

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم التربوية لدى الشباب الجامعي دراسة لعينة من طلبة كليات الإعلام والزراعة

**The role of social networking sites in promoting educational values
among university youth**

**A sample of students from the colleges of information and
.agriculture**

أ.م.د. سحر خليفة سالم

كلية الإعلام - الجامعة العراقية

Assistant Professor Dr. Sahar Khalifa Salim
aliraqia University -Media college

أ.م.د. محمد جواد زين الدين

كلية الإعلام - الجامعة العراقية

Assistant Professor Dr. Mohammed Jyid Zean Aldeen
aliraqia University -Media college

تحدد موضوع بحثنا في دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز وتنمية القيم التربوية لدى الشباب الجامعي، إذ تُشكل المنظومة القيمية للمجتمع المحرك الرئيس والأساسي للأفكار والاتجاهات وردود الأفعال، وتُعد المعيار الذي يتحرك به الأفراد في ظل الحملات الموجهة تجاه هذه الشريحة المهمة من المجتمع ويهدف هذا البحث إلى الوقوف على الاثر الذي يحدثه استخدام مواقع التواصل الاجتماعي سيما اليوتيوب على القيم التي تتكون عند الطلبة الجامعيين وعلى تعزيز قيمهم التربوية. وقد تم الاعتماد على المنهج المسحي كونه الانسب لتحقيق أهداف البحث وتم استخدام أداة الاستبيان حيث قام الباحثان بتصميم استبانة خاصة لهذا الغرض. ومن ابرز ما توصل اليه البحث:

1. حرص الطلبة الجامعيين على متابعة مواقع التواصل الاجتماعي، لكنهم لا يحرصون بشكل منهجي على تصفح ومتابعة البرامج العلمية والمعرفية والثقافية التي من شأنها تطوير قدراتهم التطويرية والإبداعية.
 2. وجود نسبة لا بأس بها من الطلبة يتابعون البرامج العلمية والمعرفية لكن متابعتهم هذه ليست بصورة دائمية ممنهجة.
 3. جاءت البرامج التعليمية الخيار الأول بالنسبة للطلبة في بناء القيم التربوية وبرامج الأبداع والابتكار ثانياً والبرامج العلمية وتطوير اللغة بالمرتبة الثالثة والبرامج المعرفية بالمرتبة الرابعة والبرامج الثقافية بالمرتبة الخامسة. وهذا دليل وعي الطلبة ومعرفتهم بنوع البرامج التي تساهم في بناء القيم التربوية لديهم.
- مقدمة:**

برزت أهمية مواقع التواصل الاجتماعي كضرورة حتمية وواقعية لا يمكن الاستغناء عنها في شتى المجالات، وقد تجلت أهميتها في عملية الاتصال والتواصل وسرعة الاتصال ونقل الأحداث بشكل سريع وفاعل على الأصعدة كافة. حيث تميزت بقدرتها الفائقة على إحداث التأثير والتفاعل السريع كأسلوب جديد سيما في مجال الإعلام والاتصال. وتلعب مواقع التواصل الاجتماعي ومنها (اليوتيوب) دوراً مهماً وبارزاً في عمليات نقل الثقافة والعلوم وزيادة الجانب المعرفي والتربوي في متابعة ما يُبث في هذا الموقع، فهناك الكثير من البرامج التربوية والتعليمية الهادفة التي يتم بثها عبر اليوتيوب أما نقلاً من الفضائيات التي لم يتمكن الفرد من متابعتها لالتزامه بأعمال وأمور جانبية أعاقته من متابعتها في وقت العرض أو عبر قنوات خاصة بالموقع نفسه، مما يتيح للفرد من مراجعة ومشاهدة البرامج المتنوعة الخاصة بالمجال العلمي والمعرفي ودعم القيم التربوية للأفراد. ويتحدد موضوع بحثنا في دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز وتنمية القيم التربوية لدى الشباب الجامعي، إذ تُشكل المنظومة القيمية للمجتمع المحرك الرئيس والأساسي للأفكار والاتجاهات وردود الأفعال، وتُعد المعيار الذي يتحرك به الأفراد في ظل الحملات الموجهة تجاه هذه الشريحة المهمة من المجتمع، لانشغالهم بأمر بعيدة عن قيمها وثقافتها التي نشأت عليها. ولذلك ينبغي العمل والتوعية في استخدام تلك المواقع وتحديداً (اليوتيوب) في توظيف البرامج والمواضيع التي تساهم في تعزيز وتنمية القيم والسلوك التربوي بما ينسجم مع ثقافة وقيم المجتمع، ولا سيما شريحة الشباب التي تعتمد جميع البلدان على هذه الفئة في بناء خططها وبرامجها المستقبلية للنهوض بواقعها وازدهار أوطانها وتطوير مؤسساتها التربوية والتعليمية.

المبحث الأول الإطار المنهجي

أولاً: مشكلة البحث:

ازداد في الآونة الأخيرة استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي ومنها اليوتيوب في المجالات كافة، ولا سيما في المجالات التربوية والتعليمية لما تحتويه من مضامين ومواضيع ذات صلة بالفرد أو المجتمع أو على صعيد المؤسسات بمختلف التخصصات التعليمية والتربوية أم الخدمية منها أم الصناعية أم الترفيهية... الخ. ويركز موضوع بحثنا حول دور مواقع التواصل الاجتماعي لاسيما موقع اليوتيوب في تعزيز القيم التربوية، في ظل مجتمع افتراضي يتعرض للكثير من الرسائل

الاتصالية المختلفة يومياً، بما يضمن تفاعل الجمهور معها وكسب الرأي العام وديمومة الاستمرار والارتقاء بالخدمات المقدمة إلى الجمهور من قبل تلك الشركات، وبالتالي برزت الحاجة إلى هذا البحث للكشف عن ذلك الدور في دراسة مسحية لعينة من طلبة الجامعات، لذلك يتطلع البحث إلى الإجابة عن التساؤلات الآتية:

١. ما مدى استخدام موقع اليوتيوب من قبل طلبة الجامعات العراقية؟
٢. ما دور موقع يوتيوب في ترسيخ القيم التربوية لدى طلبة الجامعات؟
٣. ما أبرز القيم التي يحرص عليها طلبة الجامعة والتي ساهم موقع يوتيوب في ترسيخها؟
٤. ما مدى متابعة الطلبة الجامعيين للبرامج التربوية التي تعرض على اليوتيوب والتي من شأنها تطوير قدراتهم المعرفية؟

ثانياً: أهمية البحث:

تأتي أهمية هذا البحث من فحوى الموضوع الذي يتناوله والدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي، وما أحدثته تلك الوسائل من تأثير وتفاعل الجمهور معها، وما تتميز به تلك التطبيقات من سمات أبرزها رخص ثمنها في عرض الخدمات المختلفة واختصاراً للوقت والجهد معاً وسرعة النشر وسهولة الاطلاع من قبل المتلقين، فضلاً عن المواضيع المتنوعة في خدمة شرائح المجتمع بمختلف مستوياته واتجاهاته المعرفية والفكرية. ويتمثل موضوع البحث في التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي (اليوتيوب) في تعزيز مفاهيم القيم التربوية.

ثالثاً: أهداف البحث:

يسعى هذا البحث إلى تحقيق الأهداف الآتية:

١. التعرف على أكثر البرامج التي يحرص الطلبة على متابعتها في مواقع التواصل الاجتماعي تحديداً اليوتيوب.
٢. تحديد أبرز القيم الاجتماعية والدينية والوطنية التي ترسخت نتيجة استخدام الطلبة لموقع يوتيوب.
٣. تشخيص مدى متابعة الطلبة للبرامج التربوية في موقع يوتيوب والتي تساهم في تعزيز قيمهم التربوية.

رابعاً: نوع البحث ومنهجه:

يُعد هذا البحث وصفيّاً، معتمداً على المنهج المسحي (Survey Method)، والذي يسعى إلى تصوير وتوثيق الوقائع والحقائق الجارية ويهتم في مجال دراسة جمهور المتلقين بوصف حجم وتركيب هذا الجمهور وتصنيف الدوافع والحاجات والمعايير الثقافية والاجتماعية^(١)، عن طريق الاعتماد على استمارة الاستقصاء (Questionnaire) التي تحتوي على أسئلة تهدف إلى قياس تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وبالأخص موقع (اليوتيوب).

