

تأثير برنامج اليوتيوب YouTube على اتجاهات الطلاب في جامعة الكويت

إعداد

د/ بدر نادر الخضري

أستاذ مشارك بقسم تكنولوجيا التعليم

بكلية التربية الأساسية بالهيئة

العامة للتعليم التطبيقي والتدريب

بدولة الكويت

د/ علي محمود بو حمد

أستاذ مساعد بقسم تكنولوجيا التعليم

بكلية التربية الأساسية بالهيئة

العامة للتعليم التطبيقي والتدريب

بدولة الكويت

د/ عسى حسن رمضان حسن

أستاذ مساعد بقسم تكنولوجيا التعليم

بكلية التربية الأساسية بالهيئة

العامة للتعليم التطبيقي والتدريب

بدولة الكويت

٢٠١٧

تأثير برنامج اليوتيوب YouTube على اتجاهات الطلاب في جامعة الكويت

د/ بدر نادر الخضري(*)

مقدمة:

تمثل الثورة المعلوماتية سمة أساسية من سمات العصر الذي يعيشه العالم في الوقت الراهن، وتعد وسائل التواصل الاجتماعي بما لها من قدرة فائقة على تجاوز حدود الزمان والمكان أحد أهم أدوات البعد الثقافي والمعرفي، كما أن إنشائها يعد أهم إنجاز تكنولوجي تحقق في أواخر القرن العشرين؛ إذ استطاع الإنسان بواسطتها أن يلغي المسافات ويطلع على أحداث العامل وتطوراته في المجالات المختلفة وأن ينشر الثقافة ويتبادل المعلومات، كما تعد وجه المجتمع المعلوماتي الجديد وأحد مظاهر العولمة الاتصالية خاصة وهي تمثل بداية ثورة معرفية سيكون لها أثارها المتعددة على طبيعة المعرفة الإنسانية بما توفره من إمكانية الاطلاع على مختلف المعارف وبما تنتشره من قيم وعادات وثقافات مختلفة، وخلق ثقافة إنسانية ذات رؤية أكثر شمولاً (همت حسن عبد المجيد السقا، ٢٠١٢، ١).

ويزداد الاهتمام بوسائل التواصل الاجتماعي حتى أصبحت أحد أهم المصادر التي يستقي منها المعلومات التي يعتمد عليها لتكوين الآراء والاتجاهات، وكثير التعامل معها بين الناس حيث يتواصلون عبر هذه المواقع للتعرف على بعضهم ومعرفة اخبار بعضهم البعض، وإرسال رسائل وتلقي الأخبار والموضوعات وكل ما هو جديد في الساحة ومشاركة الصور ومقاطع الفيديو بحيث أصبح العالم قرية صغيرة بل غرفة صغيرة فالآنية والسرعة أهم ما يميز هذه الوسائل، ويجعلها تتفوق على مثيلاتها، وأصبح وجودها واقعاً ولذلك لا بد من معرفة كيف نتعامل معها (Snelson, C. 2011, 159).

ولقد استخدم الشباب في بداية الأمر مواقع التواصل الاجتماعي للدرشة ولقضاء أوقات الفراغ وللتسلية والترفيه ولتبادل الآراء، ولكن يبدو أن موجة من النضج سرت، وأصبح الشباب يتبادلون وجهات النظر (Roodt, S, Peier, D. 2013) من أجل المطالبة بتحسين إيقاع الحياة السياسية والاجتماعية والإقتصادية ومن هنا تشكلت حركات الرفض الشبابية التي إنتظمت في تونس مروراً بمصر واليمن وليبيا والبحرين والأردن، وتخطت تلك الأفكار الراضية للسياسات بسهولة عبر شبكات التواصل الاجتماعي في الوطن العربي .

(*) د/ بدر نادر الخضري: أستاذ مشارك بقسم تكنولوجيا التعليم، بكلية التربية الأساسية بالهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب بدولة الكويت. د/ عسى حسن رمضان حسن: مساعد بقسم تكنولوجيا التعليم، بكلية التربية الأساسية بالهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب بدولة الكويت. د/ علي محمود بو حمد: مساعد بقسم تكنولوجيا التعليم، بكلية التربية الأساسية بالهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب بدولة الكويت.

واستخدم كبار الشخصيات هذه الوسائل الجديدة واقتطعوا وقتاً معيناً من الأنشطة الأخرى لصالحها، لإيمانهم بأنها البوابة الحقيقية والجادة للتواصل وسماع الناس والمواطنين، وبهذا سيتغير المشهد الإعلامي قريباً بشكل واضح للعيان في عالمنا العربي، ولهذا تثير علاقة مواقع التواصل الاجتماعي بالإعلام إشكاليات عدة، لا يمكن اختزالها في الابعاد التقنية المستحدثة في مجال البث والتلقي، إذ تجعلها عاملاً محدداً للتحويلات الثقافية ولا نستبعد أنماط التواصل الجديدة (ندى عبدالله التميمي وآخرون، ٢٠١٦).

ولهذا سيعتمد البحث الحالي "تأثير استخدام برنامج اليوتيوب YouTube على اتجاهات الطلاب في جامعة الكويت" ويستعرض البحث الحالي مجموعة من التعريفات، وتحليل الرؤى النظرية التي تتيح للباحث الاطلاع عليها، ويتم تداولها لدى المتخصصين في هذا المجال، ونصل بعد ذلك إلى جملة من النتائج التي تبين لنا مدى هذا التأثير على الشباب في جامعة الكويت فالشباب عمود المجتمع والركيزة الأساسية فيه والثروة الفعلية لدولة الكويت وقد أجريت العديد من الأبحاث السابقة حول تأثير موقع التواصل الاجتماعي اليوتيوب YouTube أكثر شهره وهو معروف بمشاركة الفيديو، ويسمح للمستخدمين برفع ومشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني.

مشكلة البحث:

إن مواقع التواصل الاجتماعي اليوتيوب YouTube لا يوجد له ضوابط تضبط الأمور عدم قدرة الموقع على مراقبة كل ما يتم نشره، وقد يستخدمه البعض بطرق سلبية بوضع مقاطع فيديو غير اخلاقية وغير دينية وهذا يترك آثار أخلاقية ونفسية واجتماعية وقانونية وصحية كثيرة، كما أنه هناك نوع من العنف على بعض من أشرطة الفيديو على الموقع يسجلها المراهقين وغيرهم لنشره او التفاخر بالاعتداء على البشر والحيوان، كما قد يؤدي استخدام برنامج اليوتيوب YouTube إلى غزو الخصوصية.

وتحدد مشكلة البحث الحالي في الإجابة على السؤال الرئيس التالي:

كيف يؤثر برنامج اليوتيوب YouTube على اتجاهات الطلاب في جامعة الكويت؟

ويتفرع من هذا السؤال عدة أسئلة فرعية منها:

١. ما التأثير الايجابي لبرنامج اليوتيوب YouTube على اتجاهات الطلاب (ذكور، إناث) في جامعة

الكويت؟

٢. ما التأثير السلبي لبرنامج اليوتيوب YouTube على اتجاهات الطلاب (ذكور، إناث) في جامعة

الكويت؟

٣. ما دوافع طلاب جامعة الكويت لاستخدام برنامج اليوتيوب Youtube؟

٤. ما الفروق في اتجاهات الطلاب نحو برنامج اليوتيوب YouTube باختلاف النوع (ذكور، إناث)؟

أهداف البحث:

١. تعرف التأثير الايجابي لبرنامج اليوتيوب YouTube على اتجاهات الطلاب (ذكور، إناث) في جامعة الكويت.

٢. تعرف التأثير السلبي لبرنامج اليوتيوب YouTube على اتجاهات الطلاب (ذكور، إناث) في جامعة الكويت.

٣. تعرف دوافع طلاب جامعة الكويت لاستخدام برنامج اليوتيوب Youtube.

٤. تعرف الفروق في اتجاهات الطلاب نحو برنامج اليوتيوب YouTube باختلاف النوع (ذكور، إناث).
أهمية البحث:

١. يستمد هذا الموضوع أهميته من طبيعة فئة الشباب داخل المجتمع الكويتي ودوره، فهذه الفئة تعدّ طاقة بشرية مهمة ومؤثرة في كيان المجتمع، وتحتاج للعناية والمحافظة عليها لتأمين مستقبلها ومستقبل المجتمع الكويتي.

٢. تعود أهمية البحث إلى زيادة الدور الذي يمكن أن تلعبه وسائل الاتصال الحديثة في التأثير على الرأي العام بصفة عامة، وبرنامج اليوتيوب بصفة خاصة وإقبال الطلاب على استخدام برنامج اليوتيوب على شبكة الإنترنت.

٣. الوقوف على بعض الجوانب والنقاط المهمة والمؤثرة في مواقع التواصل الاجتماعي اليوتيوب YouTube، وعلاقتها باتجاهات طلاب الجامعة الكويتية.
حدود البحث:

١. الحدود الموضوعية: تأثير استخدام برنامج اليوتيوب YouTube على اتجاهات الطلاب في جامعة الكويت.

٢. الحدود البشرية: طلاب السنة الرابعة من كلية التربية جامعة الكويت من الذكور والإناث.

٣. الحدود الزمانية: الفصل الدراسي الأول من العام الدراسي ٢٠١٦ / ٢٠١٧م.

٤. الحدود المكانية: جامعة الكويت.

مصطلحات البحث :

برنامج اليوتيوب: YouTube

هو موقع ويب معروف متخصص بمشاركة الفيديو، يسمح للمستخدمين بتحميل وتنزيل ومشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني (Hansen, S., Lee, J., Lee, S. 2014).
وعرف ميرونوفا (Mironova, E. (2016) اليوتيوب YouTube بأنه: "أكثر مواقع مشاركة الفيديو شهرة، والتي تمكن المستخدمين من تحميل ومشاهدة، ومشاركة مقاطع الفيديو.

اتجاهات الطلاب نحو اليوتيوب YouTube

عرف الباحث اتجاهات الطلاب نحو برنامج اليوتيوب YouTube إجرائيا بأنها نسق من المعتقدات (الإيجابية أو السلبية) والمشاعر (التفضيلية أو غير التفضيلية) والميل للتصرف (بالاقتراب أو الابتعاد) نحو موقع التواصل الاجتماعي اليوتيوب كمصدر للمعلومات، وتؤثر في تحديد موقف الطالب من برنامج اليوتيوب واستخدامه كوسيلة للتعرف على العالم ومصدر للمعلومات وتعرف اخر الأحداث والمستجدات وايضا للترفيه والتعليم.
دراسات سابقة

من خلال إطلاع الباحث على العديد من الدراسات والبحوث السابقة تبين ندرة الدراسات التي اهتمت باتجاهات الطلاب نحو موقع التواصل الاجتماعي "اليوتيوب" YouTube خاصة في العالم العربي، إذ لم نجد دراسة عربية اعتنت بهذا الموضوع بصفة عامة وبالمجتمع الكويتي بصفة خاصة:

١. دراسة نورهان مصطفى محمد شفيق الجوهري (٢٠١٧). وهدفت إلى تعرف السخرية السياسية على موقع اليوتيوب وعلاقتها باتجاهات مستخدمي الموقع نحو القوى السياسية في مصر ومدى تأثير السخرية السياسية على اتجاهاتهم نحو القوى السياسية في مصر، واستخدمت المنهج المسحي، وطبقت على عينة عمدية قوامها (٤٠٠) مفردة من مستخدمي موقع اليوتيوب، وتم استخدام استمارة الاستبيان لجمع البيانات. وتوصلت النتائج إلى: قلة كثافة تعرض مستخدمي موقع اليوتيوب للسخرية السياسية على الموقع، كما أشارت أن غالبية أفراد العينة (٥٩.٥%) لديهم دوافع وظيفية قوية للتعرض للسخرية السياسية على موقع اليوتيوب، كما أن (٨٥.٧%) لديهم دوافع طقوسية قوية للتعرض للسخرية السياسية على الموقع، كما أوضحت النتائج أن غالبية أفراد العينة لديهم اتجاهات متوسطة (المكون المعرفي، المكون الوجداني، الاستعداد أو الميل السلوكي) نحو القوى السياسية في مصر، وتؤكد نتائج اختبارات فروض الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة التعرض للسخرية السياسية على موقع اليوتيوب واتجاهات مستخدمي الموقع نحو القوى السياسية في مصر، كما تبين وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة

إحصائية بين متغيري دوافع التعرض (الوظيفية، الطقوسية) للسخرية السياسية علي موقع اليوتيوب واتجاهات مستخدمي الموقع نحو القوي السياسية في مصر.

٢. دراسة محمد عبدالعباس حسن (٢٠١٦). وهدفت الدراسة إلى تعرف مدى تأثير مقاطع الفيديو في اليوتيوب على جمهوره من جمهورية العراق وكيفية بناء أجدته الإخبارية حيث تتضح قلة الدراسات التي اهتمت بهذا المجال، ومحاولة لفهم المعايير التي تحكم النظام الإعلامي العراقي للكشف عن طبيعة النظام السياسي والإجتماعي السائد في المجتمع، وتفتح المجال لدراسات مستقبلية في مجال تبادلية: أجددة الإعلام وأجددة مواقع التواصل الاجتماعي وأجددة الجمهور، وتزايد الإهتمام بتكنولوجيا الإعلام الجديد وأثرها على وسائل الإعلام التقليدية. واعتماد الجمهور على وسائل الإعلام الجديد ومن بينها اليوتيوب كمصدر للمعلومات. وأهمية التعرف على العوامل الداخلية والخارجية التي تشكل بناء النشرات الإخبارية ومقاطع الفيديو على اليوتيوب وذلك من خلال معرفة معايير بناء الأجددة والعوامل المؤثرة عليها ودورها في عملية انتقاء الأخبار.

٣. دراسة صابر محمد أحمد أبو بكر (٢٠١٦). وهدفت إلى تعرف الموضوعات التي ركزت عليها مقاطع الفيديو حول مضامين ثقافة السلام بمحافظة القاهرة بجمهورية مصر العربية، وتعرف مدى متابعة الباحثين لمضامين ثقافة السلام على الموقع. والتوصل إلى الآثار المترتبة على مشاهدة الباحثين لمضامين ثقافة السلام على موقع اليوتيوب، وتوصلت نتائج الدراسة إلى: ١/ غلبت التقييمات بالإعجاب على المقاطع في الموضوعات الثلاثة، وغلبت التعليقات المنخفضة على الموضوعات الثلاثة. ٢/ جاء "القضاء على العنف والارهاب" في الترتيب الأول كمفهوم لثقافة السلام بوزن مئوي بلغت نسبته ٣٤.٧%، وجاء "التسامح والتعايش معا بسلام" في الترتيب الثاني بوزن مئوي بلغت نسبته (٢٩.٩%). ٣/ جاءت "الأديان السماوية" في الترتيب الأول كأهم المصادر التي يكتسب من خلالها الباحثون مفهوم ثقافة السلام بوزن مئوي بلغت نسبته (٣٠.٩٧%). ٤/ توجد فروق دالة إحصائياً بين الباحثين على مقياس اتجاهاتهم نحو مضامين ثقافة السلام وفقاً للمتغيرات الديموغرافية: (النوع، نوعية التعليم، المستوى الاجتماعي والاقتصادي).

٤. دراسة ندى عبدالله التميمي وآخرون (٢٠١٦). وهدفت الدراسة إلى معرفة اثر استخدام مقطع تعليمي من موقع اليوتيوب في زيادة التحصيل الدراسي للطالبات بمنطقة الرياض بالمملكة العربية السعودية،

وتكونت عينة الدراسة من مجموعتين عشوائيتين من طالبات الصف الأول ثانوى (٨٣)، وقسمت إلى مجموعتين تجريبية (ن=٢٠) وضابطة (ن=٢٠) وأعدت الدراسة أداة اختيار تحصيل تم تطبيقها قبل وبعد استخدام مقطع تعليمي على مجموعتي الدراسة، وأظهرت نتائج الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية لصالح طالبات المجموعة التجريبية في درجات الاختبار البعدى.

