكر	***	***
المجموع	200	%100

إن البحث في آخر ما هو جديد هي الطريقة الأكثر إتباعاًبالنسبة لطلاب كلية الإعلامفي اختيار الفيديوهات المفضلة الموجودة على يوتيوب بنسبة 52% من أفراد العينة كما يوضّح الجدول رقم (٨)، وهذا يؤكد حس الفضول العلمي للبحث عن الفيديوهات التعليمية التي تساهم في زيادة مهاراتهم ومعارفهم. وفي حين أن نصائح الأصدقاء احتلت المرتبة الثانية بنسبة36%، نال الإعلان عنه في الوسيلةاهتمام ما نسبته 16%فقط من عينة البحث.

وهذا يجيب عن التساؤل المطروح: ما أنماط استعمال طلاب كلية الإعلام لموقع يوتيوب؟

٩- دوافع استعمال موقع يوتيوب:

الجدول رقم (٩) – دوافع استعمالات طلاب كلية الإعلام (أفراد العينة) موقع يوتيوب.

(*)– إمكانية اختيار أكثر من إجابة عن السؤال.

الاتجاه / دوافع التعرض(*)	دائما		أحيانا		أبداً		مجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الحصول على المعلومات	160	%80	40	%20	0	%0	200	%100
زيادة مهاراتي في تعلم برامج مفيدة بتخصصي	144	% 72	48	% 24	8	% 4	200	%100
زيادة معرفتي في التخصصات الإعلامية	96	%48	64	% 32	40	%20	200	%100
اكتساب المعرفة العملية	104	% 52	72	%36	24	%12	200	%100
التعرف على تجارب سابقة لشخصيات إعلامية	72	%36	112	%56	16	%8	200	%100
غير مقيدة بزمان ومكان	128	%64	56	%28	16	%8	200	%100
التسلية والترفيه	80	%40	72	%36	48	%24	200	%100
لا تكلف الكثير من المال	88	%44	104	% 52	8	%4	200	%100
لأنها تبث المهارات التي لا يعرضها التلفزيون	72	%36	88	%44	40	% 20	200	%100
تعلم اللغات الأجنبية	128	%64	64	%32	8	%4	200	%100
تركز على فيديوهات عامة	56	%28	120	%60	24	% 12	200	%100
لأنها تخلو من رقابة القائم بالاتصال	96	%48	32	%16	64	%32	200	%100

يوضح الجدول رقم (٩) أن نسبة80% من عينة البحث اتجهت لاستعمال مواقع يوتيوب للحصول على المعلومات بشكل دوري، ووصلت نسبة من يتابعها لهذه الميزة أحياناً نحو 20%، وهذا يؤكد أنه أصبح من المصادر الرئيسية للحصول على المعلومات بالنسبة لطلاب كلية الإعلام.

بينما كان نصيب استعمال يوتيوب لزيادة المهارة بتعلم برامج في مجال تخصص الطلاب 72% بصورة دائمة من عينة البحث، وبلغ من يستعملها أحياناً 24%، وهذا يدل على تفوق

هذه الوسيلة على الوسائل التقليدية كالتلفزيون. أما زيادة المعرفة في مختلف التخصصات الإعلامية، فبلغت نسبة من أقرها بصورة دائمة48%من الطلاب أفراد العينة، و32% أحياناً، و20% أبداً. بالمقابل، كان لدافع اكتساب المعرفة العملية حظوةً لدى 52% من الطلاب بشكلٍ دائم و36% أحياناً 12% رفضوا ذلك مختارين إجابة أبداً، وهذا دليل على وجود المضمون العلمي الذي يحتضنه يوتيوب.

ولم يحظَ موضوع التعرف على تجارب سابقة لشخصيات إعلامية إلا على نسبة مقدارها 36% من عينة البحث، في حين بلغت نسبة من لا يهتمون دائماً بهذا الموضوع 56%، وتشكل تقريباً أغلبية العينة، ويعود ذلك إلى أن هذه الشخصيات الإعلامية لا تستحوذ بصورة أساسية على اهتمام أفراد العينة على الرغم من أنهم من طلاب كلية الإعلام وهو أمر مستغرب إلى حدٍ ما، فالمفترض أن تجارب الشخصيات الإعلامية تثير فضول واهتمام من يرغب بالتخصص في مجال الإعلام والاتصال وبالتالي خوض العمل الإعلامي.

