

دوافع استخدام الشباب السعودي لقنوات اليوتيوب المتخصصة واشباعاتها

دوافع استخدام الشباب السعودي لقنوات اليوتيوب المتخصصة واشباعاتها

د. صالح بن محمد الرعوي

دكتوراه في الإذاعة والتلفزيون والفيلم

### المستخلص

ويرى الباحث أن موقع اليوتيوب من أهم مواقع الشبكات الاجتماعية التي تتيح لمستخدميه رفع ومشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني، كما يُمكن هذا الموقع شباب الجامعة من مشاهدة الاهتمامات والأحداث الحية والتعليق عليها دون أية قيود، وفي هذا المجال يجب أن يبتعد شباب المستخدمين عن قضايا غزو الخصوصية والتعدي على حقوق الملكية الفكرية والثقافية لأصحاب المواد المنشورة.

ولا يقتصر مضمون محتوى يوتيوب على الفيديوهات الترفيهية والتي يتم نشرها من قبل الهواة فقط، فيتم استخدام هذه المنصة لنشر مقاطع فيديو تعليمية وبمختلف المواضيع، كما يُمكن أن يتم استخدام المحتوى الذي يتم رفعه عبر يوتيوب في الأعمال الاقتصادية، ويُعدّ هذا التنوع الكبير في محتوى فيديوهات يوتيوب سبباً من الأسباب التي جعلت هذا الموقع شائع الاستخدام بشكل كبير.

وتسعي هذه الورقة العلمية لمعرفة دوافع استخدام الشباب السعودي لقنوات

اليوتيوب المتخصصة واشباعاتها

### **Abstract**

The researcher believes that YouTube is one of the most important social networking sites whose users upload, watch and share video clips for free. This video also enables university youth to watch and comment on special activities and events without electronic devices. In this regard, young users must monitor the invasion of privacy and infringement of intellectual property rights. , and for the benefit of published materials.

YouTube content is not related to entertainment videos that are published by amateurs only, as this platform is used to make videos for assistance on various topics, and the video that is used is the use of content that is uploaded via YouTube in economic works, and this diversity in content YouTube videos. For some reason this site has been so commonly used.

This scientific information seeks to learn the motives behind Saudi youth's use of specialized YouTube channels and networks

## مقدمة

يحتل الاتصال مكانة محورية في حياة البشر وفي جميع مناحي حياتهم، فقد أتاحت تكنولوجيا الإعلام والاتصال فرصاً وإمكانيات وخدمات جديدة في مجال الاتصال والتواصل فتعددت أشكاله ووسائله وتأثيراته، ومع الدخول في الألفية الثالثة أصبحت تكنولوجيا الإعلام والاتصال عنصراً ملازماً لكل مظهر من مظاهر الحياة العصرية، التي غير معها العديد من المفاهيم والأدوار الاتصالية، فالإنترنت مثلاً لم يعد يؤدي دور نقل المعلومات وإرسالها فقط وإنما أصبح لها العديد من الانعكاسات الثقافية والاجتماعية. وتعتبر شبكات التواصل الاجتماعي أحد أهم تكنولوجيا الاتصال الحديثة التي ساعدت الإنسان في توطيد علاقته مع غيره من الأفراد ومشاركاتهم بأرائهم حيث أحدثت هذه الشبكات نقلات نوعية كبيرة في حياة الناس، فصاروا مهوسين بها بسبب ما وفرتهم لهم من مجالات ومساحات كبيرة، كما أتاحت لهم التعرف على بعضهم البعض بشكل أكبر، مما مهد لهم الطريق لبناء جسور التفاعل والمشاركة<sup>(1)</sup>.

حيث قام موقع اليوتيوب بإحداث طفرة في عالم الإنترنت فقبله كان مستخدمو الإنترنت لا يستطيعون نشر فيديواتهم أو عرضها للمشاهدة أون لاين، فقد كان المتاح هو إرسالها عبر البريد الإلكتروني بحد أقصى ثواني معدودة ولكن مع موقع اليوتيوب فقد أصبح من السهل نشر ومشاركة الفيديوات ليشاهدها كل مستخدم الإنترنت حول العالم، فأصبح كل شخص حتى من الهواه يمكنه عمل قناة خاصة في أي مجال سواء كانت كوميدية، علمية، موسيقية، أو سياسية، إلخ... بدون أية قيود أو رقابة.

وفي النهاية يعتبر موقع اليوتيوب من أهم وأكثر المواقع استخداماً عبر الإنترنت حيث حل بديلاً عن النشاطات التقليدية الماضية من خلال التفاعل الكبير للمستخدمين له، فأصبح الأشخاص يقضون وقتاً كبيراً عليه، وهذا يزيد من أهمية دراسته من كافة النواحي.

ويرى الباحث أن موقع اليوتيوب من أهم مواقع الشبكات الاجتماعية التي تتيح لمستخدميه رفع ومشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني، كما يمكن هذا الموقع شباب

د. صالح بن محمد الرعوجي

الجامعة من مشاهدة الاهتمامات والأحداث الحية والتعليق عليها دون أية قيود، وفي هذا المجال يجب أن يبتعد شباب المستخدمين عن قضايا غزو الخصوصية والتعدي على حقوق الملكية الفكرية والثقافية لأصحاب المواد المنشورة.

ويتميز موقع اليوتيوب YouTube بكونه شبكة اجتماعية تتيح المجال لجميع المستخدمين التعبير عن آرائهم بحرية كبيرة، رغم ذلك ففي أحيان كثيرة قد يمارس الموقع بعض التحكيمات الرقابية على مقاطع الفيديو في نطاق محدود ولأسباب موضوعية، مثل حذف مقاطع الفيديو الإباحية Pornographic Materials ومنع مقاطع الفيديو التي تنتهك حقوق الملكية الفكرية Copyright Infringement، وإنهاء اشتراكات المستخدمين أصحاب تلك المقاطع في أحيان أخرى<sup>(٢)</sup>

ويحتوي يوتيوب على مليارات الفيديوهات التي يرفعها المُستخدِم على الموقع منذ تأسيسه، إذ يتم تحميل ١٠٠ ساعة من مقاطع الفيديو على يوتيوب خلال الدقيقة الواحدة<sup>(٣)</sup>، وتختلف هذه الفيديوهات وتتباين في محتواها، حيث يُمكن أن يجد المُستخدِم فيديوهات تتعلق بكل ما يُمكن أن يتصوره كالمقاطع الدعائية، والموسيقى والأغاني، والمقاطع المُضحكة، وغيرها من الأمور الترفيهية الأخرى، ولا يقتصر مضمون محتوى يوتيوب على الفيديوهات الترفيهية والتي يتم نشرها من قبل الهواة فقط، فبمجرد استخدام هذه المنصة لنشر مقاطع فيديو تعليمية وبمختلف المواضيع، كما يُمكن أن يتم استخدام المحتوى الذي يتم رفعه عبر يوتيوب في الأعمال الاقتصادية، ويُعدّ هذا التنوع الكبير في محتوى فيديوهات يوتيوب سبباً من الأسباب التي جعلت هذا الموقع شائع الاستخدام بشكل كبير.

وتسعي هذه الورقة العلمية لمعرفة دوافع استخدام الشباب السعودي لقنوات

اليوتيوب المتخصصة واشباعاتها

مشكلة الدراسة: -

أدى تطور التكنولوجيا الحديثة المتسارع منذ أواخر القرن العشرين وبداية القرن الحادي والعشرين إلي تطور كبير في حياة البشرية في مختلف أنحاء العالم، ودخل ذلك التقدم العلمي وتلك التقنية في مختلف جوانب الحياة، بما فيها الحياة الاجتماعية، وكان من أبرز

**دوافع استخدام الشباب السعودي لقنوات اليوتيوب المتخصصة واشباعاتها**

مستحدثات ذلك التطور التكنولوجي في مجال الإعلام والاتصال ظهور ما يسمى بمواقع شبكات التواصل الاجتماعي علي شبكة الإنترنت ومن أمثلتها: ( الفيسبوك، يوتيوب، تويتر وغيرها) التي انتشر استخدامها بشكل كبير في الوقت الحاضر، لما تمتلكه من خصائص تميزها عن غيرها، والتي أتاح البعض منها مثل ( اليوتيوب ) إمكانية تبادل مقاطع الفيديو والخدمات المرئية، والتواصل والتفاعل المباشر بين جمهور المتلقين.

إن استخدامات الشباب السعودي لقنوات اليوتيوب المتخصصة هو النموذج الذي تم تناوله بالبحث والتحليل، وذلك لأنه منذ ظهور اليوتيوب على شبكة الإنترنت عام ٢٠٠٥ وبعد ذلك بخمس سنوات فقط وصل عدد من يستقبلونه الي ملياري زائر يوميا ليتخطى ضعف مشاهدي القنوات الأمريكية التلفزيونية الثلاث الأكثر شعبية.

واستنادا إلى ما سبق، فإن مشكلة الدراسة تتحدد في رصد وقياس مدي استخدام الشباب السعودي لقنوات اليوتيوب المتخصصة، من خلال دراسة عينة ميدانية على بعض الشباب السعودي المتابع لهذه القنوات. لذا يمكن تحديد مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي وهو: -

**ما دوافع استخدام الشباب السعودي لقنوات اليوتيوب المتخصصة وماهي الاشباعات المتحققة منها؟**

**أهمية الدراسة: -**

- ١- انتشار قنوات اليوتيوب المتخصصة بين أوساط الشباب السعودي وتفاعلهم معها بالتعليق او المشاركة.
- ٢- تساهم في تطوير المجتمع من الناحية الثقافية والاجتماعية والاقتصادية، وكلما كانت أكثر اتساعاً كلما كان وصولها للآخرين أكثر.
- ٣- تقدم الدراسة الحالية مجموعة من المؤشرات حول الاستخدامات والإشباعات المتحققة لدي الشباب السعودي من استخدامه لقنوات اليوتيوب المتخصصة وعن العناصر التي تجذب الشباب الى المضمون واتجاهاتهم نحوها وذلك من أجل تطويرها ونتاجها بشكل يلبي احتياجاتهم ويدفعه لمشاهدة هذه القنوات.

د. صالح بن محمد الرعوي

٤- كما تقدم الدراسة للقنوات المتخصصة على اليوتيوب مجموعة من المقترحات في إطار نتائج الدراسة الميدانية التي سوف تقيدهم في تطوير وزيادة فعالية هذه القنوات من أجل تفاعل أكثر مع الجمهور.

#### أهداف الدراسة:

تستهدف هذه الدراسة لهدف رئيسي هو التعرف على دوافع استخدام الشباب السعودي لقنوات اليوتيوب المتخصصة واشباعتهم المتحققة منها ويندرج من هذا الهدف الرئيسي عدد من الأهداف الفرعية التي تتلخص في: -

١- رصد معدل استخدام الشباب السعودي لقنوات اليوتيوب المتخصصة.  
٢- رصد الاشباعات المتحققة لدى الشباب السعودي من خلال تعرضهم لقنوات اليوتيوب المتخصصة.

٣- التعرف على أفضل قنوات اليوتيوب المتخصصة التي يفضل الشباب السعودي متابعتها.