٥. **دراسة أكرم عبدالقادر عبدالله فروانة (٢٠١٢).** وهدفت إلى تعرف فعالية استخدام مواقع الفيديو الإلكترونية في اكتساب مهارات تصميم الصور الرقمية لدى طالبات كلية التربية في الجامعة الإسلامية بغزة، واستخدمت المنهج التجريبي، وتكونت العينة من شعبتين من شعب مساق وساط متعددة (١) لتمثل إحداها المجموعة التجريبية وعددها (٢٥) طالبة، والأخرى المجموعة الضابطة وعددها (٢٥) طالبة، وتوصلت النتائج إلى: ١/ وضع قائمة بمهارات تصميم الصور الرقمية التعليمية باستخدام برنامج الفوتوشوب Adobe Photoshop ٢/ لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات طالبات المجموعة الضابطة والمجموعة التجريبية في الاختبار المعرفي البعدي لمهارات تصميم الصور الرقمية. ٣/ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات طالبات المجموعة الضابطة والمجموعة التجريبية في التطبيق البعدي لمهارات تصميم الصور الرقمية لصالح طالبات المجموعة التجريبية. ٤/ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات طالبات المجموعة الضابطة والمجموعة التجريبية في التطبيق البعدي لمهارات تصميم الملصقات التعليمية لصالح طالبات المجموعة التجريبية. ٥/ يصل مستوى إتقان طالبات المجموعة التجريبية والضابطة في مهارات تصميم الصور الرقمية ومهارات تصميم الملصقات التعليمية إلى (٨٠%) بعد إجراء التجربة لصالح المجموعة التجريبية.

٦. **دراسة عمرو محمد أسعد (٢٠١١).** وهدفت إلى الكشف عن طبيعة العلاقة بين استخدام طلاب الجامعات لموقعي يوتيوب وفيس بوك وقيمهم المجتمعية، واشتملت عينة الدراسة التحليلية على مقاطع الفيديو الأكثر مشاهدة من الشباب المصري في موقع يوتيوب YouTube والتي بلغت (١٩٣) مقطع فيديو، إضافة إلى (٩٣) قناة، كما تم تحليل (٢٠٢) صفحة شخصية لطلاب الجامعات المصرية في موقع فيس بوك. قد أجريت الدراسة الميدانية على عينة عمدية من مستخدمي موقعي يوتيوب وفيس بوك من طلاب جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا وجامعة القاهرة وجامعة الأزهر والجامعة الأمريكية قوامها (٤٠٠) طالب وأظهرت أهم النتائج أن نسبة (٩٧%) من طلاب الجامعة ملامحها الشخصية Profile متاحة

لجميع مستخدمي موقع الفيس بوك face book واحتلت مجموعات النقاش الترفيهية في مقدمة مجموعة النقاش التي انضم إليها طلاب الجامعة في موقع فيس بوك face book، وأن مقاطع الفيديو الترفيهية والغناء والموسيقى على يوتيوب YouTube كانت الأكثر مشاهدة بالنسبة للشباب المصري، وأيضاً المقاطع الوثائقية ومقاطع الفيديو التي تناولت القضايا الاجتماعية والأحداث السياسية كانت الأكثر مشاهدة لدى الشباب المصري.

التعليق على الدراسات السابقة:

١. ساعدت الدراسات السابقة الباحث على صياغة مشكلة البحث، وتحليل جوانبه، وأعطته ثراء في المعلومات المتعلقة بالبحث الحالي.

٢. ساهمت الدراسات السابقة في بناء، وتصميم الاستبانة المستخدمة في البحث الحالي، وتحديد محاورها وفقراتها.

٣. ساهمت في تحديد إجراءات البحث من حيث المنهج، وهو "المنهج الوصفي"، وكذلك حجم العينة .

٤. اتفقت معظم الدراسات السابقة في استخدامها للمنهج الوصفي، وأداة البحث، والمتمثلة في الاستبانة.

٥. أشارت الدراسات السابقة لأهم المراجع التي يمكن الرجوع إليها، والاعتماد عليها، والمتعلقة بتأثير برنامج اليوتيوب YouTube على اتجاهات الشباب الجامعي.

٦. الاستفادة من البحوث والدراسات السابقة في تعرف نوع المعالجات الإحصائية المناسبة للبحث الحالي.

٧. الاستفادة من الدراسات السابقة في كيفية عرض ومناقشة النتائج، وتفسيرها، وتقديم التوصيات، والمقترحات.

الإطار النظري للبحث:

المحور الأول: برنامج اليوتيوب YouTube

عرض الباحث في هذا المحور: نشأة برنامج اليوتيوب، وتعريفه، واستخدام برنامج اليوتيوب في العملية

التعليمية، وتأثيره على المجتمع، ومميزات موقع اليوتيوب، وعيوبه.

نشأة برنامج اليوتيوب YouTube :

تم تأسيس موقع "اليوتيوب" YouTube في فبراير عام (٢٠٠٥) بواسطة ثلاث موظفين من شركة باي

بال PayPal هم: "تشاد هيرلي" Chad Hurley، و"ستيف تشين" Steve Chen، و"جاود كاريم" Jawed

Karim، بـ "سان برونو" San Bruno في ولاية كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية وقد تلقى تمويلاً من

"سيكويو كابيتال" Sequoia Capital في نوفمبر (٢٠٠٥) وتم إطلاق الموقع في ديسمبر من نفس العام،

وفي أكتوبر أعلنت شركة جوجل Google شراء الموقع في مقابل (١.٦٥) مليار دولار أمريكي (عماد عيسى صالح محمد، ٢٠٠٩، ٨).

تعريف برنامج اليوتيوب YouTube

عرفه بأنه (Park, M. And, Naaman, M., Berger, J 2016) أكثر مواقع مشاركة الفيديو شهرة، والتي تجعل بمقدور أي شخص تحميل مقاطع فيديو قصيرة، لمعاينتها بشكل خاص أو عام، ويعتبر مكاناً لتبادل أشرطة الفيديو بين الأهل والأصدقاء .

وعرفه مير، ورحمن (٢٠١٣) Mir, I. Rehman بأنه: "أكثر مواقع استضافة الفيديو شيوعاً، وهو مشابه لموقع جوجل فيديو، ويستطيع المستخدمون من خلاله مشاهدة وتقييم مقاطع الفيديو التي يحملها أعضاء آخرون (Mir, I. Rehman, K., 2013, 639).

ويرى الباحث أن جميع تعريفات برنامج اليوتيوب YouTube السابقة لم تختلف في مضمونها، ويمكن استخلاص أبرز سماته فيما يلي:

- اعتبار موقع اليوتيوب YouTube أكثر موقع شهرة وشعبية على مستوى العالم .
- حددت وظيفة موقع اليوتيوب YouTube الأساسية وهي مشاركة الفيديو على الإنترنت .
- ذكرت بعض التسهيلات التي يتيحها الموقع مثل تخصيص مقاطع الفيديو لتكون عامة أو خاصة، وتقييم مقاطع الفيديو، وفتح ساحات للحوار والتعليق على الفيديو .

استخدام برنامج اليوتيوب YouTube في العملية التعليمية

من المعلوم أن اليوتيوب YouTube أحد التطبيقات الويب (٢,٠) Web التي يمكن استخدامها في التعليم من خلال:

١. رفع ومشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو التي تحتوي شرحاً وافياً للدرس.
٢. تقييم مقاطع الفيديو.
٣. التعليم على مقاطع الشرح.
٤. إنشاء قناة لكل معلم يمكنه من خلالها إنشاء وإضافة فيديوهات مرتبطة بمقرراته الدراسية.
٥. إنشاء قناة للطلبة يعرضون فيها مقاطع في إنتاجهم أو مقاطع أعجبهم متصلة بالمقرر الدراسي.
٦. نقل المحاضرات أو المؤتمرات التعليمية (سعاد شفاقة العنزي، ٢٠١٧، ٦٥).

تأثير برنامج اليوتيوب YouTube على المجتمع الكويتي بصفة عامة وطلاب جامعة الكويت بصفة خاصة

لقد أثر موقع اليوتيوب YouTube على مجموعة كبيرة من شرائح المجتمع، ومتنوعة من الجوانب المختلفة بدءاً من الانتخابات المجتمعية والسياسة، وتشجيع المواهب، والإعلانات التجارية، وندوات الحوار التي كانت قد غابت على شاشات التلفزيون الكويتي، وحفز لديه أيضا العديد من الدعاوى القضائية حيث أعطى لهم الفرصة لتحميل أشرطة الفيديو الخاصة بهم ومشاركتها مع العالم سواء كانت مقاطع الفيديو الكوميديا، وأشرطة الفيديو السياسية، أو لقطات فقط عشوائية من البرامج التلفزيونية المفضلة لديهم.

وقد تم في انتخابات مجلس الأمة الاستفادة من موقع اليوتيوب YouTube كوسيلة لتعزيز ودعم ونشر المرشحين للمجلس وللأول مرة في التاريخ السياسي، استغرق مرشحي مجلس الأمة المشاركة في المناظرة من خلال تصوير النقاشات بالداواوين ونشرها من خلال موقع اليوتيوب YouTube، والذي يمكن أن تتفاعل مع الجمهور عبر الإنترنت (سعود مطلق جلال السهلي، ٢٠١٦).

إيجابيات برنامج اليوتيوب YouTube

موقع اليوتيوب YouTube قد أضاف الكثير من المميزات والخواص في وسط جو حافل بالمنافسة بعد أن أصبح المجال مفتوحا أما الكثير من الشركات المماثلة والتي اقتبست نفس الفكرة ولكن بتطبيقات مختلفة ومن هذه الإيجابيات التي تميز اليوتيوب YouTube :

١. خاصية إضافة ملفات الفيديو إلى المدونات والشبكات الاجتماعية الكبرى والمواقع لتتم مشاهدتها بشكل فوري، وتصنيف ملفات الفيديو إلى خاصة وعامة وتحديد صلاحيات مشاهدتها.
٢. خاصية الالتقاط السريع والتي تمكن أي مستخدم يملك كاميرا ويب من تسجيل ملفات الفيديو التي يرغب بمشاركتها إلى سيرفرات الموقع مباشرة ودون المرور بجهازه الشخصي.
٣. مناطق الاختبار ومعامل التطوير حيث يعمل مطورو اليوتيوب YouTube على تطوير تقنيات ومميزات جديدة (Constantinos K. Coursaris, Osch, W. 2016, 16).
٤. يمكن مشاهدة ملفات مقاطع الفيديو المرسله إلى اليوتيوب YouTube من جميع أنحاء العالم .
٥. موقع عالمي ضخم وهو سلاح ذو حدين فالويوتيوب YouTube له إيجابيات كما فيه سلبيات وأمر عائد على المستخدم وكيفية استخدامه للموقع فهو حلقة وصل بين المستخدم والعالم.
٦. مشاركة مقاطع الفيديو الخاصة، مشاركة ملفات الفيديو التي من الممكن أن تكون مفيدة.

٧. يمكن مشاركة ملفات الفيديو الموجودة على اليوتيوب YouTube بسهولة على مواقع أخرى مثل:

الفيس بوك وتويتر (Hansen, S., Lee, J., Lee, S. 2014).

سلبيات برنامج اليوتيوب Youtube

ومع كل الايجابيات التي يتمتع بها موقع اليوتيوب YouTube توجد بعض السلبيات التي جعلت منها مجال للمناقشة، ومن هذه السلبيات:

١. عدم مراعاة قوانين حقوق النشر والتأليف حيث أن غالباً ما يتلقى موقع يوتيوب نقداً بين الحين والآخر بسبب فشله في إخضاع محتوياته المعروضة على الإنترنت لقوانين حقوق النشر والتأليف.
٢. واجهت شركة "يوتيوب" نقداً بشأن المحتويات غير اللائقة في بعض ملفات الفيديو الخاصة بها.
٣. وعلى الرغم من أن بنود خدمة يوتيوب تمنع تحميل أي مواد من المحتمل أن يتم اعتبارها غير لائقة، فإن عدم القدرة على فحص جميع ملفات الفيديو قبل إرسالها إلى الإنترنت يعني أن احتمال حدوث بعض الزالت أو السقطات أمر وارد (أميرة عطا، ٢٠١٠، ٩).

ويرى الباحث أن موقع التواصل الاجتماعي "يوتيوب" YouTube آخر صراعات التقنية وهي وسيلة

تحمل الخير والشر.

المحور الثاني اتجاهات الطلاب نحو برنامج اليوتيوب YouTube

عرض الباحث في هذا البحث تعريف الاتجاهات، وطبيعتها، ومكونات الاتجاه، ووظائفها وخصائصها

وفيما يلي عرض ذلك بالتفصيل:

لم تحظ دراسات الاتجاه نحو موقع التواصل الاجتماعي "اليوتيوب" YouTube بالاهتمام الكافي من قبل الباحثين، وليس هناك بالتالي نظرية أو نموذج نظري لهذا المفهوم في علاقته بالمفاهيم الأخرى. وحتى على مستوى المقاييس يشير مورو (More, N. 2015 , p55) أنه على الرغم من اهتمام العديد من الباحثين بتطوير مقاييس كثيرة لتقدير الاتجاه نحو الإنترنت، فإن القليل منهم اعتنى بإعداد مقاييس لتقدير الاتجاه نحو الإنترنت.

ويعزي اهتمامنا بدراسة الاتجاه نحو اليوتيوب YouTube لدى طلبة الجامعة إلى أنهم أكثر الفئات

استخداماً للإنترنت فمن الإحصاءات المتوافرة أن (٧٢%) من طلبة الجامعة يستخدمون الإنترنت، ويشترك

حوالي (٨٧%) منهم في خدمة الإنترنت، ولذا فإن طلبة الجامعة أكثر عرضة للمشكلات المرتبطة باستخدام

الإنترنت وخاصة الاستخدام المفرط له، وثمة عوامل عديدة تكمن وراء تزايد احتمال تعرض الطلبة لمشكلات الاعتماد على الإنترنت أو فرط استخدامه، ومن أهمها توافر خدمة الإنترنت.

والاتجاهات بمثابة ميول متعلمة وضمنية لاستجابات تفضيلية يمكن استنتاجها من خلال الميول السلوكية للاقترب أو التجنب والتفضيل أو عدم التفضيل لموضوع الاتجاه ووفقاً للنظريات المعرفية بمثابة شبكات مترابطة، وتعمل الاتجاهات كتمثيلات عقلية داخل العقل، وتتكون هذه التمثيلات من وحدات معرفية والتي ترتبط أو تتصل بوحدات وجدانية، ونجد هذه الروابط أو الوصلات داخل الاتجاه، وكذلك بين الاتجاهات المختلفة. ومن خلال عملية انتشار التنشيط ترتبط الوحدات القديمة (المعرفية والانفعالية) بعناصر جديدة، مما يسبب ظهور اتجاه جديد نحو موضوع ما (إبراهيم شوقي عبد الحميد ٢٠٠٢، ٢٨٧).

أولاً: تعريف الاتجاهات

عرفه كراتي (Cretti, C. 2015, p6) بأنه موقف انفعالي يتصف بالقبول أو الرفض للأشياء أو الموضوعات أو القضايا. والاتجاه يتكون لدى الفرد بناء على مروره بخبرات تتضمن معرفة كافية عن الموضوع صاحب العلاقة "

ثانياً: طبيعة الاتجاهات:

تعتبر الاتجاهات بمثابة محركات للسلوك الإنساني بما تتضمنه من مشاعر مع أو ضد الموقف السلوكي الذي يعيشه الفرد وحول هذا الموضوع يشير ميرونوفا (Mironova, E. 2016) الاتجاهات إلى نزعات تؤهل الفرد للاستجابة بأنماط سلوكية محددة نحو أشخاص، أو أفكار، أو حوادث، أو أوضاع، أو أشياء معينة، وتؤلف نظاماً معقد تتفاعل فيه مجموعة كبيرة من المتغيرات المتنوعة، وأن أية محاولة لتحليل طبيعة الاتجاهات، سينطوي على تبسيط مخل بهذه الطبيعة، ولعل أفضل طريقة للوقوف على طبيعة الاتجاهات دون إخلال فيها في أن ننظر إليها من خلال مكوناتها وخصائصها ووظائفها.