واتجه 64% من أفراد العينة للموقع، لأنه غير مقيد بزمان ومكان دائماً، في حين بلغت نسبة من يندفع لهذه الميزة أحياناً 28%. وجاء هدف تعلم لغات جديدة مرتفعاً، نحو64% من عينة البحث بصورة دائمة، ويعود ذلك لأن عدداً كبيراً من أفراد العينة يعانون ضعفاً واضحاً في اللغات الأجنبية بالإضافة إلى أن دروس وتدريبات هذه اللغات تُبثّ وتعرض مجاناً على هذا الموقع. في حين جاء هدف الحصول على التسلية والترفيه، بنحو 40% من أفراد عينة البحث بصورة دائمة، و36% أحياناً و24% منهم لا يدخل الموقع أبداً من أجل التسلية والترفيه.

ويتضح من الجدول السابق ما يلي:

- أهمية الفيديوهات المتنوعة الموجودة على الموقع.
- مساهمة موقع يوتيوببصورة كبيرة في زيادة مهارات طلاب كلية الإعلام ببعض البرامج واللغات وفي مختلف التخصصات الإعلامية أيضاً.

● لم يعد موقع يوتيوب للتسلية والترفيهفقط، بل اتسع وتنوع ليصبح وسيلة لاكتساب المهارات بصورة أسرع وأسهل من المحاضرات وذلك لاكتسابه عدة مميزات جعلته أفضل وأسهل في التعلم الذاتي للطلاب ومنها بأنه غير مقيد بزمان ومكان.

وكل ما تقدم يجيب عن التساؤل المطروح: ما دوافع استعمال طلاب كلية الإعلام في جامعة دمشق موقع يوتيوب؟

10- الإشباعات المتحققة من استعمال موقع يوتيوب:

الجدول رقم (10) – الإشباعات المتحققة من استعمال موقع يوتيوب لدى لطلاب كلية الإعلام.

(*) – إمكانية اختيار أكثر من إجابة عن السؤال.

الاتجاه- التوافق / الإشباعات المتحققة(*)	دائماً		أحياناً		أبداً		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الهروب من مشاكل الجامعة والنقص في الجانب التطبيقي	168	%84	24	%12	8	%4	200	%100
تعرفت من خلاله على أهم المهارات	144	%72	48	%24	8	%4	200	%100
اتبعت دورات علمية من شأنها تطوير حصيلتي المعرفية	128	%64	56	%28	16	%8	200	%100
ملأت وقت الفراغ	120	%60	72	%36	8	%4	200	%100
تخلصت من الملل والإحباط	112	%56	72	%36	16	%8	200	%100
زادت حصيلتي العلمية بمجال تخصصي	104	%52	72	%36	24	%12	200	%100
زادت حصيلتي ببعض اللغات الأجنبية	104	%52	64	%32	32	%16	200	%100
اطلعت على آخر التطورات العلمية في الإعلام	96	%48	64	%32	40	%20	200	%100
بديل سريع عن الكتب والمحاضرات	96	%48	48	%24	56	%28	200	%100
اكتسبت مهارة في البرامج التصميمية	88	%44	80	%40	32	%16	200	%100
تعرفت على قوالب التحرير وكيفية تحرير وكتابة الأخبار	88	%44	80	%40	32	%16	200	%100
التسلية والترفيه	88	%44	64	%32	48	%24	200	%100

احتل الإشباع المتمثل بالهروب من المشاكل التعليمية والتدريبية للجامعة والنقص في الجانب التطبيقي أعلى نسبة وهي84%بين الإشباعات المتحققة لطلاب كلية الإعلام من استعمال موقع يوتيوب كما هو واضح في الجدول رقم (10)، وهذا يدل على توجه الطلاب لليوتيوب لتغطية النقص الحاصل في الكلية في الجانب التطبيقي، ويؤكد ذلك لجوء 48% من أفراد العينة لموقع يوتيوب كبديل سريع عن الكتب والمحاضرات بالنسبة لطلاب كلية الإعلام.أما ثاني أعلى نسبة والتي بلغت72% من أفراد العينة فقد تحقق لها الإشباع المتمثل في التعرف على أهم المهارات من خلال يوتيوب، لاسيما المهارات المتعلقة بتخصص الإعلام والاتصال. أما ثالث أعلى نسبة والتي بلغت64% من أفراد العينة فقد تحقق لها الإشباع المتمثل في إتباع دورات علمية من شأنها تطوير حصيلة الطالب المعرفية.