#### الدراسات السابقة

تم الرجوع إلى الدراسات التي تناولت مواقع اليوتيوب وكانت من أهم الدراسات ما يلي:-  
١- دراسة إسلام محمد سامي (٢٠٢٣) (٤) بعنوان " تعرض المراهقين للمضامين الربحية على موقع اليوتيوب وعلاقته بتشكيل اتجاهاتهم نحو العمل"

سعت هذه الدراسة للتعرف على العلاقة بين تعرض المراهقين للمضامين الربحية على موقع اليوتيوب وعلاقته بتشكيل اتجاهاتهم نحو العمل، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح بشقيه التحليلي والميداني، وتمثلت عينة الدراسة التحليلية في عينة قوامها (٤) قنوات تقدم مضامين ربحية على موقع اليوتيوب وهي: (الهستيري، صباحو كورة، دروس أونلاين، شاور)، بينما تمثلت عينة الدراسة الميدانية في عينة قوامها (٤٠٠) مفردة من المراهقين موزعة بالتساوي بين الذكور والإناث من الفئة العمرية التي تتراوح ما بين (١٥-١٨) سنة، واستخدمت الدراسة استمارة تحليل مضمون، واستمارة استبيان تشمل مقياس للتعرض، ومقياس إعمال العقل، كأدوات لجمع البيانات. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

دوافع استخدام الشباب السعودي لقنوات اليوتيوب المتخصصة واشباعاتها

- أول أسباب اتجاه الأفراد لصناعة محتوى ربحي على موقع اليوتيوب هو لتحقيق مكاسب مالية ولزيادة دخلهم، جاءت العينة طبقاً للنوع الإناث أكثر تعرضاً للمضامين الربحية على موقع اليوتيوب مقارنة بالذكور.

- أن دوافع استخدام المراهقين عينة الدراسة لموقع اليوتيوب يأتي في مقدمتها التسلية والترفيه، يليها الاستفادة في مجال الدراسة.

- أشارت النتائج وجود علاقة ارتباط طردية (موجبة) بين مستوى حجم التعرض للمضامين الربحية على موقع اليوتيوب وتشكيل الاتجاهات نحو العمل، وهذا يدل على أنه كلما زاد حجم التعرض للمضامين الربحية على موقع اليوتيوب زاد تشكيل الاتجاهات نحو العمل.

٢- دراسة اميرة عبد الوهاب علي نصر (٢٠٢٣) <sup>(٥)</sup> بعنوان " دور القنوات الثقافية على اليوتيوب في تنمية الوعي الثقافي لدى الشباب: دراسة تطبيقية"

سعت هذه الدراسة للتعرف على مدى استخدام الشباب لمضامين القنوات الثقافية على موقع اليوتيوب، والإشباع المتحققة منها، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح بالعينة من خلال استمارة استبانة على عينة عمدية قوامها ٤٥٠ مفردة من الشباب مشاهدي القنوات الثقافية على اليوتيوب.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- أن نسبة متابعة الباحثين للقنوات الثقافية "اليوتيوب" بصفة منتظمة "دائمًا" بلغت ٥٠.٧٪، وبلغت نسبة متابعة الباحثين بصفة منتظمة "أحيانًا" ٣٨.٢٪، بينما بلغت نسبة متابعة الباحثين بصفة منتظمة "نادرًا" ١١.١٪.

- وأن متوسطات درجات الباحثين وفقًا لاتجاههم نحو دوافع استخدامهم لمحتويات القنوات الثقافية "اليوتيوب"، جاء في الترتيب الأول توفر معلومات جديدة وهادفة بمتوسط حسابي ٢.٩٢، وفي الترتيب الثاني تزايد من اهتمامي وتعمقي في بعض المواضيع بمتوسط حسابي ٢.٨٨، وفي الترتيب الثالث تلبية احتياجاتي المعرفية المختلفة بمتوسط حسابي ٢.٨، وجاء في الترتيب الرابع تزايد من معلوماتي وتجعلني أشرك في مناقشات الآخرين بمتوسط حسابي ٢.٨١، وفي الترتيب الخامس تغيير من طريقة تفكيري

د. صالح بن محمد الرعوجي

ومعالجتي للمشكلات بمتوسط حسابي ٢.٧٩، بينما في الترتيب السادس التسلية والترفيه بمتوسط حسابي ٢.٧٥، وفي الترتيب السابع الحصول على معلومات حول شراء الكتب والروايات بمتوسط حسابي ٢.٧٤، وجاء في الترتيب الثامن والأخير معلوماتها غير موجودة في البرامج الأخرى بمتوسط حسابي ٢.٦٩.

٣- دراسة منة الله محمد عبد الرزاق (٢٠٢٢) <sup>(٦)</sup> بعنوان " التفكير الابتكاري في قنوات " المؤثرين " على موقع اليوتيوب وعلاقته بتنمية مهارات التفكير النقدي لدى الجمهور"

هدفت هذه الدراسة للتعرف على كيفية تطبيق مهارات التفكير الابتكاري من قبل المؤثرين داخل المحتوى المقدم على الخاصة بيهم على موقع اليوتيوب تهدف الي تبسيط العلوم وعلاقة ذلك بتنمية مهارات التفكير النقدي لدي الجمهور، كما نشط المجال البحثي ايضاً في الآونة الأخيرة نحو أهمية تناول مهارات التفكير النقدي لأنها تساعد الفرد ان يقوم بمعالجة ما يقدم له من معلومات وتحليلها، وذلك بتطبيق منهج المسح بشقية الوصفي والتحليلي، وذلك من خلال تحليل المضمون لـ ١١٥ مقطع فيديو من القنوات عينة الدراسة(الدحيح-ايجيكولوجي- الاسبتالية) في الفترة الزمنية من يوم ٩ يونيو ٢٠٢٠ حتى ٢٠ يوليو ٢٠٢٠ ، بجانب تطبيق استمارة الاستبيان على عينة عمدية مكونه من ٤٠٠ من جمهور القنوات عينة الدراسة.

ومن اهم النتائج التي توصلت لها الدراسة: -

- وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائياً بين تعرض المبحوثين للقنوات عينة الدراسة وزيادة مهارات التفكير النقدي لديهم.
- كما أظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المستوى التعليمي للفرد ومعدل مشاهدته للقنوات عينة الدراسة.

٤- دراسة سمر علي محمود (٢٠٢١) <sup>(٧)</sup> عن "دور قنوات اليوتيوب العربية في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات"

دوافع استخدام الشباب السعودي لقنوات اليوتيوب المتخصصة وأشباعاتها

واستهدفت الدراسة التعرف علي دور قنوات اليوتيوب العربية في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات وتمثلت المشكلة البحثية في رصد طبيعة المضمون المقدم عبر قنوات اليوتيوب العربية ونوعياته، وذلك في إطار نظري متكامل من نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية ، ونظرية الاعتماد علي وسائل الإعلام وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية ، بشقيها التحليلي والميداني ،والتي اعتمدت علي منهج المسح الإعلامي وتمثلت عينة الدراسة التحليلية في (١٩٢) فيديو ل ١٢ قناة يوتيوب ، توزعت كآآتي ؛ (٢) قناة يوتيوب خاصة بالمؤسسات غير الربحية، و (٢) قناة يوتيوب خاصة بالمؤسسات الإعلامية ، و(٨) قنوات يوتيوب الخاصة بالهواة ، وتشمل علي ( قنوات ثقافية . قنوات دينية . قنوات تسويقية . قنوات خاصة بالكوميديا ). وذلك في الفترة الزمنية الممتدة من أول شهر ٢٠١٨/٥ الي آخر شهر ٢٠١٨/٧ ، باستخدام عينة الأسبوع الصناعي. كما تمثلت عينة الدراسة الميدانية في عينة عمدية من مستخدمي موقع اليوتيوب، قوامها ٤٠٠ مجوآ في الفترة الممتدة من شهر ديسمبر ٢٠١٨ إلى شهر إبريل ٢٠١٩، كما استخدمت الدراسة أآاتي التحليل، استمارة تحليل محتوى، واستمارة استبيان إلكتروني.

وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج من أهمها: -

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الشباب الجامعي عينة الدراسة

علي قنوات اليوتيوب العربية وخصائصهم الديموغرافية.

- وأشارت النتائج أن كلما زاد أسلوب استخدام الشباب الجامعي لقنوات اليوتيوب

العربية، زادت تصوراتهم نحو ثرائها.

- كما أشارت نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل

تعرض الشباب الجامعي لقنوات اليوتيوب العربية كمصدر للمعلومات، ودرجة

اعتمادهم عليها ووجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل اعتماد

الشباب الجامعي علي قنوات اليوتيوب العربية كمصدر للمعلومات، وبين

التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن هذا الاعتماد

٥- دراسة Duke Ch, yin Zhang x, Others (٢٠١٩) <sup>(٨)</sup> عن "استخدامات

المؤسسات الصحية والطبية في الولايات المتحدة الأمريكية لقنوات اليوتيوب كوسيلة  
تسويقية للترويج"

سعت هذه الدراسة للتعرف علي استخدامات المؤسسات الصحية والطبية في الولايات المتحدة الأمريكية لقنوات اليوتيوب كوسيلة تسويقية للترويج للمعلومات الطبية ولحملات لتوعية التي تقدمها للوقاية من الفيروسات والأمراض المنتشرة في الولايات المتحدة مثل فيرس زيكا وغيرها، واختيار العينة قام الباحثون بالبحث علي موقع جوجل وموقع اليوتيوب لرصد المؤسسات والأقسام الطبية التي لديها قنوات علي اليوتيوب ووجدوا أن ٤٣ مؤسسة من أصل ٥١ يستخدمون قنوات اليوتيوب كوسيلة ترويجية للأنشطة الي يقدمونها، وتم تحليل ١٠ فيديوهات من كل قناة ورصدوا كلا من عدد المشتركين في القنوات، وعدد الفيديوهات المحملة علي كل قناة، وعدد المشاهدات، كما قاموا بتحليل محتوى الفيديوهات وتصنيفها.

وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج من أهمها: -

- وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن الأغلبية العظمى من مؤسسات الصحة، والأقسام، والهيئات الطبية في الولايات المتحدة تستخدم قنوات اليوتيوب كوسيلة ترويجية لنشر المعلومات الطبية، ولزيادة الوعي الطبي لدى المواطنين، ولنشر حملات التوعية المختلفة التي تقوم بها لمواجهة الفيروسات والأمراض الوبائية المنتشرة في الولايات المتحدة مثل فيروس زيكا وغيرها.

- كما أظهرت نتائج تحليل المضمون الفيديوهات المنشورة على قنوات المؤسسات عينة الدراسة تنوع الفيديوهات المنشورة على قنوات المؤسسات عينة الدراسة تنوع الفيديوهات المنشورة في تلك القنوات فمنها، ما هو ترويجي عن المؤسسات نفسها، وتاريخها، وإنجازاتها، وأنشطتها المختلفة، كما تنشر حملات توعية، وإعلامية مختلفة وأغلبها كان عن صحة الأم والطفل، بالإضافة إلى نشر فيديوهات عن بعض الأمراض المتوطنة وكيفية مواجهتها والوقاية منها وطرق علاجها.

التعليق على الدراسات السابقة:

دوافع استخدام الشباب السعودي لقنوات اليوتيوب المتخصصة واشباعاتها

- أشارت الدراسات ان موقع اليوتيوب هو أكثر المواقع انتاجا ومشاركة على مستوى العالم ولذلك يعد مجال بحث جديرا بالدراسة في المجتمع السعودي.
- كما اثبتت جميع الدراسات السابقة ان موقع اليوتيوب يتفوق على القنوات الفضائية من حيث الجمهور وكثافته المشاهدات والمتابعين والتي تسعي الاخيرة الي الاستفادة من اليوتيوب في جذب الجمهور لديها باستضافة مشاهير اليوتيوب.
- لاحظ الباحث اعتماد معظم الدراسات على المنهج المسح الاعلامي بشقيه التحليلي والميداني حيث لجا البعض الي اداه الاستبيان للتعرف علي اراء المبحوثين ولجا الاخر في التعرف على المحتوى باستخدام المسح الإعلامي.