ثالثاً: مكونات الاتجاهات:

هناك ثلاث مكونات رئيسة للاتجاهات أشارت إليها كتب علم النفس التربوي التي تناولت موضوع الاتجاهات وقد أجزها (حسين صديق، ٢٠١٢، ٣٠٧) فيما يلي:

أ- **المكون العاطفي:** يشير هذا المكون إلى أسلوب شعوري عام يؤثر في استجابة قبول موضوع الاتجاه، أو رفضه وقد يكون هذا الشعور غير منطقي على الإطلاق.

ب- **المكون المعرفي:** ويدل هذا المكون على الجوانب المعرفية التي تتطوي عليها وجهة نظر الفرد ذات العلاقة بموقفه من موضوع الاتجاه، وتتوافر هذه الجوانب عادة من خلال المعلومات، والحقائق الواقعية، التي يعرفها الفرد حول موضوع الاتجاه.

ج - **المكون السلوكي:** يشير هذا المكون إلى نزعة الفرد للسلوك وفق أنماط محددة في أوضاع معينة، إن الاتجاهات تعمل كموجهات للسلوك، حيث تدفع الفرد للعمل وفق الاتجاه الذي يتبناه.

وبشكل عام تتباين مكونات الاتجاه من حيث درجة قوتها واستقلاليتها، فقد يملك شخص ما معلومات وفيرة عن موضوع ما (المكون المعرفي) غير أنه لا يشعر حياله برغبة قوية (المكون العاطفي) تؤدي به إلى اتخاذ أية عمل حياله (المكون السلوكي) وعلى العكس تماما، فقد لا يملك الشخص أية معلومات عن هذا الموضوع، ومع ذلك يتفانى في العمل من أجله، إذا كان يملك شعورا تقنيا نحو.

رابعا: وظائف الاتجاهات

قد يتبادر إلى الذهن سؤال مؤداه: لماذا يتبنى الفرد اتجاهات نحو موضوعات مختلفة؟ إجابة ذلك تشير إلى عدد من الوظائف يؤديها الاتجاه لمتبنيه منه:

١. **الدفاع عن الذات:** إن الاتجاه يمكن الفرد من التكيف مع البيئة إذ يجعله قادرا على تقدير المنبهات وتقييمها في ضوء أهدافه واهتماماته مما يجعله يستطيع تصنيف الأفعال والموضوعات في البيئة مكونا ميلا للاستجابة المتاحة الملائمة المرتبطة بهذه الأشياء، وهكذا تمد الاتجاهات الفرد بنظرة عامة للعالم يري من خلالها الآخرين والأحداث بشكل يبرز تصورا طيبا عن ذاته مما يعني حماية مفهومه عن ذاته من التشويه.

٢. **الوظيفة التعبيرية:** فالفرد يعبر عن اتجاهاته إما ليقدم نفسه لآخرين ممن يشكلون جماعة: سواء كانت التي ينتمي إليها أو كانت التي لا ينتمي لها، وإما يقيم هؤلاء الآخرين وأفعالهم في كلتا الحالتين يسعى من خلال تعبيره هذا إلى الحصول على عائد ما .

٣. **التعبير عن القيم:** فاتجاهات الفرد تعبر عن مفهوم متكامل عن ذاته و تدعمه مما يمكنه من امتلاك قيم والتعبير عنها بشكل يحقق الرضا (إبراهيم شوقي عبد الحميد ٢٠٠٢).

٤. **مصدر للمعرفة:** إذ تمكن الاتجاهات الفرد من فهم العالم المحيط به لأنها تمده بإطار دلالة (مرجعي) يضيف معنى على الأحداث الجارية، مما يجعله قادرا على توقعها وبالتالي يشعر بأنه أكثر كفاءة عند

التعامل معها، وتقدم دراسات حديثة الدليل على هذه الوظائف، وبعض هذه البحوث يدمج وظيفة الاتجاه الذرائعية مع وظيفتها كمصدر للمعرفة تحت مسمى النفعية.

خامساً: خصائص الاتجاهات

يمكن أن تتمثل خصائص الاتجاهات في النقاط التالية:

١. **الاتجاهات متعلمة:** وهي حصيلة مكتسبة من الخبرات والآراء والمعتقدات يكتسبها الطالب من خلال تفاعله مع بيئته المادية والاجتماعية، والاتجاهات أنماط سلوكية يمكن اكتسابها وتعديلها بالتعلم والتعليم وتتكون وتنمو وتتطور عند الطالب من خلال تفاعله مع بيئته، وبالتالي فهي بذلك متعلمة معرفية.
٢. **الاتجاهات تنبئ بالسلوك:** تعمل الاتجاهات كموجهات للسلوك، ويستدل عليها من السلوك الظاهري للطالب، فالطالب ذو الاتجاهات العلمية يمكن أن تكون اتجاهاته لحد كبير منبئات لسلوكه العلمي.
٣. **الاتجاهات علمية:** توصف الاتجاهات بأنها ذات أهمية شخصية اجتماعية تؤثر في علاقة الطالب بزملائه، أو العكس والاتجاهات تؤثر بشكل مباشر على السلوك الفردي كما أن الطالب ربما يؤثر في سلوك الطلاب الآخرين.
٤. **الاتجاهات استعدادات للاستجابة:** حيث أن الاتجاهات تحفز وتهيئ للاستجابة، وبالتالي فإن وجود تهيؤ خفي أو كامن يهيئ الشخص لتلك الاستجابة.
٥. **الاتجاهات استعدادات للاستجابة عاطفياً:** إن ما يميز الاتجاهات عن المفاهيم النفسية الأخرى (كالمعتقدات، الدوافع، والآراء، والقيم) هو كونها التقويمية الذي يتمثل في الموقف التفضيلي لأن يكون الطالب مع أو ضد شيء، أو حدث، أو شخص، أو موقف ما. ومن هنا اعتبر المكون الوجداني أهم مكونات الاتجاه أو المكون الرئيس للاتجاه.
٦. **الاتجاهات ثابتة نسبياً وقابلة للتعديل والتغيير:** تسعى الاتجاهات بوجه عام إلى المحافظة على ذاتها، لأنها متى تكونت وبخاصة تلك الاتجاهات التي تكونت في مراحل تعليمية مبكرة، فإنه يصعب تغييرها نسبياً، لأنها مرتبطة بالإطار العام لشخصية الفرد وبحاجاته وبمفهومه عن ذاته ومع ذلك فالاتجاهات قابلة للتعديل لأنها مكتسبة ومتعلمة.
٧. **الاتجاهات قابلة للقياس:** يمكن قياس الاتجاهات على صعوبتها وتقديرها من خلال مقاييس الاتجاهات مادام أنها تتضمن الموقف التقويمية في فقرات المقياس سواء من خلال قياس الاستجابات اللفظية للطلاب، أم من خلال قياس الاستجابات الملاحظة لهم (عبد المنعم بن حسن ٢٠٠٩، ٣١).

سادسا : أهمية الاتجاهات

تحتل دراسة الاتجاهات مكاناً بارزاً في الكثير من الدراسات النفسية وفي كثير من المجالات التطبيقية وغيرها من مختلف ميادين الحياة، ذلك أن جوهر العمل في هذه المجالات يتمثل في دعم الاتجاهات الميسرة لتحقيق أهداف العمل فيها، وإضعاف الاتجاهات المعوقة، بل إن العلاج النفسي في أحد معانيه هو محاولة لتغيير اتجاهات الفرد نحو ذاته أو نحو الآخرين أو نحو عالمه.

وتراكم الاتجاهات في ذهن المرء وزيادة اعتماده عليها، تحد من حريته في التصرف وتصبح أنماطاً سلوكية روتينية متكررة، ويسهل التنبؤ بها، ومن ناحية أخرى تجعل الانتظام في السلوك والاستقرار في أساليب التصرف أمراً ممكناً وميسراً للحياة الاجتماعية، ومن هنا كانت دراسة الاتجاهات عنصراً أساسياً في تفسير السلوك الحالي والتنبؤ بالسلوك المستقبلي للفرد والجماعة أيضاً (عبدالمجيد نشواتي ١٩٨٥).

إجراءات البحث

مجتمع وعينة البحث:

تكون مجتمع البحث الحالي من جميع طلاب كلية التربية (ذكور وإناث) بجامعة الكويت، أما عينة البحث الحالي تكونت من (١٠٠) طالب انقسمت إلى (٥٠) طالب و(٥٠) طالبة من طلاب السنة الرابعة من كلية التربية بجامعة الكويت تتراوح أعمارهم ما بين (٢١: ٢٤) سنة، وقد تم حساب الصدق والثبات للمحور الأول والثاني بناء على عينة استطلاعية قوامها (٥٠) مفردة مقسمة للذكور والإناث بالتساوي. منهج البحث:

يعتمد البحث الحالي على المنهج الوصفي والذي يعتمد وصف الظاهرة موضع البحث وصفا دقيقا، وتحليلها، وتفسيرها، ومحاولة تقديم الحلول، والبدائل بشأنها ثم اختيار أفضل الحلول، أو البدائل. إعداد أداة البحث

للإجابة على أسئلة البحث، تم إعداد وتطوير أداة البحث، وهي عبارة عن استبيان تم بناؤه اعتمادا على:

١- تحليل الأدب النظري والأسس الفكرية المتعلقة بموقع التواصل الاجتماعي "اليوتيوب YouTube"، واتجاهات الشباب الجامعي.

٢- الاطلاع على الدراسات والبحوث السابقة ذات الصلة بموضوع البحث الحالي، والاستفادة من أدوات البحث المستخدمة في تلك الدراسات.

وعليه تم تصميم أداة البحث الميداني، والمتمثلة في استبيان حول تأثير برنامج اليوتيوب YouTube

على اتجاهات الطلاب في جامعة الكويت، وتم تقسيمها إلى ثلاثة محاور وهي: (المحور الأول: التأثير

الإيجابي لبرنامج اليوتيوب YouTube على اتجاهات الطلاب، المحور الثاني: التأثير السلبي لبرنامج اليوتيوب YouTube على اتجاهات الطلاب، المحور الثالث: دوافع الطلبة لمشاهدة برنامج اليوتيوب (Youtube)، كما تم وضع عدد من المؤشرات لكل محور من المحاور، بحيث يمثلها ويعبر عنه.

وقد تم عرض الاستبيان على مجموعة من الخبراء المتخصصين في مجال تكنولوجيا التعليم، وعلم النفس التربوي من دولة الكويت من أجل تحكيم المحاور، والعبارات الممثلة لكل محور من حيث وضوحها ومناسبتها، وذلك بهدف التأكد من أن العبارات الواردة في الاستطلاع تمثل المحور الخاص بها وتعتبر عنه، كما طُلب من المحكمين إضافة أية تعديلات إن وجدت حسب ما يرونه مناسباً بما يُحقق غرض البحث.

وبعد عرض الاستبيان على الخبراء للتحكيم وبلغ عددهم (١٠) محكمين (ملحق ١) وبعد إجراء التعديلات اللازمة على الاستبيان في ضوء اقتراحات السادة الخبراء والمحكمين، تكون الاستبيان في صورته النهائية من (٣٣) عبارة موزعة على المحاور الثلاثة كما يلي:

- **المحور الأول:** التأثير الإيجابي لبرنامج اليوتيوب YouTube على اتجاهات الطلاب وشمل (٩) عبارة.
- **المحور الثاني:** التأثير السلبي لبرنامج اليوتيوب YouTube على اتجاهات الطلاب وشمل (١٢) عبارة.
- **المحور الثالث:** دوافع الطلبة لمشاهدة برنامج اليوتيوب YouTube وشمل (١٢) عبارة.

صدق الأداة وثباتها

أ. صدق الأداة:

ويشير مفهوم الصدق إلى الاستدلالات الخاصة التي يمكن الخروج بها في درجات القياس من حيث مناسبتها وفائدتها، لذلك يشير صدق المحتوى للأداة إلى صلاحيتها في القيام بتفسيرات معينة، وأنها تقيس ما وضعت لقياسه أي قدرتها على تمثيل المحتوى المراد دراسته، وبذلك تحقق الغرض الذي صممت من أجله (رجاء محمود أبو علام، ٢٠٠٤م، ٣١٤) واعتُبرت موافقة غالبية أعضاء هيئة التحكيم على المفردات مؤشراً على صدق مضمونها.

١. **صدق المحكمين:** للتأكد من صدق أداة البحث الحالي -الاستبيان- تم عرضها على محكمين من ذوي الخبرة والاختصاص في مجال تكنولوجيا التعليم، وعلم النفس التربوي، وطُلب منهم إبداء آرائهم حول مدى وضوح العبارات وسلامة صياغتها اللغوية، فضلاً عن مدى انتمائها لمحاورها، وإضافة أية ملاحظات أو مقترحات يرونها مناسبة لتحقيق سلامة البناء العلمي للأداة. ومن خلال آراء، وتعديلات

الخبراء تم صياغة الاستبيان في صورته النهائية.

٢. صدق التكوين: تم حسابه من خلال حساب الاتساق الداخلي، وذلك عن طريق حساب ارتباط كل عبارة بالدرجة الكلية للمحور:

جدول (١) معاملات ارتباط بيرسون بين الأسئلة والدرجة الكلية للمحور

إناث		ذكور		عدد العبارات	المحور
عدد العبارات غير الدالة	عدد العبارات الدالة	عدد العبارات غير الدالة	عدد العبارات الدالة		
٠	٩	٠	٩	٩	المحور الأول: التأثير الإيجابي لبرنامج اليوتيوب YouTube على اتجاهات الطلاب.
٠	١٢	٠	١٢	١٢	المحور الثاني: التأثير السلبي لبرنامج اليوتيوب YouTube على اتجاهات الطلاب.

ونظرًا لاشتمال الاستمارة على عدة محاور، فقد تم حساب ارتباط كل محور مضمّن مع الدرجة الكلية

للاستمارة كما يلي:

جدول (٢) معاملات ارتباط بيرسون بين محاور الاستمارة والدرجة الكلية للاستمارة

مستوى الدلالة	معامل الارتباط بالدرجة الكلية	المحور
أقل من 0.0001.	.78 *	المحور الأول: التأثير الإيجابي لبرنامج اليوتيوب YouTube على اتجاهات الطلاب.
أقل من 0.0001.	.81 *	المحور الثاني: التأثير السلبي لبرنامج اليوتيوب YouTube على اتجاهات الطلاب.

• * دالة عند مستوى دلالة (05).

يتبين من الجدول السابق ارتفاع عدد الفقرات الدالة مما يدل على وجود قدر مقبول من الاتساق

الداخلي بالاستمارة، كما أن جميع محاور البحث ترتبط ارتباطًا دالًا بالدرجة الكلية للاستمارة مما يؤكد أن

الاستمارة تتمتع بدرجة عالية من الصدق تُطمئن الباحث أنها صالحة للتطبيق على مفردات البحث.

ب. ثبات الأداة: ويعني الوصول لنفس النتائج عند اتباع ذات الإجراءات المطبقة على مادة معينة، بمعنى أنه

يشير إلى درجة استقرار نتائج أداة القياس إذا ما أعيد تطبيقها على نفس الأفراد، وفي نفس الظروف.

١. حساب الثبات بمعامل " ألفا كرونباخ " Cronbach's Alpha "

وذلك لدراسة ثبات أسئلة الاستمارة بالتطبيق على العينة الاستطلاعية، وهو من أكثر الطرق شيوعاً لقياس الثبات، وتعتمد هذه الطريقة على قيمة ألفا المقبولة في العلوم الإنسانية (٠.٦) أو أكبر لمجموعة العبارات، وذلك باستخدام برنامج SPSS وفيما يلي حساب معامل ألفا كما في الجدول التالي:

جدول (٣) معامل ألفا كرونباخ لمحاور البحث

المحور	عدد العبارات	معامل ألفا (ذكور)	معامل ألفا (إناث)
المحور الأول: التأثير الإيجابي لبرنامج اليوتيوب على اتجاهات الطلاب.	٩	.93	.95
المحور الثاني: التأثير السلبي لبرنامج اليوتيوب على اتجاهات الطلاب.	١٢	.93	.97
الدرجة الكلية للاستمارة.	21	.92	.90

ويلاحظ في الجدول السابق أن قيمة معامل ألفا كرونباخ مرتفعة مما يدل على قبول درجة الثبات لجميع محاور البحث.

