

توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية المهارات المعرفية لدى طلبة الجامعة -اليوتيوب أنموذجا-

دراسة ميدانية على طلبة السنة الأولى علوم اجتماعية بجامعة الشهيد حمه لخضر الوادي

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر أكاديمي في علم الاجتماع

تخصص: علم اجتماع الاتصال

إشراف الأستاذة:

د/ عريق لطيفة

إعداد الطالبتين:

حمادي جهاد

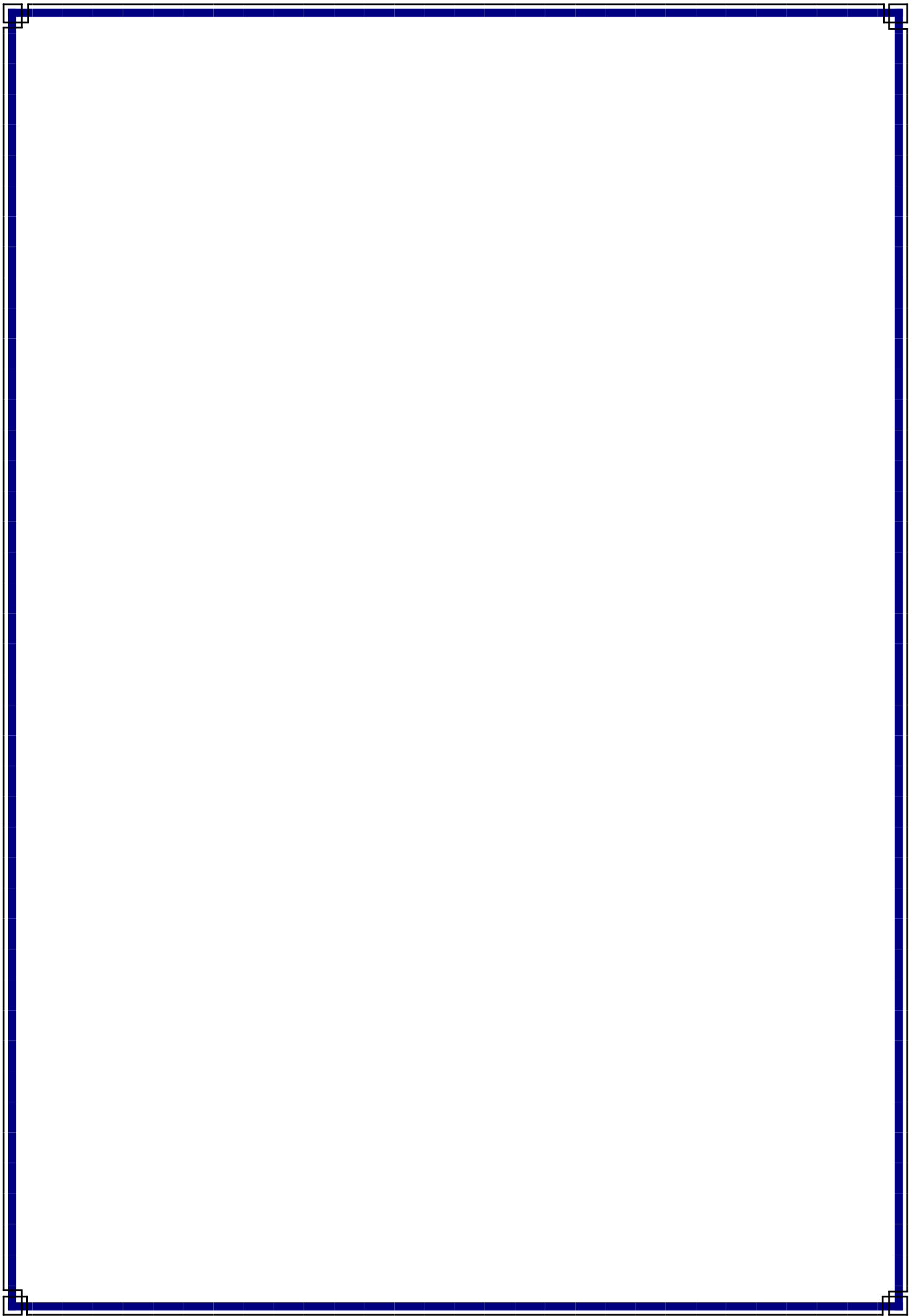
فاضلي سلمى

نوقشت المذكرة علنا يوم:/...../2023

أمام اللجنة المكونة من الأساتذة:

الصفة	الجامعة	الرتبة	اللجنة
رئيسا	جامعة الشهيد حمة لخضر		الاسم واللقب
مشرفا ومقررا	جامعة الشهيد حمة لخضر		الاسم واللقب
ممتحنا	جامعة الشهيد حمة لخضر		الاسم واللقب

السنة الجامعية: 2022/2023



توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية المهارات المعرفية لدى طلبة الجامعة -اليوتوب أنموذجا-

دراسة ميدانية على طلبة السنة الأولى علوم اجتماعية بجامعة الشهيد حمة لخضر الوادي

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر أكاديمي في علم الاجتماع

تخصص: علم اجتماع الاتصال

إشراف الأستاذة:

د/ عريق لطيفة

إعداد الطالبتين:

حمادي جهاد

فاضلي سلمى

نوقشت المذكرة علنا يوم:/...../2023

أمام اللجنة المكونة من الأساتذة:

الصفة	الجامعة	الرتبة	اللجنة
رئيسا	جامعة الشهيد حمة لخضر		الاسم واللقب
مشرفا ومقررا	جامعة الشهيد حمة لخضر		الاسم واللقب
ممتحنا	جامعة الشهيد حمة لخضر		الاسم واللقب

السنة الجامعية: 2022/2023

الإهداء

يقول الله تعالى في محكم التنزيل بعد بسم الله الرحمن الرحيم
(ولا تنسوا الفضل بينكم أن الله بما تعملون بصير) (البقرة:237)

إلى من قال فيهما المولى عز وجل بسم الله الرحمن الرحيم: واخفض لهما جناح
الذل من الرحمة وقل رب ارحمهما كما ربياني صغيرا (الاسراء:24) واللذان ربياني
على الفضيلة وكانا منبع الحنان ومن أنارا في قلبي حب العلم إلى الوالدين
الكريمين حفظهما الله وأطال في عمرهما إلى كل أفراد عائلتي الكبيرة والصغيرة إلى
كل أصدقائي وزملائي الطلبة إلى كل من أسدى لي العون ولو بكلمة ، إليهم
جميعا ثمرة جهدي وهذا مع فائق التحية والاحترام. سلمى

إلى من قال فيهما المولى عز وجل بسم الله الرحمن الرحيم: واخفض لهما جناح
الذل من الرحمة وقل رب ارحمهما كما ربياني صغيرا (الاسراء:24) إلى رمز
التضحية والعطاء إلى سندي الأول في الحياة إلى من زرعت فيا التفاؤل التي
ساعدتني في تحقيق الأمل أُمي الغالية والى روح أبي الطاهرة الطيب أثره غفر الله
له واسكنه الفردوس الأعلى والى إخوتي وأخواتي فردا فردا والى أصدقائي وزملائي
وعائلتي الكبيرة.

جهاد

شكر وعرفان

بعد الحمد لله والثناء عليه سبحانه وتعالى والصلاة على نبيه محمد عليه أفضل الصلاة وأزكى التسليم وعلى اله وصحبه أجمعين نتقدم بخالص الشكر والتقدير إلى:

المشرفة والأستاذة الفاضلة لطيفة عريق نظير توجيهاتها ودعمها وإرشادها ومعارفها القيمة.

الشكر موصول أيضا إلى الأستاذة الطيبة والمعطاءة أشواق بن عمار والأستاذين المحترمين الأستاذ ذهبي إبراهيم والأستاذ رابع رباب على كل التوجيهات العلمية للوصول نحو الأفضل.

والشكر والعرفان للأساتذة الأفاضل أعضاء لجنة المناقشة لقبولهم مناقشة هذا البحث وإثراء مضمونه

وكذا نشكر كل أساتذتنا كل باسمه طيلة مشوارنا الدراسي بقسم علم الاجتماع.

ملخص الدراسة :

جاءت أهمية هذه الدراسة بعدما أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي جزءا كبيرا ومهما في حياة كل فرد واستخدامها كسبيل للمعرفة، حيث تسعى الدراسة الحالية إلى معرفة كيفية توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية المهارات المعرفية لدى الطلبة الجامعيين، التي اعتمدت على المنهج الوصفي، وتمثلت أداة جمع البيانات في الاستبيان الذي وزع على عينة الدراسة بطريقة قصدية التي تكونت من 60 طالبا وطالبة من طلاب سنة أولى علوم اجتماعية بجامعة الشهيد حمة لخضر.

كما استندت الدراسة على نظريتين هما نظرية الاستخدامات والاشباع والنظرية المعرفية في التعلم لمناقشة فروض الدراسة، وتوصلت الدراسة لجملة من النتائج تمثلت في:

- كشفت نتائج الدراسة حول عادات ودوافع استخدام موقع اليوتيوب من طرف الطلبة عينة الدراسة أنهم يستخدمون موقع اليوتيوب لأغراض تعليمية وإن معدل استخدامهم لليوتيوب استخدام طبيعي لارتباطاتهم الدراسية
 - ينمي اليوتيوب القدرة على معالجة المعلومات بحيث يكسب طلبة السنة الأولى علوم اجتماعية معارف ومعلومات جديدة، وكذا السرعة في استيعاب المعلومات المتعلقة بتخصصهم.
 - ينمي اليوتيوب مهارة المنطق والاستدلال عند طلبة السنة الأولى علوم اجتماعية.
- الكلمات المفتاحية :** شبكات التواصل الاجتماعي، اليوتيوب، المهارات المعرفية، الطالب الجامعي

abstract:

The importance of this study came after social media networks became a large and important part in everyone's life and used as a way of knowledge ,as the current study seeks to find out how to use social media networks in the development of cognitive skills among university students , which relied on the descriptive curriculum ,and the data collection tool was represented in the questionnaire that was distributed to the study sample in an intentional way , which consisted of 60 first-year students of social sciences at the University of martyr Hama Lakhdar.

The study was also based on two theories , the theory of uses and gratifications and the cognitive theory of learning to discuss the study assignments , and the study reached a number of results represented in:

-The results of the study on the habits and motives of using YouTube by the students of the study sample revealed that they use YouTube for educational purposes and that the rate of their use of YouTube is a normal use of their study links

-YouTube develops the ability to process information so that first-year social science students gain new knowledge and information , and they quickly absorb information related to their specialty.

-YouTube develops the skill of logic and reasoning for first-year social science students.

Keywords: social networks , YouTube , cognitive skills , University student

فهرس المحتويات

II	الإهداء.....
III	شكر وعرفان.....
III	ملخص الدراسة :
IV	abstract:.....
III	فهرس المحتويات.....
V	فهرس الجداول.....
أ	مقدمة.....

الفصل الأول: الأدبيات النظرية والتطبيقية.

2	تمهيد:.....
2	المبحث الأول: تحديد مفاهيم الدراسة :
2	أولاً: شبكات التواصل الاجتماعي.....
4	ثانياً: التنمية.....
4	ثالثاً: مفهوم المهارات المعرفية :
6	رابعاً: علاقة شبكات التواصل الاجتماعي بالمهارات المعرفية :
7	المبحث الثاني: مدخل نظري للدراسة :
7	أولاً: نظرية الاستخدامات والإشباع:.....
9	ثانياً: النظرية المعرفية في التعلم :
11	المبحث الثالث: الدراسات السابقة:.....
11	الدراسة الأولى:.....
11	الدراسة الثانية:.....

12	الدراسة الثالثة :
14	خلاصة الفصل الأول :
الفصل الثاني: الدراسة الميدانية	
16	تمهيد:
17	المبحث الأول : الطريقة والأدوات
17	أولا : الطريقة
20	ثانيا : ادوات جمع البيانات
24	المبحث الثاني: النتائج والمناقشة.
24	أولا: النتائج.
45	ثانيا: المناقشة
49	خلاصة الفصل الثاني:
51	الخاتمة.
52	الخاتمة :
53	قائمة المراجع.
54	المراجع
58	الملاحق.

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
17	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الجنس	01
18	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب السن	02
19	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الإقامة	03
21	يوضح قيمة ودلالة الارتباط لصدق الاتساق الداخلي	04
22	يوضح قيمة ودلالة الثبات بالاتساق الداخلي	05
24	يوضح قيمة اختبار (ت) للفروق بين متوسطي درجات إجابات عينة الدراسة على استخدامات اليوتيوب تبعاً لمتغير الجنس	06
25	يوضح قيمة اختبار (ت) للفروق بين متوسطي درجات إجابات المفحوصين على استخدامات اليوتيوب تبعاً لمتغير السن	07
25	يوضح قيمة اختبار ت للفروق بين متوسطي درجات إجابات المفحوصين على استخدامات اليوتيوب تبعاً لمتغير مكان الإقامة	08
26	يوضح قيمة اختبار ت للفروق بين متوسطي درجات إجابات عينة الدراسة على الإشباع والدوافع من استخدام اليوتيوب تبعاً لمتغير الجنس	09
27	يوضح قيمة اختبار ت للفروق بين متوسطي درجات إجابات عينة الدراسة على الإشباع والدوافع من استخدام اليوتيوب تبعاً لمتغير السن	10
27	يوضح قيمة اختبار ت للفروق بين متوسطي درجات إجابات أفراد العينة على الإشباع والدوافع من استخدام اليوتيوب تبعاً لمتغير مكان الإقامة	11
28	يوضح إجابات أفراد العينة على الاستخدامات والإشباع والدوافع المحققة من استخدام اليوتيوب	12
28	يوضح إجابات أفراد العينة على استخدام موقع اليوتيوب	13
29	يوضح إجابات أفراد العينة على معدل الساعات التي تقضيها على اليوتيوب	14
30	يوضح إجابات أفراد العينة على الجهاز المستخدم في تصفح اليوتيوب	15

16	يوضح إجابات أفراد العينة على فترة الاستخدام لموقع اليوتيوب	31
17	يوضح إجابات أفراد العينة على المكان الذي تشاهد فيه الفيديوهات اليوتيوب	32
18	يوضح إجابات أفراد العينة على كيفية تصفح فيديوهات اليوتيوب	32
19	يوضح إجابات أفراد العينة على كيفية التفاعل مع مقاطع الفيديو على اليوتيوب	33
20	يوضح إجابات أفراد العينة على استخدام اليوتيوب لأغراض تعليمية	34
21	يوضح إجابات أفراد العينة على كيفية التفاعل مع مقاطع الفيديو على اليوتيوب	35
22	يوضح إجابات أفراد العينة على علاقة استخدام اليوتيوب بتنمية القدرة على معالجة المعلومات	36
23	يوضح إجابات أفراد العينة على علاقة استخدام اليوتيوب بتنمية القدرة على المنطق والاستدلال	38
24	يوضح إجابات أفراد العينة على علاقة استخدام اليوتيوب بتنمية القدرة على المعالجة السمعية البصرية	40
25	يوضح إجابات أفراد العينة على علاقة استخدام اليوتيوب بتنمية القدرة على الذاكرة	42
26	يوضح إجابات أفراد العينة على المهارات المعرفية عند أفراد العينة المكتسبة على اليوتيوب أفضل من الجامعة	43

قائمة الأشكال:

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
01	رسم بياني يوضح توزيع أفراد العينة وفقاً للجنس	18
02	رسم بياني يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	19

مقدمة

توطئة:

لقد شهد النصف الثاني من القرن العشرين تطورات مذهلة في الاتصال ووسائله حيث بلغت هاته التطورات الذروة مقارنة بالماضي الاتصالي للحياة البشرية ولعل ابرز هاته التطورات ظهور الحاسبات الالكترونية في الأربعينيات من القرن الماضي التي مكنت مستخدميها من تخزين واسترجاع ونشر المعلومات على نطاق واسع، وهذا بمساعدة التطورات الكبيرة في مجال الأقمار الصناعية، وهذه الأخيرة التي ظهرت في الخمسينيات من القرن الماضي وأصبح الاتصال بفضلها يتخطى حواجز الزمان والمكان خاصة مع ظهور الانترنت.

وتعتبر الانترنت من بين أكثر مظاهر تكنولوجيا الاتصال الحديثة تحلياً، والتي نجحت في فتح فرص جديدة أمام الأفراد للتفاعل وبناء علاقات اجتماعية افتراضية والتعبير عن آرائهم وأفكارهم، وكذا الحصول على المعرفة وتلقي المعلومات ونقلها وذلك عبر مختلف شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة ومن بين أكثر مواقع التواصل استخداماً موقع اليوتيوب بسبب أنه يتوفر على مجموعة غير متناهية من مقاطع الفيديو التي يمكن مشاهدتها بأسهل طريقة، كما يحتوي على مواد علمية وثقافية تفيد وتناسب جميع فئات المجتمع ، من بينها فئة تلاميذ المدارس وطلاب الجامعات حيث كان لابد لهم تبني فكرة استحداث أساليب ووسائل جديدة ومناسبة للتعليم وانتقاء المعلومات تأثراً بالتغيرات التكنولوجية الحالية والتي تجاوزت كل الحواجز الزمانية والمكانية .

وعلى هذا انطلاقا من الدور الفاعل والمؤثر لموقع اليوتيوب على الأفراد وخاصة الطلبة الجامعيين تأتي هاته الدراسة للكشف عن كيفية استخدام الطلبة الجامعيين لموقع اليوتيوب من أجل دعم وتنمية مهاراتهم المعرفية .

سؤال الانطلاق: كيف توظف شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية المهارات المعرفية لطلبة جامعة الشهيد حمّة لخضر بالوادي ؟

الأسئلة الفرعية:

- 1 - هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية لاستخدام اليوتيوب من طرف أفراد العينة ترجع لمتغير (الجنس- السن- مكان الإقامة)؟
- 2 - هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية للاشباعات والدوافع من استخدام اليوتيوب من طرف أفراد العينة ترجع لمتغير (الجنس-السن- مكان الإقامة)؟
- 3- هل توجد علاقة بين استخدام اليوتيوب وتنمية القدرة على معالجة المعلومات عند أفراد العينة ؟

4- هل توجد علاقة بين استخدام اليوتيوب وتنمية القدرة المنطق والاستدلال عند أفراد العينة ؟

5- هل توجد علاقة بين استخدام اليوتيوب وتنمية القدرة المعالجة السمعية البصرية عند أفراد العينة ؟

6 - هل توجد علاقة بين استخدام اليوتيوب وتنمية قدرة الذاكرة عند أفراد العينة ؟

7- هل المهارات المعرفية عند أفراد العينة المكتسبة من اليوتيوب أفضل من الجامعة ؟

الفرضيات :

1. توجد فروق ذات دلالة إحصائية لاستخدام اليوتيوب من طرف أفراد العينة ترجع لكل من متغير (الجنس - السن - مكان الإقامة).
2. توجد فروق ذات دلالة إحصائية للاشباع والدوافع من استخدام اليوتيوب من طرف أفراد العينة ترجع لكل من متغير (الجنس-السن - مكان الإقامة).
3. توجد علاقة بين استخدام اليوتيوب وتنمية القدرة بالمعالجة المعلومات عند أفراد العينة
4. توجد علاقة بين استخدام اليوتيوب وتنمية القدرة المنطق والاستدلال عند أفراد العينة .
5. توجد علاقة بين استخدام اليوتيوب وتنمية القدرة المعالجة السمعية البصرية عند أفراد العينة .
6. توجد علاقة بين استخدام اليوتيوب وتنمية قدرة الذاكرة عند أفراد العينة .
7. المهارات المعرفية عند أفراد العينة المكتسبة على اليوتيوب أفضل من الجامعة .

أسباب اختيار الموضوع :

● الذاتية :

1. الاهتمام الشخصي بموقع يوتيوب والاعتماد عليه في شتى المجالات خاصة العلمية .
2. محاولة معرفة مدى تنمية المهارات المعرفية للطالب (معالجة المعلومات، المنطق والاستدلال، المعالجة السمعية والبصرية ، الذاكرة) عن طريق موقع يوتيوب.
3. نقص الدراسات المتعلقة بالمهارات المعرفية في علم الاجتماع، لذلك كانت هذه الدراسة كمحاولة لدراسة المهارات المعرفية نظرا لأهميتها في زيادة التحصيل الدراسي لطلبة الجامعة.

• الموضوعية:

1. ظهور مجموعة كبيرة من القنوات المتخصصة في التعليم على موقع اليوتيوب فأردنا من خلال هذه الدراسة تسليط الضوء عن أهم إيجابياتها وسلبياتها بالنسبة للطلاب الجامعي .
2. تزايد الاهتمام واستخدام موقع اليوتيوب من قبل الطلبة الجامعيين فأردنا من خلال هذه الدراسة الوقوف على طبيعة وشكل الاهتمام وكذا واقع هذا الاستخدام.