من بين اثنتي عشرة من الإشباعات المتحققة من استعمالطلاب كلية الإعلام في جامعة دمشق لموقع يوتيوب نجد تسع إشباعات منها أي ما يعادل 75% تتعلق بالتعلم الذاتي واكتساب المهارات التخصصية المتنوعة، لكن هذه النسبة المرتفعة تشير أيضاً إلى أن هذا الموقع هو ملاذٌ لكثير من الطلاب في ظل الفجوة التعليمية والتدريبية التي يعانونها في الكلية.

وبهذا يكون الباحث قد أجاب عن التساؤل المطروح: ما الإشباعات المتحققة لطلاب كلية الإعلام في جامعة دمشق من استعمالهم موقع يوتيوب؟

11- نشاط وتفاعلية طلاب كلية الإعلام في جامعة دمشق على موقع يوتيوب:

الجدول رقم (11) – النشاطات والتفاعلية التي يقوم بها الطلاب أثناء تصفح موقع يوتيوب.

نشاط وتفاعلية طلاب كلية الإعلام على موقع يوتيوب		
النشاطات والتفاعلية	التكرار (ك)	النسبة المئوية%
وضع المشاهدة لاحقاً	144	%72
مشاركة الفيديو على وسائل أخرى للتواصل الاجتماعي	128	%64
التعليق على المضمون	96	%48
دعوة الغير لمشاهدة الفيديو	64	%32
تدوين الملاحظات في التعليقات	56	%28
أخرى تذكر..	***	***

يوضّح الجدول رقم (11)، أن 72% من أفراد العينة يستعملون وضع المشاهدة لاحقاً لتسهيل إيجاد الفيديوهات المطلوبة وللعودة إليها ومشاهدتها بأوقات معينة لاسيما خارج أوقات دوام الطلاب في الكلية، وهذا يشير إلى الجهد والوقت الكبيرين اللذين يبذلهما الطلاب للوصول إلى المواد الفيلمية المفيدة علمياً وعملياً في عملية تعلمهم الذاتي واكتساب المهارات، خاصةً، وأن نسبة 32% من أفراد العينة تميل إلى تصفح موقع يوتيوب خلال الفترة المسائية الأولى وذلك من الساعة 6 وحتى 9 مساءً، أي خارج أوقات دوامهم.

ونجد أن 64%من أفراد العينة يقومون بمشاركة المنشور على وسائل التواصل الاجتماعي الأخرى مما يساعد على نشر وتعميم ما قد يكون مفيداً بالنسبة للآخرين لاسيما الأصدقاء والزملاء في التخصص ذاته، وما يؤكد ذلك هو أن ثلث أفراد العينة تقريباً 32% يدعون غيرهم لمشاهدة الفيديوهات الموجودة على يوتيوب،لاسيما وأن36% من أفراد العينة تتبع نصائح الأصدقاء بكيفية اختيار الفيديوهات المفضلة على موقع يوتيوب كما يشير الجدول رقم (9).

وبما أن نسبة 84% من أفراد العينة تفضل متابعة المضامين التعليمية على موقع يوتيوب، ونسبة 76% تفضل متابعة المضامين العلمية كما يوضح الجدول رقم (7)، فإنه من الطبيعي أن تكون مشاركة المنشور على وسائل التواصل الاجتماعي الأخرى مهمة ومفيدة لأكبر عدد من الطلاب وخاصة طلاب كلية الإعلام. ونجد 48% من أفراد العينة يقومون بالتعليق على المضمون المقدم في موقع يوتيوب، و28% فقط ممن يستعملون تدوين الملاحظات.

وهنا يجيب الباحث عن السؤال: ما مدى نشاط وتفاعلية طلاب كلية الإعلام في جامعة دمشق على موقع يوتيوب؟

12–استفادة طلاب كلية الإعلام من الفيديوهات الموجودة على يوتيوب وتوظيفها في دراستهم الجامعية:

الجدول رقم (12) – حجم الاستفادة من تصفح موقع يوتيوب في دراسة الإعلام.

