

العلاقة بين استخدام الشباب الجامعي المصري والسعودي لليوتيوب كأداة للتعلم الإلكتروني ومستوى دافعية التعلم لديهم : دراسة مقارنة في إطار نظرية ثراء الوسيلة

د/ رشا عبد الرحيم عبد العظيم (*)

د/ إنجي حلمي محمود إبراهيم (**)

المقدمة:

شهد العالم ثورة تكنولوجية ورقمية ضخمة في عالم وسائل الاتصال فتطورت شبكات الاتصال عبر الإنترنت وظهر ما يسمى بشبكات التواصل الاجتماعي، ولقد ساعد ظهور شبكات التواصل الاجتماعي إلى حدوث تغيير في شكل وسائل الإعلام ونقلها إلى آفاق غير مسبوقة، فوفرت هذه الشبكات للأفراد فرصة الانتقال عبر هذا الفضاء بلا قيود والتعبير عما يدور في أذهانهم والبحث عن إجابة للأسئلة الغامضة التي لا يفهمون مضمونها، وبالتالي تحولت استخدامات هذه الشبكات الاجتماعية من كونها أداة للترفيه والتواصل إلى أداة لحل أسئلة ومشكلات قد تمثل عائق أمام الأفراد مستخدمي هذه الشبكات.

فعرف العالم شبكات التواصل الاجتماعي بعد تطور الجيل الثاني للإنترنت (Web 2.0) سنة ٢٠٠٤، فظهرت شبكات التواصل الاجتماعي مثل الفيس بوك، وتويتر، ويوتيوب، ماي سبيس.^(١)

ومن أبرز مواقع التواصل الاجتماعي موقع اليوتيوب فهو يعتبر موقع الفيديو الأكثر شهرة في العالم ويتنوع مضمون هذا الموقع ما بين الإعلامي والسياسي والثقافي والاجتماعي والاقتصادي والتعليمي. وتحتوي شبكة يوتيوب الاجتماعية على أكثر من مليار مستخدم من الذين يشاهدون مئات الملايين من ساعات يوتيوب بشكل جماعي إضافة إلى تحميل المستخدمين أكثر من (٣٠٠) ساعة من محتوى الفيديو، حيث يمثل عدد مرات مشاهدة الفيديو مقياس أساسي لقياس شعبية أو مشاركة المستخدم لمقاطع اليوتيوب.^(٢)

(*) مدرس بقسم الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية – جامعة المنصورة.

(**) مدرس بقسم الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية – جامعة المنصورة.

ويعتبر التعليم من أحد المجالات التي تأثرت بالتطورات التكنولوجية بشكل عام وبمواقع اليوتيوب التي يتم فيها تقديم محتوى تعليمي بشكل خاص ، فالیوتیوب یوفر للطلاب بيئة تعليمية غنية وثرية بجميع المعلومات لمختلف الفئات التعليمية والتي يتم تقديمها باستخدام العديد من الأدوات سواء صوت أو صورة أو فيديو ، وبالتالي فهي تجعل الطالب يبحث عن بدائل أفضل تتيح له فرص أكثر ثراء للتعلم وسوفنعكس ذلك على خلق جيل متعلم يشارك في عملية التغير والتطوير .

وتشير سامية عواج في دراستها أن مؤسسة البحوث الوطنية في الولايات المتحدة الأمريكية أجرت دراسة مسحية كشفت نتائجها على أن المواطنين الأمريكيين يرون أن وسائل التربية والتعليم الحديثة التي يتم تقديمها في بعض المواقع مثل اليوتيوب والفيس بوك لها أثر إيجابي في حياة المستخدمين، بحيث يجدون فيها وسيلة للإطلاع المجاني على كل المعلومات مما أدى إلى جعل الأفراد المستخدمين يستغنون عن شراء الكتب والطرق التقليدية التي كانت تستخدم في التعليم .^(٣)

إن سرعة وسهولة الحصول على المعلومات نتيجة التطورات التكنولوجية الحديثة في وسائل الاتصال أدت إلى تغيير طريقة تفكير الشباب الجامعي في جميع مجالات الحياة هذه الفئة التي تعتبر أكثر الفئات تعامل مع التكنولوجيا الجديدة وهذا ما أثبتته دراسة دينا فاروق أبو اليزيد (٢٠١٥) حيث أثبتت أن الشباب الجامعي يشاهدون تليفزيون الإنترنت (اليوتيوب) بدرجة مرتفعة وذلك بنسبة (٧٨,٤%)^(٤).

فالیوم أصبح طالب الجامعة یستخدم شبكات التواصل الاجتماعي بشكل عام والیوتیوب بشكل خاص بحرفية عالية في حياته اليومية ، وبالتالي فمن الممكن أن یستفید الطالب من موقع الیوتیوب التعليمي عن طریق مشاهدة الفیدیوهات التي تشرح المقررات غير الواضحة والغامضة بالنسبة له أكثر من مرة فیستطیع أن یتحكم بالمحتوي الذي یشاهده .

ووفقا لنظرية ثراء وسائل الإعلام فإن الوسائل الإعلامية التي توفر ردود فعل فورية بمعنى وجود رجع صدي هي التي تكون أكثر ثراء فثراء المعلومة يعمل علي تخفيض درجة الغموض وعدم الوضوح.^(٥)

وتعتبر دافعية التعلم موضع اهتمام العاملين في المجال التربوي باعتبارها حالة داخلية تستثير سلوك الفرد المتعلم وتقوم بتوجيهه تجاه الهدف ، فتزيد من الجهد والطاقة

المبذولة لتحقيق الأهداف المنشودة ، فهي طاقة محرّكة للمتعلم نحو اكتساب المعلومات واثقان المهارات وتنمية الحس الوجداني لدي المتعلم.^(١)

فسمات هذا العصر الذي نعيش فيه يتطلب أشخاص يمتلكون القدرة على التعلم الذاتي والمستمر، وهذا لن يأتي إلا إذا كان هذا الشخص مدفوعاً بدافعية داخلية تفرضها عليه البيئة التعليمية التكنولوجية عن طريق حثه على التعلم فلم يعد هناك زمن أو مكان محدد للتعلم، بل أصبح بإمكان الفرد أن يتعلم في أي وقت ما دام يستطيع التعامل مع وسائل التكنولوجيا الحديثة ويمتلك الدافعية للتعلم متخطياً بذلك حدود المكان والزمان. فمقاطع الفيديو ذات المحتوى التعليمي التي يقدمها اليوتيوب تجذب انتباه المتعلم بما تملكه من أدوات ووسائل، وهذا يؤدي إلى إثارة دافعيته حتى يصل إلى مستوي أفضل من التعلم .

وعلى غرار المنصات الرقمية الأخرى يمكن أن يكون اليوتيوب قناة إعلامية تعليمية على الإنترنت فتتقن المعلمين قد تعززت من خلال دمج اليوتيوب في تدريس المحتوى التعليمي وبذلك يمكن تطوير العملية التعليمية.^(٢)

ومن هذا المنطلق كانت أهمية إجراء هذه الدراسة وذلك بسبب ما تملكه مواقع اليوتيوب ذات المحتوى التعليمي من ثراء في المحتوى لكثير من المقررات الدراسية فيستطيع الطالب أن يعلم نفسه بنفسه ، فزيادة المشاركة والتعلم النشط قد يؤدي بالمستخدم إلى فهم أعمق للمواد التعليمية. وجاءت هذه الدراسة سعياً للتعرف على المميزات الكثيرة التي توفرها لنا هذه المواقع ومدى استفادة الطلاب في الجامعة منها ودراسة علاقتها بمستوي دافعية التعلم ، فتنوع وتعدد مقاطع الفيديو التعليمية واستخدامها لكافة الأدوات المساعدة والملائمة لتقديم المحتوى الدراسي يزيد من دافعية الطلاب وبخاصة إذا كانت المعلومة التي يبحث عنها الطالب ينتابها بعض الغموض وعدم الفهم .

مشكلة الدراسة:

من خلال التعامل مع الطلاب بالجامعة وملاحظة سلوكهم التعليمي لوحظ تفاوت كبير بين الطلاب في مستوى دافعية التعلم لديهم فهناك بعض الطلاب لا يوجد لديهم دافعية للتعلم، والبعض الآخر يحاولون أن يصنعوا لأنفسهم هدفاً يسعون لتحقيقه، وهناك فئة ما بين الاثنين ساعدتها التكنولوجيا الحديثة ووسائل التواصل الاجتماعي علي تغيير طريقة تعلمها وولدت لديها دافع للتعلم ، حيث ساعدتها تلك الوسائل وبخاصة اليوتيوب على التعلم بطريقة مختلفة بما يوفره من مثيرات سمعية وبصرية وحركية تعتبر أساسية في عملية التعلم. الأمر الذي يدفعنا إلى التسليم بأن الدافعية نحو التعلم قد تكون أفضل عند المتعلم مما

يجعل عملية التعلم أكثر فاعلية وهذا سوف يؤدي في النهاية إلي زيادة كفاءة المتعلم . ولقد أوصت العديد من الدراسات بضرورة استخدام اليوتيوب في التعليم للاستفادة من مزاياه في عملية التدريس فهو يعتبر أداة فعالة يمكن أن تعزز تجربة التعلم إذا كان الفيديو ذا صلة بالموضوع قيد البحث ومنها دراسة Sedigheh Moghvemi وآخرون (٢٠١٨).^(٨) بالإضافة إلي دراسة Carlos Orus وآخرون (٢٠١٦) التي أثبتت أن استخدام يوتيوب كمركبة تعليمية له تأثير إيجابي على نتائج تعلم الطلاب ورضاهم.^(٩) فمع مميزات الصورة السمعية والبصرية يمكن استغلال اليوتيوب لفائدة الطلاب حيث تعمل هذه المقاطع علي تحفيزهم علي التعلم.^(١٠)

وبناءً علي ذلك يمكن صياغة مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي: "ما العلاقة بين استخدام الشباب المصري والسعودي لليوتيوب كأداة للتعلم الإلكتروني ومستوى دافعية التعلم لديهم؟".

أهمية الدراسة:

- ١- أهمية شبكات التواصل الاجتماعية فقد انتشرت بسرعة كبيرة وأصبحت جزءاً لا يتجزأ من الحياة اليومية للأفراد ، فهي تلعب دور مهم في التأثير عليهم لما تتيحه من إمكانيات كثيرة في جميع مجالات الحياة وبالتالي لا يقدرّون على الاستغناء عنها .
- ٢- تسليط الضوء على كيفية الاستخدام الأمثل لأحد أهم أدوات التعليم الإلكتروني المجانية ممثلة في مواقع اليوتيوب التعليمية ، من أجل رفع المستوى المعرفي للطلاب الجامعين بهدف خدمة العملية التعليمية .
- ٣- أهمية الدافعية التي تعتبر هدف تربوي هام فهي تمثل المحرك الأساسي لسلوك الفرد، وبالتالي تعتبر الدافعية مفتاح نجاح الفرد في تحقيق ذاته والطريق لإعداده ليكون قادرة على الإبداع والإنجاز .
- ٤- اختبار الدراسة لفروض نظرية ثراء الوسيلة فهي ملائمة للتعامل مع وسائل الإعلام الجديدة وتعتبر هذه النظرية مهمة لموضوع الدراسة الحالية مما يسهم في رصد درجة ثراء موقع اليوتيوب التعليمي في تنمية دافعية التعلم لدي الشباب الجامعي المصري والسعودي .
- ٥- قلة الدراسات العربية التي تناولت دور اليوتيوب التعليمي في تنمية دافعية التعلم نحو المقررات الدراسية - في حدود علم الباحثة .

٦- أهمية دراسة مرحلة الشباب الجامعي في الداخل والخارج هذه المرحلة التي يكتسب فيها الشباب معلومات ومعارف وخبرات جديدة تساعده على بناء حياته المستقبلية، وتعتبر فئة الشباب من أكثر الفئات التي تستخدم وتتفاعل وتتأثر بكل وسائل التكنولوجيا الحديثة.

أهداف الدراسة :

يتمثل هدف الدراسة الرئيسي في "التعرف على العلاقة بين استخدام الشباب المصري والسعودي لليوتيوب كأداة للتعليم الإلكتروني ومستوى دافعية التعلم لديهم". وينبثق من هذا الهدف مجموعة أهداف فرعية وهي :-

- ١- التعرف على معدل تعرض عينة الدراسة لليوتيوب بشكل عام في اليوم .
- ٢- تحديد الهدف من استخدام عينة الدراسة لموقع اليوتيوب .
- ٣- التعرف على عدد ساعات استخدام عينة الدراسة لليوتيوب لأهداف تعليمية .
- ٤- معرفة طبيعة المقرر التعليمي الذي يلجأ الشباب الجامعي فيه إلى استخدام اليوتيوب التعليمي.
- ٥- معرفة نوعية الفيديوهات التعليمية التي يفضلها الشباب الجامعي علي اليوتيوب التعليمي .
- ٦- الكشف عن أبعاد الثراء الإعلامي لليوتيوب التعليمي من وجهة نظر عينة الدراسة.
- ٧- التوصل إلى العلاقة بين استخدام اليوتيوب كأداة للتعلم الإلكتروني ومستوى دافعية التعلم لدى الشباب الجامعي المصري والسعودي .
- ٨- الوقوف علي مدى تأثير بعض المتغيرات الديموغرافية (النوع - الجنسية - المستوى الاقتصادي الاجتماعي - التقدير الدراسي) في العلاقة بين متغيرات الدراسة.

مصطلحات الدراسة :

شبكات التواصل الاجتماعية : "هي مجموعة من التطبيقات القائمة علي الإنترنت التي تقوم علي الأسس الأيدولوجية والتكنولوجية للويب (٢,٠) وتسمح لخلق وتبادل المحتوى الذي يولده المستخدم".^(١)

اليوتيوب **You tube** : "هو موقع لمقاطع الفيديو متفرع من جوجل يتيح إمكانية المشاهدة والتحميل عليه أو منه لعدد كبير من مقاطع الفيديو، ويشترك فيه عدد كبير من

المستخدمين ويزوره الملايين يومياً ، ويعتبر اليوتيوب من شبكات التواصل الاجتماعية المهمة".^(١٢)

مواقع اليوتيوب التعليمية : ويمكن تعريفها إجرائياً بأنها عبارة عن تكنولوجيا تحميل ونشر مقاطع لفيديوهات تقدم مضمون تعليمي عن طريق الإنترنت ويمكن للطلبة الجامعيين تحميل ومشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو في أي مكان وزمان وتوظيفها لتلبية احتياجاتهم المعرفية .

دافعية التعليم : "هي حالة من الدافعية العامة تتجسد بوجود رغبة وميل داخل الفرد المتعلم للوصول إلى أهداف التعلم من خلال بذل المتعلم لجهد وعمليات عقلية توجه لأداء نشاط أكاديمي هادف والاستمرار في هذا النشاط حتي يتحقق بحيث يؤدي اشباعه إلى مكافأة ورضا ذاتي للمتعلم".^(١٣) وهذا يدل علي الاستعداد المستمر والدائم للحصول على المعلومات والمعارف للنجاح وتجنب الفشل عبر مقاطع اليوتيوب التعليمية وتقاس في هذه الدراسة عن طريق الدرجة الذي يحصل عليها الطالب الجامعي في مقياس دافعية التعلم.

الشباب الجامعي: يمكن تعريفه إجرائياً بأنه طلاب وطالبات الجامعات المصرية والسعودية المنتمون إلى طبقات اجتماعية مختلفة ويتراوح عمرهم الزمني ما بين (١٨ : ٢١) عاماً .

الإطار النظري:

- نظرية ثراء الوسيلة

وضعت نظرية ثراء وسائل الإعلام من قبل ريتشارد دافت Richard L. Daft. و Robert H. Lengel وروبرت لينجيل عام (١٩٨٤) وقد عرفا النظرية بأنها قدرة المعلومات التي يتم بثها على الحد من الغموض وعدم الوضوح لتعزير الفهم خلال فترة زمنية محددة.^(١٤) فنظرية ثراء الوسيلة تعني بتحديد الوسيلة الأنسب من حيث الثراء المتوسط لحالات الاتصال التي تتسم بالغموض وعدم اليقين.^(١٥)

واستخدمت نظرية ثراء وسائل الإعلام في بدايتها لدراسة الاتصال داخل المؤسسات وكيف يتم استخدام وسائل الإعلام من قبل العمال والمديرين . ثم انتقلت النظرية بعد ذلك لدراسة الإعلام الجديد فتم استخدامها في السنوات الأخيرة في الدراسات التي تناولت البريد الإلكتروني والوسائط المتعددة ودقة برامج التعلم عن بعد وجودة الخدمة ، وتمت الإشارة إلي النظرية في مقارنة الفروق بين الرجال والنساء في اختيارهم لاستخدام وسائل الإعلام معينة بدل من وسائل الإعلام الأخرى.^(١٦) فطبقت نظرية ثراء الوسيلة على العديد من الدراسات لفهم كيف تؤثر أنواع مختلفة من وسائل الاتصال على أداء أنواع مختلفة من المهام، وتبحث أحدث الدراسات عن التأثيرات بين الأشكال المتعددة من وسائل الاتصالات

الحديثة وأساليب نقل المعلومات باستخدام التكنولوجيا.^(١٧)

فثراء الوسيلة يستند علي أربعة معايير هي قدرة الوسيلة علي توفير رجوع صدي فوري، توظيف الوسيلة لأكثر من قناة لنقل الرسالة ، تنوع اللغة ، إضفاء الطابع الشخصي علي الرسالة وتعتبر الوسيلة أكثر ثراء كلما اعتمدت علي هذه المعايير.^(١٨)

إن نظرية ثراء الوسيلة تعتبر النظرية الأكثر أهمية والتي تصف الاختلافات بين مختلف وسائل الإعلام فهي تختلف في القدرة علي معالجة معلومات غنية، والسبب في هذه الاختلافات هو أن وسائل الإعلام تختلف بقدرتها في الحصول علي ردود فعل فورية وتنوع لغتها وعدد القنوات المستخدمة كالصوت والصورة والفيديو ودرجة الشخصية بمعنى إمكانية ضبط الرسائل الاتصالية إلي المتلقي لزيادة الفهم بحيث يكون قادر علي أن يحدد لنفسه المحتوى الذي يريده ويحجب مواد أخرى لا تتوافق مع اختياراته الشخصية، ويعني رجوع الصدى أو رد الفعل الفوري أن الفرد قادر علي الاستجابة بشكل فوري للرسالة ومن الممكن مراجعة تفسير الرسالة، وعدد القنوات تدل علي وجود طرق مختلفة في توصيل الرسالة ، وتنوع اللغة يعني إمكانية تغيير اختيار الكلمات واللغة للمستقبل.^(١٩)

وتعود أصول نظرية ثراء وسائل الإعلام إلي نظرية الوجود الاجتماعي وبالتالي فإن الكثير من هذه النظرية مبني علي الافتراض القائل أن زيارة الثراء مرتبط بزيادة الوجود الاجتماعي، فثراء الوسيلة مرتبط ليس فقط بعواملها الاجتماعية ولكن أيضا بقدرتها علي معالجة معلوماتها.^(٢٠) وتحدد أدبيات نظرية الثراء اثنين من الفئات الأساسية لخصائص المهمة التي تساعد علي تحديد شكل وسائل الإعلام المناسبة للاستخدام هما :

١- مستوى عدم اليقين الموجود في المهمة يؤثر علي اختيار وسائل الاتصال ويعرف عدم اليقين بأنه الفرق بين مقدار المعلومات المطلوبة لأداء المهمة والمعلومات التي تمتلكها بالفعل .

٢- مستوى الضبابية والغموض حول المهمة يؤثر في اختبار وسائل الإعلام ويشير الغموض إلي وجود تفسيرات متعددة ومتضاربة أحياناً ، ففي المواقف المهمة غالباً ما تكون الإجابات الواضحة غير متاحة وفي هذه الحالة تكون وسائل الاتصال الأكثر ثراء هي التي تحسن من جودة الاستجابة لهذا الموقف المهم.^(٢١)

وتقوم هذه النظرية علي فرضين أساسيين هما:-

- الفرض الأول ينص علي أن الوسائل التكنولوجية الحديثة تمتلك قدر كبير من المعلومات وبالتالي فإنها تستطيع أن تتغلب علي الغموض وعدم الثقة الذي قد يشعر به المستخدم عند استخدامها.

- الفرض الثاني ينص علي أن هناك أربعة معايير مهمة تساعد علي ترتيب مدي ثراء الوسيلة وهما رجع الصدى ، عدد القنوات المستخدمة، الاهتمام أو التركيز الشخصي، تنوع اللغة.^(٢٢)

فتفرق نظرية ثراء الوسيلة بين الوسائل الأقل ثراء والأكثر ثراء عن طريق عدد المواقف المتاحة في الوسيلة ويفترض هذا المدخل أن الاتصال من خلال الكمبيوتر ووسائل الاتصال الحديثة هو وسيلة ثرية لأنه مفيد للرسالة البسيطة والغامضة ، ويعتبر أكثر دقة بسبب وظائف العرض والجمهور والتفاعلية التي تعتبر مهمة وضرورية فالمستخدم لكي يفهم المعلومة الغامضة وغير الواضحة يحتاج إلي استخدام وسائل أكثر ثراء.^(٢٣)

وتشير الدراسات السابقة أن التجربة مع قناة الاتصال من قبل الفرد المستخدم سوف تسمح له بمعرفة خصائصها ومميزاتها واستخداماتها والقيود المفروضة علي القناة والسماح للفرد باستخدام أفضل وأكثر كفاءة علي أساس المهمة المطلوبة وبالتالي يزيد تصور ثراء القناة أو الوسيلة.^(٢٤)

ونتيجة لذلك فإن وسائل الإعلام الأكثر ثراء مثل التواصل وجهاً لوجه تكون أكثر ملائمة للمهام الغامضة وغير الواضحة ، في حين أن وسائل الإعلام الأقل حجماً مثل كتابة المذكرات تعتبر أكثر ملائمة في المهام الواضحة وغير صعبة .^(٢٥) وذلك لأن ثراء المعلومة يعني تخفيض درجة الغموض وبالتالي فإن ثراء الوسيلة يعتبر الأداة التي نستطيع من خلالها قياس ثراء المعلومات التي تتيحها الوسيلة حيث أن ثراء المعلومة يعمل علي تخفيض درجة الغموض.

وتعتبر نظرية ثراء الوسيلة مدخل وإطار نظري مناسب لهذه الدراسة للأسباب التالية :

١- هذه النظرية تؤكد علي متغير وسائل الإعلام التكنولوجية الحديثة فكلما كانت الوسيلة حديثة ومتطورة كلما كانت أكثر ثراء مما يؤدي إلي وضوح وفهم الأشياء الغامضة وتحقيق أكبر قدر من الاستفادة للجمهور . وهذه الدراسة تركز علي متغير البيوتيبوب الذي يعتبر موقع مهم ومؤثر من مواقع التواصل الاجتماعي التي تتميز بمجموعة خصائص وسمات تجعل معلوماتها ثرية .

٢- تم تطبيق هذه النظرية علي العديد من الدراسات بهدف التعرف علي تأثير وسائل الإعلام المختلفة علي أداء وظائفها ، واستفادة هذه الدراسة من نتائج هذه الدراسات في تدعيم دراستها ، فسهولة استخدام الوسيلة والفائدة التي تعود علي المستخدم منها يسهم في قبوله واستخدامه بشكل مستمر لها.

٣- اختبار ما إذا كان موقع اليوتيوب التعليمي بوصفه وسيلة تتسم بالثراء عن طريق ما يقدمه من فيديوهات تحتوى على معلومات ثرية يتم تعلمها بأكثر من وسيط صوت وصوره يساهم في تنمية دافعية التعلم لدي الشباب الجامعي ، وهذا على اعتبار أن المقررات الدراسية قد يشوبها درجة عالية من الغموض وعدم الوضوح مما يؤدي إلى التطلع على مصدر معلومات آخر لكي يفهم الشباب المعلومات الغامضة وغير الواضحة التي يتعرض لها .