أهداف الدراسة :

1. باعتبار أن موقع اليوتيوب أصبح مرجعا علميا للطلبة الجامعيين أردنا التعرف عن أهم خصائصه ومميزاته.
2. التعرف على دور موقع يوتيوب في تنمية المهارات المعرفية (معالجة المعلومات، المنطق والاستدلال، المعالجة السمعية والبصرية ، الذاكرة) لدى طلبة سنة أولى علوم اجتماعية .
3. الكشف عن مدى تفاعل طلبة سنة أولى علوم اجتماعية مع ما ينشر من مضامين تعليمية ومعرفية عبر موقع اليوتيوب.

أهمية الدراسة :

تكمن أهمية الدراسة في :

- التعرف عن أهم الدوافع والإشباعات المحققة لموقع يوتيوب من طرف الطلبة الجامعيين.
- التعرف عن مدى تنمية المهارات المعرفية لدى أفراد العينة عبر موقع اليوتيوب.

حدود البحث:

المجال الجغرافي (المكاني):

أجريت الدراسة الميدانية بكلية العلوم الاجتماعية والإنسانية بجامعة حماة لخضر بالوادي

المجال الزمني: انقسم المجال الزمني للدراسة الحالة التي هي بعنوان توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية المهارات المعرفية لدى الطلبة الجامعيين إلى مراحل كانت كالتالي:

المرحلة الأولى: من تاريخ 2023/01/22 إلى 2023/01/28 حيث تم فيها القيام بوضع النقاط الأولى

لدراسة الميدانية من تحديد مجالات الدراسة ، والقيام بتحديد مجتمع الدراسة وكذا العينة المناسبة لموضوع الدراسة الحالية.

المرحلة الثانية: من تاريخ 2023/04/23 إلى 2023/05/09 أين تم فيها بناء أسئلة الاستبيان وضبطها ثم توزيعها على عينة الدراسة .

المرحلة الثالثة: 2023/05/13 إلى 2023/05/17 تم تفريغ معطيات الاستبيان وتحليلها وتفسيرها وصولاً إلى نتائج الدراسة .

المجال البشري:

يتمثل في طلبة السنة الأولى علوم اجتماعية اللذين ينتمون إلى قسم العلوم الاجتماعية بكلية العلوم الاجتماعية والإنسانية بجامعة الشهيد حمة لخضر بالوادي، وبلغ عددهم 475 طالب .

منهج الدراسة:

يعد اختيار منهج البحث من أهم خطوات البحث العلمي فهو يساعد على الوصول إلى الأهداف والنتائج المحددة ، فالمنهج هو الطريق التي يسلكها الباحث في بحثه

وفي دراستنا الحالية نصبو إلى معرفة مدى توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية المهارات المعرفية لدى الطلبة الجامعيين وذلك بجمع المعطيات حول استخدام الطلبة لموقع اليوتيوب وكذا تحليل وتفسير سبب اختيارهم لهذا الموقع دون غيره لتنمية مداركهم المعرفية، لذلك كان المنهج المناسب لدراستنا هو المنهج الوصفي الذي يعرف بأنه: طريقة لوصف الموضوع المراد دراسته من خلال منهجية علمية صحيحة وتصوير النتائج التي يتم التوصل إليها على أشكال رقمية معبرة يمكن تفسيرها.

وهناك من يعرفه بأنه : محاولة الوصول إلى المعرفة الدقيقة والتفصيلية لعناصر مشكلة أو ظاهرة قائمة للوصول لفهم أفضل وأدق أو وضع سياسات وإجراءات مستقبلية خاصة بها (المحمودي، 2015، صفحة 46) .

كما يعرفه محمد شفيق بأنه: الطريقة المنتظمة لدراسة حقائق راهنة متعلقة بظاهرة أو موقف أو أفراد أو أوضاع بهدف اكتشاف حقائق جديدة، أو التأكد من صحة حقائق قديمة وأثارها والعلاقات التي تتصل بها أو تفسيرها والكشف عن الجوانب التي تحكمها (شفيق، 1985، صفحة 84)

صعوبات الدراسة :

نظرا لتعدد أبعاد المهارات المعرفية كانت هناك صعوبة في تحديد البعد أو المؤشر المناسب لدراستنا الحالية.

- صعوبة معالجة البيانات بواسطة برنامج (spss) وذلك لعدم كفاية المعرفة النظرية وعدم وجود حصص تطبيقية في البرنامج الدراسي خلال المسار الدراسي الجامعي.

هيكلية البحث : تأتي هذه الدراسة للكشف عن توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية المهارات المعرفية لدى الطلبة الجامعيين وقد قسمت إلى فصلين :

الفصل الأول : ضمّ الإطار العام وهو عبارة عن الأدبيات النظرية والتطبيقية للدراسة حيث تمّ التطرق في المبحث الأول إلى مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي والمهارات المعرفية والعلاقة بينهما، وفي المبحث الثاني تمّ التطرق إلى الدراسات السابقة والمقاربة النظرية .

أمّا الفصل الأخير احتوى على الجانب التطبيقي للدراسة تمّ تناول الطريقة والأدوات في المبحث الأول، النتائج ومناقشتها.

الفصل الأول: الأدبيات النظرية والتطبيقية.

تمهيد:

سنتطرق خلال هذا الفصل إلى الأدبيات النظرية للدراسة التي هي بعنوان توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية المهارات المعرفية لدى الطلبة الجامعيين بما فيها تحديد المفاهيم الأساسية والتعريفات الإجرائية، كما تمّ توضيح العلاقة بين متغيرات الدراسة والنظريات المفسّرة لها وأخيرا الدراسات السابقة .

المبحث الأول: تحديد مفاهيم الدراسة :

أولا: شبكات التواصل الاجتماعي

1 مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي تتمثل في :

اصطلاحا: هي المواقع الالكترونية التي توفر فيها تطبيقات الانترنت خدمات لمستخدميها. تتيح لهم إنشاء صفحة شخصية معروضة للعامة ضمن موقع أو نظام معين . وتوفّر وسيلة اتصال مع معارف منشئ الصفحة أو مع غيره من مستخدمي النظام . وتوفّر خدمات لتبادل المعلومات بين مستخدمي ذلك الموقع أو النظام عبر الانترنت. (المقدادي، 2013، الصفحات 23,24) .

كما تعرف شبكات التواصل الاجتماعي بأنها : تلك المواقع التي توجد على شبكة الانترنت العالمية وتتيح للمستخدمين إنشاء حسابات شخصية وتكوين علاقات مع مستخدمين آخرين للمواقع نفسها ويتم من خلالها تفاعل المستخدمين مع بعضهم بعضا وتواصلهم مع عائلاتهم وزملائهم . (باشا و باشا، وسائل التواصل الاجتماعي رحلة إلى الأعماق، 2020م)

وتعرف شبكات التواصل الاجتماعي بأنها: مواقع الالكترونية لتبادل معلومات ورسائل اللغوية وغير اللغوية سواء كان هذا تبادل قصدي أو غير قصدي بين الأفراد والجماعات (شركة عفيف شقو و اولاده، مكتب شنار الهندسي، 2014، الصفحات 16,300)

كما تعرف شبكات التواصل الاجتماعي بأنها: صفحات الويب التي يمكن أن تسهل التفاعل النشط بين الأعضاء المشاركين في هذه شبكة الموجودة بالفعل وتهدف إلى توفير مختلف وسائل الاهتمام والتي من شأنها أن تساعد على تفاعل الأعضاء بين بعضهم البعض (شركة عفيف شقو و اولاده، مكتب شنار الهندسي، 2014) وتعرف بأنها منظومة من شبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم اهتمامات والهوايات نفسها (شركة عفيف شقو و اولاده، مكتب شنار الهندسي، 2014)

كما تعرف شبكات التواصل الاجتماعي بأنها : منظومة من شبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به من ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين بهذا الموقع ويشترك هؤلاء الأفراد في الاهتمامات والهوايات (سليمان، 2016، صفحة 10)

إجرائيا :

ومنه يمكن تعريف شبكات التواصل الاجتماعي إجرائيا بأنها : مجموعة من المواقع الالكترونية من بينها موقع اليوتيوب التي تسهل التواصل بين الأعضاء المشتركين والمستخدمين لها كما تهدف لتوفير خدمات ثقافية، سياسية، اقتصادية، علمية مختلفة لهم

2 - اليوتيوب You tub :

اصطلاحا : يعرف اليوتيوب على أنه: موقع الكتروني عبر شبكة الانترنت يتيح لمستخدميه رفع التسجيلات المرئية ومشاهدتها ومشاركتها والتعليق عليها أسس هذا الموقع عام 2005 من قبل شركة " بال فاي " ويعد اليوتيوب واحدا من أهم مواقع التواصل الاجتماعي المرئية وتقول الإحصائيات أنه يوميا يتم مشاهدة أكثر من مليار ساعة عبر اليوتيوب وبواسطة (1.900 مليار إلى 2 مليار) مستخدم شهريا (أبو راجوح، 2021)

كما يعتبر اليوتيوب أكبر موقع تواصل اجتماعي بأكثر من مليار زائر شهريا وهو متخصص بمقاطع الفيديو أنشئ عام 2005 م، وتتيح للمستخدم رفع الملفات الفيديو والتسجيلات المرئية ومشاركتها مع الآخرين . (باشا و باشا، 2020م)

ويعرف اليوتيوب على أنه : موقع الكتروني يسمح ويدعم نشاط تحميل وتنزيل ومشاركة الأفلام بشكل عام ومجاني وهو يسمح بالتدرج في تحميل وعرض الأفلام القصيرة من أفلام عامة، ويستطيع الجميع مشاهدتها إلى أفلام خاصة يسمح إلى مجموعة عينة بمشاهدتها (المقدادي، 2013، صفحة 43)

ويعرف أيضا بأنه : موقع ويب يسمح لمستخدميه برفع التسجيلات المرئية مجّانا ومشاهدتها عبر البثّ الحيّ ومشاركتها والتعليق عليها وغير ذلك. (العبدالات، 2018، صفحة 10)

واليوتيوب: موقع لإضافة مقاطع الفيديو، ويمكن للمستخدمين رفع مقاطع الفيديو عليه ومشاطرتها ويتعيّن على المستخدم أن يقوم بتسجيل نفسه على الموقع إذا أراد رفع فيديو إلا أنّ مشاهدة جميع مقاطع الفيديو المرفوعة ممكنة لجميع المستخدمين، ويمكن وضع روابط اليوتيوب على منصات التواصل الاجتماعي الأخرى ويمكن الدخول إلى اليوتيوب من خلال تطبيقات خاصة على الهواتف الذكية كما يعرض مقاطع الفيديو ذائعة الصيت على

صفحته الرئيسية، وعموما هو أشهر منصّة متاحة حاليا لمشاطرة مقاطع الفيديو (كايسر، ايسبلوند، بورون، قريشي، و ليمو، 2014، الصفحات 45,46)

إجرائيا :

ومنه يمكن تعريف اليوتيوب إجرائيا بأنه: أهم شبكات التواصل الاجتماعي حيث يتم استخدامه من طرف جميع فئات المجتمع ومنهم طلبة الجامعة، ويحتوي على مقاطع مختلفة لجميع الميادين (العلمية، الثقافية، الاقتصادية ... إلخ) التي تسهل على جميع مستخدميها تلبية احتياجاتهم خاصة فئة الطلبة الجامعيين .

ثانيا: التنمية

مفهوم التنمية وتمثل في :

اصطلاحا: اختلف تعريف التنمية اصطلاحا من شخص لأخر تبعا للمضمون الذي يركز عليه ، لكن يمكن إجمال التعاريف للتنمية بأنها عبارة عن التغيير الإرادي الذي يحدث في المجتمع سواء اجتماعيا أم اقتصاديا أم سياسيا بحيث ينتقل من خلاله من الوضع الحالي الذي هو عليه إلى الوضع الذي ينبغي أن يكون عليه بهدف تطوير وتحسين أحوال الناس من خلال استغلال جميع الموارد والطاقات المتاحة حتى تستغل في مكانها الصحيح ويعتمد هذا التغيير بشكل أساسي على مشاركة أفراد المجتمع نفسه. (نوري، 2020، صفحة 1)

إجرائيا:

ومنه يمكن تعريف التنمية إجرائيا باعتبارها :

عملية ارتقاء المجتمع والانتقال به إلى وضع أفضل مما هو عليه وذلك عن طريق استغلال الطاقات المختلفة التي تتوفر لدى أفراد المجتمع ومنهم طلبة الجامعة وتوجيه توظيفها للأفضل، خاصة في مجال التعليم من أجل تطوير مهاراتهم المعرفية.

ثالثا: مفهوم المهارات المعرفية :

اصطلاحا : توصل آل مرعي وفايد (2016) إلى أن التعاريف المختلفة للمهارات المعرفية تضمنت جملة من العناصر إذا تكاملت مع بعضها كونت القدرة المعرفية وهي:

–**المعرفة** : وتعني معرفة الفرد لمفاهيم وحقائق ونظريات، وغير ذلك في مجال معرفي محدد.

–**توافر القدرة** : وهي المهارات والإمكانات والوسائل وطرق التفكير التي تمنح الفرد دورا فعالا في تنظيم وتجهيز ومعالجة المعرفة العقلية المناسبة والمدرّكة .

وقد خلاصا إلى إن **المهارة المعرفية** هي : قدرات وإمكانات ووسائل عقلية لدى الفرد تساعد على التحكم بالمواقف والسيطرة البارة عليها وتضيف ما لديه من معرفة وتوظيفاً ملائماً للإبداع وحل المشكلات التي تواجهه في سياقات حياته المختلفة.

وعرفها " منصور " على أنها عمليات عقلية محددة نمارسها ونستخدمها عن قصد في معالجة المعلومات والبيانات لتحقيق أهداف تربوية متنوعة تتراوح بين تذكر معلومات ووصف الأشياء وتدوين الملاحظات إلى تنبأ بالأمور وتصنيف الأشياء وتقديم الدليل وحل المشكلات والوصول إلى استنتاجات (منصور، 2017، صفحة 140)

و هي أيضا مهارات عقلية تستخدم في جمع المعلومات وتحليلها بغرض حل المشكلات التي تواجه الفرد ويمكن للمتعلم استخدام هذه المهارات لتكوين إجابات للأسئلة، وبحث وجهات نظر مختلفة وتفسير ووصف المعلومات (منصور، 2017)

و يعرفها " ويلسون " على أنها تلك العمليات العقلية التي يقوم بها الفرد من أجل جمع المعلومات وحفظها وتخزينها، وذلك من خلال إجراءات التحليل والتخطيط والتقييم للوصول إلى استنتاجات وصنع القرارات . ويعرفها " بوجار " على أنها عبارة عن سلسلة من النشاطات العقلية التي يقوم بها الدماغ عندما يتعرض لمثير ويتم استقباله عن طريق واحد أو أكثر من الحواس الخمس . (بوجار، 2014، صفحة 32).

إجرائيا :

ومنه يمكن تعريف المهارات المعرفية إجرائيا بأنها : القدرة على معالجة المعلومات (سمعيًا وبصريًا) وتفسيرها بالمنطق والاستدلال واسترجاعها من أجل استيعاب المعرفة وتنميتها عند الطلبة الجامعيين وذلك بالاستعانة بموقع اليوتيوب.

– مفهوم الطالب الجامعي يتمثل في :

اصطلاحاً: ويعرّف بأنه ذلك الشخص الذي سمحت له كفاءته العلمية بالانتقال من المرحلة الثانوية أو مرحلة التكوين المهني أو الفني العالي إلى الجامعة تبعاً لتخصصه الفرعي بواسطة شهادة أو دبلوم يؤهله لذلك ، ويعتبر الطالب أحد العناصر الأساسية والفاعلة في العملية التربوية طيلة التكوين الجامعي ، إذ أنه يمثل عددياً النسبة الغالبة للمؤسسة الجامعية. (حنة و مراكب، 2021، صفحة 11).

ويعرف أيضا على أنه من يمتلك قدرات ومهارات ومعارف تحصل عليها في فترة تكوينه بالجامعة وتسند له أهم العمليات التي تعقب النهوض بأمته. (محمد، 1985، صفحة 92).

كما يعرف الطلبة الجامعيون: بأنهم هم مدخلات ومخرجات العملية التعليمية الجامعية. (حنة و مراكب، 2021، صفحة 11).

إجرائيا :

ومنه يمكن تعريف الطالب الجامعي إجرائيا : هو الذي أكمل مرحلة التعليم (الابتدائي والمتوسط والثانوي)، وبدأ بالمرحلة الدراسية الجامعية وهي من أهم مراحل حياته التي تعمل على صقل معارفه المختلفة وتنمية مهاراته المعرفية مستعينا في ذلك بموقع اليوتيوب .

رابعا: علاقة شبكات التواصل الاجتماعي بالمهارات المعرفية :

تعدّ شبكات التواصل الاجتماعي الملتقى المفضل لمعظم المستخدمين، وقد تطورت هذه الوسائل حتى أصبح مستخدموها بأعداد هائلة ، وذلك لكثرة برامج هذه المواقع وتنوعها، وسهولة تبادل المعلومات من خلالها، ويسر الوصول إليها، ولقد تطور استخدام وتوظيف شبكات التواصل الاجتماعي ولم يعد قاصرا على الاستخدامات الشخصية فقط بل تعداه إلى الجوانب التعليمية التعلمية، وقد بدأت الكثير من المؤسسات في توظيف هاته المواقع في الاتصال والتواصل مع الأفراد كما استخدمتها الحكومات لنشر البيانات والمعلومات ونشر الوعي في مختلف المجالات التعليمية والصحية وغيرها، إلا أن العديد من شبكات التواصل الاجتماعي لها أثر واضح في التعليم وذلك في ضوء ما توفره هذه الشبكات من خصائص تتمثل في سهولة الاتصال وتوفير العديد من المعارف التي يمكن أن يستفيد منها الطلبة خاصة في تحصيلهم الدراسي والذي يعد من أهم المتغيرات في العملية التعليمية بحيث يمثل المعلومات والمهارات المكتسبة في المواضيع الدراسية لدى الطالب، ومنه ندرك أن توظيف شبكات التواصل الاجتماعي يؤثر في التحصيل الدراسي للطلبة بحيث يساهم في تطوير قدراتهم، وينمي ويحسن معارفهم حيث أنّ هاته الشبكات تساهم في إيجاد بيئة تعليمية إيجابية تفاعلية ، كما تعزز اعتماد الطلبة على أنفسهم في الحصول على المعرفة . (الكريع، 2015، صفحة 6 إلى 47)

ومنه تبين للطلابتين أن موقع اليوتيوب أحد شبكات التواصل الاجتماعي التي تحوي كمّا هائلا من المعلومات الرئيسة في مختلف المجالات وعلى كافة الأصعدة، كما يحتوي على مجموعة من المواضيع العلمية والمعرفية المهمة للطلبة الجامعيين حيث يمكنهم الدخول إليه واستخدامه في أيّ وقت يشاءون والوصول بثوانٍ معدودة إلى أية معلومة يريدون وفي أي مكان في هذا العالم الافتراضي وذلك يساعدهم على تنمية مهاراتهم المعرفية التي هي

عبارة عن عمليات عقلية محدّدة نمارسها ونستخدمها عن قصد في معالجة المعلومات والبيانات لتحقيق أهداف تربوية متنوعة تتراوح بين تذكر المعلومات ووصف الأشياء وتدوين الملاحظات إلى التنبؤ وتصنيف الأشياء وتقييم الدليل وحل المشكلات والوصول إلى استنتاجات ذات دلالة معرفية.

ومنه فان شبكات التواصل الاجتماعي تأثر بشكل أساسي على العقول والبناء الفكري والمعرفي للطلاب وتهدف إلى تزويد المتلقي بالمعلومة والمعرفة في مختلف نواحي الحياة حيث أنّها تتسم بالتجديد والتبسيط في تقديم الفكر، والعلم وعلى أوسع نطاق كما تسهم في زيادة وعي الطلبة بعملية التعلم وتنمية قدراتهم على المراقبة والاستماع والإنصات والتفاعل الإيجابي مع المعرفة كالتفكير المسموع، وتسجيل المعلومات والملاحظات وتحديد نقاط الضعف والقوة ومحاولة تحسين الأداء .