حجم الاستفادة من تصفح موقع يوتيوب في دراسة الإعلام		
	التكرار (ك)	النسبة المئوية%
نعم	192	%96
لا	8	%4
المجموع	200	%100

من الواضح جداً في الجدول رقم (12) أن الأغلبية الساحقة 96% من طلاب كلية الإعلام وهم أفراد عينة البحث يستفيدون من متابعة موقع يوتيوب في عملية تعلمهم الذاتي واكتسابهم المعارف والمهارات، بينما4%منهم فقط لا يستفيدون من هذا الموقع، وهذا يبيّن أهميته بالنسبة لهؤلاء الطلاب وأثره على الجانب العملي والتدريبي لديهم، يؤكد ذلك، أن 84% من الطلاب يتوجهون لمتابعة المضامين التعليمية على موقع يوتيوب، ونسبة 76% تفضل متابعة المضامين العلمية (كما ورد في الجدول رقم٦)، وهذا دليل على اهتمام ورغبة طلاب كلية الإعلام في التعلم الذاتي واكتساب المهارات العلمية والعملية التي تدعم دراستهم وتخصصهم خاصةً مع الفقر الواضح في الجوانب العملية والتطبيقية داخل كلية الإعلام.

13-مدى الاستفادة من موقع يوتيوب:

الجدول رقم (13) – مدى الاستفادة من موقع يوتيوب.

مدى الاستفادة من موقع يوتيوب		
	التكرار (ك)	النسبة المئوية%
دائماً	١٠٤	%52
أحيانا	٨٨	%44
لا أستفيد	٨	%4
المجموع	200	%100

كجوابٍ عن سؤال توكيدي عن استفادة الطلاب من فيديوهات يوتيوب وتوظيفها في دراستهم (كما ورد في السؤال 12)،يوضح الجدول رقم(13) أن نسبة 52% من الطلاب يستفيدون دائماً من موقع يوتيوب و44% منهم يستفيدون أحياناً و4% لا يستفيدون منه أبداً وهذا يدل على مدى الاستفادة المقدمة من موقع يوتيوب لطلاب كلية الإعلام.

وبهذا يكون الباحث قد أجاب عن التساؤل المطروح: برأيك، هل يلبي يوتيوب احتياجاتك الخاصة؟

14- الاستفادة من موقع يوتيوب في التعلم الذاتي:

عن سؤال توكيدي لعدة أسئلة سابقة تم توجيه السؤال المباشر التالي: هل تستفيد من تصفح موقع يوتيوب في تعلمك الذاتي؟ كانت الإجابة على النحو التالي كما هو مبيّن في الجدول رقم (14):88% من طلاب كلية الإعلام قالوا بأن يوتيوب يقدم مواد تعلم المهارات ودروس ودورات تدريبية مفيدة لهم مما يسهم في زيادة تعلمهم الذاتي واكتسابهم المهارات المختلفة وفي عدة مجالات، وهذا تأكيد على كل ما سبق ذكره من معلومات وأرقام تثبت دور فيديوهات يوتيوب في عملية التعلم الذاتي واكتساب المهارات المتنوعة بالنسبة لطلاب كلية الإعلام في جامعة دمشق،بينما نفى 12% من الطلاب ذلك وقالوا أن يوتيوب لا يساعدهم في عملية التعلم الذاتي.

الجدول رقم (14) – حجم استفادة طلاب كلية الإعلام من موقع يوتيوب في التعلم الذاتي.

حجم الاستفادة من يوتيوب في التعلم الذاتي		
	التكرار (ك)	النسبة المئوية%
نعم	176	%88
لا	24	%12
المجموع	200	%100

١٥- نوعية الإشباعات الخاصة بالتعلم الذاتي واكتساب المهارات المتخصصة التي يحققها طلاب كلية الإعلام من موقع يوتيوب.

الجدول رقم (١٥) –نوعية الإشباعات الخاصة بالتعلم الذاتي واكتساب المهارات المتخصصة التي يحققها طلاب كلية الإعلام من موقع يوتيوب.

(*)– إمكانية اختيار أكثر من إجابة عن السؤال.

