

**Motives for the sixth preparatory students to rely
on YouTube learning videos
(a study according to the theory of dependency on the media)**

Assistant Professor, Doctor: Yousif Hassan Mahmood
University of Tikrit /College of Arts/ Media department
dryousifhassan68@yahoo.com
MOBILE: 07904791752

DOI: [10.31973/aj.v1i136.973](https://doi.org/10.31973/aj.v1i136.973)

Summary

This research came under the title (Motives for the sixth preparatory students to rely on YouTube learning videos - a study according to the theory of dependency on the media-), and it defines the main objective as it is clear from the title of the research in Knowing the motives for the sixth preparatory students' accreditation on YouTube videos, and according to this main goal, a number of sub-goals have been formulated, which are as follows:

1. Disclosure of materials in which students rely more on YouTube videos
2. Investigate the length of time students spend watching these videos
3. Knowing the kind of educational material students are trying to obtain in YouTube videos
4. Knowing the reasons for students' reliance on these educational films

Our research community was the sixth preparatory students, and its sample consisted of 200 of the sixth preparatory students (male and female) and its scientific and literary branches in the district of Tarmiyah.

This research is considered descriptive research that is used to study the public by relying on the survey method. As for the tool, it was a questionnaire form, and the most important results that emerged to us are:

1. The highest reliance on educational videos in YouTube was in mathematics with 89%, followed by physics with 84%, then chemistry with 81%.
2. It was found that the weekly time period for watching the videos (from one hour - less than 3 hours) was the highest for most subjects, followed by (from 3 hours - less than 6 hours) .
3. The results showed that most of what students are looking for in educational videos is (solutions to problems), followed by a search for (explanation of materials).
4. Regarding the reasons for relying on videos, the most of them were (an attempt to increase understanding after the teacher's explanation of the subject) then (obtaining additional information), and then (compensating me for private lessons).

Key Words: Rely Motives, YouTube videos, theory of dependency

دوافع اعتماد طلبة السادس الإعدادي على فيديوهات اليوتيوب التعليمية

- دراسة على وفق نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام -

أ.م.د. يوسف حسن محمود

صحافة إذاعية وتلفزيونية

جامعة تكريت - كلية الآداب - قسم الإعلام

dryousifhassan68@yahoo.com

(مُلخَصُ البَحْث)

جاء هذا البحث تحت عنوان (دوافع اعتماد طلبة السادس الإعدادي على فيديوهات اليوتيوب التعليمية - دراسة على وفق نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام -)، وتحدد الهدف الرئيس كما هو واضح من عنوان البحث في معرفة دوافع اعتماد طلبة مرحلة السادس الإعدادي على فيديوهات اليوتيوب، وعلى وفق هذا الهدف الرئيس صيغت أهداف الفرعية عديدة تمثلت بالآتي:

١. الكشف عن المواد التي يعتمد فيها الطلبة بشكل أكثر على فيديوهات اليوتيوب.
٢. التقصي عن المدة الزمنية التي يقضيها الطلبة في متابعة فيديوهات اليوتيوب.
٣. معرفة نوعية المادة التعليمية التي يحاول الطلبة الحصول عليها في فيديوهات اليوتيوب.
٤. التعرف على دوافع اعتماد الطلبة على هذه الأفلام التعليمية.

وكان مجتمع بحثنا هو طلبة السادس الإعدادي، وتمثلت عينته في ٢٠٠ مفردة من طلبة السادس الإعدادي (ذكورا واناثا) وبفرعيه العلمي والأدبي في قضاء الطارمية، ويعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تستعمل لدراسة الجمهور بالاعتماد على المنهج المسحي، أمّا الأداة فكانت الاستبانة، وأهم النتائج التي برزت لنا فهي:

١. كان أعلى اعتماد على الفيديوهات التعليمية في اليوتيوب في الرياضيات بنسبة ٨٩% من أفراد العينة، تلا ذلك الفيزياء بنسبة ٨٤%، بعدها الكيمياء بنسبة ٨١%.
٢. تبين أنّ المدة الزمنية الأسبوعية لمتابعة الفيديوهات (من ساعة - أقل من ٣ ساعات) كانت الأعلى ولمعظم المواد، تلتها (من ٣ ساعات - أقل من ٦ ساعات).
٣. أظهرت النتائج أنّ أكثر ما يبحث عنه الطلبة في الفيديوهات التعليمية هو (الحلول للمسائل)، تلا ذلك البحث عن (شرح للمواد).
٤. بخصوص دوافع الاعتماد على الفيديوهات كان أكثرها هو (محاولة لزيادة الفهم بعد شرح المدرس للمادة) ثم (الحصول على معلومات إضافية)، وبعدها (تعوضني عن الدروس الخصوصية).

الكلمات المفتاحية: دوافع الاعتماد، فيديوهات اليوتيوب، نظرية الاعتماد**المقدمة**

إنَّ من أهم فوائد الانترنت هي حصول الأفراد على ما يريدون من معلومات بأسرع وقت ممكن وبأكبر كمية ومن مصادر متعددة لم نكن نألّفها سابقاً، وبات لدى الفرد القدرة على التحرك في هذا العالم الافتراضي في أي وقت يشاء، والتصفح لأي موقع وبتكلفة قد تكون معدومة.

وأصبح اليوتيوب أحد أهم المواقع على الشبكة العنكبوتية التي يزورها المستعملون وبشكل كبير جداً؛ نظراً لسهولة ذلك وتوقعات المستخدمين الايجابية منه، وهي الحصول على ما يبتغون، بمجرد كتابة بعض الكلمات المفتاحية التي تنتهي مهمة المستخدم عندها ليبدأ اليوتيوب بتزويده بالفديوهات المطلوبة التي تُشبع رغباته وحاجاته.

في هذا البحث أثّرنا دراسة موضوعاً يخص الجانب التعليمي، إذ نعتقد ان استخدام اليوتيوب بما فيه من فوائد لكافة شرائح المجتمع ومنهم الشباب لاسيما طلبة الإعدادية؛ يستوجب منا معرفة دوافع اعتمادهم عليه في الحصول على المعلومات المتخصصة التي ينتفعون منها في تعزيز المنهج الدراسي، ففضلاً عن كون الموقع عاماً وفيه من المعلومات ومقاطع الفيديو المتنوعة، نجد أنّ شركة يوتيوب قد خصصت موقعا لدعم التعليم، إذ بات اليوتيوب أداة تعليمية قوية ومحفزة للطلبة اعتماداً على كيفية الاستخدام لتحقيق الأهداف التعليمية، كما يمكن أن نعدّه وسيلة عن طريقها يتمكن الطلبة من اكتشاف المعرفة بأنفسهم بشكل فعّال ونافع، سواء أكان في الابحاث أم في العروض التعليمية، كونه يتيح كميات كبيرة من المحتوى الرقمي في مختلف المجالات، فهذا الموقع عام ومجاني ويدعم عملية تحميل الفيديوهات مع سهولة الاستعمال والبحث فيه عن المحتوى المطلوب وعن إمكانية مشاركة الفيديوهات مع الأصدقاء، والتعليق عليها والتفاعل فيما بينهم.

تكوّن البحث من أربعة مباحث، أولها تضمن الإطار المنهجي للبحث من مشكلة العينة وأهميتها وأهدافها ومنهجها، وجاء المبحث الثاني بعنوان نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، أمّا المبحث الثالث فقد تناولنا فيه موضوع اليوتيوب، وأخيراً المبحث الرابع الذي تضمن نتائج الدراسة الميدانية.

المبحث الأول: الإطار المنهجي للبحث**أولاً: مشكلة البحث:**

التساؤل الرئيس لبحثنا هو: ما دوافع اعتماد طلبة مرحلة السادس الإعدادي على فيديوهات اليوتيوب التعليمية؟، وعلى وفق هذا التساؤل الرئيس صيغت تساؤلات فرعية عديدة وتمثلت بالآتي:

١. ما المواد التي يعتمد فيها الطلبة بشكل أكثر على فيديوهات اليوتيوب؟
٢. ما نوعية المادة التعليمية التي يحاول الطلبة الحصول عليها في فيديوهات اليوتيوب؟
٣. ما المدة الزمنية التي يقضيها الطلبة في متابعة فيديوهات اليوتيوب؟
٤. ما دوافع اعتماد الطلبة على هذه الأفلام التعليمية؟

ثانياً: أهمية البحث:

تأتي أهمية هذا البحث لكونه إضافة علمية في مجال الدراسات الخاصة بالتعرف على الفائدة الناتجة عن استعمال طلبة الإعدادية لموقع اليوتيوب في تعزيز المادة العلمية الواردة في المنهج الدراسي، إذ يرى الباحث أنّ هذا الموضوع جدير بالدراسة في الوقت الحاضر، إذ يعد اليوتيوب مدرسة شاملة تضيف للطالب معلومات موثقة بالصوت والصورة المتضمنة لبيانات ورسوم توضيحية وأفلام ملونة تعمل على تقريب المادة العلمية الى ذهن الطالب.