أساليب المعالجة الإحصائية:

بعد أن تم جمع البيانات تم إدخالها في الحاسوب ومعالجتها إحصائياً باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) (Statistical Package for Social Sciences)، حيث تم تفرغ استجابات أفراد عينة البحث، وتميزها من خلال تقدير الدرجات التالية لاستجابات الطلاب على درجة الموافقة لعبارات الاستبيان في المحورين الأول والثاني كما يلي:

- موافق تساوي (٣) درجات.
- محايد تساوي (٢) درجتان.
- معارض تساوي (١) درجة.

تم استخدام التكرارات والنسب المئوية لتحليل إجابات العينة على كل عبارة من عبارات الاستمارة، كما اعتمد البحث الحالي على المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، وتحليل التباين الأحادي (ANOVA)، لمقارنة العبارات ببعضها البعض، وكذلك تم الاستعانة بمعامل ألفا كرونباخ ومعاملات ارتباط

بيرسون للتأكد من صدق وثبات استمارة البحث المستخدمة، وبذلك تم تحليل وتفسير النتائج، وذلك على النحو التالي:

نتائج البحث وتفسيرها

للتأكد من تحقق هدف البحث الميداني والمتمثل في تعرف تأثير برنامج اليوتيوب YouTube على اتجاهات الطلاب في جامعة الكويت وإلى أي مدى يتناسب هذا الواقع مع المستهدف منه.

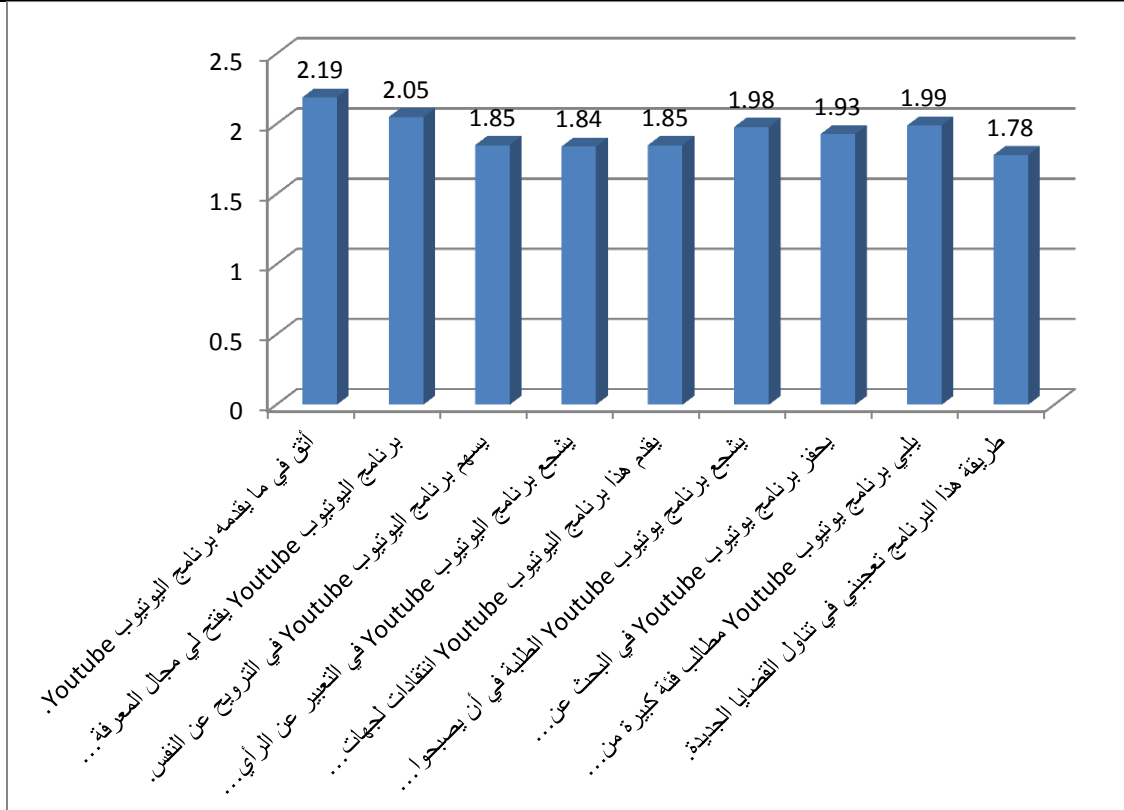
ويتناول البحث الحالي هنا نتائج البحث الميداني من خلال بيان ترتيب المحاور في ضوء الموافقة عليها من وجهة نظر أفراد عينة البحث، حيث يتم توضيح أعلى عبارة أخذت الترتيب الأول، وأقل عبارة أخذت الترتيب الأخير.

أولاً: واقع عبارات المحور الأول: التأثير الإيجابي لبرنامج اليوتيوب YouTube على اتجاهات الطلاب، ويبين الجدول والشكل التالي توزيع العينة وفقاً لآرائهم حول مدى تحقق عبارات المحور الأول كما يلي:

جدول (٤) توزيع العينة (إناث وذكر) وفقاً لآرائهم حول التأثير الإيجابي لبرنامج Youtube

م	العبارة	موافق	محايد	معارض	الاجمالي	الترتيب	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
١	أثقت في ما يقدمه برنامج اليوتيوب Youtube.	40.0%	39.0%	21.0%	١٠٠	١٠٠%	2.19	.76
٢	برنامج اليوتيوب Youtube يفتح لي مجال المعرفة بمستجدات القضايا المهمة في المجتمع الكويتي.	33.0%	39.0%	28.0%	١٠٠	١٠٠%	2.05	.78
٣	يسهم برنامج اليوتيوب Youtube في الترويج عن النفس.	33.0%	19.0%	48.0%	١٠٠	١٠٠%	1.85	.89
٤	يشجع برنامج اليوتيوب Youtube في التعبير عن الرأي دون قيود.	26.0%	32.0%	42.0%	١٠٠	١٠٠%	1.84	.81
٥	يقدم هذا برنامج اليوتيوب Youtube انتقادات لجهات معينة بكل حرية.	26.0%	33.0%	41.0%	١٠٠	١٠٠%	1.85	.81
٦	يشجع برنامج يوتيوب Youtube الطلبة	33.0%	32.0%	35.0%	١٠٠	١٠٠%	1.98	.83

										في أن يصبحوا بوردكاستور broadcaster	
٧	1.93		١٠٠%	١٠٠	47.0%	47	34.0%	34	19.0%	19	يحفز برنامج يوتيوب Youtube في البحث عن معلومات عن القضية المتناولة من مصادر أخرى
٨	1.99		١٠٠%	١٠٠	27.0%	27	47.0%	47	26.0%	26	يلبي برنامج يوتيوب Youtube مطالب فئة كبيرة من الشباب الجامعي.
٩	1.78		١٠٠%	١٠٠	41.0%	41	40.0%	40	19.0%	19	طريقة هذا البرنامج تعجبي في تناول القضايا الجديدة.



شكل (١) متوسطات عبارات المحور الأول لأفراد العينة (إناث، وذكر)

يتضح من الجدول والشكل السابق انخفاض مستوى الموافقة على غالبية عبارات المحور الأول حيث ترتفع نسبة المعارضة مقابل نسبة الموافقة لجميع العبارات باستثناء العبارة الأولى والتي حازت على اعلى نسبة موافقة مقارنة ببقية عبارات المحور، كما حازت العبارة الثالثة والثامنة والتاسعة على اعلى نسب للحيداء، وفي المقابل حازت العبارة السابعة والتاسعة على أقل نسبة موافقة مقارنة ببقية العبارات. وبالنظر لقيم

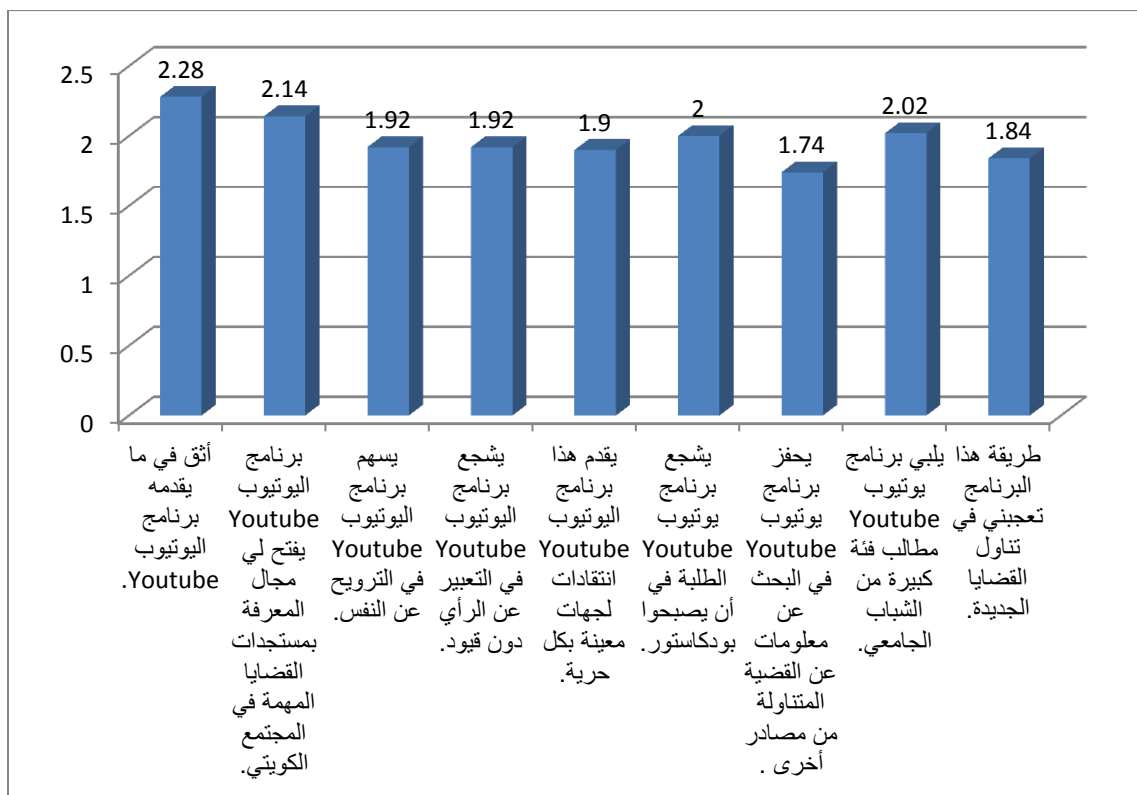
المتوسط يمكن ترتيب العبارات وفقا لمستوى الموافقة حيث تحتل العبارة الأولى المركز الأول كما ذكر انفا بينما حازت العبارة التاسعة على أدنى مستوى موافقة مما يعكس ارتفاع معارضة افراد العينة تجاه هذه العبارة مقارنة ببقية العبارات.

ولبحث أثر النوع على النتيجة السابقة، تمت دراسة اراء الطلاب تجاه عبارات المحور الأول لكل من الذكور والاناث كما يلي:

جدول (٥) توزيع العينة (ذكور) وفقا لارائهم حول التأثير الإيجابي لبرنامج Youtube

م	العبارة	موافق		محايد		معارض		الاجمالي		الترتيب	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
		21	42.0%	22	44.0%	7	14.0%	٥٠	١٠٠%			
١	أثق في ما يقدمه برنامج اليوتيوب.Youtube	21	42.0%	22	44.0%	7	14.0%	٥٠	١٠٠%	1	2.28	.70
٢	برنامج اليوتيوب Youtube يفتح لي مجال المعرفة بمستجدات القضايا المهمة في المجتمع الكويتي.	18	36.0%	21	42.0%	11	22.0%	٥٠	١٠٠%	2	2.14	.76
٣	يسهم برنامج اليوتيوب Youtube في الترويج عن النفس.	18	36.0%	10	20.0%	22	44.0%	٥٠	١٠٠%	5	1.92	.90
٤	يشجع برنامج اليوتيوب Youtube في التعبير عن الرأي دون قيود.	14	28.0%	18	36.0%	18	36.0%	٥٠	١٠٠%	6	1.92	.80
٥	يقدم هذا برنامج اليوتيوب Youtube انتقادات لجهات معينة بكل حرية.	14	28.0%	17	34.0%	19	38.0%	٥٠	١٠٠%	7	1.90	.81
٦	يشجع برنامج يوتيوب Youtube الطلبة في أن يصبحوا بوردكاستور broadcaster.	15	30.0%	20	40.0%	15	30.0%	٥٠	١٠٠%	4	2.00	.78
٧	يحفز برنامج يوتيوب Youtube في البحث عن معلومات عن القضية المتناولة من مصادر أخرى	9	18.0%	19	38.0%	22	44.0%	٥٠	١٠٠%	9	1.74	.75

٨	يلبي برنامج يوتيوب Youtube مطالب فئة كبيرة من الشباب الجامعي.	13	26.0%	25	50.0%	12	24.0%	٥٠	١٠٠%	3	2.02	.71
٩	طريقة هذا البرنامج تعجبني في تناول القضايا الجديدة.	9	18.0%	24	48.0%	17	34.0%	٥٠	١٠٠%	8	1.84	.71



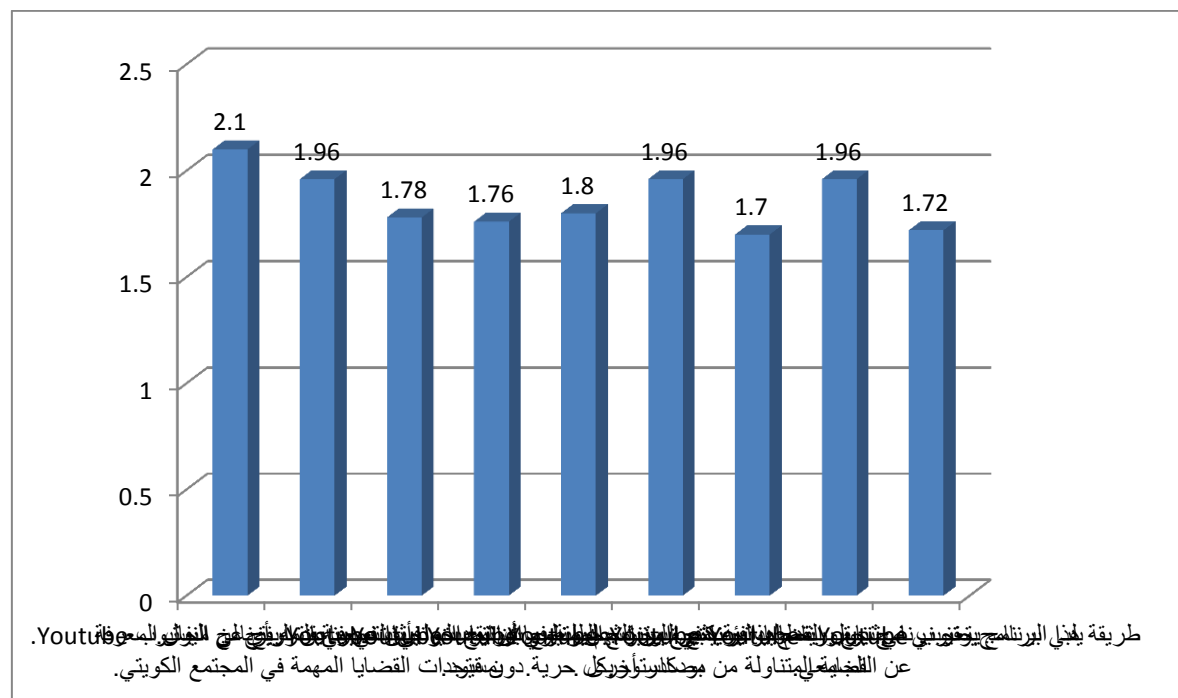
شكل (٢) متوسطات عبارات المحور الأول (ذكور) العينة

جدول (٦) توزيع العينة (إناث) وفقا لآرائهم حول التأثير الإيجابي لبرنامج يوتيوب Youtube

