



## مجلة جامعة دمشق للآداب والعلوم الإنسانية

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

اسم الكاتب: د. لؤي الزعبي

رابط ثابت: <https://political-encyclopedia.org/library/2952>

تاريخ الاسترداد: 2025/05/10 06:53 +03

الموسوعة السياسية هي مبادرة أكademie 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 السياسية – Encyclopedia Political، يرجى التواصل على

[info@political-encyclopedia.org](mailto:info@political-encyclopedia.org)

استخدامكم لأرشيف مكتبة الموسوعة السياسية – 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 السياسية مستوفياً شروط حقوق الملكية الفكرية ومتطلبات رخصة المشاع الإبداعي التي يتضمن المقال تحتها.



# استعمالات طلاب كلية الإعلام في جامعة دمشق موقع يوتيوب في عملية التعلم الذاتي واقتراض المهارات والإشاعات 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 والإشاعات المتحققة منه، ودراسة عادات وأنماط الاستعمال، ومدى توظيفهم واستفادتهم مما يتبعونه على اليوتيوب في عملية التعلم الذاتي واقتراض 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 سوريا. إن هذا البحث يعد دراسة استكشافية لعلاقة طلاب الإعلام بموقع يوتيوب كوسيلة للتعلم الذاتي واقتراض المهارات.

أهم نتائج البحث: يعد يوتيوب جزءاً من حياة الطالب اليومية للميزات التعليمية والتربوية التي ينتفع 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 أن 84% من أفراد العينة تتبع المضامين التعليمية على موقع يوتيوب، وهذا ما يساعدهم في عملية التعلم الذاتي واقتراض المهارات. أظهر البحث أيضاً أن 72% من أفراد العينة يحققون وينالون إشعاعاتهم في تعرف أهم المهارات من خلال يوتيوب، وأن 84% منهم يتحققون إشعاعاتهم في الهروب من مشاكل الجامعة والنقص الملموس في الجانب التطبيقي.

**الكلمات المفتاحية:** يوتيوب ، التعلم الذاتي ، التواصل الاجتماعي

\* جامعة دمشق - كلية الإعلام

# 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. عليه، فرض الإعلام الإلكتروني واقعاً إعلامياً واجتماعياً جديداً بكل المعايير، حيث انتقل بالإعلام والاتصال إلى مستوى عالٍ من حيث الانتشار واختراق كافة الحواجز الزمنية والمكانية والتوع الامتحاهي واللامحدود في الرسائل الإعلامية والمحظى الإعلامي الرقمي، لما يملكه من قدرات ومقومات الفناد، والوصول للجميع، وامتداده الواسع بتقنياته وأدواته واستعمالاته وتطبيقاته المتعددة والمتنوعة على الفضاء الإلكتروني متراصي الأطراف، بلا حدود أو معوقات أو فوارق. ومن هنا، كان لموقع التواصل الاجتماعي أهمية كبيرة، ومن هذه المواقع "يوتيوب"، فهو موقع مشاركة ملفات الفيديو، يحتوي على مجموعة متنوعة من ملفات الفيديو يقدمها المستخدمون، 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، عليه 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 والأراء الخاصة، ويصرف النظر عن الجانب الترفيهي، يعدّ يوتيوب من الوسائل المفضلة لتعلم كيفية القيام بالأشياء مع أدلة الإرشاد وكتيبات الاستعمال والدورات التدريبية المقدمة عن كثير من الموضوعات التي تهم الجمهور، خاصة أن شعبية مقاطع فيديو يوتيوب جعلت منه بوابة ترفيهية وأحياناً تعليمية وتنقية مفيدة، متوفرة على مجموعة متنوعة من منصات الكمبيوتر ومختلف الأجهزة النقالة المتنوعة.

## الفصل الأول - الإطار المنهجي للبحث:

### أولاً - مشكلة البحث:

استطاعت وسائل الإعلام من خلال شعبية موقع التواصل الاجتماعي، ومنها "يوتيوب" موضوع البحث، الوصول لجمهور عريض ومتنوع وعالمي ومنه الجمهور السوري، حيث يُعدُّ 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 ود الواقع استعمالهم والإشبعات المتحققة من هذا الاستعمال، فضلاً عن دراسة عادات وأنماط هذا الاستعمال، ومدى توظيف الطالب 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 سوريا.
- 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 الواقع وإشبعات 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 يتوصّل إليه البحث، وإمكانية انتبني على أساسه أبحاث موسعة عن يوتيوب، ومدى التعلم الذاتي من خالله.
- قلة البحوث والدراسات عن موقع 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 لبحوث العربية التي تناولت هذا الموضوع، في حدود ما تم الاطلاع عليه، حيث أظهرت كثرة عدد الدراسات الأجنبية في محور موقع الفيديو الإلكتروني اهتمام الدول الغربية بشكل أكبر من الدول النامية ومنها الدول العربية في استعمال موقع الفيديو الإلكتروني 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 موقع الفيديو الإلكتروني لأنها أحد أهم أدوات الجيل الثاني للتعلم الإلكتروني في التحصيل واكتساب أنواع مختلفة من المهارات العلمية والعملية.

١- دراسة أشرف الدين بارش وصابر لعور (٢٠١٦): استعمال الطلبة الجزائريين لليوتيوب والإشعارات المحققة منه<sup>١</sup> واعتمدت الإشكالية التالية:

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

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 للتتصفح.

<sup>١</sup> بارش، أشرف الدين ولعور، صابر(2016)استعمال طلبة الجزائريين لليوتيوب والإشعارات المحققة منه، دراسة على عينة من طلبة جامعة العربي بن مهيدى أم البوachi، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص صحافة وإعلام الكتروني 2015-2016.

- أن دوافع الطلبة الجامعيين في استعمال يوتوب هي التسلية والترفية في المقام الأول وتليها التعليم والتنقيف.