الدراسات السابقة :

أولاً: محور الدراسات التي تتعلق باليوتيوب

- دراسة Sedigheh Moghvemi وآخرون (٢٠١٨) (٢٦) استهدفت الدراسة التعرف علي نمط و غرض استخدام الشباب الجامعي في ماليزيا لليوتيوب ، وتكونت عينة الدراسة من (٣٢١) طالبة في كلية إدارة الأعمال والمحاسبة جامعة مالايا، وكشفت النتائج عن أن الترفيه والبحث عن المعلومات والتعلم الأكاديمي تمثل الدوافع الرئيسية لاستخدام اليوتيوب فنسبة (٨٩%) يستخدمون اليوتيوب للتسليه ، ونسبة (٥٢%) للتعلم الأكاديمي ، وأن نسبة (٧٠,٥%) يعتقدون أنهم يستطيعون تعلم الكثير عن طريق مشاهدة الفيديو المتعلق بالموضوع بدل من قراءة الكتاب ، (٣١%) من الطلاب قضوا أكثر من ساعة في اليوم على موقع يوتيوب .
- وهذا ما أكدت دراسة Marie Hattingh (٢٠١٧) (٢٧) حيث أثبتت نتائجها أن اليوتيوب يعتبر بمثابة منصة تعليمية غير رسمية لمرحلة ما قبل المراهقة فمن السهل نسبياً لمرحلة ما قبل المراهقة توجيه الذات لاستكشاف المواضيع المختلفة التي تثير اهتمامهم .
- أما دراسة سعاد شفاقة العنزري و عبد الله يوسف الفيلاكاوي (٢٠١٧) (٢٨) فاستهدفت التعرف على أهمية موقع يوتيوب في إثراء تدريس مقرر رياضيات (١) وذلك عن طريق دمج التعليم التقليدي بالتعلم الإلكتروني من خلال قناة شرح دروس المقرر على موقع اليوتيوب، واستخدمت الدراسة المنهج التجريبي علي عينة من طالبات كلية الدراسات التكنولوجية بالكويت ، تم تقسيمهم إلى مجموعتين (٢٩) طالبة في المجموعة التجريبية و(٢٨) طالبة في المجموعة الضابطة ، وأثبتت نتائج الدراسة أن الدمج بين استخدام موقع اليوتيوب من خلال فيديو الشرح مع الطريقة التقليدية في تدريس مقرر الرياضيات (١) ساهم بشكل كبير في رفع مستوي الطالبات التحصيلي على عكس الطريقة التقليدية.

- وأيضاً دراسة سارة محمد عبد الهادي (٢٠١٧)^(٢٩) التي استهدفت التعرف على واقع استخدام أعضاء هيئة التدريس والطلاب بجامعة الملك عبد العزيز لليوتيوب في العملية التعليمية ، وتكونت عينة الدراسة من (٥٠) طالبة دراسات عليا ، (٥٠) عضو هيئة تدريس ، وأظهرت النتائج أن نسبة (١٠٠%) من أفراد العينة يستخدمون موقع اليوتيوب ، وأن غالبية الطالبات يستخدمن اليوتيوب لأهداف متعددة وأكثرها الترفيهي والتعليمي ، فنسبة (٩٠%) يستخدمن اليوتيوب للأهداف التعليمية، ونسبة (٨٠%) يستخدمون اليوتيوب لفهم واستيعاب المادة العلمية ، وترى نسبة (٩٦%) أن اليوتيوب يسهل استيعاب المادة العلمية .
- فاليوتيوب والفيس بوك يلعبان دور فعال في عملية التعليم عن بعد ويساهمان بشكل كبير في تذليل عيوب التعليم التقليدي ويسهلان على الطلبة الوصول إلى مصادر المعلومات، ويخلق التعليم عبر مواقع التواصل الاجتماعي بيئة تعليمية اجتماعية تعاونية ، وأن التعلم التقليدي يكون أكثر فعالية باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وهذا ما توصلت إليه دراسة سامية عواج ، تبرى سامية (٢٠١٦)^(٣٠) .
- وأكدت علي هذه النتيجة دراسة أية أحمد عبيدات (٢٠١٦)^(٣١) والتي أظهرت وجود فروق ذات دلالة إحصائية في التحصيل الدراسي لمادة اللغة الإنجليزية لدى طلاب الصف الأول الأساسي ترجع لطريقة التدريس ولصالح المجموعة التي درست باستخدام اليوتيوب .
- وأثبتت Allison K. Rapp وآخرون (٢٠١٦)^(٣٢) في دراستهم أن من بين المشاركين الذين يستخدمون مقاطع الفيديو كان يوتيوب هو مصدر الفيديو التعليمي الأكثر استخداماً في العمليات الجراحية بنسبة (٨٦%) من قبل المتعلمين وأعضاء هيئة التدريس .
- وبالنسبة لدراسة Elson Szeto وآخرون (٢٠١٦)^(٣٣) التي استهدفت فهم أعمق لكيفية تدريس المعلمين من خلال استكشاف وسائل الإعلام الاجتماعية المفضلة لديهم ودمج هذه التكنولوجيا في تعليمهم كأدوات تعليمية تستخدم في التدريب العملي ، والتي تكونت عينتها من (٣٣) معلم في مؤسسة التعليم العالي في هونج كونج ، وتم جمع بياناتها عن طريق أداة الاستبيان والمقابلة والملاحظة، أظهرت نتائجها أن المعلمين عينة الدراسة لا يريدون استخدام الأساليب التربوية الجديدة وذلك بسبب القيود المفروضة على الوصول إلى الانترنت في الفصول الدراسية لبعض المدارس وهذا لم يشجعهم على استخدام التقنيات الجديدة للتعليم، وتوصي الدراسة بأهمية أن يكون

المعلمين منفتحين على التكنولوجيا الحديثة حيث يستطيعون دمجها في عملية التعليم وذلك من أجل تحقيق فوائد للطلاب واعتناق ثقافة جديدة لتعلم وتعليم المواطنين الرقمي سواء كانوا طلاب أو معلمين .

• وهذا كان عكس ما أثبتته دراسة Abdallah (٢٠١٦) ^(٣٤) التي استهدفت الكشف عن إلى أي مدى يستخدم الطلاب وأعضاء هيئة التدريس اليوتيوب في ممارساتهم التعليمية، حيث كشفت نتائجها أن نسبة (٣٨,٢%) أجابوا بأن عدد قليل من الأساتذة يستخدمون اليوتيوب في الفصول الدراسية، ونسبة (٤٩,٤%) من أفراد العينة أجابوا بأن أساتذتهم لا يقومون بذلك، وأظهرت النتائج أيضاً أن نسبة (٤٨,٣%) يبحثون عن مقاطع الفيديو التعليمية، تليها الموضوعات المتعلقة بالتسليية بنسبة (٢٩,٢%)، ثم الموضوعات الثقافية بنسبة (١٦,٩%) .

• أما دراسة ندي عبد الله التميمي وآخرون (٢٠١٦) ^(٣٥) فلقد استهدفت التعرف على أثر استخدام مقطع تعليمي على اليوتيوب في زيادة التحصيل الدراسي للطلالبات، وتم استخدام المنهج التجريبي على عينة قوامها (٤٠) طالبة تم تقسيمهم إلى مجموعتين، وتم جمع بيانات الدراسة عن طريق اختبار تحصيلي، وأظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية لصالح المجموعة التجريبية في درجات الاختبار البعدي بعد مشاهدة المقطع التعليمي على اليوتيوب.

• ولقد أكد هذه النتيجة Omer Mohamed (٢٠١٦) ^(٣٦) في دراسته التي قامت بتسليط الضوء على أهمية اليوتيوب كوسيلة جديدة للتدريس والتعليم بشكل عام، فلقد توصلت نتائجها إلى أن اليوتيوب يلعب دور كبير في تعزيز مهارات الاستيعاب القرائي، وأن اليوتيوب يساعد الطلاب على معالجة الصعوبات والمشاكل من القراءة والفهم لها.

• وأكدت أيضاً نتائج دراسة Rania Kabooha و Tariq Elyas (٢٠١٥) ^(٣٧) التي أسفرت عن أن المجموعة التجريبية التي شاهدت مقاطع اليوتيوب تفوقت على المجموعة التي لم تتعرض لمقاطع فيديو اليوتيوب في اختبار مقياس معرفة المفردات.

• وسلطت ريهام عاصم غانم (٢٠١٥) ^(٣٨) الضوء على دور اليوتيوب في الإستشهادات المرجعية بالإنتاج العلمي الأكاديمي على مستوي أربعة قطاعات علمية، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وحصرت الباحثة عدد (١٠٢٥٧) منشور علمي ما بين مقالات وأعمال مؤتمرات وافتتاحيات استرجع منهم عدد (١١٦٦٦) استشهد مرجعي بفيديوهات اليوتيوب ورصد منهم عدد (٩٣٦١) استشهد بنسبة (٨٠,٢%)، وكشفت النتائج عن أن المحاضرات الأكاديمية احتلت المركز الأول

بنسبة (٢٤,٤%) كأفضل الفيديوهات المستشهد بها في مختلف المجالات الموضوعية، ثم في المركز الثاني التجارب العلمية والمعملية بنسبة (١٨,١%) ، ثم الأفلام الوثائقية بالمركز الثالث بنسبة (١٥,٩%) .

- واتفقت كل من دراسة Malissa Maria وآخرون (٢٠١٤) ^(٢٩) التي أكدت نتائجها أن اليوتيوب أداة فعالة في تعلم الأدب الإنجليزي بشكل أسهل.
- مع دراسة Elson Szeto و Annie Yan-Ni (٢٠١٤) ^(٤٠) التي استهدفت التعرف علي فهم أفضل لاستخدامات اليوتيوب للتدريس خلال ممارسات المعلمين التعليمية، والتي شارك فيها (٣٣) معلم تتراوح أعمارهم ما بين ٢١ و ٢٦ عام، وتم جمع بياناتها عن طريق المقابلة ومراقبة جلسات الصف والاستبيان، والتي كشفت نتائجها أن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال مرتفع وأن اليوتيوب مفيد للتدريس على جميع مستويات المدرسة الثلاثة رياض الأطفال والابتدائية والثانوية .
- وأثبتت دراسة محمد جابر خلف الله (٢٠١٤) ^(٤١) والتي طبقت علي (٤٨) دارس واستخدمت الاختبار التحصيلي وبطاقة الملاحظة ومقياس الاتجاه نحو التعلم من خلال اليوتيوب لجمع بيانات الدراسة ، فاعلية البرنامج المقدم عبر اليوتيوب في تنمية التحصيل والأداء وفي الاتجاهات نحو التعلم باليوتيوب بغض النظر عن نمط التواصل ومستوي الدافعية ، وأظهرت النتائج تفوق المجموعة صاحبة المستوي المرتفع للدافعية على المجموعة صاحبة المستوي المنخفض للدافعية في التحصيل والأداء والاتجاهات .
- أما دراسة حاتم علاونة وآلاء مخلوف (٢٠١٤) ^(٤٢) فقد كشفت نتائجها أن نسبة (٨٨%) تستخدم موقع اليوتيوب ، ونسبة (١٢%) لا يستخدمونه ، وأن القنوات التعليمية جاءت في المركز الثالث بنسبة (١٣,٥%) ، ونسبة (٧١,٦%) يتفون إلى حد ما بما يقدم على موقع اليوتيوب.
- وكشفت نتائج دراسة غادة حمزة ووفاء حافظ عبد السلام (٢٠١٤) ^(٤٣) أن سبب تبادل المعلومات جاء في مقدمة الأسباب التي تجذب طلاب الجامعة لمواقع التواصل الاجتماعي بمتوسط قدره (٢,٦٢)، ثم التعرف على أفكار جديدة بمتوسط (٢,٦١) .
- وفي إطار التعرف علي فاعلية مقرر مقترح مدعم بمقاطع اليوتيوب أثبتت نتائج دراسة كل من حمود أحمد حسن وحاتم محمد مرسي (٢٠١٣) ^(٤٤) ، أحمد الرفاعي (٢٠١٣) ^(٤٥) فاعلية المقرر المقترح المدعم بمقاطع اليوتيوب العلمية في تنمية الثقافة العلمية والتحصيل وحب الاستطلاع لدى الطلاب عينة الدراسة .

- وفيما يخص دراسات استخدامات اليوتيوب والإشباع المتحققة منه كشفت نتائج دراسة صابر أبو بكر (٢٠١٣) ^(٤٦) والتي تم تطبيقها على (٤٠٠) مفردة من المراهقين (١٥-١٨) عام ، أن نسبة (٤٩,٥%) من عينة الدراسة يستخدمون موقع اليوتيوب بصفة دائمة ، ونسبة (٤١%) أحياناً ، ونسبة (٩,٥%) نادراً .
- أما بالنسبة لدراسة Sean P. Hagerty (٢٠٠٨) ^(٤٧) فكتشفت نتائجها أن اليوتيوب يخلق نموذج جديد للاستخدامات والإشباع المطلوبة من وسائل الإعلام .

ثانياً: محور الدراسات التي تتعلق بدافعية التعلم

- دراسة عزة مصطفى الكحكي (٢٠١٦) ^(٤٨) التي استهدفت قياس تأثير دافعية التعلم وتقدير الذات لدى طالبات الإعلام وعلاقته بالتعلم الإلكتروني ، وتم تطبيق الدراسة على طالبات جامعة أم القرى وقد بلغ حجم العينة (١٥٤) طالبة، وقد توصلت الدراسة إلى ارتفاع نسبة استخدام الطالبات للإنترنت بنسبة (٨٥,١%) ، وارتفاع نسبة الطالبات ذوى مستوى الدافعية الأعلى للتعلم بنسبة (٣٧%) ، وأكدت النتائج أيضاً وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام التعلم الإلكتروني وبين دافعية التعلم ، واتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستويات الطالبات في معدل استخدام برنامج التعليم الإلكتروني (كثيف - متوسط - قليل) ومستويات دافعية التعلم المرتبطة بتقرير الذات لديهن، وعدم وجود فروق بين الطالبات عينة الدراسة وفقاً للمتغيرات الديموغرافية التالية المعدل التراكمي والمستوى الدراسي والتخصص في مستوى دافعتهم .
- وحول التعرف علي دوافع الطلاب لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الدراسة والتعلم توصلت دراسة Kirsi Silius وThumas Miilumaki (٢٠١٥) ^(٤٩) إلي أن الاستفادة تعد من أهم الأسباب التي تدفع الأفراد لتحفيز اهتمامه لوسائل الإعلام ، كما أن شبكات التواصل الاجتماعي تعزز الاهتمامات المشتركة على المستوى الشخصي والجماعي وتزيد من الشعور بالتضامن حيث توفر هذه الشبكات جميع الأدوات للتفاعل بين المستخدمين.
- وسعت دراسة لونا حدة (٢٠١٣) ^(٥٠) إلي معرفة العلاقة بين الدافعية والتحصيل الدراسي لدى تلاميذ السنة الرابعة، وأثبتت نتائجها وجود علاقة ارتباطية بين دافعية التعلم ودرجة التحصيل الدراسي ، عدم وجود فروق بين الذكور والإناث في مستوى دافعية التعلم .

- واستكمالاً للتعرف على العوامل الاجتماعية والاقتصادية كمحددات لدافعية التعلم استهدفت دراسة جناد عبد الوهاب (٢٠١٢)^(٥١) إبراز أهم العوامل التي تؤثر على زيادة التحصيل المعرفي والأكاديمي، حيث ضمت عينة الدراسة (٢٠٠) تلميذ وتلميذة، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة وجود تأثير للمستوى الاقتصادي على دافعية التعلم لدى الطلاب، وعدم وجود فروق بين الذكور والإناث على دافعية التعلم .
- بينما خلصت نتائج دراسة نهيل محمد رجب الجابري (٢٠١٢)^(٥٢) إلى وجود ارتباط عالي بين مستوى الاستخدام والدافعية نحو التعلم الإلكتروني ، بالإضافة إلى عدم وجود تأثير لمتغير النوع والمستوى الدراسي في مستوى الدافعية.
- وركزت دراسة فيصل خليل الربيع (٢٠١١)^(٥٣) على قياس مستوى دافعية التعلم لدي طلاب الصف العاشر الأساسي في الأردن ، وكشفت نتائج الدراسة أن الإناث تفوقت عن الذكور في مستوى الدافعية ، وأثبتت النتائج أيضاً عدم وجود فروق بين مستوى الدافعية ومستوى دخل الأسرة.
- وبالنسبة لدراسة Kenneth F. Trent (٢٠١١)^(٥٤) ، فقد كشفت نتائجها أن الدافع هو المؤشر الأساسي لمعدل اكتساب اللغة ، وأن الوسائط السمعية البصرية استحوذت على اهتمام أفراد العينة بسبب أنها تحتاج جهد إدراكي أقل، وكشفت النتائج أيضاً أن التعرض الانتقائي يزيد من دافعية التعلم، وأن الأفراد الذين لديهم مستويات أعلى من الدافعية يكونوا ماهرين لغوياً ويظهرون اهتمام أكبر للإعلام علي عكس منخفضي الدافعية .
- واستهدفت دراسة عثمان يخلف وبتول محي الدين خليفة (٢٠١١)^(٥٥) التعرف على مستوى دافعية التعلم لدى طلبة جامعة قطر وعلاقته ببعض المتغيرات ، واستخدمت الدراسة مقياس دافعية التعلم لجمع بياناتها، وأظهرت النتائج وجود فروق بين الطلبة من ذوي التقدير العام (أ) والطلبة من ذوي التقدير العام (منذر) لصالح الطلبة ذوي التقدير العام (أ) حيث أنهم يعتبرون أكثر قدرة على اكتساب الخبرات التعليمية وتحمل المهام الصعبة والمعقدة ، علي عكس الطلاب ذوي التقدير المنذر.
- وفي إطار قياس فاعلية البرنامج التعليمي القائم على الويب في تنمية التحصيل لدى الطلاب توصلت دراسة بسمة إبراهيم الدسوقي (٢٠١٠)^(٥٦) إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات أفراد المجموعة الضابطة والتجريبية في التطبيق البعدي لمقياس دافعية التعلم لصالح المجموعة التجريبية .

- واستهدفت دراسة Sommer bunce hamilton (٢٠٠٩)^(٥٧) التعرف علي الدوافع التي تحفز الطلاب على اللجوء إلي استخدام خيارات التعلم التكميلية، وأكدت النتائج أن زيادة تحسين نوع الوسائط يؤدي الي تحسن أكبر في الأداء .
- وحاولت دراسة شفيق بنات (٢٠٠٨)^(٥٨) استقصاء مستويات الدافعية لتعلم اللغة الإنجليزية لدى عينة من طلبة الجامعات الأردنية بلغ قوامها (٤١٢) مفردة ، وقد توصلت الدراسة إلى أن مستويات الدافعية لتعلم اللغة الإنجليزية تراوحت ما بين المتوسطة والكبيرة، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستويات الدافعية لتعلم اللغة الإنجليزية تعزى إلى النوع، وأن هناك علاقة ارتباطية طردية بين المعدل التراكمي للطلاب وبين بعض مجالات الدافعية للتعلم .
- في حين استهدفت دراسة Ching-Chun Shih (١٩٩٨)^(٥٩) التعرف علي العلاقة بين تحصيل الطلاب وأنماط التعلم وأساليب التعلم ، وطبقت الدراسة علي عينة بلغت (٩٩) طالباً، و تم الاعتماد على الدورات المقدمة عبر شبكة الإنترنت ، وأظهرت النتائج أن أكثر من ثلثي الطلاب يعتمدون على الدورات المتاحة عبر الويب ، وأن استراتيجيات التحفيز والتعلم كانت استراتيجيات مساعدة على أن يصبحوا متعلمين ذاتياً ، وكشفت النتائج أيضاً عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الإنجاز من خلال أسلوب التعلم.

التعليق علي الدراسات السابقة :

- ١- لوحظ قلة الدراسات التي تناولت المقارنة بين استخدام الشباب الجامعي المصري والسعودي لليوتيوب كأداة للتعلم الإلكتروني مما ساعد على اختيار مشكلة الدراسة .
- ٢- لم تتعرض الدراسات السابقة للعلاقة بين استخدام الشباب المصري والسعودي لليوتيوب كأداة للتعلم الإلكتروني ومستوى دافعية التعلم لديهم .
- ٣- أغلب النتائج السابقة تدل على أن اليوتيوب التعليمي يلعب دور مهم ومؤثر وفعال في العملية التعليمية مثل دراسات سعاد شفاقة العنزي وعبد الله يوسف الفيلكاوي (٢٠١٧)، سامية عواج و تبرى سامية (٢٠١٦) ، آية أحمد عبيدات (٢٠١٦) ، ندي عبد الله التميمي وآخرون (٢٠١٦)، Omer Mohamed (٢٠١٦) ، Malissa Maria وآخرون (٢٠١٤)، Annie Yan-Ni، Elson Szeto. (٢٠١٤)، محمد جابر خلف الله (٢٠١٤)، حمود أحمد حسن وحاتم محمد مرسي (٢٠١٣) ، أحمد الرفاعي (٢٠١٣).

٤- توصي بعض الدراسات المؤسسات التعليمية والمعلمين باستخدام مقاطع الفيديو في عملية التدريس مثل دراسة كل من Sedigheh Moghvemi وآخرون (٢٠١٨)، Elson Szeto وآخرون (٢٠١٦) .

٥- تفاوت تأثير المتغيرات الديموغرافية علي مستوى الدافعية فقد أكدت نتائج بعض الدراسات وجود تأثير للمستوى الاقتصادي على دافعية التعلم لدى الطلاب مثل دراسة جناد عبد الوهاب (٢٠١٢)، بالإضافة إلي وجود تأثير لمتغير النوع (ذكور- إناث) على دافعية التعلم مثل دراسة فيصل خليل الربيع (٢٠١١) ، في حين جاءت نتائج بعض الدراسات لتؤكد عدم وجود تأثير لمتغير النوع في مستوى دافعية التعلم مثل دراسة لونس حدة (٢٠١٣) و جناد عبد الوهاب (٢٠١٢)، بالإضافة إلي عدم وجود فروق بين الطالبات عينة الدراسة وفقاً للمتغيرات الديموغرافية التالية المعدل التراكمي والمستوى الدراسي والتخصص في مستوى دافعتهم مثل دراسة عزة مصطفى الكحكي (٢٠١٦) .

٦- تنوع المنهج المستخدم في الدراسات السابقة ما بين المنهج المسحي والمنهج التجريبي وسوف تستخدم هذه الدراسة المنهج المسحي لمسح عينة من الشباب المصري والسعودي المستخدم لليوتيوب التعليمي بالإضافة إلى المنهج المقارن للمقارنة بينهم في بعض المحاور الموجودة باستمارة الاستبيان .

٧- تنوعت الأدوات المستخدمة في الدراسات السابقة من أداة الاستبيان وصحيفة تحليل المضمون والملاحظة والمقابلة والاختبارات والمقياس . وسوف تستخدم هذه الدراسة أداة الاستبيان لجمع بياناتها.

٨- تنوعت العينات المستخدمة في الدراسات السابقة حيث اعتمدت بعض الدراسات على شباب جامعي وأعضاء هيئة تدريس ومعلمين ومرافقين وشباب عام ، وسوف تعتمد هذه الدراسة علي عينة من الشباب الجامعي المصري والسعودي .

ولقد تم الاستفادة من الدراسات السابقة في صياغة المشكلة البحثية وصياغة الفروض ومقارنة النتائج التي توصلت إليها الدراسة الحالية بنتائج الدراسات السابقة .

فروض الدراسة :

١- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين علي أبعاد مقياس أوجه الثراء الإعلامي لليوتيوب التعليمي وفقاً لاختلاف مستويات استخدام اليوتيوب التعليمي (كثيف- متوسط - منخفض) لصالح متوسطي الاستخدام .

- ٢- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين علي أبعاد مقياس دافعية التعلم وفقاً لاختلاف مستويات استخدام اليوتيوب التعليمي (كثيف- متوسط - منخفض) لصالح كثيفي الاستخدام .
- ٣- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دافعية التعلم للمبحوثين ومستوي مساهمة المواد والفيديوهات المقدمة علي اليوتيوب في إثراء المادة العلمية .
- ٤- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دافعية التعلم للمبحوثين ودرجة الاستفادة من اليوتيوب كأداة للتعلم الإلكتروني .
- ٥- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين أوجه الثراء الإعلامي لليوتيوب التعليمي ودرجة الاستفادة من اليوتيوب كأداة للتعلم الإلكتروني.
- ٦- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين أوجه الثراء الإعلامي لليوتيوب التعليمي ومستوي الثقة.
- ٧- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين في أبعاد مقياس أوجه الثراء الإعلامي لليوتيوب التعليمي وفقاً للمتغيرات الديموغرافية التالية (النوع - الجنسية - المستوى الاقتصادي والاجتماعي - التقدير الدراسي).
- ٨- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين في أبعاد مقياس دافعية التعلم وفقاً للمتغيرات الديموغرافية التالية (النوع - الجنسية - المستوى الاقتصادي والاجتماعي - التقدير الدراسي).
- ٩- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستويات أوجه الثراء الإعلامي لليوتيوب التعليمي ومستوي دافعية التعلم.