الإشباعات الخاصة بالتعلم الذاتي واكتساب المهارات المتخصصة لدى طلاب كلية الإعلام(*)		
إشباعات موقع يوتيوب	التكرار (ك)	النسبة المئوية%
استعمله لأتعلم لغات أجنبية	120	%60
استعمله لأتعلم فنون التحرير الصحفي	112	%56
استعمله كمرجع ومصدر للمعلومات	104	%52
استعمله لأتعلم فن التواصل مع الآخرين	56	%28
استعمله لأتعلم فن الحوار في التلفزيون	40	%20
أخرى تذكر	***	***

يوضح الجدول رقم (١٥) أن 60% من الطلاب يستفيدون من موقع يوتيوب في تعلم لغات جديدة بالنظر إلى الضعف العام للطلاب في اللغات الأجنبية، بينما ذهب 56% منهم لتعلم فنون التحرير الصحفي، بسبب النقص الحاد بالمخابر والتقنيات والأجهزة اللازمة للتدريب وارتفاع تكاليف الدورات التدريبية اللغوية والتخصصية (تحرير صحفي، تصوير، مونتاج، تصميم غرافيك،...الخ)، وكان 52% من العينة يستعمل موقع يوتيوب كمرجع ومصدر للمعلومات بسبب قلة المصادر والمراجع المتخصصة بكل أشكالها الورقية والفيلمية والصوتية في مكتبة الكلية، في حين أن20% من الطلاب يتعلمون فنون الحوار التلفزيوني عبر يوتيوب لفقدان أي نوع من الاستوديوهات في الكلية.

وهذا ما يجيب عن التساؤل التوكيدي: ما مدى استفادة طلاب كلية الإعلام من استعمالهم لموقع يوتيوب وتوظيفه في دراستهم الجامعية؟ حيث أثبتت العلاقة الارتباطية بين مدى ومعدّل استعمال طلاب كلية الإعلام موقع يوتيوب ومدى استفادتهم من الفيديوهات الموجودة على موقع يوتيوب وتوظيفها في دراستهم الجامعية.

ثانياً– نتائج اختبارات فروض الدراسة:

بناءً على ما عُرض وحُلل من معلومات وبيانات إحصائية جُمعت من الاستبيان، الذي طُبّق على عينة قوامها 200 من المبحوثين، وهم من طلاب كلية الإعلام في جامعة دمشق، الذين يستعملون موقع يوتيوب، يتناول الباحث هنا نتائج اختبارات فروض البحث بما في ذلك اختبار العلاقات بين متغيرات البحث.

١– قُبل الفرض القائل: إن هناك علاقة ارتباطية دالّة إحصائياً بين دوافع استعمال طلاب كلية الإعلام موقع يوتيوب وبين إشباع الهروب من مشاكل الكلية التعليمية والتدريبية والنقص في الجانب التطبيقي.

٢–قُبل الفرض القائل: إن هناك علاقة ارتباطية دالّة إحصائياً بين دوافع استعمال طلاب كلية الإعلام موقع يوتيوب وبين كون أغلب الإشباعات والدوافع دوافع منفعية أو نفعية وأن المضامين التعليمية والعلمية هي المفضلة للمشاهدة من قبل الطلاب.

٣- قُبل الفرض القائل: إن هناك علاقة ارتباطية دالّة إحصائياً بين دوافع استعمال طلاب كلية الإعلام موقع يوتيوب وبين إشباعإتباع دورات علمية وتدريبية من شأنها تطوير حصيلة الطالب المعرفية.

٤-قُبل الفرض القائل: إن هناك علاقة ارتباطية دالّة إحصائياً بين دوافع استعمال طلاب كلية الإعلام موقع يوتيوب وبين إشباع التعرف على أهم المهارات، لاسيما المهارات المتعلقة بتخصص الإعلام والاتصال.

٥-رُفض الفرض القائل إن هناك علاقة ارتباطية دالّة إحصائياً بين دوافع استعمال طلاب كلية الإعلام موقع يوتيوب وبين إشباع الاطلاع على تجارب الشخصيات الإعلامية التي تثير فضول واهتمام طلاب الإعلام.

٦-قُبل الفرض القائل: إن هناك علاقة ارتباطية دالّة إحصائياً بين دوافع استعمال طلاب كلية الإعلام موقع يوتيوب وبين استعمالات موقع يوتيوب الخاصة بالتعلم الذاتي واكتساب المهارات المتخصصة.

٧- قُبل الفرض القائل: إن هناك علاقة ارتباطية دالّة إحصائياً بين مدى ومعدّل استعمال طلاب كلية الإعلام موقع يوتيوب ومدى الاستفادة من موقع يوتيوب في التعلم الذاتي واكتساب المهارات.