خامساً: مجتمع البحث وعينته:

ضم مجتمع البحث طلبة كلية الزراعة في جامعة بغداد، وطلبة كلية الإعلام في الجامعة العراقية من مستخدمي موقع اليوتيوب، واعتمد الباحثان على العينة العمدية في اختيار (١٠٠) مائة طالب لكل كلية، إذ كان الاختيار من كليتين مختلفتين إحداهما ذات تخصص علمي والأخرى إنساني فاصبح عدد الطلبة بحدود (٢٠٠) مبحوثاً.

سادساً: مجالات البحث

١. المجال المكاني: اتخذ البحث من جامعة بغداد - كلية الزراعة، والجامعة العراقية - كلية الإعلام، مجالاً مكانياً لمستخدمي موقع (اليوتيوب) على شبكة الانترنت بشكل محدد لدراسة مجتمع البحث.
٢. المجال الزمني: تم اختيار مدة زمنية للبحث امتدت لمدة (٣٠) يوماً اعتباراً من ٢٠١٧/١٠/١ - ٢٠١٧/١٠/٣١ م كإطار زمني لتوزيع استمارات وتحليل بيانات البحث.

سابعاً: أداة البحث:

قام الباحثان بتصميم استمارة الاستبيان عن طريق الرجوع للدراسات السابقة فضلا عن الخبرة التي يمتلكونها في هذا المجال فتكونت استمارة الاستبيان من (٢١) سؤالاً وتقسمت الى عدة نقاط البيانات الاولى وتضمنت (٤) اسئلة والجزء الثاني يوضح استخدامات اليوتيوب وفضلية مشاهدة البرامج والقيم التي تعززت لدى الطلبة وتكونت من (١٢) سؤالاً والجزء الثالث الذي تكون من عبارات وضحت تعزيز استخدام اليوتيوب للقيم التربوية لدى الطلبة.

ثامناً: اختبار الصدق Validity:

بعد الانتهاء من إعداد وصياغة استمارة الاستبيان بشكل مبدئي وتحويل محاورها إلى أسئلة بطريقة ملائمة ضمت (٢١) سؤالاً، تعكس أهداف البحث والحصول على إجابات لتساؤلاتها، قامت الباحثان بعرض نموذج الاستمارة على مجموعة من المحكمين^(*)، المختصين في علوم الاتصال والإعلام، للحكم في صلاحيتها في قياس متغيرات البحث، وتحقيق أهدافها، واختيار تساؤلاتها، وقد تم تعديل الاستمارة طبقاً للتعديلات التي اقترحوها.

تاسعاً: ثبات فقرات الاستبيان:

يقصد بثبات الاستبانة ان تعطي هذه الاستبانة نفس النتيجة لو تم اعادة توزيع الاستبيان أكثر من مرة تحت نفس الظروف والشروط وللتحقق من ثبات استمارة الاستبيان البحث أجريت خطوات الثبات على العينة نفسها بطريقتين هما التجزئة النصفية ومعامل ألفا كرونباخ، ولإيجاد ثبات الاستبيان استعمل الباحثان معادلة (ألفا- كرونباخ)، وهذا النوع من الثبات يحسب معامل اتساق الأسئلة، أي قوة الارتباط بين فقرات المقياس (الاتساق الداخلي)، ويستخلص من نتائج الصدق والثبات ان أداة الدراسة (الاستبانة) صادقة في قياس ما وضعت لقياسه كما انها ثابتة بدرجة عالية جدا ما يؤهلها لتكون أداة قياس مناسبة وفاعلة لهذه الدراسة، وعند استخراج الثبات كانت قيمته (٠,٨٨٦) وهو معامل ثبات يمكن اعتماده.

عاشراً: الدراسات السابقة:

١. دراسة رضا عبد الواحد^(٢):

الهدف من هذه الدراسة التعرف على استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتيوب على شبكة الانترنت في مملكة البحرين لاشهر موقع والذي يحتل الترتيب الثالث حسب التصنيف العالمي وقد اسفرت الدراسة عن العديد من النتائج أهمها: ان موقع يوتيوب يقدم نمطا جديدا من الإعلام الشعبي الذي يقوم المستخدمون بانتاجه وتحريره وبينت الدراسة ان جميع الشباب الجامعي يعرفون تلك المواقع التي تسمح بمشاهدة وارفاف وتبادل مقاطع الفيديو والتي تأتي في مقدمتها اليوتيوب ويستخدمونها بنسبة (٨٧,٧%) من اجمالي عينة الدراسة وتمثلت دوافعهم في الاخبار والتسلية والترفيه.

٢. دراسة العابد السيد^(٣):

تهدف هذه الدراسة الى التعرف على عادات وانماط استخدام الطلبة الجامعيين لموقع اليوتيوب لمشاهدة البرامج البودكاست. ودوافع الطلبة الجامعيين وراء مشاهدة برامج البودكاست من خلال اليوتيوب. وقد توصلت الدراسة الى عدة نتائج أهمها:
أ- بالنسبة لعادات وانماط الاستخدام فقد تبين ان اغلب الطلبة لا يتابعون برامج البودكاست عن طريق اليوتيوب بصفة
ب- تبين ان اغلب افراد العينة ان دافعهم النفسي لمتابعة البودكاست هو التسلية والامتناع وحب الاطلاع.

٣. دراسة الغريب زاهر^(٤):

يهدف البحث إلى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة وتشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات وانعكاسات شبكات التواصل الاجتماعي على تعزيز القيم المواطنة لدى طلبة التعليم الجامعي. والاثار الاجتماعية والنفسية والاخلاقية والسياسية والاقتصادية لشبكات التواصل الاجتماعي. ودور شبكات التواصل الاجتماعي على تعزيز قيم المواطنة لدى طلبة التعليم الجامعي. وقد توصل البحث إلى:

أ- اتضح ان شبكات التواصل الاجتماعي لها اثار سلبية من حيث النواحي الاجتماعية والنفسية والدينية والسياسية والاقتصادية.

ب- اتضح ان توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة ضعيف جدا حيث لا تحرص المؤسسات والهيئات الحكومية وبخاصة الجامعات على توظيف هذه الشبكات في تنمية قيم المواطنة.

المبحث الثاني

مواقع التواصل الاجتماعي وتحديد القيم

أولاً : مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

أظهرت شبكات التواصل الاجتماعي طفرة نوعية هائلة في عالم اجتماعي افتراضي يكاد يوازي في التأثيرات الاجتماعية والنفسية التي يخلقها مع العالم الحقيقي، الذي يعيشه مستخدمو هذه الشبكات، فقد فتح هذا المجتمع آفاقاً وأبعاداً جديدة تسهم في تكوين الهوية الاجتماعية والثقافية والعلمية والسياسية والاقتصادية والخدمية المستخدمة على نحو يتخطى حدود الزمان والمكان. وتعرف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها "منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمستخدم فيها بإنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع اعضاء اخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسه"^(٥). ويطلق على مواقع التواصل الاجتماعية تسميات عدة منها، الويب، الشبكات الرقمية الاجتماعية، الشبكات الاجتماعية، وسائل الإعلام الاجتماعية، مواقع الشبكات الاجتماعية، أو الإعلام الاجتماعي الجديد، وبالرغم من ان هذه المواقع انشأت في الاساس للتواصل الاجتماعي بين الافراد فان استخدامها امتد ليشمل مختلف الأنشطة الاجتماعية من خلال تداول المعلومات الخاصة بالاحداث المختلفة وقد اصبحت هذه المواقع اليوم من الجهات التي تساهم بدور مهم في تعزيز واكساب النشء عادات وقيم وسلوكيات وأداة مهمة من ادوات التغيير الاجتماعي^(٦). فمواقع التواصل الاجتماعي لم تعد للردشة فقط او للتسلية بل اصبحت من احدث منتجات تكنولوجيا الاتصالات واكثرها شعبية وهي وسيلة لانجاز العديد من الاعمال مثل^(٧):

١. اعطاء المعلومات المختلفة والحصول عليها.