حدود الدراسة:

- **الحدود الموضوعية:** وتمثل الحدود الموضوعية للدراسة الحالية في التعرف على العلاقة بين استخدام الشباب الجامعي المصري والسعودي لليوتيوب كأداة للتعلم الإلكتروني ومستوى دافعية التعلم لديهم .
- **الحدود الزمنية:** ويقصد بها المدة الزمنية التي تم تطبيق الدراسة فيها ولقد تم تطبيق الدراسة الميدانية علي عينة من الشباب الجامعي المصري والسعودي في الفصل الدراسي الأول من العام الجامعي ٢٠١٧ : ٢٠١٨ .
- **الحدود المكانية:** تم تطبيق الدراسة في جامعة المنصورة والقاهرة بمصر وجامعة أم القرى بمكة المكرمة في السعودية .

- الحدود البشرية: تمثلت عينة الدراسة البشرية في طلاب المرحلة الجامعية من (الذكور- الإناث) المصريين والسعوديين .

نوع الدراسة ومنهجها :

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، واستخدمت الباحثان فيها منهج المسح بشقة الميداني لمسح عينة من الشباب الجامعي المصري والسعودي والتعرف علي العلاقة بين استخدامه لليوتيوب كأداة للتعلم الإلكتروني ومستوى دافعية التعلم لديه . كما تم استخدام المنهج المقارن أيضاً بهدف الوقوف علي أوجه الشبة والاختلاف لدي عينة الدراسة من الشباب المصري والسعودي تجاه بعض المحاور المطروحة بصحيفة الاستبيان وذلك بهدف التوصل لنتائج تحقق أهداف وفروض الدراسة الحالية.

مجتمع الدراسة :

يتمثل مجتمع الدراسة في الشباب الجامعي المصري والسعودي ووفقاً لآخر إحصائيات الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء بلغ عدد الشباب المصري في الفئة العمرية من ١٨ إلى ٢٩ سنة (٢١,٧) مليون نسمة^(٦٠)، أما بالنسبة للشباب السعودي فوفقاً للتعداد الكلي لإجمالي المواطنين المسجلين بمركز المعلومات الوطني بلغ عدد الفئة العمرية الأقل من ٣٠ عاماً نسبة (٦٧%) من إجمالي السكان^(٦١).

عينة الدراسة :

تم تطبيق الدراسة علي عينة عمدية قوامها (٤٠٠) مفردة من الشباب الجامعي من الجنسين (ذكور- إناث) بجامعة المنصورة (١٠٠) مفردة والقاهرة (١٠٠) مفردة ، وجامعة أم القرى بمكة المكرمة في السعودية (٢٠٠) مفردة . والجدول التالي يوضح خصائص عينة الدراسة من الشباب الجامعي :-

جدول رقم (١) يوضح خصائص عينة الدراسة

العينة		المتغيرات
ك	%	
٢٠٠	٥٠	ذكور
٢٠٠	٥٠	إناث
٤٠٠	١٠٠	المجموع
٢٠٠	٥٠	مصري
٢٠٠	٥٠	سعودي
٤٠٠	١٠٠	المجموع
٢٤٩	٦٢,٣	منخفض
٧٣	١٨,٣	متوسط
٧٨	١٩,٥	مرتفع
٤٠٠	١٠٠	المجموع
٤	١	أقل من مقبول
٦٢	١٥,٥	مقبول
٥٧	١٤,٣	جيد
١٢٦	٣١,٥	جيد جداً
١٥١	٣٧,٨	امتياز
٤٠٠	١٠٠	المجموع

أدوات جمع البيانات :

تم الاعتماد على استمارة الاستبيان كأداة لجمع بيانات الدراسة وقد تضمنت الاستمارة الجوانب المختلفة التي تسعى للدراسة للتعرف عليها وفقاً لأهداف وفروض الدراسة وقد تم تقسيمها إلى عدة محاور، وللحصول على إجابات متعلقة بأوجه الثراء الإعلامي لليوتيوب التعليمي وبدافعية التعلم تم استخدام مقياس ثلاثي التقدير بأسلوب مقياس ليكرت، وتم قياس أبعاد أوجه الثراء الإعلامي لليوتيوب التعليمي عن طريق مجموعة عبارات تقيس الأبعاد التالية: (الأنية في النشر - استخدام الوسائط المتعددة - فورية رجع الصدى- توفير الأرشيف الإلكتروني - استخدام النص الفائق- التفاعلية- شخصنة المحتوى

الإعلامي) ، أما بالنسبة لقياس أبعاد دافعية التعلم فتم قياسها عن طريق مجموعة عبارات تقيس الأبعاد التالية: (الرغبة في التعلم - الميل - مستوى الكفاءة- التعاون - المسؤولية - الغموض - الطاعة)، ولقد تم تفرغ البيانات الواردة في استجابات أفراد العينة على المقياسين في جداول حيث أعطيت ثلاث درجات للبديل موافق ، ودرجتان للبديل محايد ، ودرجة للبديل معارض . وقد لجأت الباحثتان في التطبيق على الاستبيان الورقي والإلكتروني وذلك من خلال نشر الرابط للطلاب عينة الدراسة في مصر(جامعة المنصورة والقاهرة) والسعودية (جامعة أم القرى) .

اختبار الصدق والثبات :

وللتأكد من صدق وثبات الاستمارة قامت الباحثتان بعرضها على مجموعة من المحكمين المتخصصين^(١٢) ، وفي ضوء توجيهاتهم تم التعديل في صياغة بعض الأسئلة وإضافة وحذف بعض الأسئلة وبالتالي تحقق الصدق الظاهري لتصبح استمارة الاستبيان قابلة للتطبيق النهائي، بالإضافة إلى ذلك تم إجراء اختبار قبلي pre-test على عينة صغيرة من الشباب الجامعي قوامها (١٠%) من أجل التأكد من سلامة استمارة الاستبيان وما تتضمنه من أسئلة، وللتأكد من ثبات الأداة قامت الباحثتين بإعادة تطبيق نفس الأداة على نسبة (١٠%) من حجم العينة الأصلية بعد مرور أسبوعين من تطبيق الاستمارة وقد بلغ معدل الثبات (٨٩%) وهي نسبة عالية تشير إلى صلاحية الاستمارة ودقتها وثباتها.

أساليب المعالجة الإحصائية المستخدمة في الدراسة :

- ١ . التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- ٢ . المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- ٣ . اختبار Z Test لفحص الفرضيات المتعلقة بمتوسط عينتين مستقلتين.
- ٤ . تم حساب قيمة كا^٢ لحسن المطابقة لكل مفردة وذلك للكشف عن الفروق في اختيارات أفراد العينة لبدائل الاستجابة الثلاثة (موافق - محايد - معارض) بالنسبة لعبارات مقياس أوجه الثراء الإعلامي لليوتيوب التعليمي ومقياس دافعية التعلم .
- ٥ . اختبار T- Test لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة.
- ٦ . تحليل التباين ذي البعد الواحد One Analysis of Variance المعروف باسم ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة.

٧. الاختبارات البعدية Post Hoc Tests بطريقة شيفيه Scheffe وLSD لمعرفة مصدر التباين وإجراء المقارنات الثنائية بين المجموعات التي يثبت ANOVA وجود فروق دالة إحصائياً بينها.

٨. تم حساب قيمة كآ للاستقلال.

٩. معامل ارتباط بيرسون للعلاقة الخطية بين المتغيرات.

نتائج الدراسة:

أولاً: النتائج العامة للدراسة

١- معدل تعرض عينة الدراسة لليوتيوب بشكل عام في اليوم .

جدول رقم (٢) قيمة كآ لدلالة الفروق بين الجنسية (مصري - سعودي) في معدل التعرض لليوتيوب بشكل عام في اليوم

الإجمالي		سعودي		مصري		الجنسية التعرض
%	ك	%	ك	%	ك	
٥٣,٨	٢١٥	٥٦	١١٢	٥١,٥	١٠٣	دائماً
٣٧,٥	١٥٠	٣٦,٥	٧٣	٣٨,٥	٧٧	أحياناً
٨,٧	٣٥	٧,٥	١٥	١٠	٢٠	نادراً
١٠٠	٤٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	المجموع

كآ: ١,١٩٨ درجة الحرية: ٢ مستوى الدلالة: ٠,٥٤٩ غير داله

- يتضح من الجدول السابق أن نسبة (٥٣,٨%) من أفراد العينة يتعرضون لليوتيوب بشكل دائم يومياً، وأن نسبة (٣٧,٥%) منهم يتعرضون له أحياناً، و نادراً ما يتعرض له باقي أفراد العينة بنسبة (٨,٧%) . وربما يرجع ارتفاع نسبة التعرض لليوتيوب لدى الشباب السعودي بنسبة (٥٦%) في مقابل الشباب المصري (٥١,٥%) في فئة معدل التعرض الدائم إلى تقدم البنية التحتية للاتصالات في السعودية عن مصر، بالإضافة إلى ارتفاع نسبة الذين يمتلكون الأجهزة الإلكترونية حيث أثبتت الدراسات أن السعودية تحتل المرتبة الثالثة عالمياً في نسبة انتشار الهواتف الذكية بنسبة بلغت (٧٢,٨%)^(٦٣).

- وتتفق هذه الدراسة مع دراسة صابر أبو بكر (٢٠١٣)^(٦٤) حيث أثبتت نتائجها أن نسبة (٤٩,٥%) من عينة الدراسة يستخدمون موقع اليوتيوب بصفة دائمة، ونسبة (٤١%) أحياناً، ونسبة (٩,٥%) نادراً.

- كما تشير النتائج التفصيلية للجدول إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب (المصري - السعودي) في معدل التعرض لليوتيوب بشكل عام في اليوم ، حيث بلغت قيمة كا^٢ (١,١٩٨)، وهي قيمة غير دالة .

٢- أكثر الأهداف استخداماً من جانب عينة الدراسة لموقع اليوتيوب

جدول رقم (٣) التكرارات والنسب المئوية والمتوسط والترتيب لأكثر الأهداف استخدام

لموقع اليوتيوب

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	الإجمالي ن = ٤٠٠		أكثر الأهداف استخدام
			%	ك	
١	٠,٤٤٧	٠,٧٣	٧٢,٥	٢٩٠	استخدامه لأهداف ترفيهية
٢	٠,٤٩٩	٠,٥٤	٥٣,٨	٢١٥	استخدامه لأهداف تعليمية
٣	٠,٤٨٧	٠,٣٨	٣٨,٣	١٥٣	استخدامه لأهداف تثقيفية
٤	٠,٣٨٥	٠,١٨	١٨	٧٢	استخدامه لأهداف إخبارية

- يتضح من الجدول السابق ارتفاع نسبة استخدام اليوتيوب لأهداف ترفيهية والتي جاءت في مقدمة أكثر الأهداف استخداماً من جانب عينة الدراسة لموقع اليوتيوب بنسبة (٧٢,٥%)، وجاء استخدامه لأهداف تعليمية في الترتيب الثاني بنسبة (٥٣,٨%) ، بينما أجاب نسبة (٣٨,٣%) أنهم يستخدمونه لأهداف تثقيفية محتلة بذلك الترتيب الثالث، وجاء الترتيب الرابع والأخير لصالح استخدامه للأهداف الإخبارية بنسبة (١٨%). وربما يمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء طبيعة أغلب الشباب حيث يحاولون الاستمتاع بحياتهم دون ضغوط أو أعباء فهم مازالوا يحاولون تحقيق ذاتهم من خلال الاعتماد علي الأسرة في تلبية احتياجاته.

- وتتفق هذه النتيجة مع دراسة Sedigheh Moghvemi وآخرون (٢٠١٨)^(٦٥) حيث أكدت نتائجها أن نسبة (٨٩%) من أفراد العينة يستخدمون اليوتيوب للتسلية، (٥٢%) للتعلم الأكاديمي . وتتفق هذه النتيجة أيضاً مع دراسة سارة محمد عبد الهادي (٢٠١٧)^(٦٦) حيث أثبتت نتائجها أن غالبية الطالبات يستخدمن اليوتيوب لأهداف متعددة وأكثرها الترفيهي والتعليمي . ولمعرفة الفروق بين جنسية العينة تم استخدام قيمة Z لقياس هذا الفرق كما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (٤) قيمة Z لأكثر الأهداف استخدام من جانب الشباب (مصري - سعودي)
لموقع اليوتيوب

مستوي الدلالة	قيمة Z	الإجمالي		سعودي		مصري		الجنسية أكثر الأهداف استخدام
		%	ك	%	ك	%	ك	
دالة **	٨,٢٧٦	٧٢,٥	٢٩٠	٥٤	١٠٨	٩١	١٨٢	استخدامه لأهداف ترفيهية
غير دالة	-٠,٧٠١	٥٣,٨	٢١٥	٥٥,٥	١١١	٥٢	١٠٤	استخدامه لأهداف تعليمية
غير دالة	-٠,٧١٩	٣٨,٣	١٥٣	٣٦,٥	٧٣	٤٠	٨٠	استخدامه لأهداف تثقيفية
دالة **	٥,٧١٩	١٨	٧٢	٢٩	٥٨	٧	١٤	استخدامه لأهداف إخبارية
		٤٠٠		٢٠٠		٢٠٠		جملة من سئوا

- أوضحت النتائج التفصيلية للجدول السابق وجود فروق دالة إحصائياً بين الشباب (المصري - السعودي) في الهدف من استخدام موقع اليوتيوب لأهداف ترفيهية ولأهداف إخبارية بين الشباب المصري والسعودي والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة (Z) (٨,٢٧٦) و (٥,٧١٩) علي الترتيب. وهذا الفرق لصالح الشباب المصري في الأهداف الترفيهية وذلك لحصوله علي نسبة (٩١%) مقابل (٥٤%) للشباب السعودي. ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء ارتفاع الإحباطات المعيشية التي يعيشها المواطن المصري الذي تدفعه إلي الخروج من هذه الحالة وإيجاد واقع بديل يساعده بأن يكون قادراً علي إخراج هذه الطاقة السلبية منه ، علي عكس المجتمع السعودي الذي يعيش حالة من الاستقرار والرتابة في روتين الحياة اليومي . أما بالنسبة للأهداف الإخبارية فكان الفرق لصالح الشباب السعودي فقد حصل علي نسبة (٢٩%) مقابل (٧%) للشباب المصري. ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء كثرة وتنوع الأحداث في المجتمع المصري مما أدى إلي مرحلة التشبع وهذا دفع المصريين إلي محاولة العزوف عن مزيد من الأخبار، في حين يستخدمه السعوديين بهدف المعرفة والحصول علي المعلومات كحاجة معرفية.

- كما أوضحت النتائج التفصيلية أيضاً عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين الشباب (المصري - السعودي) في الهدف من استخدام موقع اليوتيوب لأهداف تعليمية ولأهداف تثقيفية ، حيث بلغت قيمة (Z) (-٠,٧٠١) و (-٠,٧١٩) علي الترتيب .

٣- عدد ساعات استخدام اليوتيوب للأهداف التعليمية

جدول رقم (٥) قيمة كاي^٢ لدلالة الفروق بين النوع (ذكور - إناث) في عدد ساعات استخدام اليوتيوب للأهداف التعليمية

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
من ساعة إلى ساعتين	١١٢	٥٦	١٣١	٦٥,٥	٢٤٣	٦٠,٨
أقل من ساعة	٧٣	٣٦,٥	٥٩	٢٩,٥	١٣٢	٣٣
أكثر من ساعتين	١٥	٧,٥	١٠	٥	٢٥	٦,٢
المجموع	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٤٠٠	١٠٠

كاي^٢: ٣,٩٧٠ درجة الحرية: ٢ مستوى الدلالة: ٠,١٣٧ غير داله

- يتضح من الجدول السابق ارتفاع نسبة استخدام أفراد العينة لليوتيوب للأهداف التعليمية من ساعة إلى ساعتين يومياً بنسبة (٦٠,٨%) متصدرة بذلك الترتيب الأول، وجاء الترتيب الثاني لصالح استخدامه لأقل من ساعة بنسبة (٣٣%) ، في حين حصل استخدام اليوتيوب لأكثر من ساعتين بنسبة (٦,٢%) علي الترتيب الثالث، وتشير هذه النتيجة إلي حصول الاستخدام المتوسط علي الترتيب الأول يليه الاستخدام المنخفض ثم الاستخدام الكثيف ، وربما يرجع سبب حصول الاستخدام المتوسط علي أعلي نسبة أن التعرض لليوتيوب غالباً ما يكون تعرض انتقائي وهادف لتحقيق استفادة معينة نظراً لأن استخدام اليوتيوب للأهداف التعليمية لا يكون بشكل دائم إنما يكون مرتبط بالحاجة إلي التعلم، أضف إلى ذلك أنها قناة واحدة من ضمن قنوات التواصل الاجتماعي التي يتعرض لها الشباب الجامعي وتعتبر هذه نتيجة منطقية إلي حد كبير.

- كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلي عدم وجود فروق ذات دالة إحصائية بين الشباب (الذكور - الإناث) في عدد ساعات استخدام اليوتيوب للأهداف التعليمية، حيث بلغت قيمة كاي^٢ (٣,٩٧٠) ، وهي قيمة غير دالة إحصائياً. وربما يمكن تفسير هذه النتيجة بالاستناد إلي أن التعليم يعد من الحاجات الأساسية للإنسان التي لا تفرق بين الذكور والإناث ولذلك لا يعتبر النوع متغير ذو تأثير علي الحاجة إلي التعلم.

جدول رقم (٦) قيمة كاً لدلالة الفروق بين الجنسية (مصري - سعودي) في عدد ساعات استخدام اليوتيوب للأهداف التعليمية

الإجمالي		سعودي		مصري		الجنسية عدد ساعات الاستخدام
ك	%	ك	%	ك	%	
٢٤٣	٦٠,٨	١٤٠	٧٠	١٠٣	٥١,٥	من ساعة إلى ساعتين
١٣٢	٣٣	٥٤	٢٧	٧٨	٣٩	أقل من ساعة
٢٥	٦,٢	٦	٣	١٩	٩,٥	أكثر من ساعتين
٤٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	المجموع

كاً: ١٦,٧٥٧ درجة الحرية: ٢ مستوى الدلالة: ٠,٠٠٠ داله

- تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى وجود فروق دالة إحصائياً بين الشباب (المصري - السعودي) في عدد ساعات استخدام اليوتيوب للأهداف التعليمية، حيث بلغت قيمة كاً (١٦,٧٥٧)، وهي قيمة دالة إحصائياً، وهذا الفرق لصالح الشباب السعودي في استخدام اليوتيوب للأهداف التعليمية من ساعة إلى ساعتين باعتبارها حصلت على المركز الأول حيث جاءت نسبة الشباب السعودي (٧٠%) مقابل (٥١,٥%) للشباب المصري.

جدول رقم (٧) قيمة كاً لدلالة الفروق بين المبحوثين بالمستوى الاقتصادي و الاجتماعي (منخفض - متوسط - مرتفع) في عدد ساعات استخدام اليوتيوب للأهداف التعليمية

الإجمالي		مرتفع		متوسط		منخفض		المستوى عدد ساعات الاستخدام
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
٢٤٣	٦٠,٨	٣٤	٤٣,٦	٣١	٤٢,٥	١٧٨	٧١,٥	من ساعة إلى ساعتين
١٣٢	٣٣	٤٤	٥٦,٤	٢٧	٣٧	٦١	٢٤,٥	أقل من ساعة
٢٥	٦,٢	٠	٠	١٥	٢٠,٥	٤	١٠	أكثر من ساعتين
٤٠٠	١٠٠	٧٨	١٠٠	٧٣	١٠٠	٢٤٩	١٠٠	المجموع

كاً: ٦٢,٠٢٣ درجة الحرية: ٤ مستوى الدلالة: ٠,٠٠٠ داله

- تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى وجود فروق دالة إحصائياً بين الشباب بالمستوى الاقتصادي و الاجتماعي (منخفض - متوسط - مرتفع) في عدد ساعات

استخدام اليوتيوب للأهداف التعليمية ، حيث بلغت قيمة كاً (٦٢,٠٢٣)، وهي قيمة دالة إحصائياً، وهذا الفرق لصالح الشباب بالمستوي الاقتصادي والاجتماعي المنخفض بنسبة (٧١,٥%) في فئة استخدام اليوتيوب للأهداف التعليمية من ساعة إلي ساعتين باعتبارها حصلت على المركز الأول. وربما يمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء عدم قدرة الشباب المادية على الالتحاق بالدورات العملية لذا يلجئون إلي التعلم من خلال اليوتيوب لتعويض الجانب المهاري لديهم.

جدول رقم (٨) قيمة كاً لدلالة الفروق بين المبحوثين بالتقدير الدراسي (أقل من مقبول - مقبول - جيد - جيد جداً - امتياز) في عدد ساعات استخدام اليوتيوب للأهداف التعليمية

التقدير ساعات الاستخدام		أقل من مقبول		مقبول		جيد		جيد جداً		امتياز		الإجمالي	
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
من ساعة إلى ساعتين	١	٢٥	٢٨	٤٥,٢	٣١	٥٤,٤	٧٧	٦١,١	١٠٦	٧٠,٢	٢٤٣	٦٠,٨	
أقل من ساعة	١	٢٥	٢٩	٤٦,٨	٢٠	٣٥,١	٤٥	٣٥,٧	٣٧	٢٤,٥	١٣٢	٣٣	
أكثر من ساعتان	٢	٥٠	٥	٨,١	٦	١٠,٥	٤	٣,٢	٨	٥,٣	٢٥	٦,٢	
المجموع	٤	١٠٠	٦٢	١٠٠	٥٧	١٠٠	١٢٦	١٠٠	١٥١	١٠٠	٤٠٠	١٠٠	

كاً: ٢٩,٥٩٦ درجة الحرية: ٨ مستوى الدلالة: ٠,٠٠٠ داله

- تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلي وجود فروق دالة إحصائياً بين الشباب مختلفي التقدير الدراسي (أقل من مقبول - مقبول - جيد - جيد جداً - امتياز) في عدد ساعات استخدام اليوتيوب للأهداف التعليمية ، حيث بلغت قيمة كاً (٢٩,٥٩٦)، وهي قيمة دالة إحصائياً، وهذا الفرق لصالح الشباب أصحاب التقدير الدراسي الممتاز بنسبة (٧٠,٢%) في فئة استخدام اليوتيوب للأهداف التعليمية من ساعة إلي ساعتين باعتبارها حصلت على المركز الأول. وهي نتيجة منطقية حيث أن المتفوقين دائماً ما يسعون إلي تحقيق أفضل مستوي من الجانب النظري والعملية فهم أشخاص لديهم هدف يسعون لتحقيقه.