٨- قُبل الفرض القائل: إن هناك علاقة ارتباطية دالّة إحصائياً بين مدى ومعدّل وعادات وأنماط استعمال طلاب كلية الإعلاموبين مدى التعلم الذاتي واكتساب المهارات المُستَفادان من موقع يوتيوب.

ثالثاً- أهم نتائج البحث:

1- الإقبال على استعمال طلاب كلية الإعلام في جامعة دمشق موقع يوتيوب:

أظهرت الدراسة أن معظم العينة تتوجه لاستعمال موقع يوتيوب بصورة يومية، ما نسبته68%، ولمدة تزيد عن3 ساعات، وهذا يبين أهمية هذا الموقع في التأثير على الطلاب بمختلف المجالات. وأنه أصبح جزءاً من حياة الطلاب اليومية، وتعدّ الميزات التي يتمتع بها هذا الموقع لاسيما التعليمية منها أحد أهم أسباب هذا الإقبال.

2-كثافة استعمالات طلاب كلية الإعلام ليوتيوب:

أظهر البحث أن نحو80% من أفراد العينة تتجه لاستعمال يوتيوب للحصول على المعلومات بصورة دائمة، وكان نصيب استعمال يوتيوب لزيادة المهارة بتعلم برامج في مجال تخصص الطلاب72%بصورة دائمة من عينة البحث.

3- كما أظهرت أن الميزات المختلفة التي تجمع بين غير مقيد بزمان ومكان وتعلم لغات جديدةفي محل اهتمام الطلاب ومتابعتهم الدائمة، حيث بلغت نسبة توجه الطلاب من أجل التسلية والترفيه في مرتبة وسطية تقريباً بنسبة40% من عينة الدراسة بصورة دائمة.

4- التعرف على شخصيات إعلامية بارزة تأتي في مرحلة متأخرة من اهتمامات طلاب كلية الإعلام عند استعمال موقع يوتيوب، حيث بينت الدراسة أن إشباع التعرف على شخصيات إعلامية بارزة، يشكل نسبة36% دائماً، و40 % اختاروا إجابة أبداً، وهذا يشير إلى أن التعرف على الشخصيات الإعلامية البارزة لا تعتبر في مقدمة توجهات وحاجات طلاب كلية الإعلام.

5- الفترة المسائية هي الأكثر متابعة من قبل طلاب كلية الإعلام موقع يوتيوب، حيث احتلت الفترة المسائية الأولى من الساعة 6-9 مساءً النسبة الأكبر32%والتي تتجه فيها عينة البحث إلى تصفح الفيديوهات الموجودة على موقع يوتيوب. ويمكن اعتبارها فترة الذروة لتصفح الانترنت لاسيما موقع يوتيوب، حيث يمكن تنزيل الفيديوهات المهمة خلالها.

6-المضامين التعليمية هي الأكثر متابعة من قبل طلاب كلية الإعلام، حيث بيّن البحث أن84% من أفراد العينة، تتابع المضامين التعليمية على موقع يوتيوب، وهذا ما يساعدهم في عملية التعلم الذاتي واكتساب المهارات.

7-تنوع مضامين موقع يوتيوب يزيد من معدلات متابعتها ويزيد من متابعيها لاسيما فئة الشباب، حيث اختار76% من أفراد العينة المضامين العلمية، و44% اختاروا المضامين السياسية، و20% المضامين التاريخية، وكانت نسبة الأخبار البيئية هي الأقل بنسبة 8%،وهذا يوضح أن لموقع يوتيوب أهمية كبيرة، كباقي وسائل الإعلام، في مد جمهور الطلاب بالمعلومات والمضامين الإعلامية والاتصالية والعلمية المتنوعة.

8- إشباع الجانب المعرفي هو الأهم بالنسبة لطلاب كلية الإعلام، حيث نال الإشباع المتحقق في تعرف أهم المهارات من خلال يوتيوب اهتمام72% من أفراد العينة، واحتل الإشباع المتمثل في الهروب من مشاكل الجامعة والنقص الملموس في الجانب التطبيقي 84%وهي نسبة عالية، في حين أن 44% من أفراد العينة ذهبوا باتجاه اكتساب مهارة في البرامج التصميمية والتعرف على قوالب التحرير وكيفية كتابة الأخبار.