٢. التعاون والتشارك في حل المشكلات واتخاذ القرارات.

٣. التعليم والتعلم والتدريب وتبادل الخبرات.

٤. التعبير عن المشاعر والافكار والآراء. وأخيراً نجد أن مواقع التواصل الاجتماعي لاسيما يوتيوب وفيسبوك وتويتر، قد تؤدي دوراً مهماً وبارزاً في نقل الأخبار والأحداث اليومية والتعليقات وجهات النظر، حتى أصبحت هذه المواقع ضرورة حتمية يستخدمها الجميع في بث مواضيع عامة متنوعة. ويمكن ان تعمل مواقع التواصل الاجتماعي على تفعيل الطاقات المتوفرة لدى الشباب وتطوير القديم واحلال قيم وسلوك جديد وزيادة المعرفة والقدرة على التغيير فقد ركزت البحوث العلمية حول مواقع التواصل الاجتماعي على نموذجين الاول يتمثل بالحتمية التكنولوجية وينطلق من القناعة بقوة التكنولوجيا على احداث التغيير الاجتماعي والنموذج الثاني المتمثل في الحتمية الاجتماعية التي ترى ان البنى الاجتماعية هي التي تتحكم في محتويات التكنولوجيا واشكالها اي ان القوى الاجتماعية المالكة لوسائل الإعلام هي التي تحدد محتواها^(٨).

ثانياً : موقع يوتيوب You Tube :

تأسس موقع اليوتيوب في بداية عام (٢٠٠٥) ويعتمد على تقنية الادوبي فلاش لعرض مقاطع الفيديو المطلوبة والتي تضم افلاماً مختلفة تم التقاطها من قبل هواة او محترفين وله انتشار كبير في العالم^(٩). ويعرف موقع يوتيوب بأنه "أكبر موقع على شبكة الانترنت يسمح للمستخدمين برفع ومشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني كمستخدمين عاديين"^(١٠).

ويبلغ عدد مستخدمي اليوتيوب اكثر من مليار مستخدم والتي تمثل ثلث عدد مستخدمي الانترنت، يشاهدون كل يوم ما يزيد عن مليار ساعة من الفيديو ويسجلون مليارات المشاهدات واكثر من ٧٠% من وقت المشاهدة يتم عن طريق الهاتف

المحمول، ويمكن تصفح هذا الموقع في (٩١) بلداً و (٨٠) لغة مختلفة (ما يلائم احتياجات ٩٥% من مستخدمي الانترنت) ويبلغ مستخدمون من عمر (١٨-٣٤) سنة يشاهدون المحتوى^(١١). ويتميز موقع يوتيوب مثل بقية مواقع التواصل الاجتماعي بمميزاته التقنية^(١٢):

١. عام ومجاني: تستطيع تحميل وتنزيل ما تشاء من الافلام سواء كانت تعليمية أم ترفيهية وكل ذلك مجاناً.
٢. داعم لتحميل الافلام: فالموقع يوفر مجاناً خادماً ذا مساحة غير محدودة تستطيع من خلاله تحميل الافلام والمقاطع الفيديوية من جميع الانواع.
٣. سهل الاستعمال من قبل العامة: فالموقع سهل الاستعمال بالنسبة لتحميل وتنزيل الافلام مقارنة بغيره من المواقع ويوفر أدوات داعمة لذلك.
٤. سهل المشاهدة: فمجرد ضغطك على وصلة مشاهدة يتم البث الحي والمباشر وبالإمكان حفظ هذه الافلام والمقاطع عن طريق تطبيقات معينة.
٥. سهل البحث: فالموقع يوفر محرك بحث خاص به يمكنك عن طريقه ان تبحث عن عنوان الفلم او حدث ومن ثم مشاهدته.
٦. الرقابة: يسمح الموقع بتحديد من يشاهد الفلم فانت تستطيع ان تجعل مشاهدته حصراً على مجموعة خاصة من المشتركين أو للعامة.
٧. اداة رائعة للترويج: فافلام يوتيوب المجانية هي خير وسيلة لترويج افكارك الخاصة وشرحها للمهتمين من العامة. ويمتاز موقع يوتيوب باستخدام واسع من قبل الشباب والمراهقين في دول العام كافة وكلا الجنسين فهو يحظى على أهتمامهم، فلم يعد حكراً على مؤسسات إعلامية او قنوات تلفزيونية او اشخاص مهتمين من الصحفيين وغيرهم بل اصبح متاحاً لكل من يرغب في الحصول على قناة خاصة به على هذا الموقع ويحتوي الموقع على قنوات تعليمية لا حصر لها تهدف الى نشر العلم والمعرفة عن طريق بث دروس مجانية في التخصصات كافة وبإمكان أي طالب الاستفادة من هذه الدروس المجانية ومتابعتها باستمرار فضلاً عن ملايين المحاضرات التي يقدمها اساتذة من مختلف الجنسيات وبمختلف الموضوعات. وفي الوقت نفسه يحتوي هذا الموقع على معلومات كثيرة غير صحيحة ومغلوبة تساهم في تدمير الاخلاق ونشر الرذيلة عن طريق المواقع اللااخلاقية فضلاً عن التعرف على اساليب الإرهاب والعنف.

ثالثاً: مفهوم القيم

يشير المعجم الإعلامي إلى أن القيم: "هي الأفكار العامة التي يشترك فيها الناس بخصوص ما هو جيد أو غير جيد أو خطأ أو صحيح أو مرغوب أو غير مرغوب"^(١٣). وهي بهذا المعنى تعني: الاهتمام بالشيء، أو استحسانه، أو الميل إليه والرغبة فيه ونحو هذا مما يوحي بأن القيم ذات طابع شخصي ذاتي يخلو من الموضوعية، وتكون وسيلة إلى تحقيق غاية^(١٤). أما في المعنى الاصطلاحي فتعرف القيم على أنها: مصطلح معاصر استخدم في القرن الماضي، فأصل الكلمة مادي اقتصادي ثم انتقل المعنى من الدلالة المحسوسة إلى دلالات مجازية معنوية متعددة^(١٥)، بمعنى أن القيم مجموعة الخصائص الثابتة للشيء التي يقدر بها، ويرغب فيه من أجلها، ويتكون سلم القيم للأشياء من جهة تفاوتها فيما يقتضي لها التقدير أو ما يبعث على الرغبة فيها^(١٦). والقيم هي هدف أو معيار للحكم يشتق من ثقافة معينة ويكون مرغوباً فيه، والقيم بهذا المعنى هي مفهوم واضح أو ضمني، خاص بالفرد أو المجموعة يعني بالمرغوب فيه يؤثر في الاختيار من بين نماذج الأفعال أو الوسائل أو الغايات وهي أي شيء يُعد قيماً في المعنى الأساس الشامل عندما يكون موضوع اهتمام^(١٧). وتعد القيم من وجهة نظر بعض الباحثين هي مكون نفسي، معرفي، عقلي، وجداني، آرائي يوجه السلوك ويدفعه، ولكنه الهي المصدر، ويهدف إلى إرضاء الله سبحانه وتعالى دائماً، فهي الدافع الأيديولوجي الذي يؤثر في أفكار ومعتقدات الإنسان وهذه الضوابط تضع سلوك الإنسان في قالب معين يتماشى مع ما يريده المجتمع ويفضله^(١٨).

تمر عملية تكوين القيم بالمراحل الآتية^(١٩):

١. **مرحلة جذب انتباه الفرد للقيمة:** وهنا يتم إثارة انتباه الفرد نحو القيمة وتستخدم هنا الإمكانات كافة في سبيل عرض القيمة والاستحواذ على انتباه الفرد، وليس من الضروري في هذه المرحلة أن تقدم القيمة واضحة التفاصيل محددة المعالم، إذ أن المهم هنا جذب الانتباه بدرجة أولى لتكوين الوعي بها، وإثارة الرغبة في التلقي، ليتم التركيز والمراقبة ولتأتي الاستجابة بعد ذلك، وفيها يظهر المتعلم اهتماماً قليلاً بالظاهرة، ثم تأتي بعد ذلك الاستجابة النشطة طاعة أو مسابرة ليأتي بعد ذلك الأمر طوعاً.