#### الإطار النظري للدراسة "نظرية الاستخدامات والإشباعات"

تختلف المسميات التي تطلق على مدخل «الاستخدامات والإشباعات»، فهناك من يطلقون عليه نموذج وهناك بعض الباحثين يرون به إلى مرتبة النظرية وهناك من يطلقون عليه مدخل في حين يفضل البعض وهم الأقلية تسميته باسم النظرية المنفعية<sup>(٩)</sup>. ويرى الباحثون أن لوسائل الإعلام مهاماً وواجبات متعددة في أي مجتمع تتمثل في الحفاظ على تماسكه، ونقل القيم الثقافية من جيل إلى آخر والضبط الاجتماعي، ونقل وتبادل المعلومات على اختلافها، والتي من ثم تستلزم قيام الجمهور باستخدام الوسائل الإعلامية التي تحقق لهم تلك الأهداف<sup>(١٠)</sup>.

ويحظى مدخل الاستخدامات والإشباعات باهتمام خاص في الدراسات الإعلامية وذلك لتركيزه على الجمهور الذي يستخدم الوسيلة الإعلامية بشكل نشط لتحقيق حاجات معينة، وقد اهتمت البحوث الدراسات في القرن الحادي والعشرين بدراسة دوافع على الوصول لأكبر قدر من الأفراد كل على حدي فضلاً عن أنها تمثل وسائل الاتصال الحديثة<sup>(١١)</sup>.

وبدأت الدراسات حول نظرية الاستخدامات والإشباعات مع دراسة «هيرتا هيرزج» عام ١٩٤٤ م التي استهدفت الكشف عن اشباعات مستمع المسلسلات اليومية من خلال اختبار متعمق توصلت إلى ضرورة إشباع الحاجات العاطفية<sup>(١٢)</sup>.

ويعد «الياهو كانز» أول من وضع اللبنة في بناء النظرية في عام ١٩٥٩م عندما أشار إلى أن البحث العلمي في مجال الاتصال ينبغي أن يركز على كيفية تعامل الجمهور مع وسائل الاتصال بدلاً من التركيز على كيفية تأثير تلك الوسائل على الجمهور<sup>(١٣)</sup>، وقد تطور المدخل عام ١٩٧٤م عندما قدم بشكل متكامل بواسطة كارتز وبلومر وجورفتيش وبذلك تطور المدخل بجهودهم البحثية وانتشر في أنحاء العالم<sup>(١٤)</sup>.

#### تطبيق مدخل الاستخدامات والإشباع في الدراسات المتعلقة بشبكات التواصل الاجتماعي

يرى الباحثون أن شبكة الإنترنت هي وسيلة قادرة على تمكين المستخدمين من الحصول على المعلومات أو المساهمة فيها، وقد غير المواقع الشخصية والمدونات من دور المستخدمين من مستهلكين تقليديين إلى منتجين لها، وأما في وسائل الإعلام التقليدية فإن الاتصال فيها لا يزال أحادي الجانب من الوسيلة إلى الجمهور<sup>(١٥)</sup>.

ويرى كل من merrillniorris Christine ogens أن أبحاث الاستخدامات والإشباع توفر لنا إطاراً نظرياً مهماً لدراسة الإنترنت ؛ كما أن مدخل الاستخدامات والإشباع يتسم بالشمولية في تناول بيئة الاتصال مما يكسبه أهمية خاصة في دراسة وسائل الاتصال الإلكترونية<sup>(١٦)</sup> ؛ وبما أن مدخل الاستخدامات والإشباع من المداخل النظرية التي ترى أن مستخدمي وسائل الإعلام يختارون بأنفسهم الوسائل الإعلامية التي يتعرضون لها وإنهم ناشطون في البحث عن وسائل الإعلام لإشباع احتياجاتهم من خلال مجموعة متنوعة من الاستخدام ؛ فإن هذا المدخل يساعد في تقديم إطار لدراسة الاتصال عبر الإنترنت كما إنه يعطي رؤية محددة عن طبيعة الاختلاف بين الوسائل التقليدية والوسائل الجديدة<sup>(١٧)</sup>.

#### مدى الاستفادة من مدخل الاستخدامات والإشباع:

يرى الباحث أن مدخل الاستخدامات والإشباع يتميز عن غيره فيما يرتبط بموضوع الدراسة الحالية ويوجد الكثير من المبررات لاستخدام هذا المدخل النظري من حيث اكتشاف دوافع وإشباع جديدة للشباب السعودي في تفسير إقبالهم على استخدام قنوات اليوتيوب، لأنه يشبع حاجاتهم من المعرفة، حيث أنه مدخلاً نظرياً مفيداً لأنه من جانب يفترض نشاط

دوافع استخدام الشباب السعودي لقنوات اليوتيوب المتخصصة واشباعاتها الشباب ومن جانب آخر يرى أن شبكة الإنترنت قادرة على تغطية معظم الأنشطة الاتصالية.

### تساؤلات الدراسة

تستهدف هذه الدراسة الإجابة على التساؤل الرئيس التالي " ما دوافع استخدام الشباب السعودي لقنوات اليوتيوب المتخصصة واشباعاتهم المتحققة منها؟" ويندرج من هذا التساؤل الرئيسي عدد من التساؤلات الفرعية التي تتلخص في: -

- ١- ما معدل استخدام الشباب السعودي لقنوات اليوتيوب المتخصصة؟
- ٢- ما الاشباعات المتحققة لدى الشباب السعودي من خلال تعرضهم لقنوات اليوتيوب المتخصصة؟
- ٣- ما أفضل قنوات اليوتيوب المتخصصة التي يفضل الشباب السعودي متابعتها؟

### الإطار المنهجي للدراسة

#### نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة الي البحوث الوصفية حيث تسعى الدراسة الحالية إلى وصف دوافع استخدام الشباب السعودي لقنوات اليوتيوب المتخصصة واشباعاتهم المتحققة منها.

#### منهج الدراسة:

استخدم الباحث أسلوب المنهج الوصفي التحليلي في الدراسة لتحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن تساؤلاتها وهذا المنهج يعبر عن الظاهرة المراد دراستها كما توجد في الواقع ويهتم بوصفها وصفا دقيقا ويعبر عنها تعبيراً كفيماً وكماً كما أن هذا المنهج لا يتوقف فقط على جمع البيانات والمعلومات المتعلقة بالظاهرة وإنما يقوم كذلك على تحليل الظاهرة وتفسيرها والوصول إلى استنتاجات تسهم في تطوير الواقع وتحسينه

#### مجتمع وعينة الدراسة:

يشمل مجتمع الدراسة على طلاب كلية الهندسة وطلاب كلية إدارة الأعمال وطلاب كلية الحاسب الآلي في جامعة الملك سعود، وجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، وجامعة الأمير سلطان الأهلية، ونظراً لحجم مجتمع الدراسة فقد تم اختيار عينة الدراسة

د. صالح بن محمد الرعوي

بطريقة عشوائية طبقية، حيث قام الباحث بتوزيع عدد (٦٣٠) استبانة، حدد منهم عدد (٤٥٠) استبانة مكتملة البيانات وهي موزعة كالتالي:

جدول رقم (١)

عينة الدراسة الميدانية

الاستبانات المعاداة والصالحة للتحليل	الاستبانات الموزعة	الكليات	الجامعة
٥٠	٧٠	كلية الهندسة	جامعة الملك سعود
٥٠	٧٠	كلية إدارة الأعمال	
٥٠	٧٠	كلية الحاسب الآلي	
٥٠	٧٠	كلية الهندسة	جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية
٥٠	٧٠	كلية إدارة الأعمال	
٥٠	٧٠	كلية الحاسب الآلي	
٥٠	٧٠	كلية الهندسة	جامعة الأمير سلطان الأهلية
٥٠	٧٠	كلية إدارة الأعمال	
٥٠	٧٠	كلية الحاسب الآلي	
٤٥٠	٦٣٠	الإجمالي	

أدوات الدراسة وإجراءاتها:

اعتمد الباحث على الاستبانة كأداة للدراسة وتتكون من جزأين الجزء الأول يتعلق بالمتغيرات المستقلة للدراسة والتي تتضمن المتغيرات المتعلقة بالبيانات الأساسية لأفراد عينة الدراسة أما الجزء الثاني من الاستبانة يتكون من المحاور التالية: -

دوافع استخدام الشباب السعودي لقنوات اليوتيوب المتخصصة واشباعاتها

- التعرف على طبيعة استخدام الشباب السعودي لمواقع الفيديو (يوتيوب) من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة
- تحديد دوافع استخدام الشباب السعودي لمواقع الفيديو (يوتيوب) من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة.
- التعرف على الاشباعات التي يسعى إليها الشباب السعودي من استخدام موقع الفيديو (يوتيوب) من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة.
- الوقوف على السلبيات التي تحد من إقبال الشباب السعودي على مواقع الفيديو (يوتيوب) من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة

#### صدق وثبات أداة الدراسة:

صدق الاستبانة يعني التأكد من أنها سوف تقيس ما أعدت لقياسه، كما يقصد بالصدق " شمول الاستبانة لكل العناصر التي يجب أن تدخل في التحليل من ناحية، ووضوح فقراتها ومفرداتها من ناحية ثانية، بحيث تكون مفهومة لكل من يستخدمها" وقد قام الباحث بالتأكد من صدق أداة الدراسة من خلال:

#### الصدق الظاهري للأداة:

للتعرف على مدى صدق أداة الدراسة في قياس ما وضعت لقياسه تم عرضها على عدد من المحكمين من أعضاء هيئة التدريس بالجامعات وبلغ عدد المحكمين ٣ محكمين وفي ضوء آراء المحكمين قام الباحث بإعداد أداة هذه الدراسة بصورتها النهائية.

#### ثبات أداة الدراسة:

لقياس مدى ثبات أداة الدراسة (الاستبانة) استخدم الباحث (معادلة ألفا كرونباخ) (Cronbach's Alpha ( $\alpha$ )) للتأكد من ثبات أداة الدراسة، والجدول رقم (٢) يوضح معاملات ثبات أداة الدراسة.

جدول رقم (٢)

معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات أداة الدراسة

محاور الاستبانة	عدد العبارات	ثبات المحور
-----------------	--------------	-------------

٠.٧٢٥٣	٢١	تحديد دوافع استخدام الشباب السعودي لمواقع الفيديو (يوتيوب)
٠.٧٣٦٤	١٨	التعرف على الاشباعات التي يسعى إليها الشباب السعودي من استخدام مواقع الفيديو (يوتيوب)
٠.٧٦٤١	١٤	الوقوف على السلبيات التي تحد من إقبال طلاب الجامعات على مواقع الفيديو (يوتيوب)
٠.٧٨٠١	٧٥	الثبات العام

يتضح من الجدول رقم (٢) أن معامل الثبات العام عال حيث بلغ (٠.٧٨٠١) وهذا يدل على أن الاستبانة تتمتع بدرجة عالية من الثبات يمكن الاعتماد عليها في التطبيق الميداني للدراسة.

#### أساليب المعالجة الإحصائية

لتحقيق أهداف الدراسة وتحليل البيانات التي تم تجميعها، فقد تم استخدام العديد من الأساليب الإحصائية المناسبة باستخدام الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية Statistical Package for Social Sciences والتي يرمز لها اختصاراً بالرمز (SPSS).

وذلك بعد أن تم ترميز وإدخال البيانات إلى الحاسب الآلي، ولتحديد طول خلايا المقياس الخماسي ( الحدود الدنيا والعليا ) المستخدم في محاور الدراسة، تم حساب المدى (  $5-1=4$  )، ثم تقسيمه على عدد خلايا المقياس للحصول على طول الخلية الصحيح أي (  $4/5=0.8$  ) بعد ذلك تم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس ( أو بداية المقياس وهي الواحد الصحيح ) وذلك لتحديد الحد الأعلى لهذه الخلية، وهكذا أصبح طول الخلايا كما يأتي :

- من ١.٠٠٠ وحتى ١.٨٠٠ يمثل (غير موافق بشدة) نحو كل عبارة باختلاف المحور المراد قياسه.
- من ١.٨١ وحتى ٢.٦٠ يمثل (غير موافق) نحو كل عبارة باختلاف المحور المراد قياسه.