م	العبرة	موافق	محايد	معارض	الاجمالي	الترتيب	المتوسط	الانحراف المعياري
١	أثق في ما يقدمه برنامج يوتيوب Youtube	19	38.0%	17	34.0%	14	28.0%	٥٠
٢	برنامج يوتيوب يفتح لي مجال المعرفة بمستجدات القضايا المهمة في المجتمع الكويتي.	15	30.0%	18	36.0%	17	34.0%	٥٠
٣	يسهم برنامج يوتيوب Youtube في الترويج عن النفس.	15	30.0%	9	18.0%	26	52.0%	٥٠
٤	يشجع برنامج يوتيوب Youtube في التعبير عن الرأي دون قيود.	12	24.0%	14	28.0%	24	48.0%	٥٠
٥	يقدم هذا برنامج يوتيوب Youtube انتقادات لجهات معينة بكل حرية.	12	24.0%	16	32.0%	22	44.0%	٥٠

تكملة جدول (٦)

٦	يشجع برنامج يوتيوب Youtube الطلبة في أن يصبحوا بوردكاستور broadcaster .	18	36.0%	12	24.0%	20	40.0%	٥٠	١٠٠%	3	1.96	.88
٧	يحفز برنامج يوتيوب Youtube في البحث عن معلومات عن القضية المتناولة من مصادر أخرى.	10	20.0%	15	30.0%	25	50.0%	٥٠	١٠٠%	9	1.70	.79
٨	يلبي برنامج يوتيوب Youtube مطالب فئة كبيرة من الشباب الجامعي.	13	26.0%	22	44.0%	15	30.0%	٥٠	١٠٠%	4	1.96	.75
٩	طريقة هذا البرنامج تعجبني في تناول القضايا الجديدة.	10	20.0%	16	32.0%	24	48.0%	٥٠	١٠٠%	8	1.72	.78



شكل (٣) متوسطات عبارات المحور الأول (لإناث) العينة

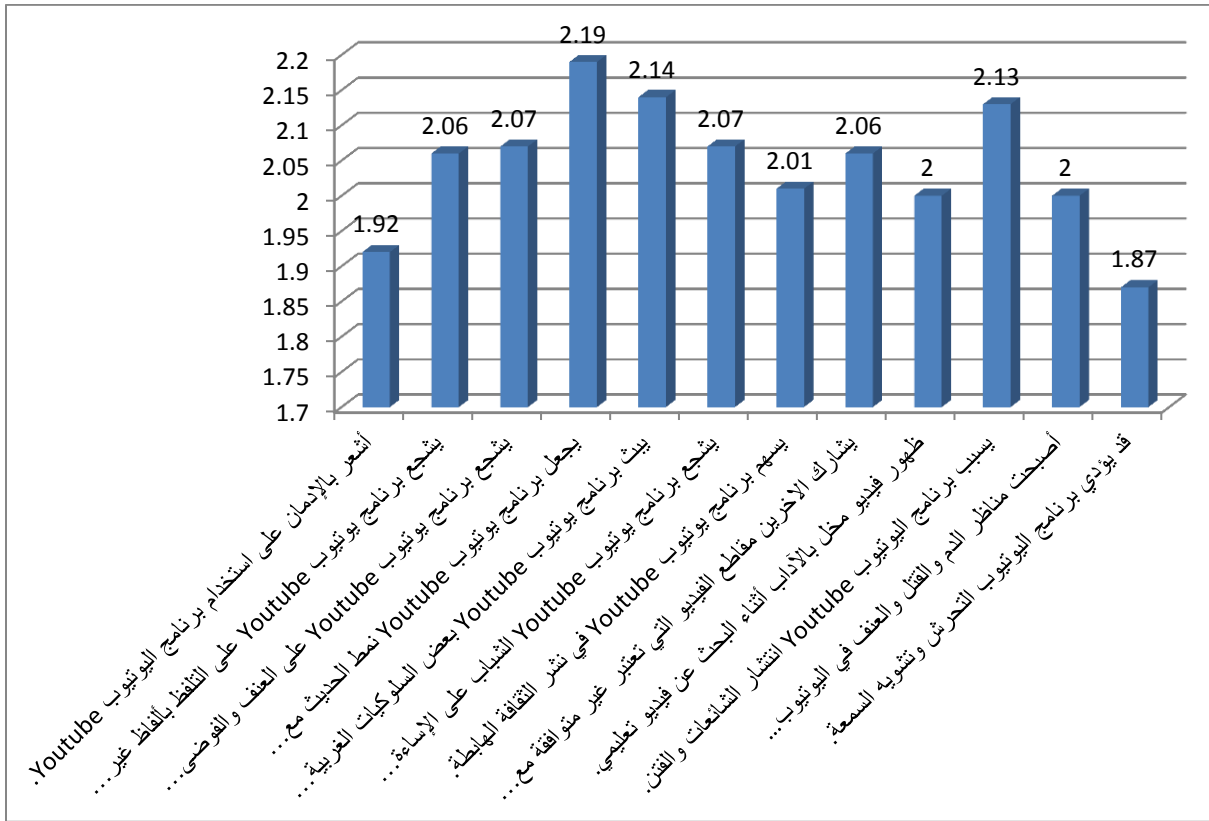
يتبين من الجدولين السابقين (٥) و(٦) تشابه نمط اتجاهات ذكور وإناث العينة تجاه المحور الأول، حيث كانت السمة الغالبة لجميع العبارات انخفاض مستوى الموافقة مقابل مستوى المعارضة أو الحياد

باستثناء العبارة الأولى، وإن كان يتبين، وفقا لقيم المتوسطات الحسابية، أن إناث العينة أكثر ميلا للمعارضة مقابل ذكور العينة.

ثانياً: واقع عبارات المحور الثاني: التأثير السلبي لبرنامج اليوتيوب YouTube على اتجاهات الطلاب، ويبين الجدول والشكل التالي توزيع العينة وفقا لآرائهم حول مدى تحقق عبارات المحور الثاني كما يلي:

جدول (٧) توزيع العينة (إناث وذكور) وفقا لآرائهم حول التأثير السلبي لبرنامج Youtube

م	العبارة	ضعيفة		متوسطة		قوية		الاجمالي		الترتيب	المتوسط	الانحراف المعياري
		%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد			
1	أشعر بالإدمان على استخدام برنامج اليوتيوب Youtube .	26.0%	26	40.0%	40	34.0%	34	100%	100	11	1.92	.77
2	يشجع برنامج يوتيوب Youtube على التلطف بألفاظ غير مهذبة.	19.0%	19	68.0%	68	13.0%	13	100%	100	6	2.06	.57
3	يشجع برنامج يوتيوب Youtube على العنف والفوضى في المجتمع	26.0%	26	55.0%	55	19.0%	19	100%	100	4	2.07	.67
4	يجعل برنامج يوتيوب Youtube نمط الحديث مع الآخرين أكثر سلبية.	26.0%	26	67.0%	67	7.0%	7	100%	100	1	2.19	.54
5	يبث برنامج يوتيوب Youtube بعض السلوكيات الغربية التي تؤثر على سلوك الطلاب.	33.0%	33	48.0%	48	19.0%	19	100%	100	2	2.14	.71
6	يشجع برنامج يوتيوب Youtube الشباب على الإساءة لبعض الشخصيات المهمة في المجتمع الكويتي.	27.0%	27	53.0%	53	20.0%	20	100%	100	5	2.07	.69
7	يسهم برنامج يوتيوب Youtube في نشر الثقافة الهابطة.	27.0%	27	47.0%	47	26.0%	26	100%	100	8	2.01	.73
8	يشارك الاخرين مقاطع الفيديو التي تعتبر غير متوافقة مع عادات وتقاليد المجتمع الكويتي	27.0%	27	52.0%	52	21.0%	21	100%	100	7	2.06	.69
9	ظهور فيديو مخل بالأداب أثناء البحث عن فيديو تعليمي.	27.0%	27	46.0%	46	27.0%	27	100%	100	9	2.00	.74
10	يسبب برنامج اليوتيوب Youtube انتشار الشائعات والفتن.	27.0%	27	59.0%	59	14.0%	14	100%	100	3	2.13	.63
11	أصبحت مناظر الدم والقتل والعنف في اليوتيوب Youtube مادة شيقة تجذب المشاهدين.	27.0%	27	46.0%	46	27.0%	27	100%	100	10	2.00	.74
12	قد يؤدي برنامج اليوتيوب التحرش وتشويه السمعة.	27.0%	27	33.0%	33	40.0%	40	100%	100	12	1.87	.81



شكل (٤) متوسطات عبارات المحور الثاني لأفراد العينة (إناث وذكور)

يوضح الجدول والشكل السابق تمرکز اراء العينة حول درجة الحياد لغالبية العبارات حيث تتراوح قيم المتوسطات حول القيمة (٢) وهي درجة المحايد بالاستبانة، كما يلاحظ ان العبارة الخامسة حازت على اعلى نسبة موافقة مقارنة ببقية عبارات المحور، وكذلك حازت العبارات رقم (٢)، (٤) على اعلى النسب في الحياد، وفي المقابل حازت العبارة الثانية عشر اعلى نسبة في المعارضة، وبالنظر لقيم المتوسطات الحسابية يتبين ان اعلى مستوى موافقة كان للعبارة الرابعة بينما اخذت العبارة الثانية عشر اقل نسبة موافقة في عبارات المحور. وللتحقق من تأثير نوع المفردة على النتائج السابقة تم قياس اراء الطلاب تجاه عبارات المحور الثاني لكل من (ذكور وإناث) العينة كما يلي:

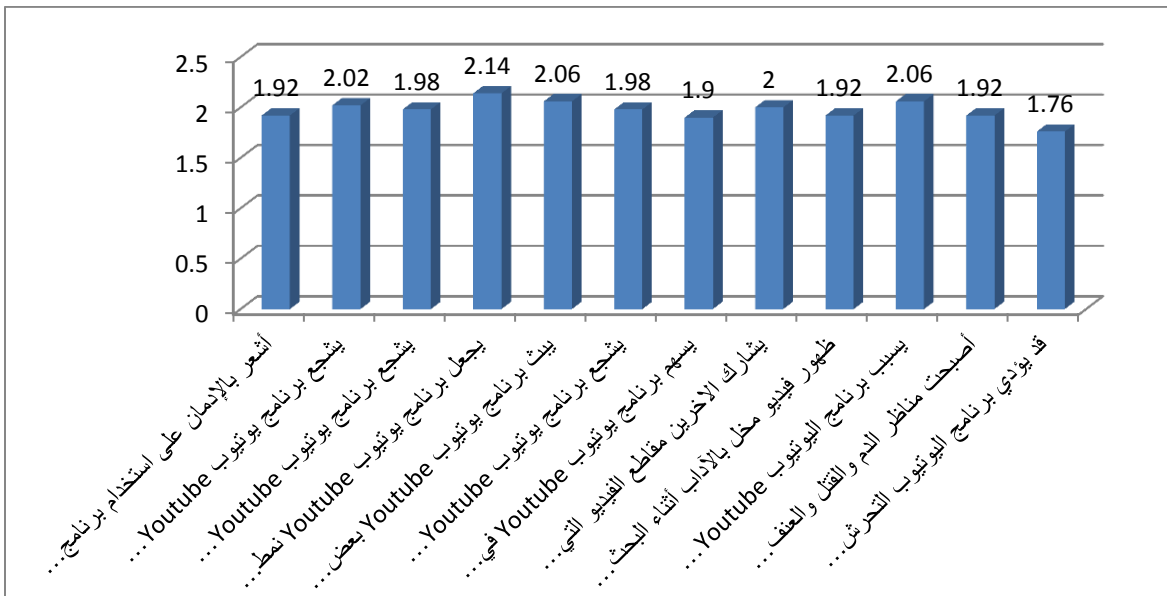
جدول (٨) توزيع العينة (ذكور) وفقا لارائهم حول التأثير السلبي لبرنامج Youtube

م	العبرة	ضعيفة	متوسطة	قوية	الاجمالي	الترتيب	المتوسط	الانحراف المعياري
1	أشعر بالإدمان على استخدام برنامج اليوتيوب	15	24	11	٥٠	1	1.92	0.72
2	يشجع برنامج يوتيوب على التلطف بألفاظ غير مهذبة	7	35	8	٥٠	5	2.02	0.55

تكملة جدول (٨)

3	يشجع برنامج يوتيوب على العنف والفوضى في المجتمع	11	29	10	٥٠	7	1.98	0.65
---	---	----	----	----	----	---	------	------

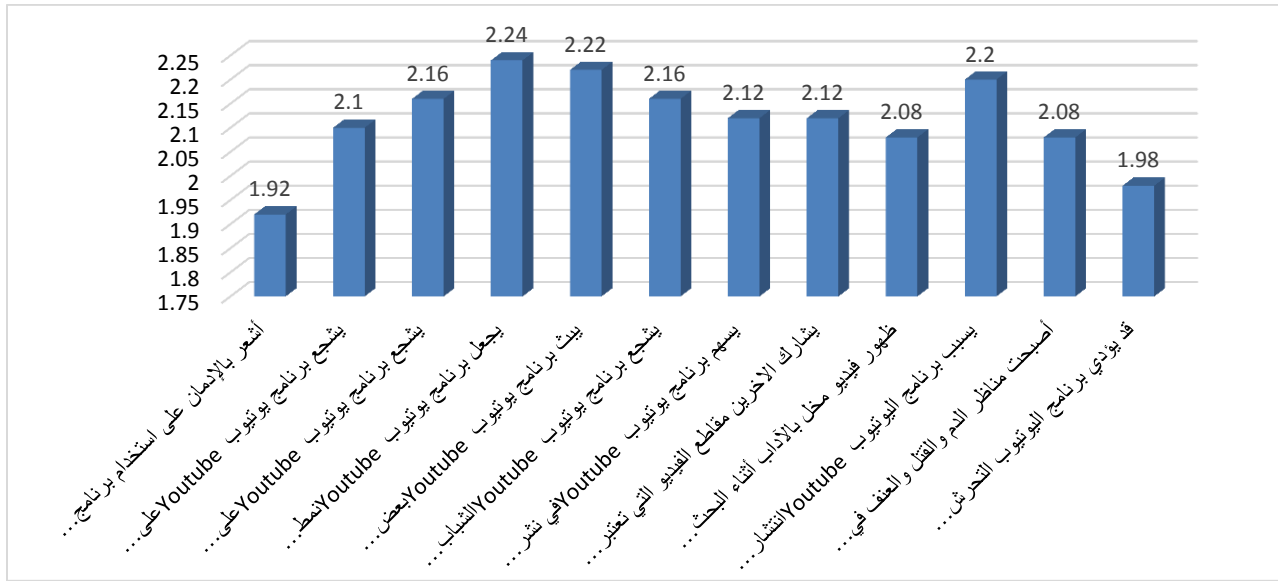
0.50	2.14	2	100%	50	20.0%	10	74.0%	37	6.0%	3	يجعل برنامج يوتيوب Youtube نمط الحديث مع الآخرين أكثر سلبية.	4
0.71	2.06	3	100%	50	28.0%	14	50.0%	25	22.0%	11	يبث برنامج يوتيوب Youtube بعض السلوكيات الغربية التي تؤثر على سلوك الطلاب.	5
0.65	1.98	8	100%	50	20.0%	10	58.0%	29	22.0%	11	يشجع برنامج يوتيوب Youtube الشباب على الإساءة لبعض الشخصيات المهمة في مجتمع الكويت.	6
0.71	1.90	11	100%	50	20.0%	10	50.0%	25	30.0%	15	يسهم برنامج يوتيوب Youtube في نشر الثقافة الهابطة.	7
0.64	2.00	6	100%	50	20.0%	10	60.0%	30	20.0%	10	يشارك الاخرين مقاطع الفيديو التي تعتبر غير متوافقة مع عادات وتقاليد المجتمع الكويتي	8
0.70	1.92	9	100%	50	20.0%	10	52.0%	26	28.0%	14	ظهور فيديو مخل بالأداب أثناء البحث عن فيديو تعليمي.	9
0.59	2.06	4	100%	50	20.0%	10	66.0%	33	14.0%	7	يسبب برنامج اليوتيوب انتشار الشائعات والفن	10
0.70	1.92	10	100%	50	20.0%	10	52.0%	26	28.0%	14	أصبحت مناظر الدم والقتل والعنف في اليوتيوب مادة شيقة تجذب المشاهدين.	11
0.77	1.76	12	100%	50	20.0%	10	36.0%	18	44.0%	22	قد يؤدي برنامج اليوتيوب التحرش وتشويه السمعة.	12