- بينت الدراسة أن غالبية الطلاب تتوجه إلى المضامين الاجتماعية بالدرجة الأولى في استعمالهم يوتوب 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 وهذا يقدم يوتوب 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 الطالب".<sup>٢</sup>

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 الدراسة بعدأخذ عينة استطلاعية مكونة من 21 طالباً في عام 2009 لتحديد نقاط القصور، وحجم العينة المناسب للدراسة، ثم اختيرت عينة عشوائية من الطلبة مكونة من 223 طالباً، مقسمة 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 مكونة من 33 فقرة لقياس الفروق بين المجموعتين، وخلاصت الدراسة إلى أن أفراد العينة التجريبية تمكنا من تطبيق هذه المهارات المطلوبة بشكل أكبر من المجموعة

<sup>2</sup> 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، ويمتوى إقان مرتفع، وأن موقع الفيديو تساهم بصورة كبيرة في تعزيز تعلم الطلاب، وتراعي احتياجاتهم الخاصة، وأوصت بضرورة استعمال الفيديو كأداة للتعليم من خلال موقع الفيديو الإلكتروني باعتبارها أحد أهم أدوات التعليم الإلكتروني وفائتها التعليمية الكبيرة.

٣- دراسة شتوكي "Chtouki" وأخرين (2012) "تأثير أشرطة فيديو يوتيوب على تعلم الطالب".<sup>٣</sup>

هدفت الدراسة إلى معرفة أثر استعمال يوتيوب في تعزيز تعلم الطلاب وتقدير مهاراتهم المعرفية في سياق مقدمة في علوم الحاسوب الآلي، لطلاب من تخصصات أخرى، حيث استعملت 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 ٦٥٪ من أفراد العينة التجريبية في الاختبار مقابل ٥٠٪ 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- دراسة بورك وسنايدر (Burke, Snyder, 2008) "مصادر التعلم الذاتي عبر يوتيوب".<sup>٤</sup>

<sup>3</sup>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.

<sup>4</sup>Burke,Sloane & Snyder (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 (استماراة)، نشرت إلكترونياً للطلاب، وكانت نتائج الدراسة تشير إلى أن الطالب 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 تزداد الأقسام والوحدات في الجامعة بآليات لدعم يوتيوب في قاعات الدراسة.

#### رابعاً - أهم نتائج الدراسات السابقة:

- ١- أثبتت الدراسات أن أهم دوافع الطلبة لاستعمال يوتيوب هي التسلية والترفيه تلتها التعلم والتنقيف وأن المضامين الاجتماعية هي الأولى في استعمالهم الموقع وتوجههم له ثم المضامين العلمية.
- ٢- أثبتت الدراسات فعالية موقع الفيديو الإلكترونية في زيادة تحصيل الطلاب المعرفي والمهاراتي، حيث درست هذه الفعالية على مواد نظرية وعملية مختلفة.
- ٣- إن الطالب يستعملون يوتيوب بمعدل مرتفع ويرغبون من المعلمين أن يستعملوا هذه التقنية.
- ٤- إن موقع الفيديو تساهم بشكل كبير في تعزيز تعلم الطلاب، وتراعي احتياجاتهم الخاصة، وإن استعمال يوتيوب يدفعهم أكثر للتعلم ويزيد معارفهم.
- ٥- استعملت موقع الفيديو الإلكترونية في التعليم الجامعي ولم تدرس أي دراسة فعاليتها على مراحل دراسية أخرى.

#### خامساً - أهداف البحث:

يسعى البحث إلى تحقيق الأهداف الآتية:

- ١- معرفة مدى استعمال طلاب كلية الإعلام في جامعة دمشق موقع يوتيوب.
- ٢- التعرف إلى دوافع وعادات وأنماط استعمال طلاب كلية الإعلام موقع يوتيوب.
- ٤- التعرف إلى الإش邦يات المتحققة لطلاب كلية الإعلام من استعمالهم موقع يوتيوب.
- ٥- معرفة مدى استفادة طلاب كلية الإعلام من موقع يوتيوب ضمن حياتهم الدراسية.

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

**سادساً- تساولات البحث:**

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

٢- ما مدى ومعدل استعمال طلاب كلية الإعلام موقع يوتيوب كوسيلة تواصل اجتماعي؟

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

٤- ما الوسيلة المفضلة عند طلاب كلية الإعلام لتصفح موقع يوتيوب؟

٥- ما أهم الموضوعات التي تناول اهتمام طلاب كلية الإعلام عند استعمالهم موقع يوتيوب؟

٦- ما دوافع استعمال طلاب كلية الإعلام موقع يوتيوب؟

٧- ما الإشعاعات المتتحققة لطلاب كلية الإعلام من استعمالهم موقع يوتيوب؟

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

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

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

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

١٢- هل يشكل الموقع ملذاً للطلاب في ظل الفجوة التعليمية والتربوية التي يعانونها في كلية الإعلام؟

**سابعاً- فروض البحث:**

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

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

- ٣- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين دوافع استعمال طلاب كلية الإعلام موقع يوتيوب وإشباع إتباع دورات علمية وتدريبية من شأنها تطوير حصيلة الطالب المعرفية.
- ٤- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين دوافع استعمال طلاب كلية الإعلام موقع يوتيوب وإشباع التعرف على أهم المهارات، لاسيما المهارات المتعلقة بتخصص الإعلام والاتصال.
- ٥- توجد علاقة ارتباطية دالة 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 دالة إحصائياً بين دوافع استعمال طلاب كلية الإعلام موقع يوتيوب واستعمالات موقع يوتيوب الخاصة بالتعلم الذاتي واكتساب المهارات المتخصصة.
- ٧- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مدى ومعدل استعمال طلاب كلية الإعلام موقع يوتيوب ومدى الاستفادة من موقع يوتيوب في التعلم الذاتي واكتساب المهارات.
- ٨- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مدى ومعدل وعادات وأنماط استعمال طلاب كلية الإعلام ومدى التعلم الذاتي واكتساب المهارات المستفاد من موقع يوتيوب.