المبحث الثاني: مدخل نظري للدراسة :

أولاً: نظرية الاستخدامات والإشباع:

تهتم نظرية الاستخدامات والإشباع بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة فخلال عقد الأربعينيات من القرن العشرين أدى إدراك عواقب الفروق الفردية، والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين جماهير ووسائل الإعلام وكان ذلك تحولاً من رؤية الجماهير على أنّها عنصر سلبي غير فعال إلى رؤيتها على أنّها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل ومضمون ومفضل من وسائل الإعلام وكانت النظريات المبكرة مثل نظرية الآثار الموحدة، أو الرصاصة السحرية ترى الجماهير عبارة عن كائنات سلبية ومنفصلة، وتتصرف بناء على نسق واحد أمّا وقد اتضح الدور القوي للمتغيرات في المعرفة والإدراك والثقافات الفرعية فلم يعد ممكناً فهم الجماهير بهذه الطريقة، ويشير "ويرنر"، و"تانكرد" إلى أن البحث في أنواع الاحتياجات التي يحققها استخدام وسائل الإعلام قد بدأ منذ وقت مبكر في الثلاثينيات، حيث أجريت دراسات عديدة من هذا المنظور على : قراءة الكتب ومسلسلات الراديو، والصحف اليومية... الخ وذلك للتعرف على أسباب استخدام الناس لوسائل الإعلام والنتائج التي تترتب على ذلك للرأي العام واستمر الاهتمام بهذه الدراسات في الأربعينيات في أعمال "لازارسفيدل" و"ستاتون" و"بيرلسون" وفي الخمسينيات في أعمال "ريليز" و"فريدسون" و"ماك كوبي" وفي الستينيات في أعمال "شرام" و"باركر" (عريق، 2018، صفحة 76)

ويذهب "ادلستاين" وزملائه إلى أنّ تأسيس نموذج الاستخدامات والإشباع جاء كردّ فعل لمفهوم قوة وسائل الإعلام الطاغية ويضفي هذا النموذج صفة الإيجابية على جمهور وسائل الإعلام فمن خلال منظور الاستخدامات لا تعدّ الجماهير مجرد مستقبلين سلبيين لوسائل الاتصال الجماهيري وإنما يختار الأفراد بوعي وسائل

الاتصال التي يرغبون في التعرض إليها ونوع المضمون الذي يلبي حاجتهم النفسية والاجتماعية من خلال قنوات المعلومات والترفيه المتاحة. (المكاوي و السيد، 1998، الصفحات 239-240)

فروض النظرية:

يرى " كاتز " وزملاؤه أنّ منظور الاستخدامات والإشباع يعتمد على خمسة فروض وهي:

1. جمهور المتلقين هو جمهور نشط، واستخدامه لوسائل الإعلام هو استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة.
2. يمتلك أعضاء الجمهور المبادرة في تحقيق العلاقة بين إشباع الحاجات واختيار وسائل معينة يرى أنها تشبع حاجاته .
3. تنافس وسائل الإعلام مصادر أخرى لإشباع الحاجات.
4. الجمهور وحده هو القادر على تحديد الصورة الحقيقية لاستخدام وسائل الإعلام .
5. الجمهور نفسه هو الذي يحدد الأحكام حول قيمة العلاقة بين الحاجات والاستخدام.
6. الأفراد يستخدمون وسائل الإعلام لحل مشاكلهم فيما يتعلق بالبحث عن المعلومات والاتصال الاجتماعي والتعلم الاجتماعي والتطور.
7. يختار الأفراد من مضمون وسائل الإعلام ما يتناسب مع احتياجاتهم سواء كانت متعلقة بالمعلومات الأساسية أو التسلية أو التعلم. (النبي، 2019، صفحة 42)

الأهداف الرئيسية المحققة من النظرية :

1. السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته.
2. شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال، والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.
3. تأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري. (المكاوي و السيد، 1998، صفحة 241).

استفادة الدراسة من النظرية :

يتم الاستفادة من نظرية استخدامات والإشباع من أجل معرفة آراء واتجاهات الطلبة الجامعيين حول موقع اليوتيوب من خلال نوعية المحتوى الذي يختارونه من أجل التعرض له على مستوى موقع اليوتيوب دون

المواقع الأخرى وهذا ما تشير له النظرية انطلاقاً من الفكرة أن الجمهور هو من يقوم باختيار الوسيلة التي يتعرض لها .

كما يتم الاستفادة من فروض وأهداف نظرية الاستخدامات والإشباع في معرفة مدى استخدام طلبة سنة أولى علوم اجتماعية لموقع اليوتيوب للأغراض التعليمية والإشباع التي يمكن تحقيقها من ذلك، وبما أن طلبة سنة أولى علوم اجتماعية سيقومون باختيار التعرض لليوتيوب بهدف التعلم أي يختارونه بما يناسب اهتماماتهم وهذا يدل على إيجابية الجمهور حيث ركزت النظرية على هذه الميزة وتم وصف الطلبة الجامعيين بالجمهور النشط.

ثانياً: النظرية المعرفية في التعلم :

إن التعلم المعرفي هو ثورة في فهم التعلم والمتعلم وتحويله من فرد سلمي هامشي إلى فرد حيوي نشط فعال، وقد أحدثت هذه النظرية تحويلات فهمية وتخطيطية ، وتصميمية في التعلم والأدوار المختلفة أدت إلى احترام ذهن المتعلم ، وتفكيره وتوقعاته بعد أن كان مهمشاً متدني القيمة .

وقد جاءت هذه النظرية تلبية واستجابة إلى صوت علم النفس المعرفي الذي بدأ ظهوره في عام 1967 على يد العالم الأمريكي اليريكنايزر أول من كتب كتاباً في علم النفس المعرفي . ويعرف جاردر علم النفس المعرفي بأنه: تلك الجهود التجريبية للإجابة عن الأسئلة المعرفية الموجودة قديماً والمرتبطة بأساليب حصول الإنسان على المعرفة . (قطامي، 2013، صفحة 19)

وقد بدأ المتحمسون لهذا الاتجاه في الخمسينيات من القرن العشرين بجهود عظيمة تناولت دراسة عدد العناصر التي يمكن للدماغ الاحتفاظ بها في وحدة زمنية محددة والأسلوب الذي تتم به معالجة المعلومات وطبيعة العمليات الذهنية التي تسود الفرد في معالجته للخبرات المعرفية من عمليات حسية حركية إلى عمليات مادية مجردة وإدراك الأشكال البصرية الحسية إلى عمليات التصور الذهني للقضايا

ومما حاول علماء النفس دراسته هو صورة الخطوات الذهنية التي يستخدمها المتعلم في أثناء حله لمشكلة تعرض بإحدى القنوات المعرفية في فترة زمنية محدودة . ومنذ لحظة استقبالها إلى أداء ظاهر . وقد حاول العلماء في مثل هذه الدراسات وصف كل ما يقوم به المتعلم منذ لحظة مواجهة المنبه إلى أن يصل إلى حالة الأداء الظاهرة وتسجيل كل ما تتم ملاحظته بالتفصيل وقد كانت هذه إحدى الأساليب التي يمكن تقصي بها كل جزء من أجزاء أسلوب معالجة كل متعلم . (قطامي، 2013، صفحة 20)

والنظرية المعرفية معنية بالعمليات الذهنية والمعالجات والتدخلات المستمرة في موضوع التعلم (التفكير فيه) بهدف تنظيمه وإدماجه في بيئة التعلم المعرفية ، وتفترض النظرية المعرفية أن التعلم المعرفي (التفكير) هو نتيجة لمحاولة الفرد الجادة لفهم العامل المحيط به عن طريق استخدام أدوات التفكير المتوافرة لديه وتختلف نوعية وكمية المادة العلمية التي يستوعبها الفرد ويمثلها باختلاف الآراء والمعتقدات والمشاعر والتوقعات فعلى سبيل المثال قد يحضر طالبان درسا ما ولكن يختلف كل منهما في مدى فهمه وكيفية استيعابه للهدف أو الدرس باختلاف خلفية وأسلوب التعلم وطريقة معالجة الطالب للمادة المعروضة أمامه.

كما تفترض النظرية المعرفية أن الفرد نشط حيث يبادر إلى ممارسة الخبرات التي تقود إلى التعلم ويبحث عن المعلومات المتعلقة بحل المشكلة ويعيد تنظيم وترتيب ما لديه من معلومات وخبرات لتحصيل واستدخال التعلم الجديد وبديل من إن يكون سلبيا محكوما بأحداث البيئة المحيطة فان المتعلم يختار ويقرر ويمارس وينتبه ويتجاهل ويجري استجابات أخرى بحوية من اجل تحقيق الهدف (تحقيق الفهم) (قطامي، 2013، صفحة 32)

فروض النظرية:

تقوم النظرية المعرفية على :

1. أن الإنسان كائن حي ديناميكي يتفاعل مع بيئته تارة مؤثرا وتارة متأثر لإيجاد حالة من التوازن.
2. أهمية التفاعل الديناميكي بين المتعلم وبيئته في عملية التعلم.
3. يستند التعلم إلى طريق فهم وإدراك معنى الفكر المبتكر.
4. إعادة تنظيم الخبرات السابقة بطريقة جديدة.
5. أهمية التعلم الوظيفي.
6. التعلم بتأثير القدرات العقلية للمتعلم على وفق إمكانية استخدام أنماط التفكير المتنوعة ومنها : التفكير الاستقرائي والتفكير الاستكشافي. (فشار، 2019، صفحة 502)

الاستفادة من النظرية :

ساعدتنا النظرية في معرفة أهم المهارات المعرفية للتعلم بحيث وجهتنا لأهم الأبعاد التي تخدم دراستنا من خلال فروض وأهداف النظرية حيث أنها تنص على أن التعلم قائم على الإدراك والاستبصار وفهم المعنى وتذكره وموقع اليوتيوب يوفر البيئة التي تخدم هاته المهارات وساهم في تنميتها .

المبحث الثالث: الدراسات السابقة:

تعتبر الدراسات السابقة الركيزة الأساسية لبداية كل دراسة فمنها يمكننا اخذ فكرة عن كيفية بناء دراستنا الحالية التي بعنوان : توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية المهارات المعرفية لدى الطلبة الجامعيين، وكأي دراسة اعتمدت الدراسة الحالية على جملة من الدراسات السابقة نذكر منها :

الدراسة الأولى:

عنوان الدراسة : درجة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بصفتها أداة للتعليم والتعلم لدى طلبة الجامعات الأردنية والإشباع المتحققة (دراسة ميدانية)

نوع الدراسة: رسالة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام (تخصص الإعلام)

اسم ولقب الباحثة : أماني إبراهيم زوانه.

المنهج المتبع : المنهج الوصفي

عينة الدراسة: بلغت عينة الدراسة 400 مفردة من الطلبة في الجامعات الأردنية وهي عينة عشوائية ولكنها طبقية.

أداة البحث: الاستبانة

نتائج الدراسة:

1. احتل الموقع الالكتروني في الجامعات المبحوثة الخيار الأول في استخدامات الطلبة في البحث عن المعلومة الدراسية وفيما يتعلق بشبكات التواصل الاجتماعي فقد احتلت شبكة اليوتيوب المرتبة الأولى تلتها شبكة الفيسبوك ثم تويتر على التوالي
2. إن استخدام اليوتيوب كوسيلة للبحث عن المعلومات والمهارات أعلى رتبة أما استخدام يوتيوب في إنشاء قناة لتقديم التعليم من خلال الفيديو والتفاعل حوله برتبة متوسطة
3. فيما يتعلق بالإشباع المحققة فقد كانت فترة زيادة القدرة لفهم المواد الدراسية في المرتبة الأولى تلتها تعزيز المهارات الاتصالية مرتبة ثانية ثم زيادة مستوى التواصل مع الجامعة في المرتبة التالية.

الدراسة الثانية:

عنوان الدراسة :مستوى المهارات المعرفية لدى الطالب المعلم بالجامعة بالمملكة العربية السعودية

نوع الدراسة:مقال من مجلة كلية التربية جامعة عين الشمس

اسم ولقب الباحث: د. محمد بن عبد الله آل مرعي

المنهج المتبع : المنهج الوصفي الإرتباطي

عينة الدراسة: طلبة من جامعة نجران من قسم الرياضيات وقسم اللغة الانجليزية والمستوى الاول والثاني لطلاب قسم التربية الخاصة وطلاب السنة الرابعة وتكونت عينة الدراسة من 164 طالب وطالبة

أداة البحث: اختبار القدرات المعرفية مجزأه اللفظي والكمي

نتائج الدراسة:

1. أن مستوى المهارة المعرفية ببعديها اللفظي والكمي لدى طلاب التخصصات التربوية في جامعة نجران كان محبطاً لأنه جاء في مستوى دون المتوسط
2. لقد غلب على أساليب التعليم والتعلم نتيجة لذلك أسلوب المحاضرة والتلقين بهدف النجاح فقط ولذلك فان معظم مهارات العقل العليا لا تستخدم أصلاً في المجال العقلي الذي يعمل ليتجاوز الحفظ والاسترجاع.
3. وقد توصلت الدراسة إلى وجود ثلاث علاقات ارتباطيه موجبة ودالة إحداها بين جزئية الاختبار اللفظي والكمي والثانية والثالثة بين اختبار القدرات العامة السعودي من جهة وبين كل من الاختبار اللفظي والكمي على التوالي .

الدراسة الثالثة :

عنوان الدراسة : اثر استخدام اليوتيوب والفيسبوك في تحصيل طلبة الجامعة الأردنية لمرحلة البكالوريوس في مادة اللغة الانجليزية

نوع الدراسة :مقال من مجلة العربية لضمان جودة التعليم الجامعي

اسم ولقب الباحث: ا. محمد فرج صالح العبد اللات

المنهج المتبع : شبه التجريبي

عينة الدراسة: تم اختيار أفراد الدراسة بالطريقة القصدية لتوفر الإمكانيات المطلوبة لهذه الدراسة من طلاب وطالبات الجامعة الأردنية لمرحلة البكالوريوس ، وتم اختيار المجموعات بطريقة عشوائية بلغ عدد أفراد الدراسة 77 طالب قسموا عشوائيا إلى 3 مجموعات الأولى ضابطة عددها 34 طالبا درسوا باستخدام الطريقة الاعتيادية والثانية

تجريبية وعددها 43 طالبا موزعين إلى 16 طالبا تم تدريسهم باستخدام طريقة اليوتيوب و 27 طالبا تم تدريسهم باستخدام طريقة الفيسبوك

أدوات البحث: المادة التعليمية المصممة بطريقة اليوتيوب ، الفيسبوك واختبار التحصيل الدراسي

نتائج الدراسة:

1. وجود اثر كبير في التحصيل الدراسي لمادة اللغة الانجليزية لدى طلبة الجامعة الأردنية يعزى لمتغير طريقة التدريس لصالح المجموعة التجريبية التي درست باستخدام اليوتيوب والفيسبوك وهذا يشير إلى اثر استخدام اليوتيوب والفيسبوك في تدريس مادة اللغة الانجليزية لدى طلبة الجامعة الأردنية
2. وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المقبول من جهة وكل من الجيد والجيد جدا والممتاز من جهة أخرى وجاءت الفروق لصالح كل من الجيد والجيد جدا والممتاز ويعزى لطريقة التدريس لصالح المجموعة التجريبية التي درست باستخدام اليوتيوب والفيسبوك وهذا يشير إلى اثر استخدام اليوتيوب والفيسبوك
3. وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى الخبرة الكبيرة من جهة وكل من القليلة والمتوسطة من جهة أخرى وجاءت الفروق لصالح مستوى الخبرة الكبيرة يعزى لطريقة التدريس لصالح المجموعة التجريبية التي درست باستخدام اليوتيوب والفيسبوك وهذا يشير إلى اثر استخدام اليوتيوب والفيسبوك.

التعقيب على الدراسات السابقة :

نلاحظ أن الدراسات السابقة ذات علاقة بدراستنا الحالية ، إذ تشترك معها في متغير أساسي والذي هو شبكات التواصل الاجتماعي حيث ركزت هذه الدراسات على اثر استخدام مواقع التواصل بصفة عامة على التحصيل الدراسي، لم تكن دراسات تتناول موضوع اليوتيوب تحديدا وكذا المهارات المعرفية إلا دراسة د. محمد آل عبد الله آل مرعي الذي شاركنا معه في بعض النقاط حيث انه تكلم عن المهارات المعرفية بصفة عامة.

ساعدت هذه الدراسات بالإحاطة بأبعاد موضوع دراستنا وساعدتنا من حيث بعض الجوانب النظرية والإجراءات المنهجية كما ساهمت بعض دراسات في عملية صياغة أسئلة الاستبيان وطريقة التحليل الإحصائي للبيانات .

خلاصة الفصل الأول :

خلال هذا الفصل إلى الإشكالية وأهمية وأهداف الدراسة وكذا تحديد المفاهيم الأساسية للدراسة التي تمثلت في شبكات التواصل الاجتماعي وهي عبارة عن مجموعة من صفحات الويب التي تسهل التفاعل النشط بين الأعضاء المشتركين بها ومن أهم هذه الشبكات موقع اليوتيوب وكذا مفهوم المهارات المعرفية التي هي عبارة عن عمليات عقلية محددة نمارسها عن قصد في معالجو المعلومات وتنمية القدرة على المعالجة السمعية والبصرية وقدرة ذكاء كما تمّ التطرق لمفهوم الطالب الجامعي كما تمّ صياغة مفاهيم إجرائية لكل مفهوم من متغيرات الدراسة، كما تم توضيح العلاقة بين المتغيرات حيث تبين أن شبكات التواصل الاجتماعي تؤثر بشكل أساسي على العقل والبناء الفكري والمعرفي للطالب الجامعي إضافة إلى توضيح أهم النظريات المعتمدة في الدراسة الحالية وتمثلت في كل من نظريات الاستخدامات والإشباع والنظرية المعرفية في التعلم كما تمّ تناول دراسات سابقة لها علاقة بمتغيرات الدراسة الحالية وبهذا يعتبر هذا الفصل نقطة انطلاق توضح للطالبين المعالم المنهجية الأساسية التي تسهل عليهما إتمام دراستهما الحالية وفق قواعد المنهج العلمي وذلك بغية التحقق من فروض الدراسة والوصول إلى نتائج صادقة ودقيقة .

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية

تمهيد:

يعد الجانب الميداني خطوة هامة من خطوات البحث العلمي، فبعد تناول الجانب النظري الذي تم فيه تحديد مشكلة الدراسة وفروضها وأهميتها والهدف منها، وكذا تحديد مفاهيمها ومتغيراتها، إلا أنه لا يمكن الوصول إلى نتائج واقعية عن موضوع الدراسة إلا إذا تم النزول للميدان للحصول على معطيات حقيقية يمكن من خلالها اختبار فروض الدراسة والتحقق منها.

ومنه سنتناول في هذا الفصل :

المبحث الأول : يتضمن الطريقة والتي تتمثل في مجتمع وعينة الدراسة وتحديد المتغيرات وطرق قياسها ثانيا أدوات جمع البيانات والأساليب الإحصائية المستخدمة والبرامج المستخدمة في معالجة المعطيات .

المبحث الثاني : يتضمن النتائج والمناقشة يتم فيها عرض النتائج والاستخدام الوسائل التوضيحية (الجداول والأشكال) أما في المناقشة يتم عرض تحليل تفسير المعطيات وربط النتائج بالفرضيات ومقارنتها والتوصل إلى الاستنتاجات والحلول.

المبحث الأول : الطريقة والأدوات

أولا : الطريقة

مجتمع الدراسة :يتمثل مجتمع الدراسة في طلبة سنة أولى علوم اجتماعية بجامعة الشهيد حمة لخضر الوادي والذي يبلغ عددهم 475 طالبا .

عينة الدراسة:

تعتبر العينة من أهم المحاور التي يستخدمها الباحث خلال بحثه، فاختيار العينة بشكل جيد يساعد على التوصل إلى نتائج ذات مصداقية عالية ، وبشكل عام تعرف العينة بأنها مجموعة من الأفراد تؤخذ من المجتمع الأصلي بحيث تكون ممثلة له تمثيلا صادقا (بوداود و احمد، 2009، صفحة 68)

وقد تم تحديد عينة الدراسة الحالية بمجموعة من طلبة سنة الأولى علوم اجتماعية من كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، وتم اختيارهم عن طريق العينة القصدية بحيث تتوفر فيهم ميزة استخدام موقع اليوتوب لتطوير معارفهم ومهاراتهم المعرفية في مساهمهم الدراسي وتعرف العينة القصدية بأنها العينات التي يتم انتقاء أفرادها بشكل مقصود من قبل الباحث نظرا لتوافر بعض الخصائص في أولئك الأفراد دون غيرهم ولكون تلك الخصائص هي من الأمور الهامة بالنسبة للدراسة (عبيدات، ابو نصار، و مبيضين، 1999، صفحة 96) .