٤- طبيعة المقرر التعليمي الذي تلجأ عينة الدراسة لاستخدام اليوتيوب التعليمي فيه
جدول رقم (٩) التكرارات والنسب المئوية والمتوسط والترتيب لطبيعة المقرر التعليمي
الذي تلجأ عينة الدراسة لاستخدام اليوتيوب التعليمي فيه

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	الإجمالي ن = ٤٠٠		طبيعة المقرر التعليمي
			ك	%	
١	٠,٤٣٩	٠,٧٤	٢٩٦	٧٤	مقرر عملي
٢	٠,٥٠١	٠,٥١	٢٠٣	٥٠,٨	مقرر نظري

- أسفرت نتائج الجدول السابق المتعلق بطبيعة المقرر التعليمي الذي تلجأ عينة الدراسة لاستخدام اليوتيوب التعليمي فيه عن حصول المقرر العملي علي الترتيب الأول بنسبة كبيرة بلغت (٧٤%)، وجاء المقرر النظري بنسبة (٥٠,٨%) في الترتيب الثاني ، وربما يمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء أن المواد العملية تعد من الخبرات المجردة صعبة الفهم أو التخيل لذا يسعى الطالب إلى تقريب مفاهيمها إليه عن طريق رؤيتها محسوسة أمام عينيه من خلال فيديو توضيحي حتى يستطيع فهمها وإتمامها بالشكل المطلوب . ولمعرفة الفروق بين جنسية العينة تم استخدام قيمة Z لقياس هذا الفرق كما يوضحه الجدول التالي :

جدول (١٠) قيمة Z لطبيعة المقرر التعليمي الذي يلجأ الشباب (مصري - سعودي) لاستخدام اليوتيوب التعليمي فيه

مستوي الدلالة	قيمة Z	الإجمالي		سعودي		مصري		الجنسية طبيعة المقرر التعليمي
		ك	%	ك	%	ك	%	
دالة **	٩,٨٨٩	٢٠٣	٥٠,٨	٥٢	٢٦	١٥١	٧٥,٥	مقرر نظري
دالة	٢,٢٧٧	٢٩٦	٧٤	١٥٨	٧٩	١٣٨	٦٩	مقرر عملي
		٤٠٠		٢٠٠		٢٠٠		جملة من سئلوا

- أوضحت النتائج التفصيلية للجدول السابق وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب (المصري - السعودي) في المقرر العملي والنظري الذي تلجأ العينة فيه لاستخدام اليوتيوب والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة (Z) (٢,٢٧٧) و(٩,٨٨٩) علي الترتيب. وهذا الفرق لصالح الشباب المصري في المقرر النظري بنسبة (٧٥,٥%) ، وفي المقرر العملي لصالح الشباب السعودي (٧٩%) . وربما يمكن تفسير هذه النتيجة

في ضوء اختلاف طبيعة النظام التعليمي لكل دولة، حيث تركز المناهج المصرية على المعلومات النظرية بشكل كبير جداً في مختلف المراحل التعليمية عن المناهج السعودية التي تعتمد على معلومات نظرية قليلة بالمقارنة بالمناهج المصرية.

٥- نوعية الفيديوهات التي تفضل عينة الدراسة مشاهدتها على اليوتيوب التعليمي

جدول (١١) التكرارات والنسب المئوية والمتوسط والترتيب لنوعية الفيديوهات التي تفضل عينة الدراسة مشاهدتها على اليوتيوب التعليمي

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	الإجمالي ن = ٤٠٠		نوعية الفيديوهات
			ك	%	
١	٠,٤٨٨	٠,٣٩	٣٨,٨	١٥٥	أفلام وثائقية
٢	٠,٤٦٨	٠,٣٢	٣٢,٣	١٢٩	دورات تدريبية أو ورش عمل
٣	٠,٤٦٦	٠,٣٢	٣١,٨	١٢٧	تجارب علمية
٤	٠,٤١٦	٠,٢٢	٢٢,٣	٨٩	محاضرات أكاديمية

- يتضح من بيانات الجدول السابق حصول الأفلام الوثائقية على الترتيب الأول بنسبة (٣٨,٨%)، يليها الدورات التدريبية أو ورش العمل في الترتيب الثاني بنسبة (٣٢,٣%)، وجاءت التجارب العلمية في الترتيب الثالث بنسبة (٣١,٨%)، وحصلت المحاضرات الأكاديمية على الترتيب الرابع والأخير بنسبة (٢٢,٣%)، وربما يمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء حاجة الطلاب إلى استكمال الجوانب المهارية لديهم، فهذا الجانب غالباً ما يكون مهمل إلى حد ما في المؤسسات التعليمية ربما لقلّة الإمكانيات المادية أو لقلّة الكفاءات البشرية المدربة، ولهذا يعوض الطلاب هذا الجانب بالمقاطع التعليمية المنتشرة على اليوتيوب.

- وتختلف هذه النتيجة مع دراسة ريهام عاصم غانم (٢٠١٥) (١٧) حيث احتلت المحاضرات الأكاديمية المركز الأول بنسبة (٢٤,٤%) ثم في المركز الثاني التجارب العلمية والمعملية بنسبة (١٨,١%)، ثم الأفلام الوثائقية بالمركز الثالث بنسبة (١٥,٩%).

- ولمعرفة الفروق بين جنسية العينة تم استخدام قيمة Z لقياس هذا الفرق كما يوضحه الجدول التالي:

جدول (١٢) قيمة Z لنوعية الفيديوهات التي يفضل الشباب (مصري - سعودي)
مشاهدتها علي اليوتيوب التعليمي

مستوي الدلالة	قيمة z	الإجمالي		سعودي		مصري		الجنسية نوعية الفيديوهات
		%	ك	%	ك	%	ك	
دالة **	٣,٧٢٢	٢٢,٣	٨٩	٣٠	٦٠	١٤,٥	٢٩	محاضرات أكاديمية
دالة **	٣,٩٥٣	٣٢,٣	١٢٩	٢٣	٤٦	٤١,٥	٨٣	دورات تدريبية أو ورش عمل
دالة **	٦,٣٢٩	٣١,٨	١٢٧	٤٦,٥	٩٣	١٧	٣٤	تجارب علمية
دالة *	٢,٩٧٣	٣٨,٨	١٥٥	٤٦	٩٢	٣١,٥	٦٣	أفلام وثائقية
		٤٠٠		٢٠٠		٢٠٠		جملة من سئولا

- تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلي وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب (المصري السعودي) في نوعية الفيديوهات المفضل مشاهدتها علي اليوتيوب التعليمي حيث كانت قيمة (Z) دالة إحصائية عند كل العبارات ، وهذا الفرق لصالح الشباب السعودي في المحاضرات الأكاديمية ، التجارب العلمية ، الأفلام الوثائقية ، ولصالح الشباب المصري في الدورات التدريبية أو ورش العمل . ويمكن تفسير ذلك في ضوء أن المناهج الدراسية في مصر تعتمد أكثر علي الجوانب النظرية بشكل كبير ، وحتى ولو كان هناك أجزاء عملية لا يتم تطبيقها بالفعل وذلك بسبب عدم توافر الإمكانيات والكفاءات المدربة ، علي عكس الشباب السعودي الذي يمتلك هذه الإمكانيات في مؤسستهم التعليمية أو في منازلهم بحكم قدرتهم المادية التي تسمح لهم بسهولة امتلاك هذه التكنولوجيا .

٦- أبعاد أوجه الشراء الإعلامي لليوتيوب التعليمي

جدول (١٣) قيمة (كأ) لحسن المطابقة ومستوى دلالتها والمتوسط والترتيب لأبعاد أوجه الشراء الإعلامي لليوتيوب التعليمي (ن = ٤٠٠)

ترتيب	مستوى الدلالة	كأ ^٢ لحسن المطابقة	المتوسط المرجح	عدد النقاط	معارض		محايد		موافق		العبرة
					%	ك	%	ك	%	ك	
١	٠,٠٠	٣٧٣,٩٤	٢,٧٦	١١٠٤	١,٥	٦	٢١	٨٤	٧٧,٥	٣١٠	يوفر اليوتيوب إمكانية إنشاء قناة تعليمية خاصة لنشر وتحميل الفيديوهات الشخصية
٢	٠,٠٠	٣٢٩,٠٤	٢,٧٢	١٠٨٧	٢,٧٥	١١	٢٢,٧٥	٩١	٧٤,٥	٢٩٨	يتميز اليوتيوب بإمكانية مشاهدة وتسجيل الفيديوهات التعليمية في وقت لاحق
٣	٠,٠٠	٢٩٥,٥٣	٢,٦٩	١٠٧٧	٢	٨	٢٦,٧٥	١٠٧	٧١,٢٥	٢٨٥	يتميز اليوتيوب باستخدام متعدد للوسائط المتعددة مثل الصوت والصورة والفيديو
٤	٠,٠٠	٢٥٣,٢٩	٢,٦٤٥	١٠٥٧	٤	١٦	٢٧,٧٥	١١١	٦٨,٢٥	٢٧٣	يتميز اليوتيوب بالتفاعلية لقياس رضا أو عدم رضا المتابعين
٥	٠,٠٠	٢٥٢,٩٨	٢,٦٤	١٠٥٦	٤,٥	١٨	٢٧	١٠٨	٦٨,٥	٢٧٤	يتسم اليوتيوب بإمكانية التحكم في جودة ونوعية مقاطع الفيديو
٥م	٠,٠٠	٢٥٨,٢٦	٢,٦٤	١٠٥٦	٥,٥	٢٢	٢٥	١٠٠	٦٩,٥	٢٧٨	يتميز اليوتيوب بفعورية رجوع الصدى من خلال التعليقات والإعجاب أو عدم الإعجاب
٦	٠,٠٠	٢٣٩,٢٥	٢,٦٣	١٠٥١	٤	١٦	٢٩,٢٥	١١٧	٦٦,٧٥	٢٦٧	يتميز اليوتيوب باستخدام اللغة اللفظية وغير اللفظية
٧	٠,٠٠	٢٢٣,٥٠	٢,٦١	١٠٤٤	٢,٢٥	٩	٣٤,٥	١٣٨	٦٣,٢٥	٢٥٣	يتميز اليوتيوب بالتنوع والأنية في التفاعل من خلال مقاطع البث المباشر
٨	٠,٠٠	١٩٢,٣٦	٢,٥٦	١٠٢٤	٧,٧٥	٣١	٢٨,٥	١١٤	٦٣,٧٥	٢٥٥	يوفر اليوتيوب إمكانية البث الحي المباشر من خلال الموقع
٩	٠,٠٠	١٨٩,٨١	٢,٥٥	١٠٢١	٨,٧٥	٣٥	٢٧,٢٥	١٠٩	٦٤	٢٥٦	يتمتع اليوتيوب بإمكانية تحميل مقاطع الفيديو وتبادلها
١٠	٠,٠٠	١٧١,٦٦	٢,٥٣	١٠١٢	٤,٧٥	١٩	٣٧,٥	١٥٠	٥٧,٧٥	٢٣١	يتميز اليوتيوب بالطابع الشخصي في بث المحتوى التعليمي
١١	٠,٠٠	١٥٢,٢٨	٢,٤٣	٩٧٣	٤,٢٥	١٧	٤٨,٢٥	١٩٣	٤٧,٥	١٩٠	يتسم اليوتيوب التعليمي باستخدام النص الفائق

- بالنظر في البيانات العامة كشفت نتائج الجدول السابق ما يلي :

- جاءت عبارة "يوفر اليوتيوب إمكانية إنشاء قناة تعليمية خاصة لنشر وتحميل الفيديوهات الشخصية" في مقدمة عبارات مقياس أوجه الثراء الإعلامي لليوتيوب التعليمي ككل بمتوسط قدرة (٢,٧٦)، يليها في الترتيب الثاني عبارة "تميز اليوتيوب بإمكانية مشاهدة وتسجيل الفيديوهات التعليمية في وقت لاحق" بمتوسط قدرة (٢,٧٢)، ثم جاء الترتيب الثالث لصالح عبارة "تميز اليوتيوب باستخدام متعدد الوسائط المتعددة مثل الصوت والصورة والفيديو" بمتوسط قدرة (٢,٦٩)، وحصلت عبارة "تميز اليوتيوب بالتفاعلية لقياس رضا أو عدم رضا المتابعين" على الترتيب الرابع بمتوسط (٢,٦٤٥)، وشغل الترتيب الخامس مناصفة كلاً من عبارتي "يتسم اليوتيوب بإمكانية التحكم في جودة ونوعية مقاطع الفيديو" و"تميز اليوتيوب بفورية رجوع الصدى من خلال التعليقات والإعجاب أو عدم الإعجاب" فقد حصل على نفس المتوسط (٢,٦٤)، ثم جاءت عبارة "تميز اليوتيوب باستخدام اللغة اللفظية وغير اللفظية" في الترتيب السادس بمتوسط قدرة (٢,٦٣)، بينما جاء الترتيب السابع لصالح "تميز اليوتيوب بالتنوع والآنية في التفاعل من خلال مقاطع البث المباشر" بمتوسط قدرة (٢,٦١)، يليها في الترتيب الثامن عبارة " يوفر اليوتيوب إمكانية البث الحي المباشر من خلال الموقع" بمتوسط قدرة (٢,٥٦)، وفي الترتيب التاسع جاءت عبارة "يتمتع اليوتيوب بإمكانية تحميل مقاطع الفيديو وتبادلها" بمتوسط قدرة (٢,٥٥)، ثم شغل الترتيب العاشر عبارة "يتميز اليوتيوب بالطابع الشخصي في بث المحتوى التعليمي" بمتوسط قدرة (٢,٥٣)، وأخيراً جاءت عبارة "يتسم اليوتيوب التعليمي باستخدام النص الفائق" في الترتيب الحادي عشر والأخير بمتوسط قدرة (٢,٤٣).

- وفيما يتعلق بالفروق بين الشباب الجامعي المصري والسعودي في أبعاد أوجه الثراء الإعلامي لليوتيوب التعليمي أثبتت النتائج ما يلي :

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية في معظم عبارات المقياس لصالح البديل موافق لدي الشباب الجامعي السعودي حيث جاءت جميع قيم (كأ) دالة إحصائياً . باستثناء عبارتي يتميز اليوتيوب بالتنوع والآنية في التفاعل من خلال مقاطع البث المباشر - يتسم اليوتيوب التعليمي باستخدام النص الفائق حيث جاءت قيمتي (كأ) غير دالة إحصائياً . وربما يمكن تفسير وجود فروق لصالح الشباب السعودي إلي ارتفاع معدل استخدام اليوتيوب بشكل كبير بين الشباب السعودي حيث يمارس دوراً بالغ الأهمية في مختلف أوجه الحياة العملية لديهم، حيث يتوقف قبول الفرد في سوق العمل

علي مدي إتقانه وامتلاكه للمهارات العملية التي يكتسب جزء كبير منها من خلال اليوتيوب الذي يساعدهم بشكل كبير علي تطوير قدراتهم ومهاراتهم التي تؤهلهم إلي الالتحاق بمختلف الوظائف.

جدول (١٤) ترتيب أبعاد أوجه الثراء الإعلامي لليوتيوب التعليمي (ن = ٤٠٠)

الأبعاد	موافق	محايد	معارض	عدد النقاط	المتوسط المرجح	مستوي أوجه الثراء
استخدام الوسائط المتعددة	٥٥٢	٢٢٤	٢٤	١٠٦٤	٢,٦٦	مرتفع
شخصنة المحتوى الإعلامي	٥٤١	٢٣٤	٢٥	١٠٥٨	٢,٦٥	مرتفع
فورية رجع الصدى	٢٧٨	١٠٠	٢٢	١٠٥٦	٢,٦٤	مرتفع
توفير الأرشيف الإلكتروني	٥٥٤	٢٠٠	٤٦	١٠٥٤	٢,٦٤	مرتفع
الأنية في النشر	٢٥٣	١٣٨	٩	١٠٤٤	٢,٦١	مرتفع
التفاعلية	٥٢٨	٢٢٥	٤٧	١٠٤١	٢,٦٠	مرتفع
استخدام النص الفائق	٤٦٤	٣٠١	٣٥	١٠١٥	٢,٥٤	مرتفع
إجمالي أبعاد أوجه الثراء الإعلامي لليوتيوب التعليمي (ن = ٤٠٠)						مرتفع
						٢,٦٢
						١٠٤٧

- تشير نتائج الجدول السابق أنه وفقاً لأفراد العينة فقد جاءت جميع أبعاد مقياس أوجه الثراء الإعلامي مرتفعة وفقاً للترتيب التالي: (استخدام الوسائط المتعددة - شخصنة المحتوى الإعلامي- فورية رجع الصدى- توفير الأرشيف الإلكتروني - الأنية في النشر- التفاعلية- استخدام النص الفائق)، ونلاحظ أن الدرجة الكلية لأبعاد أوجه الثراء الإعلامي لليوتيوب التعليمي جاءت مرتفعة بمتوسط قدرة (٢,٦٢). ويمكننا من خلال ما سبق استنتاج أن التنوع في عرض المواد التعليمية بالصوت والصورة والفيديوهات والعرض المميز لها وإمكانية إنشاء قنوات تعليمية خاصة لنشر وتحميل الفيديوهات الشخصية من أهم الأسباب التي تجذب الطلاب إلى اليوتيوب حيث يتم عرض المادة العلمية بأسلوب شيق وممتع بعيداً عن الجمود الذي يعاني منه أغلب الطلاب في التدريس.

٧- أبعاد دافعية التعلم للشباب الجامعي المستخدم لليوتيوب التعليمي

جدول (١٥) قيمة (كأ) لحسن المطابقة ومستوي دلالتها والمتوسط والترتيب لأبعاد

دافعية التعلم للشباب المستخدم لليوتيوب التعليمي (ن = ٤٠٠)

العبارة	موافق		محايد		معارض		عدد النقاط	المتوسط المرجح	كأ لحسن المطابقة	مستوي الدلالة	ترتيب
	%	ك	%	ك	%	ك					
يوفر اليوتيوب العديد من المقاطع المتنوعة التي يمكن الانتقاء منها على حسب استيعابي لها	٦٢,٢٥	٢٤٩	١٤,٠	٥	٣٥	١١	٢,٧٥	١٠,٣٨	٢,٥٩	٠,٠٠٠	١
أشعر بالرضا عندما أقوم بتطوير مهاراتي الدراسية وتطبيق البرامج التي أتعلمها بدقة	٦٥	٢٦٠	١١٨	١١	٢٩,٥	٢٢	٥,٥	١٠,٣٨	٢,٥٩	٠,٠٠٠	١م
أهتم بمساعدة الزملاء الذين يحتاجون إلى مساعدتي	٦٣,٥	٢٥٤	١٢٥	١٢	٣١,٢٥	٢١	٥,٢٥	١٠,٣٣	٢,٥٨	٠,٠٠٠	٢
أحرص على تنفيذ ما يطلبه منى الأساتذة	٥٩,٧٥	٢٣٩	١٤,٠	٥	٣٥	٢١	٥,٢٥	١٠,١٨	٢,٥٥	٠,٠٠٠	٣
يسهل لي اليوتيوب الحصول على الخبرات التعليمية بسهولة ويسر	٥٤,٧٥	٢١٩	١٦٥	١٦	٤١,٢٥	١٦	٤	١٠,٠٣	٢,٥١	٠,٠٠٠	٤
أجد متعة كبيرة في الأفكار الجديدة والتنوع الذي يقدمه اليوتيوب	٥٨,٢٥	٢٣٣	١٣٧	١٣	٣٤,٢٥	٣٠	٧,٥	١٠,٠٣	٢,٥١	٠,٠٠٠	٤م
يمكنني اليوتيوب من تعويض الكثير من القصور في التعلم من خلال الفيديوهات	٥٦,٥	٢٢٦	١٣٣	١٣	٣٣,٢٥	٤١	١٠,٢٥	٩,٨٥	٢,٤٦	٠,٠٠٠	٥
أحب أن يرضى عنى زملائي وأساتذتي	٥٢	٢٠٨	١٥٦	١٥	٣٩	٣٦	٩	٩,٧٢	٢,٤٣	٠,٠٠٠	٦
أتابع شرح اليوتيوب باهتمام شديد لكي أنفذ	٥١,٢٥	٢٠٥	١٥٣	١٥	٣٨,٢٥	٤٢	١٠,٥	٩,٦٣	٢,٤١	٠,٠٠٠	٧

											مهامي الدراسية بتميز
٨	٠,٠٠٠	١٠٤,١٩	٢,٤٠	٩٥٨	٩,٧٥	٣٩	٤١	١٦٤	٤٩,٢٥	١٩٧	زاد فهمي للكثير من المقررات الدراسية بعد استخدام اليوتيوب
٩	٠,٠٠٠	٨٩,٨٥٥	٢,٣٨	٩٥١	١٢	٤٨	٣٨,٢٥	١٥٣	٤٩,٧٥	١٩٩	علاقتي مع زملائي قائمة على الثقة المتبادلة
١٠	٠,٠٠٠	١٦٢,٧٨	٢,٣٧	٩٤٨	٤,٢٥	١٧	٥٤,٥	٢١٨	٤١,٢٥	١٦٥	غالبية المقررات التي يتم شرحها عبر اليوتيوب مشوقة وتقدم بأسلوب متنوع
١٠م	٠,٠٠٠	١١٥,٨٩	٢,٣٧	٩٤٧	٨	٣٢	٤٧,٢٥	١٨٩	٤٤,٧٥	١٧٩	أشعر بالسعادة عندما استخدم اليوتيوب وأشاهد الفيديوهات التعليمية
١٠م	٠,٠٠٠	٩٧,٥٦٥	٢,٣٧	٩٤٩	١٠,٢٥	٤١	٤٢,٢٥	١٦٩	٤٧,٥	١٩٠	أسعى إلى تحسين مستواي الدراسي والقيام بأداء واجباتي
١١	٠,٠٠٠	٨٥,٢٩٥	٢,٣٦	٩٤٣	١٢	٤٨	٤٠,٢٥	١٦١	٤٧,٧٥	١٩١	يساعدني استخدام اليوتيوب على تقليل حالة القلق والخوف من المقررات الدراسية فلم يعد التعليم يمثل عائقاً لدي
١١م	٠,٠٠٠	١٠٢,٢٦	٢,٣٦	٩٤٤	٩,٥	٣٨	٤٥	١٨٠	٤٥,٥	١٨٢	يساعدني اليوتيوب في الوصول إلى حل للمشكلات الصعبة
١٢	٠,٠٠٠	٧١,٧٦٥	٢,٣٢	٩٢٧	١٣,٥	٥٤	٤١,٢٥	١٦٥	٤٥,٢٥	١٨١	يساهم اليوتيوب في زيادة الثقة بقدراتي وبأبني مميز عن الآخرين
١٣	٠,٠٠٠	٥٨,٨٣٥	٢,٣١	٩٢٣	١٦,٢٥	٦٥	٣٦,٧٥	١٤٧	٤٧	١٨٨	أفضل العمل ضمن مجموعة من الزملاء
١٤	٠,٠٠٠	٤٣,٥٩٥	٢,٢٧	٩٠٧	١٩	٧٦	٣٥,٢٥	١٤١	٤٥,٧٥	١٨٣	أسعى من خلال استخدام اليوتيوب إلى رفع معدلي الدراسي

١٤م	٠,٠٠٠	٦٠,٥٦٠	٢,٢٧	٩٠٨	١٥	٦٠	٤٣	١٧٢	٤٢	١٦٨	يمكنني استخدام اليوتيوب من الحصول على رضا الأساتذة عنى
١٥	٠,٠٠٠	٦٦,٢٤٥	٢,٢٤	٨٩٥	١٤,٧٥	٥٩	٤٦,٧٥	١٨٧	٣٨,٥	١٥٤	يساهم اليوتيوب في رفع مستوى تحصيلي الدراسي والحصول على أعلى الدرجات
١٦	٠,٠٠٠	٣٥,٥٥٥	٢,٢٣	٨٩٤	١٩,٧٥	٧٩	٣٧	١٤٨	٤٣,٢٥	١٧٣	يقدم لي اليوتيوب علاجاً لمشكلة عدم الانتباه والتركيز داخل المحاضرة
١٧	٠,٠١٣	٨,٦٤٥	٢,٠٨	٨٣٢	٢٦,٧٥	١٠٧	٣٨,٥	١٥٤	٣٤,٧٥	١٣٩	يسهل علي تكوين صداقات بسرعة

- بالنظر في البيانات العامة كشفت نتائج الجدول السابق:

- أن عبارتي "يوفر اليوتيوب العديد من المقاطع المتنوعة التي يمكن الانتقاء منها على حسب استيعابي لها" و"أشعر بالرضا عندما أقوم بتطوير مهاراتي الدراسية وتطبيق البرامج التي أتعلمها بدقة" جاءت في مقدمة عبارات مقياس دافعية التعلم بمتوسط قدرة (٢,٥٩)، ثم جاءت عبارة "أهتم بمساعدة زملاء الذين يحتاجون إلى مساعدتي" في الترتيب الثاني بمتوسط قدرة (٢,٥٨)، وجاء الترتيب الثالث لصالح عبارة "أحرص على تنفيذ ما يطلبه منى الأساتذة" بمتوسط قدرة (٢,٥٥)، بينما شغل الترتيب الرابع مناصفة كلاً من عبارتي "يسهل لي اليوتيوب الحصول على الخبرات التعليمية بسهولة ويسر" و "أجد متعة كبيرة في الأفكار الجديدة والتنوع الذي يقدمه اليوتيوب" بمتوسط قدرة (٢,٥١)، تليهم في الترتيب الخامس عبارة "يمكنني اليوتيوب من تعويض الكثير من القصور في التعلم من خلال الفيديوهات" بمتوسط قدرة (٢,٤٦)، وجاء الترتيب السادس لصالح عبارة "أحب أن يرضى عنى زملائي وأساتذتي" بمتوسط قدرة (٢,٤٣)، وفي الترتيب السابع جاءت عبارة "أتابع شرح اليوتيوب باهتمام شديد لكي أنفذ مهامى الدراسية بتميز" بمتوسط قدرة (٢,٤١)، بينما شغلت عبارة "زاد فهمي للكثير من المقررات الدراسية بعد استخدام اليوتيوب" الترتيب الثامن بمتوسط قدرة (٢,٤٠)، ثم عبارة "علاقاتي مع زملائي قائمة على الثقة المتبادلة" في الترتيب التاسع بمتوسط قدرة (٢,٣٨)، ثم جاء الترتيب العاشر لصالح العبارات التالية: "غالبية المقررات التي يتم شرحها عبر اليوتيوب مشوقة تقدم بأسلوب متنوع" و"أشعر بالسعادة عندما استخدم اليوتيوب وأشاهد الفيديوهات التعليمية" و"أسعى إلى تحسين مستواي الدراسي والقيام بأداء واجباتي" بمتوسط قدرة (٢,٣٧)، وشغلت عبارتي "يساعدني استخدام اليوتيوب على تقليل حالة القلق والخوف من المقررات الدراسية فلم يعد التعليم

يمثل عائقاً لدي" و "يساعدني اليوتيوب في الوصول إلى حل للمشكلات الصعبة" الترتيب الحادي عشر بمتوسط قدرة (٢,٣٦)، وجاء في الترتيب الثاني عشر عبارة "يساهم اليوتيوب في زيادة الثقة بقدراتي وبأنني مميز عن الآخرين" بمتوسط قدرة (٢,٣٢)، ثم حصلت عبارة "أفضل العمل ضمن مجموعة من زملاء" علي الترتيب الثالث عشر بمتوسط قدرة (٢,٣١)، يليها في الترتيب الرابع عشر عبارتي "يمكنني استخدام اليوتيوب من الحصول على رضا الأساتذة عنى" و "أسعى من خلال استخدام اليوتيوب إلى رفع معدلي الدراسي" بمتوسط قدرة (٢,٢٧)، ثم حصلت عبارة "يساهم اليوتيوب في رفع مستوى تحصيلي الدراسي والحصول على أعلى الدرجات" علي الترتيب الخامس عشر بمتوسط قدرة (٢,٢٤)، يليها في الترتيب السادس عشر عبارة "يقدم لي اليوتيوب علاجاً لمشكلة عدم الانتباه والتركيز داخل المحاضرة" بمتوسط قدرة (٢,٢٣)، وفي الترتيب السابع عشر والأخير جاءت عبارة "يسهل علي تكوين صداقات بسرعة" بمتوسط قدرة (٢,٠٨).