ثالثاً: أهداف البحث:

إنّ الهدف الرئيس لهذا البحث هو: التعرف على دوافع اعتماد طلبة مرحلة السادس الإعدادي على فيديوهات اليوتيوب التعليمية، وعلى وفق هذا الهدف الرئيس صيغت أهداف فرعية عديدة تمثلت بالآتي:

١. الكشف عن المواد التي يعتمد فيها الطلبة بشكل أكثر على فيديوهات اليوتيوب؟
٢. معرفة نوعية المادة التعليمية التي يحاول الطلبة الحصول عليها في فيديوهات اليوتيوب؟
٣. التقصي عن المدة الزمنية التي يقضيها الطلبة في متابعة فيديوهات اليوتيوب؟
٤. التعرف على دوافع اعتماد الطلبة على هذه الأفلام التعليمية؟

رابعاً: منهج البحث وأدواته:

إنّ هذا البحث من البحوث الوصفية التي تُستعمل لدراسة الجمهور بالاعتماد على المنهج المسحي للوصول إلى البيانات المطلوبة، وفيها سنعتمد المسح بالعينة عن طريق انتقاء عينة ممثلة للمجتمع الكلي، كما سنعتمد استمارة الاستبانة أداة للوصول الى المعلومات المطلوبة من عينة البحث التي تحقق اهداف بحثنا، إذ جرى إعدادها وعرضها على مجموعة من المحكمين المتخصصين في الإعلام وعلم الاجتماع^(*)، لاستخراج الصدق الظاهري المتضمن وضوح الفقرات ومفهوميتها ومدى صلاحيتها في ضوء أهداف البحث، وقد أقرّ

* (*) عرض الباحث استمارة الاستبيان على الخبراء الآتية أسمائهم حسب اللقب العلمي:
أ.د فريد صالح فياض، صحافة، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة تكريت.
أ.ياسين طه موسى، صحافة اذاعية وتلفزيونية، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة تكريت.
أ.م.د عبد الله صالح علي، قسم الاجتماع، كلية الآداب، جامعة تكريت.

الخبراء عدداً من فقرات الاستبانة مع إجراء بعض التعديلات والصياغات الجديدة على عدد آخر منها.

خامساً: مجتمع البحث وعينته:

تمثل مجتمع بحثنا بطلبة السادس الإعدادي في إعدديات (الطارمية للبنين، الهدى للبنات)- وهما اعداديتان مركزيتان في القضاء- واختيرا بشكل قصدي؛ كي تُختار منهما عينة الدراسة، هذه العينة تمثلت في ٢٠٠ مفردة من طلبة السادس الإعدادي بفرعيه العلمي والأدبي (١٠٠ طالب من إعدادية الطارمية للبنين، و١٠٠ طالبة من إعدادية الهدى للبنات)، وكان اختيارها بطريقة عشوائية منتظمة على وفق مبدأ تساوي فرص الظهور لكل طالب وطالبة في عينة البحث.

سادساً: مجالات البحث:

١. المجال المكاني: قضاء الطارمية التابع لمحافظة بغداد.
٢. المجال البشري: طلبة السادس الإعدادي في إعدائتي الطارمية للبنين والهدى للبنات.
٣. المجال الزمني: ٧-١-٢٠٢٠ لغاية ٣٠-١-٢٠٢٠ وهي المدة الزمنية التي جرى فيها توزيع استمارات الاستبانة واسترجاعها من الطلبة.

سابعاً: تعريف المصطلحات

الدوافع: يشير المعجم الإعلامي الى الدوافع بأنها "الرغبات أو الحوافز والمثيرات نحو موقف أو نشاط معين" (الفار، ٢٠٠٧، ص ١٧٤)، وهذه الدوافع تعد استعدادا فسيولوجيا أو نفسيا يثير في الفرد سلوكاً مستمراً متواصلًا موجهاً نحو تحقيق إشباع حاجة ما(الكناني وآخرون، ١٩٩٢، ص ١١٠)، لأن الإحساس بالحاجة يثير هذا الدافع، مما يؤدي إلى حالة من التوتر وعدم الاستقرار الذي يقود الفرد إلى نشاط لإشباع هذه الحاجة (طالب و لويس، ٢٠٠٠، ص ١١٣)، وتظهر أهميتها في عملية الاتصال إذ تعمل كمحفز وموجه للمتلقى تدفعه نحو وسيلة او مضمون محدد، يشبع حاجته ورغبته.

المبحث الثاني: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

تعدّ هذه النظرية من النظريات التي تهتم بالتأثير المتباين لوسائل الاتصال، بمعنى التأثير الذي يتراوح بين القوي أحيانا والضعيف أحيانا اخرى، ويتباين بحسب الظروف والعوامل الديموغرافية فضلا عن الوسيلة المتوافرة، وظهرت في السبعينيات من القرن الماضي، وقد طرح أفكارها الباحثان (ميلفن دوفلير وساندر بول روكيتش)، وتناولت هذه النظرية وسائل الاتصال بكونها أنظمة اجتماعية ذات طبيعة تفاعلية مع الأنظمة الأخرى الموجودة في المجتمع كالنظام السياسي والاقتصادي، فهي تساعد النظام السياسي في نشر سلطته وفرض هيمنته والترويج لأفكاره ومبادئه في المجتمع، أمّا النظام الاقتصادي فهي

تساعده في الترويج لمشاريعه والإعلان عنها، وفي الوقت ذاته فإنّ هذا النظام الاتصالي لا يستغني عن النظامين السياسي والاقتصادي من حيث الدعم والحماية (Mc Quail, 2000, p124).

ومن جهة أخرى أوضحت النظرية طبيعة العلاقة بين وسائل الاتصال والأفراد، فيرى الباحثان أنّ الجمهور لا يستطيع الاستغناء عن هذه المؤسسة أيضاً، فهي التي تزوده بالمعرفة والمعلومات والأخبار بأشكالها وأنواعها كافة محلياً وخارجياً، وتعمل على توجيه سلوكه وتفاعله وطريقة تعامله مع المواقف الطارئة، عن طريق ما تقدمه له من معارف ومعلومات وخبرات، فضلاً عن ذلك فهي تعمل على ترفيهه وتسليته ليرجّح عن نفسه لاسيما في مجتمع اليوم، فهذه المؤسسة هي التي تسيطر على مصادر المعلومات التي يحتاجها الفرد في حياته اليومية أكثر من غيرها، الأمر الذي يجعل اعتماد الأفراد عليها أمراً ضرورياً لا يمكن الاستغناء عنه، وإن كان بدرجات متفاوتة نظراً لتباين الأفراد واختلافهم في أهدافهم ومصالحهم وحاجاتهم (Mc Quail, 2000, p12)، فأفراد الجمهور يعتمدون على الوسائل ومحتواها بحيث نجد أنّهم في المجتمعات الحالية يزداد اعتمادهم على محتوى الوسائل لتوظيفها في مصالحهم، فهم يشاهدون محتوى الوسيلة أو يستمعون إليها، أو يقرؤونها للحصول على المعلومات السياسية والاقتصادية والثقافية أو الاطلاع على أيّ معلومة عامة أو متخصصة في مجال ما من مجالات الحياة (Baldwin, 2005, p 205).