#### دوافع استخدام الشباب السعودي لقنوات اليوتيوب المتخصصة واشباعاتها

- من ٢.٦١ وحتى ٣.٤٠ يمثل (محايد) نحو كل عبارة باختلاف المحور المراد قياسه.
- من ٣.٤١ وحتى ٤.٢٠ يمثل (موافق) نحو كل عبارة باختلاف المحور المراد قياسه.
- من ٤.٢١ وحتى ٥.٠٠ يمثل (موافق بشدة) نحو كل عبارة باختلاف المحور المراد قياسه.
- كما تم حساب التكرارات والنسب المئوية للتعرف على الخصائص الشخصية والوظيفية لأفراد الدراسة وتحديد استجابات أفرادها تجاه عبارات المحاور الرئيسة التي تتضمنها أداة الدراسة.
- كما تم حساب معامل ارتباط بيرسون " R " ( Pearson Correlation Coefficient ) بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه، وذلك لتقدير الاتساق الداخلي لأداة الدراسة (الصدق البنائي). ومعامل ألفا كرونباخ Alpha Cronbach "؛ لقياس ثبات أداة الدراسة. وبعد ذلك تم حساب المقاييس الإحصائية التالية:

(١) المتوسط الحسابي " Mean " وذلك لمعرفة مدى ارتفاع أو انخفاض استجابات أفراد مجتمع الدراسة عن المحاور الرئيسة (متوسط متوسطات العبارات)، مع العلم بأنه يفيد في ترتيب المحاور حسب أعلى متوسط حسابي.

(٢) تم استخدام الانحراف المعياري "Standard Deviation" للتعرف على مدى انحراف استجابات أفراد الدراسة لكل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة، ولكل محور من المحاور الرئيسة عن متوسطها الحسابي.

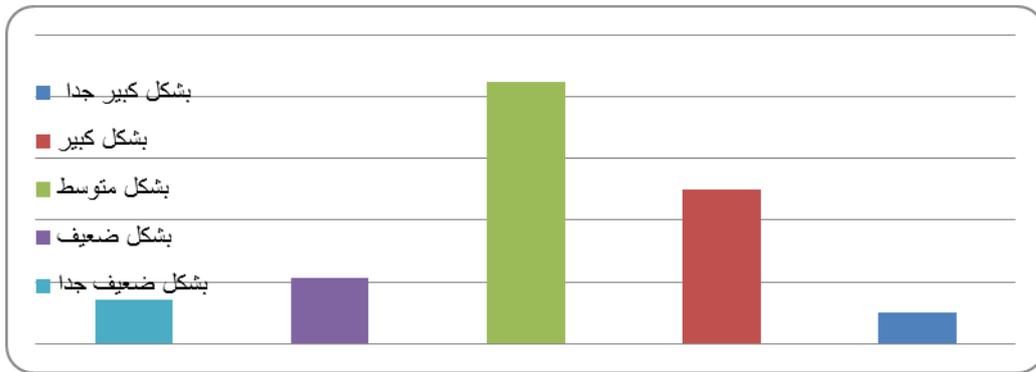
#### النتائج العامة للدراسة

١- ما معدل استخدام الشباب السعودي لقنوات اليوتيوب المتخصصة؟

جدول (٣) يوضح معدل استخدام الشباب السعودي لقنوات اليوتيوب المتخصصة

الاستجابات	التكرار	النسبة
بشكل كبير جدا	٢٥	٦ %

بشكل كبير	١٢٥	٢٧%
بشكل متوسط	٢١٢	٤٧%
بشكل ضعيف	٥٣	١٢%
بشكل ضعيف جدا	٣٥	٨%
المجموع	٤٥٠	١٠٠%



يتبين من الجدول رقم (١٣) أن عدد (٢٥) من أفراد عينة الدراسة يستخدمون موقع يوتيوب في مشاهدة محتوياته وهم يمثلون نسبة ٦% من حجم عينة الدراسة كما أن عدد (١٢٥) من أفراد عينة الدراسة يستخدمون الموقع بشكل كبير بنسبة ٢٧% من حجم عينة الدراسة كما أن عدد (٢١٢) من أفراد عينة الدراسة يستخدمون الموقع بشكل متوسط وهم يمثلون نسبة ٤٧% من حجم عينة الدراسة كما أن عدد (٥٣) من أفراد عينة الدراسة يستخدمون الموقع بشكل ضعيف وهم يمثلون نسبة ١٢% من حجم عينة الدراسة كما أن عدد (٣٥) من أفراد عينة الدراسة يستخدمون الموقع بشكل ضعيف وهم يمثلون نسبة ٨% من حجم عينة الدراسة .

#### جدول رقم (٤)

استجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات محور دوافع استخدام الشباب السعودي لقنوات اليوتيوب المتخصصة من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة

دوافع استخدام الشباب السعودي لقنوات اليوتيوب المتخصصة واشباعاتها

الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة					التكرار	العبارة	رقم العبارة
			بشكل ضعيف جدا	بشكل ضعيف	بشكل متوسط	بشكل كبير	بشكل كبير جدا	النسبة %		
١	٠.٦١	٤.٥٠	٠	٠	٧	٢١٨	٢٢٥	ك	يمنحني موقع الفيديو يوتيوب القدرة على التعبير	٢
			٠	٠	١.٦	٤٨.٤	٥٠	%		
٢	٠.٦٢	٤.٤٥	٠	٠	١٧	٢١٠	٢٢٣	ك	الوصول الى مواد علمية ومعرفية مفيدة والبحث عن المعلومات	٩
			٠	٠	٣.٧	٤٦.٦	٤٩.٥	%		
٣	٠.٥٧	٤.٤٠	٠	٣	١٩	٢٠٨	٢٢٠	ك	مسايرة الأحداث وإبداء وجهات النظر حيالها	١٣
			٠	١	٤.٢	٤٦.٢	٤٨.٨	%		
٤	٠.٦٥	٤.٣٨	٥	٥	٣٢	٢٠٨	٢٠٠	ك	مشاركة	١٧

الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة					التكرار	العبارة	رقم العبارة
			بشكل ضعيف جدا	بشكل ضعيف	بشكل متوسط	بشكل كبير	بشكل كبير جدا	النسبة %		
			١.١	١.١	٧.١	٤٦.٢	٤٤.٤	%	أفراد المجتمع والشعور بالانتماء	
٥	٠.٥٣	٤.٢٥	٦	٥	٣٣	٢٠.٧	١٩٩	ك	الحاجة لنشر المواد الفيديوية الخاصة بي	١٩
			١.٣	١.١١	٧.٣	٤٦	٤٤.٢			
٦	٠.٧٢	٤.٢٣	٧	٦	٣٦	٢٠.٥	١٩٦	ك	لفضح الانحرافات والمهازل الأخلاقية والدينية والاجتماعية	٥
			١.٦	١.٣	٨	٤٥.٥	٤٣.٥	%		
٧	٠.٨٣	٤.٢٠	١٠	٨	٣٧	٢٠.٠	١٩٥	ك	يمكن الأفراد من أدوات الإنتاج والنشر لموادهم	٣
			٢.٢	١.٨	٨.٢	٤٤.٤	٤٣.٣	%		

دوافع استخدام الشباب السعودي لقنوات اليوتيوب المتخصصة واشباعاتها

الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة					التكرار	العبارة	رقم العبارة
			بشكل ضعيف جدا	بشكل ضعيف	بشكل متوسط	بشكل كبير	بشكل كبير جدا	النسبة %		
									الخاصة	
٨	٠.٦٦	٤.١٧	١٠	١٧	٣٨	١٩٥	١٩٠	ك	التعرف على أصدقاء جدد في جميع أنحاء العالم	٤
			٢.٢	٣.٧	٨.٤	٤٣.٣	٤٢.٢	%		
٩	٠.٧٤	٣.٨٥	٩	١٠	٣٧	١٩٠	١٨٥	ك	لتسويق المنتج الخاص بي وتسويق أفكاري	١٢
			٢	٢.٢	٨.٢	٤٢.٢	٤١.١	%		
١٠	٠.٦٢	٣.٤١	١٥	٢٥	٥٠	١٨٥	١٧٥	ك	إمضاء وقت الفراغ بشكل ممتع	١٤
			٣.٣	٥.٦	١١.١	٤١.١	٣٨.٨	%		
١١	٠.٩٦	٣.٣٥	٢١	٢٢	٥٤	١٨٣	١٧٠	ك	أتعلم الكثير من	١
			٤.٦	٤.٨	١٢	٤٠.٦	٣٧.٧٧	%		

الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة					التكرار	العبارة	رقم العبارة
			بشكل ضعيف جدا	بشكل ضعيف	بشكل متوسط	بشكل كبير	بشكل كبير جدا	النسبة %		
									استخدامي لموقع الفيديو يوتيوب	
١٢	٠.٧٧	٣.٣٣	٢٧	٢٨	٦٠	١٧٠	١٦٥	ك	للاستمتاع والترفيه والتسلية	٦
			٦	٦.٢	١٣.٣	٣٧.٧	٣٦.٦	%		
١٣	٠.٨٢	٣.٢٨	٢٩	٣٠	٧٦	١٥٥	١٦٠	ك	متابعة الأحداث والأخبار المحلية والعالمية	٨
			٦.٤	٦.٦	١٦.٨	٣٤.٤	٣٥.٥	%		
١٤	٠.٦٥	٢.٥٩	٣٨	٤٠	٨٠	١٤٨	١٤٤	ك	لمتابعة كافة الآراء ووجهات النظر المرتبطة بقضية ما ومعرفة	١٠
			٨.٤	٨.٨	١٧.٧	٣٢.٨	٣٢	%		

دوافع استخدام الشباب السعودي لقنوات اليوتيوب المتخصصة واشباعاتها

الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة					التكرار	العبارة	رقم العبارة
			بشكل ضعيف جدا	بشكل ضعيف	بشكل متوسط	بشكل كبير	بشكل كبير جدا	النسبة %		
									اتجاهاتهم	
١٥	٠.٧٣	٢.٥٥	٤٣	٥٠	٨٢	١٤٠	١٣٥	ك	التعرف على ثقافات العالم من خلال موقع اليوتيوب	٧
			٩.٥	١١.١	١٨.٢	٣١.١	٣٠	%		
١٦	٠.٨١	٢.١٠	٥٠	٦٠	٨٦	١٣٤	١٢٠	ك	الهروب من مشكلات الواقع ومشكلات الحياة	١٦
			١١.١	١٣.٣	١٩.١	٢٩.٧	٢٦.٦	%		
١٧	٠.٧٦	١.٩٠	٤٠	٨٠	٩٠	١٣٠	١١٠	ك	أنسى مشكلاتي عند استخدام موقع اليوتيوب	٢٠
			٨.٨	١٧.٧	٢٠	٢٨.٨	٢٤.٤	%		
١٨	٠.٧٩	١.٨٠	٧٠	٨٠	١٠٠	١١٠	٩٠	ك	لتوفر مواد	١١

الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة					التكرار	العبارة	رقم العبارة
			بشكل ضعيف جدا	بشكل ضعيف	بشكل متوسط	بشكل كبير	بشكل كبير جدا	النسبة %		
			١٥.٥	١٧.٧	٢٢.٢	٢٤.٤	٢٠	%	فيديوية ممنوعة من العرض في الوسائل الأخرى	
١٩	٠.٨٦	١.٧٠	١٠٠	١١٤	١٠١	٥٥	٨٠	ك	البحث عن الحب والإعجاب والتعاطف	١٨
			٢٢.٢	٢٥.٣	٢٢.٤	١٢.٢	١٧.٧	%		
٢٠	٠.٧٥	١.٢٥	١٠٠	١٢١	١٠٣	٥١	٧٥	ك	لمشاهدة المواد المثيرة للشهوة الجنسية	١٥
			٢٢.٢	٢٦.٨	٢٢.٨	١١.٣	١٦.٦	%		
٧٢.٠			المتوسط الكلي					٣.٠٩		

يتبين من الجدول رقم (٤) أن أفراد عينة الدراسة موافقون بشكل متوسط على عبارات محور تحديد دوافع استخدام الشباب السعودي لمواقع الفيديو ( يوتيوب ) بمتوسط (٣.٠٩ من ٥) وهو

## دوافع استخدام الشباب السعودي لقنوات اليوتيوب المتخصصة واشباعاتها

متوسط يقع في الفئة الثالثة من فئات المقياس الخماسي ( من ٢.٦١ إلى ٣.٤٠ ) وهي الفئة التي تشير إلى خيار موافق بشكل متوسط على أداة الدراسة.