- وفيما يتعلق بالفروق بين الشباب الجامعي المصري والسعودي في أبعاد دافعية التعلم للشباب المستخدم لليوتيوب التعليمي أثبتت النتائج ما يلي :

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية في معظم عبارات المقياس لصالح البديل موافق ومحايد وكانت بعض العبارات لصالح الشباب الجامعي المصري والبعض الآخر لصالح الشباب الجامعي السعودي حيث جاءت جميع قيم (كأ) دالة إحصائياً ، باستثناء العبارات التالية: (أشعر بالرضا عندما أقوم بتطوير مهاراتي الدراسية وتطبيق البرامج التي أتعلمها بدقة - أهتم بمساعدة الزملاء الذين يحتاجون إلى مساعدتي- يمكنني اليوتيوب من تعويض الكثير من القصور في التعلم من خلال الفيديوهات - أتابع شرح اليوتيوب باهتمام شديد لكي أنفذ مهامى الدراسية بتميز - يساعدني اليوتيوب في الوصول إلى حل للمشكلات الصعبة - علاقاتي مع زملائي قائمة على الثقة المتبادلة - غالبية المقررات التي يتم شرحها عبر اليوتيوب مشوقة وتقدم بأسلوب متنوع - أسعى إلى تحسين مستواي الدراسي والقيام بأداء واجباتي - أسعى من خلال استخدام اليوتيوب إلى رفع معدلي الدراسي - يساهم اليوتيوب في رفع مستوى تحصيلي الدراسي والحصول على أعلى الدرجات - يسهل علي تكوين صداقات بسرعة) حيث جاءت قيمة (كأ) غير دالة إحصائياً. وربما يمكن تفسير وجود فروق لصالح الشباب السعودي والمصري إلي اختلاف نظرة كل منهم إلي أوجه الاستفادة التي تعود عليهم من استخدام اليوتيوب، الأمر الذي كشف عن توجهات كل جنسية في استخدام اليوتيوب، فبينما ينشغل الشباب السعودي بتطوير مهارته تمهيداً لتوظيفه في مجال العمل حيث يسمح للغالبية العظمى منهم الالتحاق بوظائف مختلفة أثناء الدراسة، نجد في الجانب الآخر الشباب المصري يحرص في استخدامه لليوتيوب على رفع مستواه التحصيلي

والحصول على أعلى الدرجات في المادة الدراسية، حيث تربي الأغلبية منهم أن الحصول على تقدير مرتفع هو السبيل الوحيد للحصول على وظيفة مميزة بعد الدراسة.

جدول (١٦) ترتيب أبعاد دافعية التعلم للشباب المستخدم لليوتيوب التعليمي (ن = ٤٠٠)

الأبعاد	موافق	محايد	معارض	عدد النقاط	المتوسط المرجح	مستوي دافعية التعلم
المسئولية	٩١٠	٥٥٧	١٣٣	٩٩٤	٢,٤٨٥	مرتفع
الميل	٨٨٧	٥٩٩	١١٤	٩٩٣	٢,٤٨	مرتفع
الطاعة	٤٠٧	٣١٢	٨١	٩٦٣	٢,٤٠	مرتفع
الغموض	٣٧٩	٣٤٤	٧٧	٩٥١	٢,٣٧٧	مرتفع
الرغبة في التعلم	٥٥٧	٥٣١	١١٢	٩٤٨	٢,٣٧	مرتفع
التعاون	٧٣٤	٦١٠	٢٥٦	٩١٩	٢,٣٠	متوسط
مستوى الكفاءة	٧٠٨	٦٦٢	٢٣٠	٩١٩	٢,٣٠	متوسط
إجمالي أبعاد دافعية التعلم للشباب المستخدم لليوتيوب التعليمي (ن = ٤٠٠)			٩٥٥	٢,٣٨٨	مرتفع	

- تشير نتائج الجدول السابق أنه وفقاً لأفراد العينة فقد جاءت معظم أبعاد مقياس دافعية التعلم مرتفعة وفقاً للترتيب التالي: (المسئولية- الميل- الطاعة- الغموض- الرغبة في التعلم)، أما بالنسبة لبعدي (التعاون - مستوى الكفاءة) فقد جاءتا بدرجة متوسطة. ونلاحظ أن الدرجة الكلية لأبعاد دافعية التعلم للشباب المستخدم لليوتيوب التعليمي جاءت مرتفعة بمتوسط قدرة (٢,٣٨٨). وربما يرجع ذلك إلى أن اليوتيوب يساعد بشكل كبير على تطوير الشخصية من خلال العمل على تنمية واكتساب المهارات أو السلوكيات التي تجعل الفرد راضياً عن نفسه وعن حياته ، وجعل الإنسان مستعداً لأي عائق قد يواجهه.

الاستفادة من اليوتيوب كأداة تعليمية

جدول (١٧) التكرارات والنسب المئوية والمتوسط للاستفادة من اليوتيوب كأداة تعليمية

ترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	عدد النقاط	ضعيفة		متوسطة		كبيرة		العبرة
				%	ك	%	ك	%	ك	
١	٠,٤٨٠	٢,٦٧	١٠٦٩	٠,٥	٢	٣١,٧٥	١٢٧	٦٧,٧٥	٢٧١	يساعدني اليوتيوب على اكتساب معلومات جديدة لم أعرفها من قبل
٢	٠,٥٦٤	٢,٥٩	١٠٣٦	٣,٧٥	١٥	٣٣,٥	١٣٤	٦٢,٧٥	٢٥١	يساهم اليوتيوب في تبادل الخبرات المختلفة
٣	٠,٥٧٥	٢,٥٨	١٠٣٠	٤,٢٥	١٧	٣٤	١٣٦	٦١,٧٥	٢٤٧	يساهم اليوتيوب في زيادة التعلم الذاتي وسعة الاطلاع لدى
٤	٠,٥٥٩	٢,٥٥	١٠٢١	٣,٢٥	١٣	٣٨,٢٥	١٥٣	٥٨,٥	٢٣٤	يساهم اليوتيوب في الفهم المبسط للمعلومات ونتاج أفكار جديدة
٥	٠,٦٦٦	٢,٣٩	٩٥٦	١٠,٢٥	٤١	٤٠,٥	١٦٢	٤٩,٢٥	١٩٧	يساهم اليوتيوب في زيادة الشعور بالإيجابية نتيجة الدخول والتفاعل مع الموقع
٦	٠,٦٧٦	٢,٣٦	٩٤٤	١١,٢٥	٤٥	٤١,٥	١٦٦	٤٧,٢٥	١٨٩	يساهم اليوتيوب في زيادة التحصيل الدراسي لدى
٧	٠,٦٧٩	٢,٣٤	٩٣٧	١١,٧٥	٤٧	٤٢,٢٥	١٦٩	٤٦	١٨٤	اليوتيوب يساهم في تنمية الشعور لدى بالمسؤولية
٨	٠,٧٣١	٢,٢٥	٩٠٠	١٧,٢٥	٦٩	٤٠,٥	١٦٢	٤٢,٢٥	١٦٩	حفزني استخدام اليوتيوب إلى دعوة الأصدقاء بالمدرسة للدخول عليه

- كشفت نتائج الجدول السابق أن عبارة "يساعدني اليوتيوب على اكتساب معلومات جديدة لم أعرفها من قبل" جاءت في مقدمة عبارات الاستفادة من اليوتيوب كأداة تعليمية بمتوسط قدرة (٢,٦٧) ، ثم تليها في الترتيب الثاني عبارة " يساهم اليوتيوب في تبادل الخبرات المختلفة" بمتوسط قدرة (٢,٥٩) ، يليها عبارة " يساهم اليوتيوب في زيادة التعلم الذاتي وسعة الاطلاع" في الترتيب الثالث بمتوسط قدرة (٢,٥٨) ، ثم جاء الترتيب الرابع لصالح عبارة " يساهم اليوتيوب في الفهم المبسط للمعلومات

وإنتاج أفكار جديدة" بمتوسط قدرة (٢,٥٥)، في حين حصلت عبارة "يساهم اليوتيوب في زيادة الشعور بالإيجابية نتيجة الدخول والتفاعل مع الموقع" علي الترتيب الخامس بمتوسط قدرة (٢,٣٩)، وشغل الترتيب السادس عبارة "يساهم اليوتيوب في زيادة التحصيل الدراسي لدى" بمتوسط قدرة (٢,٣٦)، ثم جاء الترتيب السابع لصالح عبارة "اليوتيوب يساهم في تنمية الشعور لدى بالمسؤولية" بمتوسط قدرة (٢,٣٤)، يليها في الترتيب الثامن عبارة "حفزني استخدام اليوتيوب إلى دعوة الأصدقاء بالمدرسة للدخول عليه " بمتوسط قدرة (٢,٢٥). ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء قدرة اليوتيوب علي خلق مجتمع تعليمي حر يستطيع الفرد فيه أن يشارك ويقيم ، و يقوم ببناء محتوى ونشره لزملائه، بالإضافة إلي كونه منصة للطلبة للتفاعل وليس مجرد مشاهدة للمحتوى التعليمي فقط .

- وتتفق هذه النتيجة مع عادة حمزة ووفاء حافظ عبد السلام (٢٠١٤) ^(٦٨) حيث جاء سبب تبادل المعلومات في مقدمة الأسباب التي تجذب طلاب الجامعة لمواقع التواصل الاجتماعي بمتوسط قدره (٢,٦٢) ، ثم التعرف على أفكار جديدة بمتوسط (٢,٦١). وهذا ما أكدته أيضاً نتائج دراسة Rania Kabooha و Tariq Elyas (٢٠١٥) ^(٦٩) أن الطلاب لديهم مواقف إيجابية تجاه استخدام أشرطة فيديو اليوتيوب لتسهيل الحصول على مفردات جديدة .

٨- مساهمة المواد والفيديوهات المقدمة علي اليوتيوب في إثراء المادة العلمية

جدول (١٨) قيمة كا^٢ لدلالة الفروق بين الجنسية (مصري - سعودي) في مساهمة المواد والفيديوهات المقدمة علي اليوتيوب في إثراء المادة العلمية

الإجمالي		سعودي		مصري		الجنسية المساهمة
%	ك	%	ك	%	ك	
٦٢,٨	٢٥١	٦٥,٥	١٣١	٦٠	١٢٠	ساهمت بدرجة كبيرة
٣٣,٥	١٣٤	٣١,٥	٦٣	٣٥,٥	٧١	ساهمت بدرجة متوسطة
٣,٨	١٥	٣	٦	٤,٥	٩	ساهمت بدرجة ضعيفة
١٠٠	٤٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	المجموع

كا^٢: ١,٥٦٠ درجة الحرية: ٢ مستوى الدلالة: ٠,٤٥٨ غير داله

- يتضح من بيانات الجدول السابق أن نسبة (٦٢,٨%) من أفراد العينة ترى أن المواد والفيديوهات المقدمة علي اليوتيوب ساهمت بدرجة كبيرة في إثراء المادة العلمية لديهم، وتري نسبة (٣٣,٥%) أنها ساهمت بدرجة متوسطة، في حين رأت نسبة (٣,٨%) أنها ساهمت بدرجة ضعيفة. وتشير هذه النتيجة إلي ارتفاع قدرة اليوتيوب

علي زيادة المستوى التحصيلي والتعليمي لأفراد العينة حيث يركز علي إكسابهم معلومات ومهارات مختلفة.

- كما تشير النتائج التفصيلية للجدول إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب (المصري - السعودي) في مساهمة المواد والفيديوهات المقدمة علي اليوتيوب في إثراء المادة العلمية حيث بلغت قيمة كا^٢ (١,٥٦٠) وهي قيمة غير دالة إحصائياً . ربما يمكن تفسير ذلك بالاستناد إلي أن التعليم يعد واحداً من أهم وأبرز الأمور التي يحتاج الإنسان إليها، لأنه يلبي كافة احتياجاته الأساسية التي يسعى إلي تحقيقها .

٩- الثقة فيما يتم تقديمه من محتوى تعليمي علي اليوتيوب.

جدول رقم (١٩) يوضح قيمة كا^٢ لدلالة الفروق بين الجنسية (مصري - سعودي) في الثقة فيما يتم تقديمه من محتوى تعليمي علي اليوتيوب

الثقة	الجنسية		مصري		سعودي		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
أثق فيها بدرجة كبيرة	٩٨	٤٩	٩١	٤٥,٥	١٨٩	٤٧,٣		
أثق فيها بدرجة متوسطة	٨٨	٤٤	٧٨	٣٩	١٦٦	٤١,٥		
أثق فيها بدرجة ضعيفة	١٤	٧	٣١	١٥,٥	٤٥	١١,٣		
المجموع	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٤٠٠	١٠٠		

كا: ٧,٢٨٤ درجة الحرية: ٢ مستوى الدلالة: ٠,٠٢٦ داله

- تشير نتائج الجدول السابق إلي ارتفاع نسبة ثقة الشباب الجامعي عينة الدراسة بدرجة كبيرة في المحتوى التعليمي المقدم من خلال اليوتيوب بنسبة (٤٧,٣%) ، بينما أجابت نسبة (٤١,٥%) بأنهم يتقون بدرجة متوسطة ، في حين أجاب نسبة (١١,٣%) من العينة بأنها تثق بدرجة ضعيفة في اليوتيوب.

- وربما يرجع سبب ارتفاع الثقة في محتوى اليوتيوب إلى خبرات الطلاب والتي أكدت ارتفاع مستوى التحصيل عن ذي قبل والتي أكدتها نتائج بعض الدراسات مثل دراسة سعاد شفاقة العنزي وعبد الله يوسف الفيلكاوي، سارة محمد عبد الهادي، آية أحمد عبيدات، ندي عبد الله التميمي وآخرون، Rania Kabooha و Tariq Elyas.

- وتدل النتائج التفصيلية للجدول على وجود فروق دالة إحصائياً بين الشباب (المصري - السعودي) في مدي ثقتهم في المحتوى المقدم ، حيث بلغت قيمة كا^٢ (٧,٢٨٤) وهي قيمة دالة إحصائياً ، وهذا الفرق لصالح الشباب السعودي في فئة الثقة بدرجة ضعيفة حيث جاءت نسبتهم أعلى من نسبة المصريين في نفس الفئة .

ثانياً : نتائج اختبار صحة الفروض

الفرض الأول : "توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين علي أبعاد مقياس أوجه الثراء الإعلامي لليوتوب التعليمي وفقاً لاختلاف مستويات استخدام اليوتوب التعليمي (كثيف- متوسط - منخفض) لصالح متوسطي الاستخدام " .

جدول (٢٠) تحليل التباين لدلالة الفروق بين متوسطات المبحوثين وفقاً لاختلاف مستويات استخدام اليوتوب التعليمي (كثيف- متوسط - منخفض) في أبعاد مقياس أوجه الثراء الإعلامي لليوتوب التعليمي

الأبعاد	البيان	مجموع المربعات	د . ح	متوسط المربعات	ف	مستوي الدلالة
الأنية في النشر	بين مجموعات	٠,٠٨٢	٢	٠,٠٤١	٠,١٤٤	٠,٨٦٦ غير داله
	داخل	١١٣,٠٧٨	٣٩٧	٠,٢٨٥		
	مجموع	١١٣,١٦٠	٣٩٩			
التفاعلية	بين مجموعات	١,١١١	٢	٠,٥٥٦	٢,٦٥٧	٠,٠٧١ غير داله
	داخل	٨٣,٠٣٨	٣٩٧	٠,٢٠٩		
	مجموع	٨٤,١٤٩	٣٩٩			
استخدام الوسائط المتعددة	بين مجموعات	٤,٢٦٠	٢	٢,١٣٠	١١,٢٧٤	٠,٠٠٠ داله
	داخل	٧٥,٠٠٠	٣٩٧	٠,١٨٩		
	مجموع	٧٩,٢٦٠	٣٩٩			
استخدام النص الفائق	بين مجموعات	٠,٤٧٠	٢	٠,٢٣٥	١,١٧٧	٠,٣٠٩ غير داله
	داخل	٧٩,٢٥٤	٣٩٧	٠,٢٠٠		
	مجموع	٧٩,٧٢٤	٣٩٩			
شخصنة المحتوى الإعلامي	بين مجموعات	١,٤٠٣	٢	٠,٧٠١	٤,٢٠٦	٠,٠١٦ داله
	داخل	٦٦,١٨٧	٣٩٧	٠,١٦٧		
	مجموع	٦٧,٥٩٠	٣٩٩			
فورية رجع الصدى	بين مجموعات	٤,٣٧٢	٢	٢,١٨٦	٦,٥٨٥	٠,٠٠٢ داله
	داخل	١٣١,٧٨٨	٣٩٧	٠,٣٣٢		
	مجموع	١٣٦,١٦٠	٣٩٩			
توفير الأرشيف الإلكتروني	بين مجموعات	٠,٠٦٤	٢	٠,٠٣٢	٠,١٤١	٠,٨٦٩ غير داله
	داخل	٩٠,١٤٦	٣٩٧	٠,٢٢٧		
	مجموع	٩٠,٢١٠	٣٩٩			
الدرجة الكلية	بين مجموعات	٠,٨٢٤	٢	٠,٤١٢	٤,٦٨٧	٠,٠١٠ داله
	داخل	٣٤,٩١٢	٣٩٧	٠,٠٨٨		
	مجموع	٣٥,٧٣٧	٣٩٩			

- أظهر استخدام تحليل التباين أحادي الاتجاه one - way ANova في الجدول السابق عدم جود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين وفقاً لمستويات استخدام اليوتيوب التعليمي (كثيف - متوسط - منخفض) في أبعاد مقياس أوجه الثراء الإعلامي لليوتيوب التعليمي ، حيث كانت قيمة (ف) غير دالة إحصائياً ، باستثناء الأبعاد التالية: (استخدام الوسائط المتعددة - شخصنة المحتوى الإعلامي- فوروية رجع الصدى) حيث كانت قيمة (ف) دالة إحصائياً ، وحيث أن النسبة الفائية دالة إحصائياً فيجب تحديد اتجاه هذه الفروق عن طريق إجراء المقارنات المتعددة البعدية باستخدام مدي شيفيه scheffe للمتوسطات والذي كشفت نتائجه عن وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات المبحوثين الشباب في مستويات استخدام اليوتيوب التعليمي في بعد استخدام الوسائط المتعددة لصالح المبحوثين متوسطي الاستخدام بمتوسط قدرة (٢,٧٣)، أما بالنسبة لبعده شخصنة المحتوى الإعلامي فكانت هناك فروق بين متوسطي وكثيفي الاستخدام لصالح متوسطي الاستخدام بمتوسط قدرة (٢,٦٧) وبين منخفضي وكثيفي الاستخدام لصالح منخفضي الاستخدام بمتوسط قدرة (٢,٦٤) ، أما بعد فوروية رجع الصدى فكانت هناك فروق بين متوسطي وكثيفي الاستخدام لصالح متوسطي الاستخدام بمتوسط قدرة (٢,٦٥) وبين منخفضي وكثيفي الاستخدام لصالح المبحوثين منخفضي الاستخدام بمتوسط قدرة (٢,٦٩) . من ثم يمكننا عدم قبول الفرض الأول جزئياً.

جدول (٢١) اختبار شيفيه و LSD للمقارنات البعدية بين متوسطات درجات المبحوثين
مختلفي مستويات الاستخدام لليوتيوب التعليمي في أبعاد مقياس أوجه الثراء الإعلامي
لليوتيوب التعليمي

كثيف	متوسط	منخفض	ع	م	ن	معدل الاستخدام	
*٠,٢٥٥	*٠,١٣٤		٠,٤٢٤	٢,٥٩	١٣٢	منخفض	استخدام الوسائط المتعددة
*٠,٣٨٨			٠,٤١٧	٢,٧٣	٢٤٣	متوسط	
			٠,٦٢٤	٢,٣٤	٢٥	كثيف	
			٠,٤٤٦	٢,٦٦	٤٠٠	جملة	
*٠,٢٢٤	-٠,٠٢٥		٠,٤٢١	٢,٦٤	١٣٢	منخفض	شخصنة المحتوى الإعلامي
*٠,٢٤٩			٠,٣٩٩	٢,٦٧	٢٤٣	متوسط	
			٠,٤٢٥	٢,٤٢	٢٥	كثيف	
			٠,٤١٢	٢,٦٥	٤٠٠	جملة	
*٠,٤٤٩	٠,٠٣٥		٠,٤٨١	٢,٦٩	١٣٢	منخفض	فورية رجع الصدى
*٠,١٤١			٠,٥٨٦	٢,٦٥	٢٤٣	متوسط	
			٠,٨٧٩	٢,٢٤	٢٥	كثيف	
			٠,٥٨٤	٢,٦٤	٤٠٠	جملة	
*٠,١٧٢	٠,٠١٩		٠,٢٥٥	٢,٦٢	١٣٢	منخفض	الدرجة الكلية
*٠,١٩١			٠,٣١٥	٢,٦٤	٢٤٣	متوسط	
			٠,٣١٨	٢,٤٥	٢٥	كثيف	
			٠,٢٩٩	٢,٦٢	٤٠٠	جملة	

الفرض الثاني : "توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين علي
أبعاد مقياس دافعية التعلم وفقاً لاختلاف مستويات استخدام اليوتيوب التعليمي (كثيف-
متوسط - منخفض) لصالح كثيفي الاستخدام".