كانت نسبة56% من المبحوثين تسعى للتخلص من الملل والإحباط، وتدل على أن هذه المواقع تعد ملاذاً لكثير من الشباب في ظل المشكلات التي يعانونها، وذهبت النسب من44% إلى 60% لباقي الإشباعات المتمثلة في التسلية والترفيه، وملئ وقت الفراغ، بينما كان للإشباع المتمثل بالاطلاع على آخر التطورات العلمية ما نسبته24%، وبديل سريع عن الكتب 16%، وهو ما يبيّن أن هذا الموقع لم يلغ دور الكتاب بالنسبة لطلاب كلية الإعلام في جامعة دمشق.

وأكثر ما يقيس تفاعل الطلاب على موقع يوتيوب، هي المشاهدة لاحقاً، حيث أظهرت النتائج، أن نسبة72% من أفراد العينة تلجأ إلى ذلك للعودة للفيديوهات ومشاهدتها بأوقات معينة، ونسبة 64% تستخدم مشاركة المنشور على وسائل التواصل الاجتماعي الأخرى.

9-تنامي أهمية الفيديوهات الموجودة على موقع يوتيوب في تقديم محتوى تعليمي يفيد طلاب كلية الإعلام:

حيث أن96% من طلاب كلية الإعلام في جامعة دمشق (أفراد العينة) يستفيدون من تصفح موقع يوتيوب، أغلبهم كما ذكرنا آنفاً يتابع ويفضّل المضامين التعليمية والعلمية والتدريبية، بينما4% فقط لا يستفيدون من هذا الموقع، وهذا يبيّن أهميته بالنسبة للطلاب وأثره على العملية التعليمية والتثقيفية التراكمية لديهم.

10-يقدم يوتيوب دروساً وأساليب مفيدة تساعدطلاب كلية الإعلام على اكتساب مهارات متخصصة: حيث أن52% من الطلاب يستفيدون دائماً من موقع يوتيوب و44% منهم يستفيدون أحياناً و4% لا يستفيدون منه أبداً وهذا يدل على مدى استفادة طلاب كلية الإعلام من موقع يوتيوب. بالإضافة إلى أن84% من الطلاب يقولون أن يوتيوب يحقق لهم متابعة دروس وأساليب مفيدة

ومن ثمّ اكتساب مهارات متنوعة تسهم في زيادة تعلمهم الذاتي في عدة مجالات. بينما 12% من الطلاب فقط يقولون أن يوتيوب لا يساعدهم في عملية التعلم الذاتي.

11-فيديوهات موقع يوتيوب تفتح الباب أمام طلاب كلية الإعلام لتعلم لغات جديدة، حيث أن60% من الطلاب يستفيدون من موقع يوتيوب في تعلم لغات جديدة، بينما ذهب 56% منهم لتعلم فنون التحرير الصحفي، وأقر52% من العينة باستعمال موقع يوتيوب كمرجع للمعلومات، و26% بتقديم نصائح للزملاء من أجل متابعة الموقع والاستفادة منه، في حين20% من العينة يتعلمون فنون الحوار التلفزيوني.

رابعاً: توصيات ومقترحات البحث:

١- زيادة فرص التدريب والتعليم التطبيقي للبرامج التي تهم الطالب واستعمال يوتيوب كأداة ضمنه.

٢- معالجة الجانب التطبيقي والعملي داخل كلية الإعلام في جامعة دمشق، وذلك من خلال إنشاء قناة أو عدة قنوات على يوتيوب تتضمن اهتمامات الطلاب من دروس عن البرامج ومختلف المهارات الإعلامية.

٣- التوجه لموقع يوتيوب في تقديم معلومات لطلاب كلية الإعلام عن طريق إنشاء قنوات ذات مصداقية تكون مرجعاً للطلاب.

٤- العمل على استثمار موقع يوتيوب كوسيلة تفاعل بين الطلاب والهيئات التدريسية في مختلف الكليات لأنها تعدمن أكثر ما يتوجه إليه الطالب الكترونياً في الوقت الحالي.

٥- إعطاء أهمية أكبر لموقع يوتيوب في سورية دراسياً وعلمياً والبحث أكثر عن الطرق التي تنتج تفاعلاً أكبر من قبل الجمهور.