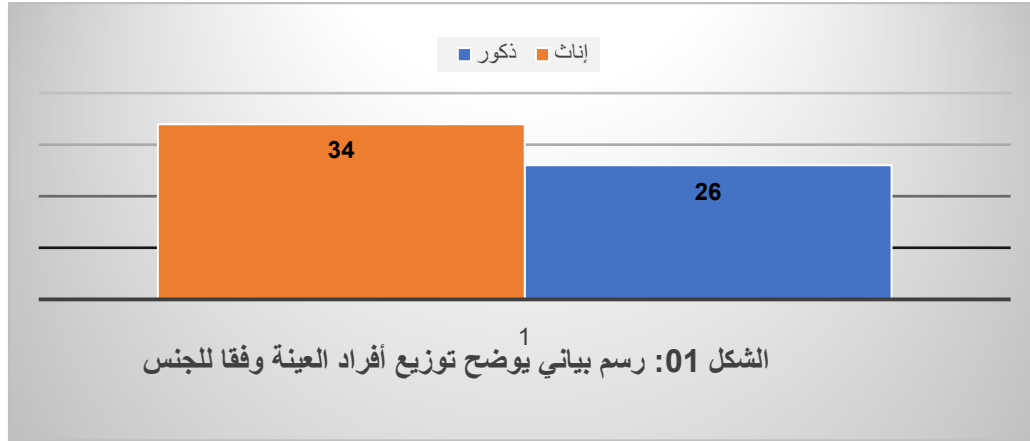
تحديد العينة:

تم تحديد أفراد العينة من المجتمع الأصلي المكون من 475 طالبا يدرسون في سنة أولى علوم اجتماعية بـ 60 طالبا وطالبة تم اختيارهم عن طريقة العينة القصدية .

1- توزيع عينة الدراسة:

جدول (01): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الجنس

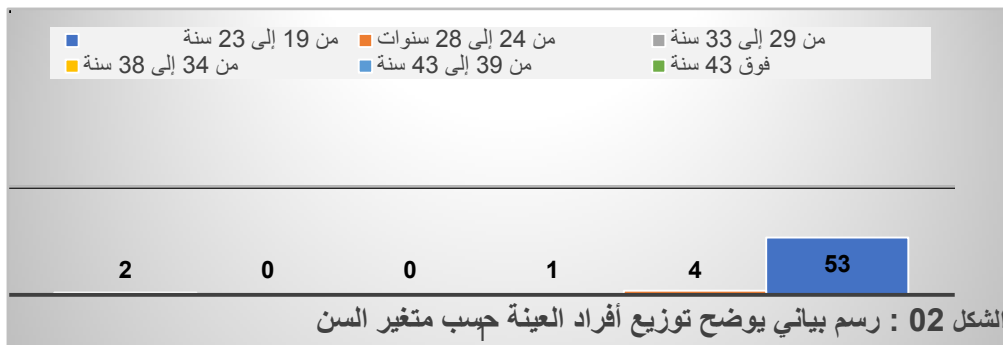
الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكور	26	43%
إناث	34	57%
المجموع	60	100%



يتضح من الجدول رقم (01) أن عينة الدراسة غير متساوية بين الجنسين حيث تكونت من 60 طالب وطالبة من كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية بجامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي مقسمين على: 26 ذكور بنسبة (43%) و 34 إناث بنسبة (57%). ويرجع ارتفاع نسبة الإناث على الذكور بسبب أن فئة الإناث تفضل دراسة التخصصات الأدبية كتخصص العلوم الاجتماعية مقارنة بتفضيل الذكور للتخصصات العلمية وكذلك نسبة النجاح في البكالوريا عند الإناث أكثر من الذكور .

جدول (2) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب السن

النسبة المئوية	التكرار	سنوات الخبرة
89%	53	من 19 إلى 23 سنة
7%	4	من 24 إلى 28 سنوات
1%	1	من 29 إلى 33 سنة
00%	00	من 34 إلى 38 سنة
00%	00	من 39 إلى 43 سنة
3%	2	فوق 43 سنة
100%	60	المجموع



من خلال الجدول رقم (02) نجد أن الفئة العمرية من 19 إلى 23 سنة من طلبة أولى علوم اجتماعية هي الفئة الغالبة على عينة الدراسة حيث تمثل (89%) بعدد يقدر بـ: (53) طالب، تليها فئة من 24 إلى 28 سنة حيث يقدر عددهم بـ: (4) طلبة بنسبة (7%)، ثم فئة أكبر من 43 سنة بعدد يقدر بـ: (2) طلبة بنسبة (3%) تليها فئة من 29 إلى 33 سنة حيث يقدر عددهم بـ: (1) طالب بنسبة (1%)، فيما نرى غياب الفئات العمرية من 34 إلى 38 سنة ومن 39 إلى 43 سنة من عينة الدراسة. ويرجع ارتفاع نسبة الفئة العمرية من [19-23] لأنه العمر المناسب لهذه المرحلة الدراسية

جدول (03): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الإقامة

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
65%	39	ريف
35%	21	حضر
100%	60	المجموع

يتضح من الجدول رقم (03) أن فئة الطلبة الذين يسكنون الريف أكثر من الذين يسكنون الحضر وتكونت من (60) طالب وطالبة من كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية بجامعة الشهيد حمه الحضر بالوادي مقسمين على: (39) يسكنون الريف بنسبة (65%) و(21) يسكنون الحضر بنسبة (35%).

تحديد متغيرات الدراسة :

من العناصر المنهجية التي يجب على الباحث فهمها ، يأتي المتغير البحثي الذي هو خاصية مقاسة أو عشوائية تختلف باختلاف العناصر وهو الظاهرة أو الحالة التي تأخذ عدة قيم مختلفة ويعرف المتغير البحثي بأنه مفهوم تطبيقي له أكثر من قيمة واحدة أو قيمتين فأكثر، وتبعاً لهذا التعريف تعدد أنواع المتغيرات التي تستخدم في بناء العلاقات الفرضية وصياغة التعميمات. (المشهداني، 2019)

والمتغيرات في البحث العلمي لا تخرج عن كونها نوعان :

المتغير المستقل : هو المتغير المراد أن نتعرف على أثره ويقال عنه السبب أو العوامل المؤثرة.

المتغير التابع: وهو الذي نريد أن نعرف مقدار التأثير عليه ويقال عنه النتيجة أو العوامل المتأثرة . (المشهداني، 2019)

والمتغير المستقل في دراستنا الحالية هو: شبكات التواصل الاجتماعي (موقع اليوتيوب)

أما المتغير التابع فهو : المهارات المعرفي

ثانيا : أدوات جمع البيانات

الاستبيان:

للقيام بأي بحث علمي يجب على الطالب استعمال وسائل معينة تمكنه من الوصول إلى المعلومات اللازمة التي تساعد على معرفة واقع وميدان الدراسة، وقد تم استخدام الاستبيان كأداة لجمع البيانات ويمكن تعريف الاستبانة على أنها أداة للحصول على البيانات والمعلومات والحقائق المرتبطة بواقع معين أو ظاهرة محددة وذلك في ضوء مجموعة من الأسئلة يطلب من المبحوثين اللذين توجه لهم استمارة الاستبيان الإجابة عليها. (المشهداني، 2019)

فتضمن الاستبيان المخصص لهاته الدراسة على 37 بندا موزعا على ثلاثة محاور رئيسية :

أولا: محور البيانات الشخصية يضم : الجنس، السن ، مكان الإقامة.

ثانيا: الاستخدامات والإشباعات والدوافع المحققة من استخدام أفراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي .

ثالثا: اثر موقع اليوتيوب في تنمية المهارات المعرفية لدى عينة الدراسة، مقسم إلى 04 اجزاء :

-معالجة المعلومات

-المنطق والاستدلال

-المعالجة السمعية والبصرية

-الذاكرة

-أراء العينة الدراسة حول استخدام موقع اليوتيوب في تحصيلهم العلمي

الخصائص السيكمترية لأدوات الدراسة:

لا يمكن للطالب أن يستخدم أداة لجمع البيانات على عينة دراسته إلا إذا تأكد من صلاحية تلك الأداة للتطبيق ، وذلك من خلال التأكد من خصائصها السيكمترية مما يجعله فيما بعد يثق من النتائج المتحصل عليها بواسطة تلك الأداة .

صدق الاستبيان :

يعد الصدق من أهم الشروط التي يتطلب توافرها في الاختبار أو المقياس قبل تطبيقه لأنه يشير إلى قدرة المقياس أو الاختبار في قياس ما وضع من اجل قياسه ز (الزويبي، 1981، صفحة 39)

ولغرض التحقق من صدق أدوات الدراسة تم اختيار صدق الاتساق الداخلي ، حيث تم حساب معامل الارتباط بيرسون بين درجة البعد ودرجة الكلية على المقياس وذلك باستخدام البرنامج الإحصائي spss28

وفيما يلي توضيح للنتائج المتحصل عليها بعد حساب الاتساق الداخلي :

الصدق:

جدول (04): يوضح قيمة ودلالة الارتباط لصدق الاتساق الداخلي

الأبعاد	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
الاستخدامات والإشاعات والدوافع المحققة من استخدام أفراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي	0.64	0.01
القدرة على معالجة المعلومات	0.69	0.01
القدرة على المنطق والاستدلال	0.72	0.01
القدرة على المعالجة السمعية البصرية	0.62	0.01
القدرة على الذاكرة	0.56	0.01
آراء عينة الدراسة حول استخدام موقع اليوتيوب في تحصيلهم العلمي	0.74	0.01

يتضح من الجدول رقم (04) أن معاملات الارتباط تتراوح ما بين (0.62 و 0.74) حيث يأتي أعلى معامل ارتباط لدى بعد آراء عينة الدراسة حول استخدام موقع اليوتيوب في تحصيلهم العلمي بقيمة (0.74)، ثم تليها

القدرة على المنطق والاستدلال بقيمة (0.72)، ثم يأتي بعد القدرة على معالجة المعلومات بمعامل ارتباط قدره (0.69)، يليه بعد الاستخدامات والإشبعات والدوافع المحققة من استخدام أفراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي بقيمة (0.64)، ثم بعد القدرة على المعالجة السمعية البصرية بمعامل ارتباط قدره (0.62)، وأخيرا يأتي بعد القدرة على الذاكرة بقيمة ارتباط تقدر بـ: (0.56)، وهي جميعها قيم دالة عند مستوى الدلالة 0.01 أي أن هناك ارتباط قوي بين درجات الأبعاد والدرجة الكلية للاستبيان، مما يدل على صدق المقياس في اتساقه الداخلي.

ومعنى ذلك أن الاستبيان يتمتع بدرجة مقبولة من الصدق فهذه المعاملات مرتفعة بالقدر الذي يسمح لنا بقبولها واعتبار المقياس صادق.

ثبات الاستبيان :

الثبات يعني إن الاختبار ثابت فيما يعطي من النتائج إذ ما أعيد تطبيقه على نفس المجموعة من الأفراد في مرحلتين متلاحقتين وكانت النتائج متشابهة (اليساوي، 2003، صفحة 335)

ولغرض التحقق من ثبات الاستبيان استخدمت هاته الدراسة من الثبات بطريقة التناسق الداخلي للبنود (ألفاكرونباخ)، وذلك باستخدام البرنامج الإحصائي spss28 حيث تم التحصل على النتائج المدونة في الجدول التالي:

جدول (05): يوضح قيمة ودلالة الثبات بالاتساق الداخلي

الأبعاد	ألفاكرونباخ	الدلالة
الاستخدامات والإشبعات والدوافع المحققة من استخدام أفراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي	0.72	دال إحصائيا
القدرة على معالجة المعلومات	0.69	دال إحصائيا
القدرة على المنطق والاستدلال	0.71	دال إحصائيا
القدرة على المعالجة السمعية البصرية	0.82	دال إحصائيا
القدرة على الذاكرة	0.84	دال إحصائيا
آراء عينة الدراسة حول استخدام موقع اليوتيوب في تحصيلهم العلمي	0.70	دال إحصائيا
الاستبيان	0.77	دال إحصائيا

يتضح من الجدول رقم (05) أن معاملات ثبات تتراوح ما بين (0.69 و 0.84) حيث يأتي أقل قيمة للثبات في بعد القدرة على معالجة المعلومات بقيمة (0.69)، تليها قيمة الثبات أراء العينة الدراسة حول استخدام موقع اليوتيوب في تحصيلهم العلمي بقيمة (0.70)، ثم يأتي بعد القدرة على المنطق والاستدلال بقيمة ثبات (0.71)، يليه بعد الاستخدامات والإشباعات والدوافع المحققة من استخدام أفراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي بقيمة (0.72)، ثم يأتي بعد القدرة على المعالجة السمعية البصرية بقيمة ثبات (0.82)، وأقوى قيمة ثبات كانت لبعد القدرة على الذاكرة، أما قيمة الثبات الكلية للاستبيان قدرت بـ: (0.77)، وهذا يعني أن الاستبيان يتمتع بدرجة عالية من الثبات.

ومعنى ذلك أن الاستبيان يتمتع بدرجة عالية من الثبات فهذه المعاملات مرتفعة بالقدر الذي يسمح لنا بقبولها واعتبار الاستبيان ثابت.

الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

يعتمد تحليل البيانات على مجموعة من الأساليب الإحصائية، للإحصاء الوصفي والاستدلالي، ولقد تم الاعتماد في معالجة البيانات على برنامج الرزم الإحصائية في العلوم الاجتماعية SPSS

وقد تم تطبيق الأساليب الإحصائية التالية :

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والنسبة المئوية لحساب البيانات الشخصية لعينة الدراسة، وتم حساب النسبة المئوية وفق المعادلة الموضحة كالتالي :

$$\text{النسبة المئوية} = \frac{\text{التكرارات}}{\text{الأفراد عدد}} \times 100$$

معامل ألفا كرونباخ لحساب ثبات التناسق الداخلي للاستبيان .

اختبارات تست لقياس رأي عينة الدراسة في مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية المهارات المعرفية، وكذلك قياس الفروق عند عينة الدراسة حسب كل متغير الجنس، السن مكان الإقامة.

المبحث الثاني: النتائج والمناقشة

أولاً: النتائج

1- التحقق من الفرضية الأولى:

والتي تنص على أنه: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استخدامات أفراد العينة لليوتيوب تبعاً لمتغير الجنس وللتحقق من ذلك تم تطبيق اختبار **T. Test** لعينتين مستقلتين والجدول الآتي يوضح ذلك:

جدول رقم (06): يوضح قيمة اختبار (ت) للفروق بين متوسطي درجات إجابات عينة الدراسة على استخدامات اليوتيوب تبعاً لمتغير الجنس

الجنس	العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة F	مستوى الدلالة	قيمة T	درجة الحرية	مستوى الدلالة	القرار
ذكور	26	11.5	1.72	0.00	0.99	1.23	58	0.22	غير دالة
إناث	34	12.05	1.73						

يتضح من الجدول رقم (06) أن قيمة اختبار (ليفين Leven test) لتجانس التباين قدرت بـ: (0.00) عند مستوى الدلالة sig(0.99) وهي قيمة أكبر من (0.05)، وهذا ما يدل على أن الفرق غير دال إحصائياً، وعليه نقبل الفرضية الصفرية التي تنص على عدم وجود تباين في التجانس أي أن المجموعتين متجانستين، كما أن القيمة المطلقة لاختبار **T. test** للفروق بين المتوسطات قدرت بـ: (1.23) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة sig(0.05)، وعليه نرفض الفرضية البديلة القائلة بوجود فروق ذات دلالة إحصائية في استخدامات أفراد العينة لليوتيوب تبعاً لمتغير الجنس ونقبل الفرضية الصفرية التي تنص على أي أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استخدامات أفراد العينة لليوتيوب تبعاً لمتغير الجنس.

2- التحقق من الفرضية الثانية:

والتي تنص على أنه: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استخدامات أفراد العينة لليوتيوب تبعاً لمتغير السن وللتحقق من ذلك تم تطبيق اختبار **ANOVA** وأنفاجول الآتي يوضح ذلك:

جدول رقم (07): يوضح قيمة اختبار (ت) للفروق بين متوسطي درجات إجابات المفحوصين على استخدامات اليوتيوب تبعاً لمتغير السن

القرار	مستوى الدلالة	قيمة F	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	
غير دالة	0.533	0.739	2.271	3	6.814	بين المجموعات
			3.074	56	172.170	داخل المجموعات
			/	59	178.983	المجموع

يتضح من الجدول رقم (07) أن قيمة F قدرت بـ: (0.739) وهي قيمة غير دالة إحصائياً حيث أن مستوى الدلالة sig يقدر بـ: (0.533) وهو أكبر من (0.05)، وعليه نرفض الفرضية البديلة التي تنص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استخدامات أفراد العينة لليوتيوب تبعاً لمتغير السن، ونقبل الفرضية الصفرية القائلة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استخدامات أفراد العينة لليوتيوب تبعاً لمتغير السن.

3- التحقق من الفرضية الثالثة:

والتي تنص على أنه: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استخدامات أفراد العينة لليوتيوب تبعاً لمتغير مكان الإقامة وللتحقق من ذلك تم تطبيق اختبار **T. Test** لعينتين مستقلتين والجدول الآتي يوضح ذلك:

جدول رقم (08): يوضح قيمة اختبار (ت) للفروق بين متوسطي درجات إجابات المفحوصين على استخدامات اليوتيوب تبعاً لمتغير مكان الإقامة

القرار	مستوى الدلالة	درجة الحرية	قيمة T	مستوى الدلالة	قيمة F	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العينة	الجنس
غير دالة	0.09	58	1.69	0.13	2.30	1.87	11.56	39	ريف
						1.38	12.28	21	حضر

يتضح من الجدول رقم (08) أن قيمة اختبار (ليفين Leven test) لتجانس التباين قدرت بـ: (2.30) عند مستوى الدلالة sig (0.13) وهي قيمة أكبر من (0.05)، وهذا ما يدل على أن الفرق غير دال إحصائياً، وعليه نقبل الفرضية الصفرية التي تنص على عدم وجود تباين في التجانس أي أن المجموعتين متجانستين، كما أن القيمة المطلقة لاختبار (T. test) للفروق بين المتوسطات قدرت بـ: (1.69) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة sig (0.05)، وعليه نرفض الفرضية البديلة القائلة: توجد فروق ذات دلالة

إحصائية في استخدامات أفراد العينة لليوتيوب تبعاً لمتغير مكان الإقامة ونقبل الفرضية الصفرية التي تنص على أي أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استخدامات أفراد العينة لليوتيوب تبعاً لمتغير مكان الإقامة.

التحقق من الفرضية الرابعة:

والتي تنص على أنه: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الإشباع والدوافع من استخدام أفراد العينة لليوتيوب تبعاً لمتغير الجنس وللتحقق من ذلك تم تطبيق اختبار **T. Test** لعينتين مستقلتين والجدول الآتي يوضح ذلك:

جدول رقم (09): يوضح قيمة اختبار T للفروق بين متوسطي درجات إجابات عينة الدراسة على الإشباع والدوافع من استخدام اليوتيوب تبعاً لمتغير الجنس

الجنس	العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة F	مستوى الدلالة	قيمة T	درجة الحرية	مستوى الدلالة	القرار
ذكور	26	6.76	1.36	0.11	0.73	1.06	58	0.29	غير دالة
إناث	34	7.14	1.35						

يتضح من الجدول رقم (09) أن قيمة اختبار (Leven test) ليفين لتجانس التباين قدرت بـ: (0.11) عند مستوى الدلالة sig(0.73) وهي قيمة أكبر من (0.05)، وهذا ما يدل على أن الفرق غير دال إحصائياً، وعليه نقبل الفرضية الصفرية التي تنص على عدم وجود تباين في التجانس أي أن المجموعتين متجانستين، كما أن القيمة المطلقة لاختبار T. test للفروق بين المتوسطات قدرت بـ: (1.06) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة sig(0.05)، وعليه نرفض الفرضية البديلة القائلة بوجود فروق ذات دلالة إحصائية في الإشباع والدوافع من استخدام أفراد العينة لليوتيوب تبعاً لمتغير الجنس ونقبل الفرضية الصفرية التي تنص على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الإشباع والدوافع من استخدام أفراد العينة لليوتيوب تبعاً لمتغير الجنس.

التحقق من الفرضية الخامسة:

والتي تنص على أنه: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الإشباع والدوافع من استخدام أفراد العينة لليوتيوب تبعاً لمتغير السن وللتحقق من ذلك تم تطبيق اختبار أنوفا **ANOVA** والجدول الآتي يوضح ذلك:

جدول رقم (10): يوضح قيمة اختبار ت للفروق بين متوسطي درجات إجابات عينة الدراسة على الإشباعات والدوافع من استخدام اليوتيوب تبعاً لمتغير السن

القرار	مستوى الدلالة	قيمة F	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	
غير دالة	0.866	0.243	0.468	3	1.403	بين المجموعات
			1.921	56	107.580	داخل المجموعات
			/	59	108.983	المجموع

يتضح من الجدول رقم (10) أن قيمة (F) قدرت بـ: (0.243) وهي قيمة غير دالة إحصائياً حيث أن مستوى الدلالة sig يقدر بـ: (0.886) وهو أكبر من (0.05)، وعليه نرفض الفرضية البديلة التي تنص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الإشباعات والدوافع من استخدام أفراد العينة لليوتيوب تبعاً لمتغير السن، ونقبل الفرضية الصفرية القائلة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الإشباعات والدوافع من استخدام أفراد العينة لليوتيوب تبعاً لمتغير السن.

