



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences  
**العدد السادس عشر / الجزء الثاني كانون الأول 2022**

**تأثيرات فيديوهات الانترنت على الشباب**

دراسة وصفية تحليلية على عينة من فيديوهات الانترنت لصناعي المحتوى

(2019م - 2022م)

**Effects of Internet Videos on Young People**

**An analytical descriptive study on a sample of Internet videos  
for content creators 2019 – 2022**

الباحثان:	
أ.د. مجذوب بخيت محمد توم _ إذاعة وتلفزيون - جامعة السودان لعلوم الاتصال	ضحى شمس الدين فضل محمود
Prof. Majzoub Bakhit Mohamed Tom radio and television Sudan University for Communication Sciences	ماجستير اعلام أمني- جامعة الرباط الوطني Duha Shams al-Din Fadl Mahmoud Master of Security Media – National Ribat University
	Email: dohashamslabeen@gmail.com 0906006834

**المخلص.**

يعتبر الشباب أكثر الفئات المستخدمة للإنترنت لذا فإن شبكة الإنترنت والفديوهات اتاحت لهم فرصة ليعبروا معظم الحواجز لتزاد معرفتهم وإطلاعهم في شتي مجالات المعرفة وشؤون الحياة، لكن الفديوهات التي تنشر في الإنترنت هي سلاح ذو حدين فهي تؤثر وتنعكس في سلوكيات الشباب سلباً أو إيجاباً ، فقد تؤثر هذه الفديوهات في بعد الشباب عن ماهو قويم وكذلك البعد عن الدين الإسلامي أو التشدد فيه واكتساب عادات وتقاليد دخيلة عليهم من خلال إدمان الإنترنت ومتابعة الفديوهات والبعد عن التفكير في المستقبل والتطور في النفس وإضاعت ساعات طويلة في مشاهداتها وإكتساب ثقافات غيرهم والعمل على تطبيقاتها في المجتمع مما يؤدي بدوره إلى انحلال المجتمع والبعد عن التماسك الأسري، هذه هي المشكلة التي تبحثها الدراسة ويمكن إبرازها من خلال السؤال الرئيس التالي: ما هي انعكاسات



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

فيديوهات الإنترنت على ثقافة الشباب الجامعي؟. هدفت الدراسة الي التعرف على تأثيرات فيديوهات الانترنت على الشباب. لتحقيق أهداف البحث فقد إعتد الباحثان على المنهج الوصفي بشقيه الاستنباطي و الاستقرائي الذي يتناول بالدراسة والتحليل أهم الدراسات التي تناولت فيديوهات الإنترنت وكذلك ثقافة الشباب للوقوف على خصائص تلك الدراسات ومدى شموليتها. توصلت الدراسة الي عدة نتائج منها: أثرت فيديوهات الإنترنت بشكل سلبي على الشباب وذلك بسبب طمس لغة الشباب وقتل طموحهم وتغيير القيم والعادات والتأثير السلبي على المعرفة، بينت الدراسة ان هنالك بعض التأثيرات الإيجابية لفيدويوهات الإنترنت متمثلة في التحفيز والابتكار بالإضافة الي الترويج عن النفس والتقليل عن ضغوط العمل واكتساب ثقافات جديدة . أوصت الدراسة بعدة توصيات أهمها: على الشباب الاهتمام أكثر بمشاهدة الفيديوهات التي تزيد من تطورهم والتغيير الإيجابي في المجتمع .العمل على زيادة التأثيرات الإيجابية لفيدويوهات الإنترنت لمعالج كل مشاكل المجتمع.

**الكلمات المفتاحية:** فيديوهات الإنترنت، عناصر الجذب في فيديوهات الإنترنت، ثقافة الشباب.

**Abstract.**

Young people are the most groups who use the Internet, so the Internet and videos provided an opportunity to cross most of the barriers and to increase their knowledge and information them in various fields of knowledge and life affairs. Videos distance young people from what is right and sound, as well as distance from the Islamic religion or extremism in it, and acquiring extraneous habits and traditions for them through Internet addiction, watching videos, avoiding thinking about the future and self-development. In turn, to the disintegration of society and the distance from family cohesion, this is the problem that the study examines and can be highlighted through the following main question: What are the implications of Internet videos on university youth culture? The study aimed to identify the effects of Internet videos on young people. To achieve the objectives of the research, the researcher relied on the descriptive approach, both deductive and inductive, which deals with study and analysis, the most important studies that dealt with Internet videos, as well as youth culture, to determine the characteristics of those studies and the extent of their comprehensiveness. The study reached several results, including: Internet videos negatively affected young people, due to the obliteration of the language of young people, killing their ambition, changing values and habits and negatively affecting knowledge. The study showed that there are some positive effects of Internet videos represented in motivation and innovation in addition to recreation and reducing stress. Work



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

and learn new cultures. The study recommended several recommendations, the most important of which are: Young people should pay more attention to watching videos that increase their development and positive change in society. Work to increase the positive effects of Internet videos to address all community problems.

**Keywords: Internet videos, attractions in Internet videos, youth culture.**

**المحور الأول: الإطار المنهجي والدراسات السابقة**

**أولاً: الإطار المنهجي**

**تمهيد:**

تمثل فيديوهات الإنترنت أحد مظاهر التطور والإزدهار فهي تؤدي دوراً أساسياً في الأنشطة الرئيسية للإنسان في شتى نواحي الحياة، فأصبح من خلالها إزالة حواجز الزمان والمكان، ومع نهاية القرن العشرين وبداية الألفية الجديدة أصبحت فيديوهات الإنترنت بصفة خاصة وسيلة تواصل بين دول العالم والمحرك الفعال لمختلف الأنشطة والمجالات لتجميع فئات المجتمع على المستوى العالمي.

وشهد العالم زيادة مطردة في أعداد مستخدمي الإنترنت والفيديوهات وخاصة الشباب، وتعتبر فيديوهات الإنترنت من أبرز المستحدثات التكنولوجية ووسائل الإعلام الجديد في عالم ثورة المعلومات وحتى أصبحت أسلوباً للتعامل اليومي ونمطاً للتبادل المعرفي كما أن الانتشار السريع لهذه الشبكة جعلها من أهم معالم العصر الحديث لما أحدثته من آثار عميقة وتغيرات جذرية في أساليب وأشكال التواصل في الثقافات والعادات والتقاليد في المجتمعات. فقد أصبح الشباب منشغل باستخدام شبكات الإنترنت ومشاهدة الأفلام التي تدعو إلى العنف مما انعكس بالسلب على القيم التي تغرس بداخلهم وأصبحوا قابعين أمام شاشات الكمبيوتر لفترات طويلة مما أدى إلى تغير فكرهم وارتباطهم بأسرهم وهو ما عمل على اتساع الفجوة بينهم وبين آبائهم مما انعكس بالسلب على المجتمعات العربية.

**مشكلة الدراسة:**

يعتبر الشباب أكثر الفئات المستخدمين للإنترنت لذا فإن شبكة الإنترنت والفيديوهات اتاحت فرصة ليعبروا معظم الحواجز والممنوعات لتزداد معرفتهم وإطلاعهم في شتى مجالات



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

المعرفة وشؤون الحياة، لكن الفيديوهات التي تنتشر في الإنترنت هي سلاح ذو حدين فهي تؤثر وتتعمق في سلوكيات الشباب سلباً أو إيجاباً ، فقد تؤثر هذه الفيديوهات في بعد الشباب عن ما هو قويم وسليم وكذلك البعد عن الدين الإسلامي أو التشدد فيه واكتساب عادات وتقاليد دخيلة عليهم من خلال إدمان الإنترنت ومتابعة الفيديوهات والبعد عن التفكير في المستقبل والتطور في النفس وإضاعت ساعات طويلة في مشاهداتها واكتساب ثقافات غيرهم والعمل على تطبيقاتها في المجتمع مما يؤدي بدوره إلى انحلال المجتمع والبعد عن التماسك الأسري، هذه هي المشكلة التي تبحثها الدراسة ويمكن إبرازها من خلال السؤال الرئيس التالي: ما هي انعكاسات فيديوهات الإنترنت على ثقافة الشباب الجامعي؟. وتتفرع منه التساؤلات التالية:

1. هل توجد علاقة بين أهداف الشباب من مشاهدة فيديوهات الإنترنت و تغير سلوكهم؟
  2. هل هنالك أثر لعنصر الجذب في فيديوهات الإنترنت في سلوك الشباب؟
  3. هل تؤثر فيديوهات الإنترنت في تغير ثقافة الشباب؟
- أهمية الدراسة:**

جاءت أهمية الدراسة من خلال الظاهرة نفسها حيث تعلق الشباب الجامعي بالإنترنت وبحكم أن الفيديوهات متاحة في كل زمان وأن ما فيها من محتوى يشد إلى مشاهدتها وأنها تعرض في أهم الشبكات الاجتماعية والتي تمثل العنصر الأساسي في الشباب كونهم من أكثر المستخدمين لمواقع شبكات الإنترنت.