#### ثامناً- الإجراءات المنهجية للبحث:

##### ١- نوع البحث:

تنتهي 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 والمعرفات الأمر الذي يساعد في عملية فهم الظاهرة والتبوّب بحدها<sup>٥</sup>، حيث تفسر هذه البيانات وتحلل تحليلًا شاملًا وتستخلص نتائج ودلائل مفيدة قد تؤدي إلى إمكانية إصدار تعميمات بشأن الظاهرة التي يدرسها الباحث.<sup>٦</sup>

<sup>٥</sup> فايز النجار، نبيل النجار، ماجد الزعبي (٢٠٠٩)، *أساليب البحث العلمي، منظور تطبيقي*، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان الأردن، ص ٣٤.

<sup>٦</sup> سمير حسين (1999)، دراسات في مناهج البحث العلمي بحوث الإعلام، ط٣، عالم الكتب، القاهرة، ص 131.

## ٢- المنهج المستخدم:

يعتمد البحث منهج المسح باستعمال أداة الاستبيان، ذلك لأن منهج المسح من أبرز المناهج المستخدمة في الدراسات الوصفية، حيث يتم منهج المسح الوصفي بوصف حجم وتركيب جمهور المتلقين، وتصنيف الدوافع وال حاجات، والمعايير الثقافية والاجتماعية، وكذلك الأنماط السلوكية ودرجتها، أو شدتتها ومستويات الاهتمام والتفضيل، ويمثل الوصف في هذا الإطار وصف جمهور المتلقين، وعليه يعدّ منهج المسح الوصفي واحداً من المناهج الأساسية، والتي تتعرف 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<sup>٧</sup>.

## ٣- مجتمع البحث والعينة:

يتكون مجتمع البحث من طلاب كلية الإعلام في جامعة دمشق، الذين يبلغ عددهم حسب السجلات الرسمية للكتابة للعام الدراسي ٢٠١٩-٢٠٢٠ طالباً. سيختار الباحث المفردات في هذه العينة بطريقة عمدية طبقاً لما يراه من سمات أو خصائص تتواجد في المفردات بما يخدم أهداف البحث<sup>٨</sup>، فتختار عينة عمدية (أو قصدية) من يتعلمون موقع يوتيوب مؤلفة من ٢٠٠ طالب من طلاب هذه الكلية موزعة بالتساوي بين الذكور والإإناث.

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 المتعددة، بهدف إشباع حاجات معينة لديهم، كما استطاعت فهم دوافع المتلقين

<sup>٧</sup> محمد عبد الحميد (٢٠٠٠)، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط٢، عالم الكتب، القاهرة، ص ١٣.

<sup>٨</sup> محمد عبد الحميد، (٢٠١٣)، البحث العلمي في تكنولوجيا التعليم، ط٣، عالم الكتب، القاهرة، ص ٢٨٨.

في التعرض لوسائل الاتصال وأنماط التعرض المختلفة، وما يترتب على ذلك من نتائج، ويقسم مدخل الاستعمالات والإشباعات ومعظم الدراسات عن الاتصال دوافع التعرض إلى فئتين:<sup>٩</sup> دوافع نفعية أو منفعة: تستهدف التعرف على الذات، واكتساب المعرفة والمعلومات، والخبرات، وجميع أشكال التعلم بوجه عام.

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

#### ٥- أداة وطريقة جمع البيانات:

سيعتمد الباحث في جمع المعلومات الاستبيان الذي يعدّ من أحد الوسائل الفعالة في الدراسات المسحية، 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 والتذيق 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 للتأكد من فهم المبحوثين للأسئلة الواردة في الاستبيان، وللتتأكد 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 بالالجوء إلى المعاملات والاختبارات والمعالجات الإحصائية المناسبة، ولاسيما التكرارات البسيطة والنسب المئوية.

<sup>٩</sup> عماد حسن مكاوي، ليلى السيد، (1998)، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط١، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ص245.

### تاسعاً- المفاهيم والتعرifات الإجرائية:

التعريف الإجرائي	التعريف النظري	المصطلح
يقصد بالدّوافع، المحرك الأساسي لاستعمال طلاب كلية الإعلام في جامعة دمشق، موقع يوتيوب وال الحاجات التي يريدون إشباعها من خلال هذا الاستعمال.	عوامل افعالية، حركية، فطرية أو مكتسبة، شعورية أو لاشعورية، تثير نشاط الفرد للأداء والإنجاز ، أو تحقيق غاية، وتنشأ داخل الفرد كنتيجة لخبراته السابقة. <sup>١٠</sup>	الدّوافع
يقصد بأنماط المشاهدة، أنماط طرق مشاهدة وتصفح طلاب كلية الإعلام في جامعة دمشق موقع يوتيوب.	كلمة أنماط جمع نمط وهو الأسلوب أو الطريقة التي تتكرر غالباً.	أنماط المشاهدة
يقصد بيوتيوب موقع مشاركة ملفات الفيديو، وهو الموقع الذي يتضمن مجموعة هائلة من الفيديوهات المتعددة، وهو من الوسائل المفضلة للتدريب وتعلم كيفية القيام بالأشياء عن طريق الإرشاد والدورات والدورات التربوية المقدمة عن كثير من الموضوعات التي تهم الجمهور والتي قد تناسب طلاب كلية الإعلام لتحقيق أغراض مختلفة حسب اهتماماتهم.	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. <sup>١١</sup>	يوتيوب
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.	عملية إجرائية مقصودة يحاول فيها المتعلم أن يكتسب بنفسه القر المقنن من المعارف والمفاهيم والمبادئ والاتجاهات والقيم والمهارات مستخدماً أو مستفيداً من التطبيقات التكنولوجية كما تتمثل بالكتب المبرمجة ووسائل وألات التعليم والتعيينات المختلفة	التعلم الذاتي
الأشرطة السمعية-البصرية أو البصرية (أحياناً) ذات الصور المتحركة والتي تقدم	مجموعة الأشرطة السمعية-البصرية أو البصرية (أحياناً) ذات الصور المتحركة	فيديوهات يوتيوب

<sup>١٠</sup> صالح شلهوب (2004) الكشاف، الطبعة الأولى، دار أسامة، عمان، الأردن، ص 78.

<sup>١١</sup> Gentry, Jeffery (2008): Using YouTube: Practical Applications for 21st Century Education, Online Classroom Ideas For Effective Online Instruction, Manga Publication.