التحقق من الفرضية السادسة:

والتي تنص على أنه: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الإشباعات والدوافع من استخدام أفراد العينة لليوتيوب تبعاً لمتغير مكان الإقامة وللتحقق من ذلك تم تطبيق اختبار **T. Test** لعينتين مستقلتين والجدول الآتي يوضح ذلك:

جدول رقم (11): يوضح قيمة اختبار ت للفروق بين متوسطي درجات إجابات أفراد العينة على الإشباعات والدوافع من استخدام اليوتيوب تبعاً لمتغير مكان الإقامة

الجنس	العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة F	مستوى الدلالة	قيمة T	درجة الحرية	مستوى الدلالة	القرار
ريف	39	6.68	1.41	0.49	0.48	0.89	58	0.37	غير دالة
حضر	21	7.19	1.24						

يتضح من الجدول رقم (11) أن قيمة اختبار ليفين (Leven test) لتجانس التباين قدرت بـ: (0.49) عند مستوى الدلالة sig (0.48) وهي قيمة أكبر من (0.05)، وهذا ما يدل على أن الفرق غير دال إحصائياً، وعليه نقبل الفرضية الصفرية التي تنص على عدم وجود تباين في التجانس أي أن المجموعتين متجانستين، كما أن القيمة المطلقة لاختبار **T. test** للفروق بين المتوسطات قدرت بـ: (0.89) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند

مستوى الدلالة $(0.05)_{sig}$ ، وعليه نرفض الفرضية البديلة القائلة بوجود فروق ذات دلالة إحصائية في الإشباعات والدوافع من استخدام أفراد العينة لليوتيوب تبعاً لمتغير مكان الإقامة ونقبل الفرضية الصفرية التي تنص على أي أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الإشباعات والدوافع من استخدام أفراد العينة لليوتيوب تبعاً لمتغير مكان الإقامة.

جدول رقم (12): يوضح إجابات أفراد العينة على الاستخدامات والإشباعات والدوافع المحققة من استخدام اليوتيوب

المحور	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
الاستخدامات والإشباعات والدوافع المحققة من استخدام أفراد العينة لليوتيوب	60	18.80	2.37	موافق

يتضح من الجدول رقم (12) أن المتوسط الحسابي لمحور الاستخدامات والإشباعات والدوافع المحققة من استخدام أفراد العينة لليوتيوب يقدر بـ: (18.80) بانحراف معياري (2.37)، ومن خلال هذه النتائج نستطيع القول أن أفراد عينة الدراسة والذين يتمثلون في (60) طالب جامعي متوافقون في اختيار الاستخدامات والإشباعات والدوافع المحققة من استخدام أفراد العينة لليوتيوب، وفيما يلي نعرض إجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات المحور بالتفصيل بذكر إجابات كل عبارة منفصلة:

العبارة الأولى:

والتي تنص على: هل تستخدم موقع اليوتيوب، وكانت إجابات أفراد عينة الدراسة كما هو موضح في الجدول الآتي:

جدول رقم (13): يوضح إجابات أفراد العينة على استخدام موقع اليوتيوب

البدايل	التكرار	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
دائماً	17	28%	1.85	0.63	موافق
أحياناً	35	58%			
نادراً	8	14%			
المجموع	60	100%			

نلاحظ من خلال الجدول رقم (13) أن إجابات أفراد عينة الدراسة كانت محصور في ثلاث اختيارات حيث تحصل الخيار الأول (دائما) على تكرار (17) بنسبة مئوية قدرت بـ: (28%)، والخيار الثاني (أحيانا) تحصل على تكرار (35) بنسبة مئوية قدرت بـ: (58%)، أما الخيار الثالث (نادرا) تحصل على تكرار (8) بنسبة مئوية (14%). وهذا يؤكد أن أفراد عينة الدراسة (طلبة الجامعة) لا يستخدمون موقع اليوتيوب بكثرة بل من حيث إلى آخر في ظل وجود شبكات تواصل اجتماعي أخرى تعتبر مفضلة لديهم أفضل من اليوتيوب. وجاءت قيمة المتوسط الحسابي لهذه العبارة مقدرة بـ: (1.85) بانحراف معياري (0.63) وهذا ما يؤكد أن طلبة سنة أولى علوم اجتماعية لا يستخدمون موقع اليوتيوب بدرجة كبيرة.

العبارة الثانية:

والتي تنص على: ما هو معدل الساعات التي تقضيها في تصفح ومشاهدة مقاطع الفيديو على موقع اليوتيوب، وكانت إجابات أفراد عينة الدراسة كما هو موضح في الجدول الآتي:

جدول رقم (14): يوضح إجابات أفراد العينة على معدل الساعات التي تقضيها على اليوتيوب

البدائل	التكرار	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
أقل من ساعة	33	55%	1.61	0.76	موافق
من ساعة إلى 4 ساعات	17	28%			
أكثر من 4 ساعات	10	17%			
المجموع	60	100%			

نلاحظ من خلال الجدول رقم (14) أن إجابات أفراد عينة الدراسة كانت محصور في ثلاث اختيارات حيث تحصل الخيار الأول (أقل من ساعة) على تكرار (33) بنسبة مئوية قدرت بـ: (55%)، والخيار الثاني (من ساعة إلى 4 ساعات) تحصل على تكرار (17) بنسبة مئوية قدرت بـ: (28%)، أما الخيار الثالث (أكثر من 4 ساعات) تحصل على تكرار (10) بنسبة مئوية (17%). واجتمعت إجابات أفراد عينة الدراسة (طلبة سنة أولى علوم اجتماعية) على تصفح ومشاهدة مقاطع الفيديو على موقع اليوتيوب في أقل من ساعة وهذا هو المعدل الطبيعي لارتباطاتهم الدراسية، وما يؤكد هذه النتائج هو قيمة المتوسط الحسابي لهذه العبارة الذي يقدر بـ: (1.61) بانحراف معياري (0.76) وهذا ما يؤكد أن معدل مشاهدة وتصفح معظم طلبة سنة أولى علوم اجتماعية لمقاطع الفيديو على اليوتيوب طبيعي.

العبارة الثالثة:

والتي تنص على: ماهو الجهاز الذي تعتمد على استخدامه عند زيارة موقع اليوتيوب ، وكانت إجابات أفراد عينة الدراسة كما هو موضح في الجدول الآتي:

جدول رقم (15): يوضح إجابات أفراد العينة على الجهاز المستخدم في تصفح اليوتيوب

البدائل	التكرار	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الانجاء
حاسوب ثابت	5	8%	2.73	0.60	موافق
حاسوب محمول	6	10%			
هاتف ذكي	49	82%			
لوح الكتروني	00	00%			
المجموع	60	100%			

نلاحظ من خلال الجدول رقم (15) أن إجابات أفراد عينة الدراسة كانت محصور في أربع اختيارات حيث تحصل الخيار الأول (حاسوب ثابت) على تكرار (5) بنسبة مئوية قدرت بـ: (8%)، والخيار الثاني (حاسوب محمول) تحصل على تكرار (6) بنسبة مئوية قدرت بـ: (10%)، أما الخيار الثالث (هاتف ذكي) تحصل على تكرار (49) بنسبة مئوية (82 %) أما الخيار الأخير فلم نجد من أفراد العينة من يستخدم اللوح الالكتروني في التصفح، واجتمعت إجابات أفراد عينة الدراسة (طلبة سنة أولى علوم اجتماعية) على أنهم يتصفحون موقع اليوتيوب باستخدام الهاتف الذكي وهذا يكشف ارتباطهم بالهاتف المحمول الذي دائما ما يكون ملازما لهم في جميع الأوقات، وما يؤكد هذه النتائج هو قيمة المتوسط الحسابي لهذه العبارة الذي يقدر بـ: (2.73) بانحراف معياري (0.60) وهذا ما يؤكد أن طلبة سنة أولى علوم اجتماعية يتصفحون موقع اليوتيوب باستخدام الهاتف الذكي.

ومنه نلاحظ أن الهاتف الذكي له الصدارة في الاستعمال من اجل التصفح وهذا بفضل مزاياه (سهولة حمله ، ناهيك عن اتصاله بتقنية الجيل الرابع على الشرائح) كما يوفر على قسط كبير من الخصوصية

العبارة الرابعة:

والتي تنص على: ماهي فترة استخدامك لموقع اليوتيوب ، وكانت إجابات أفراد عينة الدراسة كما هو موضح في الجدول الآتي:

جدول رقم (16): يوضح إجابات أفراد العينة على فترة الاستخدام لموقع اليوتيوب

البدائل	التكرار	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
الصباحية	2	3%	4.28	1.12	موافق
المسائية	4	7%			
الظهرية	7	12%			
الليلية	9	15%			
حسب الظروف	38	63%			
المجموع	60	100%			

نلاحظ من خلال الجدول رقم (16) أن إجابات أفراد عينة الدراسة كانت محصور في خمس اختيارات حيث تحصل الخيار الأول (الصباحية) على تكرار (2) بنسبة مئوية قدرت بـ: (3%)، والخيار الثاني (المسائية) تحصل على تكرار (4) بنسبة مئوية قدرت بـ: (7%)، أما الخيار الثالث (الظهرية) تحصل على تكرار (7) بنسبة مئوية (12%)، والخيار الرابع (الليلية) تحصل على تكرار (9) بنسبة (15 %)، أما الخيار الأخير (حسب الظروف) بأعلى تكرار حيث قدر بـ: (38) بنسبة (63%)، وتبين إجابات أفراد عينة الدراسة (طلبة سنة أولى علوم اجتماعية) على عدم ارتباطهم بتوقيت معين لتصفح موقع اليوتيوب وذلك لأن الدراسة في الجامعة غري محددة بتوقيت دائم ، وهذا ما يجعل من الطلبة يتصفحون اليوتيوب حسب الظروف المواتية لهم، وما يؤكد هذه النتائج هو قيمة المتوسط الحسابي لهذه العبارة الذي يقدر بـ: (4.28) بانحراف معياري (1.12) وهذا ما يؤكد أن طلبة سنة أولى علوم اجتماعية يتصفحون موقع اليوتيوب حسب الظروف التي تسمح لهم بذلك.

العبارة الخامسة:

والتي تنص على: ماهوالمكان الذي تشاهد فيه الفيديوهات على اليوتيوب ، وكانت إجابات أفراد عينة الدراسة كما هو موضح في الجدول الآتي:

جدول رقم (17): يوضح إجابات أفراد العينة على المكان الذي تشاهد فيه الفيديوهات اليوتيوب

البدائل	التكرار	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
البيت	53	88%	1.33	0.93	موافق
مقهى الانترنت	00	00%			
الجامعة	1	2%			
الإقامة	6	10%			
أماكن أخرى	00	00%			
المجموع	60	100%			

نلاحظ من خلال الجدول رقم (17) أن إجابات أفراد عينة الدراسة كانت محصور في خمس اختيارات حيث تحصل الخيار الأول (البيت) على أعلى تكرار (53) بنسبة مئوية قدرت بـ: (88%)، جاء في المرتبة الموالية والخيار الرابع (الإقامة) تحصل على تكرار (6) بنسبة مئوية قدرت بـ: (10%)، ثم يليه الخيار الثالث (الجامعة) تحصل على تكرار (1) بنسبة مئوية (2%)، أما والخيار الثاني (مقهى الإنترنت) والخيار الأخير (أماكن أخرى) حصل على صفر تكرار، وتبين من إجابات أفراد عينة الدراسة (طلبة سنة أولى علوم اجتماعية) يفصلون البيت لتصفح موقع اليوتيوب ، وذلك لأن وجودهم فيه يبعد عنهم أي ارتباطات أو انشغالات دراسية كانت أو عملية، وما يؤكد هذه النتائج هو قيمة المتوسط الحسابي لهذه العبارة الذي يقدر بـ: (1.33) بانحراف معياري (0.93) ، ومنه نتأكد أن طلبة سنة أولى علوم اجتماعية يتصفحون موقع اليوتيوب في البيت.

العبارة السادسة:

والتي تنص على: تتصفح الفيديوهات على موقع اليوتيوب ، وكانت إجابات أفراد عينة الدراسة كما هو موضح في الجدول الآتي:

جدول رقم (18): يوضح إجابات أفراد العينة على كيفية تصفح فيديوهات اليوتيوب

البدائل	التكرار	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
كمشترك	25	42%	1.58	0.49	موافق
كزائر	35	58%			
كمنظم	00	00%			
المجموع	60	100%			

نلاحظ من خلال الجدول رقم (18) أن إجابات أفراد عينة الدراسة كانت محصور في ثلاث اختيارات حيث تحصل الخيار الأول (كمشترك) على تكرار (25) بنسبة مئوية قدرت بـ: (42%)، والخيار الثاني (كزائر) تحصل على أعلى تكرار (35) بنسبة مئوية قدرت بـ: (58%)، أما الخيار الثالث (كمنظم) لم نجد أي إجابة عليه، واجتمعت إجابات أفراد عينة الدراسة (طلبة سنة أولى علوم اجتماعية) على تصفح ومشاهدة مقاطع الفيديو على موقع اليوتيوب كزائرين دون الاشتراك أو تنظيم مقاطع فيديو، وما يؤكد هذه النتائج هو قيمة المتوسط الحسابي لهذه العبارة الذي يقدر بـ: (1.58) بانحراف معياري (0.49) ومنه نتأكد أن طلبة سنة أولى علوم اجتماعية يتصفحون لمقاطع الفيديو على اليوتيوب كزائرين.

العبارة السابعة:

والتي تنص على: كيف تتفاعل مع مقاطع الفيديو على موقع اليوتيوب ، وكانت إجابات أفراد عينة الدراسة كما هو موضح في الجدول الآتي:

جدول رقم (19): يوضح إجابات أفراد العينة على كيفية التفاعل مع مقاطع الفيديو على اليوتيوب

البدائل	التكرار	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
الاكتفاء بالمشاهدة فقط	40	67%	1.40	0.64	موافق
وضع علامة الإعجاب على	17	28%			
التعليق على الفيديو	2	3%			
المشاركة مع الزملاء	1	2%			
المجموع	60	100%			

نلاحظ من خلال الجدول رقم (19) أن إجابات أفراد عينة الدراسة كانت محصور في أربع اختيارات حيث تحصل الخيار الأول (الاكتفاء بالمشاهدة فقط) على أعلى تكرار (40) بنسبة مئوية قدرت بـ: (67%)، ثم الخيار الثاني (وضع علامة الإعجاب على مقاطع الفيديو) تحصل على تكرار (17) بنسبة مئوية قدرت بـ: (28%)، أما الخيار الثالث (التعليق على الفيديو) تحصل على تكرار (2) بنسبة مئوية (3%) ، أما الخيار الأخير (المشاركة مع الزملاء) تحصل على تكرار (1) بنسبة مئوية (2%)، واجتمعت إجابات أفراد عينة الدراسة (طلبة سنة أولى علوم اجتماعية) على أنهم لا يتفاعلون مع مقاطع الفيديو على اليوتيوب إنما يكتفون بالمشاهدة فقط، وما يؤكد هذه النتائج هو قيمة المتوسط الحسابي لهذه العبارة الذي يقدر بـ: (1.40) بانحراف معياري (0.64) ومنه نتأكد أن طلبة سنة أولى علوم اجتماعية لا يتفاعلون مع مقاطع الفيديو على اليوتيوب ويكتفون بالمشاهدة فقط.

العبارة الثامنة:

والتي تنص على: هل تستخدم موقع اليوتيوب لأغراض تعليمية(دراسية)، وكانت إجابات أفراد عينة الدراسة كما هو موضح في الجدول الآتي:

جدول رقم (20): يوضح إجابات أفراد العينة على استخدام اليوتيوب لأغراض تعليمية

البدائل	التكرار	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
دائما	18	30%	1.85	0.65	موافق
أحيانا	33	55%			
نادرا	9	15%			
المجموع	60	100%			

نلاحظ من خلال الجدول رقم (20) أن إجابات أفراد عينة الدراسة كانت محصور في ثلاث اختيارات حيث تحصل الخيار الأول (دائما) على تكرار (18) بنسبة مئوية قدرت بـ: (30%)، والخيار الثاني (أحيانا) تحصل على تكرار (33) بنسبة مئوية قدرت بـ: (55%)، أما الخيار الثالث (نادرا) تحصل على تكرار (9) بنسبة مئوية (15%)، وهذا يؤكد أن أفراد عينة الدراسة (طلبة الجامعة) أحيانا ما يستخدمون موقع اليوتيوب لأغراض تعليمية(دراسية).

وجاءت قيمة المتوسط الحسابي لهذه العبارة مقدرة بـ: (1.85) بانحراف معياري (0.65) منه نتأكد أن طلبة سنة أولى علوم اجتماعية يستخدمون موقع اليوتيوب لأغراض تعليمية(دراسية) بصفة طبيعية .

العبارة التاسعة:

والتي تنص على: ماهو الدافع الذي يجعلك تفضل موقع اليوتيوب على المواقع الأخرى، وكانت إجابات أفراد عينة الدراسة كما هو موضح في الجدول الآتي:

جدول رقم (21): يوضح إجابات أفراد العينة على كيفية التفاعل مع مقاطع الفيديو على اليوتيوب

الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	التكرار	البدائل
موافق	0.78	2.15	25%	15	لأنها فيديوهات مجانية
			35%	21	يحتوي على شروح ودروس مبسطة لتخصصي
			40%	24	اكتساب معارف وخبرات جديدة
			100%	60	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (21) أن إجابات أفراد عينة الدراسة كانت محصورة في ثلاث اختيارات حيث تحصل الخيار الأول (لأنها فيديوهات مجانية) على تكرار (15) بنسبة مئوية قدرت بـ: (25%)، والخيار الثاني (يحتوي على شروح ودروس مبسطة لتخصصي) تحصل على تكرار (21) بنسبة مئوية قدرت بـ: (35%)، أما الخيار الثالث (اكتساب معارف وخبرات جديدة) تحصل على تكرار (24) بنسبة مئوية (40%)، وهذا يؤكد أن أفراد عينة الدراسة (طلبة الجامعة) يستخدمون موقع اليوتيوب لاكتساب معارف وخبرات جديدة. وجاءت قيمة المتوسط الحسابي لهذه العبارة مقدرة بـ: (2.15) بانحراف معياري (0.78) ومنه نتأكد أن طلبة سنة أولى علوم اجتماعية يستخدمون موقع اليوتيوب لاكتساب معارف وخبرات جديدة. وبذلك يمكن أن الطلبة أفراد العينة يستخدمون موقع اليوتيوب بدافع إشباع حاجاتهم المعرفية من خلال اكتساب معارف وخبرات جديدة، كما تفترض نظرية الاستخدامات والإشباع بان تعرض الفرد لوسائل الإعلام يعكس سلوكا ايجابيا ذا قيمة، وان المتلقي لديه الوعي والقدرة على التعبير عن اتجاهاته بشكل مباشر ويسعى لإشباع دوافعه من خلال هذا التعرض (المكاوي و السيد، 1998، صفحة 245)

جدول رقم (22): يوضح إجابات أفراد العينة على علاقة استخدام اليوتيوب بتنمية القدرة على معالجة المعلومات

الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق		محايد		غير موافق		الفقرات
			نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	
موافق	0.37	2.88	90	54	8	5	%2	1	01
	0.34	2.86	87	52	13	8	%0	0	02
	0.50	2.66	68	41	30	18	%2	1	03
	0.70	2.53	65	39	23	14	%12	7	04
	0.54	2.41	50	30	42	25	%8	5	05
	0.70	2.50	61	37	27	16	%12	7	06
			علاقة استخدام اليوتيوب بتنمية القدرة على معالجة المعلومات						
			1.89	15.86					

من خلال الجدول رقم (22) نجد أن المتوسط الحسابي لبعد علاقة استخدام اليوتيوب بتنمية القدرة على معالجة المعلومات يقدر بـ: (15.86) وانحراف معياري يقدر بـ: (1.89)، وحسب هذه النتائج وما ورد في المقياس الثلاثي يتبين أن أفراد العينة يوافقون على وجود علاقة بين استخدام اليوتيوب وتنمية القدرة على معالجة المعلومات وقد جاءت استجابات أفراد العينة على النحو الآتي:

العبارة الأولى:

تحصلت العبارة يكسبني استخدام موقع اليوتيوب معارف مختلفة وجديدة في تكرارات الاختيار الثلاثي للمقياس على ما يلي: بالنسبة لخيار غير موافق فقد تحصل على تكرار قدره (1) بنسبة مئوية تقدر بـ: (2%)، أما خيار محايد فقد تحصل على تكرار يقدر بـ: (5) بنسبة مئوية قدرها (8%)، ثم يأتي الخيار موافق فقد تحصل على تكرار قدره (54) بنسبة مئوية تقدر بـ: (90%)، أما بالنسبة للمتوسط الحسابي الخاص بالعبارة فيقدر بـ: (2.88) بانحراف معياري (0.37).