والآن الشباب هم أساس كل دولة وقاعدتها التي يقوم عليها المستقبل وانبثقت أهمية البحث في إلقاء الضوء على فيديوهات الإنترنت وأثرها في ثقافة الشباب الجامعي في السودان بصورة عامة لأنه الفئة التي تكون ذات عقول مرنة قابلة للتأثير عليها من خلال التأثير على الثقافة والعادات والتقاليد التي بدورها تعمل على تعبير الفكر.

**أهداف الدراسة:**

تهدف الدراسة الى تحقيق الأهداف التالية:

1. التعرف على أثر أهداف الشباب من مشاهدة فيديوهات الإنترنت في تغير سلوكهم.



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

2. توضيح أثر عنصر الجذب في فيديوهات الإنترنت في سلوك الشباب.

3. قياس أثر فيديوهات الإنترنت في تغير ثقافة الشباب.

**فرضيات الدراسة:**

لتحقيق أهداف الدراسة يتم اختبار الفرضيات التالية:

الفرضية الأولى: "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أهداف الشباب من مشاهدة فيديوهات الإنترنت و تغير سلوكهم".

الفرضية الثانية: "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين عنصر الجذب في فيديوهات الإنترنت و سلوك الشباب".

الفرضية الثالثة: "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين فيديوهات الإنترنت و تغير ثقافة الشباب".

**منهجية الدراسة:**

لتحقيق أهداف البحث فقد إعتد الباحث على المنهج الوصفي بشقيه الاستنباطي و الاستقرائي الذي يتناول بالدراسة والتحليل أهم الدراسات التي تناولت فيديوهات الإنترنت وكذلك ثقافة الشباب للوقوف على خصائص تلك الدراسات ومدى شموليتها.

**أدوات الدراسة :**

يتم جمع بيانات الدراسة كالاتي :

1-المصادر الأولية : الاستبانة + الملاحظة

2-المصادر الثانوية : الكتب الدوريات العلمية والرسائل الجامعية والمؤتمرات والندوات، الإنترنت.

**حدود الدراسة :**

تتمثل الحدود في الآتي:

1-الحدود المكانية : ولاية الخرطوم، لضمان وجود واستخدام الهاتف ووسائل الانترنت لدى الطلاب.



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

2- الحدود الزمانية : العام 2019-2021م، لظهور المشاكل السياسية في هذا الزمن وعرضها ووضوح الصورة من خلال فيديوهات الانترنت وتداعيات ذلك على اختيارات الشباب.

ثانياً: الدراسات السابقة

دراسة: موسى (2016م)

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر المواقع الالكترونية على الثقافة الدينية لدى الشباب الجامعي وذلك بالكشف عن دوافع تعرض الشباب الجامعي للمواقع الدينية ومعدلات التعرض والكشف عن أكثر المواقع الدينية المفضلة لدى الشباب وأسباب التفضيل وأيضاً الشخصيات الدينية المفضلة بالمواقع الالكترونية وأسباب التفضيل ومدى الاستفادة من المواقع الدينية الالكترونية بالانترنت. وأهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة: أن من أهم أسباب تعرض الشباب للمواقع الالكترونية الدينية هو معرفة تفسير القرآن الكريم والسنة النبوية ومعرفة أحكام العبادات والمعاملات والفتاوى وتصحيح بعض المفاهيم الدينية الخاطئة. تعدد أسباب تفضيل المواقع الدينية ما بين عدم التحيز والنزاهة والتجرد والموضوعية والدقة وحرية التعبير والمصادقية. تعدد أسباب تفضيل بعض الشخصيات الدينية أو الدعاة بالمواقع الالكترونية ما بين استخدام أسلوب تبسيط المعلومة الدينية وسهولة اللغة وأسلوب الترغيب وعرض النماذج أو الأمثلة الواقعية والدقة والإقناع، وأسلوب الحوار بالحسنى. تعددت أسباب عدم الاستفادة من بعض المواقع الالكترونية ما بين استخدام أسلوب العنف وعدم الدقة، وعدم قبول الرأي الآخر المخالف وأسلوب التهيب وعدم الموضوعية للأغراض الشخصية والمادية والسياسية.

دراسة: المشهداني (2017)

هدفت الدراسة الي معرفة مدى اهتمام الشباب الجامعي بمتابعة البرامج الرياضية من خلال القنوات التلفزيونية، الكشف عن مستوى تعرض عينة البحث للقنوات التلفزيونية الفضائية العراقية لغرض متابعة البرامج. وقد خرجت الدراسة بعدد من النتائج منها: ان الانشطة الرياضية تلاقي اقبالا كبيرا من الشباب الجامعي وبنسبة (53.9%) رغم ارتباطاتهم



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

الدراسية والعائلية ان نمط المشاهدة، كانت (46.1%) دائماً و(35.3%) أحيانا و(18.6%) نادراً، أما لا أشاهد فلا نسبة لهم. اغلبية الشباب الجامعي يتابعون كرة القدم و78% بعدها السباحة 9.8% والالعاب القوى 6.8% والسلة اخيرا 4.9%. ان البرامج الرياضية زادت من وعي الشباب ومعلوماتهم الرياضية وحبهم للالعاب وبنسبة 86.2% وساهمت قليلا 9.8% ولم تساهم 3.9% وقد اوصت الدراسة بعدة توصيات منها: ضرورة اجراء بحوث أخرى في اثر القنوات الفضائية على الثقافة الرياضية وذلك من أهمية هذا الموضوع لارتباطه بالثقافة الرياضية من جهة والشباب الجامعي بوصفه شريحة مهمة من شرائح المجتمع فهم بناء المستقبل من جهة أخرى حيث تعد الوظيفة الثقافية من اهم وظائف التلفزيون من خلال نشر الثقافة الهادفة وتعميمها لما لها من دور في إثراء الشخصية الفردية والمهاراتية.

**دراسة: محمد (2017م)**

هدفت الدراسة إلى التعرف على وعي الشباب السوداني بالثقافة السياسية ، التعرف على الثقافة السياسية في إطارها العام. توضيح أهم العوامل التي ساعدت علي تشكيل الثقافة السياسية السودانية في مدلولها العام و علي المستوي الخاص الشباب تحديد واقع الثقافة السياسية للشباب.توصلت الدراسة الي ن هنالك علاقة طردية بين المستوى التعليمي لدى الشباب السوداني وبين الثقافة و الوعي السياسي لديهم، أن الثقافة السائدة في السودان تتمثل في الثقافة التقليدية والمحافظه التي تعتمد على منظومة القيم والعادات والتقاليد ترسم الصورة النمطية للمرأة عن طريق التنشئة.أوصت الدراسة بوضع مناهج دراسة خاصة بتنمية الوعي السياسي في المراحل الدراسية المختلفة، ضرورة وجود نظرة تقديرية لقطاعات الشباب المختلفة ، فكل منها ظروفه وأوضاعه ومشكلاته وحاجاته الخاصة.