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

### الفصل الثاني - الإطار المعرفي:

أولاً- المجتمعات الافتراضية وموقع الإعلام الجديد:

ظهرت موقع التواصل الاجتماعي وأتاح البعض منها تبادل مقاطع الفيديو والصور ومشاركة الملفات وإجراء المحادثات الفورية، والتواصل والتفاعل المباشر بين جمهور المتقفين. ويسجل لهذه المواقع كسر احتكار المعلومة، كما أنها شكلت عاملاً ضغط على الحكومات والمسؤولين، ومن هنا بدأت تجتمع وتحاور بعض التكتلات والأفراد داخل هذه الشبكات،

<sup>١٢</sup> دار المشرق (1986)، المنجد في اللغة والإعلام، الطبعة الواحد والعشرين، بيروت، ص 106.

<sup>١٣</sup> محمد منير حجاب، (٢٠٠٣) الموسوعة الإعلامية، المجلد السادس، دار الفجر للنشر والتوزيع، ص ٤٠٣.

<sup>١٤</sup> دار المشرق (1986)، المنجد في اللغة والإعلام، مرجع سابق، ص 94.

تحمل أفكاراً ورؤى 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. تعدد موقع التواصل الاجتماعي الأكثر انتشاراً على الإنترنت، لما تمتلكه من خصائص تميزها عن الواقع الإلكتروني، مما شجع متصفحي الإنترنت من كافة أنحاء العالم على الإقبال المتزايد عليها، في الوقت الذي تراجع فيه الإقبال على الواقع الإلكتروني، وعلى الرغم من الانتقادات الشديدة التي تتعرض لها موقع التواصل الاجتماعي على الدوام وخصوصاً موقع (فيسبوك)، والتي تنهي تلك الانتقادات بالتأثير السلبي والمباشر على المجتمع الأسري، والمساهمة في انفراط عده وانهياره، فإن هناك من يرى فيه وسيلة مهمة للتلاميذ والاتصال بين المجتمعات، وتقرير المفاهيم والرؤى مع الآخر، والاطلاع والتعرف على ثقافات الشعوب المختلفة، إضافة لدوره الفاعل والمتميز كوسيلة اتصال ناجعة في الهيئات والانتفاضات الجماهيرية.

وتعدّت أدوات هذا النوع من التواصل واستأثرت بجمهور واسع من المتعلّقين، وأدتّ 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 وظهورها وازدهار المجتمعات الافتراضية.

#### ثانياً- غایات المجتمعات الافتراضية:

نستطيع أن نذكر هنا واحداً من أهم أسباب ظهور المجتمعات الافتراضية وهو:<sup>١٥</sup> الغایات التعليمية: من خلال تبادل الأفكار والمعلومات التعليمية وتبادل الأخبار والمعلومات والخبرات، فموقع التواصل الاجتماعي والممجتمعات الافتراضية ليست شرّاً كلها بطبعها الحال ما لم تغادر التّنقيف والإثراء إلى التّسخيف والإلهاء.

<sup>١٥</sup> نوال بركات (2014)، الفضاء السييري والعلاقات الاجتماعية في المجتمع الافتراضي بين جغرافيا الواقع وجغرافيا الافتراضية، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، ديسمبر (١٢)، ص ٢٩١-٢٩٤، ٣٠٦-٢٧٣.

ولعل من أهم موقع الإعلام الجديد هي مجتمعات المحتوى: استعمال الموقع التي تتيح تخزين وتبادل محتوى الوسائط المتعددة ومن الأمثلة المعروفة استعمال يوتيوب لمشاركة الفيديو وفليكر Flickr لمشاركة الصور وأوديو Odeo لمشاركة التسجيلات الصوتية وتبادل هذه الوسائط بين ملايين المستخدمين،<sup>١٦</sup> إنها الشبكات الاجتماعية إذا.

### ثالثاً- الشبكات الاجتماعية -The Social Network-

تعدّ أعوام التسعينيات الأولى من القرن الماضي، هي البداية الحقيقة لظهور الشبكات أو الموقع الاجتماعي، ويتحدث "Paul Levinson" في كتابه "New Media" عن قصة ظهور الإعلام الجديد وماذا يعني لنا كأناس عاديين أن يكون هناك إعلاماً جديداً. وتتصدرت الشبكات الاجتماعية ثلاثة موقع مهمة ورئيسة هي: فيسبوك وتويتر وموقع مقاطع الفيديو يوتيوب. ونتيجة لتامي وتطور هذه الموقع الاجتماعية، فقد أقبل عليها ما يزيد عن ثلثي مستخدمي شبكة الإنترنت، وأدت الكوارث الطبيعية كالفيضانات والزلزال والتسونامي والأحداث السياسية وحركة الجماهير الشعبية الواسعة، وخصوصاً الشباب منهم من يرتدون شبكات التواصل الاجتماعي، دوراً مهماً في شعبية هذه الشبكات.

### رابعاً- موقع يوتيوب -Youtube :

نشأت فكرة إنشاء موقع يوتيوب عام 2005 في مدينة سان برونو، كاليفورنيا، الولايات المتحدة الأمريكية، عندما كان تشاد هيرلي والتايواني تشين والبنغالي جارد كريم (الذين يعملون في شركة Pal Pay المتخصصة في التجارة الإلكترونية) في حلة لأحد الأصدقاء، وقطعوا مقاطع فيديو، وأرادوا أن ينشروها بين زملائهم ولم يستطيعوا إرسالها عبر الإيميل لأنّه لم يكن يقبل الملفات الكبيرة ومن هنا بدأت تبلور فكرة موقع لإرفاق أفلام الفيديو على شبكة الانترنت. حالياً، يُعد موقع يوتيوب Youtube أهم وأشهر موقع لرفع ومشاركة الفيديوهات على مستوى العالم ويقوم على فكرة مبدئية هي: بث لنفسك أو أذْعْ نفسك Broadcast.

<sup>١٦</sup> صلاح الصاوي (2012) سمات الويب 2.0 على موقع الأرشيفات والمكتبات الرئاسية على الانترنت، مجلة مكتبة الملك فهد الوطنية، 18 (2)، ص ٢٣٢.