ويشير الباحثان (روكيتش ودوفلير) إلى أنّ اعتماد الأفراد على وسائل الاتصال يقوم على ركيزتين أساسيتين هما الأهداف والمصادر، فمن أجل أن يحقق الأفراد أهدافهم الشخصية أو الاجتماعية فعليهم أن يعتمدوا على معلومات توفرها لهم وسائل الاتصال أو على أقل تقدير إحدى هذه الوسائل، فهم يسعون إلى المصادر المختلفة التي تحقق أهدافهم، ومنها وسائل الاتصال إذ إنّها تعدّ نظام معلومات يسعى إليه الأفراد والمنظمات من أجل بلوغ الأهداف المبتغاة (مصطفى، ٢٠٠٠، ص ٤٨-٥٠)، وإن اشترك مجموعة من الأفراد في بعض الأهداف المتشابهة واعتمادهم على ذات الوسائل التي تحقق لهم هذه الأهداف، يترتب عليه توحدهم معرفياً ونفسياً تجاه مادة تتضمن معلومات أو تقويمات حول قضية ما، تثير اهتماماتهم بشكل استثنائي، لاسيما لدى جماعات أو فئات معينة تعيش شروطاً حياتية متشابهة أو شديدة التقارب، ومن ثمّ فإنّها تجتمع وتتصافر معنوياً ونفسياً لدى تعرضها لذات المضمون الإعلامي، ويصبح هذا الجمهور المبعثر مندمجاً ومتواصلًا معرفياً ووجدانياً (مهنّا، ٢٠٠٢، ص ١٣٥).

يظهر مما سبق شرحة أنّ هذه النظرية تبحث في العلاقة الترابطية بين وسائل الاتصال والمجتمع والأفراد، وباختصار فهي تشير الى: (Black and Bryant, 1995, p39).

١- إن الأفراد يعتمدون على وسائل الاتصال أو إحداهما عند الحاجة إلى المعلومات، وكلما زادت هذه الحاجة كلما زاد احتمال ان يحدث تغيير في معارفهم وسلوكياتهم.

٢- إن الأفراد ينمّون اعتمادهم وينشّطون من تعرضهم لوسيلة اتصال ما، عندما يدركون إمكانية تحقيق أهدافهم عن طريق المحتوى الذي تقدمه الوسيلة، والعكس من ذلك فهم يقللون نشاط اعتمادهم في حالة إدراكهم أنّ المحتوى لا يتعلق بهم ولا يحقق أهدافهم.

وما يهمنا في بحثنا هذا من هذه الصياغة النظرية السابقة الذكر، هو ما تشير إليه في جانب مهم منها، وهو أنّه في حالات وجود الغموض بخصوص حالة ما، نرى الأفراد يميلون إلى الاعتماد بدرجة أكبر على وسائل الاتصال للحصول على المعلومات والشروحات والتفسيرات، بما يعينهم على أن يجدوا طريقهم ويتبصروا بأمورهم، والتخلص من حالات اللبس والغموض في كثير من أمور الحياة (القليني وآخرون، ٢٠٠٣، ص ١٧٤)، ولذلك فنحن في دراستنا هذه سوف نبحث في جانب اعتماد أفراد الجمهور وهم طلبة السادس الإعدادي على ما تقدمه وسائل الاتصال (مواقع التواصل الاجتماعي وبالتحديد اليوتيوب) من مضامين، لاسيما في الظروف غير الاعتيادية التي تواجههم، إذ إنّهم في مرحلة منتهية وتحدد مسيرتهم الدراسية على ما يحصلون عليه من درجات في الامتحانات النهائية (البكالوريا)، فلذلك قد يتوجهون الى هذا الموقع لأجل كشف الغموض الذي من الممكن أن ينتج إمّا عن نقص في المعلومات التي لديهم في مادة ما، أو وجود معلومات متضاربة وأحيانا متناقضة لفهم موضوع معين أو لتفسيره، (فالغموض يجعل الفرد محتاجا للعديد من الإيضاحات حول الموضوع أو الحدث، فهو قد يقلق من حالة الغموض التي تكتنف الأمور، ولذلك يلجأ إلى وسائل الاتصال للتعرف على ما يريد) (رشتي، ١٩٧٨، ص ٥٥٩)، كما أنّ الاعتماد على ما يبثه موقع اليوتيوب من فيديوهات تعليمية يعمل على اتساع معتقدات الطلبة، إذ يسهم في توسيع المعتقدات التي يدركونها؛ لأنّهم يتعلمون عن أناس وأماكن وأشياء عديدة من هذا الموقع، ويحدث هذا التأثير في الأفراد الذين يعتمدون بشكل كبير عليه في الحصول على المعلومات، وتتوسع معارفهم ونظم معتقداتهم لأنهم يتعلمون عن الآخرين والأشياء مالم يكونوا قد عرفوه سابقا، (اي تتوسع آفاق معارفهم حول المجتمعات والطبيعة) (مكاوي والسيد، ٢٠٠٩، ص ٣٢٧).

المبحث الثالث: موقع اليوتيوب

أولاً: بدايات الموقع

اليوتيوب (YouTube)، هو موقع ويب وعنوانه (www.youtube.com)، ويُعد أحد أشهر المواقع الإلكترونية على شبكة الانترنت، وتقوم فكرة هذا الموقع على إمكانية إرفاق أي ملفات تتكون من مقاطع الفيديو على شبكة الانترنت من دون أي تكاليف مالية، فبتسجيل المستخدم في الموقع يستطيع إرفاق أي عدد من الملفات الى ملايين الاشخاص حول العالم، فضلاً عن ذلك يستطيع المشاهدون (المستخدمون) من إدارة حوار جماعي حول مقطع الفيديو عن طريق إضافة التعليقات المصاحبة، مضافاً لذلك قابلية تقييم الفيديو للتعبير عن مدى أهميته من وجهة نظر المستخدمين (المقادي، ٢٠١٣، ص ١٦٠).

أسس ثلاثة اشخاص الموقع في ١٤ شباط من العام ٢٠٠٥ وهم (تشاد هيرلي Chad Hurley وستيف تشين Steve Chen وجاود كاريم Jawed Karim)، الموظفون في شركة (باي بال) في مدينة (سان برونو) في كاليفورنيا الامريكية (الدلمي، ٢٠١١، ص ١٩)، ويتنوع محتوى الموقع بين مقاطع الأفلام والموسيقى بما فيها الفيديوهات التي ينتجها الهواة، وكان اول فيديو تم رفعه في الموقع بعنوان (أنا في حديقة الحيوان Me at the zoo) بتاريخ ٢٣ نيسان ٢٠٠٥، وبلغت مدته ١٨ ثانية، وبعد ستة اشهر من هذا التاريخ صُمم الموقع وجُربَ افتتاحه في شهر أيار من ذات العام، وفي تشرين الأول من العام ٢٠٠٦ أعلنت شركة Google التوصل لاتفاقية لشراء الموقع مقابل ١.٦٥ مليار دولار أمريكي (المحارب، ٢٠١١، ص ١١٣).

لقد أحدث موقع اليوتيوب طفرة كبيرة في عالم الانترنت، إذ كانت المعضلة الكبيرة التي تواجه مستخدمي الانترنت هي صعوبة نشر الفيديوهات أو عرضها للمشاهدة بشكل مباشر (أونلاين)، إذ كان الناقل الأساس لمدة ما قبل اليوتيوب هو البريد الإلكتروني، الذي كان يعاني أيضاً من مشكلة عدم إمكانية نقل ساعات عالية من الملفات، ولكن مع ظهور اليوتيوب أصبح بالإمكان نشر أفلام الفيديو ومشاركتها لتصبح متاحة لمستخدمي الانترنت في كل مكان، فكان له الفضل بالسماح لمستخدميه برفع التسجيلات المرئية مجاناً ومشاهدتها عبر البث الحي بدل التنزيل (صالح، ٢٠٠٩، ص ٨)، كما بات تحميل الفيديو من دون الحاجة الى إنشاء حساب يعتمد على للمشاهدة، وأعطى الفرصة للمستخدمين للتعبير عن رأيهم بالفيديو عن طريق إبداء إعجابهم به أو عدمه، أو كتابة تعليقاتهم على الفيديو الذي يشاهدونه، فضلاً عن ذلك منحهم خدمة إنشاء قناة على اليوتيوب لا تستلزم سوى إنشاء حساب على اليوتيوب للتمكن من التمتع بها (ابو عياش، ٢٠١٦، مدونة [\(https://mawdoo3.com/\)](https://mawdoo3.com/)).