**دراسة: عشير، (2018م)**

هدفت الدراسة الي التعرف على دور الإعلام التفاعلي في تدعيم الثقافة السياسية لدى طلبة جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف، مع تحديد أهم مصادر الثقافة السياسية التي يعتمد عليها الباحثين للحصول على معارفهم السياسية، وطبقت هذه الدراسة على عينة من الطلبة في



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

جامعة حسيبة بن بوعلي، وتم الاستعانة بالمنهج المسحي لعينة مكونة من 200 طالب وطالبة لتحقيق أهداف الدراسة. توصلت الدراسة إلى النتائج التالية: كشفت الدراسة أن معظم Facebook كان أكثر الوسائط التفاعلية التي يستخدمها الطلاب. أكدت الدراسة أن معظم المبحوثين يعتقدون أن دوافع تعرضهم لوسائل الإعلام هي متابعة الأخبار والأحداث المحلية. أوضحت الدراسة أن المبحوثين يعتقدون أن وسائل الإعلام هي المصدر الرئيسي لثقافتهم السياسية من خلال الأخبار، والتي تشمل مختلف المواضيع والأنشطة السياسية للحكومة والوزراء. غالبية المبحوثين لا يتابعون أخبار الأحزاب السياسية لأنهم غير مهتمين بالمجال السياسي، وكذلك بالنشاط السياسي أو متابعة أنشطة الأحزاب السياسية في الجزائر أو المشاركة في العمل السياسي والحزبي. يعتقد معظم المبحوثين أن وسائل الإعلام التفاعلية تساهم في تطوير ثقافتهم السياسية وتوعيتهم بالأخبار والأنشطة السياسية للأحزاب السياسية والسياسيين في البلاد. أوصت الدراسة بضرورة العمل على تشجيع مستخدمي الاعلام التفاعلي للمشاركة سواء عبر الفيس بوك او التويتر أو اليوتيوب، وذلك من خلال تبسيط الاستخدام وجاذبيته ودعوتهم من خلالها الي المشاركة في عملية اتخاذ وصنع القرارات السياسية. مع تمكين المستخدمين الشباب منهم على وجه الخصوص من الوصول الي صفحات الأحزاب ودعوتهم للمشاركة بأرائهم بغية تدعيم ثقافتهم السياسية.

دراسة: عباس(2018)

تمثلت مشكلة الدراسة في مدى تموضع القيم بين الثقافة المحلية ونظير الافتراضية في ظل الفضاء السيبراني: تساؤلات الدراسة ماهو الاعلام الرقمي وما هي أهم تطبيقاته؟ ما مفهوم الثقافة المحلية؟ وماهي الإشكالات المتعلقة؟ ما انعكاسات الثقافة الجديدة التي عكسها الفضاء السيبراني على الثقافة المحلية والقيم؟ هدفت الدراسة الي محاولة الكشف عن بعض ملامح الثقافة المعولمة او الثقافة المعولمة التي افرزها الاعلام الرقمي والفضاء السيبراني، معرفة عادات وأنماط استخدام الشباب لتطبيقات الاعلام الجديد وموقع الفايسبوك انموذجا بما يؤدي إلى خلق ثقافة افتراضية، معرفة أشكال التفاعل الرقمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي. توصلت الدراسة الي عدة نتائج منها: حمل الاعلام الرقمي معه ثقافة وافدة





المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

معلومة حملت في طياتها نمط جديد من التفكير والعادات والتقاليد والأعراف، وهذا النوع من الثقافة قد اثر على الثقافة المحلية، لكنه يبقى رهين الحضور في الميديا الجديدة فقط، وهذا حسب تصور عينة البحث. أوصت الدارسة ضرورة نشر الوعي لدى فئة الشباب الجامعي حول دور وأثر مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بثقافتهم المحلية وضرورة إرشادهم للاستخدام الأمثل لمواقع التواصل الاجتماعي، ضرورة عقد دورات تدريبية لفئة الشباب تستهدف تطوير مهارا م توظيفها عبر مواقع التواصل الاجتماعي التي تخدم قضاياهم.

**المحور الثاني: الإطار النظري**

**أولاً: مفهوم فيديوهات الانترنت**

تعد الفيديوهات عبر الإنترنت إحدى مصادر التعلم المهمة في الوقت الحاضر ومع دمج مميزات إضافية للفيديوهات مثل: التفاعلية، زادت أهمية وجاذبية هذه الفيديوهات؛ فمقاطع الفيديو التفاعلية هي أكثر الأدوات تأثيراً في العملية الاعلامية والتعليمية (والي ، محمد فوزي، 2020م).

عرفت فيديوهات الانترنت هو نظام بنى علي اساس الخصائص التفاعلية للكمبيوتر ، ويربط بين نظامى الكمبيوتر والفيديو ديسك ، حيث تكون برامج الفيديو وبلرامج الكمبيوتر تحت تحكم المتلقي ويمكن تشغيله بقلم ضوئي او الفاره او لوحه المفاتيح او جهاز فيديو تفاعلي للحصول علي مصادر متعدده للتعلم ، في وقت قليل ، واختيار التتابعات المطلوبه من صور الفيديو والصوت والنصوص ورسوم الكمبيوتر او الصور الثابته ( يحيايوي، ابراهيم عمر، 2019م) .

كما عرف على أنه دمج بين تكنولوجيا الفيديو والكمبيوتر من خلال المزج بين المعلومات التي تحويها أسطوانات و شرائط الفيديو والمعلومات التي يقدمها(المالكي، سلمان سالم، 2015م).

يلاحظ الباحثان ان فيديوهات الانترنت عبارة نظام بنى على أساس الخصائص التفاعلية للكمبيوتر، ويربط بين نظامي الكمبيوتر و الفيديو ديسك، حيث تكون برامج الفيديو وبرامج الكمبيوتر تحت تحكم المتلقي ويمكن تشغيله بقلم ضوئي أو بالفارة أو بلوحة المفاتيح أو



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

جهاز فيديو تفاعلي للحصول على مصادر متعددة للتعلم، ي وقت قليل، واختيار المتابعات المطلوبة من صور الفيديو والصوت والنصوص ورسوم الكمبيوتر أو الصور العابية .  
ثانياً: تأثير فيديوهات الانترنت على الشباب

يعد موضوع الشباب و ثقافته من المواضيع التي يشغل عليها في أكثر من تخصص و على أكثر من صعيد فعل الرغم من توفر مجموعة كبيرة من النظريات حاولت دراسة وفهم متطلبات المراحل العمرية للإنسان إلى دراسة مرحلة الشباب و تداعياتها خاصة الثقافية تبقى من المراحل التي يصعب فهمها ووضع براديجم معرفي لها الن ما يطبعها هو التجدد والمسايرة لمختلف التغيرات التي يمر بها أي مجتمع ومن ثمة التأسيس لمراحله المقبلة وفهم أهم معالم المستقبل الاجتماعي إلى مجتمع(دبلة، عبد العالي، 2015م).

انتشرت بشكل كبير فيديوهات الانترنت في الآونة الأخيرة وأصبحت هي الوسيلة الوحيدة التي فرضت سيطرتها على جميع المجتمعات وأصبح مستخدميها يتجاوزون المليارات وأصبحت وسيلة شديدة التأثير في المجتمعات والأسر بشكل كبير وخطير وذلك لأنها أصبحت تستخدم أساليب جذب لا حصر لها فهي تستهوي متابعيها من جميع الفئات ومن جميع الأعمال وهو ما يجعلها سلاح ذو حدين فهي من شأنها زيادة ثقافة المرء وحثه على العديد من القيم الإيجابية ولكنها على النقيض ساهمت بشكل كبير في فرض الكثير من السلوكيات السيئة والتي أصبح المجتمعات وخاصة المجتمعات تعاني منها معاناة شديدة فقد ساعدت على انتشار العنف والجريمة وساهمت كثيرا في تفكك العديد من الأسر وغيرت فكر الشباب. (عبد الرؤوف، سامي، 2000م)،.

فقد أصبح الشباب منشغل باستخدام شبكات الإنترنت ومشاهدة الأفلام التي تدعو إلى العنف مما انعكس بالسلب على القيم التي تغرس بداخلهم وأصبحوا قابعين أمام شاشات الكمبيوتر لفترات طويلة مما أدى إلى تغير فكرهم وارتباطهم بأسرهم وهو ما عمل على اتساع الفجوة بينهم وبين آبائهم مما انعكس بالسلب على المجتمعات العربية.

ومما لا شك فيه إن قضاء أوقات طويلة أمام الأجهزة الإلكترونية الحديثة والمتمثلة في الأجهزة اللوحية والمحمولة أصبح من سمات هذا العصر، غير أن الكثيرين يقومون



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

باستخدام تلك الأجهزة بشكل متواصل حتى سيطرت هذه الأجهزة على مستخدميها وعلى عقولهم بل وعلى أوقاتهم ونشاطهم كذلك. (سالم، ساري، خضر، زكريا، 2004م).  
ولأن فيديوهات الانترنت من اهم وسائل التواصل الاجتماعي التي تدخل جميع البيوت دون أي استئذان ويستخدمها جميع الفئات والأعمار فهي أداة فتاكة إذا أسئء استخدامها وقد تكون أداة شديدة الإيجابية إذا أحسن استخدامها وتم تقنينها فيما يخدم الفئات المتابعة لها وخاصة التلفاز فهو يعتبر وسيلة مسموعة ومرئية فهي كفيلة بأن تنقل السلوك الجيد والسيئ على السواء.