جدول (٢٢) تحليل التباين لدلالة الفروق بين متوسطات المبحوثين وفقاً لاختلاف مستويات استخدام اليوتيوب التعليمي (كثيف - متوسط - منخفض) في أبعاد مقياس دافعية التعلم

الأبعاد	البيان	مجموع المربعات	د . ح	متوسط المربعات	ف	مستوي الدلالة
الرغبة في التعلم	بين مجموعات	٤,٢٤٩	٢	٢,١٢٥	٩,٥٦٤	٠,٠٠٠ داله
	داخل	٨٨,١٨٨	٣٩٧	٠,٢٢٢		
	مجموع	٩٢,٤٣٨	٣٩٩			
الميل	بين مجموعات	٢,٠٩٩	٢	١,٠٥٠	٥,٦٥٣	٠,٠٠٤ داله
	داخل	٧٣,٧٢٤	٣٩٧	٠,١٨٦		
	مجموع	٧٥,٨٢٤	٣٩٩			
التعاون	بين مجموعات	٠,٠٦٣	٢	٠,٠٣٢	٠,١١٩	٠,٨٨٨ غير داله
	داخل	١٠٥,٩٨٦	٣٩٧	٠,٢٦٧		
	مجموع	١٠٦,٠٤٩	٣٩٩			
مستوى الكفاءة	بين مجموعات	٩,٥٣٦	٢	٤,٧٦٨	١٦,٥٨٣	٠,٠٠٠ داله
	داخل	١١٤,١٣٩	٣٩٧	٠,٢٨٨		
	مجموع	١٢٣,٦٧٤	٣٩٩			
المسئولية	بين مجموعات	٢,٣٩٢	٢	١,١٩٦	٥,٦٢٩	٠,٠٠٤ داله
	داخل	٨٤,٣٣٨	٣٩٧	٠,٢١٢		
	مجموع	٨٦,٧٣٠	٣٩٩			
الطاعة	بين مجموعات	٠,١٧٥	٢	٠,٠٨٧	٠,٣٢٠	٠,٧٢٦ غير داله
	داخل	١٠٨,٤٠٣	٣٩٧	٠,٢٧٣		
	مجموع	١٠٨,٥٧٧	٣٩٩			
الغموض	بين مجموعات	٣,٣٠٠	٢	١,٦٥٠	٤,٩٣٦	٠,٠٠٨ داله
	داخل	١٣٢,٦٩٨	٣٩٧	٠,٣٣٤		
	مجموع	١٣٥,٩٩٧	٣٩٩			
الدرجة الكلية	بين مجموعات	٢,٢٢٤	٢	١,١١٢	٧,٠٦١	٠,٠٠١ داله
	داخل	٦٢,٥٠٥	٣٩٧	٠,١٥٧		
	مجموع	٦٤,٧٢٩	٣٩٩			

- أظهر استخدام تحليل التباين أحادي الاتجاه one - way Anova في الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين وفقاً لمستويات استخدام اليوتيوب التعليمي (كثيف - متوسط - منخفض) في أبعاد مقياس دافعية التعلم ، حيث كانت قيمة (ف) دالة إحصائياً ، باستثناء بعدي (التعاون- الطاعة) حيث كانت قيمة (ف) غير دالة إحصائياً ، ولتحديد اتجاه هذه الفروق تم استخدام مدي شيفيه scheffe للمتوسطات والذي كشف عن وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات المبحوثين الشباب في مستويات استخدام اليوتيوب التعليمي في بعد الرغبة في التعلم بين

متوسطي وكثيفي الاستخدام لصالح كثيفي الاستخدام بمتوسط قدرة (٢,٦٢) وبين منخفضي ومتوسطي الاستخدام لصالح منخفضي الاستخدام بمتوسط قدرة (٢,٤٦) ، أما بالنسبة لبعدهم مستوي الكفاءة فكانت هناك فروق بين متوسطي وكثيفي الاستخدام لصالح كثيفي الاستخدام بمتوسط قدرة (٢,٥٧) وبين منخفضي ومتوسطي الاستخدام لصالح منخفضي الاستخدام بمتوسط قدرة (٢,٤٧) ، أما بعد المسئولية فكانت هناك فروق بين متوسطي وكثيفي الاستخدام لصالح كثيفي الاستخدام بمتوسط قدرة (٢,٦٤) وبين منخفضي ومتوسطي الاستخدام لصالح منخفضي الاستخدام بمتوسط قدرة (٢,٥٦) ، أما بالنسبة لبعدي (الميل - الغموض) فكان الفرق لصالح المبحوثين منخفضي الاستخدام بمتوسط قدرة علي الترتيب (٢,٥٧٣) ، (٢,٤٨) . وتشير هذه النتيجة إلي قاعدة هامة وهي فاعلية اليوتيوب التعليمي في زيادة مستوي دافعية التعلم لدي الشباب الجامعي مستخدم اليوتيوب التعليمي . من ثم يمكننا قبول الفرض الثاني جزئياً.

- وتتفق هذه النتيجة مع دراسة عزة مصطفى الكحكي (٢٠١٦)^(٧٠) حيث أثبتت نتائجها وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام التعلم الإلكتروني وبين دافعية التعلم.

جدول (٢٣) اختبار شيفيه و LSD للمقارنات البعدية بين متوسطات درجات المبحوثين مختلفي مستويات الاستخدام لليوتيوب التعليمي في أبعاد مقياس دافعية التعلم

كثيف	متوسط	منخفض	ع	م	ن	معدل الاستخدام	
٠,١٦٢	*٠,١٧١		٠,٤٦٣	٢,٤٦	١٣٢	منخفض	الرغبة في التعلم
*٠,٣٣٣			٠,٤٩١	٢,٢٩	٢٤٣	متوسط	
			٠,٢٦٠	٢,٦٢	٢٥	كثيف	
			٠,٤٨١	٢,٣٧	٤٠٠	جملة	
٠,٠٠٣	*٠,١٤٨		٠,٣٧٠	٢,٥٧٣	١٣٢	منخفض	الميل
-٠,١٤٥			٠,٤٦٤	٢,٤٢	٢٤٣	متوسط	
			٠,٣٨٥	٢,٥٧٠	٢٥	كثيف	
			٠,٤٣٥	٢,٤٨	٤٠٠	جملة	
-٠,٠٩٦	*٠,٢٩٧		٠,٤٩٠	٢,٤٧	١٣٢	منخفض	مستوي الكفاءة
*٠,٣٩٤			٠,٥٧٣	٢,١٧	٢٤٣	متوسط	
			٠,٣٥٠	٢,٥٧	٢٥	كثيف	
			٠,٥٥٦	٢,٢٩	٤٠٠	جملة	
٠,٠٧١	*٠,١٤٣		٠,٤٢٩	٢,٥٦	١٣٢	منخفض	المسئولية
*٠,٢١٥			٠,٤٨٨	٢,٤٢	٢٤٣	متوسط	
			٠,٣١٥	٢,٦٤	٢٥	كثيف	
			٠,٤٦٦	٢,٤٨	٤٠٠	جملة	
٠,٠١١	*٠,١٨٤		٠,٤٩٩	٢,٤٨	١٣٢	منخفض	العموض
٠,١٩٥			٠,٦٣٤	٢,٣٠	٢٤٣	متوسط	
			٠,٣٢٢	٢,٥٠	٢٥	كثيف	
			٠,٥٨٣	٢,٣٧	٤٠٠	جملة	
٠,٠٤٠	*٠,١٤٤		٠,٣٤١	٢,٤٧	١٣٢	منخفض	الدرجة الكلية
*٠,١٨٥			٠,٤٣١	٢,٣٢	٢٤٣	متوسط	
			٠,٢٩٢	٢,٥١	٢٥	كثيف	
			٠,٤٠٢	٢,٣٨	٤٠٠	جملة	

الفرض الثالث : "توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دافعية التعلم للمبحوثين ومستوي مساهمة المواد والفيديوهات المقدمة علي اليوتيوب في إثراء المادة العلمية".

جدول (٢٤) قيمة معامل بيرسون للعلاقة بين دافعية التعلم ومستويات المساهمة

مستويات المساهمة			المتغير
ن	مستوى المعنوية	قيمة معامل بيرسون	المتغير
٤٠٠	٠,٠٠١	٠,٨١٩	دافعية التعلم

- استخدام معامل ارتباط بيرسون في الجدول السابق أظهر وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دافعية التعلم للمبحوثين ومستويات مساهمة المواد والفيديوهات المقدمة علي اليوتيوب في إثراء المادة العلمية ، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (٠,٨١٩) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠٠١) . ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء نجاح اليوتيوب في امتلاك قدر كبير من المميزات التي ساعدته علي زيادة مساهمته في إثراء المادة العلمية ، الأمر الذي أدى إلي زيادة دافعية التعلم لدي المبحوثين. وهو ما يدفعنا إلى قبول الفرض الثالث .

الفرض الرابع: "توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دافعية التعلم للمبحوثين ودرجة الاستفادة من اليوتيوب كأداة للتعلم الإلكتروني".

جدول (٢٥) قيمة معامل بيرسون للعلاقة بين دافعية التعلم و درجة الاستفادة

درجة الاستفادة			المتغير
ن	مستوى المعنوية	قيمة معامل بيرسون	المتغير
٤٠٠	٠,٠٠١	٠,٤٧٧	دافعية التعلم

- استخدام معامل ارتباط بيرسون في الجدول السابق أظهر وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دافعية التعلم للمبحوثين ودرجة الاستفادة من اليوتيوب كأداة للتعلم الإلكتروني ، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (٠,٤٧٧) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠٠١) . ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء قدرة اليوتيوب علي تحقيق استفادة ملموسة للمستخدمين تساعدهم علي النجاح والتميز. وهو ما يعنى قبول الفرض الرابع .

الفرض الخامس: "توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين أوجه الثراء الإعلامي لليوتيوب التعليمي ودرجة الاستفادة من اليوتيوب كأداة للتعلم الإلكتروني".

جدول (٢٦) قيمة معامل بيرسون للعلاقة بين أوجه الثراء الإعلامي ودرجة الاستفادة

درجة الاستفادة			المتغير
			المتغير
ن	مستوى المعنوية	قيمة معامل بيرسون	أوجه الثراء الإعلامي
٤٠٠	٠,٠٠١	٠,٦٤١	

- استخدام معامل ارتباط بيرسون في الجدول السابق أظهر وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين أوجه الثراء الإعلامي لليوتيبوب التعليمي ودرجة الاستفادة من اليوتيبوب كأداة للتعلم الإلكتروني ، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (٠,٦٤١) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠٠١) . وهوما يدفعنا إلى قبول الفرض الخامس .

الفرض السادس : "توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين أوجه الثراء الإعلامي لليوتيبوب التعليمي ومستوي الثقة".

جدول (٢٧) قيمة معامل بيرسون للعلاقة بين أوجه الثراء الإعلامي ومستويات الثقة

مستويات الثقة			المتغير
			المتغير
ن	مستوى المعنوية	قيمة معامل بيرسون	أوجه الثراء الإعلامي
٤٠٠	٠,٠٠١	٠,٤٢٨	

- استخدام معامل ارتباط بيرسون في الجدول السابق أظهر وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين أوجه الثراء الإعلامي لليوتيبوب التعليمي ومستوي الثقة ، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (٠,٤٢٨) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠٠١) . وهو ما يدفعنا إلى القول بقبول الفرض السادس .

الفرض السابع : "توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين في أبعاد مقياس أوجه الثراء الإعلامي لليوتيبوب التعليمي وفقاً للمتغيرات الديموغرافية التالية (النوع - الجنسية - المستوى الاقتصادي والاجتماعي - التقدير الدراسي)". وينقسم هذا الفرض إلى الفروض الفرعية التالية:-

أ- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات المبحوثين في أبعاد مقياس أوجه الثراء الإعلامي لليوتوب التعليمي تبعاً لمتغير النوع .

جدول (٢٨) قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات المبحوثين الذكور والإناث في أبعاد مقياس أوجه الثراء الإعلامي لليوتوب التعليمي

مستوي الدلالة د-ح ٣٩٨	ت	إناث (ن=٢٠٠)		ذكور (ن=٢٠٠)		النوع الأبعاد
		ع	م	ع	م	
٠,٠٩١ غير دالة	-١,٦٩٤	٠,٥٠٧	٢,٦٦	٠,٥٥٤	٢,٥٧	الأنية في النشر
٠,٣٥٥ غير دالة	٠,٩٢٥	٠,٤٣٨	٢,٦٢	٠,٤٧٩	٢,٥٨	التفاعلية
٠,٠٧٣ غير دالة	١,٨٠٠	٠,٤٢٢	٢,٧٠	٠,٤٦٥	٢,٦٢	استخدام الوسائط المتعددة
٠,٦٩٦ غير دالة	٠,٣٩١	٠,٤٣٢	٢,٥٣	٠,٤٦٣	٢,٥٥	استخدام النص الفائق
٠,٠٢٩ دالة	٢,١٩٧	٠,٤٠٠	٢,٦٩	٠,٤١٩	٢,٦٠	شخصنة المحتوى الإعلامي
٠,٠٠١ دالة	٣,٢٩٢	٠,٥٠٦	٢,٧٤	٠,٦٤٠	٢,٥٥	فورية رجع الصدى
٠,٢٤٨ غير دالة	١,١٥٧	٠,٤٨٠	٢,٦١	٠,٤٧٠	٢,٦٦	توفير الأرشيف الإلكتروني
٠,٠٤٥ دالة	٢,٠١٢	٠,٢٨٨	٢,٦٥	٠,٣٠٨	٢,٥٩	الدرجة الكلية

- يكشف الجدول السابق أن استخدام اختبار (T-TEST) أظهر عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات المبحوثين الذكور والإناث في أبعاد مقياس أوجه الثراء الإعلامي لليوتوب التعليمي حيث جاءت جميع قيم (ت) غير دالة إحصائياً . باستثناء بعدي (شخصنة المحتوى الإعلامي - فورية رجع الصدى) حيث جاءت قيم (ت) دالة إحصائياً ، وهذا الفرق لصالح الإناث بمتوسط حسابي قدره علي الترتيب (٢,٦٩) ، (٢,٧٤) . وهذا يعني عدم قبول الفرض الفرعي الأول جزئياً .

ب- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات المبحوثين في أبعاد مقياس أوجه الثراء الإعلامي لليوتوب التعليمي تبعاً لمتغير الجنسية .

جدول (٢٩) قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات المبحوثين المصريين والسعوديين في أبعاد مقياس أوجه الثراء الإعلامي لليوتوب التعليمي

مستوي الدلالة د-ح ٣٩٨	ت	سعودي (ن=٢٠٠)		مصري (ن=٢٠٠)		الجنسية الأبعاد
		ع	م	ع	م	
٠,٢٦٠ دالة غير	١,١٢٧-	٠,٥٣١	٢,٦٤	٠,٥٣٤	٢,٥٨	الأنية في النشر
٠,٠٠٠ دالة	٤,٢٨٢	٠,٤١٣	٢,٧٠	٠,٤٨٣	٢,٥١	التفاعلية
٠,٠٠٠ دالة	٧,٢٧٥	٠,٣٤٢	٢,٨١	٠,٤٨٥	٢,٥١	استخدام الوسائط المتعددة
٠,٠٠٦ دالة	٢,٧٦٣	٠,٤٣٠	٢,٦٠	٠,٤٥٦	٢,٤٨	استخدام النص الفائق
٠,٠٠٠ دالة	٤,٤٧٧	٠,٣٦١	٢,٧٤	٠,٤٣٩	٢,٥٦	شخصنة المحتوى الإعلامي
٠,٠٠٠ دالة	٤,١٩٣	٠,٤٥١	٢,٧٦	٠,٦٧٢	٢,٥٢	فورية رجع الصدى
٠,٠٠٦ دالة	٢,٧٥٧	٠,٤٧٠	٢,٧٠	٠,٤٧٣	٢,٥٧	توفير الارشيف الإلكتروني
٠,٠٠٠ دالة	٦,١٣٥	٠,٢٦٩	٢,٧١	٠,٣٠٣	٢,٥٣	الدرجة الكلية

- تشير نتائج الجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات أفراد العينة من الشباب المصري والسعودي في أبعاد مقياس أوجه الثراء الإعلامي لليوتوب التعليمي لصالح الشباب الجامعي السعودي ، حيث جاءت جميع قيم (ت) دالة إحصائياً ، باستثناء بعد الأنية في النشر جاءت قيمة (ت) غير دالة. ويمكننا تفسير ذلك في ضوء اهتمام دولة السعودية بالتطبيقات العملية أكثر حيث وفرة البنية التكنولوجية إلى حد كبير عن دولة مصر ، هذا بالإضافة إلي اعتماد الطلاب على الاهتمام بتعلم المهارات العملية أكثر وحرصهم على اتقانها لتمكينهم من العمل في الوظائف المختلفة. وهو ما يعنى قبول الفرض الفرعي الثاني جزئياً .

ج - توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين في أبعاد مقياس أوجه الثراء الإعلامي لليوتوب التعليمي تبعاً لمتغير المستوى الاقتصادي الاجتماعي .

جدول (٣٠) تحليل التباين لدلالة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين مختلفي المستوى الاقتصادي و الاجتماعي (منخفض - متوسط - مرتفع) في أبعاد مقياس أوجه الثراء الإعلامي لليوتوب التعليمي

الأبعاد	البيان	مجموع المربعات	د. ح	متوسط المربعات	ف	مستوي الدلالة
الأنية في النشر	بين مجموعات	٠,٠٦٢	٢	٠,٠٣١	٠,١٠٨	٠,٨٩٧ غير داله
	داخل	١١٣,٠٩٨	٣٩٧	٠,٢٨٥		
	مجموع	١١٣,١٦٠	٣٩٩			
التفاعلية	بين مجموعات	٢,٦٢٤	٢	١,٣١٢	٦,٣٨٩	٠,٠٠٢ داله
	داخل	٨١,٥٢٥	٣٩٧	٠,٢٠٥		
	مجموع	٨٤,١٤٩	٣٩٩			
استخدام الوسائط المتعددة	بين مجموعات	٢,٩٨٣	٢	١,٤٩١	٧,٧٦٢	٠,٠٠٠ داله
	داخل	٧٦,٢٧٧	٣٩٧	٠,١٩٢		
	مجموع	٧٩,٢٦٠	٣٩٩			
استخدام النص الفائق	بين مجموعات	٠,٢١٥	٢	٠,١٠٨	٠,٥٣٨	٠,٥٨٤ غير داله
	داخل	٧٩,٥٠٩	٣٩٧	٠,٢٠٠		
	مجموع	٧٩,٧٢٤	٣٩٩			
شخصنة المحتوى الإعلامي	بين مجموعات	١,١٧١	٢	٠,٥٨٥	٣,٤٩٩	٠,٠٣١ داله
	داخل	٦٦,٤١٩	٣٩٧	٠,١٦٧		
	مجموع	٦٧,٥٩٠	٣٩٩			
فورية رجع الصدى	بين مجموعات	٢,٢٧٠	٢	١,١٣٥	٣,٣٦٦	٠,٠٣٦ داله
	داخل	١٣٣,٨٩٠	٣٩٧	٠,٣٧٧		
	مجموع	١٣٦,١٦٠	٣٩٩			
توفير الأرشيف الإلكتروني	بين مجموعات	١,٤٠٩	٢	٠,٧٠٤	٣,١٤٩	٠,٠٤٤ داله
	داخل	٨٨,٨٠١	٣٩٧	٠,٢٤٤		
	مجموع	٩٠,٢١٠	٣٩٩			
الدرجة الكلية	بين مجموعات	٠,١٦٦	٢	٠,٠٨٣	٠,٩٢٤	٠,٣٩٨ غير داله
	داخل	٣٥,٥٧١	٣٩٧	٠,٠٩٠		
	مجموع	٣٥,٧٣٧	٣٩٩			

- يتضح من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات
المبحوثين بالمستوي الاقتصادي والاجتماعي (منخفض- متوسط - مرتفع) في أبعاد
مقياس أوجه الثراء الإعلامي لليوتيوب التعليمي، حيث جاءت قيم (ف) دالة إحصائياً ،
باستثناء بعدي (الآنية في النشر - استخدام النص الفائق) حيث كانت قيمة (ف) غير دالة
إحصائياً. وباستخدام مدي شيفيه scheffe للمتوسطات لتحديد اتجاه الفروق كشفت
النتائج عن وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات المبحوثين مختلفي
المستوى الاقتصادي و الاجتماعي في بعد التفاعلية لصالح المستوى الاقتصادي
والاجتماعي المتوسط بمتوسط قدرة (٢,٧٥) ، أما بعد شخصنة المحتوى الإعلامي
فكان لصالح المستوى الاقتصادي والاجتماعي المنخفض بمتوسط قدرة (٢,٦٨)،
وبالنسبة لبعد توفير الأرشيف الإلكتروني فكان لصالح المستوى الاقتصادي والاجتماعي
المتوسط بمتوسط قدرة (٢,٧٦) ، أما بعد استخدام الوسائط المتعددة فكان هناك فروق
بين المستوى المنخفض والمرتفع لصالح المستوى الاقتصادي والاجتماعي المنخفض
بمتوسط قدرة (٢,٧١) وبين المستوى المتوسط والمرتفع لصالح المستوى الاقتصادي
والاجتماعي المتوسط بمتوسط قدرة (٢,٦٧) ، أما بعد فورية رجع الصدى فكان هناك
فروق بين المستوى المنخفض والمتوسط لصالح المستوى الاقتصادي والاجتماعي
المنخفض بمتوسط قدرة (٢,٦٥) وبين المستوى المتوسط والمرتفع لصالح المستوى
الاقتصادي والاجتماعي المرتفع بمتوسط قدرة (٢,٧٣). وهو ما يعنى قبول الفرض
الفرعي الثالث جزئياً.

جدول (٣١) اختبار شيفيه و LSD للمقارنات البعدية بين متوسطات درجات المبحوثين مختلفي المستوى الاقتصادي و الاجتماعي (منخفض- متوسط - مرتفع) في أبعاد مقياس أوجه الثراء الإعلامي لليوتيبوب التعليمي

مرتفع	متوسط	منخفض	ع	م	ن	المستوى الاقتصادي والاجتماعي	
٠,٠٩٧	- *٠,١٦٣		٠,٥٤٣	٢,٥٩	٢٤٩	منخفض	التفاعلية
*٠,٢٦٠			٠,٥١٤	٢,٧٥	٧٣	متوسط	
			٠,٥٢١	٢,٤٩	٧٨	مرتفع	
			٠,٥٣٣	٢,٦٠	٤٠٠	جملة	
*٠,٢٢٤	٠,٠٤٠		٠,٤١٧	٢,٧١	٢٤٩	منخفض	استخدام الوسائط المتعددة
*٠,١٨٤			٠,٤٨٠	٢,٦٧	٧٣	متوسط	
			٠,٤٦٣	٢,٤٩	٧٨	مرتفع	
			٠,٤٤٦	٢,٦٦	٤٠٠	جملة	
*٠,١٣٨	٠,٠٥٩		٠,٣٩١	٢,٦٨	٢٤٩	منخفض	شخصنة المحتوى الإعلامي
٠,٠٧٨			٠,٤٣٩	٢,٦٢	٧٣	متوسط	
			٠,٤٣٥	٢,٥٤	٧٨	مرتفع	
			٠,٤١٢	٢,٦٥	٤٠٠	جملة	
٠,٠٧٦-	*٠,١٦١		٠,٥٧٦	٢,٦٥	٢٤٩	منخفض	فورية رجع الصدى
*٠,٢٣٨			٠,٦٩٠	٢,٤٩	٧٣	متوسط	
			٠,٤٧٥	٢,٧٣	٧٨	مرتفع	
			٠,٥٨٤	٢,٦٤	٤٠٠	جملة	
٠,١١-	*٠,١٥٦		٠,٥٠٩	٢,٦٠	٢٤٩	منخفض	توفير الأرشيف الإلكتروني
٠,١٤٥			٠,٣٤٥	٢,٧٦	٧٣	متوسط	
			٠,٤٥٥	٢,٦٢	٧٨	مرتفع	
			٠,٤٧٥	٢,٦٤	٤٠٠	جملة	

د - توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين في أبعاد مقياس أوجه الشراء الإعلامي لليوتيوب التعليمي تبعاً لمتغير التقدير الدراسي .