٢. **مرحلة تقبل القيمة:** وفي هذه المرحلة تستمر الاستجابة بدرجة تكفي لجعل الآخرين يميزون القيم في الفرد ويكون سلوكه ثابتاً وملتزماً بدرجة تكفي لجعله راغباً في أن يتم التعرف عليه بهذا الشكل، وبمعنى آخر أن القيم أصبحت متمثلة بدرجة كافية من العمق، بحيث تصبح قوة مهيمنة باستمرار على سلوك الفرد.

٣. **مرحلة تفضيل القيمة:** وفي هذه المرحلة يصبح الفرد ملتزماً بالقيمة لدرجة تجعله يتابع القيمة ويريدها ويسعى وراءها.

٤. **مرحلة الالتزام بالقيمة:** وفي هذه المرحلة يصل الفرد إلى درجة عالية من اليقين والافتناع وتقبل القيمة وجدانياً ويكون مقتنعاً بصحة اتجاهه، بحيث تكون لديه قدرة على إقناع الآخرين بصحة ما اقتنع به.

٥. **مرحلة القيم التنظيمية:** وهنا يتم تنظيم القيمة بشكل منسق ومنظم كي يتمكن من التغلب على الصراعات التي تنشأ في هذه القيم، التي يدركها أفرادها ويعبرون عنها أثناء تأدية مهامهم اليومية^(٢٠).

خامساً: أنواع القيم

يقسم اغلب الباحثين القيم إلى أنواع عدة، منها:-

١. **القيم السياسية:** وتبرز في اهتمام الفرد بالنشاط السياسي والعمل في مجاله وحل مشكلات الجماهير، ويتميز من يمتلك تلك القيمة بالنشاط والقيادة في مجالات الحياة المختلفة^(٢١).

٢. **القيم الاقتصادية:** وتتمثل في اهتمام الفرد وميله إلى ما هو نافع ومفيد، ويتخذ من المجتمع المحيط وسيلة للحصول على الثروات وزيادتها، عن طريق الإنتاج والتسويق واستثمار الأموال، ويتميز الأفراد الذين تسود عندهم هذه القيمة بأنهم عادةً ما يكونون من المال والأعمال والتجارة^(٢٢).

٣. **القيم الاجتماعية:** وهي عبارة عن مجموعة الأفكار والاهتمامات التي كونها الفرد، عن طريق خبرته وتجاربه المتنوعة في المجتمع، إذ اكتسبت الصفة السائدة لسلوكيات الأفراد، واتخذت شكلاً ومضموناً عملياً للحكم على سلوكياته في المجتمع^(٢٣).

٤. **القيم الدينية:** وهي مجموعة المعتقدات والأحكام التي يؤمن بها الفرد، ويلتزم بها في حياته اليومية وتقوية العلاقة مع ربه للفرز بالآخرة، كما يتحدد به موقف الفرد من بيئته الاجتماعية والإنسانية والمادية، فهي معايير يتقبلها ويلتزم بها المجتمع وأفرادها لتنظم شؤون حياتهم وسلوكياتهم اليومية، لتحقيق الأهداف التي تتوافق مع العقيدة الذي يؤمنون بها^(٢٤).

٥. **القيم الثقافية:** وهي القيم التي تتعلق بالفن والجمال مثل الاهتمام بما هو جميل شكلاً ومضموناً وتناسقاً وتشجيع الفن الإبداعي والابتكار الفني، والاهتمام بالتذوق الجمالي ودراسة الأدب الذي يرسم لنا الحب في أبهى صورة^(٢٥).

٦. **القيم النظرية:** وهب أفكار ومبادئ فلسفية تتمثل في اهتمام الفرد لها وميله نحو اكتشاف الحقيقة، فيتخذ الفرد اتجاهاً معرفياً من المجتمع المحيط به، ويسعى وراء القوانين والأعراف التي تحكم هذه الأشياء بقصد زيادة معرفته^(٢٦).

سادساً: دور اليوتيوب في تنمية القيم التربوية

يمكن لليوتيوب أن يؤدي وظيفة فاعلة ومؤثرة في عملية توجيه طموحات الشباب والطلبة المتعلمين نحو المزيد من الفاعلية والقدرة الإيجابية، عن طريق رفع درجة الاهتمام والابتكار في إعداد وتصميم البرامج التعليمية وجذب انتباه الشباب الوسائل

والطرق العلمية المبتكرة كافة، وتعمل مواقع التواصل الاجتماعي واليوتيوب على زيادة إشباع دوافع التعلم والانتماء والحفاظ على الأخلاق، فالیوتیوب من وظائفه ترسیخ القیم ومنها التربوية بأساليب وطرق تتسم باللين والمحبة والتعاطف وتعطي المتعلم التعبير عن نفسه وطموحاته وإشباع رغباته^(٢٧). كما تؤدي القيم دوراً أساسياً ومهماً في بناء وتكامل الشخصية التي تستهدفها أساليب التربية الحديثة إلى جانب المعارف والمهارات التي تسعى التربية لإكسابها للمتعلمين، وتعطي الفرد إمكانية أداء متطلبات الدور الذي يمنحه المجتمع، وتمنحه القدرة على التكيف والتوافق وتحقيق حالة الرضا عن نفسه بأداء دوره، عن طريق العمل والتنسيق بتوجيه نشاطه، إذ تعمل القيم على رفع قدرات الفرد من الضبط الذاتي تجاه المغريات ودواعي السلوك المرفوض والمطامع والدوافع والنزوات الطبيعية وتحقق له الإحساس بالقوة عندما يستعين بالقيم على مواجهة ضعف نفسه والتحديات التي تصادفه في حياته، فالفرد يكتسب قيمه ابتداءً من العائلة فالمدرسة فالمسجد فالأصدقاء ووسائل الإعلام ومصادر أخرى ضمن المجتمع^(٢٨). إن القيم منهج ينبغي الاهتمام بها ومسؤولية يتحملها الجميع دون استثناء، فهي تعتبر أكبر تحدٍ لمدى قدرتنا على تربية أولادنا وشبابنا، ليكونوا أفراداً صالحين في أفكارهم ومشاعرهم، وبدون قيم وأخلاق لا يثمر التعليم ولا التربية، ولا بد من دمج القيم في الفرد بكل مكوناته، مع وجوب التفاعل التام بين الأفراد والمجتمع، ولا بد فيها من التخطيط والقصد، ولا بد من إعادة النظر في برامج ومناهج التعليم والتربية، وإعطاء نصيب زمني أكبر، وأساليب ووسائل أكثر وأحدث، واهتمام أكبر بالمواد المؤثرة في تربية وغرس القيم الرئيسة لدى الشباب، كغرس القيمة معرفياً ووجدانياً وسلوكياً وإعطاء الثقة لهم ومساهماتهم في احترام آرائهم ومقترحاتهم. ويمكن لموقع اليوتيوب أن يكون له دور في تعزيز ودعم القيم والبرامج التربوية وتحقيق العديد من هذه الأهداف إن أحسن استخدامه.

المبحث الثالث

نتائج الاستطلاع

تمهيد:

يتناول هذا المبحث عرضاً لنتائج وإجابات الأسئلة التي وضعت لتحقيق أهداف البحث من خلال الاعتماد على التكرارات والنسب المئوية للأسئلة الواردة في استمارة البحث والتي أجريت على عينة حجمها (٢٠٠) مبحوث من الشباب الجامعي العراقي وفيما يلي نتائج البحث: أولاً: البيانات الأولية:

جدول (١) يوضح النوع الاجتماعي للعينة

ت	المؤشرات	التكرار	%
١	ذكر	١٠٨	٥٤
٢	أنثى	٩٢	٤٦
	المجموع	٢٠٠	١٠٠%

يتضح من الجدول أعلاه رقم (١) أن أفراد عينة البحث من الذكور أكثر من الإناث حيث شكلوا ما نسبته (٥٤%) في حين شكلت نسبة الإناث (٤٦%) من أفراد العينة وذلك يعبر عن مجتمع الدراسة بصورة واقعية، حيث أن نسبة الذكور في العينة أكبر من الإناث لأن عدد الذكور في المجتمع الأصلي أعلى من الإناث، وملاحظة الباحثان أثناء الدراسة الاستطلاعية أن مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من الذكور أعلى من الإناث.