### 1. وسائل عرض فيديوهات الانترنت:

وتعتبر شبكات التواصل الاجتماعي الفيس بوك face book والتويتر TWITTER وجوجل + GOOGLE PLUSE وماي سبيس MY SPACE وهاي فاي HI5 ولايف بورن LIFE BOON ولينكد ان LINKED IN وغيرها من أشهر المواقع التي تقدم خدمات للمستخدمين وهي المواقع التي تسمح بإنشاء صفحات خاصة بالأشخاص والتواصل مع أصدقائهم ومعارفهم، منها:

الفيسبوك: face book وهو موقع الكتروني للتواصل الاجتماعي، أي أنه يتيح عبره للأشخاص العاديين والاعتباريين (كالشركات) أن يبرز نفسه وأن يعزز مكانته عبر أدوات الموقع للتواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع أو عبر التواصل مع مواقع تواصل أخرى، وإنشاء روابط تواصل مع الآخرين (جرار، ليلي أحمد، 2011م).

التويتر TWITTER وهو إحدى شبكات التواصل الاجتماعي التي انتشرت في السنوات الأخيرة، ولعبت دورا كبيرا في الأحداث السياسية في العديد من البلدان و خاصة الشرق الأوسط، واخذ تويتر اسمه من مصطلح "تويت" الذي يعني "التغريد" واتخذ من العصفورة رمزا له، وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى 140 حرفا للرسالة الواحدة، ويجوز للمرء أن يسميها نصا ، ويمكن لمن لديه حساب في موقع تويتر أن يتبادل مع أصدقائه تلك التغريدات أو التويتيرات من خلال ظهورها على صفحاتهم الشخصية أو في حالة دخولهم على صفحة المستخدم صاحب الرسالة، وتتيح شبكة تويتر خدمة



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

التدوين المصغرة، وإمكانية الردود والتحديثات عبر البريد الإلكتروني ، كذلك أهم الأحداث من خلال خدمة « RSS » عبر الرسائل النصية « SMS »  
اليوتيوب « youtube » : اختلفت الآراء حول موقع "يوتيوب" وما إذا كان هذا الموقع شبكة اجتماعية أو لا، حيث تميل بعض الآراء إلى اعتباره موقع مشاركة الفيديو « video » « sharing site »، غير أن تصنيفه كنوع من مواقع التواصل الاجتماعي نظرا لاشتراكه معها في عدة من الخصائص جعلنا نتحدث عنه كأهم هذه المواقع نظرا للأهمية الكبيرة التي يقوم بها في مجال نشر الفيديوهات واستقبال التعليقات عليها ونشرها بشكل واسع.  
أي أن اليوتيوب موقع إلكتروني يسمح ويدعم نشاط تحميل و تنزيل ومشاركة الأفلام بشكل عام ومجاني، وهو يسمح بالتدرج في تحميل وعرض الأفلام القصيرة من أفلام عامة يستطيع الجميع مشاهدتها إلى أفلام خاصة يسمح فقط لمجموعة معينة بمشاهدتها (أمين ، رضا عبد الواحد أمين، 2009م).

## 2. أهداف ودوافع مشاهدة فيديوهات الانترنت:

هناك العديد من الدوافع التي تدفع الأفراد لمشاهدة فيديوهات الانترنت وتتباين تلك الدوافع من حيث الأهداف والأسباب سنوضحها كما يلي (المقدادي، خالد غسان، 2014م):

- أ. **بعد المسافات بين الأهل والأقارب:** أدى بعد المسافة بين الأهل والأقارب واضطرار بعض الأشخاص المقربين للسفر لدواعي العمل أو العلاج إلى محاولة البحث على طريقة ووسيلة للتواصل مع هؤلاء الأشخاص، وكان ذلك سببا هاما للجوء إلى استعمال مواقع التواصل الاجتماعي.
- ب. **المشكلات الأسرية:** يلجأ الكثير من الأفراد إلى مشاهدة فيديوهات الانترنت كهروب من المشكلات الأسرية التي تحدث داخل المنزل، فيلجأ الفرد إلى البحث عن أصدقاء جدد كمحاولة للبعد عن ذلك التوتر.
- ج. **عدم وجود فرص للعمل:** يلجأ الكثير من الشباب إلى مشاهدة فيديوهات الانترنت كنتيجة للبطالة وعدم توافر فرص عمل يفرغ فيها الشباب طاقته وقدرته على العطاء والإنجاز،



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

فيتجه إلى مشاهدة فيديوهات الانترنت للهروب من ذلك الواقع المرير(الجعبري)،  
باسم،(2009م)..

د. **أوقات الفراغ:**يقوم البعض بملء وقت الفراغ عن طريق التحوار مع بعض الأصدقاء  
وتكوين صداقات جديدة في محاولة منهم للقضاء على الشعور بالملل والرغبة في  
التجديد وخلق جو اجتماعي وراء شاشات الكمبيوتر.

هـ. **البطالة:**تعتبر عن عملية الانقطاع وعدم الاندماج المهني الذي يؤدي لدعم الاندماج  
الاجتماعي والنفسي ومنه إلى الإقصاء الاجتماعي الذي هو نتيجة تراكم العوائق  
والانقطاع التدريجي للعلاقات الاجتماعية وهي من أهم المشاكل الاجتماعية التي يعاني  
منها الفرد والتي تدفعه لخلق حلول للخروج من هذه الوضعية التي يعيشها حتى وإن  
كانت هذه الحلول افتراضية، فهناك من تجعل منه البطالة واستمراريتها شخصا ناقما على  
المجتمع الذي يعيش فيه باعتباره لم يوفر له فرصة للعمل والتعبير عن قدراته  
وايديولوجياته كربط علاقات مع أشخاص افتراضيين من أجل الاحتيال والنصب.

و. **الفضول:**تشكل مواقع التواصل الاجتماعي عالما افتراضيا مليئا بالأفكار والتقنيات  
المتجددة التي تستهوي الفرد لتجريبها واستعمالها سواء في حياته العلمية أو العملية أو  
الشخصية، فمواقع التواصل الاجتماعي تقوم على فكرة الجذب وإذا ما توفرت ثنائية  
الجذب والفضول تحقق الأمر.

ز. **التسويق أو البحث عن وظائف:**في الواقع مواقع التواصل الاجتماعي لم تعد لمجرد  
التعارف بل أصبحت أداة تسويقية قوية وفعالة للغاية لأصحاب الأعمال، كونها منخفضة  
التكاليف، وتضمن سهولة الاتصال بها داخل و خارج مقر العمل، بالإضافة إلى سهولة  
الانضمام إليها والاشتراك بها.

كما تتمتع بقابلية التصميم والتطوير، وتصنيف المشتركين حسب العمر والجنس  
والاهتمامات والهوايات وسهولة ربط الأعمال بالعملاء وأيضا ربط أصحاب العمل بطالبي  
العمل وانتشار المعلومة واستثمارها(حسن، أشرف جلال،(2009م)..



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

فتجربة التسويق عبر الشبكات تزيد من التواصل مع المستهلكين ومع الكفاءات كما أنها أصبحت من بين الوسائل للبحث عن وظائف وفرص التطوير الوظيفي وتبادل الخبرات والكفاءات كما هو الحال في شبكة لينكدان.

يتضح للباحث من خلال عرض لأهم العوامل التي تدفع بالأفراد للإقبال لفيدويوهات الانترنت أن هناك من يستخدمها بدافع التعلم وتوسيع المعارف والمهارات الشخصية والحياتية، مناقشة قضايا المجتمع، التعبير عن الآراء بحرية والتنافس عن الذات وغيرها.

## 2. التأثيرات الإيجابية:

مشاهدة فيديويوهات الأنترننت لها العديد من الآثار سواء كانت سلبية أم إيجابية. وفيما يلي توضيح لبعض التأثيرات الإيجابية والإيجابية لها:

أ. تعزيز قنوات التواصل .

ب. تنمية ثقة الشاب بنفسه خاصة إذا كان من هؤلاء الذين ينعزلون اجتماعياً بالحياة الواقعية.

ج. زيادة المهارات التقنية .

د. مصدر جديد وسريع للأخبار العاجلة والهامة في مجال التعليم والتعلم.

هـ. زيادة التوعية بالقيم المجتمعية والثقافية والسياسية .

و. زيادة فرص التعلم الذاتي أو ما يعرف بإفراد التعلم .