٦- إيجاد طرق ترويجية تتناسب مع أنماط استعمال الطلاب الجامعيين لموقع يوتيوب.

٧- التركيز على المواضيع التي تهم الطلاب الجامعيين في نشر المحتوى الرقمي على موقع يوتيوب.

٨- النظر في عملية تحميل الفيديوهات على موقع يوتيوب بحيث تتناسب مع استعمال الهواتف المحمولة لأنها الوسيلة الأكثر استعمالاً، لاسيما عند طلاب كلية الإعلام لتصفح المواقع.

٩- ضرورة إجراء دراسات معمّقة على موقع يوتيوب نظراً لإقبال معظم الفئات العمرية على استعمال هذا الموقع حالياً.

١٠- إجراء دراسات عن استعمال الأطفال واليافعين موقع يوتيوب نظراً للتزايد المستمر لأعداد المستخدمين.

١١- إجراء دراسات تحليل مضمون لما يقدمه موقع يوتيوب من موضوعات مجتمعية مختلفة من حيث المحتوى والشكل والإخراج وعوامل جذب الانتباه.

١٢- إجراء دراسات لمعرفة اتجاهات الطلاب والأكاديميين الجامعيين نحو توظيف واستثمار مختلف شبكات التواصل الاجتماعي وخاصة موقع يوتيوب في التعلم الذاتي.

المراجع والمصادر

(١) بـارش، أشـرف الـدين ولعـور، صـابر (2016) اسـتعمال طلبـة الجزائـريين لليوتيـوب والإشباعات المحققة منه، دراسة على عينة من طلبة جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص صحافة وإعلام الكتروني2015-2016.

(٢) بركات، نوال(2014) الفضاء السيبيري والعلاقات الاجتماعية في المجتمع الافتراضي بين جغرافيا الواقع وجغرافيا الافتراضية، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، ديسمبر، (12).

(٣) حسين، سمير(1999) دراسات في مناهج البحث العلمي بحوث الإعلام، ط 3، القاهرة، عالم الكتب.

(٤) دار المشرق، (1986) المنجد في اللغة والإعلام، الطبعة الواحد والعشرين، بيروت.

(٥) عبد الحميد، محمد(2000) البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط٢،عالم الكتب، القاهرة.

(٦) عبد الحميد، محمد(٢٠١٣) البحث العلمي في تكنولوجيا التعليم، ط٣، عالم الكتب، القاهرة.

(٧) شلهوب، صالح (2004) الكشاف، الطبعة الأولى، دار أسامة، عمان.

(٨) الصاوي، صلاح (2012) سمات الويب 2.0 على مواقع الأرشيفات والمكتبات الرئاسية على الانترنت، مجلة مكتبة الملك فهد الوطنية، 18 (2).

(٩) مكـاوي، حسـن عمـاد والسـيد، ليلـى(1998) الاتصـال ونظرياتـه المعاصـرة،ط1، الـدار المصرية اللبنانية، القاهرة.

(١٠)النجار، فايز، النجار، نبيل، الزعبي، ماجد (٢٠٠٩)، أساليب البحث العلمي، منظور تطبيقي، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

(١١) Burke,Sloane & Snyder, Shonna (2008): YouTube: An Innovative Learning Resource for College Health Education Courses, International Electronic Journal of Health Education, VOL. 11, pp. 39-46. pdf

(١٢) Chtouki, Y., Harroud, H., Khalidi, M., Bennani, S (2012): The Impact of YouTube Videos on the Student's Learning, Information Technology Based Higher Education and Training (ITHET), International Conference, 21-23 June 2012.

(١٣) Duffy, P. (2008): Engaging the YouTube Google-Eyed Generation: Strategies for Using Web 2.0 in Teaching and Learning, The Electronic Journal of E-Learning, VOL 6, No 2, pp 119 - 130.).

(١٤) Adam, Anna & Mowers, Helen (2007): YouTube Comes to the Classroom, School Library Journal, 01/01/2007.

(١٥) Salina., Ruffinengo, C., Garrino,L., Massariello,P., Charrier, L., Martin, B., Favale, M., Dimonte, V. (2012): Effectiveness of an educational video as an instrument to refresh and reinforce the learning of a nursing technique: a randomized controlled trial, Springer Journal, Vol. 1 (2), pp. 67–75 , May 2012.