جدول (٢) يوضح التخصص العلمي للمبحوثين

ت	المؤشرات	التكرار	%
١	علمي	١٠٠	٥٠
٢	إنساني	١٠٠	٥٠

المجموع	٢٠٠	%١٠٠
---------	-----	------

يشير الجدول (٢) إلى نسبة التخصصات التي ينتمي إليها الطلبة حيث توزعت ما بين الإنساني والعلمي بواقع (١٠٠) طالب لكل تخصص وبنسبة متساوية (٥٠%) لكل منهما وذلك لبيان التأثيرات المختلفة لمواقع التواصل الاجتماعي، ولا سيما مستخدم موقع اليوتيوب.

جدول (٣) يوضح المرحلة الدراسية للمبحوثين

ت	المؤشرات	التكرار	%
١	الأولى	٥٠	٢٥
٢	الثانية	٥٠	٢٥
٣	الثالثة	٥٠	٢٥
٤	الرابعة	٥٠	٢٥
المجموع		٢٠٠	%١٠٠

يبين الجدول (٣) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي حيث بلغت النسبة المئوية لطلاب كل من المستويات أعلاه (٢٥%) أي نسب متساوية، وتلك المؤشرات تدل على أنه تم مراعاة المستويات الدراسية كافة في مجتمع الدراسة وبشكل متساوي.

جدول (٤) يوضح الفئة العمرية للمبحوثين

ت	المؤشرات	التكرار	%
١	أقل من ٢٠ سنة	٨٢	٤١
٢	٢٠ – ٢٣	٨٦	٤٣
٣	٢٤ – ٢٧	٣٢	١٦
المجموع		٢٠٠	%١٠٠

يتضح من خلال الجدول أعلاه رقم (٤) أن الفئة العمرية من (٢٠-٢٣) سنة جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (٤٣%) وفي المرتبة الثانية جاءت الفئة العمرية (أقل من ٢٠) سنة بنسبة (٤١%)، أما الفئة العمرية (٢٤-٢٧) سنة جاءت في المرتبة الثالثة وبنسبة (١٦%).

ثانياً: طبيعة استخدامات الطلبة لموقع يوتيوب:

١. ما مدى استخدامك لموقع اليوتيوب؟

جدول (٥) يوضح مدى استخدام الطلبة لموقع اليوتيوب

ت	المؤشرات	التكرار	%
١	دائماً	١١٧	٥٨,٥
٢	أحياناً	٨٣	٤١,٥
٣	أبداً		
المجموع		٢٠٠	%١٠٠

يوضح جدول (٥) أعلاه أن نسبة (٥٨,٥%) من أفراد العينة يتابعون (دائماً) لموقع يوتيوب بينما (٤١,٥%) بينوا أنهم يتابعون (أحياناً) لموقع يوتيوب، فيما لم ينال (أبداً) أي نسبة تذكر. وهذا ما يؤكد متابعة كل أفراد العينة لموقع يوتيوب.

٢. ما الأوقات المفضلة لاستخدام موقع يوتيوب؟

جدول (٦) يوضح الأوقات المفضلة لتصفح موقع اليوتيوب

ت	المؤشرات	التكرار	%
١	الصباح	١٢	٦
٢	الظهر	٢٤	١٢
٣	العصر	١٥	٧,٥
٤	المساء	٨١	٤٠,٥
٥	بعد منتصف الليل	٦٨	٣٤
	المجموع	٢٠٠	%١٠٠

يتضح من الجدول (٦) أن أوقات استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي (المساء) في المرتبة الأولى بنسبة (٤٠,٥%) وجاءت في المرتبة الثانية وقت الاستخدام (بعد منتصف الليل) بنسبة (٣٤%) وفي المرتبة الثالثة وقت الاستخدام (الظهر) بنسبة (١٢%) وفي المرتبة الرابعة فترة (العصر) بنسبة (٧,٥%) والأخيرة (الصباح) بنسبة (٦%). ومن الملاحظ أن النسب منطقية كون الطلبة صباحاً ينشغلون بالدراسة أو العمل، بينما في المساء والليل فليدهم الوقت الكافي لمتابعة مواقع التواصل الاجتماعي لاسيما اليوتيوب.

٣. ما عدد الساعات التي تقضيها يوميا في استخدام موقع يوتيوب:

جدول (٧) يوضح عدد الساعات التي يقضونها في استخدام موقع اليوتيوب

ت	المؤشرات	التكرار	%
١	ساعة واحدة	٢٣	١١,٥
٢	٢-٤ ساعات	٧٨	٣٩
٣	٥-٦ ساعات	٦٧	٣٣,٥
٤	أكثر من ٧ ساعات	٣٢	١٦
	المجموع	٢٠٠	%١٠٠

يشير جدول (٧) أعلاه بأن عدد ساعات الاستخدام لموقع اليوتيوب من قبل الطلبة الجامعيين، وحاز الوقت من (٢-٤ ساعات) الأكثر بنسبة (٣٩%) على المرتبة الأولى ومن (٥-٦ ساعات) بنسبة (٣٣,٥%) على المرتبة الثانية و(أكثر من ٧ ساعات) على نسبة (١٦%) وفي المرتبة الأخيرة (ساعة واحدة) على نسبة (١١,٥%). وهذا يدل على قضاء الطلبة وقت أكثر من كاف في متابعة موقع يوتيوب.

٤. ما أسباب استخدامك لليوتيوب؟ جدول (٨) يوضح أسباب استخدام المبحوثين لموقع اليوتيوب

ت	المؤشرات	التكرار	%
١	خدا	٧٢	١٩,٦
٢		٨٥	٢٣,٢
٣	راحة للجميع	٨٩	٢٤,٣
٤	بول لجميع البرامج	٣٥	٩,٥
٥	ل البرامج التلفزيونية التي لم أتابعها مسبقاً	٣١	٨,٤
٦	بول على المعلومة	٥٥	١٥
	المجموع	٣٦٧ (**)	%١٠٠

على الرغم من تعدد أسباب ودوافع أفراد العينة لمتابعة موقع يوتيوب إلا أن هناك أسباب محددة دفعت عينة البحث للاهتمام بهذا الموقع، فلقد احتلت (مواضيعه متاحة للجميع) المرتبة الأولى في الأسباب بنسبة (٢٤,٣%) وجاءت (رخص ثمنه) في المرتبة الثانية بنسبة (٢٣,٢%) ثم (سهولة الاستخدام) بنسبة (١٩,٦%)، ثم (سهولة الحصول على المعلومة) بنسبة (١٥%) ثم (إمكانية الوصول لجميع البرامج) بنسبة (٩,٥%) وجاء في ذيل القائمة (لمشاهد بعض البرامج التلفزيونية التي لم أتابعها مسبقاً) بنسبة (٨,٤%). ينظر جدول أعلاه رقم (٨).