العبارة الثانية:

تحصلت العبارة يكسبني استخدام موقع اليوتيوب معلومات جديدة في تخصصي في تكرارات الاختيار الثلاثي للمقياس على ما يلي: بالنسبة لخيار غير موافق فقد تحصل على تكرار قدره (0) بنسبة مئوية تقدر بـ: (0%)، أما خيار محايد فقد تحصل على تكرار يقدر بـ: (8) بنسبة مئوية قدرها (13%)، ثم يأتي الخيار موافق

فقد تحصل على تكرار قدره (52) بنسبة مئوية تقدر ب: (87%)، أما بالنسبة للمتوسط الحسابي الخاص بالعبارة فيقدر ب: (2.86) بانحراف معياري (0.34).

العبارة الثالثة:

تحصلت العبارة يكسبني استخدام موقع اليوتيوب سرعة في استيعاب المعلومات في تخصصي في تكرارات الاختيار الثلاثي للمقياس على ما يلي: بالنسبة لخيار غير موافق فقد تحصل على تكرار قدره (1) بنسبة مئوية تقدر ب: (2%)، أما خيار محايد فقد تحصل على تكرار يقدر ب: (18) بنسبة مئوية قدرها (30%)، ثم يأتي الخيار موافق فقد تحصل على تكرار قدره (41) بنسبة مئوية تقدر ب: (68%)، أما بالنسبة للمتوسط الحسابي الخاص بالعبارة فيقدر ب: (2.86) بانحراف معياري (0.34).

العبارة الرابعة:

تحصلت العبارة يكسبني استخدام موقع اليوتيوب فعالية كبيرة في استيعاب المعلومات في تخصصي في تكرارات الاختيار الثلاثي للمقياس على ما يلي: بالنسبة لخيار غير موافق فقد تحصل على تكرار قدره (7) بنسبة مئوية تقدر ب: (12%)، أما خيار محايد فقد تحصل على تكرار يقدر ب: (14) بنسبة مئوية قدرها (23%)، ثم يأتي الخيار موافق فقد تحصل على تكرار قدره (39) بنسبة مئوية تقدر ب: (65%)، أما بالنسبة للمتوسط الحسابي الخاص بالعبارة فيقدر ب: (2.53) بانحراف معياري (0.70).

العبارة الخامسة:

تحصلت العبارة يزيد مرقع اليوتيوب من قدرة الإدراك الحسي لدي في تكرارات الاختيار الثلاثي للمقياس على ما يلي: بالنسبة لخيار غير موافق فقد تحصل على تكرار قدره (5) بنسبة مئوية تقدر ب: (8%)، أما خيار محايد فقد تحصل على تكرار يقدر ب: (25) بنسبة مئوية قدرها (42%)، ثم يأتي الخيار موافق فقد تحصل على تكرار قدره (30) بنسبة مئوية تقدر ب: (50%)، أما بالنسبة للمتوسط الحسابي الخاص بالعبارة فيقدر ب: (2.41) بانحراف معياري (0.54).

العبارة السادسة:

تحصلت العبارة يزيد مرقع اليوتيوب من قدرة الإدراك العقلي لدي في تكرارات الاختيار الثلاثي للمقياس على ما يلي: بالنسبة لخيار غير موافق فقد تحصل على تكرار قدره (7) بنسبة مئوية تقدر ب: (12%)، أما خيار محايد فقد تحصل على تكرار يقدر ب: (16) بنسبة مئوية قدرها (27%)، ثم يأتي الخيار موافق فقد تحصل على

تكرار قدره (37) بنسبة مئوية تقدر ب: (61%)، أما بالنسبة للمتوسط الحسابي الخاص بالعبارة فيقدر ب: (2.50) بانحراف معياري (0.70).

جدول رقم (23): يوضح إجابات أفراد العينة على علاقة استخدام اليوتيوب بتنمية القدرة على المنطق والاستدلال

الفقرات	غير موافق		محايد		موافق		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة			
01	5	9	14	23	41	68	2.60	0.64	موافق
02	8	13	19	32	33	55	2.41	0.71	
03	7	12	19	32	34	56	2.45	0.69	
04	5	9	20	33	35	58	2.50	0.65	
05	5	9	14	23	41	68	2.60	0.64	
06	5	8	16	27	39	65	2.56	0.64	
علاقة استخدام اليوتيوب بتنمية القدرة على المنطق والاستدلال									
							15.13	2.19	

من خلال الجدول رقم (23) نجد أن المتوسط الحسابي لبعد علاقة استخدام اليوتيوب بتنمية القدرة على المنطق والاستدلال يقدر ب: (15.13) وانحراف معياري يقدر ب: (2.19)، وحسب هذه النتائج وما ورد في المقياس الثلاثي يتبين أن أفراد العينة يوافقون على وجود علاقة بين استخدام اليوتيوب وتنمية القدرة على المنطق والاستدلال وقد جاءت استجابات أفراد العينة على النحو الآتي:

العبارة الأولى:

تحصلت العبارة يزيد استخدامي لموقع اليوتيوب في تكوين أفكار جديدة حول المواضيع التي أدرسها في

الجامعة في تكرارات الاختيار الثلاثي للمقياس على ما يلي: بالنسبة لخيار غير موافق فقد تحصل على تكرار قدره (5) بنسبة مئوية تقدر ب: (9%)، أما خيار محايد فقد تحصل على تكرار يقدر ب: (14) بنسبة مئوية قدرها (23%)، ثم يأتي الخيار موفق فقد تحصل على تكرار قدره (41) بنسبة مئوية تقدر ب: (68%)، أما بالنسبة للمتوسط الحسابي الخاص بالعبارة فيقدر ب: (2.60) بانحراف معياري (0.64).

العبارة الثانية:

تحصلت العبارة ينمي استخدامي لموقع اليوتيوب بمهارة التفكير النقدي لدي في تكرارات الاختيار الثلاثي للمقياس على ما يلي: بالنسبة لخيار غير موافق فقد تحصل على تكرار قدره (8) بنسبة مئوية تقدر بـ: (13%)، أما خيار محايد فقد تحصل على تكرار يقدر بـ: (19) بنسبة مئوية قدرها (32%)، ثم يأتي الخيار موافق فقد تحصل على تكرار قدره (33) بنسبة مئوية تقدر بـ: (55%)، أما بالنسبة للمتوسط الحسابي الخاص بالعبارة فيقدر بـ: (2.41) ، بانحراف معياري (0.71) .

العبارة الثالثة:

تحصلت العبارة ينمي استخدامي لموقع اليوتيوب بالتفكير العلمي السليم في تكرارات الاختيار الثلاثي للمقياس على ما يلي: بالنسبة لخيار غير موافق فقد تحصل على تكرار قدره (7) بنسبة مئوية تقدر بـ: (12%)، أما خيار محايد فقد تحصل على تكرار يقدر بـ: (19) بنسبة مئوية قدرها (32%)، ثم يأتي الخيار موافق فقد تحصل على تكرار قدره (34) بنسبة مئوية تقدر بـ: (56%)، أما بالنسبة للمتوسط الحسابي الخاص بالعبارة فيقدر بـ: (2.45) بانحراف معياري (0.69) .

العبارة الرابعة:

تحصلت العبارة ينمي استخدامي لموقع اليوتيوب بالتفكير المنطقي في تكرارات الاختيار الثلاثي للمقياس على ما يلي: بالنسبة لخيار غير موافق فقد تحصل على تكرار قدره (5) بنسبة مئوية تقدر بـ: (9%)، أما خيار محايد فقد تحصل على تكرار يقدر بـ: (20) بنسبة مئوية قدرها (33%)، ثم يأتي الخيار موافق فقد تحصل على تكرار قدره (35) بنسبة مئوية تقدر بـ: (58%)، أما بالنسبة للمتوسط الحسابي الخاص بالعبارة فيقدر بـ: (2.50) بانحراف معياري (0.65) .

العبارة الخامسة:

تحصلت العبارة ينمي استخدامي لموقع اليوتيوب التفكير الإبداعي في تكرارات الاختيار الثلاثي للمقياس على ما يلي: بالنسبة لخيار غير موافق فقد تحصل على تكرار قدره (5) بنسبة مئوية تقدر بـ: (9%)، أما خيار محايد فقد تحصل على تكرار يقدر بـ: (14) بنسبة مئوية قدرها (23%)، ثم يأتي الخيار موافق فقد تحصل على تكرار قدره (41) بنسبة مئوية تقدر بـ: (68%)، أما بالنسبة للمتوسط الحسابي الخاص بالعبارة فيقدر بـ: (2.60) بانحراف معياري (0.64) .

العبارة السادسة:

تحصلت العبارة يساعدني استخدام موقع اليوتيوب على حل المشكلات التي تواجهني في مساري

الدراسي في تكرارات الاختيار الثلاثي للمقياس على ما يلي: بالنسبة لخيار غير موافق فقد تحصل على تكرار قدره (5) بنسبة مئوية تقدر بـ: (8%)، أما خيار محايد فقد تحصل على تكرار يقدر بـ: (16) بنسبة مئوية قدرها (27%)، ثم يأتي الخيار موافق فقد تحصل على تكرار قدره (39) بنسبة مئوية تقدر بـ: (65%)، أما بالنسبة للمتوسط الحسابي الخاص بالعبارة فيقدر بـ: (2.56) بانحراف معياري (0.64).

جدول رقم (24): يوضح إجابات أفراد العينة على علاقة استخدام اليوتيوب بتنمية القدرة على المعالجة السمعية البصرية

الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق		محايد		غير موافق		الفقرات
			نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	
موافق	0.81	2.05	35	21	35	21	30	18	01
	0.73	2.26	43	26	40	24	17	10	02
	0.68	2.00	24	14	53	32	23	14	03
	0.71	2.36	50	30	37	22	13	8	04
	0.61	2.58	65	39	28	17	7	4	05
	2.11	11.26	علاقة استخدام اليوتيوب بتنمية القدرة على المعالجة السمعية البصرية						

من خلال الجدول رقم (24) نجد أن المتوسط الحسابي لبعد علاقة استخدام اليوتيوب بتنمية القدرة على المنطق والاستدلال يقدر بـ: (11.26) وانحراف معياري يقدر بـ: (2.11)، وحسب هذه النتائج وما ورد في المقياس الثلاثي يتبين أن المبحوثين يوافقون على وجود علاقة بين استخدام اليوتيوب وتنمية القدرة على المعالجة السمعية البصرية وقد جاءت استجابات أفراد العينة على النحو الآتي:

العبارة الأولى:

تحصلت العبارة يساعدني استخدام موقع اليوتيوب على تنمية حاسة السمع . في تكرارات الاختيار الثلاثي للمقياس على ما يلي: بالنسبة لخيار غير موافق فقد تحصل على تكرار قدره (18) بنسبة مئوية تقدر بـ: (30%)، أما خيار محايد فقد تحصل على تكرار يقدر بـ: (21) بنسبة مئوية قدرها (35%)، ثم يأتي الخيار

موافق فقد تحصل على تكرار قدره (21) بنسبة مئوية تقدر ب: (35%)، أما بالنسبة للمتوسط الحسابي الخاص بالعبارة فيقدر ب: (2.05) ، بانحراف معياري (0.81).

العبارة الثانية:

تحصلت العبارة الكتب الصوتية على موقع اليوتيوب ساعدتني في مساري الدراسي . في تكرارات الاختيار الثلاثي للمقياس على ما يلي: بالنسبة لخيار غير موافق فقد تحصل على تكرار قدره (10) بنسبة مئوية تقدر ب: (17%)، أما خيار محايد فقد تحصل على تكرار يقدر ب: (24) بنسبة مئوية قدرها (40%)، ثم يأتي الخيار موافق فقد تحصل على تكرار قدره (26) بنسبة مئوية تقدر ب: (43%)، أما بالنسبة للمتوسط الحسابي الخاص بالعبارة فيقدر ب: (2.26) بانحراف معياري (0.73).

العبارة الثالثة:

تحصلت العبارة ساعدني استخدام موقع اليوتيوب على تنمية حاسة النظر . في تكرارات الاختيار الثلاثي للمقياس على ما يلي: بالنسبة لخيار غير موافق فقد تحصل على تكرار قدره (14) بنسبة مئوية تقدر ب: (23%)، أما خيار محايد فقد تحصل على تكرار يقدر ب: (32) بنسبة مئوية قدرها (53%)، ثم يأتي الخيار موافق فقد تحصل على تكرار قدره (14) بنسبة مئوية تقدر ب: (24%)، أما بالنسبة للمتوسط الحسابي الخاص بالعبارة فيقدر ب: (2.00) بانحراف معياري (0.68).

العبارة الرابعة:

تحصلت العبارة المعلومات المتعلقة بمجال دراستي التي أشاهدها على اليوتيوب تترسخ أكثر في ذاكرتي . في تكرارات الاختيار الثلاثي للمقياس على ما يلي: بالنسبة لخيار غير موافق فقد تحصل على تكرار قدره (8) بنسبة مئوية تقدر ب: (13%)، أما خيار محايد فقد تحصل على تكرار يقدر ب: (22) بنسبة مئوية قدرها (37%)، ثم يأتي الخيار موافق فقد تحصل على تكرار قدره (30) بنسبة مئوية تقدر ب: (50%)، أما بالنسبة للمتوسط الحسابي الخاص بالعبارة فيقدر ب: (2.36) ، بانحراف معياري (0.71).

العبارة الخامسة:

تحصلت العبارة الصور والأشكال ونوع الدروس المقدمة على اليوتيوب سهلت تذكرها وقت حاجتها . في تكرارات الاختيار الثلاثي للمقياس على ما يلي: بالنسبة لخيار غير موافق فقد تحصل على تكرار قدره (4) بنسبة مئوية تقدر ب: (7%)، أما خيار محايد فقد تحصل على تكرار يقدر ب: (17) بنسبة مئوية قدرها (28%)، ثم

يأتي الخيار موفق فقد تحصل على تكرار قدره (39) بنسبة مئوية تقدر ب: (65%)، أما بالنسبة للمتوسط الحسابي الخاص بالعبرة فيقدر ب: (2.58) بانحراف معياري (0.61).

جدول رقم (25): يوضح إجابات أفراد العينة على علاقة استخدام اليوتيوب بتنمية القدرة على الذاكرة

الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق		محايد		غير موافق		الفقرات
			نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	
موافق	0.59	2.58	63	38	32	19	5	3	01
	0.58	2.61	67	40	28	17	5	3	02
	0.69	2.45	56	34	32	19	12	7	03
	0.62	2.51	58	35	35	21	7	4	04
	1.80	10.16	علاقة استخدام اليوتيوب بتنمية القدرة على الذاكرة						

من خلال الجدول رقم (25) نجد أن المتوسط الحسابي لبعد علاقة استخدام اليوتيوب بتنمية القدرة على الذاكرة يقدر ب: (10.16) وانحراف معياري يقدر ب: (1.80)، وحسب هذه النتائج وما ورد في المقياس الثلاثي يتبين أن أفراد العينة يوافقون على وجود علاقة بين استخدام اليوتيوب وتنمية القدرة على الذاكرة وقد جاءت استجابات أفراد العينة على النحو الآتي:

العبرة الأولى:

تحصلت العبرة استخدامي لموقع اليوتيوب في مجال دراستي ساعدني على حفظ المعلومات

بسهولة. في تكرارات الاختيار الثلاثي للمقياس على ما يلي: بالنسبة لخيار غير موافق فقد تحصل على تكرار قدره (3) بنسبة مئوية تقدر ب: (5%)، أما خيار محايد فقد تحصل على تكرار يقدر ب: (19) بنسبة مئوية قدرها (32%)، ثم يأتي الخيار موافق فقد تحصل على تكرار قدره (38) بنسبة مئوية تقدر ب: (63%)، أما بالنسبة للمتوسط الحسابي الخاص بالعبرة فيقدر ب: (2.58) بانحراف معياري (0.59).

العبرة الثانية:

تحصلت العبرة استخدامي لموقع اليوتيوب ف مجال دراستي ساعدني على تخزين المعلومات في

مجال دراستي. في تكرارات الاختيار الثلاثي للمقياس على ما يلي: بالنسبة لخيار غير موافق فقد تحصل على تكرار قدره (3) بنسبة مئوية تقدر ب: (5%)، أما خيار محايد فقد تحصل على تكرار يقدر ب: (17) بنسبة مئوية

قدرها (28%)، ثم يأتي الخيار موافق فقد تحصل على تكرار قدره (40) بنسبة مئوية تقدر ب: (67%)، أما بالنسبة للمتوسط الحسابي الخاص بالعبرة فيقدر ب: (2.61) بانحراف معياري (0.58).

العبرة الثالثة:

تحصلت العبرة استخدامي لموقع اليوتيوب في مجال دراستي ساعدني على استرجاع المعلومات في

الوقت المناسب. في تكرارات الاختيار الثلاثي للمقياس على ما يلي: بالنسبة لخيار غير موافق فقد تحصل على تكرار قدره (7) بنسبة مئوية تقدر ب: (12%)، أما خيار محايد فقد تحصل على تكرار يقدر ب: (19) بنسبة مئوية قدرها (32%)، ثم يأتي الخيار موافق فقد تحصل على تكرار قدره (34) بنسبة مئوية تقدر ب: (56%)، أما بالنسبة للمتوسط الحسابي الخاص بالعبرة فيقدر ب: (2.51) بانحراف معياري (0.62).

العبرة الرابعة:

تحصلت العبرة استخدامي لموقع اليوتيوب في مجال دراستي ساعدني على استرجاع المعلومات في

الموقف المناسب. في تكرارات الاختيار الثلاثي للمقياس على ما يلي: بالنسبة لخيار غير موافق فقد تحصل على تكرار قدره (4) بنسبة مئوية تقدر ب: (7%)، أما خيار محايد فقد تحصل على تكرار يقدر ب: (21) بنسبة مئوية قدرها (35%)، ثم يأتي الخيار موافق فقد تحصل على تكرار قدره (35) بنسبة مئوية تقدر ب: (58%)، أما بالنسبة للمتوسط الحسابي الخاص بالعبرة فيقدر ب: (2.51) بانحراف معياري (0.62).

جدول رقم (26): يوضح إجابات أفراد العينة على المهارات المعرفية عند أفراد العينة المكتسبة على اليوتيوب أفضل من الجامعة

الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق		محايد		غير موافق		الفقرات
			نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	
موافق	0.59	2.53	58	35	37	22	5	3	01
	0.67	2.50	60	36	30	18	10	6	02
	0.81	2.25	49	29	28	17	23	14	03
	0.35	2.90	91	55	7	4	2	1	04
	1.66	10.18	المهارات المعرفية عند أفراد العينة المكتسبة على اليوتيوب أفضل من الجامعة						

من خلال الجدول رقم (26) نجد أن المتوسط الحسابي لبعد المهارات المعرفية عند أفراد العينة المكتسبة على اليوتيوب أفضل من الجامعة يقدر بـ: (10.16) وانحراف معياري يقدر بـ: (1.80)، وحسب هذه النتائج وما ورد في المقياس الثلاثي يتبين أن أفراد العينة يوافقون على أن المهارات المعرفية عند أفراد العينة المكتسبة على اليوتيوب أفضل من الجامعة وقد جاءت استجابات أفراد العينة على النحو الآتي:

العبارة الأولى:

تحصلت العبارة الفيديوهات التعليمية على اليوتيوب يقدمها مختصون ذوو كفاءة علمية عالية . في تكرارات الاختيار الثلاثي للمقياس على ما يلي: بالنسبة لخيار غير موافق فقد تحصل على تكرار قدره (3) بنسبة مئوية تقدر بـ: (5%)، أما خيار محايد فقد تحصل على تكرار يقدر بـ: (22) بنسبة مئوية قدرها (37%)، ثم يأتي الخيار موافق فقد تحصل على تكرار قدره (35) بنسبة مئوية تقدر بـ: (58%)، أما بالنسبة للمتوسط الحسابي الخاص بالعبارة فيقدر بـ: (2.58) بانحراف معياري (0.59).

العبارة الثانية:

تحصلت العبارة الفيديوهات التعليمية على اليوتيوب تستخدم أسلوباً علمياً يجذبني للتركيز والفهم أكثر من الدروس في الجامعة. في تكرارات الاختيار الثلاثي للمقياس على ما يلي: بالنسبة لخيار غير موافق فقد تحصل على تكرار قدره (6) بنسبة مئوية تقدر بـ: (10%)، أما خيار محايد فقد تحصل على تكرار يقدر بـ: (18) بنسبة مئوية قدرها (30%)، ثم يأتي الخيار موافق فقد تحصل على تكرار قدره (36) بنسبة مئوية تقدر بـ: (60%)، أما بالنسبة للمتوسط الحسابي الخاص بالعبارة فيقدر بـ: (2.50) بانحراف معياري (0.67).