ز. سرعة التفاعل والحصول على المعلومة من المؤسسات والافراد .

ح. تحسين من فعالية عملية التعليم والتعلم .

ط. **تقريب المسافات بين القارات:** فتعد مشاهدة فيديويوهات الانترنت طفرة تكنولوجية نتج

عنها إمكانية مشاهدة الأقارب والأهل كما يمكن عن طريقها إجراء اجتماعات خاصة

بالعمل وإنجاز العديد من المهام التي كان يصعب إنجازها فيما قبل.

ي. **اكتساب الخبرات وتكوين الصداقات:** استطاعت فيديويوهات الانترنت تقديم كل ما يحتاجه

المرء من إمكانيات وأدوات لاكتساب الخبرات من جميع أنحاء العالم كما مكنت الأفراد

من تكوين صداقات على مستوى العالم.



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

ك. مد أواصر الصداقة بين الأصدقاء القدامى: في حين ظن الأشخاص أن صلتهم قد انقطعت عن أصدقائهم القدامى قدمت مشاهدة فيديوهات الانترنتيها للتدخل بشكل قوي وتعيد تلك الصداقات القديمة إلى الحياة مرة أخرى فهي تساعدك على استرجاع الصداقات القديمة التي كنت تظنها قد انتهت .

### 3. التأثير السلبية:

مثلما يوجد آثار ايجابية لفيدويوات الانترنت فإنه لها آثار سلبية أيضا فهي سلاح ذو حدين، ومن تلك الآثار السلبية(الجبالي ، حمزة ،2016م):

الإباحية، المعلومات التحريضية والعنصرية،. الطائفية والملل الدينية. ،علم فنون السرقة . طرح الكلمات البذيئة مثل السب.الدعاية والتجارة المضللة، الغش التجاري، نقص التنظيم المنطقي لبعض محتويات المعلومات المتوفرة على الشبكة(قراد، راضية، لدمية، عابدي ،2020م)، قد تطرح بعض المعلومات المشككة للمعتقدات الدينية والقومية، ظهور الإرهاب الداخلي بين مستخدمي الشبكة، الجلوس المتواصل لمشاهدة هذه الفيديوات له آثار صحي(مراد، عودة سليمان، محاسنة، عمر موسى،2016م) .

### 1. ضعف العلاقات الأسرية والعزلة النسبية للأسرة: أصبحت الأسرة تشهد ضعفا وتخلخلا

في تركيبتها وأصبح الطابع الفردي هو السائد بين أفرادها وأصبح هناك انخفاض في التفاعل بين أفراد الأسرة وزيادة العلاقة سوءاً بين الزوجين وبين الأبناء وبين الآباء وذلك بسبب الجلوس امام الكمبيوتر لفترات طويلة ناهيك عما تبثه من أفكار هدامة تنعكس بالسلب على سلوك الفرد داخل أسرته سواء كان زوج أو أب أو أم أو ابن وهذا ما وصل إليه بالفعل حال الأسر التي انغمست بشدة في مشاهدة تلك الفيديوات

### 2. التباعد بين الزوجين في مناقشة الأمور الأسرية: أصبحت السمة السائدة بين الأزواج

داخل الأسرة هو انشغال كل منهم بجهازه الخاص سواء كان جهاز تليفون محمول أو كمبيوتر ومتابعة الأفلام الخاصة به مما أدى إلى حدوث فجوة كبيرة بين الزوجين فكل منهما مشغول بعالمه الخاص والذي لا يجد فيه وقت لمناقشة المشكلات الخاصة بالأسرة والأبناء وهو ما أدى إلى حدوث تفكك أسري وعدم دراية كل منهما بما يهدد



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

الأسرة من أخطار لعدم وجود الوقت الكافي لمناقشتها وحلها(جبريل، ثريا وآخرون،2002م)..

3. شيوع ثقافة الاستهلاك داخل الأسر وخاصة بين الشباب: من الآثار السلبية المترتبة على انتشار فيديوهات الانترنت شيوع ثقافة الاستهلاك والتطلع إلى ما يفوق قدرات الأسرة المالية فكل فرد يريد أن يحدث جهاز التليفون المحمول الخاص به بما لمجرد الحصول على جهاز آخر متطور ذو إمكانيات أعلى للبقاء دائما على مشاهدة هذه الفيديوهات وهو ما تنهافت للوصول إليه كبرى شركات المحمول والتي تعمل على إغراق السوق كل فترة بأجهزة جديدة ذات تقنيات عالية ليقوم المستهلك بمحاولة التحديث وهو ما يرهق ميزانية الأسرة العربية وبالتالي تقع المشكلات الاقتصادية والتي قد تؤدي في النهاية بالأسرة بكاملها.

كما يرى آخرون ان فيديوهات الانترنت تؤثر سلباً على الشباب وذلك من خلال الآتي:  
أ. يقلل من مهارات التفاعل الشخصي: حيث تؤثر فيديوهات الانترنت من زمن التفاعل على الصعيد الشخصي للأفراد والجماعات المستخدمة لهذه المواقع، وكما هو معروف فإن مهارات التواصل الشخصي تختلف عن مهارات التواصل الالكتروني، ففي الحياة الطبيعية لا تستطيع أن تخلق محادثة شخص ما فورا وأن تلغيه من دائرة تواصلك بكبسة زر.<sup>(1)</sup>

ب. إضاعة الوقت: حيث أنها مع خدماتها الترفيهية التي توفرها للمستخدمين، قد تكون جذابة جدا لدرجة تنسى معها الوقت.

ج. الإدمان على مواقع التواصل: إن استخدامها خاصة من قبل ربات البيوت والمتقاعدين، يجعله-بسبب الفراغ- أحد النشاطات الرئيسية في حياة الفرد اليومية، وهو ما يجعل ترك هذا النشاط أو استبداله أمرا صعبا للغاية خاصة وأنها تعد مثالية من ناحية الترفيه لملء وقت الفراغ الطويل(الحمصي، رولا،2008م).

د. قلة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لغير الترفيه من قبل مجتمعاتنا العربية.





المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

هـ.. ضياع الهوية الثقافية العربية واستبدالها بالهوية العالمية لمواقع التواصل: حيث أن العولمة الثقافية هي من الآثار السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي بنظر الكثيرين. و. انعدام الخصوصية: تواجه أغلبية المواقع الاجتماعية مشكلة انعدام الخصوصية مما تتسبب بالكثير من الأضرار المعنوية والنفسية على الشباب وقد تصل في بعض الأحيان لأضرار مادية، فملف المستخدم على هذه الشبكة يحتوي على جميع معلوماته الشخصية إضافة إلى ما يبثه من هموم، ومشاكل قد تصل بسهولة إلى يد أشخاص قد يستغلونها بغرض الإساءة والتشهير.

ز. انتحال الشخصيات: تبقى مجهولة المصدر الحقيقي خلف مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي دافعا أحيانا إلى استخدامها في الابتزاز وانتحال الشخصية ونشر المعلومات المضللة وتشويه السمعة، أو في الجريمة كالدعارة أو السرقة أو الاختطاف (أشرف جلال حسن، 2009م).

ح. تراجع استخدام اللغة العربية الفصحى لصالح العامية: أضحى استخدام مزيج من الحروف والأرقام اللاتينية بدل الحروف العربية الفصحى خاصة على شبكات التعارف والمحادثات فتحوّلت حروف اللغة العربية إلى رموز وأرقام باتت الحاء "7" والعين "3" وهذا ما أكدته دراسة علي صلاح محمود بعنوان "ثقافة الشباب العربي

يتضح لباحث من خلال استعراضه لمدى انتشار مشاهدة فيديوهات الانترنت تبين أنها أصبحت جزء لا يتجزأ من حياة المجتمعات بل أصبح الأفراد يقبلون على مشاهدة تلك الفيديوهات في المواقع المختلفة لدرجة قد تصل إلى الإدمان في بعض الأحيان، ولا شك أن تلك المواقع باتت تلعب دورًا هامًا في حياة الشباب بل وفي حياة الشعوب والأمم بأسرها سلبا وإيجابا، ولا يخفى مدى التأثير الذي تقوم به فيديوهات الانترنت في مواقع التواصل الاجتماعي مثل اليوتيوب، الفيس بوك، تويتر، انستجرام وغيرها من المواقع التي تجذب العديد من الفئات العمرية في المجتمعات المختلفة وخاصة الشباب من فئة المراهقين وهم الأكثر متابعة والأقل إدراكًا بمجريات الأمور فهم لا يستطيعون رسم صورة كاملة وتصور شامل لما يتابعونه من خلال وسائل الإعلام المختلفة فهم لا يزالون محدودي الخبرة



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

ويلزمهم الكثير للحكم الصائب على الأمور وبالتالي فهم يقعون فريسة في براثن الإعلام الذي يؤثر في الكثير من شخصية المراهقين لأنهم يتعاملون بعواطفهم ويندفعون نحو ما يؤثر فيهم سواء بالسلب أو بالإيجاب دونما أي تفكير .