جدول (٣٢) تحليل التباين لدلالة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين مختلفي التقدير الدراسي (أقل من مقبول - مقبول - جيد - جيد جداً - امتياز) في أبعاد مقياس أوجه الشراء الإعلامي لليوتيوب التعليمي

الأبعاد	البيان	مجموع المربعات	د . ح	متوسط المربعات	ف	مستوي الدلالة
الأنية في النشر	بين مجموعات	٣,٣٣٨	٤	٠,٨٣٤	٣,٠٠١	٠,٠١٨ داله
	داخل	١٠٩,٨٢٢	٣٩٥	٠,٢٧٨		
	مجموع	١١٣,١٦٠	٣٩٩			
التفاعلية	بين مجموعات	١,٢٤٦	٤	٠,٣١٢	١,٤٨٤	٠,٢٠٦ غير داله
	داخل	٨٢,٩٠٣	٢٩٥	٠,٢١٠		
	مجموع	٨٤,١٤٩	٣٩٩			
استخدام الوسائط المتعددة	بين مجموعات	٩,٣٢٧	٤	٢,٣٣٢	١٣,١٧٠	٠,٠٠٠ داله
	داخل	٦٩,٩٣٣	٣٩٥	٠,١٧٧		
	مجموع	٧٩,٧٢٤	٣٩٩			
استخدام النص الفائق	بين مجموعات	١,٧٨٣	٤	٠,٤٤٦	٢,٢٥٩	٠,٠٦٢ غير داله
	داخل	٧٧,٩٤٢	٣٩٥	٠,١٩٧		
	مجموع	٧٩,٧٢٤	٣٩٩			
شخصنة المحتوى الإعلامي	بين مجموعات	٢,٨٨٣	٤	٠,٧٢١	٤,٤٠٠	٠,٠٠٢ داله
	داخل	٦٤,٧٠٧	٣٩٥	٠,١٦٤		
	مجموع	٦٧,٥٩٠	٣٩٩			
فورية رجع الصدى	بين مجموعات	٨,٣٥٠	٤	٢,٠٨٨	٦,٤٥٢	٠,٠٠٠ داله
	داخل	١٢٧,٨١٠	٣٩٥	٠,٣٢٤		
	مجموع	١٣٦,١٦٠	٣٩٩			
توفير الأرشيف الإلكتروني	بين مجموعات	٢,١١٥	٤	٠,٥٢٩	٢,٣٧١	٠,٠٥٢ غير داله
	داخل	٨٨,٠٩٥	٣٩٥	٠,٢٢٣		
	مجموع	٩٠,٢١٠	٣٩٩			
الدرجة الكلية	بين مجموعات	٢,١٠٦	٤	٠,٥٢٧	٦,١٨٤	٠,٠٠٠ داله
	داخل	٣٣,٦٣١	٣٩٥	٠,٠٨٥		
	مجموع	٣٥,٧٣٧	٣٩٩			

- يتضح من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين في التقدير الدراسي (أقل من مقبول - مقبول - جيد - جيد جداً- امتياز) في أبعاد مقياس أوجه الثراء الإعلامي لليوتيوب التعليمي، حيث جاءت قيم (ف) دالة إحصائياً، باستثناء الأبعاد التالية : (التفاعلية - استخدام النص الفائق- توفير الأرشيف الإلكتروني) حيث كانت قيم (ف) غير دالة إحصائياً . وباستخدام مدي شيفيه scheffe للمتوسطات لتحديد اتجاه الفروق كشفت النتائج عن وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات المبحوثين في التقدير الدراسي في بعد فوربية رجع الصدى لصالح الشباب الجامعي الحاصل علي التقدير الدراسي امتياز بمتوسط قدرة (٢,٧٢) ، وفي بعد استخدام الوسائط المتعددة لصالح الشباب الجامعي الحاصل علي التقدير الدراسي جيد جداً بمتوسط قدرة (٢,٧٧)، أما بالنسبة لبعد شخصية المحتوى الإعلامي فكان هناك فروق بين التقدير مقبول وجيد جداً لصالح الشباب الجامعي الحاصل علي التقدير الدراسي جيد جداً بمتوسط قدرة (٢,٦٧) وبين التقدير مقبول وامتياز لصالح الشباب الجامعي الحاصل علي التقدير الدراسي امتياز بمتوسط قدرة (٢,٧١) ، أما بالنسبة لبعد الأنية في النشر فكان هناك فروق بين التقدير مقبول وجيد لصالح الشباب الجامعي الحاصل علي التقدير الدراسي مقبول بمتوسط قدرة (٢,٧١) وبين التقدير أقل من مقبول وجيد لصالح الشباب الجامعي الحاصل علي التقدير الدراسي أقل من مقبول بمتوسط قدرة (٣,٠٠) وبين التقدير جيد وامتياز لصالح الشباب الجامعي الحاصل علي التقدير الدراسي امتياز بمتوسط قدرة (٢,٦١). وبين التقدير جيد وجيد جداً لصالح الشباب الجامعي الحاصل علي التقدير الدراسي جيد جداً بمتوسط قدرة (٢,٦٣). وهذا يشير إلي مدي ثراء محتوى اليوتيوب كأداة تعليمية وانعكاس ذلك علي مستوي التقدير الدراسي للطلبة بالجامعة مستخدمي اليوتيوب لأهداف تعليمية ويؤكد علي ذلك هذه النتيجة والتي حصل فيها الطلبة الحاصلين علي التقدير الدراسي امتياز وجيد جداً علي المتوسطات الأعلى . وهذا يدل علي قبول الفرض الفرعي الرابع جزئياً .

جدول (٣٣) اختبار شيفيه و LSD للمقارنات البعدية بين متوسطات درجات المبحوثين
مختلفي التقدير الدراسي (أقل من مقبول - مقبول - جيد - جيد جداً - امتياز) في أبعاد
مقياس أوجه الثراء الإعلامي للليوتوب التعليمي

التقدير الدراسي	ن	م	ع	أقل من مقبول	مقبول	جيد	جيد جداً	امتياز
الآتية في النشر	أقل من مقبول	٤	٣,٠٠	٠,٠٠٠		*٠,٥٧٩	٠,٣٦٥	٠,٣٩١
	مقبول	٦٢	٢,٧١	٠,٤٩٢		*٠,٢٨٩	٠,٠٧٥	٠,١٠٠
	جيد	٥٧	٢,٤٢	٠,٥٦٥			*٠,٢١٤	*٠,١٨٨
	جيد جداً	١٢٦	٢,٦٣	٠,٥٣١				٠,٠٢٦
	امتياز	١٥١	٢,٦١	٠,٥٢٩				
جملة	٤٠٠	٢,٦١	٠,٥٣٣					
استخدام الوسائط المتعددة	أقل من مقبول	٤	٢,١٣	٠,٧٥٠	-٠,٢٤٦	*٠,٤٣٦	*٠,٦٤٥	*٠,٦١٣
	مقبول	٦٢	٢,٣٧	٠,٥٢٠		*٠,١٩٠	*٠,٣٩٩	*٠,٣٦٧
	جيد	٥٧	٢,٥٦	٠,٥٠٩			*٠,٢٠٨	-٠,١٧٧
	جيد جداً	١٢٦	٢,٧٧	٠,٣٦١				٠,٠٣١
	امتياز	١٥١	٢,٧٤	٠,٣٧٣				
جملة	٤٠٠	٢,٦٦	٠,٤٤٦					
شخصية المحتوى الإعلامي	أقل من مقبول	٤	٢,٥٠	٠,٥٥٧	٠,٠٤٠	-٠,١٣٢	-٠,١٧٥	-٠,٢٠٥
	مقبول	٦٢	٢,٤٦	٠,٤٢٨		٠,١٧٢	*٠,٢١٥	*٠,٢٤٦
	جيد	٥٧	٢,٦٣	٠,٤١٨			-٠,٠٤٣	-٠,٠٧٤
	جيد جداً	١٢٦	٢,٦٧	٠,٣٩٧				٠,٠٣١
	امتياز	١٥١	٢,٧١	٠,٣٩٣				
جملة	٤٠٠	٢,٦٥	٠,٤١٢					
فرورية ربح الصدى	أقل من مقبول	٤	١,٧٥	٠,٩٥٧	*٠,٦٣٧	*٠,٩١٧	*٠,٩٤٠	*٠,٩٦٥
	مقبول	٦٢	٢,٣٩	٠,٧٥٤		*٠,٢٨٠	*٠,٣٠٣	*٠,٣٢٨
	جيد	٥٧	٢,٦٧	٠,٦٠٧			٠,٠٢٤	-٠,٠٤٩
	جيد جداً	١٢٦	٢,٦٩	٠,٤٩٧				-٠,٠٢٥
	امتياز	١٥١	٢,٧٢	٠,٥٠٨				
جملة	٤٠٠	٢,٦٤	٠,٥٨٤					
الدرجة الكلية	أقل من مقبول	٤	٢,٣٨	٠,٣٥٢	٠,١٠٨	-٠,١٩١	٠,٢٧٦	*٠,٢٩٧
	مقبول	٦٢	٢,٤٨	٠,٣٢٩		-٠,٠٨٤	*٠,١٦٩	*٠,١٨٩
	جيد	٥٧	٢,٥٧	٠,٢٦٠			٠,٠٨٥	-٠,١٠٦
	جيد جداً	١٢٦	٢,٦٥	٠,٣٠٠				-٠,٠٢١
	امتياز	١٥١	٢,٦٧	٠,٢٧٨				
جملة	٤٠٠	٢,٦٢	٠,٢٩٩					

الفرض الثامن: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين في أبعاد مقياس دافعية التعلم وفقاً للمتغيرات الديموغرافية التالية (النوع - الجنسية - المستوى

الاقتصادي والاجتماعي - التقدير الدراسي) ". وينقسم هذا الفرض إلى الفروض الفرعية التالية:-

أ- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات المبحوثين في أبعاد مقياس دافعية التعلم تبعاً لمتغير النوع .

جدول (٣٤) قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات المبحوثين الذكور و الإناث في أبعاد مقياس دافعية التعلم

مستوي الدلالة د-ح ٣٩٨	ت	إناث (ن=٢٠٠)		ذكور (ن=٢٠٠)		النوع الأبعاد
		ع	م	ع	م	
		٠,٩٣٥	٠,٣٥٠	٠,٤٥٥	٢,٣٩	
٠,٧١٦	٠,٤٧٤	٠,٤١٨	٢,٤٩	٠,٤٥٣	٢,٤٦	الميل
٠,٥٣٣	٠,٥٩٤	٠,٥١٤	٢,٢٨	٠,٥١٧	٢,٣١	التعاون
١,٤٨٤	٠,١٣٩	٠,٥٦١	٢,٢٥	٠,٥٥٠	٢,٣٤	مستوى الكفاءة
٠,٢٩٥	٠,٧٦٨	٠,٤٥٣	٢,٤٩	٠,٤٧٩	٢,٤٧	المسئولية
١,٢٤٧	٠,٢١٣	٠,٥١٥	٢,٤٤	٠,٥٢٧	٢,٣٧	الطاعة
٠,٣٤٢	٠,٧٣٢	٠,٥٩٨	٢,٣٦	٠,٥٧٠	٢,٣٨	الغموض
٠,٠٨٩	٠,٩٢٩	٠,٣٩٢	٢,٣٩	٠,٤١٤	٢,٣٨	الدرجة الكلية

- يكشف الجدول السابق أن استخدام اختبار (T-TEST) أظهر عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات المبحوثين الذكور والإناث في أبعاد مقياس دافعية التعلم حيث جاءت جميع قيم (ت) غير دالة إحصائياً . وهذا يشير إلى عدم قبول الفرض الفرعي الأول.

- وتتفق هذه النتيجة مع دراسة لونس حدة (٢٠١٣)^(٧١) حيث أثبتت النتائج عدم وجود فروق بين الذكور والإناث في مستوى دافعية التعلم .

- وتتفق أيضاً مع دراسة جناد عبد الوهاب (٢٠١٢)^(٧٢) حيث أثبتت النتائج عدم وجود فروق بين الذكور والإناث على دافعية التعلم .

ب- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات المبحوثين في أبعاد مقياس دافعية التعلم تبعاً لمتغير الجنسية:

جدول (٣٥) قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات المبحوثين المصريين والسعوديين في أبعاد مقياس دافعية التعلم

الأبعاد	الجنسية	مصري (ن=٢٠٠)		سعودي (ن=٢٠٠)		ت	مستوي الدلالة د-ح ٣٩٨
		ع	م	ع	م		
الرغبة في التعلم		٢,٣٧	٠,٤٧٤	٢,٣٦	٠,٤٨٩	٠,٣١١	٠,٧٥٦ غير دالة
الميل		٢,٤٤	٠,٤١٥	٢,٥٢	٠,٤٥٢	١,٩٨٦	٠,٠٤٨ دالة
التعاون		٢,٣١	٠,٤٦٧	٢,٢٨	٠,٥٥٩	٠,٦٧٨	٠,٤٩٨ غير دالة
مستوى الكفاءة		٢,٣٤	٠,٤٨٤	٢,٢٥	٠,٦١٧	١,٧٥٦	٠,٠٨٠ غير دالة
المسؤولية		٢,٤٩	٠,٤٣١	٢,٤٧	٠,٤٩٩	٠,٥٦٣	٠,٥٧٤ غير دالة
الطاعة		٢,٣٣	٠,٥٢٥	٢,٤٧	٠,٥٠٩	٢,٧٠٥	٠,٠٠٧ دالة
الغموض		٢,٣٨	٠,٥٤٥	٢,٣٧	٠,٦٢١	٠,٠٨٦	٠,٩٣٢ غير دالة
الدرجة الكلية		٢,٣٨٥	٠,٣٧٦	٢,٣٩٢	٠,٤٢٨	٠,١٦٨	٠,٨٦٦ غير دالة

- استخدام اختبار (T-TEST) في الجدول السابق أظهر عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات أفراد العينة من الشباب المصري والسعودي في أبعاد مقياس دافعية التعلم، حيث جاءت جميع قيم (ت) غير دالة إحصائياً. باستثناء بعدي (الميل - الطاعة) حيث جاءت قيمة (ت) دالة إحصائياً وهذا الفرق لصالح الشباب الجامعي السعودي بمتوسط قدرة علي الترتيب (٢,٥٢) ، (٢,٤٧) . وهو ما يعنى عدم قبول الفرض الفرعي الثاني جزئياً .

ج - توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين في أبعاد مقياس دافعية التعلم تبعاً لمتغير المستوى الاقتصادي الاجتماعي .

جدول (٣٦) تحليل التباين لدلالة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين مختلفي المستوى الاقتصادي و الاجتماعي (منخفض- متوسط- مرتفع) في أبعاد مقياس دافعية التعلم

الأبعاد	البيان	مجموع المربعات	د. ح	متوسط المربعات	ف	مستوي الدلالة
الرغبة في التعلم	بين مجموعات	٠,٧٦٠	٢	٠,٣٨٠	١,٦٤٥	٠,١٩٤ غير داله
	داخل	٩١,٦٧٨	٣٩٧	٠,٢٣١		
	مجموع	٩٢,٤٣٧	٣٩٩			
الميل	بين مجموعات	٠,٠٤٢	٢	٠,٠٢١	٠,١١١	٠,٨٩٥ غير داله
	داخل	٧٥,٧٨١	٣٩٧	٠,١٩١		
	مجموع	٧٥,٨٢٤	٣٩٩			
التعاون	بين مجموعات	٠,٧٨٢	٢	٠,٣٩١	١,٤٧٤	٠,٢٣٠ غير داله
	داخل	١٠٥,٢٦٨	٣٩٧	٠,٢٦٥		
	مجموع	١٠٦,٠٤٩	٣٩٩			
مستوى الكفاءة	بين مجموعات	٣,٥٣٧	٢	١,٧٦٨	٥,٨٤٤	٠,٠٠٣ داله
	داخل	١٢٠,١٣٨	٣٩٧	٠,٣٠٣		
	مجموع	١٢٣,٦٧٤	٣٩٩			
المسئولية	بين مجموعات	٠,٥٥١	٢	٠,٢٧٦	١,٢٧٠	٠,٢٨٢ غير داله
	داخل	٨٦,١٧٩	٣٩٧	٠,٢١٧		
	مجموع	٨٦,٧٣٠	٣٩٩			
الطاعة	بين مجموعات	١,١٦٥	٢	٠,٥٨٢	٢,١٥٣	٠,١١٨ غير داله
	داخل	١٠٧,٤١٣	٣٩٧	٠,٢٧١		
	مجموع	١٠٨,٥٧٨	٣٩٩			
الغموض	بين مجموعات	١,٠٦٣	٢	٠,٥٣٢	١,٥٦٤	٠,٢١١ غير داله
	داخل	١٣٤,٩٣٤	٣٩٧	٠,٣٤٠		
	مجموع	١٣٥,٩٩٨	٣٩٩			
الدرجة الكلية	بين مجموعات	٠,٧٢١	٢	٠,٣٦٠	٢,٢٣٥	٠,١٠٨ غير داله
	داخل	٦٤,٠٠٨	٣٩٧	٠,١٦١		
	مجموع	٦٤,٧٢٩	٣٩٩			

- يتضح من الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين بين متوسطات درجات المبحوثين بالمستوى الاقتصادي والاجتماعي (منخفض- متوسط - مرتفع) في أبعاد مقياس دافعية التعلم، حيث جاءت جميع قيم (ف) غير دالة إحصائياً ، باستثناء بعد (مستوى الكفاءة). وباستخدام مدي شيفيه scheffe للمتوسطات لتحديد اتجاه الفروق كشفت النتائج عن وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات المبحوثين مختلفي المستوى الاقتصادي والاجتماعي في بعد مستوى الكفاءة بين المستوى المنخفض والمتوسط لصالح المستوى الاقتصادي والاجتماعي المتوسط بمتوسط قدرة (٢,٤٣) وبين المستوى المنخفض والمرتفع لصالح المستوى الاقتصادي والاجتماعي المرتفع بمتوسط قدرة (٢,٤٠). وهو ما يعنى عدم قبول الفرض الفرعي الثالث جزئياً .

- وتختلف هذه النتيجة مع دراسة جناد عبد الوهاب (٢٠١٢)^(٧٣) حيث توصلت النتائج إلي وجود تأثير للمستوى الاقتصادي على دافعية التعلم لدى الطلاب .

جدول (٣٧) اختبار شيفيه و LSD للمقارنات البعدية بين متوسطات درجات المبحوثين مختلفي المستوى الاقتصادي و الاجتماعي (منخفض- متوسط - مرتفع) في أبعاد مقياس دافعية التعلم

مرتفع	متوسط	منخفض	ع	م	ن	المستوى الاقتصادي والاجتماعي	مستوى الكفاءة
*٠,١٧٧	*٠,٢٠٩		٠,٥٧٥	٢,٢٢	٢٤٩	منخفض	
٠,٠٣١			٠,٥٠٣	٢,٤٣	٧٣	متوسط	
			٠,٥٠٦	٢,٤٠	٧٨	مرتفع	
			٠,٥٥٦	٢,٢٩	٤٠٠	جملة	

د - توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين في أبعاد مقياس دافعية التعلم تبعاً لمتغير التقدير الدراسي .

جدول (٣٨) تحليل التباين لدلالة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين مختلفي التقدير الدراسي (أقل من مقبول - مقبول - جيد - جيد جداً - امتياز) في أبعاد مقياس دافعية التعلم

الأبعاد	البيان	مجموع المربعات	د. ح	متوسط المربعات	ف	مستوي الدلالة
الرغبة في التعلم	بين مجموعات	١,٠٥٢	٤	٠,٢٣٦	١,١٣٦	٠,٣٣٩ غير داله
	داخل	٩١,٣٨٦	٣٩٥	٠,٢٣١		
	مجموع	٩٢,٤٣٧	٣٩٩			
الميل	بين مجموعات	٠,٦٥٥	٤	٠,١٦٤	٠,٨٦١	٠,٤٨٨ غير داله
	داخل	٧٥,١٦٨	٣٩٥	٠,١٩٠		
	مجموع	٧٥,٨٢٤	٣٩٩			
التعاون	بين مجموعات	٢,١١٩	٤	٠,٥٣٠	٢,٠١٤	٠,٠٩٢ غير داله
	داخل	١٠٣,٩٣٠	٣٩٥	٠,٢٦٣		
	مجموع	١٠٦,٠٤٩	٣٩٩			
مستوى الكفاءة	بين مجموعات	١,٦٧١	٤	٠,٤١٨	١,٣٥٢	٠,٢٥٠ غير داله
	داخل	١٢٢,٠٠٤	٣٩٥	٠,٣٠٩		
	مجموع	١٢٣,٦٧٤	٣٩٩			
المسئولية	بين مجموعات	٠,٥٠٢	٤	٠,١٢٦	٠,٥٧٥	٠,٦٨١ غير داله
	داخل	٨٦,٢٢٨	٣٩٥	٠,٢١٨		
	مجموع	٨٦,٧٣٠	٣٩٩			
الطاعة	بين مجموعات	١,٦٥٤	٤	٠,٤١٤	١,٥٢٨	٠,١٩٣ غير داله
	داخل	١٠٦,٩٢٣	٣٩٥	٠,٢٧١		
	مجموع	١٠٨,٥٧٨	٣٩٩			
الغموض	بين مجموعات	١,٧٢٧	٤	٠,٤٣٢	١,٢٧٠	٠,٢٨١ غير داله
	داخل	١٣٤,٢٧١	٣٩٥	٠,٣٤٠		
	مجموع	١٣٥,٩٩٨	٣٩٩			
الدرجة الكلية	بين مجموعات	٠,٣٩٣	٤	٠,٠٩٨	٠,٦٠٣	٠,٦٦١ غير داله
	داخل	٦٤,٣٣٦	٣٩٥	٠,١٦٣		
	مجموع	٦٤,٧٢٩	٣٩٩			

- يتضح من الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين في التقدير الدراسي (أقل من مقبول - مقبول - جيد - جيد جداً - امتياز) في أبعاد مقياس دافعية التعلم ، حيث جاءت جميع قيم (ف) غير دالة إحصائياً . وهذا يدل علي عدم قبول الفرض الفرعي الرابع .

الفرض التاسع : "توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستويات أوجه الثراء الإعلامي لليوتوب التعليمي ومستوي دافعية التعلم".

جدول (٣٩) العلاقة بين مستويات أوجه الثراء الإعلامي لليوتوب التعليمي ودافعية التعلم

المجموع	كبير	متوسط	ضعيف	مستويات أوجه الثراء
				مستويات دافعية التعلم
٢٤١	١٠٣	١١٥	٢٣	منخفض
١٢٤	٤٤	٦٧	١٣	متوسط
٣٥	٢٥	٩	١	مرتفع
٤٠٠	١٧٢	١٩١	٣٧	المجموع

درجة الحرية = ٤ $\chi^2 = ١٤,٥٦٨$ مستوى الدلالة = ٠,٠١

- أظهر استخدام كآ الاستقلالية في الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستويات أوجه الثراء الإعلامي لليوتوب التعليمي (ضعيف- متوسط - كبير) ومستويات دافعية التعلم (منخفض- متوسط - مرتفع) للشباب الجامعي المصري والسعودي حيث بلغت قيمة كآ للاستقلالية (١٤,٥٦٨) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (٠,٠١) . وهذا يشير إلي أن أوجه الثراء الإعلامي لليوتوب التعليمي تؤثر علي مستوي دافعية التعلم لدي الشباب الجامعي المصري والسعودي عينة الدراسة، فالبيوتوب جمع بين أكثر من ميزة الأمر الذي جعله من أهم الوسائل التي قد تؤثر علي مستوي دافعية التعلم . وهذا يعني قبول الفرض التاسع.

ملخص النتائج :-

- نسبة (٥٣,٨%) من الشباب الجامعي يتعرضون لليوتوب بشكل دائم يومياً، و نسبة (٣٧,٥%) منهم يتعرضون له أحياناً، ونسبة (٨,٧%) تتعرض له نادراً .
- جاء استخدام البيوتوب لأهداف ترفيهية في المركز الأول بنسبة (٧٢,٥%)، وجاء استخدامه لأهداف تعليمية في المركز الثاني بنسبة (٥٣,٨%) .
- وجود فروق دالة إحصائياً بين عينتي الدراسة (المصريين - السعوديين) في الهدف من

استخدام موقع اليوتيوب لأهداف ترفيهية ولأهداف إخبارية بين الشباب المصري والسعودي.