العبارة الثالثة:

تحصلت العبارة أفضل الشرح المقدم في الفيديوهات التعليمية في اليوتيوب على المقدمة في الدروس الجامعية. في تكرارات الاختيار الثلاثي للمقياس على ما يلي: بالنسبة لخيار غير موافق فقد تحصل على تكرار قدره (14) بنسبة مئوية تقدر بـ: (23%)، أما خيار محايد فقد تحصل على تكرار يقدر بـ: (17) بنسبة مئوية قدرها (28%)، ثم يأتي الخيار موافق فقد تحصل على تكرار قدره (29) بنسبة مئوية تقدر بـ: (49%)، أما بالنسبة للمتوسط الحسابي الخاص بالعبارة فيقدر بـ: (2.25) بانحراف معياري (0.81).

العبارة الرابعة:

تحصلت العبارة الفيديوهات التعليمية على اليوتيوب تتميز بميزة الرجوع إليها في أي وقت. في تكرارات الاختيار الثلاثي للمقياس على ما يلي: بالنسبة لخيار غير موافق فقد تحصل على تكرار قدره (1) بنسبة مئوية

تقدر ب: (2%)، أما خيار محايد فقد تحصل على تكرار يقدر ب: (4) بنسبة مئوية قدرها (7%)، ثم يأتي الخيار موافق فقد تحصل على تكرار قدره (55) بنسبة مئوية تقدر ب: (91%)، أما بالنسبة للمتوسط الحسابي الخاص بالعبارة فيقدر ب: (2.90) بانحراف معياري (0.35).

ثانيا: المناقشة

■ تحليل تفسير المعطيات:

✓ تهدف أي دراسة علمية إلى الوصول إلى نتائج ذات قيمة علمية، وفيما يخص الدراسة الحالية التي هي بعنوان توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية المهارات المعرفية لدى الطلبة الجامعيين تم التوصل إلى مجموعة من النتائج كانت كالآتي:

✓ إن عينة الدراسة غير متساوية بين الجنسين حيث إن فئة الإناث كانت بنسبة

(57%) بينما كانت نسبة الذكور (43%)

✓ نجد أن نسبة الأفراد الذين أعمارهم [19-23] هي الفئة الغالبة على عينة الدراسة بنسبة (89%) تليها فئة من [24-28] بنسبة (7%) ثم الفئة الأكبر من 34 بنسبة (3%) ومنه نستنتج أن فئة العمرية [19-23] الأكثر استخداما لليوتيوب مقارنة بالأعمار الأخرى.

✓ نجد أن أفراد العينة اللذين يقطنون في الريف والذين قدرت نسبتهم ب(65%) أعلى من نسبة أفراد العينة اللذين يقطنون في الحضر والذين تمثلت نسبتهم ب(35%).

✓ لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استخدامات الأفراد العينة لموقع اليوتيوبها لمتغير الجنس.

✓ لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استخدامات الأفراد العينة لموقع اليوتيوب تبعاً لمتغير السن.

✓ لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استخدامات الأفراد العينة لموقع اليوتيوب تبعاً لمتغير مكان الإقامة.

✓ لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الإشباعات والدوافع من استخدام أفراد العينة لموقع اليوتيوب تبعاً لمتغير الجنس.

✓ لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الإشباعات والدوافع من استخدام أفراد العينة لموقع اليوتيوب تبعاً لمتغير السن.

✓ لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الإشباعات والدوافع من استخدام أفراد العينة لموقع اليوتيوب تبعاً لمتغير مكان الإقامة.

✓ ينمي موقع اليوتيوب مهارة القدرة على معالجة المعلومات لدى سنة أولى علوم الاجتماعية بحيث يكسبهم معارف جديدة وينمي سرعة الاستيعاب لديهم.

- ✓ ينمي موقع اليوتيوب مهارة القدرة على المنطق والاستدلال عند طلبة أولى علوم اجتماعية بحيث يزيد في تكوين الأفكار حول مواضيع دراستهم ويساعدهم في حل المشكلات التي تواجههم في مسارهم الدراسي .
- ✓ ساعد موقع اليوتيوب على تنمية قدرة المعالجة السمعية البصرية عند طلبة سنة أولى علوم الاجتماعية حيث يساعدهم على ترسيخ المعلومات التي يشاهدونها أكثر من ذاكرتهم.
- ✓ ينمي موقع اليوتيوب قدرة الذاكرة بحيث يساعدهم على تخزين واسترجاع المعلومات بشكل أسهل وفي الوقت المناسب.
- ✓ يرى طلبة سنة أولى علوم اجتماعية أن المهارات المعرفية المكتسبة على اليوتيوب أفضل من الجامعة باعتبار أن الفيديوهات التعليمية تقوم على أسلوب علمي يجذبهم للتركيز والفهم أكثر كما أنها تتميز بميزة القدرة على الرجوع إليها في أي وقت .

ربط النتائج بالفرضيات ومقارنتها:

مناقشة نتائج الفرضية الأولى :توجد فروق ذات دلالة إحصائية لاستخدام اليوتيوب من طرف أفراد العينة ترجع لكل من (الجنس-السن-مكان الإقامة)

يتضح من النتائج المتحصل عليها من الجانب الميداني عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية لاستخدام اليوتيوب من طرف أفراد العينة تبعا لكل من متغير (الجنس ، السن، مكان الإقامة) بحيث حسب متغير الجنس قدرت قيمة (ت) للفروق بين المتوسطات ب (1.23)وهي قيمة غير دالة إحصائية، وكذا حسب متغير السن بحيث قدرت قيمة (f) ب(0.739) وهي قيمة غير دالة إحصائية، وأخيرا حسب متغير مكان الإقامة قدرت قيمة (ت) ب (1.69) وهي قيمة غير دالة إحصائية على مستوى الدلالة (0.05) وعليه تم رفض الفرضية ، ويمكن أن نفسر هذا حسب نظرية الاستخدامات والإشباع التي تقول احد فروضها أن المتلقي عنصر فعال يستخدم وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم (مكاوي و السيد، 1998) وأن هذا المتلقي ليس من الشرط أن يكون ذكر أو أنثى أو يشترط فيه سن معين أو مكان إقامة معين .عكس ما جاء في دراسة ماطر عبد الله حمدي التي هي بعنوان :اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي في التزود بالمعلومات والتي أشارت إلى انه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة اعتماد الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس والسن (حمدي، 2018).

مناقشة نتائج الفرضية الثانية: توجد فروق ذات دلالة إحصائية للاشباعات والدوافع من استخدام اليوتيوب من طرف أفراد العينة ترجع لكل من (الجنس-السن-مكان الإقامة)

يتضح من النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية للاشباعات والدوافع من استخدام اليوتيوب من طرف أفراد العينة تبعا لكل من متغير (الجنس ، السن، مكان الإقامة) بحيث حسب متغير الجنس قدرت قيمة (ت) للفروق بين المتوسطات ب (1.06) وهي قيمة غير دالة إحصائيا، وكذا حسب متغير السن بحيث قدرت قيمة (f) ب (0.243) وهي قيمة غير دالة إحصائيا، وأخيرا حسب متغير مكان الإقامة قدرت قيمة (ت) ب (0.89) وهي قيمة غير دالة إحصائيا على مستوى الدلالة (0.05) وعليه تم رفض الفرضية ، ويمكن أن نفسر هذا حسب نظرية الاستخدامات والإشباعات التي تقول احد فروضها يستطيع أفراد الجمهور دائما تحديد حاجاتهم ودوافعهم وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات (عريق، قراءة في نظريات الاعلام المفسرة لتشكيل الراي العام، 2018)، كما توافقت نتائج هذه الفرضية في دراستنا مع دراسة (فلاح أسامة حسن الصفدي) التي هي بعنوان استخدامات القائم بالاتصال في الصحافة الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباعات المحققة منها والتي أشارت إلى انغلا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى دافع استخدام القائم بالاتصال في الصحافة الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير (الجنس والعمر) عيسى (2015) , مناقشة الفرضية الثالثة:

توجد علاقة بين استخدام اليوتيوب وتنمية القدرة على معالجة المعلومات عند أفراد العينة

يتضح من النتائج المتحصل عليها انه هنالك علاقة بين استخدام اليوتيوب وتنمية القدرة على معالجة المعلومات عند أفراد العينة ، إذ بلغ المتوسط الحسابي (15.86) بانحراف معياري قدره (1.89) ويمكن أن نفسر وجود هذه العلاقة حسب النظرية المعرفية في التعلم التي تقول أن المعالجة المعلوماتية هي طريقة الفرد المميزة ، ومستوى استقباله ومعالجته للمادة المتعلمة وكيفية استقباله وتمييزه وتحويله وتخزينه لها ، وان التطور المذهل لوسائل الإعلام والذكاء الاصطناعي أدى لتطوير المعالجة المعلوماتية وتوجيه الفرد لتلقي المثيرات والانتباه إليها والاستجابة له (المبارك، 2009)، وحسب أفراد العينة في دراستنا اكسبهم اليوتيوب سرعة فالاستيعاب المعلومات ومعالجتها وبالتالي تحققت هذه الفرضية في دراستنا هذه من خلال وجود علاقة بين استخدام اليوتيوب وتنمية القدرة على معالجة المعلومات عند أفراد العينة.

مناقشة الفرضية الرابعة:

توجد علاقة بين استخدام اليوتيوب وتنمية القدرة على المنطق والاستدلال عند أفراد العينة :

يتضح من النتائج المتحصل عليها ان هنالك علاقة بين استخدام اليوتيوب وتنمية القدرة على المنطق والاستدلال عند أفراد العينة ، إذ بلغ المتوسط الحسابي (15.13) بانحراف معياري قدره (2.19) ويمكن أن نفسر وجود هذه العلاقة حسب النظرية المعرفية في التعلم التي تقول أن لكل فرد أسلوب خاص لمعالجة المعلومات وإدراكها وفهم المنبهات الحسية التي يتعامل معها وان العمليات المعرفية حقيقة لا بد من التعامل معها والتفكير فيها من اجل تنمية القدرة على التحليل والتفسير وحل المشكلات واتخاذ قرارات صحيحة لدى الفرد (قطاعي، 2012، صفحة 29)، وحسب أفراد العينة في دراستنا الحالية ساعد اليوتيوب على تنمية مهارات التفكير لديهم كما ساعدهم في تكوين أفكار حول مواضيع مختلفة متعلقة بدراستهم وبالتالي تحققت هذه الفرضية في دراستنا هذه من خلال وجود علاقة بين استخدام اليوتيوب وتنمية قدرة المنطق والاستدلال عند أفراد العينة.

الفرضية الخامسة:

توجد علاقة بين استخدام اليوتيوب وتنمية القدرة على المعالجة السمعية البصرية عند أفراد العينة:

يتضح من النتائج المتحصل عليها أن هنالك علاقة بين استخدام اليوتيوب وتنمية القدرة على المعالجة السمعية البصرية عند أفراد العينة ، إذ بلغ المتوسط الحسابي (11.26) بانحراف معياري قدره (2.11) ويمكن أن نفسر وجود هذه العلاقة حسب فروض النظرية المعرفية في التعلم التي تقول أن لكل فرد أسلوب خاص لمعالجة المعلومات وإدراكها وفهم المنبهات الحسية التي يتعامل معها وكما يمكن تمثيل المعلومات سمعياً وبصرياً في الذاكرة ، ويتضمن الإحساس استقبال أي منبه من أعضاء الحس الخمسة والذي يشير إلى حدوث شيء ما ، مما يساعد على تنمية حاسة السمع والبصر وترسيخ المعلومات أكثر في ذاكرة الفرد (قطاعي، 2012، صفحة 29)، وحسب أفراد العينة في دراستنا الحالية يسهم اليوتيوب من خلال الصور والأشكال والصوتيات في ترسيخ المعلومة أكثر وتذكرها وقت الحاجة إليها فالتالي تحققت هذه الفرضية في دراستنا هذه من خلال وجود علاقة بين استخدام اليوتيوب وتنمية القدرة على المعالجة السمعية البصرية عند أفراد العينة.

الفرضية السادسة:

توجد علاقة بين استخدام اليوتيوب وتنمية قدرة الذاكرة عند أفراد العينة:

يتضح من النتائج المتحصل عليها ان هنالك علاقة بين استخدام اليوتيوب وتنمية القدرة الذاكرة عند أفراد العينة ، إذ بلغ المتوسط الحسابي (10.16) بانحراف معياري قدره (1.80) ويمكن أن نفسر هذا حسب فروض

النظرية المعرفية في التعلم التي تقوم احد فرضياتها على إمكانية تنظيم وتسجيل المعلومات في الذاكرة وان لكل فرد أسلوب معرفي مفضل لديه في التقاط المعرفة (قطامي، 2012، صفحة 27)، فيمكننا القول بان اليوتيوب ساعد أفراد العينة على تخزين المعلومات في الذاكرة واسترجاعها عند الحاجة إليها وفي الوقت المناسب وبالتالي تحققت هذه الفرضية في دراستنا هذه من خلال وجود علاقة بين استخدام اليوتيوب وتنمية قدرة الذاكرة عند أفراد العينة.

مناقشة الفرضية السابعة:

المهارات المعرفية المكتسبة على اليوتيوب أفضل من الجامعة عند أفراد العينة:

يتضح من النتائج المتحصل عليها ان المهارات المعرفية المكتسبة على اليوتيوب أفضل من الجامعة ، اذ بلغ المتوسط الحسابي (10.16) بانحراف معياري قدره (1.80) وحسب نظرية الاستخدامات والإشباع فان موقع اليوتيوب يحقق لأفراد العينة والذين يمثلون في طلبة سنة أولى علوم اجتماعية إشباعات معرفية وتعليمية بحيث يرى (سوانسون) إمكانية ربط محتوى الرسالة بالإشباعات المتحققة (مكاوي و السيد، 1998، صفحة 248) ومن دراستنا هذه حققت الفيديوهات التعليمية على اليوتيوب لأفراد العينة إشباعات معرفية بحيث يرون ان اليوتيوب يقدم لهم شرحا مبسطا يجذبهم للتركيز والانتباه والفهم أكثر من دروس الجامعة وعليه تحققت هذه الفرضية التي تنص على أن المهارات المعرفية المكتسبة على اليوتيوب أفضل من الجامعة عند أفراد العينة.

خلاصة الفصل الثاني:

في هذا الفصل تم توضيح مجتمع وعينة الدراسة ، وكذا تحديد متغيرات الدراسة والأداة المستخدمة في جمع البيانات التي تمثلت في الاستبيان حيث تم توضيح خصائصها السيكومترية ممن صدق وثبات ، وكذا تناول الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة بحيث استخدمت مجموعة من الأساليب الإحصائية للإحصاء الوصفي والاستدلالي ، كما تم الاعتماد في معالجة البيانات على برنامج الرزم الإحصائية في العلوم الاجتماعية Spss28

وفي الأخير تم مناقشة فرضيات الدراسة وفق الدراسات السابقة وعلى كل من نظرية الاستخدامات والإشباع والنظرية المعرفية في التعلم وعرض النتائج العامة للدراسة .

الخاتمة

الخاتمة :

يعتبر اليوتيوب احد شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما عند الأفراد خاصة عند الطلبة الجامعيين بسبب خصائصه ومميزاته المتعددة وتنوع مجالات المواضيع المتناولة فيه خاصة المجال المعرفي والعلمي ، فأصبح الكثير من الأساتذة والاكاديميين وكذا المؤسسات التعليمية الجامعية بجميع تخصصاتها تنشر وتنشط فيه، فأصبح وجهة العديد من الباحثين والطلبة اللذين يسعون لتطوير معارفهم ومهاراتهم المعرفية بمصادر متنوعة ومتعددة ومواكبة لتطورات التكنولوجيا في الوقت الحالي .

فمن خلال هذه الدراسة التي هي بعنوان توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية المهارات المعرفية لدى الطلبة الجامعيين ، تبين أن موقع اليوتيوب ينمي قدرة الطلبة على معالجة المعلومات ويكسبهم معارف وخبرات جديدة في مجال دراستهم كما يزيد من سرعة الاستيعاب لديهم بالإضافة على قدرة المعالجة السمعية البصرية بحيث أن المعلومات التي يشاهدها الطالب تترسخ أكثر في ذاكرته، كما تم التوصل أيضا إلى أن المهارات المعرفية المكتسبة على موقع اليوتيوب أفضل من المهارات المكتسبة في الجامعة حسب طلبة سنة أولى علوم اجتماعية لان هذه الفيديوهات التعليمية تقوم على أسلوب علمي يجذبهم للتركيز والفهم أكثر، كما أنها تتميز بميزة الرجوع إليها في أي وقت.

ومنه نأمل أن تكون هذه الدراسة قد سلطت الضوء على متغير مهم تم الإغفال عن دراسته وتناوله في تخصص علم الاجتماع وهو متغير المهارات المعرفية ، وتكون بذلك هذه الدراسة دافعا للطلبة المقبلين على التخرج مستقبلا لتناول مؤشرات وأبعاد أخرى للمهارات المعرفية ، لم يتم تناولها في هذه الدراسة.

قائمة المراجع

المراجع

الكتب:

1. انور محمد الشرقاوي. (2003). *علم النفس المعرفي المعاصر*. القاهرة. مصر: مكتبة الانجلو المصرية.
2. حسان شمسي باشا، ود. ماجد حسان شمسي باشا. (2020م). *وسائل التواصل الاجتماعي رحلة الي الاعماق*. دمشق للنشر والتوزيع حروف ابوظبي.
3. حسن عماد مكاوي، وليلى حسين السيد. (1998). *الاتصال ونظرياته المعاصرة*. القاهرة. مصر: الدار المصرية اللبنانية.
4. خالد غسان المقدادي. (2013). *ثورة الشبكات الاجتماعية*. عمان. الاردن: دار النفائس.
5. سعد سلمان المشهداني. (2019). *منهجية البحث العلمي*. عمان. الاردن: دار اسامة للنشر والتوزيع.
6. عبد الجليل ابراهيم الزويبي. (1981). *مناهج البحث في التربية*. بغداد: مطبعة جامعة بغداد.
7. عبد الرحمان العيساوي. (2003). *الاختبارات والمقاييس النفسية*. القاهرة: دار المعارف.
8. عبد اليمين بوداود، وعطاء الله احمد. (2009). *المرشد في البحث العلمي*. ديوان المطبوعات الجامعية.
9. محمد العربي بدرينة، وسميرة ركزة. (2016). *علم النفس المعرفي*. القبة القديمة. الجزائر: دار الخلدونية.
10. محمد سرحان علي المحمودي. (2015). *مناهج البحث العلمي*. صنعاء. اليمن: دار الكتب.
11. محمد شفيق. (1985). *البحث العلمي*. بيروت: المكتب الجامعي الحديث.

12. محمد عبيدات، محمد ابو نصار، وعقلة مبيضين. (1999). منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات. عمان. الاردن: الجامعة الاردنية.
13. محمد علي محمد. (1985). الشباب العربي والتغير الاجتماعي. لبنان: دار النهضة العربية.
14. يوسف قطامي. (2012). النظرية المعرفية في التعلم. عمان. الاردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع.

المجلات :

1. سليمان سعيد المبارك. (8 ابريل، 2009). المعالجة المعلوماتية وعلاقتها بالدافع المعرفي لدى طلبة كلية التربية الاساسية في جامعة الموصل. مجلة ابحاث كلية التربية الاساسية .
2. شركة عفيف شقو واولاده، مكتب شنار الهندسي. (2014). وسائل التواصل الاجتماعي واثرها على المجتمع نظرة شرعية اجتماعية قانونية . وسائل التواصل الاجتماعي واثرها على المجتمع نظرة شرعية اجتماعية قانونية . فلسطين : مكتب شنار الهندسي.
3. شينا كايسر، ايريك ايسبلوند، نيل بورون، س.ي. قريشي، واندر ليمو. (2014). وسائل التواصل الاجتماعي دليل علمي للهيئات المعنية بالادارة الانتخابية . السويد: مؤسسة الدولية لي ديمقراطية والانتخابات.
4. عبد الرحيم سليمان. (2، 5 ماي، 2016). مواقع التواصل الاجتماعي استخدامات وسياقات . مجلة ابداعات العربية .
5. عبد القادر حنة، وسهى مراكب. (2021). التوجيه الجامعي وجودة الحياة لدى الطالب الجامعي. مجلة جودة الخدمة العمومية للدراسات السوسيولوجية والتنمية الادارية، 2.
6. علا محمد أبو راجوح. (2 ايلول، 2021). شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في العملية التعليمية. المجلة العربية للنشر العلمي، الصفحات 161-180.