**المحور الثالث: الدراسة الميدانية**

**أولاً: نبذة عن مجتمع البحث**

عرفت فيديو هات الإنترنت بأنها دمج بين تكنولوجيا الفيديو والكمبيوتر من خلال المزج بين المعلومات التي تحويها أسطوانات و شرائط الفيديو والمعلومات التي يقدمها .

**نشأته وتطوره :**

ظهر الفيديو ديسك سنة 1973 ، وانتشر في أسواق الولايات المتحدة الأمريكية سنة 1978 وفي أوروبا 1982 .

وكانت تطبيقاته محصورة في البداية علي الأفلام المتحركة التجارية للاستخدامات المنزلية . وبعد استخدام النظام الرقمي زاد نقاء الصورة وصفائها . وفي سنة 1982 استخدم نظام الليزر في الكمبيوتر ، وادى الي ظهور الأسطوانات المدمجة (CD-ROM) ، فزادت سعه الفيديو ديسك ، واصبح لديه القدرة علي تخزين معلومات مصوره من ذي قبل . ثم ظهرت الأسطوانات المدمجة التفاعلية ، cd-i وأصبحت متاحة تجاريا منذ عام 1992 . ثم ظهرت محاولات الوحدة بين الفيديو ديسك والبطاقات الفائقة ، hyper card التي ساعدت علي تخزين صور ثابتة ومتحركة علي الفيديو ديسك

وفي نهاية الثمانينات وبداية التسعينات من القرن العشرين بدأت بعض المشروعات الفيديو التفاعلي وبحوثه ، ولكنه لم ينتشر بسبب ارتفاع سعر الجهاز والديسكات فقد كشف المسح الذي أجراه مركز تكنولوجيا التعليم بجامعة هارفارد ، لسنة 1989 ، عن البدء في عشره مشروعات بعشر ولايات أمريكية تحت اسم " pilot " وفي سنة 1999 كشف تقرير إحصائي عن وجود 30000 نظام فديو ديسك تستخدم في التعليم وفي



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

بريطانيا ,تم التعرف علي إمكانيات الوسائل التعليمية لأول مره من خلال مشروع الفيديو ديسك التفاعلي " doomsday project " وهو مشروع قومي واسع لجمع معلومات ووسائل متعددة عن المجتمعات البريطانية , وسجلت علي أسطوانات تفاعليه تلاه " برنامج الفيديو التفاعلي بالمدارس " IVIS " في الفترة من أكتوبر 1985 الي مارس 1987 , واعدت فيه 8 حقائب تعليميه عن موضوعات مختلفة .

**مجتمع الدراسة :**

يتكون من الأفراد بولاية الخرطوم البالغ عددهم 150 مبحوث ، ثم تم سحب عينة عشوائية منتظمة وهي نوع ثاني من العينات الاحتمالية التي تتشابه الي حد ما بالعينة العشوائية البسيطة إلا أن هذا النوع من العينات يعتمد علي وجود نوع من النظام في اختيار العينات ، حيث يكون مجتمع الدراسة محددًا ومعروفًا في قوائم وجداول بحيث يكون لكل فرد رقم خاص به كما يقوم الباحث بتحديد العينة سابقًا ، ففي حالات معينه يحصل الباحث علي عينات موجودة في جداول ، أي إنها مصنفة وجاهزة في هذه الحالة يستطيع الباحث ان يختار عينه تلك القوائم بشكل منتظم بما يعادل 150 مبحوث .

**ثانيا: الإجراءات المنهجية وأدوات الدراسة**

تشتمل علي التخطيط للدراسة الميدانية موضحا الإجراءات التي اتبعتها الباحثان في تصميم استبانة الدراسة الميدانية وواصفا لمجتمع وعينة الدراسة والأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل بيانات الدراسة وتقييم أدوات القياس على النحو التالي:



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

أدوات البحث:

أولاً: الملاحظة:

لاحظ الباحثان ارتفاع نسبة مشاهدة فيديوهات الإنترنت وانتشارها وانعكاساتها في تغيير ثقافة الشباب والقيم والعادات والسلوك.

1. استمارة الاستبانة:

من اجل الحصول على المعلومات والبيانات الأولية لهذه الدراسة تم تصميم الاستبانة لدراسة ( فيديوهات الانترنت و انعكاسها علي ثقافة الشباب ) والاستبانة هي من الوسائل المعروفة لجمع المعلومات الميدانية وتتميز بإمكانية جمع المعلومات من مفردات متعددة من عينة الدراسة ويتم تحليلها للوصول للنتائج المحددة، وقد حاول الباحثان في صياغة عبارات الاستبانة ومراعاة الحيادية الممكنة بالابتعاد عن المعاني التي يصعب فهمها أو يلتبس معناها.

القسم الأول: تضمن البيانات الأولية لأفراد العينة وهي النوع ، الحالة الاجتماعية ، المهنة ، العمر ، الفترة التي يقضيها الشباب في مشاهدة فيديوهات الانترنت . قام الباحثان ذلك بحساب المتوسط المرجح على النحو التالي:

الجدول (1)

الوسط المرجح

العبارة	الوسط المرجح
أوافق بشدة	4.20 الى 5
أوافق	3.40 الى 4.19
محايد	2.60 الى 3.39
لا أوافق	1.80 الى 2.59
لا أوافق بشدة	1 الى 1.79

ومن خلال الجدول ادناه يلاحظ ان طول الفترة المستخدمة 5/4 ، أى حوالى 0.80 ، وقد حسبت الفترة على اساس ان الارقام 1،2،3،4،5 بينها 4 مسافات.



## 2. الأساليب الإحصائية المستخدمة:

لاختبار فروض الدراسة استخدم الباحثان الأساليب الآتية:  
التوزيع التكراري للإجابات النسب المئوية.  
المتوسط المرجح والانحراف المعياري.

أسلوب الانحدار البسيط لمعرفة تأثير المتغير المستقل علي المتغيرات التابعة.  
4. تقييم أدوات القياس:

### أ. اختبارات صدق محتوى المقياس الظاهري :

تم إجراء اختبار صدق المحتوى لعبارات المقاييس من خلال تقييم صلاحية المفهوم وصلاحية أسئلته من حيث الصياغة والوضوح والتي قد ترجع إما إلى اختلاف المعاني وفقاً لثقافة المجتمع أو نتيجة لترجمة المقاييس من لغة إلى أخرى حيث قام الباحثان بعرض الاستبيان على عدد من المحكمين الأكاديميين والمتخصصين بمجال الدراسة ومن مختلف المواقع الوظيفية والتخصصات العلمية لتحليل مضامين عبارات المقاييس ولتحديد مدى التوافق بين عبارات كل مقياس ثم قبول وتعديل بعض العبارات، وبعد استعادة الاستبيان من المحكمين تم إجراء التعديلات التي اقترحت عليها، فيما أشار العدد الآخر من المحكمين أن الاستبيان بشكله الحالي مستوفياً لشروط الدراسة.

### ب. الثبات والصدق الذاتي:

يقصد بثبات الاختبار أن يعطي المقياس نفس النتائج إذا ما استخدم أكثر من مرة واحدة تحت ظروف مماثلة، ويعني الثبات أيضاً أنه إذا ما طبق اختبار ما على مجموعة من الأفراد ورصدت درجات كل منهم، ثم أعيد تطبيق الاختبار نفسه على المجموعة نفسها يكون الاختبار ثابتاً تماماً. كما يعرف الثبات أيضاً بأنه مدى الدقة والاتساق للقياسات التي يتم الحصول عليها مما يقيسه الاختبار.