ويتضح من النتائج أن افراد عينة الدراسة موافقون بشكل كبير جدا على العبارات رقم (٢-٩-١٣-١٧-١٩-٥) حيث يتراوح الوسط الحسابي من ( ٣.٢٣ الى ٤.٥٠ ) وهذه المتوسطات تقع في الفئة الخامسة على مقياس ليكرت وهو يشير الى خيار موافق بشكل كبير جدا ذات المتوسط ( ٤.٢١ وحتى ٥ ) وهذه العبارات تم ترتيبها تنازليا حسب أهميتها على النحو التالي :-

١- جاءت العبارة رقم ( ٢ ) وهي " يمنحني موقع الفيديو يوتيوب القدرة على التعبير " بالمرتبة الأولى من حيث موافقة افراد عينة الدراسة عليها بشكل كبير جداً بمتوسط ( ٤.٥٠ من ٥ ).

٢- جاءت العبارة رقم (٩) وهي " الوصول الى مواد علمية ومعرفية مفيدة والبحث عن المعلومات " بالمرتبة الثانية من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة عليها بشكل كبير جدا بمتوسط ( ٤.٤٥ من ٥ ).

٣- جاءت العبارة رقم (١٣) وهي " مساندة الأحداث وإبداء وجهات النظر حيالها " بالمرتبة الثالثة من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة عليها بشكل كبير جدا بمتوسط ( ٤.٤٠ من ٥ ).

٤- جاءت العبارة رقم ( ١٧ ) وهي " مشاركة أفراد المجتمع والشعور بالانتماء " بالمرتبة الرابعة من حيث موافقة افراد عينة الدراسة عليها بشكل كبير جدا بمتوسط ( ٤.٣٨ من ٥ ).

٥- جاءت العبارة رقم (١٩) وهي " الحاجة لنشر المواد الفيديوية " بالمرتبة الخامسة من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة عليها بشكل متوسط بمتوسط ( ٤.٢٥ من ٥ ).

٦- جاءت العبارة رقم (٥) وهي " لفضح الانحرافات والمهازل الأخلاقية والدينية والإجتماعية " بالمرتبة السادسة من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة عليها بشكل كبير جدا بمتوسط ( ٤.٢٣ من ٥ ).

كما يتضح من النتائج أن أفراد عينة الدراسة موافقون بشكل كبير على العبارات (٤-١٢-١٤) حيث يقع الوسط الحسابي لهذه العبارات ما بين ( ٣.٤١ و ٤.١٧ ) وهذا المتوسط يقع في الفئة الرابعة من مقياس ليكرت الخماسي وهو خيار موافق بشكل كبير الذي تتراوح قيمة المتوسطات فيه من ( ٣.٤١ الى ٤.٢٠ ) وهذه العبارة هي كالتالي :

- ١- جاءت العبارة رقم (٤) وهي " التعرف على أصدقاء جدد في جميع أنحاء العالم " بالمرتبة الأولى من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة عليها بشكل كبير بمتوسط (٤.١٧ من ٥).
- ٢- جاءت العبارة رقم (١٢) وهي " لتسويق المنتج الخاص بي وتسويق أفكاري " بالمرتبة الثانية من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة عليها بشكل كبير بمتوسط (٣.٨٥ من ٥).
- ٣- جاءت العبارة رقم (١٤) وهي " إمضاء وقت الفراغ بشكل ممتع " بالمرتبة الثالثة من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة عليها بشكل كبير بمتوسط (٣.٤٠ من ٥).
- كما يتضح من النتائج أن أفراد عينة الدراسة موافقون بشكل متوسط على العبارات (١٤-١-٦-٨) حيث يقع الوسط الحسابي لهذه العبارات ما بين (٣.٢٨ : ٣.٤٠) وهذه المتوسطات تقع في الفئة الثالثة من مقياس ليكرت الخماسي وهو خيار موافق بشكل متوسط الذي تتراوح قيمة المتوسطات فيه من (٢.٦١ الى ٣.٤٠) وهذه العبارة هي كالتالي :
- ١- جاءت العبارة رقم (١٤) وهي " إمضاء وقت الفراغ بشكل ممتع " بالمرتبة الأولى من حيث الموافقة عينة الدراسة عليها بشكل متوسط بمتوسط (٣.٤٠ من ٥).
- ٢- جاءت العبارة رقم (١) وهي " أتعلم الكثير من استخدامي لموقع الفيديو يوتيوب " بالمرتبة الثانية من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة عليها بشكل متوسط بمتوسط (٣.٣٥ من ٥).
- ٣- جاءت العبارة رقم (٦) وهي " للإستمتاع والترفيه والتسلية " بالمرتبة الثالثة من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة عليها بشكل متوسط بمتوسط (٣.٣٣ من ٥).
- ٤- جاءت العبارة رقم (٨) وهي " متابعة الأحداث والأخبار المحلية والعالمية " بالمرتبة الرابعة من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة عليها بشكل متوسط بمتوسط (٣.٢٨ من ٥).
- كما يتضح من النتائج أن أفراد عينة الدراسة موافقون بشكل ضعيف على العبارات (١٠-٧-١٦-٢٠) حيث يقع الوسط الحسابي لهذه العبارات ما بين (١.٩٠ : ٢.٥٩) وهذه المتوسطات تقع في الفئة الثانية من مقياس ليكرت الخماسي وهو خيار موافق بشكل ضعيف الذي تتراوح قيمة المتوسطات فيه من (١.٨١ الى ٢.٦٠) وهذه العبارة تم ترتيبها تنازليا حسب متوسطها الحسابي كالتالي :-

دوافع استخدام الشباب السعودي لقنوات اليوتيوب المتخصصة واشباعاتها

٣- جاءت العبارة رقم (١٠) وهي " لمتابعة كافة الآراء ووجهات النظر المرتبطة بقضية ما ومعرفة اتجاهاتهم " بالمرتبة الأولى من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة عليها بشكل ضعيف بمتوسط (٢.٥٩ من ٥).

٤- جاءت العبارة رقم (٧) وهي " التعرف على ثقافات العالم من خلال موقع يوتيوب " بالمرتبة الثانية" من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة عليها بشكل ضعيف بمتوسط ( ٢.٥٥ من ٥).

٣- جاءت العبارة رقم (١٦) وهي " الهروب من مشكلات الواقع ومشكلات الحياة " بالمرتبة الثالثة من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة عليها بشكل ضعيف بمتوسط (٢.١٠ من ٥).

٤- جاءت العبارة رقم (٢٠) وهي " أنسى مشكلاتي عند استخدام موقع اليوتيوب " بالمرتبة الرابعة " من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة عليها بشكل ضعيف بمتوسط ( ١.٩٠ من ٥).

كما يتضح من النتائج أن أفراد عينة الدراسة موافقون بشكل ضعيف جدا على العبارات (١٨ - ١٥) حيث يقع الوسط الحسابي لهذه العبارات ما بين ( ١.٢٥ : ١.٧٠) وهذه المتوسطات تقع في الفئة الأولى من مقياس ليكرت الخماسي وهو خيار موافق بشكل ضعيف جدا الذي تتراوح قيمة المتوسطات فيه من ( ١.٠٠ الى ١.٨٠) وهذه العبارة تم ترتيبها تنازليا حسب متوسطها الحسابي كالتالي :-

١- جاءت العبارة رقم (١٨) وهي " البحث عن الحب والإعجاب والتعاطف " بالمرتبة الأولى من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة عليها بشكل ضعيف جدا بمتوسط (١.٧٠ من ٥).

٢- جاءت العبارة رقم (١٥) وهي " لمشاهدة المواد المثيرة للشهوة الجنسية " بالمرتبة الثانية " من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة عليها بشكل ضعيف جدا بمتوسط ( ١.٢٥ من ٥).

٢- ما الاشباعات المتحققة لدى الشباب السعودي من خلال تعرضهم لقنوات اليوتيوب المتخصصة؟

للتعرف على الاشباعات التي يسعى إليها الشباب السعودي من استخدام مواقع قنوات اليوتيوب المتخصصة من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة تم حساب التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتب لاستجابات أفراد الدراسة على عبارات المحور و جاءت النتائج كما يوضحها الجدول التالي:

جدول رقم (٥)

استجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات محور الاشباعات التي يسعى إليها الشباب السعودي من استخدام قنوات اليوتيوب المتخصصة من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة

رقم العبارة	العبارة	النسبة %	درجة الموافقة					التكرار
			بشكل ضعيف جدا	بشكل متوسط	بشكل كبير	بشكل كبير	بشكل كبير	
٩	أصبح لدي القدرة على التواصل مع الآخرين والمشاركة	ك	٢٧	٣٨	٥٤	١٥	١٧	
		%	٦	٨.٤	١٢	٣٣	٣٩.٧	
١٦	مشاهدة مقاطع غير معروضة في وسائل الإعلام الأخرى	ك	٣٣	٤٣	٦٥	١٣	١٧	
		%	٧.٢	٩.٦	١٤.٤	٣٠	٣٨.٥	

دوافع استخدام الشباب السعودي لقنوات اليوتيوب المتخصصة واشباعاتها

الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة					النسبة %	التكرار	العبارة	رقم العبارة
			بشكل ضعيف جدا	بشكل ضعيف	بشكل متوسط	بشكل كبير	بشكل كبير جدا				
٣	٠.٥٧	٤.٢٥	٣٨	٤٣	٥٩	١٤	١٦	ك	أصبحت أكثر قدرة على التعبير عن ذاتي	١	
			٨.٤	٩.٦	١٣.٢	٣٢.٥	٣٦.١	%			
٤	٠.٦٥	٤.٢٣	٢٧	٤٩	٦٥	١٥	١٥	ك	أصبحت أكثر إدراكا للواقع من حولي	٢	
			٦	١٠.٨	١٤.٤	٣٣.٧	٣٤.٩	%			
٥	٠.٥٣	٤.٢١	٤٣	٥٤	٥٤	١٦	١٤	ك	أصبحت أكثر إماما بالاتجاهات المختلفة حول قضية ما	٤	
			٩.٦	١٢	١٢	٣٦.١	٣٣				
٦	٠.٧٢	٤.١٨	٤٩	٥٤	٣٨	١٦	١٤	ك	أتاح لي متابعة الأخبار	١٨	
			١٠.٨	١٢	٨.٤	٣٧.٣	٣١.٣	%			

الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة					النسبة %	التكرار	العبارة	رقم العبارة
			بشكل ضعيف جدا	بشكل ضعيف	بشكل متوسط	بشكل كبير	بشكل كبير جدا				
٧	٠.٨٣	٤.١٥	٤٩	٥٩	٣٨	١٦	١٤	ك	مكنني من نسيان المشاكل والقلق	٨	
			١٠.٨	١٣.٢	٨.٤	٣٦.١	٣١.٣	%			
٨	٠.٦٦	٤.١٤	٥٤	٥٩	٤٣	١٥	١٣	ك	أصبحت أكثر فهما للأمور الصعبة والمعقدة	٣	
			١٢	١٣.٢	٩.٦	٣٤.٩	٣٠.١	%			
٩	٠.٧٤	٣.٩٥	٥٤	٥٩	٥٤	١٥	١٣	ك	مكنني من عرض الأفلام والمقاطع الخاصة بي	٥	
			١٢	١٣.٢	١٢	٣٣.٧	٢٨.٩	%			
١٠	٠.٦٢	٣.٨٨	٥٤	٦٥	٤٩	١٦	١١	ك	حقق لي الاستمتاع والراحة والتسلية والترفيه	١١	
			١٢	١٤	١٠.٠	٣٦	٢٦.٠	%			

دوافع استخدام الشباب السعودي لقنوات اليوتيوب المتخصصة واشباعاتها

الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة					النسبة %	التكرار	العبارة	رقم العبارة
			بشكل ضعيف جدا	بشكل ضعيف	بشكل متوسط	بشكل كبير	بشكل كبير جدا				
				٤.	٨	١.	٥				
١١	٠.٩٦	٣.٨	٦٥	٦٥	٤٣	١٥	١١	ك	اتاح لي الاحتفاظ بالفيديو المفضل لدي	١٥	
		٦	١٤.٤	١٤.٤	٩.٦	٣٤.٩	٢٦.٥	%			
١٢	٠.٧٧	٣.٨	٦٥	٧٠	٥٤	١٥	١٠	ك	مكنني من متابعة الأفلام والمسلسلات وتحميتها	٦	
		٢	١٤.٤	١٥.٦	١٢	٣٣.٧	٢٤	%			
١٤	٠.٦٥	٣.٥	٥٣	١٠	٥٥	١٤	١٠	ك	أتاح لي التعليق حول موضوعات الفيديو	١٣	
		٠	١١.٧	٢٢.٢	١٢.٢	٣١.٥	٢٢.٢	%			
١٥	٠.٧٣	٣.٤	٥٧	١٠	٦٥	١٣	٩٠	ك	أصبحت أكثر ثقة في الاتجاه الفكري الذي أنتمي إليه	٧	
		٤	١٢.٠	٢٣.٥	١٤.٠	٢٩.٣	٢٠	%			

الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة					النسبة %	التكرار	العبارة	رقم العبارة
			بشكل ضعيف جدا	بشكل ضعيف	بشكل متوسط	بشكل كبير	بشكل كبير جدا				
			٦	٣.	٤	٥.					
١٦	٠.٨١	٢.٦	٦٥	١١	٦٩	١٢	٨٥	ك	يمكنني من لفت الأنظار لقضية أؤمن بها	١٠	
		٠	١٤.	٢٤	١٥.	٢٦	١٨.	%			
١٧	٠.٧٦	٢.٥	٧٤	١٢	٧١	١١	٧٠	ك	مشاهدة الحفلات الغنائية والأناشيد	١٧	
		٥	١٦.	٢٦	١٥.	٢٥	١٥.	%			
١٨	٠.٧٩	١.٧	٨١	١٣	٧٤	٩٥	٦٥	ك	يحقق لي المباحة أمام الآخرين ونشر الفيديو الخاص بي	١٢	
		٠	١٨	٣٠	١٦.	٢١	١٤.	%			
١٩	٠.٨٦	١.١	٨٨	١٤	٨٤	٨٨	٥٠	ك	أتاح لي مشاهدة المواد المثيرة للشهوة الجنسية	١٤	
		٥	١٩.	٣١	١٨.	١٩	١١.	%			

دوافع استخدام الشباب السعودي لقنوات اليوتيوب المتخصصة واشباعاتها

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة					التكرار	العبارة	رقم العبارة
			بشكل ضعيف جدا	بشكل ضعيف	بشكل متوسط	بشكل كبير	بشكل كبير جدا			
			٥	١.	٦	٥.	١			
٧٢.٠		٣.٣ ٤	المتوسط الكلي							

يتضح من الجدول رقم (٥) أن أفراد عينة الدراسة موافقون بشكل متوسط على عبارات محور الإشباع التي يسعى إليها الشباب السعودي من استخدام مواقع الفيديو يوتيوب من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة بمتوسط (٣.٣٤ من ٥) وهو متوسط يقع في الفئة الثالثة من فئات المقياس الخماسي (من ٢.٦١ إلى ٣.٤٠) وهي الفئة التي تشير إلى خيار موافق بشكل متوسط على أداة الدراسة.

ويتضح من النتائج أن أفراد عينة الدراسة موافقون بشكل كبير جدا على العبارات رقم (٩-١٦-١-٢-٤) حيث يتراوح الوسط الحسابي من (٤.٢١ إلى ٤.٣٠) وهذه المتوسطات تقع في الفئة الثالثة على مقياس ليكرت وهو يشير إلى خيار موافق بشكل متوسط (٤.٢١ وحتى ٥) وهذه العبارات تم ترتيبها تنازليا حسب أهميتها على النحو التالي :-

١- جاءت العبارة رقم (٩) وهي " أصبح لدي القدرة على التواصل مع الآخرين والمشاركة " بالمرتبة الأولى من حيث موافقة افراد عينة الدراسة عليها بشكل كبير جدا بمتوسط (٤.٣٠ من ٥).

د. صالح بن محمد الرعوجي

٢- جاءت العبارة رقم (١٦) وهي " مشاهدة مقاطع غير معروضة في وسائل الإعلام الأخرى" بالمرتبة الثانية من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة عليها بشكل كبير جدا بمتوسط (٤.٢٨ من ٥).

٣- جاءت العبارة رقم (١) وهي " أصبحت أكثر قدرة على التعبير عن ذاتي " بالمرتبة الثالثة من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة عليها بشكل كبير جدا بمتوسط (٤.٢٥ من ٥).

٤- جاءت العبارة رقم (٢) وهي " أصبحت أكثر إدراكاً للواقع من حولي " بالمرتبة الرابعة من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة عليها بشكل كبير جدا بمتوسط (٤.٢٣ من ٥).

٥- جاءت العبارة رقم (٤) وهي " أصبحت أكثر إلماما بالاتجاهات المختلفة حول قضية ما " بالمرتبة الخامسة من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة عليها بشكل كبير جدا بمتوسط (٤.٢١ من ٥).

كما يتضح من النتائج أن أفراد عينة الدراسة موافقون بشكل كبير على العبارات (١٨-٨-٣-٥-١١-١٥-٦-١٣-٧) حيث يقع الوسط الحسابي لهذه العبارات ما بين (٣.٤٤ و ٤.١٨) وهذا المتوسط يقع في الفئة الرابعة من مقياس ليكرت الخماسي وهو خيار موافق بشكل كبير الذي تتراوح قيمة المتوسطات فيه من (٣.٤١ الى ٤.٢٠) وهذه العبارة هي كالتالي :

١- جاءت العبارة رقم (١٨) وهي " أتاح لي متابعة الأخبار " بالمرتبة الأولى من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة عليها بشكل كبير بمتوسط (٤.١٨ من ٥).

٢- جاءت العبارة رقم (٨) وهي " مكنني من نسيان المشاكل والقلق " بالمرتبة الثانية من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة عليها بشكل كبير بمتوسط (٤.١٥ من ٥).

٣- جاءت العبارة رقم (٣) وهي " أصبحت أكثر فهما للأمور الصعبة والمعقدة " بالمرتبة الثالثة من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة عليها بشكل كبير بمتوسط (٤.١٤ من ٥).

دوافع استخدام الشباب السعودي لقنوات اليوتيوب المتخصصة واشباعاتها

٤- جاءت العبارة رقم (٥) وهي " مكنني من عرض الأفلام والمقاطع الخاصة بي " بالمرتبة الرابعة من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة عليها بشكل كبير بمتوسط ( ٣.٩٥ من ٥).

٥- جاءت العبارة رقم (١١) وهي " خفق لي الاستمتاع والراحة والتسلية والترفيه " بالمرتبة الخامسة من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة عليها بشكل كبير بمتوسط ( ٣.٨٨ من ٥).

٦- جاءت العبارة رقم (١٥) وهي " أتاح لي الاحتفاظ بالفيديو المفضل لدي " بالمرتبة السادسة من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة عليها بشكل كبير بمتوسط ( ٣.٨٦ من ٥).

٧-- جاءت العبارة رقم (٦) وهي " مكنني من متابعة الأفلام والمسلسلات وتحميها " بالمرتبة السابعة من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة عليها بشكل كبير بمتوسط ( ٣.٨٢ من ٥).

٨- جاءت العبارة رقم (١٣) وهي " أتاح لي التعليق حول موضوعات الفيديو " بالمرتبة الثامنة من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة عليها بشكل كبير بمتوسط ( ٣.٥٠ من ٥).

٦- جاءت العبارة رقم (٧) وهي " أصبحت أكثر ثقة في الاتجاه الفكري الذي أنتمي إليه " بالمرتبة التاسعة من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة عليها بشكل كبير بمتوسط ( ٣.٤٤ من ٥).

كما يتضح من النتائج أن أفراد عينة الدراسة موافقون بشكل ضعيف على العبارات رقم (١٠-١٧) حيث يقع الوسط الحسابي لهذه العبارات ما بين ( ٢.٥٥ : ٢.٦٠ ) وهذه المتوسطات تقع في الفئة الثانية من مقياس ليكرت الخماسي وهو خيار موافق بشكل ضعيف الذي تتراوح قيمة المتوسطات فيه من ( ١.٨١ إلى ٢.٦٠ ) وهذه العبارة هي كالتالي :

د. صالح بن محمد الرعوجي

١- جاءت العبارة رقم (١٠) وهي " يمكنني من لفت الأنظار لقضية أؤمن بها " بالمرتبة الأولى " من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة عليها بشكل ضعيف بمتوسط ( ٢.٦٠ من ٥).

٢- جاءت العبارة رقم (١٧) وهي " مشاهدة الحفلات الغنائية والأناشيد " بالمرتبة الثانية " من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة عليها بشكل ضعيف بمتوسط ( ٢.٥٥ من ٥). كما يتضح من النتائج أن أفراد عينة الدراسة موافقون بشكل ضعيف جداً على العبارات رقم (١٢-١٤) حيث يقع الوسط الحسابي لهذه العبارات ما بين ( ١.١٥ : ١.٧٠) وهذه المتوسطات تقع في الفئة الأولى من مقياس ليكرت الخماسي وهو خيار موافق بشكل ضعيف جداً الذي تتراوح قيمة المتوسطات فيه من ( ١.٠٠ إلى ١.٨٠) وهذه العبارة هي كالتالي :

١- جاءت العبارة رقم (١٢) وهي " يحقق لي المباهاة أمام الآخرين ونشر الفيديو الخاص بي " بالمرتبة الأولى " من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة عليها بشكل ضعيف جداً بمتوسط ( ١.٧٠ من ٥).

٢- جاءت العبارة رقم (١٤) وهي " أتاح لي مشاهدة المواد المثيرة للشهوة الجنسية " بالمرتبة الثانية " من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة عليها بشكل ضعيف جداً بمتوسط ( ١.١٥ من ٥).