٥. ما المواضيع التي تحرص على متابعتها باستمرار في موقع يوتيوب؟

جدول (٩) يوضح المواضيع التي يحرص المبحوثين على متابعتها باستمرار في موقع يوتيوب

ت	المؤشرات	التكرار	%	المرتبة
١	المباريات الرياضية	٨٥	٢٢,٢	الأولى
٢	الأفلام الأجنبية والعربية	٧٨	٢٠,٤	الثانية
٣	الأغاني	٧٣	١٩,١	الثالثة
٤	المسلسلات المدبلجة	٤١	١٠,٧	الرابعة
٥	المسلسلات العربية	٣٩	١٠,٢	الخامسة
٦	البرامج التعليمية	٣٠	٧,٨	السادسة
٧	البرامج الثقافية	٢٠	٥,٢	السابعة
٨	المسرحيات	١٦	٤,١	الثامنة
	المجموع	٣٨٢ (***)	١٠٠%	

وفيما يتعلق بالبرامج التي يحرص الطلبة على متابعتها فقد كشفت بيانات الجدول أعلاه (٩) أن (المباريات الرياضية) جاءت في المرتبة الأولى وبنسبة (٢٢,٢%)، وتلتها (الأفلام الأجنبية والعربية) بالمرتبة الثانية من ضمن البرامج التي يقدمها موقع يوتيوب ويهتمون بها وبنسبة (٢٠,٤%) و(الأغاني) احتلت المرتبة الثالثة بنسبة (١٩,١%)، تلتها (المسلسلات المدبلجة) بنسبة (١٠,٧%) بالمرتبة الرابعة أما (المسلسلات العربية) فلقد احتلت المرتبة الخامسة بنسبة (١٠,٢%) من أفراد العينة باهتمامهم بها، وكذلك (٧,٨%) أبدوا اهتمامهم (بالبرامج التعليمية) لتحل المرتبة السادسة، ثم (البرامج الثقافية) حصلت على المرتبة السابعة وبنسبة (٥,٢%) من اهتمام الطلبة وأخيراً (المسرحيات) بالمرتبة الأخيرة بنسبة (٤,١%) ، نستخلص من ذلك أن المبحوثين يفضلون متابعة برامج الترفيه والتسلية والمسابقات بالدرجة الأولى عن باقي برامج الواقع التعليمية والثقافية، وهذا ما تشير إليه كثير من الدراسات التي أثبتت أن شريحة الشباب تفضل برامج التسلية والمسابقات والترفيه على بقية البرامج الأخرى.

٦. ما القيم التي تعززت لديك نتيجة الاستخدام المستمر لموقع اليوتيوب؟

جدول (١٠) يوضح إجابات المبحوثين بشأن المعايير التي تساهم في المحافظة على قيم الشباب من الاستخدام المستمر لليوتيوب

ت	المؤشرات	التكرار	%	المرتبة
١	الأخلاق	٩٢	٢٣	الأولى
٢	الصدق	٨٩	٢٢,٢	الثانية
٣	التسامح	٨٢	٢٠,٥	الثالثة
٤	احترام الرأي الآخر	٤٨	١٢	الرابعة
٥	التعلم	٤٦	١١,٥	الخامسة

٦	العطاء	٤٣	١٠,٧	السادسة
	المجموع	٤٠٠ (***)	%١٠٠	

يتضح من بيانات جدول (١٠) بأن قيم الأخلاق نالت المرتبة الأولى عند الشباب الجامعي بنسبة (٢٣%) بينما جاءت قيمة الصدق في المرتبة الثانية بنسبة (٢٢,٢%) وجاءت قيمة التسامح المرتبة الثالثة بنسبة (٢٠,٥%) وجاءت قيمة احترام الرأي الآخر بالمرتبة الرابعة بنسبة (١٢%) وجاءت في المرتبة الخامسة قيمة التعلم بنسبة (١١,٥%) واحتلت قيمة العطاء المرتبة السادسة والأخيرة بنسبة (١٠,٧%).

٧. ما مدى متابعتك للبرامج العلمية والمعرفية على موقع يوتيوب؟

جدول (١٠) يوضح إجابات المبحوثين بشأن متابعتهم للبرامج العلمية والمعرفية

ت	المؤشرات	التكرار	%
١	دائماً	٧٥	٣٧,٥
٢	أحياناً	٨٧	٤٣,٥
٣	أبداً	٣٨	١٩
	المجموع	٢٠٠	%١٠٠

يتبين من خلال بيانات الجدول أعلاه (١١) ارتفاع عدد الطلبة الذين يتابعون البرامج العلمية والمعرفية أحياناً، إذ بلغت نسبتهم (٤٣,٥%) من إجمالي عينة الدراسة، لتأتي النسبة (٣٧,٥%) والتي تعبر عن الاطلاع بصفة دائمة على البرامج العلمية والمعرفية بالمرتبة الثانية، فيما أخذت أبداً نسبة (١٩%) ويعود السبب في ظهور النسب السابقة إلى وجود متابعة للبرامج التعليمية ولكن لا تحمل صفة دائمة.

٨. في حالة الاجابة بدائماً او أحياناً، ما القيم التي اكتسبتها من متابعتك لهذه البرامج؟

جدول (١٢) يوضح إجابات المبحوثين بخصوص البرامج التي تساهم في بناء القيم التربوية من وجهة نظرهم

ت	المؤشرات	التكرار	%	المرتبة
١	التعليمية	٤٠	٢٠	الأولى
٢	الإبداع والابتكار	٣٧	١٨,٥	الثانية
٣	العلمية	٣٤	١٧	الثالثة
٤	تطوير اللغة	٣٤	١٧	الثالثة مكرر
٥	المعرفية	٢٨	١٤	الرابعة
٦	الثقافية	٢٧	١٣,٥	الخامسة
	المجموع	٢٠٠	%١٠٠	

يتضح من بيانات الجدول (١٢) أن بعض الطلبة اختاروا البرامج التعليمية لأنها باعتقادهم تساهم في بناء القيم التربوية بنسبة (٢٠%) فيما جاءت برامج الإبداع والابتكار في المرتبة الثانية بنسبة (١٨,٥%) والبرامج العلمية وتطوير اللغة بالمرتبة الثالثة بنسبة (١٧%) لكل منهما فيما جاءت البرامج المعرفية بالمرتبة الرابعة بنسبة (١٤%) والبرامج الثقافية بالمرتبة الخامسة والأخيرة بنسبة (١٣,٥%). وهذا يدل على وجود وعي كافي لدى الشباب الجامعي يجعلهم يميزون بين البرامج التي تساهم في بناء القيم.

٩. ما مدى مشاهدتك للبرامج الدينية على موقع يوتيوب؟

جدول (١٣) يوضح إجابات المبحوثين بخصوص مشاهدة البرامج الدينية على اليوتيوب

ت	المؤشرات	التكرار	%
١	دائماً	٥٧	٢٨,٥
٢	أحياناً	٧٩	٣٩,٥
٣	أبداً	٦٤	٣٢
	المجموع	٢٠٠	%١٠٠

يتضح من بيانات الجدول السابق (١٣) أن الطلبة لا يميلون كثيراً لمتابعة البرامج الدينية على موقع يوتيوب فهم أحياناً يتابعون هذه البرامج بنسبة (٣٩,٥%) من العينة ونسبة (٣٢%) لا يتابعونها أبداً، في حين (٢٨,٥%) يتابعونها دائماً وقد يعود عزوف بعض الطلبة في متابعة هذا البرامج بسبب غياب المبدأ الوسطي للدين وترويج بعض البرامج الدينية للطائفية وخطاب الكراهية.

١٠. في حالة الاجابة دائماً او أحياناً، ماهي القيم الدينية التي اكتسبتها من متابعتك لهذه البرامج؟

جدول (١٤) يوضح إجابات المبحوثين بخصوص القيم الدينية التي تتفق مع اتجاهاتهم

ت	المؤشرات	التكرار	%	المرتبة
١	الأخلاق	٩٠	٢٣,٤	الاولى
٢	الصدق	٨٧	٢٢,٦	الثانية
٣	التسامح	٨٠	٢٠,٨	الثالثة
٤	الأمانة	٥٦	١٤,٥	الرابعة
٥	القناعة	١٩	٤,٩	الخامسة
٦	الإيمان	١٨	٥	السادسة
٧	التقوى	١٧	٤,٤	السابعة
٨	التواضع	١٧	٤,٤	السابعة مكرر
	المجموع	٣٨٤ (****)	%١٠٠	

تشير بيانات الجدول (١٤) أن الأخلاق من أكثر القيم الدينية التي أتفق عليها غالبية الطلبة بنسبة (٢٣,٤%) وقيم الصدق المرتبة الثانية بنسبة (٢٢,٦%) وجاءت قيمة التسامح المرتبة الثالثة بنسبة (٢٠,٨%) وجاءت قيمة الأمانة بالمرتبة الرابعة بنسبة (١٤,٥%) وجاءت في المرتبة الخامسة قيمة القناعة بنسبة (٥%) واحتلت قيمة الإيمان المرتبة السادسة بنسبة (٤,٤%) وقيمة التواضع والتقوى بالمرتبة السابعة بنسبة (٤,٤%) لكل منهما.