ويمكن الحصول على خدمة اليوتيوب واعتمادها في موقع (ويب يوتيوب) على مختلف تطبيقات الهواتف الذكية وأجهزة فك التشفير التلفزيونية، وتطبق شروط الخدمة وسياسة الخصوصية على المستخدمين كافة الذين يوافقون على الالتزام بهذه الشروط بمجرد استخدامهم لهذه الخدمة، ولذلك نجد أنّ أول ما يطالعنا هو التعريف بهذه الشروط، علماً أنّ أي مخالفة معينة لشروط يوتيوب قد تؤدي إلى انتهاك القانون (هيئة تنظيم الاتصالات، 2013، ص ٣).

إنّ سهولة وصول المستخدمين لموقع يوتيوب والمساهمة فيه نشرًا وتعليقًا، فضلا عن امتلاكه تقنية أرشفة يمكن العودة إليها في أيّ وقت يشاءون، جعلته في مواجهة مباشرة مع منافذ أكبر مؤسسات الإعلام التي نعرفها، فهو يعد خادما مركزيا يخترن المحتوى الذي يضيفه المستخدمون إليه، مع أنّه ليس مؤسسة إنتاج إعلامي بحد ذاته، بل منفذ يعرض نتاجات المستخدمين الذين يمكن أن نصفهم بالطرف الثالث بعد إدارة الموقع والمُشاهد أي المستخدم (صالح، ٢٠٠٩، ص ٩-١٠).

ثانياً: خصائص اليوتيوب ومميزاته

إنّ من أبرز خصائص موقع اليوتيوب هي: (فروانه، ٢٠١٢، ص ٤٧)

١. يضم مجموعة واسعة من محتوى الفيديو من الأفلام والموسيقى.
 ٢. يمكن للمستخدم غير المسجل في الموقع مشاهدة معظم المحتوى في الموقع.
 ٣. إمكانية إضافة عنوان رئيس يصف الفيديو.
 ٤. قابلية إنشاء قنوات منفصلة لكل مستخدم.
 ٥. يمكن الاشتراك والتسجيل في قناة معينة وبعدها يمكن أن تصل رسالة الكترونية إلى بريد المسجل في هذه القناة تخبره بما يستجد من مقاطع الفيديو التي جرى تحميلها.
 ٦. كما هناك ميزة سهولة الاستعمال وإضافة التعليقات.
 ٧. كذلك إمكانية تحرير الفيديو مباشرة على الانترنت مثل حذف أي جزء من الفيديو الأصلي باستعمال خاصية الاقتطاع، وتدوير مقطع الفيديو الأصلي إلى اليمين أو اليسار، وإضافة مقاطع صوتية لمقطع الفيديو، مع التحكم بدرجة الصوت.
- وهناك بعض الميزات يمتاز بها موقع اليوتيوب عن غيره من المواقع الأخرى، ومنها:
- (المقدادي، ٢٠١٣، ص ٤٤-٤٥).

١. عام ومجاني: فهو متاح بشكل يمكننا من مشاهدة وتنزيل ما نريد من الأفلام وتحميلها بمختلف الأنواع، ولا نحتاج سوى للتسجيل في الموقع، مع الالتزام بشروط التنزيل والتحميل القانونية والأخلاقية.

٢. داعم للتحميل: فمن الممكن تحميل مختلف أحجام الأفلام بصيغ تحميل متعددة، ما يجعلنا نستطيع تحميل أفلام عديدة المباشرة والمسجلة.
٣. سهولة الاستعمال: فهو متاح بشكل يسهل علينا عملية المشاهدة والتحميل للأفلام، على عكس بعض المواقع التي لا تتيح ذلك.
٤. سهولة البحث: فقد وقّر محرك بحث خاص به، وبمجرد كتابة عنوان الفلم أو الحدث يظهر وتستطيع مشاهدته.
٥. غمكانية الرقابة: فهو يسمح بتحديد مَنْ له حق مشاهدة الفلم سواء أكانت مجموعة خاصة من المشتركين أم العامة.
٦. أداة للترويج: فمجرد الاشتراك يمكنك من تنزيل الأفلام بشكل مجاني ومتاح ومن الممكن أن تصبح عامل ترويج للأفكار أو السلع أو الخدمات.
٧. البث المباشر: إذ ليس المطلوب منك تنزيل الفلم ثم مشاهدته، فمجرد الضغط على وصلة الفلم سيعرض وتشاهده.

ثالثاً: اليوتيوب والتعليم

- يعد "يوتيوب التعليم" من الأقسام المهمة في موقع اليوتيوب، وفيه مجموعة مختارة من آلاف الفيديوهات التعليمية، إذ يمكن أن يجمع المعلمين والمتعلمين في فصل دراسي عبر الفيديو، كما يتيح لهم الدخول لمجموعة كبيرة من مقاطع الفيديو التعليمية، من محاضرات أكاديمية ومحادثات تفاعلية، يقدمها خيرة المعلمين والمدرسين، فضلاً عن الدورات التعليمية التي تقدمها الجامعات العالمية الرائدة في مختلف التخصصات، ويمكن إجمال ميزاته التعليمية بالآتي: (جريدة البيان ١٨ تشرين الثاني ٢٠١٢)
١. يُعد من بين المواقع الإلكترونية الأفضل في البحث عن المعلومات في مقاطع الفيديو التعليمية والتدريبية.
 ٢. نظراً لانتشار الموقع نراه يساعد في عملية البحث والاطلاع على أحدث الأفكار والاختراعات والاكتشافات.
 ٣. يمكن ان يستفيد منه مستخدمون عديدون حول العالم لما يتميز به الموقع من تعدد اللغات.
 ٤. يتميز بتفاعل المتصفحين السريع مع مقاطع الفيديو والتجارب المعروضة.
 ٥. يمكن أن يقدم أفلام للدروس النموذجية للمعلمين المتميزين في مختلف المواد.
 ٦. فضلاً عما ذكر يمكن أن يجد فيه المتصفح عرضاً توضيحياً عملياً، وبذلك تتضح وترسخ التجارب.

ويعدُّ اليوتيوب أداة تعليمية قوية ومحفزة للطلبة وهذا يعتمد على كيفية الاستعمال لتحقيق الأهداف التعليمية، كما يمكن أن نعدّه وسيلة عن طريقها يتمكن الطلبة من اكتشاف المعرفة بأنفسهم بشكل فعّال ونافع، سواء في الأبحاث أو العروض التعليمية، كونه يتيح كميات كبيرة من المحتوى الرقمي في مختلف المجالات، فالیوتيوب عالم بذاته وبمجرد الاتصال بالإنترنت نتمكن من الحصول على تعليم جيد موضح في عروض الفيديو الموجودة فيه، وغالبا ما يكون اعتماد اليوتيوب كأداة مساعدة وليس بديلة عن المعلم أو المدرس، ويمكن عن طريق اليوتيوب تعليم مختلف العلوم، وعرض التجارب العلمية التي يتعذر تطبيقها في المختبر، لاسيما ما يحتاج منها مدة زمنية لتنفيذها، أو صعوبة تنفيذها حفاظا على سلامة الطلبة، أو لعدم وجود مختبر في المدرسة لإجراء التجارب (العطيات، ٢٠١٨، ص ٩-١٠)، كما وقدمت شركة يوتيوب المساعدة في الجانب التعليمي عن طريق: (فروانه، ٢٠١٢، ص ٥٥)

١. تخصيص موقع خاص لدعم التعليم، يمكن أن يجمع المعلم والطالب في وقت واحد في فصل دراسي افتراضي، يتيح للطلاب الدخول الى مجموعة واسعة من مقاطع الفيديو التعليمية، ابتداءً من المحاضرات الأكاديمية وصولاً الى العروض والرسوم التوضيحية البسيطة التي يمكن استعمالها في التعليم.
٢. كما أتاحت الفرصة أمام المؤسسات التعليمية للتسجيل بها مجاناً، وصنفتها الى ثلاثة مستويات (الابتدائي، الثانوي، الجامعي)، ما يجعل للمؤسسة ميزة الاستفادة من مقاطع الفيديو عالية الجودة حسب مستوياتها.
٣. كذلك وفرت الشركة للمعلمين إمكانية الاستفادة من مئات قوائم التشغيل لمقاطع الفيديو التي تتوافق مع المعايير التعليمية الشائعة، المرتبة بحسب المادة والصف الدراسي، هذه القوائم انشأها معلمون من أجل زملائهم، ما يسهل عملية البحث ويزيد من وقت تدريس المادة.