٣- ما أفضل قنوات اليوتيوب المتخصصة التي يفضل الشباب السعودي متابعتها؟

جدول (٦)

أفضل قنوات اليوتيوب المتخصصة التي يفضل الشباب السعودي متابعتها

الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة					التكرار	العبارة	رقم العبارة
			بشكل ضعيف جداً	بشكل ضعيف	بشكل متوسط	بشكل كبير	بشكل كبير جداً	النسبة %		
١	٠.٧١	٤.٥٥		٦	١٦	٢١٦	٢١١	ك	المواد	١١

دوافع استخدام الشباب السعودي لقنوات اليوتيوب المتخصصة واشباعاتها

الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة					التكرار	العبرة	رقم العبرة
			بشكل ضعيف جداً	بشكل ضعيف	بشكل متوسط	بشكل كبير	بشكل كبير جداً	النسبة %		
			٠	١.٢	٣.٦	٤٨.١	٤٦.٩	%	الفيديوية الإخبارية	
٢	٠.٦٥	٤.٤٢	٢٢	٤٣	٣٢	١٦٢	١٩٠	ك	المواد الفيديوية	٢
			٤.٨	٩.٦	٧.٢	٣٦.١	٤٢.١	%	السياسية	
٣	٠.٨٩	٤.٤٠	٢٧	٢٧	٥٩	١٥٧	١٧٩	ك	المواد الفيديوية	٦
			٦	٦	١٣.٢	٣٤.٩	٣٩.٧	%	الرياضية	
٤	٠.٧٧	٤.٣٩	٢٧	٣٨	٥٤	١٥٢	١٧٩	ك	المواد الفيديوية	١
			٦	٨.٤	١٢	٣٣.٧	٣٩.٧	%	الدينية	
٥	٠.٤٦	٤.٣٥	٣٢	٤٣	٦٥	١٣٦	١٧٣	ك	المواد الفيديوية	١٠
			٧.٢	٩.٦	١٤.٤	٣٠.١	٣٨.٥	%	الشعر والأدب	
٦	٠.٩٥	٤.٣٣	٣٨	٤٣	٥٩	١٤٦	١٦٣	ك	المواد الفيديوية	٤
			٨.٤	٩.٦	١٣.٢	٣٢.٥	٣٦.١	%	السياحية	
٧	٠.٧٩	٤.٢٥	٢٧	٤٩	٦٥	١٥٢	١٥٧	ك	المواد	٩

الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة					التكرار	العبرة	رقم العبرة
			بشكل ضعيف جداً	بشكل ضعيف	بشكل متوسط	بشكل كبير	بشكل كبير جداً	النسبة %		
			٦	١٠.٨	١٤.٤	٣٣.٧	٣٤.٩	%	الفيديوية الثقافية	
٨	٠.٨٣	٤.٢١	٤٣	٥٤	٥٤	١٦٣	١٤٦	ك	المواد الفيديوية الترفيهية	٧
			٩.٦	١٢	١٢	٣٦.١	٣٢.٥	%		
٩	٠.٨٣	٤.٠٠	٤٩	٥٤	٣٨	١٦٨	١٤١	ك	المواد الفيديوية العلمية	٣
			١٠.٨	١٢	٨.٤	٣٧.٣	٣١.٣	%		
١٠	٠.٨٩	٢.٥٥	٤٩	٥٩	٣٨	١٦٢	١٤١	ك	المواد الفيديوية المحجوبة أو الممنوعة من العرض	٨
			١٠.٨	١٣.٢	٨.٤	٣٦.١	٣١.٣	%		
١١	٠.٥٧	٢.١٥	٥٤	٥٩	٤٣	١٥٧	١٣٦	ك	المواد الفيديوية الإباحية	٥
			١٢	١٣.٢	٩.٦	٣٤.٩	٣٠.١	%		

دوافع استخدام الشباب السعودي لقنوات اليوتيوب المتخصصة واشباعاتها

الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة					التكرار	العبرة	رقم العبرة
			بشكل ضعيف جداً	بشكل ضعيف	بشكل متوسط	بشكل كبير	بشكل كبير جداً	النسبة %		
٧٥.٠		٤.٠٥	المتوسط الكلي							

يتبين من الجدول رقم (٦) أن أفراد عينة الدراسة موافقون على عبارات محور مدى مشاهدتك لأنواع المواد الفيديوية على اليوتيوب بمتوسط (٤.٠٥ من ٥) وهو متوسط يقع في الفئة الرابعة من فئات المقياس الخماسي ( من ٣.٤١ إلى ٤.٢٠) وهي الفئة التي تشير إلى خيار موافق على أداة الدراسة.

ويتضح من النتائج أن أفراد عينة الدراسة موافقون بشكل كبير جداً على العبارات رقم (١١-٢-٦-١-١٠-٤-٩-٧) حيث يتراوح الوسط الحسابي من (٤.٢١ الى ٤.٥٥) وهذه المتوسطات تقع في الفئة الخامسة على مقياس ليكرت وهو يشير الى خيار موافق بشكل كبير جداً وهذه العبارات تم ترتيبها تنازلياً حسب أهميتها على النحو التالي:-

جاءت العبرة رقم ( ١١ ) وهي " المواد الفيديوية الإخبارية" بالمرتبة الأولى من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة عليها بشكل كبير جداً بمتوسط ( ٤,٥٥ من ٥).

جاءت العبرة رقم (٢) وهي " المواد الفيديوية السياسية " بالمرتبة الثانية من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة عليها بشكل كبير جداً بمتوسط ( ٤.٤٢ من ٥).

جاءت العبرة رقم (٦) وهي " المواد الفيديوية الرياضية " بالمرتبة الثالثة من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة عليها بشكل كبير جداً بمتوسط ( ٤.٤٠ من ٥).

جاءت العبرة رقم ( ١ ) وهي " المواد الفيديوية الدينية" بالمرتبة الرابعة من حيث موافقة افراد عينة الدراسة عليها بشكل كبير جداً بمتوسط ( ٤,٣٩ من ٥).

جاءت العبرة رقم (١٠) وهي " المواد الفيديوية الشعر والأدب " بالمرتبة الخامسة من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة عليها بشكل كبير جداً بمتوسط ( ٤.٣٥ من ٥).

جاءت العبارة رقم (٤) وهي " المواد الفيديوية السياحية " بالمرتبة السادسة من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة عليها بشكل كبير جداً بمتوسط (٤.٣٣ من ٥).  
جاءت العبارة رقم (٩) وهي " المواد الفيديوية الثقافية " بالمرتبة السابعة من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة عليها بشكل كبير جداً بمتوسط (٤.٢٥ من ٥).  
جاءت العبارة رقم (٧) وهي " المواد الفيديوية الترفيهية " بالمرتبة الثامنة من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة عليها بشكل كبير جداً بمتوسط (٤.٢١ من ٥).  
كما يتبين من النتائج أن أفراد عينة الدراسة موافقون على العبارة (٣) حيث يقع الوسط الحسابي لهذه العبارة ما بين (٤.٠٠ من ٥) وهذه المتوسط يقع في الفئة الرابعة من مقياس ليكرت الخماسي وهو خيار موافق الذي تتراوح قيمة المتوسطات فيه من (٣.٤١ الى ٤.٢٠) وهذه العبارة هي كالتالي :  
١- جاءت العبارة رقم (٣) وهي " المواد الفيديوية العلمية " بالمرتبة الأولى من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة عليها بمتوسط (٤.٠٠ من ٥).  
كما يتضح من النتائج أن أفراد عينة الدراسة غير موافقون على العبارات (٨-٥) حيث يقع الوسط الحسابي لهذه العبارات ما بين (٢.١٥ : ٢.٥٥) وهذه المتوسطات تقع في الفئة الثانية من مقياس ليكرت الخماسي وهو خيار غير موافق الذي تتراوح قيمة المتوسطات فيه من (١.٨١ الى ٢.٦٠) وهذه العبارة هي كالتالي :  
١- جاءت العبارة رقم (٨) وهي " المواد الفيديوية المحجوبة أو الممنوعة من العرض " بالمرتبة الأولى لدى أفراد عينة الدراسة بشكل ضعيف جداً عليها بمتوسط (٢.٥٥ من ٥).  
٢- جاءت العبارة رقم (٥) وهي " المواد الفيديوية الإباحية " بالمرتبة الثانية لدى أفراد عينة الدراسة بشكل ضعيف جداً عليها بمتوسط (٢.١٥ من ٥).  
٤- ما هي سليات قنوات اليوتيوب المتخصصة من وجهة نظر الشباب السعودي عينة الدراسة؟

جدول رقم (٧)

دوافع استخدام الشباب السعودي لقنوات اليوتيوب المتخصصة واشباعاتها  
استجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات محور للوقوف على السلبيات التي تحد من إقبال  
طلاب الجامعات على مواقع الفيديو يوتيوب من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة

الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة					التكرار	العبرة	رقم العبرة
			بشكل ضعيف جدا	بشكل ضعيف	بشكل متوسط	بشكل كبير	بشكل كبير جدا	النسبة %		
١	٠.٧١	٤.٢٠	٠	٢٢	٥٤	١٧٣	٢٠٠	ك	يشجع على الانحراف الأخلاقي	٥
			٠	٤.٨	١٢	٣٨.٥	٤٤.٥	%		
٢	٠.٦٩	٤.١٨	٠	١٦.٢	٥٩	١٧٩	١٩٥	ك	أصبحت أكثر عزلة عن المجتمع بسبب استخدامي لموقع يوتيوب	١٢
			٠	٣.٦	١٣.٢	٣٩.٧	٤٣.٣	%		
٣	٠.٦٧	٤.١٥	٠	٢٧	٥٤	١٧٣	١٩٥	ك	أغلب الفيديو غير مهذب	١
			٠	٦	١٢	٣٨.٥	٤٣.٣	%		
٤	٠.٨٥	٤.١١	٥	٣٢	٤٩	١٧٩	١٨٤	ك	قل	١٠

الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة					التكرار	العبارة	رقم العبارة
			بشكل ضعيف جدا	بشكل ضعيف	بشكل متوسط	بشكل كبير	بشكل كبير جدا	النسبة %		
			١.٢	٧.٢	١٠.٨	٣٩.٧	٤٠.٩	%	تحصيلي الدراسي لكثرة استخدام موقع يوتيوب	
٥	٠.٥٦	٤.٠٩	٠	٣٨	٤٩	١٨٩	١٧٣	ك	مشاهدة المواد الجنسية جعلتني أكثر اندفاعاً ومبول للجنس	٨
			٠	٨.٤	١٠.٨	٤٢.١	٣٨.٥	%		
٦	٠.٧٧	٤.٠٢	١١	٣٢	٤٣	٢٠٠	١٦٢	ك	غالباً لا أشارك في المناسبات الاجتماعية بسبب متابعتي	٧
			٢.٤	٧.٢	٩.٦	٤٤.٥	٣٦.١	%		

دوافع استخدام الشباب السعودي لقنوات اليوتيوب المتخصصة وأشباعاتها

الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة					التكرار	العبارة	رقم العبارة
			بشكل ضعيف جدا	بشكل ضعيف	بشكل متوسط	بشكل كبير	بشكل كبير جدا	النسبة %		
									لموقع اليوتيوب	
٧	٠.٦٣	٤.٠٠	٢٧	٣٢	٣٨	١٨٩	١٦٢	ك	نشر الخرافات والبدع	٤
			٦	٧.٢	٨.٤	٤٢.١	٣٦.١	%		
٨	٠.٦٧	٣.٩٥	٢٢	٤٤	٤٣	١٨٤	١٥٧	ك	نظري يضعف بسبب كثرة جلوسي لمشاهدة المقاطع الفيديوية	٦
			٤.٨	٩.٨	٩.٦	٤٠.٩	٣٤.٩	%		
٩	٠.٧٥	٣.٩٠	٢٢	٤٩	٤٣	١٧٩	١٥٧	ك	التشكيك في كل ما يعرض من مواد فيديوية	١١
			٤.٨	١٠.٨	٩.٦	٣٩.٧	٣٤.٩	%		
١٠	٠.٨٢	٣.٨٥	٢٢	٤٣	٦٥	١٦٨	١٥٢	ك	يهدد الهوية والشخصية	٩
			٤.٨	٩.٦	١٤.٤	٣٧.٣	٣٣.٧	%		

الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة					التكرار	العبارة	رقم العبارة
			بشكل ضعيف جدا	بشكل ضعيف	بشكل متوسط	بشكل كبير	بشكل كبير جدا	النسبة %		
									الثقافية	
١١	٠.٧٦	٣.٨٢	٥٤	٥٤	٦٥	١٣٦	١٤٠	ك	مشاهدة فيديو العنف جعلتني أكثر عصبية	١٤
			١٢	١٢	١٤.٤	٣٠.١	٣١.٣	%		
١٢	٠.٧١	٣.٨٠	٥٤	٦٠	٧٠	١٣٠	١٣٥	ك	تشويه السمعة للآخرين	٣
			١٢	١٣.٢	١٥.٦	٢٨.٩	٣٠.١	%		
١٣	٠.٨٥	٣.٥٢	٥٤	٧٦	٧٠	١٣٠	١١٩	ك	أصبحت أكثر تصيدا للفضائح والاستمتاع بها	١٣
			١٢	١٦.٨	١٥.٦	٢٨.٩	٢٦.٥	%		
١٤	٠.٧٩	٣.٤٥	٦٥	٨١	١٠٣	٩٨	١٠٢	ك	يحض الفيديو	٢
			١٤.٤	١٨	٢٢.٨	٢١.٦	٢٢.٨	%		

دوافع استخدام الشباب السعودي لقنوات اليوتيوب المتخصصة واشباعاتها

الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة					التكرار	العبارة	رقم العبارة
			بشكل ضعيف جدا	بشكل ضعيف	بشكل متوسط	بشكل كبير	بشكل كبير جدا	النسبة %		
								على الكراهية والتفرقة		
	٠.٧٣٠	٣.٩٣	المتوسط الكلي							

يتضح من الجدول رقم (٣١) أن أفراد عينة الدراسة موافقون بشكل كبير على عبارات محور الوقوف على السلبيات التي تحد من إقبال طلاب الجامعات على مواقع الفيديو يوتيوب من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة عينة الدراسة بمتوسط (٣.٩٣ من ٥) وهو متوسط يقع في الفئة الرابعة من فئات مقياس ليكرت الخماسي ( من ٣.٤١ وحتى ٤.٢٠) وهي الفئة التي تشير إلى خيار موافق بشكل كبير على أداة الدراسة.

ويتضح من النتائج أن افراد عينة الدراسة موافقون بشكل كبير على عدد أربعة عشر عبارة هي ( ٥-١٢-١-١٠-٨-٧-٤-٦-١١-٩-١٤-١٣-١٤) حيث يتراوح الوسط الحسابي من (٣.٤٥ الى ٤.٢٠) وهذه المتوسطات تقع في الفئة الثانية على مقياس ليكرت الخماسي وهو يشير الى خيار موافق بشكل كبير وهذه العبارات تم ترتيبها تنازليا حسب أهميتها على النحو التالي :-  
١- جاءت العبارة رقم ( ٥ ) وهي " يشجع على الانحراف الأخلاقي " بالمرتبة الأولى من حيث موافقة افراد عينة الدراسة عليها بشكل كبير بمتوسط ( ٤.٢٠ من ٥).  
٢- جاءت العبارة رقم (١٢) وهي " أصبحت أكثر عزلة عن المجتمع بسبب استخدامي لموقع يوتيوب" بالمرتبة الثانية من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة عليها بشكل كبير بمتوسط (٤.١٨ من ٥).

- ٣- جاءت العبارة رقم (١) وهي " أغلب الفيديو غير مهذب " بالمرتبة الثالثة من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة عليها بشكل كبير بمتوسط ( ٤.١٥ من ٥).
- ٤- جاءت العبارة رقم ( ١٠ ) وهي " قل تحصيلي الدراسي لكثرة استخدام موقع يوتيوب " بالمرتبة الرابعة من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة عليها بشكل كبير بمتوسط ( ٤.١١ من ٥).
- ٥- جاءت العبارة رقم (٨) وهي " مشاهدة المواد الجنسية جعلتني أكثر إنديفاعا وميول للجنس " بالمرتبة الخامسة من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة عليها بشكل كبير بمتوسط ( ٤.٠٩ من ٥).
- ٦- جاءت العبارة رقم ( ٧ ) وهي " غالبا لا أشارك في المناسبات الإجتماعية بسبب متابعتي لموقع اليوتيوب " بالمرتبة السادسة من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة عليها بشكل كبير بمتوسط ( ٤.٠٢ من ٥).
- ٧- جاءت العبارة رقم (٤) وهي " نشر الخزافات والبدع" بالمرتبة السابعة من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة عليها بشكل كبير بمتوسط ( ٤.٠٠ من ٥).
- ٨- جاءت العبارة رقم (٦) وهي " نظري يضعف بسبب كثرة جلوسي لمشاهدة المقاطع الفيديوية " بالمرتبة الثامنة من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة عليها بشكل كبير بمتوسط ( ٣.٩٥ من ٥).
- ٩- جاءت العبارة رقم ( ١١ ) وهي " التشكيك في كل ما يعرض من مواد فيديوية " بالمرتبة التاسعة من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة عليها بشكل كبير بمتوسط ( ٣.٩٠ من ٥).
- ١٠- جاءت العبارة رقم (٩) وهي " يهدد الهوية والشخصية الثقافية " بالمرتبة العاشرة من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة عليها بشكل كبير بمتوسط ( ٣.٨٥ من ٥).
- ١١- جاءت العبارة رقم ( ١٤ ) وهي " مشاهدة فيديو العنف جعلتني أكثر " بالمرتبة الحادية عشر من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة عليها بشكل كبير بمتوسط ( ٣.٨٢ من ٥).
- ١٢- جاءت العبارة رقم (١٢) وهي " تشويه السمعة للآخرين " بالمرتبة الثانية عشر من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة عليها بشكل كبير بمتوسط ( ٣.٨٠ من ٥).
- ١٣- جاءت العبارة رقم (١٣) وهي " أصبحت أكثر تصيدا للفضائح والإستمتاع بها " بالمرتبة الثالثة عشر من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة عليها بشكل كبير بمتوسط ( ٣.٥٢ من ٥).

دوافع استخدام الشباب السعودي لقنوات اليوتيوب المتخصصة واشباعاتها

١٤- جاءت العبارة رقم ( ١٤ ) وهى " يحض الفيديو على الكراهية والتفرقة " بالمرتبة الرابعة عشر من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة عليها بشكل كبير بمتوسط ( ٣.٤٥ من ٥).

### توصيات الدراسة

بعد اجراء هذه الدراسة وتحليل نتائجها توصي هذه الدراسة بمجموعة من التوصيات

وهي:

- ١- من نتائج الدراسة يلاحظ أن هناك إقبالا متزايدا على موقع اليوتيوب، لذا لا بد من محاولة التعرف على دوافع استخدام وسائط التواصل الاجتماعي، لزيادة قدرة الباحثين على توجيه الصحيح لهذه الفئة من الشباب وتوعيتهم على مخاطرها، وكيفية التمييز بين المعلومات الصحيحة والخاطئة.
- ٢- هناك تزايد ملحوظ لاستخدام موقع اليوتيوب، لذا لا بد من إرشاد وتوجيه الشباب الى الإمكانيات المتوفرة في هذه المواقع، مما يمكنهم من استغلال هذه الإمكانيات لاستخدام هذا الموقع في الحصول على المعلومات التي تفيدهم في تخصصاتهم.
- ٣- بناء منظومة قيمية حاکمة وملزمة لكل المؤسسات المجتمعية لتحقيق الأمن الفكرى والثقافى لدى النشأ ، وتعليمهم كيفية استخدام أدوات التكنولوجيا الحديثة.

### مراجع الدراسة

- ١- عائشة ديس، دور اليوتيوب في تنمية الوعي الثقافى لدى الطالبات الجامعيات، دراسة ميدانية، رسالة ماجستير منشورة، (جامعة الجبالي بونعامة، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، ٢٠١٧)، ص ١.

2- David J. Brennan, You Tube and the Broadcasters, **in legal studies research paper, University of Melbourne**, April 2007, Retrieved from <http://www.ssrn.com/abstract=978701>

3- Jared Wada (2010), **Google Buys YouTube- And a Ton of Liability**, Risk Management, Vol. 57. No, (4) May, P.24.

د. صالح بن محمد الرعوجي

- ٤- إسلام محمد سامي، تعرض المراهقين للمضامين الربحية على موقع اليوتيوب وعلاقته بتشكيل اتجاهاتهم نحو العمل، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس-كلية الدراسات العليا للطفولة-قسم الإعلام وثقافة الأطفال، ٢٠٢٣)
- ٥- اميرة عبد الوهاب علي نصر، دور القنوات الثقافية على اليوتيوب في تنمية الوعي الثقافي لدى الشباب: دراسة تطبيقية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة المنصورة-كلية الآداب- قسم الإعلام، ٢٠٢٣)
- ٦- منة الله محمد عبد الرازق، التفكير الابتكاري في قنوات "المؤثرين" على موقع اليوتيوب وعلاقته بتنمية مهارات التفكير النقدي لدى الجمهور، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس- كلية الآداب-قسم علوم الاتصال والإعلام، ٢٠٢٢)
- 7- سمر علي محمود، دور قنوات اليوتيوب العربية في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات دراسة تحليله ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة المنيا - كلية الآداب - قسم الإعلام، ٢٠٢١)
- 8- Duke Ch, yin, Zhang x, et al, adopting YouTube to promote health: analysis of health department, the permanent journal. Vol.23.pp 23-44.
- ٩- ميرفت الطرابيش، عبد العزيز السيد، نظريات الاتصال، ط٦، (القاهرة- دار النهضة العربية، ٢٠١٨) ص ٢٣١.
- ١٠- إسلام حجازي: الثقافة الافتراضية وتحولات المجال العام السياسي في مصر (ظاهرة الفيس بوك في مصر نموذجاً)، المركز الدولي للدراسات المستقبلية والاستراتيجية، ٢٠٠٩م ص ٧.
- 11- seltzer. T. & mitrook, MA (2006: August). use and gratification in the blogosphere,
- ١٢- يوسف محمد، النظريات النفسية والاجتماعية في وسائل الاتصال المعاصرة والإلكترونية، (القاهرة- دار الكتاب الحديث)، ص ١٥.

دوافع استخدام الشباب السعودي لقنوات اليوتيوب المتخصصة واشباعاتها

١٣- فرج الكامل، بحوث الإعلام والرأي العام، تصميمها وإجرائها، ط٥،  
(القاهرة- دار النشر للجامعات، ٢٠١٩)، ص٦١.

14- straubhaer, joseh of la rose, Robert Media Now.  
Communication media in the information age third edition (use  
was worth Thomson, 2002).

15- Danli: why do you blog: A uses and gratifications inquiry in to  
13 logger's motivations. Unpublished master degree  
(Milwaukee Wisconsin Marquee University, 2005) p. 11.

16- Merrill Morris Christine, open the internet as mass medium  
in Journal of communication. vol. 4b m 1 march 1996. pp.  
39 - 60.

١٧- السيد بخيت، الإنترنت وسيلة اتصال جديدة الجوانب الإعلانية والصحفية  
والتعليمية والقانونية، (العين، دار الكتاب الجامعي، ٢٠٠٤ م). ، ص ٢٨