شكل (٥) متوسطات عبارات المحور الثاني (الذكور) العينة

جدول (٩) توزيع العينة (إناث) وفقا لآرائهم حول التأثير السلبي لبرنامج Youtube

م	العبرة	ضعيفة	متوسطة	قوية	الاجمالي	الترتيب	المتوسط	الانحراف المعياري
1	أشعر بالإدمان على استخدام برنامج اليوتيوب Youtube .	38.0%	32.0%	30.0%	٥٠	1	1.92	0.83
2	يشجع برنامج يوتيوب Youtube على التلطف بألفاظ غير مهذبة.	12.0%	66.0%	22.0%	٥٠	9	2.10	0.58
3	يشجع برنامج يوتيوب Youtube على العنف والفوضى في المجتمع	16.0%	52.0%	32.0%	٥٠	5	2.16	0.68
4	يجعل برنامج يوتيوب Youtube نمط الحديث مع الآخرين أكثر سلبية.	8.0%	60.0%	32.0%	٥٠	2	2.24	0.59
5	يبث برنامج يوتيوب Youtube بعض السلوكيات الغربية التي تؤثر على سلوك الطلاب.	16.0%	46.0%	38.0%	٥٠	3	2.22	0.71
6	يشجع برنامج يوتيوب Youtube الشباب على الإساءة لبعض الشخصيات المهمة في المجتمع الكويتي.	18.0%	48.0%	34.0%	٥٠	6	2.16	0.71
7	يسهم برنامج يوتيوب Youtube في نشر الثقافة الهابطة.	22.0%	44.0%	34.0%	٥٠	7	2.12	0.75
8	يشارك الاخرين مقاطع الفيديو التي تعتبر غير متوافقة مع عادات وتقاليد المجتمع الكويتي	22.0%	44.0%	34.0%	٥٠	8	2.12	0.75
9	ظهور فيديو مغل بالأداب أثناء البحث عن فيديو تعليمي.	26.0%	40.0%	34.0%	٥٠	10	2.08	0.78
10	يسبب برنامج اليوتيوب Youtube انتشار الشائعات والفتن.	14.0%	52.0%	34.0%	٥٠	4	2.20	0.67
11	أصبحت مناظر الدم والقتل والعنف في اليوتيوب Youtube مادة شيقة تجذب المشاهدين.	26.0%	40.0%	34.0%	٥٠	11	2.08	0.78
12	قد يؤدي برنامج اليوتيوب التحرش وتشويه السمعة.	36.0%	30.0%	34.0%	٥٠	12	1.98	0.84



شكل (٦) متوسطات عبارات المحور الثاني (إناث) العينة

يتبين من الجدولين السابقين وجود فارق طفيف بين آراء الذكور والإناث حول التأثير السلبي لبرنامج اليوتيوب Youtube حيث تقترب غالبية متوسطات عبارات الإناث من مستوى الحياد، الدرجة (٢)، بينما تقترب غالبية متوسطات الذكور من مستوى المعارضة، الدرجة (١)، مما يشير إلى أن ذكور العينة أقل تقبلاً للتأثير السلبي لبرنامج اليوتيوب Youtube مقارنة بالإناث، وهذا يتفق مع النتيجة السابقة في أن الإناث أكثر معارضة للتأثير الإيجابي لبرنامج اليوتيوب Youtube مقارنة بالذكور.

ولمزيد من التفصيل تم استخدام اختبارات للعينات المستقلة لدراسة أثر النوع على الدرجة الكلية للمحور الأول والثاني كما يلي:

جدول (١٠) اختبارات للعينات المستقلة بين متوسطات آراء الذكور والإناث في المحورين الأول والثاني

المحور	العينة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الفرق بين المتوسطين	قيمة (ت) المحسوبة	مستوى الدلالة
التأثير الإيجابي لبرنامج اليوتيوب Youtube	ذكور	٥٠	17.94	5.84	.96	.78	.44
	إناث	٥٠	16.98	6.48			
التأثير السلبي لبرنامج اليوتيوب Youtube	ذكور	٥٠	17.92	4.81	-1.20	-1.16	.25
	إناث	٥٠	19.12	5.51			

• الفرق بين المتوسطين = متوسط الذكور - متوسط الإناث

يشير الجدول السابق إلى عدم وجود فروق دالة بين درجات الذكور والإناث في المحور الأول والثاني للاستبانة مما يشير إلى عدم وجود تأثير حقيقي للنوع على آراء مفردات عينة الدراسة.

ثالثاً: واقع عبارات المحور الثالث: دوافع الطلبة لمشاهدة برنامج اليوتيوب Youtube، ويبين الجدول والشكل التالي توزيع العينة وفقاً لآرائهم حول مدى تحقق عبارات المحور الثالث كما يلي:

١- وجود قناة على موقع اليوتيوب

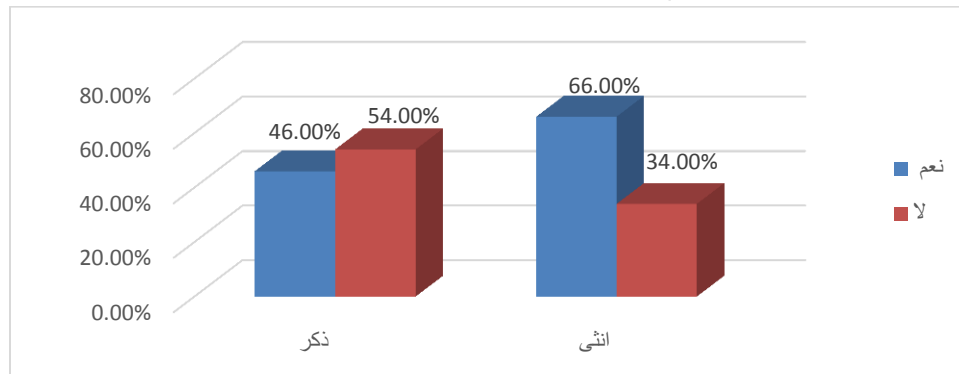
يبين الجدول والشكل التالي توزيع عينة البحث وفقاً لامتلاكهم قناة على موقع اليوتيوب لكل من الذكور

والإناث:

جدول (١١) توزيع عينة الدراسة وفقاً لامتلاكهم قناة على موقع اليوتيوب Youtube لكل من الذكور والإناث

مستوى الدلالة	إحصاء ك ^٢	النوع						امتلاك قناة
		الاجمالي		أنثى		ذكر		
		%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	
.04	*4.05	56.0%	56	46.0%	23	66.0%	33	نعم
		44.0%	44	54.0%	27	34.0%	17	لا
		100.0%	100	100.0%	50	100.0%	50	Total

• * دال عند مستوى خطأ مسموح به 0.05.



شكل (٧) توزيع عينة البحث وفقاً لامتلاكهم قناة على موقع اليوتيوب لكل من الذكور والإناث

يشير الجدول والشكل السابق إلى تفوق ذكور العينة على الإناث في امتلاك قناة على موقع اليوتيوب، حيث بلغت نسبة الذكور ذوي قناة على موقع اليوتيوب (66.0%) مقارنةً بنسبة (46.0%) الإناث، ويشير مستوى الدلالة إلى أن هذا الفارق دال عند مستوى خطأ مسموح به (0.05).

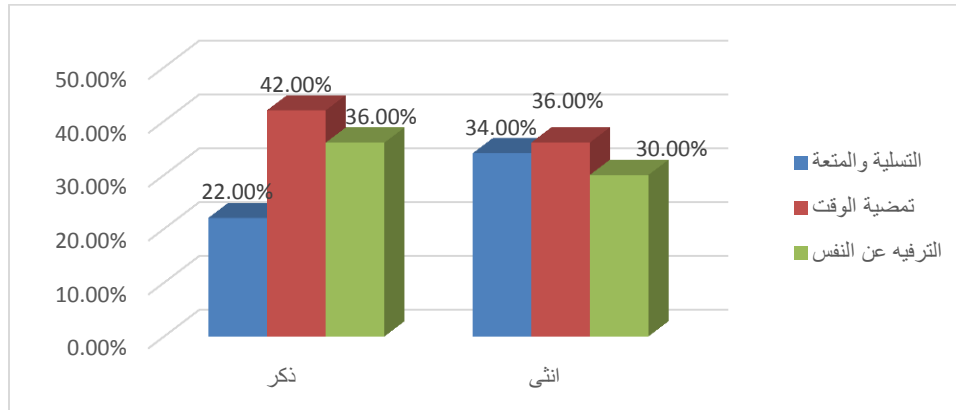
٢- الدوافع النفسية لمشاهدتك لبرنامج اليوتيوب Youtube

يبين الجدول والشكل التالي توزيع عينة الدراسة وفقاً لدوافعهم النفسية لمشاهدة برنامج اليوتيوب

Youtube لكل من الذكور والإناث:

جدول (١٢) الدوافع النفسية لمشاهدة لبرنامج اليوتيوب Youtube لكل من الذكور و الاناث

مستوى الدلالة	إحصاء كا ^٢	النوع						العبرة
		الإجمالي		أنثى		ذكر		
		%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	
.4	1.7	28.0%	28	34.0%	17	22.0%	11	الدوافع التسلية والمتعة
		39.0%	39	36.0%	18	42.0%	21	النفسية
		33.0%	33	30.0%	15	36.0%	18	لمشاهدتك
		100.0%	100	100.0%	50	100.0%	50	لبرنامج اليوتيوب



شكل (٨) الدوافع النفسية لمشاهدة لبرنامج اليوتيوب Youtube لكل من الذكور و الاناث

يشير الجدول والشكل السابق إلى ان أكثر من ثلث العينة يستخدم برنامج اليوتيوب Youtube لتمضية الوقت أو الترفيه عن النفس، وذلك لكل من الذكور والاناث حيث لم يثبت وجود فارق دال بينهم.

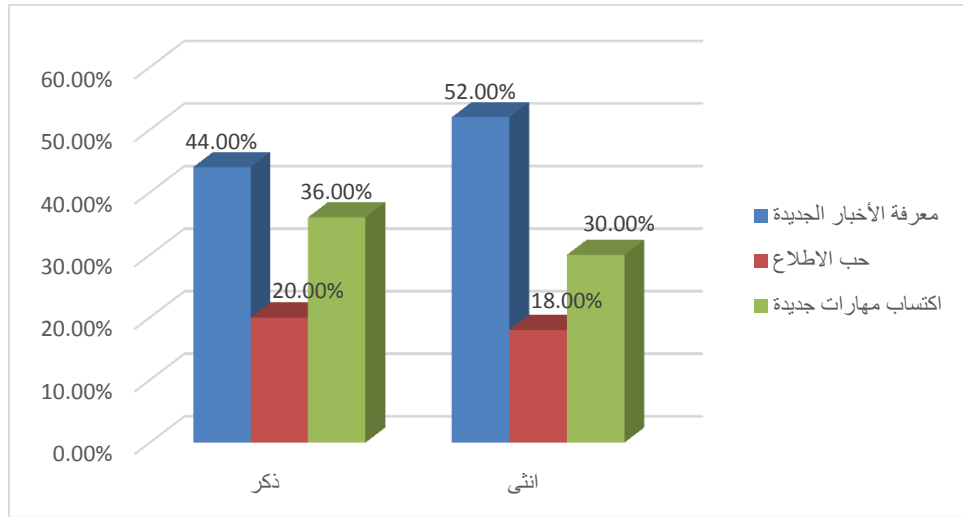
٣- الدوافع المعرفية لمشاهدة برنامج اليوتيوب Youtube

يبين الجدول والشكل التالي توزيع عينة الدراسة وفقا لدوافعهم المعرفية لمشاهدة برنامج اليوتيوب

Youtube لكل من الذكور والإناث:

جدول (١٣) الدوافع المعرفية لمشاهدة لبرنامج اليوتيوب Youtube لكل من الذكور و الاناث

مستوى الدلالة	إحصاء كا ^٢	النوع						العبرة
		الإجمالي		أنثى		ذكر		
		%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	
.71	.60	48.0%	48	52.0%	26	44.0%	22	الدوافع المعرفية
		19.0%	19	18.0%	9	20.0%	10	لمشاهدتك لبرنامج اليوتيوب
		33.0%	33	30.0%	15	36.0%	18	معرفة الأخبار الجديدة
		100.0%	100	100.0%	50	100.0%	50	حب الاطلاع
								اكتساب مهارات جديدة
								الإجمالي



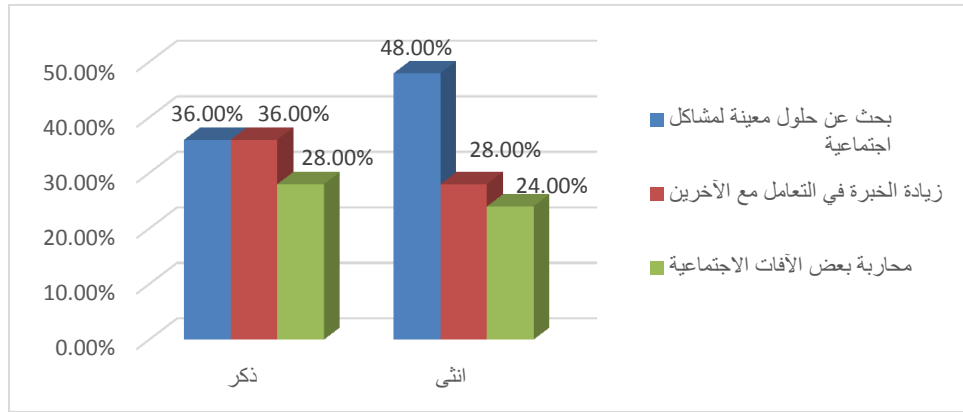
شكل (٩) الدوافع المعرفية لمشاهدة لبرنامج اليوتيوب Youtube لكل من الذكور و الاناث يشير الجدول والشكل السابق إلى ان أكثر من (40%) من العينة يستخدم برنامج اليوتيوب Youtube لمعرفة الأخبار الجديدة، وذلك لكل من الذكور والاناث حيث لم يثبت وجود فارق دال بينهم.

٤- الدوافع الاجتماعية لمشاهدة برنامج اليوتيوب Youtube

يبين الجدول والشكل التالي توزيع عينة الدراسة وفقا لدوافعهم الاجتماعية لمشاهدة برنامج اليوتيوب Youtube لكل من الذكور والاناث.

جدول (١٤) الدوافع الاجتماعية لمشاهدة لبرنامج اليوتيوب Youtube لكل من الذكور والاناث

مستوى الدلالة	إحصاء ك٢١	النوع						العبارة
		الإجمالي		أنثى		ذكر		
		%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	
.40	١.٥	42.00%	42	48.00%	24	36.00%	18	الدوافع الاجتماعية لمشاهدتك لبرنامج اليوتيوب
		32.00%	32	28.00%	14	36.00%	18	بحث عن حلول معينة لمشاكل اجتماعية
		26.00%	26	24.00%	12	28.00%	14	زيادة الخبرة في التعامل مع الآخرين
		100.00%	100	100.00%	50	100.00%	50	محاربة بعض الآفات الاجتماعية الإجمالي



شكل (١٠) الدوافع الاجتماعية لمشاهدة لبرنامج اليوتيوب Youtube لكل من (الذكور والاناث)

يشير الجدول والشكل السابق إلى ان أكثر سبب اجتماعي لمشاهدة برنامج اليوتيوب Youtube هو البحث عن حلول معينة لمشاكل اجتماعية بنسبة (٣٦%) للذكور و(٤٨%) للإناث، وذلك لكل من الذكور والاناث حيث لم يثبت وجود فارق دال بينهم.