المبحث الرابع: نتائج الدراسة الميدانية

أولاً: العينة الاستطلاعية:

قبل البدء ببيان نتائج البحث، توجّب علينا التعرف على العينة التي كانت مجالاً بشريا لبحثنا، فقد عمدنا الى إجراء الدراسة الاستطلاعية لعدد من طلبة السادس الإعدادي بفرعيه، الفرع العلمي (الأحيائي والتطبيقي) والفرع الأدبي، وبواقع (٢٠) طالباً (ذكوراً وإناثاً) من كل فرع، للتعرف على مدى اعتمادهم على فيديوهات اليوتيوب للحصول على معلومات تفهم وتزيد من معلوماتهم الموجودة في المنهج الدراسي الذي يدرّس في الإعدادية، وقد ظهر لنا أنّ أكثر الذين يعتمدون على الانترنت للحصول على المعلومات هم من طلبة السادس

العلمي بفرعيه (الأحيائي والتطبيقي)، وأنَّ الغالبية العظمى من طلبة السادس الأدبي لا يعتمدون على الانترنت إلا نادراً جداً وفي مادة الرياضيات حصراً، ولذلك استبعدنا طلبة السادس الأدبي من الاستبانة، واقتصر البحث على طلبة السادس العلمي بفرعيه (الأحيائي والتطبيقي)، وكما يتوضح من الجداول (١) و (٢) و (٣) الآتية:

جدول (١) يبين العينة الاستطلاعية للسادس الأدبي

العينة	لا اعتمد		اعتمد		المادة	ت
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
٢٠	%٢٠	٤	%٨٠	١٦	الرياضيات	١
٢٠	%٨٥	١٧	%١٥	٣	الاقتصاد	٢
٢٠	%٩٠	١٨	%١٠	٢	الجغرافية	٣
٢٠	%٩٥	١٩	%٥	١	التاريخ	٤
٢٠	%٧٥	١٥	%٢٥	٥	اللغة الانكليزية	٥
٢٠	%٩٠	١٨	%١٠	٢	اللغة العربية	٦
٢٠	%٩٥	١٩	%٥	١	الإسلامية	٧

جدول (٢) يبين العينة الاستطلاعية للسادس الإحيائي

العينة	لا اعتمد		اعتمد		المادة	ت
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
٢٠	%١٥	٣	%٨٥	١٧	الرياضيات	١
٢٠	%٤٠	٨	%٦٠	١٢	الفيزياء	٢
٢٠	%٤٥	٩	%٥٥	١١	الكيمياء	٣
٢٠	%٥٥	١١	%٤٥	٩	الأحياء	٤
٢٠	%٨٥	١٧	%١٥	٣	اللغة الانكليزية	٥
٢٠	%٩٠	١٨	%١٠	٢	اللغة العربية	٦
٢٠	%٩٠	١٨	%١٠	٢	الإسلامية	٧

جدول (٣) يبين العينة الاستطلاعية للسادس التطبيقي

ت	المادة	اعتمد		لا اعتمد	
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
١	الرياضيات	%٨٠	١٦	%٢٠	٤
٢	الفيزياء	%٧٠	١٤	%٣٠	٦
٣	الكيمياء	%٦٠	١٢	%٤٠	٨
٤	الاقتصاد	%١٥	٣	%٨٥	١٧
٥	اللغة الانكليزية	%٣٠	٦	%٧٠	١٤
٦	اللغة العربية	%٥	١	%٩٥	١٩
٧	الإسلامية	%٥	١	%٩٥	١٩

وبعد النتيجة التي اشرفنا اليها آنفا جاء اختيارنا للعينة العشوائية المنتظمة من طلبة السادس العلمي بفرعيه (الأحيائي والتطبيقي) التي أشرفنا لها في موضع عينة البحث في المبحث الأول، التي تمثلت بـ (١٠٠) طالب و (١٠٠) طالبة، من دون الفصل بين الفرعين في الاستبانة وكذلك في النتائج، إذ أنّ الفرق بين الفرعين هو وجود مادة (الأحياء) في الفرع الأحيائي فقط، وفي المقابل وجود مادة واحدة في الفرع التطبيقي وهي (الاقتصاد)، وأنّ هدفنا هو التعرف على دوافع اعتمادهم بشكل عام، مع وضع الفروقات بين الذكور والاناث في هذا الموضوع.

ثانياً: مدى اعتماد عينة البحث على فيديوهات اليوتيوب:

كان من ضمن أسئلة الاستبانة سؤالاً عن (مدى اعتمادهم على فيديوهات اليوتيوب في تعزيز المادة العلمية الدراسية)، وبعد فرز البيانات العائدة تبين أنّ هناك طلبة عديدين يعتمدون على تلك الفيديوهات، وبعضهم الآخر لا يعتمدون عليها أبداً، وبحسب ما يظهر في الجدول (٤) الآتي، وعليه ستكون هذه النتيجة محددة لعينة البحث التي ستقوم عليها الجداول اللاحقة.

يوضح لنا الجدول (٤) أنّ أكثر اعتماد الطلبة على المادة العلمية المرفوعة على شكل فيديوهات في اليوتيوب هو في مادة الرياضيات، فقد بلغت نسبتهم %٨٩ من أفراد العينة المائتين، ثم تلا ذلك مادة الفيزياء التي كانت نسبة اعتماد الطلبة فيها %٨٤، بعدها مادة الكيمياء ونسبة بلغت %٨١، أمّا باقي المواد ودرجة اعتماد الطلبة على فيديوهات اليوتيوب فتظهر لنا في الجدول المذكور، الذي يوضح لنا ضعف الاعتماد في مواد الاقتصاد واللغة العربية واللغة الإنكليزية. وليس غريباً ان تظهر هذه النتيجة، فالمعروف ان أكثر الطلبة يواجهون الصعوبات في بعض المواد وفي مقدمتها الرياضيات والفيزياء والكيمياء، فضلاً عن

ذلك فإن الاعتماد قد يعود الى حرص الطلبة للحصول على درجات مرتفعة في هذه المواد، فهي التي تحدد مستقبل الطلبة في الكلية او المعهد التي يرغب الوصول اليها.

جدول (٤) يبين مدى اعتماد افراد عينة البحث على اليوتيوب

المرتبة	العينة الكلية	النسبة	غير المعتمدين على اليوتيوب	النسبة	المعتمدين على اليوتيوب فقط	المادة	ت
الاولى	٢٠٠	%١١	٢٢	%٨٩	١٧٨	الرياضيات	١
الثانية	٢٠٠	%١٦	٣٢	%٨٤	١٦٨	الفيزياء	٢
الثالثة	٢٠٠	%١٩	٣٨	%٨١	١٦٢	الكيمياء	٣
الرابعة	٢٠٠	%٤٤,٥	٨٩	%٥٥,٥	١١١	الأحياء	٤
السادسة	٢٠٠	%٧١,٥	١٤٣	%٢٨,٥	٥٧	الاقتصاد	٥
الخامسة	٢٠٠	%٤٩,٥	٩٩	%٥٠,٥	١٠١	الانكليزي	٦
السابعة	٢٠٠	%٧٤,٥	١٤٩	%٢٥,٥	٥١	العربي	٧
الثامنة	٢٠٠	%٩٥	١٩٠	%٥	١٠	الإسلامية	٨

ثالثاً: الاعتماد على الفيديوهات بحسب النوع:

يوضح لنا الجدول (٥) الآتي اعتماد عينة البحث الذكور والإناث على فيديوهات

اليوتيوب:

جدول (٥) يبين توزيع العينة ذكورا واناثا

النسبة المئوية	المجموع	اناث		ذكور		المادة	ت
		%	ن	%	ن		
%١٠٠	١٧٨	%٥٦,٢	١٠٠	%٤٣,٨	٧٨	الرياضيات	١
%١٠٠	١٦٨	%٥٢,٤	٨٨	%٤٧,٦	٨٠	الفيزياء	٢
%١٠٠	١٦٢	%٥٤,٣	٨٨	%٤٥,٧	٧٤	الكيمياء	٣
%١٠٠	١١١	%٤٣,٢	٤٨	%٥٦,٨	٦٣	الاحياء	٤
%١٠٠	٥٧	%٤٢,١	٢٤	%٥٧,٩	٣٣	الاقتصاد	٥
%١٠٠	١٠١	%٤٣,٦	٤٤	%٥٦,٤	٥٧	الانكليزي	٦
%١٠٠	٥١	%٦٦,٧	٣٤	%٣٣,٣	١٧	العربي	٧
%١٠٠	١٠	%٦٠,٠	٦	%٤٠,٠	٤	الإسلامية	٨

من الجدول المذكور أعلاه يتبين أنّ الطالبات أكثر اعتماداً على فيديوهات اليوتيوب التعليمية في مواد (الرياضيات، الفيزياء، الكيمياء، العربي، الإسلامية) وبحسب التكرارات والنسب المئوية الظاهرة في الجدول المذكور، وبفارق واضح في مواد (الرياضيات والفيزياء والكيمياء)، في حين كان اعتماد الطلاب الذكور في مواد (الاحياء، الاقتصاد، الانكليزي) بشكل أكثر من الطالبات. وهذه النتيجة توضح حرص الطالبات على المادة العلمية في بعض المواد أكثر من الطلاب من أجل الحصول على التفوق في الامتحانات النهائية.