، هذا الشعار وضع على الصفحة الأولى، وبعد أهم مكان على شبكة الانترنت للمشاركة بالفيديو المجاني الشعبي، ويتميز يوتيوب في التعليم بما يلي:<sup>١٧</sup>

- يشجع على الإبداع، كونه منصة للتفاعل وليس مجرد مشاهدة المحتوى.
- يسمح يوتيوب بالاستفادة المثلثى 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 بمرحلتهم المختلفة ولاسيما كبار السن، حيث يمكن استعماله في التعليم مدى الحياة.
- يعد أحد موارد التعليم المجانية.

### الفصل الثالث - الإطار العملي للبحث:

أولاً- النتائج العامة:

١- مدى تصفح طلاب كلية الإعلام في جامعة دمشق موقع يوتيوب:  
الجدول رقم (١) - 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		
النسبة المئوية (%)	النكرار (ك)	مدى التصفح
%68	136	دائماً
%24	48	أحياناً
%8	16	نادراً
%100	200	المجموع

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

احتلت نسبة المشاهدة الدائمة لموقع يوتيوب 68%， 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 ب مختلف 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 كشيء 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 لاسمها الطالب الجامعيين.

## 2- معدل تصفح طلاب كلية الإعلام موقع يوتيوب:

الجدول رقم (2) - توزيع عينة البحث(طلاب كلية الإعلام)حسب معدل و زمن تصفحها موقع يوتيوب.

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

إن 56% من العينة تتتصفح موقع يوتيوب يومياً، أي أن أكثر من نصف العينة تزور موقع يوتيوب بشكل دائم، كما يلاحظ من الجدول رقم (2)، في حين بلغت نسبة المتابعين لمواقع

التواصل من 2 إلى 3 ساعات أسبوعياً 32%， ولم يتجاوز من يتبعها مرة أسبوعياً أو بالصفة 8%， 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		
النسبة المئوية (%)	النكرار (ك)	عدد الساعات
%44	88	من 1-3 ساعات يومياً
%32	64	من 3-6 ساعات يومياً
%12	24	أقل من ساعة يومياً
%12	24	أكثر من 6 ساعات يومياً
%100	200	المجموع

بين الجدول رقم (3) أن نسبة 44% من عينة البحث، اتجهت لتصفح موقع يوتيوب من 1 إلى 3 ساعات كحد وسطي، في حين بلغت نسبة من يدخل على الموقع من 3 إلى 6 ساعات نحو 32%， ووصلت نسبة من يتبعه أكثر من 6 ساعات نحو 12%， 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؟ ويسئل 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 ثم تهم الجمهور.

3- التفاعلية في مشاركة رأي المتصفحين في هذه الفيديوهات، وهو بذلك يتطرق 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 من 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 بشكل 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		
النسبة المئوية%	النكرار (ك)	الأيام
%52	104	لا يوجد يوم محدد
%40	80	أيام العطل
%8	16	أيام العمل
%0	0	أيام عرض الأفلام في التلفزيون
%100	200	المجموع

- يوضح الجدول رقم (٤) أن ٥٢% من عينة البحث لا يوجد لديها أيام محددة لمشاهدة موقع يوتيوب، في حين توزعت بقية العينة ٤٠% لكل من أيام العطل و ٨% لأيام العمل، وهذا دليل على ما يلي:
- ١- سهولة الوصول لهذا الموقع لا يجعله مرتبطاً بأيام العطل فقط.
- ٢- التكلفة البسيطة في سوريا بالحصول على خدمة الانترنت ومن ثم متابعة يوتيوب.
- ٣- أن ارتياح 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		
الفترة الزمنية المفضلة للتتصفح (%)	النسبة المئوية (%)	النكرار (ك)
فترة المساء من الساعة ٦ - ٩	%32	64
فترة الظهر من الساعة ٣ - ١٢	%24	48
فترة العصر من الساعة ٣ - ٦	%16	32
فترة السهرة الأولى من الساعة ٩- ١٢	%16	32
فترة الصباح من الساعة ٦ - ١٢	%8	16
فترة السهرة الثانية من الساعة ١٢ - ٦	%4	8
المجموع	%100	200

يتجه ثلث أفراد العينة تقريباً أي 32% إلى تصفح موقع يوتيوب خلال الفترة المسائية الأولى وذلك من الساعة ٦ وحتى ٩ مساءً، كما يبين الجدول رقم (٥)، وهي ما يمكن اعتبارها من فترات الذروة في المجتمع السوري لزيارة الموقع الإلكتروني ومنها بالطبع موقع يوتيوب، التي يمكن الاتجاه إليها لتتنزيل ومشاهدة الفيديوهات المهمة، بينما نجد 24% من أفراد عينة البحث من يتجه إلى تصفح موقع يوتيوب خلال فترة الظهيرة من الساعة ١٢ وحتى ٣ بيلي ذلك فترتا العصر من الساعة ٣-٦ وفترة السهرة الأولى من الساعة ٩-١٢ وهي من الأوقات المرغوبة لدى الشباب الجامعي للتواصل الإلكتروني ومتابعة الواقع المفضلة لاسيمما يوتيوب حيث بلغت نسبة من يفضلها 16% من أفراد العينة. بينما نالت فترة السهرة الثانية من الساعة ١٢ الليلأً وحتى ٦ صباحاً اهتماماً بنسبة 8% من أفراد العينة، وفترة الصباح من صباحاً وحتى ١٢ 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 يجب 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 ٦-٩، فهذا توقيت مناسب يقع بين وقت الانتهاء من دوام الكلية وتأنية بعض

الواجبات وقرب ساعة الجلوس مع الأهل أو مع الأصدقاء أو ساعة الاستعداد للنوم، لكن ما هو غير منطقي أن يتبع 24% من الطالب يوتيوب خلال فترة الظهيرة من الساعة 12 - 3 لأنها فترة الدوام في الكلية خاصة أن الأخيرة تشترط حضور المحاضرات والمداومة على الجانب العملي لجميع المقررات، وبالنظر أيضاً إلى أن 4% من الطالب 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 أن ٦٨% من الطالب يتصفحون يوتيوب بصورة دائمة كما ورد في الجدول رقم (١)، وأن ٥٦% من الطالب يتصفحون يوتيوب يومياً وليس بصورة متقطعة كما ورد في الجدول رقم (٢).