أما الصدق فهو مقياس يستخدم لمعرفة درجة صدق المبحوثين من خلال إجاباتهم على مقياس معين، وبحسب الصدق بطرق عديدة أسهلها كونه يمثل الجذر التربيعي لمعامل الثبات. وتتراوح قيمة كل من الصدق والثبات بين الصفر والواحد الصحيح، وتم إيجاد معامل



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

ألفا- كرونباخ. لكل المحاور التي يتضمنها هذا الاستبيان، والجدول التالي يوضح نتائج هذا الإجراء:

الجدول (2)

الثبات والصدق

الصدق	الثبات	عدد العبارات	
.987	.976	14	الاستبيان الكلي
.973	.948	5	المحور الأول
.961	.925	7	المحور الثاني
.964	.930	2	المحور الثالث

توضح نتائج اختبار الثبات أن قيم ألفا كرونباخ للاستبيان الكلي أكبر من (60%) وتعني هذه القيم توافر درجة عالية جداً من الثبات الداخلي حيث بلغت قيمة ألفا كرونباخ للمقياس الكلي 0.976 وهو ثبات مرتفع ومن ثم يمكن القول بان المقاييس التي اعتمدت عليها الدراسة تتمتع بالثبات الداخلي لعباراتها مما يمكننا من الاعتماد على هذه الإجابات في تحقيق أهداف الدراسة وتحليل نتائجها.

ثالثاً: تحليل البيانات واستخلاص النتائج وتفسيرها

تضمن البيانات الشخصية لأفراد عينة الدراسة ، حيث يحتوي هذا الجزء على النوع ، الحالة الاجتماعية، المهنة ، العمر ، الفترات التي يقضيها الشباب في مشاهدة فيديوهات الإنترنت.



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

أ. العمر:

الجدول (3)

التوزيع التكراري لأفراد العينة وفق العمر

العمر	التكرار	النسبة
من 18 الي اقل من 25	53	%35.3
من 25 الي اقل من 30 سنة	47	%31.3
من 30 سنة فأكثر	50	%33.3
النوع	التكرار	النسبة
ذكر	80	53.3%
أنثي	70	46.7%
الحالة الاجتماعية	التكرار	النسبة
متزوج	65	%43.3
أعزب	65	%43.3
مطلق او أرمل	20	%13.3
المهنة	التكرار	النسبة
موظف	50	%33.3
عامل	23	%15.3
طالب	41	%27.3
مهني	30	%20
أخرى	6	%4
مشاهدة فيديوها	التكرار	النسبة
اقل من ساعتين	32	%21.3
من ساعتين الي 4 ساعات	18	%12
من 4 ساعات فأكثر	100	%66.7
المجموع	150	%100

يلاحظ الباحثان من الجدول أعلاه أن أغلب أفراد العينة من الفئة العمرية (من 18 الي اقل من 25) حيث كان عددهم 53 وبلغت نسبتهم %35.3، يليهم الفئة العمرية (من 30 سنة فأكثر) حيث كان عددهم 50 بنسبة %33.3، أما الفئة العمرية (من 25 الي اقل من 30



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

سنة) فقد بلغ عددهم 47 أي بنسبة 31.3%، من أفراد العينة الكلية. وذلك يدل على تقارب الفئات العمرية ولكن ارتفاع فئة من 18-25.

نلاحظ من الجدول أعلاه أن عدد الذكور في العينة قد بلغ عددهم 80 وبلغت نسبتهم 53.3%، فيما بلغ عدد الإناث 70 بنسبة 46.7% من أفراد العينة الكلية. يلاحظ الباحثان ان فئة مشاهدة الذكور لفيدويوهات الإنترنت أكثر من الإناث ولعل ذلك يعود الي أن الذكور يتعرضون لضغوط الحياة اكثر من الإناث. نلاحظ من الجدول أعلاه أن عدد المتزوجين في العينة قد بلغ 65 بنسبة مئوية 43.3%، وكذلك الذين لم يسبق لهم الزواج ، أما الأرامل والمطلقين قد بلغ عددهم 20 بنسبة مئوية 13.3% من أفراد العينة الكلية. يلاحظ من الجدول أعلاه أن اغلب المبحوثين من افراد العينة كانوا من فئة الموظفين حيث بلغ عددهم 50 فرد بنسبة مئوية 33.3%، فيما بلغ عدد الطلاب 41 بنسبة مئوية 27.3%، كذلك فقد بلغ عدد المهنيين 30 بنسبة مئوية 20%، والعمال 23 بنسبة مئوية 15.3%، والذين ينتمون لفئات أخرى غير المذكورة في الجدول أعلاه 6 افراد بنسبة مئوية 4%، ولعل ذلك يدل على أن معظم فئات المجتمع بمسمياتهم المختلفة يتعاملون مع وسائل التواصل الاجتماعي ويشاهدون الفيديوهات منها. يلاحظ من الجدول أعلاه أن اغلب المبحوثين من افراد العينة كانوا ممن يقضون 4 ساعات فأكثر في مشاهدة الفيديوهات على الانترنت حيث بلغ عددهم 100 فرد بنسبة مئوية 66.7%. يلاحظ الباحثان مما سبق ان هذه المدة الزمنية كبيرة اذا ما تم مقارنتها بعدد الساعات المخصصة لقضاء الحاجات اليومية ويمكن ان يستنتج الباحثان بأن فيديويوهات الإنترنت لها تأثير كبير على ثقافة الشباب مما يجعل المشاهد لها يقضي وقتاً طويلاً أمام شاشة الحاسوب أو شاشة الهاتف المحمول.





المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

القسم الثاني : فرضيات الدراسة :-

أ. التوزيع التكراري والنسبة المئوية لعبارات المحاور:

الجدول (4)

المحور الأول : فيديوهات الانترنت التي اشاهدها هي : (يمكن اختيار اكثر من اجابة)

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	التكرار	الفديوهات
1.2	3.9	128	الفيس بوك
1	4.1	77	اليوتيوب
1.2	3.8	14	التويتر
1.1	4	4	المدونات
1.1	4	29	الانستجرام
1.0	3.4	99	الواتساب
1.1	2.1	24	اسناب شات

- بلغت قيمة المتوسط لأفراد عينة الدراسة للعبارة الأولى (3.9) بانحراف معياري (1.2) وهذه القيمة تدل على أن معظم أفراد العينة موافقون على العبارة الأولى.

- بلغت قيمة المتوسط لأفراد عينة الدراسة للعبارة الثانية (4.1) بانحراف معياري (1) وهذه القيمة تدل على أن معظم أفراد العينة موافقون على العبارة الثانية.

- بلغت قيمة المتوسط لأفراد عينة الدراسة للعبارة الثالثة (3.8) بانحراف معياري (1.2) وهذه القيمة تدل على أن معظم أفراد العينة موافقون على العبارة الثالثة.

- بلغت قيمة المتوسط لأفراد عينة الدراسة للعبارة الرابعة (4) بانحراف معياري (1.1) وهذه القيمة تدل على أن معظم أفراد العينة موافقون على العبارة الرابعة.

- بلغت قيمة المتوسط لأفراد عينة الدراسة للعبارة الخامسة (4) بانحراف معياري (1.1) وهذه القيمة تدل على أن معظم أفراد العينة موافقون على العبارة الخامسة.



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

- بلغت قيمة المتوسط لأفراد عينة الدراسة للعبارة الخامسة (4.3) بانحراف معياري(1.0) وهذه القيمة تدل على أن معظم أفراد العينة موافقون على العبارة الخامسة.

- بلغت قيمة المتوسط لأفراد عينة الدراسة للعبارة السادسة (2.1) بانحراف معياري(1.1) وهذه القيمة تدل على أن معظم أفراد العينة غير موافقون على السادسة.

يلاحظ الباحثان فيديوهات الفيس بوك هي الأعلى مقارنة بالمواقع التواصل الأخرى ولعل ذلك يعود الي تعدد تقنيات وخدمات موقع الفيس بوك وتوفير فرص التواصل والحوار والتفاعل بمختلف الأشكال عبر موقع الفيس بوك، وسهولة استخدام الفيس بوك مما يجعل الاقبال عليه متزايد.. ويأتي الواتساب في المرتبة الثانية ويعود ذلك لسهولة الاستخدام والتعامل مع الفيس بوك والواتساب وانهما الأكثر انتشاراً.

الجدول (5)

المحور الثاني: ما هدفك من مشاهدة فيديوهات الانترنت (يمكن اختيار اكثر من اجابة)

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التكرار	الهدف
1	4.1	132	اكتساب المعلومات
1.1	4	35	التفاعل مع ما ينشر علي المواقع
1	4.1	19	عملية النشر والمشاركة
1	4.1	62	التعرف علي اصدقاء جدد
1.1	4	67	التعرف علي الاحداث
1	3.2	120	متابعة كل كل ما هو جديد في العالم

- بلغت قيمة المتوسط لأفراد عينة الدراسة للعبارة الأولى (4.1) بانحراف معياري(1) وهذه القيمة تدل على أن معظم أفراد العينة موافقون على العبارة الأولى.