رابعاً: المدة الزمنية الاسبوعية للاعتماد:

كان لابد لنا من التعرف على المدة الزمنية الاسبوعية وليست اليومية التي يقضيها الطلبة في متابعة الدروس التعليمية على اليوتيوب، إذ تبين من خلال الاستبيان الاستكشافي أنّ معظم الطلبة يعتمدون بشكل أسبوعي على اليوتيوب، وقد ظهرت النتائج كما موضح في الجدول (٦).

ومن الجدول (٦) نصل الى تفصيلات حول المدة الزمنية الاسبوعية وليست اليومية التي يقضيها الطلبة (الذكور، والإناث) في متابعة المواد على اليوتيوب، وتبين أنّ المدة الزمنية (من ساعة - اقل من ٣ ساعات) كانت الأكثر من بين الخيارات الأخرى، وكانت أعلى الإجابات للطلاب والطالبات ضمن هذه الفئة، وتوزعت كما يأتي:

١. مادة الرياضيات: كان عدد العينة المعتمدة على فيديوهات اليوتيوب (١٧٨) طالبا وطالبة، وقد تبين أنّ الطالبات أكثر استعمالاً لفيدويوهات اليوتيوب في الحصول على المعلومات في كل المدد الزمنية الثلاثة المذكورة في الاستبانة.

٢. مادة الفيزياء: كان عدد العينة المعتمدة على فيديوهات اليوتيوب (١٦٨) طالبا وطالبة، وقد تبين أنّ أعلى مدة زمنية اسبوعية لاعتماد الطلاب هي (من ساعة - اقل من ٣ ساعات) إذ بلغ عددهم ٥١ طالبا، كما كان نصيب الطالبات من هذه المدة الزمنية هو ٤٥ طالبة، كما تبين أنّ ١٩ من الطلبة (٧ من ذكور و ١٢ من اناث) ممن يعتمدون على الأفلام التعليمية لمدة (٦ ساعات فأكثر) وهي الأعلى عن باقي المواد.

٣. مادة الكيمياء: كان عدد العينة المعتمدة على فيديوهات اليوتيوب (١٦٢) طالبا وطالبة، وكانت إجابات الطالبات (من ساعة - اقل من ٣ ساعات) يبلغ ٥٦ طالبة، أمّا الطلاب فقد كانت ٤٥ طالبا.

وظهرت نتائج الاستبانة بالنسبة للمواد الأخرى كما في الجدول المذكور أعلاه، ومما ذكرنا يظهر حرص الطالبات ولو قليلا من الطلاب على الاستفادة من اليوتيوب وقضاء وقت أكثر منهم بمتابعة الفيديوهات التعليمية.

جدول (٦) يبين المدة الزمنية الاسبوعية للاعتماد

المجموع	٦ ساعات فأكثر				٣ ساعات - أقل من ٥ ساعات				١ ساعة - أقل من ٣ ساعات				المادة	العينة	ت	
	ذكور	اناث		ذكور		اناث		ذكور		اناث		ذكور				
		%	ن	%	ن	%	ن	%	ن	%	ن	%				ن
١٠٠	٧٨	٤,٥	٨	١,٧	٣	١٩,١	٣٤	١٦,٣	٢٩	٣٢,٦	٥٨	٢٥,٨	٤٦	الرياضيات	١٧٨	١
٨٨	٨٠	٧,١	١٢	٤,٢	٧	١٨,٤	٣١	١٣,١	٢٢	٢٦,٨	٤٥	٣٠,٤	٥١	الفيزياء	١٦٨	٢
٨٨	٧٤	٣,٧	٦	٤,٩	٨	١٦	٢٦	١٢,٩	٢١	٣٤,٦	٥٦	٢٧,٨	٤٥	الكيمياء	١٦٢	٣
٤٨	٦٣	٣,٦	٤	٠,٩	١	١٠,٨	١٢	١٧,١	١٩	٢٨,٨	٣٢	٣٨,٧	٤٣	الأحياء	١١١	٤
٢٤	٣٣	-	-	-	-	-	-	٣,٥	٢	٤٢,١	٢٤	٥٤,٤	٣١	الاقتصاد	٥٧	٥
٤٤	٥٧	-	-	٢,٩	٣	١٠,٩	١١	١٤,٩	١٥	٣٢,٧	٣٣	٣٨,٦	٣٩	الانكليزي	١٠١	٦
٣٤	١٧	-	-	-	-	١,٩	١	٩,٨	٥	٦٤,٧	٣٣	٢٣,٥	١٢	العربي	٥١	٧
٦	٤	-	-	-	-	-	-	-	-	٦٠,٠	٦	٤٠,٠	٤	الإسلامية	١٠	٨

خامساً: نوع المادة التعليمية المطلوبة:

كان لدينا من ضمن اسئلة الاستبانة سؤالاً حول نوع المادة التعليمية المطلوبة من فيديوهات اليوتيوب، علماً أنّ إجابات الطلبة تحتمل أكثر من اختيار في الإجابة لكل طالب أو طالبة، وهذه الخيارات تمثلت بـ (حلول مسائل، تجارب ومختبر، شرح المواد)، أي أكثر من نوع مطلوب من هذه المادة، وبحسب كل مادة، وهذا الأمر يجعل النسبة المئوية ليست محددة بـ ١٠٠% لكل مادة، بل لكل خيار نسبته المئوية الخاصة به، وقد جاءت إجابات الطلبة كما في الجدول (٧).

ويوضح الجدول (٧) إجابات الطلبة، فقد توزعت الإجابات بحسب المواد لكون كل مادة لها خصوصيتها وما مطلوب فيها، وكما يأتي:

مادة الرياضيات: ظهر لنا أنّ أكثر الطلبة سواء أكانوا إناثاً أم ذكوراً ينتفعون من الفيديوهات التعليمية (للتعرف على حلول المسائل)، فقد أجابت ٧١ طالبة أي ما نسبته ٣٩,٩% بأنّهن يعتمدن عليها من أجل معرفة حلول المسائل، وهذه النتيجة ظهرت بشكل مقارب بالنسبة لإجابات الذكور البالغة ٦٩ تكرر بما يمثل نسبة ٣٨,٧%، تلا ذلك الاستفادة من شرح المواد، وكما يوضح الجدول الخاص بهذا الموضوع.

مادة الفيزياء: يبين لنا الجدول أعلاه ان موضوع حلول المسائل قد برز في المرتبة الأولى بواقع ٦٣ تكراراً للإناث مقابل ٥٢ تكراراً للذكور، أي بنسبة (٣٧,٥% و ٣٠,٩%) على التوالي، تلا هذا موضوع شرح المواد الذي ظهرت نتيجته بواقع ٦٢ للإناث مقابل ٤٧ للذكور، ما نسبته (٣٦,٩% و ٢٧,٩%) على التوالي.

مادة الكيمياء: لا تختلف عن سابقاتها من حيث إنّ الاعتماد الأكبر للطلبة للتعرف على حلول المسائل، فقد كانت تكرارات هذه الإجابة بالنسبة للإناث هي الأعلى وبلغت ٤٩ تكراراً أي ما نسبته ٣٠,٢%، على حين جاءت إجابات الذكور بتكرارات بلغت ٣٧ ونسبة ٢٢,٨%. وتوزعت باقي الإجابات كما يظهرها الجدول المذكور.