- ارتفاع نسبة استخدام أفراد العينة لليوتيوب من ساعة إلي ساعتين يومياً بنسبة (٦٠,٨%) متصدرة بذلك الترتيب الأول، وجاء الترتيب الثاني لصالح استخدامه لأقل من ساعة بنسبة (٣٣%) ، في حين حصل استخدام اليوتيوب لأكثر من ساعتين بنسبة (٦,٢%) علي الترتيب الثالث .
- حصل المقرر العملي علي الترتيب الأول بنسبة (٧٤%) ، وجاء المقرر النظري بنسبة (٥٠,٨%) في الترتيب الثاني .
- حصلت الأفلام الوثائقية على الترتيب الأول بنسبة (٣٨,٨%)، يليها الدورات التدريبية أو ورش العمل في الترتيب الثاني بنسبة (٣٢,٣%)، وجاءت التجارب العلمية في الترتيب الثالث بنسبة (٣١,٨%)، وحصلت المحاضرات الأكاديمية علي الترتيب الرابع والأخير بنسبة (٢٢,٣%) .
- جاءت عبارتي يوفر اليوتيوب العديد من المقاطع المتنوعة التي يمكن الانتقاء منها على حسب استيعابي لها - وأشعر بالرضا عندما أقوم بتطوير مهاراتي الدراسية وتطبيق البرامج التي أتعلمها بدقة في مقدمة عبارات مقياس دافعية التعلم بمتوسط قدرة (٢,٥٩).
- جاءت عبارة يساعدي اليوتيوب على اكتساب معلومات جديدة لم أعرفها من قبل في مقدمة عبارات الاستفادة من اليوتيوب كأداة تعليمية بمتوسط قدرة (٢,٦٧).
- نسبة (٦٢,٨%) من أفراد العينة ترى أن المواد والفيديوهات المقدمة علي اليوتيوب ساهمت بدرجة كبيرة في إثراء المادة العلمية لديهم ، وتري نسبة (٣٣,٥%) أنها ساهمت بدرجة متوسطة ، في حين رأت نسبة (٣,٨%) أنها ساهمت بدرجة ضعيفة.
- نسبة (٤٧,٣%) من الشباب الجامعي تثق بدرجة كبيرة في المحتوى التعليمي المقدم من خلال اليوتيوب ، ونسبة (٤١,٥%) تثق بدرجة متوسطة ، ونسبة (١١,٣%) تثق بدرجة ضعيفة.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين علي أبعاد مقياس دافعية التعلم وفقاً لاختلاف مستويات استخدام اليوتيوب التعليمي (كثيف- متوسط - منخفض).
- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دافعية التعلم للمبحوثين ومستوي مساهمة المواد والفيديوهات المقدمة علي اليوتيوب في إثراء المادة العلمية .
- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين أوجه الثراء الإعلامي لليوتيوب التعليمي ودرجة الاستفادة من اليوتيوب كأداة للتعلم الإلكتروني .

- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستويات أوجه الثراء الإعلامي لليوتيوب التعليمي ومستوي دافعية التعلم .

توصيات ومقترحات الدراسة :

- العمل على تنمية الوعي لدى طلاب الجامعة بأهمية دور مواقع التواصل الاجتماعي وبخاصة اليوتيوب كوسيلة تعليمية تساعد على زيادة التحصيل الدراسي عن طريق الحملات الإعلامية.
- العمل على الاهتمام بزيادة وإثراء المحتوى التعليمي المنشور في مواقع اليوتيوب من قبل المؤسسات التعليمية سواء كانت مؤسسات (تعليم قبل الجامعي - تعليم جامعي) وذلك بهدف تحفيز الطلاب وإثارة دافعيتهم نحو المقررات الدراسية وهذا سوف يؤدي إلى زيادة تحصيلهم الدراسي .
- تجهيز القاعات الدراسية بأجهزة الكمبيوتر وإمدادها بالإنترنت لكي يشاهد الطلاب مقاطع الفيديو التعليمية الموجودة على اليوتيوب والخاصة بالمقرر الدراسي الذي يشرحه عضو هيئة التدريس .
- الاهتمام بدراسة مقترحات الشباب ومتطلباتهم فيما يريدونه من محتوى تعليمي والصعوبات أو العقبات التي قد تواجههم حتي يتسنى للجهات التعليمية المسؤولة عن اليوتيوب أن تدعم الخدمات المقدمة وتضع مثل هذه الآراء في الحسبان ومساعدة الطلاب على تخطي هذه المشكلات والعمل على تلبية احتياجاتهم ، والعمل على إنشاء قواعد عامة للتواصل بين المسؤولين أو المعلمين أو أعضاء هيئة التدريس والطلاب والإشراف المستمر علي إدارتها.
- تشجيع أعضاء هيئة التدريس بالجامعة على توظيف مقاطع الفيديو التعليمية الموجودة علي اليوتيوب كمصدر حي للمعلومات في المحاضرات الدراسية لما تلعبه من دور مهمفي إحداث التغيير المعرفي لدي الطلاب.
- القيام بدراسات مشابهة لهذه الدراسة على فئات عمرية مختلفة في مرحل تعليمية أخرى.
- إجراء دراسات حول فوائد وأضرار استخدام مواقع اليوتيوب التعليمية على الطلبة في مختلف المراحل التعليمية .
- إجراء دراسة عن الصعوبات التي تواجه أعضاء هيئة التدريس عند استخدام مواقع اليوتيوب التعليمية .

المراجع:

- 1) عبد الله بن خميس الكندي ، هلال بن علي الرشيد . استخدامات طلبة جامعة السلطان قابوس لشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية والإشباع المتحققة ، **مجلة اتحاد الجامعات العربية للآداب** ، المجلد (١٣) ، العدد (١) ، ٢٠١٦ ، ص ١١٦ .
- 2) William Hoiles, Anup aprem, and Vikram Krishnamurthy. Engagement and popularity dynamics of You tube videos and sensitivity to meta-date, **In: IEEE Transactions on knowledge and data engineering**, vol. (29), No. (7), 2017, p 1426 .
- 3) سامية عواج ، تبيري سامية . دور مواقع التواصل الاجتماعي في دعم التعليم عن بعد لدي الطلبة الجامعي ، **أعمال المؤتمر الدولي الحادي عشر : التعلم في عصر التكنولوجيا الرقمية**، طرابلس ، ٢٠١٦ ، ص ص ١١٥ ، ١١٦ .
- 4) دينا فاروق أبو اليزيد. تليفزيون الإنترنت في مصر ، **المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون** ، العدد (٤) ، ٢٠١٥ ، ص ١٠٦ .
- 5) بشري جميل الراوي . دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير ، **مجلة الباحث الإعلامي** ، العدد (١٨) ، (جامعة بغداد : كلية الإعلام ، ٢٠١٣) ، ص ٩ .
- 6) محمد جابر خلف الله . فاعلية اختلاف أنماط التواصل (ثنائي - متعدد) عبر اليوتيوب والدافعية للتعلم (مرتفعة - منخفضة) في تقديم مقرر الوسائل التعليمية للدارسين بالتأهيل التربوي بجامعة الأزهر لتنمية التحصيل والأداء والاتجاهات ، **مجلة دراسات عربية في التربية وعلم النفس** ، العدد (٥٦) ، ٢٠١٤ ، ص ٥٣ .
- 7) Elson Szeto, Annie Yan - Ni cheng and Jon-Chao Hong. learning with social media: How do preervice teachers integrate you tube and social media in teaching?, **In: Asia - pacific education researcher**, vol. (25), Issue. (1), 2016, p 35.
- 8) Sedigheh Moghavvemi, Ainin Sulaiman , Noor Ismawati Jaafar , and Nafisa Kasem. social media as a complementary learning tool for teaching and learning: the case of You tube, **In : the international Journal of management Education**, vol. (16), Issue. (1), 2018, P 37.
- 9) Carlos Orus, Maria Jose Barles, Daniel Belanche, Luis Casalo, Elena Fraj, and Raquel Gurrea. The effects of learner - generated videos for You tube on learning outcomes and satisfaction, **In : computers & Education**, vol. (95), 2016, Pp 254 - 269.
- 10) Malissa Maria Mahmoud, Chandra Roka Ramachandiran, and Othman Ismail. You tube and English literature : Beyond the chalk and board, **In: Taylor's 7 th teaching and learning conference**, 2014, P 279.
- 11) Elson Szeto, Annie Yan - Ni cheng and Jon-Chao Hong. Learning with social media: How do preervice teachers integrate you tube and social media in teaching?, **op- cit**, p 36.
- 12) علاء الدين محمد عفيفي . الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية، ط١، (الإسكندرية: دار التعليم الجامعي، ٢٠١٥)، ص ١٧٧ .

13) يحيى بن عبد الله الرفاعي، خالد بن ناهس الرفاص. الاتجاه نحو بعض أدوات الإعلام الجديد ومجالات ومعدل استخدامها في ضوء بعض المتغيرات النفسية والمعرفية ، *مجلة رسالة التربية وعلم النفس*، العدد (٤٧) ، ٢٠١٤ ، ص ص ٨ ، ٩ .

- 14) John R. Carlson , Joey F. George . Media Appropriateness in the conduct and discovery of deceptive communication : the relative influence of richness and synchronicity, **In: Group decision and negotiation**, vol. (13), Issue. (2), 2004, p 193.
- 15) Maha EL - shinnawy, M. lynne markus. Poverty of media richness theory: Explaining people's choice of electronic mail vs. voice mail, **In: International journal of human computer studies**, vol.(46), No.(4),1997, Pp 443-467.
- 16) Eric brunelle, Josee lapierre . Examining the Relationship between individual characteristics ,product characteristics ,and media Richness fit on consumer channel preference, **In: E-commerce and web technologies**, 2007, p 58 .
- 17) Beverly Wright, Paul H. schwager , and Naveen donthu. Application of media richness theory to data collection , **In: Journal of Applied business research**, vol . (24) , No . (1), 2008, p 137.
- 18) John R. Carlson , Joey F. George . Media Appropriateness in the conduct and discovery of deceptive communication: the relative influence of richness and synchronicity, **Op.cit** , p193.
- 19) Willem pieterse, Marije teerling, and Wolfgang ebbers . Channel perception and usage :beyond media richness factors, **In: Electronic Government**, 2008, p 220.
- 20) Alan R dennis, Joseph S. valacich . Rethinking Media Richness :Towards a theory of media synchronicity, **In :32 nd Hawaii international conference on system sciences**, 1999 , p2.
- 21) Beverly wright, Paul H. schwager , and Naveen donthu . Application of media richness theory to data collection ,**Op-cit** , p138 .
- 22) Eric brunelle, Josee lapierre . Examining the Relationship between individual characteristics ,product characteristics, and media Richness fit on consumer channel preference, **Op- cit** , p58 .
- 23) طه عبد العاطي نجم ، أنور بن محمد الرواس . العلاقة بين تعرض الشباب العماني لوسائل الإعلام الجديدة ومستوي المعرفة السياسية ، *مجلة دفا تر السياسة والقانون*، العدد (٤١) ، ٢٠١١ ، ص ص ٥٧ ، ٥٨ .
- 24) Vicenc Femandez, pep simo, Jose M. Sallan, and Irene trullas. Apreliminary panel data study about the progress of media richness, **In: Liss**,2013, p712 .
- 25) Eric brunelle, Josee lapierre. Examining the Relationship between individual characteristics,product characteristics, and media Richness fit on consumer channel preference, **Op- cit** , p57.

- 26) Sedigheh Moghavvemi, Ainin Sulaiman, Noor Ismawati Jaafar, and Nafisa Kasem. social media as a complementary learning tool for teaching and learning: the case of You tube, **In: the international Journal of management Education**, vol. (16), Issue. (1) , 2018 , Pp 37 - 42 .
- 27) Marie hattingh. A preliminary investigation of You tube as an informal learning platform for pre-teens, **In: Advances In web-based learning** , 2017, Pp 101 - 110 .
- 28) سعاد شفاقة العنزي، عبد الله يوسف الفيكاوي. أثر استخدام موقع يوتيوب على التحصيل الدراسي لطالبات مادة رياضيات (1) بكلية الدراسات التكنولوجية - الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب - الكويت، **المجلة التربوية**، المجلد (31)، العدد (122)، 2017، ص ص 85 - 89 .
- 29) سارة محمد عبد الهادي . اتجاهات أعضاء هيئة التدريس والطلاب بالكليات العلمية في جامعة الملك عبد العزيز نحو استخدام اليوتيوب في العملية التعليمية، **مجلة المركز العربي للبحوث والدراسات في علوم المكتبات والمعلومات**، المجلد (4) ، العدد (8)، 2017، ص ص 68 - 113 .
- 30) سامية عواج، تبرى سامية. دور مواقع التواصل الاجتماعي في دعم التعليم عن بعد لدي الطلبة الجامعي، **مرجع سابق**، ص ص 113 - 134 .
- 31) آية أحمد عبيدات. أثر استخدام اليوتيوب على تحصيل طلبة الصف الأول الأساسي في مادة اللغة الإنجليزية كلغة ثانية، **رسالة ماجستير غير منشورة** ، (جامعة اليرموك : كلية التربية ، 2016).
- 32) Allison K. Rapp, Micheel G. Healy, Mary E. Charlton, Jerrod N. Keith, Marcy E. Rosenbaum, and Muneera R. Kapadia. You tube is the most frequently used Educational video source for surgical preparation, **In: Journal of surgical education**, vol . (73) , Issue. (6) , 2016 , Pp 1072 - 1076 .
- 33) Elson Szeto , Annie Yan – Ni cheng and Jon-Chao Hong . learning with social media: How do pre-service teachers integrate you tube and social media in teaching ?, **Op- cit** , Pp 35 - 44 .
- 34) Abdullah Al mobarraz. Utilization of You tube as an information resource to support university courses, **In: the Electronic library** , [https : //doi.org/10.1108/El-04-2016](https://doi.org/10.1108/El-04-2016) .
- 35) ندي عبد الله التميمي ، نجلاء حسن الدين فلمبان ، مي عبد الله مزروع ، غادة سعيد العمري . أثر استخدام فيديو تعليمي من موقع يوتيوب في زيادة التحصيل الدراسي لطالبات المرحلة الثانوية بمنطقة الرياض ، **مجلة الثقافة والتنمية** ، العدد (110)، 2016، ص ص 1 - 36 .
- 36) Omer Mohamed Ahmed Mohamed Abdelgadir . using You tube in developing English reading comprehension : case study Ahfad university for women , **In : sust journal of educational sciences** , vol . (17) , No . (2) , 2016 , Pp 177- 182 .
- 37) Rania Kabooha, Tariq Elyas . The impacts of using You tube videos on learning vocabulary in Saudi EFL class rooms, **In: 8th international conference of education , Research and Innovation** , 2015 .
- 38) ريهام عاصم جابر . اليوتيوب في الاستشهاد المرجعي بالإنتاج العلمي الأكاديمي : دراسة استكشافية تحليلية ، **المجلة الدولية لعلوم المكتبات والمعلومات** ، المجلد (2) ، العدد (3) ، 2015، ص ص 83 - 87 .

- 39) Malissa Maria Mahmoud, Chandra Roka Ramachandiran, and Othman Ismail. You tube and English literature : Beyond the chalk and board, **Op.cit**, Pp 279 - 293.
- 40) Elson Szeto, Annie Yan-Ni cheng . Exploring the usage of Ict and You tube for teaching: A study of preservice teachers in Hong Kong , **In : the Asia - pacific education researcher**, vol. (23), Issue. (1), 2014, Pp 53 - 59 .
- 41) محمد جابر خلف الله . فاعلية اختلاف أنماط التواصل (ثنائي - متعدد) عبر اليوتيوب والدافعية للتعلم (مرتفعة - منخفضة) في تقديم مقرر الوسائل التعليمية للدارسين بالتأهيل التربوي بجامعة الأزهر لتنمية التحصيل والأداء والاتجاهات، مرجع سابق، ص ص ١٧ - ١٠٢ .
- 42) حاتم سليم علاونة، آلاء فخرى محمد مخلوف. استخدامات طلبة جامعة اليرموك لليوتيوب والإشباع المتحققة منها، **مجلة اتحاد الجامعات العربية للآداب**، المجلد (١١)، العدد (٢)، ٢٠١٤، ص ٨٧٧ - ٩٢٢ .
- 43) غادة حمزة الشربيني، وفاء حافظ عبد السلام . الدور التربوي لمواقع التواصل الاجتماعي في إحداث التغيير الاجتماعي من وجهة نظر طلاب جامعة الملك خالد، **مجلة كلية التربية**، جامعة الأزهر، الجزء (١)، العدد (١٥٧)، ٢٠١٤، ص ص ١١ - ٦٧ .
- 44) حمود أحمد حسن، حاتم محمد مرسي . فاعلية مقرر في العلوم مدعم بمقاطع اليوتيوب "Youtube" في تنمية الثقافة العلمية وحب الاستطلاع لدى الطلاب المعلمين شعبة التربية الخاصة، **مجلة دراسات عربية في التربية وعلم النفس**، الجزء (٤)، العدد (٤٤)، ٢٠١٣، ص ص ١ - ٣٩ .
- 45) أحمد محمد رجائي الرفاعي. إثراء المناقشات الرياضية باستخدام مقاطع تعليمية من موقع اليوتيوب حول مقرر الرياضيات على التحصيل وحب الاستطلاع لدى طلاب الجامعة، **مجلة تربويات الرياضيات**، المجلد (١٦)، الجزء (٢)، ٢٠١٣، ص ص ١٣٥ - ١٨٢ .
- 46) صابر محمد أحمد أبو بكر. استخدامات عينة من المراهقين لموقع اليوتيوب والإشباع المتحققة منه، **مجلة دراسات الطفولة**، المجلد (١٦)، العدد (٥٩)، ٢٠١٣، ص ص ١١٠ - ١١١ .
- 47) Sean P. Hagerty. An examination and gratifications of you tube, **un published master thesis**, (Villanova university: faculty of the department of Communication, 2008).
- 48) عزة مصطفى الكحكي. تطبيق برامج التعليم الإلكتروني بمقررات الإعلام وعلاقته بدافعية التعلم المستندة إلى نظرية تقرير الذات دراسة على عينة من طالبات قسم الإعلام بجامعة أم القرى، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد (٥٤)، ٢٠١٦ .
- 49) Kirsi Silius, Thumas Miilumaki . Students' Motivations for Social Media Enhanced Studying and Learning, **In:Knowledge Management and E-Learning: An International Journal**, Vol.(2), No.(1), 2015,Pp 51-67.
- 50) لونا حداد. علاقة التحصيل للدراسات الدفاعية للتعلم لدى المراهقين المتعلمين، رسالة ماجستير غير منشورة، (الجزائر: كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، ٢٠١٣) .
- 51) جناد عبد الوهاب . أثر بعض العوامل الأسرية والاجتماعية والاقتصادية كمحددات للدافعية للتعلم لدى تلاميذ مرحلة التعليم المتوسط ، **دراسات نفسية وتربوية**، مخبر تطوير الممارسات النفسية التربوية، العدد (٩)، ٢٠١٢، ص ص ١٤٩-١٧٤ .
- 52) نهيل محمد رجب الجابري . مستوى استخدام التطبيقات والبرامج الحاسوبية لدى طلبة الجامعة وارتباطه بدافعتهم نحو التعلم الإلكتروني، **مجلة آداب الفراهيدي**، العدد (١٢)، ٢٠١٢، ص ص ٤٥٩ - ٤٩٢ .

- (53) فيصل خليل الربيع . مستوى دافعية التعلم لدى طلبة الصف العاشر الأساسي بالأردن وعلاقته ببعض المتغيرات ، مجلة كلية التربية بالإسماعيلية، العدد (٢١)، ٢٠١١، ص ص ٦٣-٩٠.
- 54) Kenneth F. Trent. Learning Languages Through the Media: Toward an Understanding of the Mediated Language Acquisition Process and the Motivation Cycle of Mediated Language Acquisition, **un published master thesis**, (Brigham Young University, 2011) .
- (55) عثمان يخلف، بتول محي الدين خليفة. دافعية التعلم لدى طلبة جامعة قطر وعلاقتها ببعض المتغيرات ، مجلة علم النفس والإنسانيات المعاصرة، العدد (٢٥)، (جامعة المينا: كلية الآداب والعلوم، ٢٠١١)، ص ص ٢٧ - ٨٤.
- (56) بسمة إبراهيم الدسوقي . فاعلية تصميم تعليمي لإنتاج برنامج قائم على الويب وأثره على التحصيل والدافعية للتعلم لدى طلاب تكنولوجيا التعليم، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة بنها: كلية التربية، ٢٠١٠).
- 57) Sommer bunce hamilton . You tube , power point, and tutors : the impact of out - of - class learning options on student performance , **un published master thesis**, (Texas A & M University, 2009).
- (58) شفيق بنات. مستوى الدافعية نحو تعلم اللغة الأجنبية (الإنجليزية) لدى عينة من طلبة الجامعات الأردنية، مجلة جرش للبحوث والدراسات، المجلد (١٢)، العدد (٢)، ٢٠٠٨، ص ص ٣٠٥-٣٣١.
- 59) Ching - Chun Shih. Relationships among student attitudes, motivation, learning styles, learning strategies, patterns of learning and achievement: a formative evaluation of distance education via Web-based courses, **un published Ph.D thesis**, (Iowa State University, 1998).
- 60) http://www.masrawy.com/news/news_economy/details/2017/8/12/1136065
- (61) مركز المعلومات الوطني بوزارة الداخلية متاح على موقع <https://sabq.org/aopgde>
- (62) أسماء السادة المحكمين :
- د/ أحمد منصور هيبه مدرس الإعلام بكلية العلوم الاجتماعية - جامعة أم القرى
- د/ الأمير الصحاح مدرس الإعلام بكلية العلوم الاجتماعية - جامعة أم القرى
- أ.م.د / عزة مصطفى الكحكي أستاذ الإعلام المساعد بكلية التربية النوعية - جامعة المنصورة
- أ.د / محمد رضا أحمد أستاذ الإعلام بكلية التربية النوعية - جامعة المنصورة
- أ.د / محمد غريب أستاذ الإعلام بكلية الآداب - جامعة الزقازيق
- أ.م.د/ وجدي حلمي عبد الظاهر أستاذ الإعلام المساعد بكلية العلوم الاجتماعية - جامعة أم القرى
- أ.م.د / وديع محمد سعيد العززي أستاذ الإعلام المساعد بكلية العلوم الاجتماعية - جامعة أم القرى
- 63) <https://www.tech-wd.com/wd/2015/05/09/>.
- (64) صابر محمد أحمد أبو بكر . استخدامات عينة من المراهقين لموقع اليوتيوب والإشباع المتحققة منه، مرجع سابق، ص ١١٠ .
- 65) Sedigheh Moghavvemi, Ainin Sulaiman, Noor Ismawati Jaafar, and Nafisa Kasem. social media as a complementary learning tool for teaching and learning : the case of You tube, **Op.cit**, P 39.
- (66) سارة محمد عبد الهادي . اتجاهات أعضاء هيئة التدريس والطلاب بالكليات العلمية في جامعة الملك عبد العزيز نحو استخدام اليوتيوب في العملية التعليمية، مرجع سابق، ص ٨٥ .
- (67) ريهام عاصم جابر. اليوتيوب في الاستشهاد المرجعي بالإنتاج العلمي الأكاديمي : دراسة استكشافية تحليلية، مرجع سابق، ص ٧٣ .

-
- (68) غادة حمزة الشرييني ، وفاء حافظ عبد السلام . الدور التربوي لمواقع التواصل الاجتماعي في إحداث التغيير الاجتماعي من وجهة نظر طلاب جامعة الملك خالد ، مرجع سابق، ص ٥١ .
- 69) Rania Kabooha, Tariq Elyas . The impacts of using You tube videos on learning vocabulary in Saudi EFL class rooms , **Op.cit** , 2015 .
- (70) عزة مصطفى الكحكي . مرجع سابق .
- (71) لونس حدة . مرجع سابق .
- (72) جناد عبد الوهاب . مرجع سابق .
- (73) نفسالمرجع سابق .