#### ٦- أنواع المضمون المفضل 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	النكرار (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	***	***

يوضح الجدول رقم (٦)، أن نسبة ٨٤% من أفراد العينة تتجه لمتابعة المضامين التعليمية على موقع يوتيوب، ونسبة ٧٦% تقضي متابعة المضامين العلمية، وهذا أوضح مؤشر لاندفاعة 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 تخصصاتهم. 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 المضامين ٧٦% 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		
% النسبة	النكرار (ك)	نوع الوسيلة
% ٦٨	١٣٦	الهاتف المحمول - الموبايل
% ٢٤	٤٨	اللابتوب
% ٨	١٦	الكمبيوتر المكتبي PC
* * *	* * *	أخرى تذكر
% ١٠٠	٢٠٠	المجموع

يتبيّن من الجدول رقم (٧) أن ٦٨% من أفراد العينة يستعملون الهاتف المحمول (الموبايل) في متابعة موقع يوتيوب، بينما ٢٤% منهم يستعملون اللابتوب في متابعته، ولا تتعدى نسبة من يستعمل الكمبيوتر المكتبي ٨%، 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 دائمًا 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		
النسبة %	التكرار (ك)	الطريقة
%52	104	البحث في آخر ما هو جديد
%36	72	نصائح الأصدقاء
%12	24	عبر الإعلان عنه في الوسيلة
***	***	أخرى تذكر
%100	200	المجموع

إن البحث في آخر ما هو جديد هي الطريقة الأكثر إنجاعاً بالنسبة لطلاب كلية الإعلام في اختيار الفيديوهات المفضلة الموجودة على يوتيوب بنسبة 52% من أفراد العينة كما يوضح الجدول رقم (٨)، وهذا يؤكد حس الفضول العلمي للبحث عن الفيديوهات التعليمية التي تساهم في زيادة مهاراتهم و المعارف لهم. وفي حين أن نصائح الأصدقاء احتلت المرتبة الثانية بنسبة 36%， نال الإعلان عنه في الوسيلة اهتمام ما نسبته 16% فقط من عينة البحث. وهذا يجيب عن التساؤل المطروح: ما أنماط استعمال طلاب كلية الإعلام لموقع يوتيوب؟

#### ٩- دوافع استعمال موقع يوتوب:

الجدول رقم (٩) - دوافع استعمالات طلاب كلية الإعلام (أفراد العينة) موقع يوتوب.

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

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

يوضح الجدول رقم (٩) أن نسبة 80% من عينة البحث اتجهت لاستعمال موقع يوتوب للحصول على المعلومات بشكل دوري، ووصلت نسبة من يتبعها لهذه الميزة أحياناً نحو 20%， وهذا يؤكد أنه أصبح من المصادر الرئيسية للحصول على المعلومات بالنسبة لطلاب كلية الإعلام.

بينما كان نصيب استعمال يوتوب لزيادة المهارة بتعلم برامج في مجال تخصص الطلاب 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 أفرادها بصورة دائمة 48% من الطلاب أفراد العينة، و32% أحياناً، و20% أبداً. بالمقابل، كان لدافع اكتساب المعرفة العملية حظوة لدى 52% من الطلاب بشكل دائم و36% أحياناً رفضوا ذلك مختارين إجابة أبداً، وهذا دليل على وجود المضمن 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 حد ما، فالافتراض أن تجارب الشخصيات الإعلامية تثير فضول واهتمام من يرغب بالتخصص في مجال الإعلام والاتصال وبالتالي خوض العمل الإعلامي.

وأتجه 64% من أفراد العينة للموقع، لأنه غير مقيد بزمان ومكان دائماً، في حين بلغت نسبة من ينفع لهذه الميزة أحياناً 28%. وجاء هدف تعلم لغات جديدة مرتفعاً، نحو 64% 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 ثبتت وتعرض مجاناً على هذا الموقع. في حين جاء هدف الحصول على التسلية والترفيه، نحو 40% من أفراد عينة البحث بصورة دائمة، و36% أحياناً و24% منهم لا يدخل الموقع أبداً من أجل التسلية والترفيه.

ويتبين من الجدول السابق ما يلي:

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

● لم يعد موقع يوتيوب للتسلية والتريه فقط، 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 نقدم 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 طلاب كلية الإعلام.

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

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

احتل الإشباع المتمثل بالهروب من المشاكل التعليمية والتربوية للجامعة والنقص في الجانب التطبيقي أعلى نسبة وهي 84% 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، ويفيد ذلك لجوء 48% من أفراد العينة لموقع يوتيوب كبديل سريع عن الكتب والمحاضرات بالنسبة لطلاب كلية الإعلام. أما ثاني أعلى نسبة والتي بلغت 72% من أفراد العينة فقد تحقق لها الإشباع المتمثل في التعرف على أهم المهارات من خلال يوتيوب، لاسيما المهارات المتعلقة بتنخصص الإعلام والاتصال. أما ثالث أعلى نسبة والتي بلغت 64% من أفراد العينة فقد تحقق لها الإشباع المتمثل في إتباع دورات علمية من شأنها تطوير حصيلة الطالب المعرفية.

من بين الثنائي عشرة من الإشباعات المتحققة من استعمال الطلاب 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 ملاذ لكثير من الطلاب في ظل الفجوة التعليمية والتربوية 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		
النسبة المئوية %	النكر (ك)	النشاطات والتفاعلية
%72	144	وضع المشاهدة لاحقاً
%64	128	مشاركة الفيديو على وسائل أخرى للتواصل الاجتماعي
%48	96	التعليق على المضمنون
%32	64	دعوة الغير لمشاهدة الفيديو
%28	56	تدوين الملاحظات في التعليقات
***	***	أخرى تذكر ..