جدول (٧) يبين نوع المادة التعليمية المطلوبة في الانترنت (للمبحوث أكثر من إجابة)

ت	المادة والعينة المعتمدة		حلول مسائل				تجارب ومختبر				شرح المواد				
			اناث		ذكور		اناث		ذكور		اناث	ذكور			
	اناث	ذكور	%	ن	%	ن	%	ن	%	ن	%	ن			
١	الرياضيات (١٧٨)	٨٦	٩٢	٣٨,٧	٦٩	٣٩,٩	٧١	-	-	-	-	٢٤,١	٤٣	٢٠,٢	٣٦
٢	الفيزياء (١٦٨)	٨٧	٨١	٣٠,٩	٥٢	٣٧,٥	٦٣	-	-	-	-	٢٧,٩	٤٧	٣٦,٩	٦٢
٣	الكيمياء (١٦٢)	٨٣	٧٩	٢٢,٨	٣٧	٣٠,٢	٤٩	١١,١	١٨	١٢,٩	٢١	٢٠,٤	٣٣	٢٤,١	٣٩
٤	الاحياء (١١١)	٥٤	٥٧	-	-	-	-	-	-	-	-	٤٨,٦	٥٤	٥١,٤	٥٧
٥	الاقتصاد (٥٧)	٢٤	٣٣	-	-	-	-	-	-	-	-	٤٢,١	٢٤	٥٧,٩	٣٣
٦	الانكليزي (١٠١)	٥٢	٤٩	-	-	-	-	-	-	-	-	٥١,٥	٥٢	٤٨,٥	٤٩
٧	العربي (٥١)	٢٣	٢٨	-	-	-	-	-	-	-	-	٤٥,١	٢٣	٥٤,٩	٢٨
٨	الإسلامية (١٠)	٦	٤	-	-	-	-	-	-	-	-	٦٠,٠	٦	٤٠,٠	٤

سادساً: أسباب اعتماد الطلبة على فيديوهات اليوتيوب

وكان اهم الأسئلة في الاستبانة يتمحور حول موضوع (الأسباب التي تدفع بالطلبة الى الاعتماد على فيديوهات اليوتيوب)، وقد جاءت الإجابات بحسب كل مادة علمية، وكما يتضح من الجدول (٨) الآتي:

جدول (٨) يبين أسباب الاعتماد على الأفلام التعليمية في الانترنت

ت	الفقرات	المادة: رياضيات العينة: ١٧٨		المادة: فيزياء العينة: ١٦٨		المادة: كيمياء العينة: ١٦٢		المادة: احياء العينة: ١١١	
		نعم	كلا	نعم	كلا	نعم	كلا	نعم	كلا
١	محاولة لزيادة الفهم بعد شرح المدرس في المدرسة	١٥٢	٢٦	١٣٨	٣٠	١٢٥	٣٧	٩٨	١٣
٢	للحصول على معلومات إضافية	١٢١	٥٧	١٠٧	٦١	٩٥	٦٧	٨٩	٢٢
٣	لعدم فهمي للمادة نظرا لصعوبة المنهج الدراسي	٦١	١١٧	٨٥	٨٣	٧٣	٨٩	٤١	٧٠
٤	أجد في الانترنت مدرسين كفؤين	٩٧	٨١	٩١	٧٧	٨٣	٧٩	٥٤	٥٧
٥	لضيق المدة الزمنية للدروس في المدرسة	١٠٣	٧٥	٩٨	٧٠	٩١	٧١	٦٥	٤٦
٦	لعدم اعطائنا دروس اضافية في المدرسة	٥٨	١٢٠	٤١	١٢٧	٦٨	٩٤	٥١	٦٠
٧	تعوضني عن الدروس الخصوصية	١٠٩	٦٩	١١٦	٥٢	١٠٢	٦٠	٧٦	٣٥
٨	لعدم وجود صور أو خرائط توضيحية للمادة في المدرسة	--	١٧٨	--	١٦٨	--	١٦٢	٣٩	٧٢
٩	لعدم وجود مختبرات في المدرسة ولذلك نعتمده	--	١٧٨	٦٢	١٠٦	٥١	١١١	٢٦	٨٥

ت	الفقرات	المادة: اقتصاد		المادة: انكليزي		المادة: عربي		المادة: اسلامية	
		العينة: ٥٧	العينة: ٥٧	العينة: ١٠١	العينة: ١٠١	العينة: ٥١	العينة: ٥١	العينة: ١٠	العينة: ١٠
		نعم	كلا	نعم	كلا	نعم	كلا	نعم	كلا
١	محاولة لزيادة الفهم بعد شرح المدرّس في المدرسة	٤١	١٦	٧٦	٢٥	٣٨	١٣	٧	٣
٢	للحصول على معلومات اضافية	٢٣	٣٤	٤٧	٥٤	١٢	٣٩	٥	٥
٣	لعدم فهمي للمادة نظرا لصعوبة المنهج الدراسي	١٧	٤٠	٦٩	٣٢	١٥	٣٦	--	١٠
٤	أجد في الانترنت مدرسين أكفاء	١٩	٣٨	٥٦	٤٥	١٧	٣٤	٢	٨
٥	لضيق المدة الزمنية للدروس في المدرسة	٣٦	٢١	٢٥	٧٦	٣١	٢٠	٣	٧
٦	لعدم اعطائنا دروس اضافية في المدرسة	٢٥	٣٢	٥١	٥٠	١١	٤٠	--	١٠
٧	تعوضني عن الدروس الخصوصية	١٢	٤٥	٧٣	٢٨	١٩	٣٢	--	١٠
٨	لعدم وجود صور أو خرائط توضيحية للمادة في المدرسة	--	٥٧	--	١٠١	--	٥١	--	١٠
٩	لعدم وجود مختبرات في المدرسة ولذلك نعتمده	--	٥٧	--	١٠١	--	٥١	--	١٠

كانت إجابات الطلبة حول موضوع اسباب الاعتماد على فيديوهات اليوتيوب بحسب المواد، وسنقتصر على الإجابتين الأعلى، وكما يأتي:

مادة الرياضيات: كانت أعلى إجابة هي (محاولة لزيادة الفهم بعد شرح المدرس للمادة)، فقد جاءت بمقدار ١٥٢ تكرارا من العينة المعتمدة البالغة ١٧٨ مبحوثا، تلاها موضوع (الحصول على معلومات اضافية)، حيث كان تكراره ١٢١ تكرارا.

مادة الفيزياء: كان عدد العينة المعتمدة على فيديوهات اليوتيوب قد بلغت ١٦٨ طالبا وطالبة، وقد حلّ أولا موضوع (محاولة لزيادة الفهم بعد شرح المدرس للمادة) وبواقع ١٣٨ تكرارا، من ثم جاء السبب الآخر وهو (تعوضني عن الدروس الخصوصية) الذي حصل على ١١٦ تكرارا.

مادة الكيمياء: كانت عينتنا المعتمدة على الفيديوهات تبلغ ١٦٢ مبحوثا، ومما ظهر لنا كسبب أعلى لاعتماد تلك الفيديوهات هو (محاولة لزيادة الفهم بعد شرح المدرس للمادة) وكان بواقع ١٢٥ تكرارا، تلاه ثانيا (تعوضني عن الدروس الخصوصية) وكان بواقع ١٠٢ تكرارا.

مادة الأحياء: عينة المعتمدين على اليوتيوب قد بلغت ١١١ طالبا وطالبة، وكان السبب الأول لاعتمادهم على الفيديوهات هو (محاولة لزيادة الفهم بعد شرح المدرس للمادة)، وحصل على ٩٨ تكرارا، على حين حصل السبب (الحصول على معلومات إضافية) على المرتبة الثانية بواقع ٨٩ تكرارا.

وجاءت باقي الأسباب حسب كل مادة كما في الجدول أعلاه.