7. لطيفة عريق. (ديسمبر، 2018). قراءة في نظريات الاعلام المفسرة لتشكيل الراي العام. مجلة المجتمع والرياضة .
8. محمد بن عبد الله ال مرعي. (2017). مستوى المهارات المعرفية لدى الطالب المعلم بالجامعة في المملكة العربية السعودية. مجلة كلية التربية .
9. محمد فرج صالح العبدلات. (2018). اثر استخدام اليوتيوب والفيسبوك في تحصيل جامعة الاردنية لمرحلة البكالوريوس فيمادة لغة الاجليزية . مجلة العربية لضمان جودةتعليم الجامعي .
10. مصطفى علي سيد عبد النبي. (23 يوليو، 2019). الاتجاهات الحديثة لنظرية الاستخدامات والإشباع. المجلة المصرية للدراسات المتخصصة .

المواقع الالكترونية:

1. سعيد غني نوري. (20 يناير، 2020). التنمية بين المفهوم والاصطلاح. تاريخ الاسترداد 27 ابريل، 2023، من: RESEARCHGATE.NET:
https://www.researchgate.net/publication/338701801_altnmyt_byn_almfh_wm_walastlah_ad_syd_ghny_nwry

المذكرات والأطروحات:

1. بدر عبد الله الكريع. (2015). توظيف طلاب المرحلة الثانوية لشبكات التواصل الاجتماعي في الواجبات المدرسية وعلاقته في تحصيلهم الدراسي في محافظة القريات قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في تخصص تقنيات التعليم. اليرموك الأردن: جامعة اليرموك كلية التربية.
2. ماطر عبد الله حمدي. (12 ايار، 2018). اعتماد الشباب الجامعي على مواقعالتواصل الاجتماعي في التزود بالمعلومات قدمت هذه الخطة استكمالاً لمتطلبات الحصول على شهادة الماجستير في الاعلام. تبوك.السعودية: جامعة الشرق الاوسط.

3. عيسى، ط . ع . (2015). استخدامات اللقائم بالاتصال في الصحافة الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة قدم هذا البحث استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الصحافة . . غزة، فلسطين :الجامعة الإسلامية غزة
4. نزيهة بوجار. (20 نوفمبر، 2014). وجهة نظر الاساتذة الثانوية حول تنمية مهارات التفكير من خلال مادة الفلسفة لدى تلاميذ سنة ثالثة ثانوي مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم النفس التربوي. ام البواقي، الجزائر: كلية علوم الاجتماعية والانسانية جامعة العربي بن مهيدي.
5. مصطفى منصور. (11 ديسمبر، 2017). اثر استراتيجية تعليمية /تعليمية مبنية على اتغير المفهومي في تعديل التصورات الخاطئة وتنمية مهارات التفكير العلمي رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التربية التفكير العلمي. بسكرة، الجزائر: كلية العلوم الاجتماعية والانسانية قسم العلوم الاجتماعية جامعة محمد خيضر.

الملاحق

الملحق 01: الاستبيان
جامعة الشهيد حمه لخضر
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم العلوم الاجتماعية
ماستر علم اجتماع الاتصال



الاستبيان

في إطار استكمال الحصول على شهادة الماستر الأكاديمي في تخصص علم الاجتماع الاتصال ولانجاز البحث الموسوم بعنوان : **توظيف شبكات التواصل الاجتماعي لتنمية المهارات المعرفية لدى الطلبة الجامعيين** دراسة ميدانية لعينة من طلبة السنة الأولى علوم اجتماعية، ولذلك نرجو من زملائنا التكرم بالإجابة على فقرات هذا الاستبيان والذي يمثل أحد الجوانب الهامة للبحث، لذا نلتمس منكم التعاون معنا بالإجابة على هذا الاستبيان وإعطاء الأهمية اللازمة إذ سوف يُستخدم لأغراض البحث العلمي فقط ولكم منا فائق الاحترام سلفا .

إعداد الطالبتين : إشراف الأستاذة الدكتورة

- عريق لطيفة

1. حمادي جهاد

2. فاضلي سلمى

❖ المحور الأول: البيانات الشخصية

1. الجنس : - ☐ ذكر

- ☐ أنثى

2. السن : - ☐ 19 - 23 ☐ 24 - 28

- ☐ 29 - 33 ☐ 34 - 38 ☐

- ☐ 39 - 43 ☐ فوق 43 سنة

3. الإقامة : - منطقة حضرية ☐

- منطقة ريفية ☐

❖ المحور الثاني: الاستخدامات والإشبيعات والدوافع المحققة من استخدام أفراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي:

4. هل تستخدم موقع يوتيوب :

- ☐ - دائما
- ☐ - أحيانا
- ☐ - نادرا

5. ماهو معدل الساعات التي تقضيها في تصفح ومشاهدة مقاطع الفيديو على موقع يوتيوب :

- ☐ - أقل من ساعة
- ☐ - من ساعة إلى 04 ساعات
- ☐ - أكثر من 04 ساعات

6. ماهو الجهاز الذي تعتمد استخدامه عند زيارة موقع يوتيوب :

- ☐ - حاسوب ثابت
- ☐ - حاسوب محمول
- ☐ - هاتف ذكي
- ☐ - لوح الكتروني

7. ماهي فترة استخدامك لموقع يوتيوب :- الفترة الصباحية ☐ -الفترة المسائية ☐

- ☐ - الظهيرة
- ☐ - الفترة الليلية
- ☐ - حسب الظر ☐

8. ماهو المكان الذي تشاهد فيه الفيديوهات على يوتيوب:

- ☐ - البيت
- ☐ - مقهى الانترنت
- ☐ - الجامعة
- ☐ - الإقامة
- ☐ - أماكن أخرى اذكرها
- ☐ -

9. تتصفح الفيديوهات على موقع اليوتيوب:

- ☐ - كمشارك
- ☐ - كزائر
- ☐ - كمنظم

10. كيف تتفاعل مع مقاطع الفيديو على موقع يوتيوب :

- ☐ - الاكتفاء بالمشاهدة فقط
- ☐ - وضع علامة الإعجاب على مقاطع الفيديو
- ☐ - التعليق على الفيديو
- ☐ - المشاركة مع الزملاء
- ☐ - آخر اذكرها

11. هل تستخدم موقع يوتيوب لأغراض تعليمية (دراسية) :

- ☐ - دائماً
- ☐ - أحيانا
- ☐ - نادر

12. ماهي الدوافع التعليمية التي تجعلك تفضل موقع يوتيوب على المواقع الأخرى :

- ☐ - لأنها فيديوهات مجانية
- ☐ - يحتوي على شروح ودروس مبسطة لتخصصي
- ☐ - اكتساب معارف وخبرات جديدة
- ☐ - أخرى اذكرها

❖ المحور الثالث : أثر موقع اليوتيوب في تنمية المهارات المعرفية لدى عينة الدراسة.

الرقم	الاحتمالات	موافق	محايد	غير موافق
01	يكسبني استخدام موقع اليوتيوب معارف جديدة ومختلفة .			
02	يكسبني استخدام موقع اليوتيوب معلومات جديدة في تخصصي			
03	يكسبني استخدام موقع اليوتيوب سرعة في استيعاب المعلومات في تخصصي .			
04	يكسبني استخدام موقع اليوتيوب فعالية كبيرة في استيعاب المعلومات حول تخصصي.			
05	يزيد موقع اليوتيوب من قدرة الإدراك الحسي لدي.			
06	يزيد موقع اليوتيوب من قدرة الإدراك العقلي لدي.			

المنطق والاستدلال	01	يزيد استخدامي لموقع اليوتيوب في تكوين أفكار حول المواضيع التي أدرسها في الجامعة .		
	02	ينمي استخدامي لموقع اليوتيوب مهارة التفكير النقدي لديّ.		
	03	ينمي استخدامي لموقع اليوتيوب التفكير العلمي السليم.		
	04	ينمي استخدامي لموقع اليوتيوب التفكير المنطقي.		
	05	ينمي استخدامي لموقع اليوتيوب التفكير الإبداعي .		
	06	يساعدني استخدام موقع اليوتيوب على حل المشكلات التي تواجهني في مساري الدراسي.		
المعالجة السمعية والبصرية	01	ساعدني استخدام موقع اليوتيوب على تنمية حاسة السمع.		
	02	الكتب الصوتية على موقع اليوتيوب ساعدتني في مساري الدراسي .		
	03	ساعدني استخدام موقع اليوتيوب على تنمية حاسة النظر.		
	04	المعلومات المتعلقة بمجال دراستي التي أشاهدها على اليوتيوب تترسخ أكثر في ذاكرتي.		
	05	الصور والأشكال ونوع الدروس المقدمة على اليوتيوب سهل تذكرها وقت حاجتها.		
الذاكرة	01	استخدامي لموقع اليوتيوب في مجال دراستي ساعدني على حفظ المعلومات بسهولة.		
	02	استخدامي لموقع اليوتيوب في مجال دراستي ساعدني على تخزين المعلومات في مجال دراستي .		
	03	استخدامي لموقع اليوتيوب في مجال دراستي ساعدني على استرجاع المعلومات في الوقت المناسب .		
	04	استخدامي لموقع اليوتيوب في مجال دراستي ساعدني على استرجاع المعلومات في الموقف المناسب .		
آراء عينة الدراسية حول استخدام موقع اليوتيوب في تخصصها	01	الفيديوهات التعليمية على اليوتيوب تستخدم أسلوباً علمياً يجذبني للتركيز والفهم أكثر من الدروس في الجامعة.		
	02	أفضل الشرح المقدم في الفيديوهات التعليمية في اليوتيوب على المقدمة في الدروس الجامعية.		
	03	الفيديوهات التعليمية على اليوتيوب يقدمها مختصون ذوو كفاءة علمية عالية.		
	04	الفيديوهات التعليمية على اليوتيوب تتميز بميزة الرجوع إليها في أي وقت .		

الملحق 02: مخرجات البرنامج الإحصائي

Correlations

		VAR0001	VAR0002	VAR0003	VAR0003	VAR0004	VAR0004	VAR0004
VAR0001	Pearson	1	.437**	.327*	.245	.240	-.093-	.640**
9	Sig. (2-tailed)		<.001	.011	.059	.065	.480	<.001
	N	60	60	60	60	60	60	60
VAR0002	Pearson	.437**	1	.386**	.456**	.332**	-.297-*	.693**
6	Sig. (2-tailed)	<.001		.002	<.001	.010	.021	<.001
	N	60	60	60	60	60	60	60
VAR0003	Pearson	.327*	.386**	1	.410**	.372**	-.094-	.725**
2	Sig. (2-tailed)	.011	.002		.001	.003	.475	<.001
	N	60	60	60	60	60	60	60
VAR0003	Pearson	.245	.456**	.410**	1	.323*	-.265-*	.622**
7	Sig. (2-tailed)	.059	<.001	.001		.012	.040	<.001
	N	60	60	60	60	60	60	60
VAR0004	Pearson	.240	.332**	.372**	.323*	1	-.231-	.564**
2	Sig. (2-tailed)	.065	.010	.003	.012		.075	<.001
	N	60	60	60	60	60	60	60
VAR0004	Pearson	-.093-	-.297-*	-.094-	-.265-*	-.231-	1	.744
3	Sig. (2-tailed)	.480	.021	.475	.040	.075		<.001
	N	60	60	60	60	60	60	60
VAR0004	Pearson	.640**	.693**	.725**	.622**	.564**	.744	1
4	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	60	60	60	60	60	60	60

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	60	80.0
	Excluded ^a	15	20.0
	Total	75	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.722	9

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	60	80.0
	Excluded ^a	15	20.0
	Total	75	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.691	6

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	60	80.0
	Excluded ^a	15	20.0
	Total	75	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.710	6

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	60	80.0
	Excluded ^a	15	20.0
	Total	75	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.824	5

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	60	80.0
	Excluded ^a	15	20.0
	Total	75	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.849	4

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	60	80.0
	Excluded ^a	15	20.0
	Total	75	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.708	4

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	60	80.0
	Excluded ^a	15	20.0
	Total	75	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.777	34

		هل تستخدم اليو لأغراض تعليمية	كيفية التفاعل مع المقاطع اليوتيوب كـ	تصفح تشاهد فيه	المكان الذي فترة الاستخدام	في التصفح	الجهاز المستخدم	معدل الساعات التي تقضيها على اليوتيوب	هل تستخدم موقع اليوتيوب	ماهي الدوافع التي تجعلك تفضل موقع اليو على المواقع الأخرى
N	Valid	60	60	60	60	60	60	60	60	60
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		1.8500	1.6167	2.7333	4.2833	1.3333	1.5833	1.4000	1.8500	2.1500
Std. Deviation		.63313	.76117	.60693	1.12131	.93277	.49717	.64309	.65935	.79883

الجنس

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ذكر	26	43.3	43.3	43.3
	انثى	34	56.7	56.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

السن

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	19-23	53	88.3	88.3	88.3
	24-28	4	6.7	6.7	95.0
	29-33	1	1.7	1.7	96.7
	أفوق 43	2	3.3	3.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

الإقامة

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ريف	39	65.0	65.0	65.0
	حضر	21	35.0	35.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

هل تستخدم موقع اليوتوب

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	دائما	17	28.3	28.3	28.3
	أحيانا	35	58.3	58.3	86.7
	نادرا	8	13.3	13.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

معدل الساعات التي تقضيها على اليوتوب

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	أقل من ساعة	33	55.0	55.0	55.0
	من ساعة إلى 4 ساعات	17	28.3	28.3	83.3
	أكثر من 4 ساعات	10	16.7	16.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

الجهاز المستخدم في التصفح

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	حاسوب ثابت	5	8.3	8.3	8.3
	حاسوب محمول	6	10.0	10.0	18.3
	هاتف ذكي	49	81.7	81.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

فترة الاستخدام

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	الصباحية	2	3.3	3.3	3.3
	المسائية	4	6.7	6.7	10.0
	الظهرية	7	11.7	11.7	21.7
	الليالية	9	15.0	15.0	36.7
	حسب الظروف	38	63.3	63.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

المكان الذي تشاهد فيه

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	البيت	53	88.3	88.3	88.3
	الجامعة	1	1.7	1.7	90.0
	الإقامة	6	10.0	10.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

تصفح اليوتيوب كـ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	كمشترك	25	41.7	41.7	41.7
	كزائر	35	58.3	58.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

كيفية التفاعل مع المقاطع

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	الاكتفاء بالمشاهدة فقط	40	66.7	66.7	66.7
	وضع علامة الإعجاب على مقاطع الفيديو	17	28.3	28.3	95.0
	التعليق على الفيديو	2	3.3	3.3	98.3
	المشاركة مع الزملاء	1	1.7	1.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

هل تستخدم اليو لأغراض تعليمية

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	دائما	18	30.0	30.0	30.0
	أحيانا	33	55.0	55.0	85.0
	نادرا	9	15.0	15.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

ماهي الدوافع التي تجعلك تفضل موقع اليو على المواقع الأخرى

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	لائحة فيديوات مجانية	15	25.0	25.0	25.0
	يحتوي على شروح ودروس مبسطة لتخصصي	21	35.0	35.0	60.0
	اكتساب معارف وخبرات جديدة	24	40.0	40.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

	VAR0001	VAR00014	VAR00015	VAR00016	VAR00017	VAR00018	VAR00019	VAR00020	VAR00021	VAR0002
N Valid	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean	2.8833	2.8667	2.6667	2.5333	2.4167	2.5000	15.8667	2.6000	2.4167	2.4500
Std.	.37243	.34280	.50979	.70028	.64550	.70109	1.89080	.64309	.71997	.69927

VAR00013

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	1	1.7	1.7	1.7
	محايد	5	8.3	8.3	10.0
	موافق	54	90.0	90.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

VAR00014

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	محايد	8	13.3	13.3	13.3
	موافق	52	86.7	86.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

VAR00015

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	1	1.7	1.7	1.7
	محايد	18	30.0	30.0	31.7
	موافق	41	68.3	68.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

VAR00016

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	7	11.7	11.7	11.7
	محايد	14	23.3	23.3	35.0
	موافق	39	65.0	65.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

VAR00017

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	5	8.3	8.3	8.3
	محايد	25	41.7	41.7	50.0
	موافق	30	50.0	50.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

VAR00018

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	7	11.7	11.7	11.7
	محايد	16	26.7	26.7	38.3
	موافق	37	61.7	61.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

VAR00020

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	--	-----------	---------	---------------	--------------------

Valid	غير موافق	5	8.3	8.3	8.3
	محايد	14	23.3	23.3	31.7
	موافق	41	68.3	68.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

VAR00021

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	8	13.3	13.3	13.3
	محايد	19	31.7	31.7	45.0
	موافق	33	55.0	55.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

VAR00022

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	7	11.7	11.7	11.7
	محايد	19	31.7	31.7	43.3
	موافق	34	56.7	56.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

VAR00023

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	5	8.3	8.3	8.3
	محايد	20	33.3	33.3	41.7
	موافق	35	58.3	58.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

VAR00024

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	5	8.3	8.3	8.3
	محايد	14	23.3	23.3	31.7
	موافق	41	68.3	68.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

VAR00025

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	5	8.3	8.3	8.3
	محايد	16	26.7	26.7	35.0
	موافق	39	65.0	65.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

VAR00027

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	18	30.0	30.0	30.0

	محايد	21	35.0	35.0	65.0
	موافق	21	35.0	35.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

VAR00028

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	10	16.7	16.7	16.7
	محايد	24	40.0	40.0	56.7
	موافق	26	43.3	43.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

VAR00029

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	14	23.3	23.3	23.3
	محايد	32	53.3	53.3	76.7
	موافق	14	23.3	23.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

VAR00030

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	8	13.3	13.3	13.3
	محايد	22	36.7	36.7	50.0
	موافق	30	50.0	50.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

VAR00031

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	4	6.7	6.7	6.7
	محايد	17	28.3	28.3	35.0
	موافق	39	65.0	65.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

VAR00033

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	3	5.0	5.0	5.0
	محايد	19	31.7	31.7	36.7
	موافق	38	63.3	63.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

VAR00034

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	3	5.0	5.0	5.0

	محايد	17	28.3	28.3	33.3
	موافق	40	66.7	66.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

VAR00035

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	7	11.7	11.7	11.7
	محايد	19	31.7	31.7	43.3
	موافق	34	56.7	56.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

VAR00036

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	4	6.7	6.7	6.7
	محايد	21	35.0	35.0	41.7
	موافق	35	58.3	58.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

VAR00037

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5.00	1	1.7	1.7	1.7
	6.00	1	1.7	1.7	3.3
	7.00	2	3.3	3.3	6.7
	8.00	9	15.0	15.0	21.7
	9.00	9	15.0	15.0	36.7
	10.00	5	8.3	8.3	45.0
	11.00	14	23.3	23.3	68.3
	12.00	19	31.7	31.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

VAR00038

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	3	5.0	5.0	5.0
	محايد	22	36.7	36.7	41.7
	موافق	35	58.3	58.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

VAR00039

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	6	10.0	10.0	10.0
	محايد	18	30.0	30.0	40.0
	موافق	36	60.0	60.0	100.0

Total	60	100.0	100.0	
-------	----	-------	-------	--

VAR00040

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	14	23.3	23.3	23.3
	محايد	17	28.3	28.3	51.7
	موافق	29	48.3	48.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

VAR00041

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	1	1.7	1.7	1.7
	محايد	4	6.7	6.7	8.3
	موافق	55	91.7	91.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Group Statistics

	الجنس	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
استخدام	ذكر	26	11.5000	1.72627	.33855
	انثى	34	12.0588	1.73975	.29837

**Levene's Test for
Equality of
Variances**

		F	Sig.	t	df	Significance One- Sided p	Two-Sided p
استخدام	Equal variances assumed	.000	.991	-1.237-	58	.111	.221
	Equal variances not assumed			-1.238-	54.163	.110	.221

ANOVA

استخدام

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	6.814	3	2.271	.739	.533
Within Groups	172.170	56	3.074		
Total	178.983	59			

Group Statistics

	الاقامة	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
استخدام	ريف	39	11.5641	1.87497	.30024
	حضر	21	12.2857	1.38358	.30192

		Levene's Test for Equality of Variances					Significance	
		F	Sig.	t	df		One-Sided p	Two-Sided p
استخدام	Equal variances assumed	2.301	.135	-1.549	58		.063	.127
	Equal variances not assumed			-1.695	52.231		.048	.096

		Levene's Test for Equality of Variances					Significance	
		F	Sig.	t	df		One-Sided p	Two-Sided p
اشياعات	Equal variances assumed	.112	.739	-1.068	58		.145	.290
	Equal variances not assumed			-1.067	53.666		.145	.291

ANOVA

اشياعات

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	1.403	3	.468	.243	.866
Within Groups	107.580	56	1.921		
Total	108.983	59			

Group Statistics

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
اشياعات	الإقامة	39	6.8718	1.41755	.22699
	حضر	21	7.1905	1.24976	.27272

		Levene's Test for Equality of Variances					Significance	
		F	Sig.	t	df		One-Sided p	Two-Sided p
اشياعات	Equal variances assumed	.499	.483	-.864	58		.195	.391
	Equal variances not assumed			-.898	45.752		.187	.374