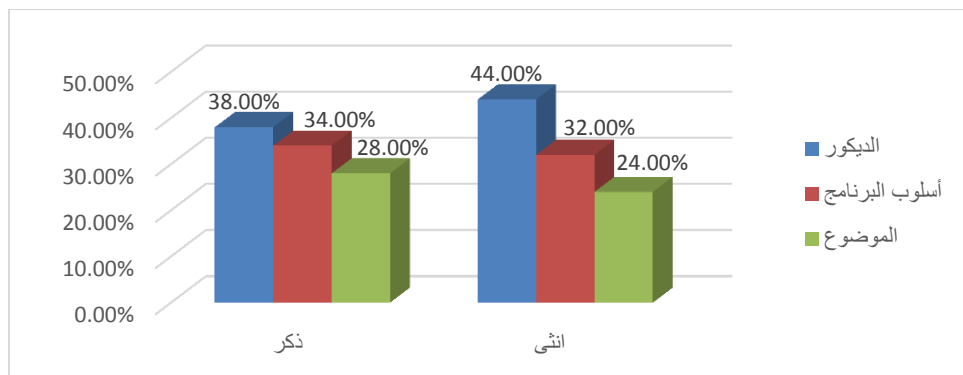
٥- الأسباب الجاذبة لمتابعة برنامج اليوتيوب Youtube

يبين الجدول والشكل التالي توزيع عينة الدراسة وفقا لأهم الأسباب الجاذبة لهم لمتابعة برنامج اليوتيوب

لكل من الذكور والاناث

جدول (١٥) الأسباب الجاذبة لمتابعة برنامج اليوتيوب Youtube لكل من الذكور والاناث

مستوى الدلالة	إحصاء ك٢	النوع						العبارة
		الإجمالي		أنثى		ذكر		
		%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	
.8	.4	41.0%	41	44.0%	22	38.0%	19	الأسباب الجاذبة
		33.0%	33	32.0%	16	34.0%	17	لمتابعة برنامج اليوتيوب
		26.0%	26	24.0%	12	28.0%	14	أسلوب البرنامج
		100.0%	100	100.0%	50	100.0%	50	الموضوع الإجمالي



شكل (١١) الأسباب الجاذبة لمتابعة برنامج اليوتيوب Youtube لكل من الذكور والاناث

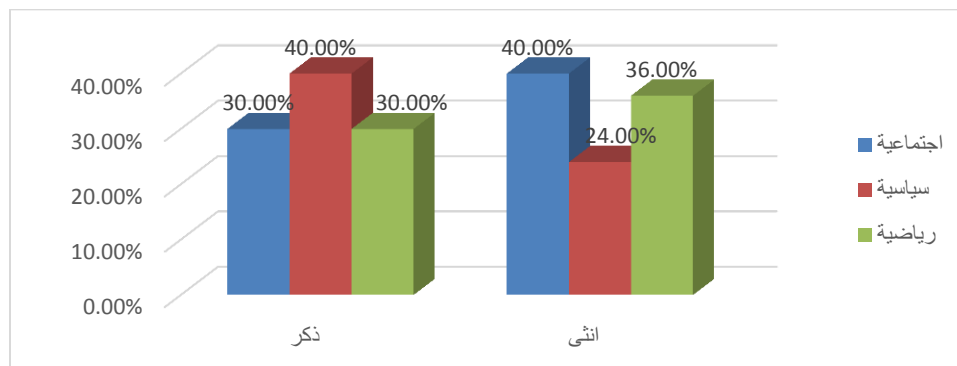
يشير الجدول والشكل السابق إلى أن الديكور وأسلوب البرنامج من أهم الأسباب الجاذبة لكلا من الذكور والإناث لمتابعة برنامج اليوتيوب دون وجود فروق دالة بين الذكور والإناث، وإن كان الإناث أكثر اهتماماً، بفارق غير دال، بالديكور مقارنة بالذكور.

٦- طبيعة المواضيع محل الاهتمام في برنامج اليوتيوب Youtube

يبين الجدول والشكل التالي توزيع عينة الدراسة وفقاً لطبيعة المواضيع محل الاهتمام في برنامج اليوتيوب لكل من الذكور والإناث:

جدول (١٦) طبيعة المواضيع محل الاهتمام في برنامج اليوتيوب Youtube لكل من الذكور والإناث

مستوى الدلالة	إحصاء كـ٢	النوع						العبارة
		الإجمالي		أنثى		ذكر		
		%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	
.2	٢.٩	35.00%	35	40.00%	20	30.00%	15	طبيعة اجتماعية
		32.00%	32	24.00%	12	40.00%	20	المواضيع سياسية
		33.00%	33	36.00%	18	30.00%	15	محل رياضية
		100.00%	100	100.00%	50	100.00%	50	الاهتمام الإجمالي في برنامج اليوتيوب



شكل (١٢) طبيعة المواضيع محل الاهتمام في برنامج اليوتيوب Youtube لكل من الذكور والإناث

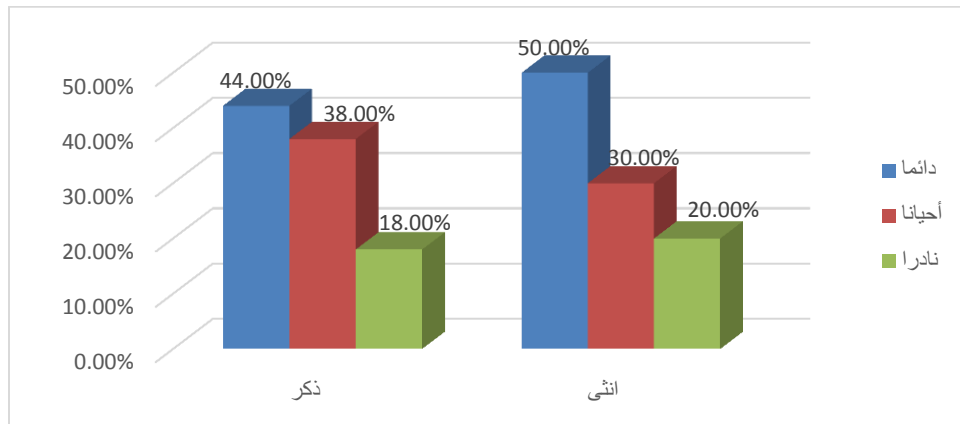
يوضح الجدول والشكل السابق إلى أن الموضوعات السياسية جاءت بنسبة أعلى نسبياً للذكور العينة من بقية الموضوعات المطروحة على اليوتيوب Youtube، بينما جاءت الموضوعات الاجتماعية في رأس قائمة الموضوعات المطروحة للإناث، إلا أنه وفقاً لاختبار كـ٢، لا يثبت وجود اختلاف دال بين الذكور والإناث في طبيعة المواضيع محل الاهتمام في برنامج اليوتيوب.

٧- مدى مساعدة برنامج اليوتيوب Youtube في معرفة ما يجري من أحداث وطنية

يبين الجدول والشكل التالي توزيع عينة الدراسة وفقاً لآرائهم حول مدى مساعدة برنامج اليوتيوب Youtube في معرفة ما يجري من أحداث وطنية لكل من الذكور والإناث.

جدول (١٧) مدى مساعدة برنامج اليوتيوب Youtube في معرفة ما يجري من أحداث وطنية لكل من الذكور والإناث

مستوى الدلالة	إحصاء ٢١٤	النوع						العبرة
		الإجمالي		أنثى		ذكر		
		%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	
.7	.7	47.0%	47	50.0%	25	44.0%	22	مدى دائما
		34.0%	34	30.0%	15	38.0%	19	مساعدة أحيانا
		19.0%	19	20.0%	10	18.0%	9	برنامج نادرا
		100.0%	100	100.0%	50	100.0%	50	اليوتيوب الإجمالي Youtube في معرفة ما يجري من أحداث وطنية



شكل (١٣) مدى مساعدة برنامج اليوتيوب Youtube في معرفة ما يجري من أحداث وطنية لكل من الذكور والإناث

يشير الجدول والشكل السابق إلى قدرة برنامج اليوتيوب Youtube على المساعدة في معرفة ما يجري من أحداث وطنية، حيث جاءت نسبة الموافقة على درجة دائما في المرتبة الأعلى لكل من الذكور والإناث بنسبة (44.0%) للذكور و(50.0%) للإناث، مما يعكس تأثير برنامج اليوتيوب على الجنسين في متابعة الأحداث وطنية.

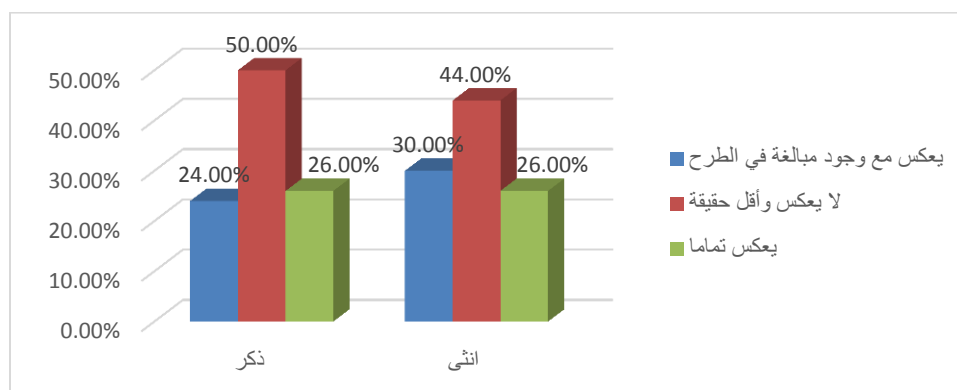
٨- درجة انعكاس واقع القضايا المعاشة في برنامج اليوتيوب Youtube

يبين الجدول والشكل التالي توزيع عينة الدراسة وفقا لآرائهم حول درجة انعكاس واقع القضايا المعاشة

في برنامج اليوتيوب Youtube لكل من الذكور والإناث

جدول (١٨) درجة انعكاس واقع القضايا المعاشة في برنامج اليوتيوب Youtube لكل من الذكور والإناث

مستوى الدلالة	إحصاء ٢١٤	النوع						العبرة
		الإجمالي		أنثى		ذكر		
		%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	
.7	.5	27.0%	27	30.0%	15	24.0%	12	درجة انعكاس واقع القضايا المعاشة في برنامج اليوتيوب يعكس مع وجود مبالغة في الطرح لا يعكس وأقل حقيقة يعكس تماما الإجمالي
		47.0%	47	44.0%	22	50.0%	25	
		26.0%	26	26.0%	13	26.0%	13	
		100.0%	100	100.0%	50	100.0%	50	



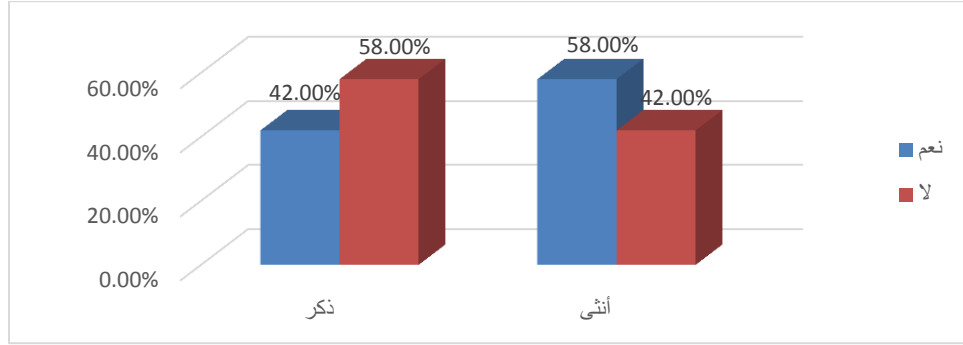
شكل (١٤) درجة انعكاس واقع القضايا المعاشة في برنامج اليوتيوب Youtube لكل من الذكور والإناث يشير الجدول والشكل السابق إلى اتفاق ذكور وإناث العينة بنسب متقاربة على عدم قدرة اليوتيوب على توضيح واقع القضايا المعاشة، حيث جاءت بلغت نسبة من يأييد قدرة اليوتيوب على عكس واقع القضايا المعاشة تماما (٢٦.٠%) لكلا من الذكور والإناث على حد سواء.

٩- مدى مساهمة برنامج اليوتيوب Youtube في التوعية بقضايا المجتمع

يبين الجدول والشكل التالي توزيع عينة الدراسة وفقا لآرائهم حول مدى مساهمة برنامج اليوتيوب Youtube في التوعية بقضايا المجتمع لكل من الذكور والإناث.

جدول (١٩) درجة انعكاس واقع القضايا المعاشة في برنامج اليوتيوب Youtube لكل من الذكور والإناث

مستوى الدلالة	إحصاء ٢١٤	النوع						العبرة
		الإجمالي		أنثى		ذكر		
		%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	
.١	2,5	50.0%	50	58.0%	29	42.0%	21	مدى مساهمة برنامج اليوتيوب في Youtube التوعية بقضايا المجتمع
		50.0%	50	42.0%	21	58.0%	29	
		100.0%	100	100.0%	50	100.0%	50	



شكل (١٥) درجة انعكاس واقع القضايا المعاشية في برنامج اليوتيوب Youtube لكل من الذكور والإناث يشير الجدول والشكل السابق إلى عدم وجود رأي متفق عليه حول مساهمة برنامج اليوتيوب في Youtube في التوعية بقضايا المجتمع، إذ أنه ما يقارب من نصف العينة يؤيد دور اليوتيوب في التوعية بقضايا المجتمع بينما يعارض ذلك النصف الآخر من العينة.

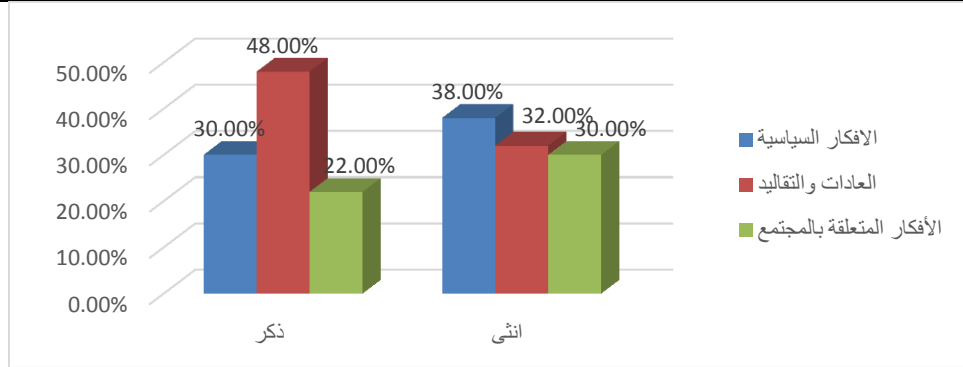
١٠- مدى قدرة برنامج اليوتيوب Youtube على تغيير الأفكار والعادات والتقاليد

يبين الجدول والشكل التالي توزيع عينة البحث وفقا لرايهم حول مدى قدرة برنامج اليوتيوب

Youtube على تغيير الأفكار والعادات والتقاليد لكل من الذكور والإناث:

جدول (٢٠) مدى قدرة برنامج اليوتيوب Youtube على تغيير الأفكار والعادات والتقاليد

مستوى الدلالة	إحصاء ك٢	النوع						العبارة	
		الإجمالي		أنثى		ذكر			
		%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار		
.2	2.6	34.0%	34	38.0%	19	30.0%	15	مدى قدرة برنامج اليوتيوب على تغيير الأفكار والعادات والتقاليد	
		40.0%	40	32.0%	16	48.0%	24		
		26.0%	26	30.0%	15	22.0%	11		
		100.0%	100	100.0%	50	100.0%	50		



شكل (١٦) مدى قدرة برنامج اليوتيوب Youtube على تغيير الأفكار والعادات والتقاليد

يشير الجدول والشكل السابق إلى أن العادات والتقاليد هي الأكثر عرضة للتغير بسبب اليوتيوب مقارنة بالأفكار السياسية أو تلك المتعلقة بالمجتمع، حيث أيد هذا الرأي (٤٨%) من الذكور و(٣٢%) من الإناث، وإن كان بشكل عام لا تؤيد العينة قدرة اليوتيوب على تغيير الأفكار والمعتقدات نظرا لانخفاض نسب المؤيدين لذلك.

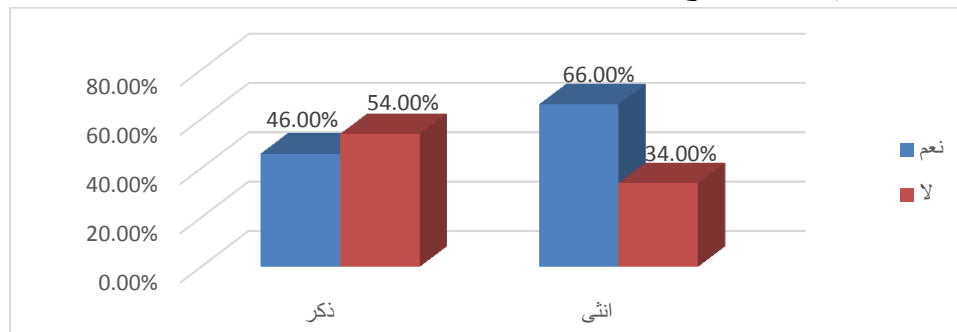
١١- مدى قدرة برنامج اليوتيوب Youtube على تقديم حلول واقتراحات لحل بعض المشاكل

يبين الجدول والشكل التالي توزيع عينة الدراسة وفقا لآرائهم حول مدى قدرة برنامج اليوتيوب على تقديم حلول واقتراحات لحل بعض المشاكل لكل من الذكور والإناث.