يوضح الجدول رقم (11)، أن 72% من أفراد العينة يستعملون وضع المشاهدة لاحقاً لتسهيل إيجاد الفيديوهات المطلوبة وللعودة إليها ومشاهتها بأوقات معينة لاسيما خارج أوقات دوام الطلاب في الكلية، وهذا يشير إلى الجهد والوقت الكبيرين اللذين يبذلهما الطالب للوصول إلى المواد الفيلمية المفيدة علمياً وعملياً في عملية تعلمهم الذاتي واكتساب المهارات، خاصةً وأن نسبة 32% من أفراد العينة تمثل إلى تصفح موقع يوتوب 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 وتعظيم ما قد يكون مفيداً بالنسبة لآخرين لاسيما الأصدقاء والزملاء في التخصص ذاته، وما يؤكد ذلك هو أن ثلث أفراد العينة تقريباً 32% يدعون غيرهم لمشاهدة الفيديوهات الموجودة على يوتوب، لاسيما وأن 36% من أفراد العينة تتبع نصائح الأصدقاء بكيفية اختيار الفيديوهات المفضلة على موقع يوتوب كما يشير الجدول رقم (9).  
وإذاً أن نسبة 84% من أفراد العينة تقضي متابعة المضامين التعليمية على موقع يوتوب، ونسبة 76% تقضي 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 المضامون المقدم في موقع يوتوب، و28% فقط من يستعملون تدوين الملاحظات.

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

#### 12-استفادة طلاب كلية الإعلام من الفيديوهات الموجودة على يوتوب وتوظيفها في دراستهم الجامعية:

**الجدول رقم (12) - حجم الاستفادة من تصفح موقع يوتوب في دراسة الإعلام.**

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

من الواضح جداً في الجدول رقم (12) أن الأغلبية الساحقة ٩٦% من طلاب كلية الإعلام وهم أفراد عينة البحث يستفيدين من متابعة موقع يوتيوب في عملية تعلمهم الذاتي واكتسابهم المعارف والمهارات، بينما ٤% منهم فقط لا يستفيدين من هذا الموقع، وهذا يبيّن أهميته بالنسبة لهؤلاء الطلاب وأثره على الجانب العملي والتدريسي لديهم، يؤكد ذلك، أن ٨٤% من الطلاب يتوجهون لمتابعة المضامين التعليمية على موقع يوتيوب، ونسبة ٧٦% تفضل متابعة المضامين العلمية (كما ورد في الجدول رقم ٦)، 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.

١٣- مدى الاستفادة من موقع يوتيوب:

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

مدى الاستفادة من موقع يوتيوب		
النسبة المئوية %	النكرار (ك)	
%52	١٠٤	دائماً
%44	٨٨	أحياناً
%4	٨	لا يستفيد
%100	200	المجموع

كجواب عن سؤال توكيدي عن استفادة الطلاب من فيديوهات يوتيوب وتوظيفها في دراستهم (كما ورد في السؤال ١٢)، يوضح الجدول رقم (13) أن نسبة ٥٢% من الطلاب يستفيدين دائماً من موقع يوتيوب و ٤٤% منهم يستفيدين أحياناً و ٤% لا يستفيدين 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؟

١٤- 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 مبين في الجدول رقم (١٤): ٨٨٪ من طلاب كلية الإعلام قالوا بأن يوتيوب يقدم مواد تعلم المهارات 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 المتعددة بالنسبة لطلاب كلية الإعلام في جامعة دمشق، بينما نفى ١٢٪ من الطلاب ذلك وقالوا أن يوتيوب لا يساعدهم في عملية التعلم الذاتي.

**الجدول رقم (١٤) - حجم استفادة طلاب كلية الإعلام من موقع يوتيوب في التعلم الذاتي.**

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

**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 (*)		
النسبة المئوية%	النكرار (ك)	إشباعات موقع يوتيوب
%60	120	استعمله لأنعلم لغات أجنبية
%56	112	استعمله لأنعلم فنون التحرير الصحفى
%52	104	استعمله كمراجع ومصدر للمعلومات
%28	56	استعمله لأنعلم فن التواصل مع الآخرين
%20	40	استعمله لأنعلم فن الحوار في التلفزيون
***	***	أخرى تذكر

يوضح الجدول رقم (١٥) أن ٦٠% من الطلاب يستفيدين من موقع يوتيوب في تعلم لغات جديدة بالنظر إلى الضعف العام للطلاب في اللغات الأجنبية، بينما ذهب ٥٦% منهم لتعلم فنون التحرير الصحفي، بسبب النقص الحاد بالمخابر والتقييات والأجهزة اللازمة للتدريب وارتفاع تكاليف الدورات التدريبية اللغوية والتخصصية (تحرير صحفى، تصوير، مونتاج، تصميم غرافيك،...الخ)، وكان ٥٢% من العينة يستعمل موقع يوتيوب كمراجع ومصدر للمعلومات بسبب قلة المصادر والمراجع المتخصصة بكل أشكالها الورقية وال夙لمية والصوتية في مكتبة الكلية، في حين أن ٢٠% من الطلاب يتعلمون فنون الحوار التلفزيوني عبر يوتيوب لفقدان أي نوع من الاستوديوهات في الكلية.

وهذا ما يجب عن التساؤل التوكيدى: ما مدى استفادة طلاب كلية الإعلام من استعمالهم لموقع يوتيوب وتوظيفه في دراستهم الجامعية؟ حيث أثبتت العلاقة الارتباطية بين مدى ومعدل 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 وحُلّ من معلومات وبيانات إحصائية جُمعت من الاستبيان، الذي طُبّق على عينة قوامها ٢٠٠ 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- قبل الفرض القائل: إن هناك علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين دوافع استعمال طلاب كلية الإعلام موقع يوتيوب وبين إشباع الهروب من مشاكل الكلية التعليمية والتربوية والنقص في النقص في الجانب التطبيقي.

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

٣- قبل الفرض القائل: إن هناك علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين دوافع استعمال طلاب كلية الإعلام موقع يوتيوب وبين إشباعه بدورات علمية وتدريبية من شأنها تطوير حصيلة الطالب المعرفية.