١١. هل تشاهد البرامج والأخبار السياسية على موقع يوتيوب؟

جدول (١٥) يوضح إجابات المبحوثين بشأن مشاهدتهم للأخبار والبرامج السياسية

ت	المؤشرات	التكرار	%
١.	نعم	١١٢	٥٦
٢.	كلا	٨٨	٤٤
	المجموع	٢٠٠	%١٠٠

تشير بيانات الجدول (١٥) أن نسبة (٥٦%) أجابوا بنعم يشاهدون الأخبار والبرامج السياسية بينما أجاب (٤٤%). وهذا يدل على أن الواقع السياسي واستقراره له علاقة وثيقة ومباشرة بمزاولة المواطنين بأعمالهم ووظائفهم، فضلاً عن الاستقرار السياسي للبلاد يقودنا إلى استثمار البلد للفرص في البناء والازدهار والتنمية.

١٢. في حال الإجابة بنعم ؟ ماهي القيم الوطنية التي تحرص عليها؟

جدول (١٦) يوضح إجابات المبحوثين بنعم فيما يخص القيم السياسية التي يحرصون عليها

ت	المؤشرات	التكرار	%	المرتبة
١.	الانتماء للوطن	١١٠	٢٧,٥	الاولى
٢.	الوحدة الوطنية	٨٢	٢٠,٥	الثانية
٣.	الاعتزاز باللغة	٧٥	١٨,٧	الثالثة
٤.	التضحية	٦٩	١٧,٢	الرابعة
٥.	الديمقراطية	٦٤	١٦	الخامسة
	المجموع	٤٠٠(*****)	١٠٠%	

يشير الجدول أعلاه رقم (١٦) بأن الانتماء للوطن هو أعلى قيمة سياسية أيدها الطلبة بنسبة (٢٧,٥%) بينما جاءت الوحدة الوطنية بالمرتبة الثانية بنسبة (٢٠,٥%) والاعتزاز باللغة على المرتبة الثالثة بنسبة (١٨,٧%) والتضحية بالمرتبة الرابعة بنسبة (١٧,٢%) والديمقراطية جاءت بالمرتبة الخامسة والأخيرة بنسبة (١٦%).
ثالثاً: تعزيز استخدام موقع اليوتيوب على القيم التربوية للطلبة الجامعيين:

جدول (١٧) يوضح إجابات المبحوثين على العبارات التي توضح تعزيز استخدام اليوتيوب للقيم التربوية

نسب در	فقرة في أ	أوافق ق إلى ح	أوافق	الوزن المئوي	سط المرح
الفقرات					
١	٥	٨١	٩٩	٢٠	٢,٣٠٥
٢	٢	٨٢	٩٥	٢٣	٢,٢٩٥
٣	١	٧٦	٩٧	٢٧	٢,٢٤٥
٤	٤	٩١	٨٨	٢١	٢,٢٣
٥	٣	٧٥	٨٩	٣٦	٢,١٩٥
	المعدل			٧٥,١٢	٢,٢٥٤

تشير العبارة الاولى (يمكن لليوتيوب أن يساهم في زيادة الوعي الثقافي والتعليمي لدى طلبة الجامعة) والتي حصلت على وسط مرجح (٢,٣٠٥) ووزن مئوي (٧٦,٨٣%) وهو أعلى من المعدل، على تأييد العينة لها مما يؤكد ان لموقع اليوتيوب دور او مساهمة في زيادة الوعي الثقافي والتعليمي لدى طلبة الجامعات كما يدل على ان اليوتيوب كان عامل مساعد للطلبة في التعليم والتثقيف في زمن الانفتاح على العالم وتبادل المعلومات. وتشير العبارة الثانية (لموقع اليوتيوب قدرة على إثراء القيم التربوية لدى طلبة الجامعة) والتي جاءت في المرتبة الثانية من حيث التأييد وهي مرتبة اعلى من المعدل بناءً على درجة الحده (٢,٢٩٥) ووزنها المئوي (٧٦,٥%) على ان اليوتيوب كان له تاثير في تزويد الطلبة بالقيم التربوية، وهذا يعني ان رسال اليوتيوب التربوية اعطت مفعولها لدى الطلبة.

العبارة الثالثة تشير (يعمل موقع اليوتيوب على تقديم معلومات قادرة على بناء قيم تربوية ايجابية لدى طلبة الجامعة) والتي حصلت على المرتبة الثالثة حسب درجة الحدة (٢,٢٤٥) ووزنها المئوي (٧٤,٨٣%) وهي اقل من المعدل على ان اليوتيوب يعطي قيم تربوية ولكن ليست ايجابية حسب استجابة العينة وان المعلومات عبر اليوتيوب لم تكن فيها قيم تربوية ايجابية وانما سلبية. تشير العبارة الرابعة (لموقع اليوتيوب دور ناجح وايجابي في دعم وتحقيق جيل واع ومتقّف) والتي جاءت في المرتبة الرابعة بعد حصولها على درجة حدة (٢,٢٣) ووزن مئوي (٧٤,٣٣%) وهو دون المعدل، على ان موقع اليوتيوب ليس له دور ناجح او ايجابي في إيجاد واع او متقّف، بمعنى ان يساهم في تزويدهم بالثقافة والتعليم حسب الفقرة الأولى ولكنه لا يستطيع ان يجد جيل واع ومتقّف. تشير العبارة الخامسة (يساهم موقع اليوتيوب في نقل الأحداث اليومية التي تساهم في تشكيل اتجاهات وسلوك الطلبة في الجامعة) والتي حصلت على درجة حدة (٢,١٩٥) ووزن مئوي (٧٣,١٣%) وهي مرتبة اخيرة حسب تسلسل درجات الحدة وهي دون المعدل، على ان اليوتيوب لا يساهم في نقل الاحداث اليومية والتي لها دور في تشكيل الاتجاهات ومنها اتجاهات الطلبة.

الاستنتاجات:

١. يتضح من البحث حرص الطلبة الجامعيين على متابعة مواقع التواصل الاجتماعي، لكنهم لا يحرصون بشكل منهجي على تصفح ومتابعة البرامج العلمية والمعرفية والثقافية التي من شأنها تطوير قدراتهم التطويرية والإبداعية.
 ٢. على الرغم من تعدد أسباب ودوافع أفراد العينة لمتابعة موقع يوتيوب إلا أن هناك أسباب محددة دفعت عينة البحث للاهتمام بهذا الموقع، منها مواضيعه متاحة للجميع ورخص ثمنها قياسا لبقية الوسائل التعليمية وسهولة الاستخدام. وهي مزايا تتمتع بها مواقع التواصل الاجتماعي بصورة عامة وموقع يوتيوب بصورة خاصة.
 ٣. أن البرامج التي يحرص الطلبة على متابعتها كانت المباريات الرياضية فقد جاءت في المرتبة الأولى في المتابعة، تليها الأفلام الأجنبية والعربية والأغاني، والمسلسلات المدبلجة والمسلسلات العربية، بينما نجد البرامج التعليمية والثقافية كانت في نهاية اهتمامات الطلبة، نستخلص من ذلك أن المبحوثين يفضلون برامج الترفيه والتسلية والمسابقات بالدرجة الأولى وفي الأخير تأتي محتويات الواقع التعليمية والثقافية، وهذا يؤكد واقع الشباب العربي ومنه العراقي الذي يفضل برامج الترفيه والمسابقات على بقية البرامج الأخرى.
 ٤. وجود نسبة لا بأس بها من الطلبة يتابعون البرامج العلمية والمعرفية لكن متابعتهم هذه ليست بصورة دائمية ممنهجة.
 ٥. جاءت البرامج التعليمية الخيار الأول بالنسبة للطلبة في بناء القيم التربوية وبرامج الأبداع والابتكار ثانياً والبرامج العلمية وتطوير اللغة بالمرتبة الثالثة والبرامج المعرفية بالمرتبة الرابعة والبرامج الثقافية بالمرتبة الخامسة. وهذا دليل وعي الطلبة ومعرفتهم بنوع البرامج التي تساهم في بناء القيم التربوية لديهم.
 ٦. فيما يخص القيم الأخلاقية، أثبتت نتائج البحث أن اليوتيوب خلق مجال عاماً للطلبة يحث على النسق القيمي الأخلاقي لديهم بينما جاءت قيم الصدق والتسامح واحترام الرأي الآخر بعدها وجاءت أخيراً قيمة التعلم والعطاء.
 ٧. متابعة الطلبة لليوتيوب ساعدت في تشكيل آرائهم تجاه القضايا اليومية وهذا يدل على أهمية موقع يوتيوب في خلق تصورات وآراء لدى الطلبة عن الأحداث اليومية وفقاً لمتابعتهم لهذا الموقع.
- ## التوصيات:

١. يجب الأخذ بالحسبان تأثير موقع يوتيوب من الناحية الإيجابية على الطلبة ووضع الحلول المناسبة على مستوى الأهل أو الجامعة، لحثهم على متابعة البرامج الهادفة والتطويرية في هذا الموقع.
٢. على ادارة الجامعات حث الطلبة على متابعة البرامج التعليمية التي تحفز لديهم الابداع والتفكير الايجابي .
٣. إقامة ندوات للطلبة داخل الجامعات للتعريف بالبرامج التعليمية في اليوتيوب وكيفية الوصول إليها.

٤. أجراء المزيد من الدراسات حول النسق القيمي للطلبة نتيجة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي ومنها اليوتيوب.
٥. يجب أن تهتم المؤسسات التربوية والمدنية في دعم البرامج الإبداعية والتطويرية لفئة الشباب عن طريق تحفيزهم والاهتمام بهم كخطوة أساسية في المجتمعات.
- هوامش البحث**

- (١) د. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، القاهرة، دار الكتب، ٢٠٠٠، ص ١٥٩.
- (*) تم عرض نموذج الاستمارة على الأساتذة بتحكيم استمارة البحث، وهم كل من:
١. أ.د سعد سلمان المشهداني/ قسم الإعلام/ كلية الآداب/ جامعة تكريت.
٢. أ.د فريد صالح فياض/ قسم الإعلام/ كلية الآداب/ جامعة تكريت.
٣. أ.م.د. وفاق حافظ بركع/ كلية الإعلام/ الجامعة العراقية.
- (٢) رضا عبد الواحد أمين، استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتيوب على شبكة الانترنت، جامعة المملكة، البحرين، ٢٠٠٩.
- (٣) العابد السيد علي، تأثير اليوتيوب من خلال برامج البودكاست على الطلبة الجامعيين، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح-ورقلة، رسالة ماجستير غير منشورة، ٢٠١٧.
- (٤) د. الغريب زاهر اسماعيل، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة وتشكيل الرأي لدى منتسبي الجامعات، كلية التربية، جامعة المنصورة، بحث موجود على الرابط الالكتروني الاتي:
- (٥) صلاح عبد الحميد ود. يمنى عاطف، الإعلام والفضاء الالكتروني، الجيزة، اطلس للنشر والانتاج الاعلامي، ٢٠١٥، ص ١١٩.
- (٦) د. جبريل بن حسن ود. سلمى بنت عبد الرحمن، الشبكات الاجتماعية والقيم، عمان، الدار المنهجية للنشر والتوزيع، ٢٠١٥، ص ١٩.
- (٧) د. علي خليل شقرة، الإعلام الجديد وشبكات التواصل، ص ٦٠-٦١.
- (٨) صلاح عبد الحميد ود. يمنى عاطف، الاعلام والفضاء الالكتروني، الجيزة، اطلس للنشر والانتاج الاعلامي، ٢٠١٥، ص ١٢٣.
- (٩) علي خليل شقرة، الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي) عمان، دار اسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٤، ص ٩٠-٩١.
- (١٠) د. ماهر عودة وآخرون، الإعلام الرقمي الجديد، عمان، دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، ٢٠١٥، ص ٢١٨.
- (١١) للمزيد من الاحصائيات الخاصة بهذا الموقع انظر الرابط الالكتروني الاتي، وقت الزيارة ٢٠/١٠/٢٠١٧.
- <https://www.youtube.com/intl/ar/yt/about/press>
- (١٢) د. خالد غسان يوسف، ثورة الشبكات الاجتماعية، عمان، دار النفائس للنشر والتوزيع، ٢٠١٣، ص ٤٤-٤٦.
- (١٣) محمد جمال الفار: المعجم الإعلامي، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع ودار المشرق الثقافي، ٢٠٠٦، ص ٢٦٢.
- (١٤) توفيق الطويل: المعجم الفلسفي، القاهرة، مجمع اللغة العربية، ١٩٨٣، ص ١٥١.
- (١٥) بسام عبدالرحمن المشاقبة: مصطلحات العلاقات العامة، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٤، ص ٢٧٠.
- (١٦) محمد منير حجاب: الموسوعة الإعلامية، (المجلد الخامس)، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٣، ص ١٩٧٧.

- (١٧) أحمد عبد الحليم عطية: القيم في الواقعية الجديدة عند رالف بارتون بيرري، القاهرة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، ١٩٨٩، ص ٢٢٣.
- (١٨) أحمد محمد الحسن: موسوعة علم الاجتماع، بيروت، الدار العربية للموسوعات، ١٩٩٩، ص ٤٩٠.
- (١٩) أيمن مزاهرة وآخرون: المصدر السابق، ص ١٥٠.
- (٢٠) بلقاسم سلاطينية وآخرون: علم الاجتماع الإعلامي، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠١٢، ص ١٨١-١٨٢.
- (٢١) طلعت منصور وآخرون: أسس علم النفس العام، القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، ٢٠٠٣، ص ٤٣٤.
- (٢٢) حامد عبدالسلام زهران: علم النفس الاجتماعي، ط٥، القاهرة، عالم الكتب، ١٩٨٤، ص ١٢٥.
- (٢٣) ناصر احمد الخوالدة: إسهام معلمي التربية الإسلامية في اكتساب طلبة التعليم الثانوي للقيم الاجتماعية بدولة الإمارات العربية المتحدة، مجلة كلية التربية، جامعة الإمارات، السنة العشرون، العدد ٢٢، ٢٠٠٥، ص ٧٥-٧٦.
- (٢٤) ختام إسماعيل السحار: الاتجاه نحو المخاطرة وعلاقته ببعض المتغيرات النفسية والديمغرافية لدى شباب الانتفاضة في محافظات غزة، رسالة ماجستير غير منشورة، غزة، الجامعة الإسلامية، ٢٠٠٢، ص ٧.
- (٢٥) سهير كامل احمد: دراسات في سيكولوجية الشخصية، مصر، مركز الإسكندرية للكتاب، ١٩٩٨، ص ١٥٤.
- (٢٦) سامي محمد ملحم: القياس والتقويم في التربية وعلم النفس، ط٥، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ٢٠١١، ص ٣٣٩.
- (٢٧) إبراهيم بن عبدالله الحسين: فاعلية برنامج تدريبي لتنمية أساليب بناء القيم التربوية لدى معلمي المرحلة الابتدائية، الرياض، جامعة نايف للعلوم الأمنية، كلية العلوم الاجتماعية والإدارية، قسم علم النفس الجنائي، ٢٠١٤، ص ١٧ — ١٨.
- (٢٨) المصدر نفسه، ص ١٨.
- (**) إن زيادة التكرارات نتجت عن إجابة المبحوثين على أكثر من اختيار واحد.
- (***) ان زيادة التكرارات نتجت عن إجابة المبحوثين على أكثر من اختيار واحد.
- (****) ان زيادة التكرارات نتجت عن إجابة المبحوثين على أكثر من اختيار واحد.
- (*****) إن زيادة التكرارات نتجت عن إجابة المبحوثين على أكثر من اختيار واحد.
- (*****) إن زيادة التكرارات نتجت عن إجابة المبحوثين على أكثر من اختيار واحد.