جدول (٢١) مدى قدرة برنامج اليوتيوب Youtube على تقديم حلول واقتراحات لحل بعض المشاكل لكل من الذكور والإناث

مستوى الدلالة	إحصاء ك٢	النوع						العبرة
		الإجمالي		أنثى		ذكر		
		%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	
.04 *	4.05	56.0%	56	66.0%	33	46.0%	23	مدى قدرة
		44.0%	44	34.0%	17	54.0%	27	برنامج اليوتيوب
		100.0%	100	100.0%	50	100.0%	50	على Youtube الإجمالي تقديم حلول واقتراحات لحل بعض المشاكل

* دال عند حجم خطأ مسموح به 0.05.



شكل (١٧) مدى قدرة برنامج اليوتيوب Youtube على تقديم حلول واقتراحات لحل بعض المشاكل لكل من الذكور والإناث

يشير الجدول والشكل السابق إلى تباين آراء الذكور والإناث حول قدرة برنامج اليوتيوب Youtube على تقديم حلول واقتراحات لحل بعض المشاكل، إذ جاءت نسبة الذكور المؤيدة لذلك (٤٦%) فقط في مقابل (٥٤%) رافضة لهذا الرأي، وفي المقابل أيدت (٦٦%) من الإناث قدرة برنامج اليوتيوب Youtube على

تقديم الحلول والاقتراحات في مقابل (٣٤%) فقط رافضة لذلك، ويؤكد إحصاء كاً دلالة هذا الفرق عن حجم خطأ (05).

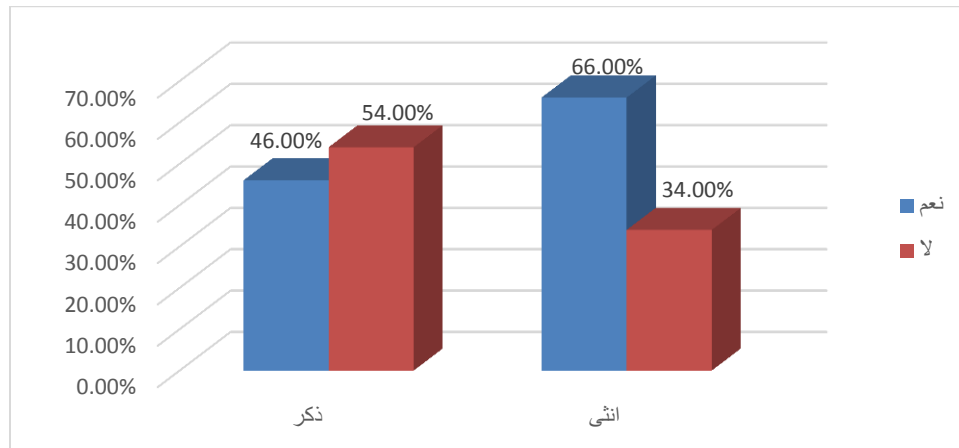
١٢- مدى قراءة التعليقات على المقاطع الفيديو المنشورة اليوتيوب Youtube

يبين الجدول والشكل التالي توزيع عينة الدراسة وفقاً لقراءتهم التعليقات على المقاطع الفيديو المنشورة اليوتيوب لكل من الذكور والإناث:

جدول (٢٢) مدى قراءة التعليقات على المقاطع الفيديو المنشورة اليوتيوب Youtube لكل من الذكور والإناث

مستوى الدلالة	إحصاء كاً	النوع						العبرة
		الإجمالي		أنثى		ذكر		
		%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	
.04	*4.05	56.0%	56	66.0%	33	46.0%	23	مدى نعم
		44.0%	44	34.0%	17	54.0%	27	قراءة لا
		100.0%	100	100.0%	50	100.0%	50	التعليقات على المقاطع الفيديو المنشورة اليوتيوب الإجمالي

• * دال عند حجم خطأ مسموح به 05.



شكل (١٨) مدى قراءة التعليقات على المقاطع الفيديو المنشورة اليوتيوب لكل من الذكور والإناث

يشير الجدول والشكل السابق إلى تباين الذكور والإناث في قراءة التعليقات على المقاطع الفيديو اليوتيوب، إذ أن غالبية العينة من الذكور لا ينشغلون بقراءة التعليقات على المقاطع الفيديو (٥٤%)، بخلاف الإناث (٦٦%)، ويؤكد إحصاء كاً دلالة هذا الفرق.

مستخلص نتائج البحث

يمكن من خلال عرض النتائج السابق استخلاص النتائج التالية:

١. ذكور العينة أقل تقبلاً للتأثير السلبي لبرنامج اليوتيوب Youtube مقارنة بالاناث.
٢. الاناث أكثر معارضة للتأثير الإيجابي لبرنامج اليوتيوب Youtube مقارنة بالذكور.
٣. برنامج اليوتيوب Youtube يفتح لي مجال المعرفة بمستجدات القضايا المهمة في المجتمع الكويتي.

٤. يلبي برنامج يوتيوب Youtube مطالب فئة كبيرة من الشباب الجامعي.
٥. يشجع برنامج يوتيوب Youtube الطلبة في أن يصبحوا بوردكاستور broadcaster.
٦. أيدت الإناث قدرة برنامج اليوتيوب Youtube على تقديم حلول واقتراحات لحل بعض المشاكل.
٧. أيد كل من الذكور والإناث مدى مساعدة برنامج اليوتيوب Youtube في معرفة ما يجري من أحداث وطنية.

٨. توصلت النتائج إلى أن ثلث العينة (ذكور وإناث) يستخدم برنامج اليوتيوب Youtube لتمضية الوقت أو الترفيه عن النفس.

٩. تفوق ذكور العينة على الاناث في امتلاك قناة على موقع اليوتيوب Youtube.

توصيات البحث

في ضوء ما أسفرت عنه نتائج البحث يمكن تقديم التوصيات الآتية:

١. ضرورة عقد دورات وورش تدريبية لفئة طلاب بجامعة الكويت وبالجامعات المناظرة بالكويت تستهدف تطوير مهاراتهم في توظيف مواقع التواصل الاجتماعي اليوتيوب Youtube بالشكل الأمثل في خدمة قضاياهم وقضايا أمتهم.
٢. نشر الوعي لدى فئة الشباب حول دور وأثر مواقع التواصل الاجتماعي اليوتيوب Youtube في تنمية شخصياتهم وإرشادهم للاستخدام الأمثل لمواقع التواصل الاجتماعي.
٣. اهتمام الاعلام التعليمي الكويتي بابرار اهمية برنامج اليوتيوب Youtube وتأثيره على اتجاهات طلبة الجامعات من الذكور والإناث بدولة الكويت.

مقترحات البحث

كما يقترح الباحث بإجراء البحوث التالية:

١. إجراء دراسات مماثلة على مجتمعات مختلفة ومنها مجتمع طلبة الجامعات وطلبة المراحل الأساسية العليا في المدارس، وفحص مدى تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي اليوتيوب Youtube اتجاهاتهم.
٢. تأثير المدونات وموقع اليوتيوب Youtube على اتجاهات الشباب في المجتمع الكويتي.
٣. اثر استخدام موقع اليوتيوب Youtube في تنمية التحصيل الدراسي ودافعية الإنجاز لدى طلاب كلية التربية الأساسية.
٤. التنمية المهنية للمعلمي الحاسب الآلي الجدد في ضوء متطلبات المجتمعات الشبكية.

مستخلص البحث

هدف البحث الحالي إلى تعرف التأثير الايجابي والسلبي لبرنامج اليوتيوب YouTube على اتجاهات الطلاب (ذكور، إناث) في جامعة الكويت، وتعرف دوافع طلاب جامعة الكويت لاستخدام برنامج اليوتيوب Youtube، واستخدم البحث المنهج الوصفي، وتوصلت النتائج إلى: ١/ ذكور العينة أقل تقبلاً للتأثير السلبي لبرنامج اليوتيوب Youtube مقارنة بالاناث. ٢/ الاناث أكثر معارضة للتأثير الإيجابي لبرنامج اليوتيوب Youtube مقارنة بالذكور. ٣/ برنامج اليوتيوب Youtube يفتح لي مجال المعرفة بمستجدات القضايا المهمة في المجتمع الكويتي. ٤/ يلبي برنامج يوتيوب Youtube مطالب فئة كبيرة من الشباب الجامعي. ٥/ يشجع برنامج يوتيوب Youtube الطلبة في أن يصبحوا بوردكاستور broadcaster. ٦/ أيدت الإناث قدرة برنامج اليوتيوب Youtube على تقديم حلول واقتراحات لحل بعض المشاكل. ٧/ أيد كل من الذكور والإناث مدى مساعدة برنامج اليوتيوب Youtube في معرفة ما يجري من أحداث وطنية. ٨/ توصلت النتائج إلى أن ثلث العينة (ذكور وإناث) يستخدم برنامج اليوتيوب لتمضية الوقت أو الترفيه عن النفس. ٩/ تفوق ذكور العينة على الاناث في امتلاك قناة على موقع اليوتيوب Youtube.

مراجع البحث:

أولاً: المراجع العربية

١. إبراهيم شوقي عبد الحميد (٢٠٠٢). الاتجاهات نحو الحاسب الآلي: دراسة مقارنة حسب الجنس ومتغيرات أخرى. مجلة العلوم الاجتماعية، جامعة الكويت، مجلد ٣٠، عدد ٢، ص ص ٢٨٥-٣١٦.
٢. أميرة عطا (٢٠١٠). اليوتيوب.... مع × ضد، مجلة التعليم الإلكتروني، العدد الخامس، مارس، ص ص ٩: ١٠.
٣. أكرم عبدالقادر عبدالله فروانة (٢٠١٢). "فعالية استخدام مواقع الفيديو الإلكترونية في اكتساب مهارات تصميم الصور الرقمية لدى طالبات كلية التربية في الجامعة الإسلامية بغزة"، رسالة الماجستير، كلية التربية، جامعة الإسلامية بغزة.
٤. حسين صديق (٢٠١٢). الاتجاهات من منظور علم الاجتماع، مجلة جامعة دمشق، المجلد ٢٨، العدد ٣+٤، ص ص ٢٩٩: ٣٢٢.
٥. رجاء محمود أبو علام. **مناهج البحث في العلوم النفسية والتربوية**، ط٤، القاهرة: دار النشر للجامعات. ٢٠٠٤م.
٦. سعاد شفاقة العنزي وعبدالله يوسف الفيلاكاوي (٢٠١٧). أثر استخدام موقع يوتيوب على التحصيل الدراسي لطالبات مادة رياضيات "١" بكلية الدراسات التكنولوجية الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب الكويت، المجلة التربوية الكويت، مج ٣١، ع ١٢٢، ص ص ٥٩: ٨٥.
٧. سعود مطلق جلال السهلي (٢٠١٦). التوقيع الإلكتروني: دراسة مقارنة بين مصر والكويت، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة القاهرة .
٨. صابر محمد أحمد أبو بكر (٢٠١٦). "المضامين المقدمة عبر موقع اليوتيوب وعلاقتها بنشر ثقافة السلام لدى المراهقين"، رسالة دكتوراه، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.
٩. عبدالمجيد نشواتي (١٩٨٥م). **علم نفس التربوي**، الأردن، دار الفرقان.
١٠. عبدالمنعم بن حسن محمد الذبيبة الغامدي (٢٠٠٩). "أثر تدريس وحدة دراسية في مادة العلوم بواسطة التعلم المبرمج على التحصيل الدراسي والاتجاه نحو المادة لدى تلاميذ الصف الأول المتوسط"، رسالة ماجستير، كلية تربية، جامعة أم القرى.
١١. عماد عيسى صالح محمد (٢٠٠٩). الاستخدامات المهنية لمواقع مشاركة الفيديو على شبكة الإنترنت "يوتيوب YouTube نموذجاً"، المؤتمر العشرون للاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات (أعلم) نحو جيل جديد من نظم المعلومات والمتخصصين: رؤية مستقبلية، الدار البيضاء، المغرب.

١٢. عمرو محمد أسعد (٢٠١١). العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية وقيمهم المجتمعية: وال فيس بوك Facebook دراسة على موقعي ال يوتيوب Youtube ، رسالة دكتوراه، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

١٣. محمد عبدالعباس حسن (٢٠١٦). "أثر تداول الجمهور لمقاطع الفيديو باليوتيوب على الأخبار التليفزيونية بالفضائيات العراقية: دراسة تطبيقية"، رسالة ماجستير، كلية الآداب، جامعة المنصورة.

١٤. ندى عبدالله التميمي، نجلاء حسن الدين فلمبان، مى عبدالله المزروع، غادة سعيد العمري (٢٠١٦). أثر استخدام فيديو تعليمي من موقع يوتيوب في زيادة التحصيل الدراسي لطالبات المرحلة الثانوية بمنطقة الرياض، *مجلة الثقافة والتنمية*، العدد (١١٠)، نوفمبر، كلية التربية، جامعة الملك سعود.

١٥. نورهان مصطفى محمد شفيق الجوهري (٢٠١٧). "السخرية السياسية علي موقع اليوتيوب علي شبكة الانترنت وعلاقتها باتجاهات مستخدمي الموقع نحو القوي السياسية في مصر"، رسالة ماجستير، كلية الآداب، جامعة المنصورة.

١٦. همت حسن عبدالمجيد السقا، (٢٠١٢). إدراك الشباب الخليجي لمخاطر وسائل التواصل الاجتماعي دراسة في تأثير الشخص الثالث، مملكة البحرين، الجامعة الاهلية.

ثانيا: المراجع الأجنبية

1. Constantinos K. Coursaris, Osch, W. (2016). Exploring the Effects of Source Credibility on Information Adoption on YouTube, Springer International Publishing Switzerland, pp. 16–25.
2. Cretti, C. (2015). Consumers' attitude towards social media advertising An empirical study, Faculty of Economics and Social Sciences, University of Fribourg.
3. Hansen, S., Lee, J., Lee, S. (2014). Consumer-Generated Ads On YouTube: Impacts Of Source Credibility And Need For Cognition On Attitudes, Interactive Behaviors, And Ewom, Journal of Electronic Commerce Research, Vol 15, No 3, PP, 254-266
4. Mir, I, And, Rehman, K, (2013). Factors Affecting Consumer Attitudes And Intentions Toward User-Generated Product Content On YouTube , Management & Marketing Challenges for the Knowledge Society Vol. 8, No. 4, pp. 637-654.
5. Mironova, E. (2016). Audience's behavior and attitudes towards lifestyle video blogs on YouTube, Pille Pruilmann-Vengerfeldt, Malmo University.
6. More, N. (2015). Student Attitudes Towards The Integration Of YouTube In Online, Hybrid, And Web-Assisted Courses: An Examination Of The Impact Of Course Modality On Perception, Merlot Journal of Online Learning and Teaching, Vol. 11, No. 1, March, PP 55-73.

7. Park, M. And, Naaman, M., Berger, J. (2016). A Data-driven Study of View Duration on YouTube, Association for the Advancement of Artificial Intelligence.
8. Roodt, S, And, Peier, D. (2013). Using YouTube in the Classroom for the Net Generation of Students, Issues in Informing Science and Information Technology Volume 10, PP. 473-488 .
9. Silva, M. (2013). The Impact Of YouTube Brand's Channels On Brand Related Attitudes: Affective Commitment, Affective Brand Loyalty And Purchase Intention, ISCTE Business School Instituto Universitario de Lisboa.
10. Snelson, C. (2011). YouTube across the Disciplines: A Review of the Literature, MERLOT Journal of Online Learning and Teaching, Vol. 7, No. 1, March, PP, 159-169.