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

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

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

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

٨- قبل الفرض القائل: إن هناك علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مدى ومعدل وعادات وأنماط استعمال طلاب كلية الإعلام وبين مدى التعلم الذاتي واكتساب المهارات المستفادان من موقع يوتيوب.

### ثالثاً- أهم نتائج البحث:

١- الإقبال على استعمال طلاب كلية الإعلام في جامعة دمشق موقع يوتيوب: أظهرت الدراسة أن معظم العينة تتوجه لاستعمال موقع يوتيوب بصورة يومية، ما نسبته 68%， ولمدة تزيد عن 3 ساعات، وهذا يبين أهمية هذا الموقع في التأثير على الطلاب بمختلف المجالات. وأنه أصبح جزءاً من حياة الطالب اليومية، وتعد الميزات التي يمتلك بها هذا الموقع لاسيما التعليمية منها أحد أهم أسباب هذا الإقبال.

٢- كثافة استعمالات طلاب كلية الإعلام ليوتيوب:

أظهر البحث أن نحو 80% من أفراد العينة تتجه لاستعمال يوتيوب للحصول على المعلومات بصورة دائمة، وكان نصيب استعمال يوتيوب لزيادة المهارة بتعلم برامج في مجال تخصص الطلاب 72% بصورة دائمة من عينة البحث.

3- كما أظهرت أن الميزات المختلفة التي تجمع بين غير مقيد بزمان ومكان وتعلم لغات جديدة في محل اهتمام الطلاب ومتابعتهم الدائمة، حيث بلغت نسبة توجيه الطلاب من أجل التسلية والترفية في مرتبة وسطية تقريباً بنسبة 40% 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 نسبة 36% دائماً، و 40% 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 9-6 مساءً النسبة الأكبر 32% 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 خاللها.

6-المضامين التعليمية هي الأكثر متابعة من قبل طلاب كلية الإعلام، حيث بين البحث أن 84% من أفراد العينة، تتبع 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 اختار 76% من أفراد العينة المضامين العلمية، و 44% اختاروا المضامين السياسية، و 20% 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 اهتمام 72% 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 ذهباً باتجاه اكتساب مهارة في البرامج التصميمية والتعرف على قوالب التحرير وكيفية كتابة الأخبار.

كانت نسبة 56% من المبحوثين تسعى للتخلص من الملل والإحباط، وتدل على أن هذه المواقف تعد ملذاً لكثير من الشباب في ظل المشكلات التي يعانونها، وذهبت النسب من 44% إلى 60% لباقي الإشباعات المتمثلة في التسلية والترفيه، وملئ وقت الفراغ، بينما كان للإشباع المتمثل بالاطلاع على آخر التطورات العلمية ما نسبته 24%， وبديل سريع عن الكتب 16%， وهو ما يبين أن هذا الموقع لم يلغ دور الكتاب بالنسبة لطلاب كلية الإعلام في جامعة دمشق. وأكثر ما يقىس تفاعل الطلاب على موقع يوتيوب، هي المشاهدة لاحقاً، حيث أظهرت النتائج، أن نسبة 72% من أفراد العينة تراجعاً إلى ذلك للعودة للفيديوهات ومشاهدتها بأوقات معينة، ونسبة 64% تستخدم مشاركة المنشور على وسائل التواصل الاجتماعي الأخرى.

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

حيث أن 96% من طلاب كلية الإعلام في جامعة دمشق (أفراد العينة) يستقينون من تصفح موقع يوتيوب، أغلبهم كما ذكرنا آنفاً يتبع ويفضل المضامين التعليمية والعلمية والتدريبية، بينما 4% فقط لا يستقينون من هذا الموقع، وهذا يبيّن أهميته بالنسبة للطلاب وأثره على العملية التعليمية والتنفيذية التراكمية لديهم.

10- يقدم يوتيوب دروساً وأساليب مفيدة تساعده طلاب كلية الإعلام على اكتساب مهارات متخصصة: حيث أن 52% من الطلاب يستقينون دائمًا من موقع يوتيوب و 44% منهم يستقينون أحياناً و 4% لا يستقينون منه أبداً وهذا يدل على مدى استفادة طلاب كلية الإعلام من موقع يوتيوب. بالإضافة إلى أن 84% من الطلاب يقولون أن يوتيوب يحقق لهم متابعة دروس وأساليب مفيدة

ومن ثم اكتساب مهارات متعددة 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 أن 60% من الطلاب يستفيدون من موقع يوتيوب في تعلم لغات جديدة، بينما ذهب 56% منهم لتعلم فنون التحرير الصحفى، وأقر 52% من العينة باستعمال موقع يوتيوب كمرجع للمعلومات، و26% بتقديم نصائح للزملاء من أجل متابعة الموقع والاستفادة منه، في حين 20% من العينة يتعلمون فنون الحوار التلفزيوني.

#### رابعاً: توصيات ومقترنات 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- التوجّه 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 تعدّمن أكثر ما يتوجه إليه الطالب الكترونياً في الوقت الحالي.
- ٥- إعطاء أهمية أكبر لموقع يوتيوب في سوريا 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 معمقة على موقع يوتيوب نظراً لـ إقبال 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) بارش، أشرف الدين ولعور، صابر (2016) استعمال طلبة الجزائريين لليوتيوب والإشعارات المحققة منه، دراسة على عينة من طلبة جامعة العربي بن مهدي أم البوافي، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص صحافة وإعلام الكتروني 2015-2016.
- (٢) بركات، نوال (2014) الفضاء السييري 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 ٣، 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، ط ٢، عالم الكتب، القاهرة.
- (٦) عبد الحميد، محمد (٢٠١٣) البحث العلمي في تكنولوجيا التعليم، ط ٣، عالم الكتب، القاهرة.
- (٧) شلهوب، صالح (2004) الكشاف، الطبعة الأولى، دار أسامة، عمان.
- (٨) الصاوي، صلاح (2012) سمات الويب 2.0 على موقع الأرشيفات والمكتبات الرئيسية على الانترنت، مجلة مكتبة الملك فهد الوطنية، 18 (٢).
- (٩) مكاوي، حسن عماد والسيد، ليلى (1998) الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط ١، الدار 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.