نلاحظ من النتائج أعلاه أنّ أغلب الطلبة يعتمدون على الفيديوهات التعليمية في اليوتيوب لمحاولة منهم لزيادة فهمهم للمواد الدراسية، إذ المعروف أنّ الطلبة يرغبون في الحصول على معدلات عالية تؤهلهم للدخول في الكليات التي يرغبونها، وقد يكون الوقت المتاح لهم في المدرسة غير كافي لفهم المواد لضخامة عددهم ما يؤثر على عملية الشرح والتفسير؛ ما يجعلهم يبحثون عن المكمل للنقص الحاصل في استيعاب وفهم المادة الدراسية وهنا يكون اليوتيوب.

الاستنتاجات

مما سبق ذكره نستنتج الآتي:

١. إنّ طلبة السادس الأدبي ليسوا بذلك المستوى من الاعتماد على أفلام اليوتيوب التعليمية، على العكس من طلبة السادس العلمي بفرعيه الأحيائي والتطبيقي.
٢. هناك حرص من الطالبات أكثر من الطلاب في موضوع متابعة المواد الدراسية على اليوتيوب، ولو بشكل متفاوت، ففي أغلب المواد يكون للطالبات السبق في هذا الجانب.

٣. إنَّ أفلام اليوتيوب التعليمية أصبحت ذات فائدة واضحة للطلبة بشكل عام من حيث اعتمادهم عليها ولو اختلفت دوافع الاعتماد بحسب المواد الدراسية وبحسب متغير النوع (الذكور والإناث).

قائمة المصادر

أولاً: العربية والمترجمة

الدليمي، عبد الرزاق محمد، (٢٠١١)، الإعلام الجديد والصحافة الالكترونية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان.

رشتي، جيهان، (١٩٧٨)، الأسس العلمية لنظريات الإعلام ط٢، القاهرة.

طالب، نزار ولويس، كامل، (٢٠٠٠)، علم النفس الرياضي، كلية التربية الرياضية، جامعة بغداد.

الفار، محمد جمال، (٢٠٠٧)، المعجم الإعلامي، دار أسامة للنشر، عمان.

القليني، فاطمة وآخرون، (٢٠٠٣)، علم اجتماع الإعلام - برنامج التعليم المفتوح، القاهرة، جامعه سانت كليمينتس للعلاقات الدولية.

الكناني، إبراهيم عبد الحسن وآخرون، (١٩٩٢)، علم النفس العام، ط٦، مطبعة وزارة التربية، بغداد.

المحارب، سعد بن محارب، (٢٠١١) الإعلام الجديد في السعودية، الجداول للنشر والتوزيع، لبنان.

مصطفى، هويدا، (٢٠٠٠)، دور الإعلام في الأزمات الدولية، القاهرة، مركز المحروسة للبحوث والنشر.

المقادي، خالد غسان يوسف، (٢٠١٣)، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان.

مكاوي، حسن عماد والسيد، ليلي حسين، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط ٨، (٢٠٠٩)، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.

مهنا، فريال، (٢٠٠٢)، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، دمشق، دار الفكر.

ثانياً: المصادر الأجنبية:

Baldwin, John, Perry, Stephen, (2005), Mary Anne moffitt, communication theories for everyday life, Illinois state university, Pearson.

Black, Jay and Bryant, Jennings, (1995), introduction to communication understand the past, Brown communication Inc.

Mc Quail, Dennis, (2000), Mass Communication Theory- An Introduction, 4th Edition, Sage Publication Inc, London.

ثالثاً: المواقع الالكترونية:

الزيارة ١٠ - ١٠ - http://youtubeandedu.blogspot.com/2012/12/blog-post_6.htm

٢٠١٩

you tube إمكانيات هائلة لجعل التعليم أكثر تشويقاً، موقع جريدة البيان ١٨ تشرين الثاني ٢٠١٢،

الموقع: <https://www.albayan.ae> تاريخ الزيارة ٧ - ١١ - ٢٠١٩

عبير ابو عياش، تعريف اليوتيوب، ٢٦ كانون الثاني ٢٠١٦، مدونة <https://mawdoo3.com/> تاريخ

الزيارة ٥ - ١٠ - ٢٠١٩

رابعاً: الرسائل والبحوث:

صالح، عماد عيسى، (٢٠٠٩)، الاستخدامات المهنية لمواقع مشاركة الفيديو على شبكة الانترنت- يوتيوب نموذجاً- المؤتمر العشرون للاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات، المغرب، الدار البيضاء، ٩-١١ كانون الاول.

العطيات، احلام فليح حسن، (٢٠١٨)، أثر استخدام اليوتيوب في تعليم مهارة النطق الصحيح للغة الانكليزية لدى اطفال الروضة في المدارس الخاصة بمحافظة العاصمة عمان، رسالة ماجستير، كلية العلوم التربوية، جامعة الشرق الاوسط، عمان.

فروانه، أكرم عبد القادر عبد الله، (٢٠١٢)، فعالية استخدام مواقع الفيديو الالكترونية في اكتساب مهارات تصميم الصور الرقمية لدى طالبات الجامعة الاسلامية بغزة، الجامعة الاسلامية في غزة، كلية التربية.

خامساً: المنشورات

هيئة تنظيم الاتصالات، الامارات العربية المتحدة، شروط خدمة يوتيوب الصادرة بتاريخ 28 مارس 2012 ، وسياسة خصوصية جوجل الصادرة بتاريخ 24 يونيو 2013 ، وتوجيهات موقع يوتيوب.

List of sources

Abeer Abu Ayyash, Definition of YouTube, January 26, 2016, <https://mawdoo3.com/>

Al-Atiyat, Ahlam Falih Hasan, (2018), the effect of using YouTube in teaching the correct pronunciation of the English language among kindergarten children in private schools in Amman, Amman Governorate, Master Thesis, College of Educational Sciences, Middle East University, Amman.

Al-Dulaimi, Abdul-Razzaq Muhammad, (2011), New Media and Electronic Journalism, Wael Publishing and Distribution, Amman.

Al-Far, Muhammad Jamal, (2007), Media Dictionary, Osama Publishing House, Amman.

Al-Kanani, Ibrahim Abdul-Hassan and others, (1992) General Psychology, 6th edition, Ministry of Education Press, Baghdad.

Al-mharib, Saad bin mharib. (2011) New Media in Saudi Arabia, aljadawel for Publishing and Distribution, Lebanon.

Al-Miqdadi, Khaled Ghassan Youssef, (2013) Social Networking Revolution, Dar Al-Nafees for Publishing and Distribution, Amman.

Al-Qulaini, Fatima and others, (2003), Sociology of Media - Open Education Program, Cairo, St. Clements University of International Relations.

Baldwin, John, Perry, Stephen, (2005), Mary Anne moffitt, communication theories for everyday life, Illinois state university, Pearson.

Black, Jay and Bryant, Jennings, (1995), introduction to communication understand the past, Brown communication Inc.

Farawanah, Akram Abdel-Qader Abdullah, (2012), the effectiveness of using electronic video sites to acquire digital image design skills for students of the Islamic University of Gaza, the Islamic University of Gaza, College of Education. http://youtubeandedu.blogspot.com/2012/12/blog-post_6.htm

Makkawi, Hassan Imad and El-Sayed, Layla Hussein, (2009), Communication and Contemporary Theories, 8th Edition, Cairo, Egyptian Lebanese House.

Mc Quail, Dennis, (2000), Mass Communication Theory- An Introduction, 4th Edition, Sage Publication Inc, London.

-
- Mhanna, Ferial, (2002), Communication Sciences and Digital Societies, Damascus, Dar Al-Fikr.
- Mostafa, Howaida, (2000), The Role of Media in International Crises, Cairo, Al-Mahrousa Center for Research and Publishing.
- Rashti, Jehan, (1978) The Scientific Bases of Media Theories, 2nd edition, Cairo.
- Saleh, Imad Issa, (2009), Professional Uses of Video Sharing Sites on the Internet - YouTube as a Model - The 20th Conference of the Arab Federation for Libraries and Information, Morocco, Casablanca, December 9-11, 2009.
- Talib, Nizar and Lewis, Kamel, (2000), Sports Psychology, College of Physical Education, University of Baghdad.
- Telecommunications Regulatory Authority, United Arab Emirates, YouTube Terms of Service issued on March 28, 2012, Google Privacy Policy issued on June 24, 2013, and YouTube directives.
- Wikipedia <https://ar.wikipedia.org/wiki/>
- You tube Huge possibilities to make education more interesting, Al Bayan Newspaper November 18, 2012, <https://www.albayan.ae>.