- بلغت قيمة المتوسط لأفراد عينة الدراسة للعبارة الثانية (4) بانحراف معياري(1.1) وهذه القيمة تدل على أن معظم أفراد العينة موافقون على العبارة الثانية.



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

- بلغت قيمة المتوسط لأفراد عينة الدراسة للعبارة الثالثة (4.1) بانحراف معياري (1) وهذه القيمة تدل على أن معظم أفراد العينة موافقون على العبارة الثالثة.
  - بلغت قيمة المتوسط لأفراد عينة الدراسة للعبارة الرابعة (4.1) بانحراف معياري (1) وهذه القيمة تدل على أن معظم أفراد العينة موافقون على العبارة الرابعة.
  - بلغت قيمة المتوسط لأفراد عينة الدراسة للعبارة الخامسة (4) بانحراف معياري (1.1) وهذه القيمة تدل على أن معظم أفراد العينة موافقون على العبارة الخامسة.
  - بلغت قيمة المتوسط لأفراد عينة الدراسة للعبارة السادسة (3.2) بانحراف معياري (1) وهذه القيمة تدل على أن معظم أفراد العينة محايدون على العبارة السادسة .
- يلاحظ الباحثان من خلال الجدول (5) ان اعلى نسبة من الأهداف كانت لاكتساب المعلومات والتعرف على الأحداث ويليها التعرف على أصدقاء جدد، لذلك فان فيديوهات الانترنت قد صنعت عالماً افتراضياً لمختلف فئات المجتمع وهذا العالم يعد فضاء للتفاعل والحوار والنقاش وتبادل الأفكار وربما يمكن ان يكون فضاء لحل المشاكل وتمضية وقت الفراغ. كما يعود ذلك الي اتجاه معظم فئات المجتمع للبحث عن المعلومات ومتابعة الأحداث للمواكبة.

الجدول (6)

المحور الثالث : ما هي اكثر الموضوعات مشاهدة لدي الشباب

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	لا أوافق بشدة		لا أوافق		محايد		أوافق		أوافق بشدة		العبارات
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
.98	4.2	4.5	5	15.5	17	1	7	24.5	27	49.1	54	الدينية
98.	4.2	2.7	3	8.2	9	1.2	15	26.4	29	49.1	54	السياسية
95	4.1	4.5	5	16.4	18	1.1	13	20	22	47.3	52	الاجتماعية
1.	4.1	3.6	4	10.9	12	1.1	13	25.5	28	48.2	53	الرياضية
.98	4.1	4.5	5	9.1	10	1.0	13	27.3	30	47.3	52	الترفيهية

من خلال بيانات الجدول (2/2/1) يتضح الآتي:



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

- أن غالبية أفراد العينة يوافقون بشدة على العبارة الأولى حيث بلغت نسبتهم (49.1)%، بينما الموافقون فبلغت نسبتهم (24.5)%، بينما المحايدون فقد بلغت نسبتهم (6.4)%، إما أفراد العينة الذين لا يوافقون فبلغت نسبتهم (15.5)%، إما أفراد العينة الذين لا يوافقون بشدة فبلغت نسبتهم (4.5)%.
- أن غالبية أفراد العينة يوافقون بشدة على العبارة الثانية حيث بلغت نسبتهم (49.1)%، بينما الموافقون بلغت نسبتهم (26.4)% إما أفراد العينة المحايدون فقد بلغت نسبتهم (13.6)%، بينما الذين لا يوافقون فبلغت نسبتهم (8.2)%، إما أفراد العينة الذين لا يوافقون بشدة فبلغت نسبتهم (2.7)%.
- أن غالبية أفراد العينة يوافقون بشدة على العبارة الثالثة حيث بلغت نسبتهم (47.3)%، بينما الموافقون من أفراد العينة بلغت نسبتهم (20)%، إما أفراد العينة الذين لا يوافقون فقد بلغت نسبتهم (16.4)%، أما المحايدون فقد بلغت نسبتهم (11.8)%، إما أفراد العينة الذين لا يوافقون بشدة فبلغت نسبتهم (4.5)%.
- أن غالبية أفراد العينة يوافقون بشدة على العبارة الرابعة حيث بلغت نسبتهم (48.2)%، بينما الموافقون بلغت نسبتهم (25.5)%، إما أفراد العينة المحايدون فقد بلغت نسبتهم (11.8)%، بينما الذين لا يوافقون بلغت نسبتهم (10.9)%، إما أفراد العينة الذين لا يوافقون بشدة فبلغت نسبتهم (3.6)%.
- أن غالبية أفراد العينة يوافقون بشدة على العبارة الخامسة حيث بلغت نسبتهم (47.3)%، بينما الموافقون بلغت نسبتهم (27.3)%، إما أفراد العينة المحايدون فبلغت نسبتهم (11.8)%، بينما الذين لا يوافقون فقد بلغت نسبتهم (9.1)%، إما أفراد العينة الذين لا يوافقون بشدة فبلغت نسبتهم (4.5)%.
- يلاحظ الباحثان من الجدول ان الموضوعات متقاربة ولكن الدينية والسياسية هي الأكثر مشاهدة ولعل ذلك يعود لإرتفاع نسبة الوعي بين الشباب ومواكبة الأحداث التي تمر بها البلاد بلغت قيمة المتوسط لأفراد عينة الدراسة للعبارة الأولى (4.2) بانحراف



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

معياري(98). وهذه القيمة تدل على أن معظم أفراد العينة موافقون بشدة على العبارة الأولى.

- بلغت قيمة المتوسط لأفراد عينة الدراسة للعبارة الثانية (4.2) بانحراف معياري(98). وهذه القيمة تدل على أن معظم أفراد العينة موافقون بشدة على العبارة الثانية.
- بلغت قيمة المتوسط لأفراد عينة الدراسة للعبارة الثالثة (4.1) بانحراف معياري(95). وهذه القيمة تدل على أن معظم أفراد العينة موافقون على العبارة الثالثة.
- بلغت قيمة المتوسط لأفراد عينة الدراسة للعبارة الرابعة (4.1) بانحراف معياري(1). وهذه القيمة تدل على أن معظم أفراد العينة موافقون على العبارة الرابعة.
- بلغت قيمة المتوسط لأفراد عينة الدراسة للعبارة الخامسة (4.1) بانحراف معياري(95). وهذه القيمة تدل على أن معظم أفراد العينة موافقون على العبارة الخامسة.
- بلغت قيمة المتوسط لأفراد عينة الدراسة للعبارة السادسة (4.1) بانحراف معياري(94). وهذه القيمة تدل على أن معظم أفراد العينة موافقون على العبارة السادسة.

#### 4- عناصر نجاح فيديوهات الانترنت :

##### الجدول(7)

##### المحور الرابع عناصر نجاح فيديوهات الانترنت

العناصر	التكرار
جودة الأساليب في معالجة القضايا	125
نشر الفيديو بأكثر من طريقة	73
ترتيب و وضع الخطط المطلوب تحقيقها	65

يلاحظ الباحثان اكثر عناصر نجاح فيديوهات الانترنت هو جودة الأسلوب يعود ذلك الي ثقافة صانعي محتوى الفيديو واستخدام الأساليب الأكثر تأثيراً على المجتمع ثم تعدد وسائل نشر الفيديوهات وتحديد الأولويات



الجدول (8)

المحور الخامس (التوزيع التكراري والنسبة المئوية )

المتوسط الحسابي	لا أوافق بشدة		لا أوافق		محايد		أوافق		أوافق بشدة		العبارات
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	4	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
4	3.7	3	8.2	7	4	10	33.6	41	49.1	49	تغير سلوك الشباب
4	2.7	3	6.4	7	4.2	10	37.3	41	44.5	54	طمس لغة الشباب
4.2	0.9	1	10	11	4	15	27.3	30	48.2	53	تغير القيم و العادات
4	0.8	1	10	10	4.2	13	26.2	28	46.2	51	قتل طموح الشباب
4.2	2.7	3	6.4	7	5	10	37.3	41	44.5	54	تأثيرت معرفية
5	2.5	3	6.2	11		16	37.3	29	44.5	51	تأثيرات اجتماعية

من خلال الجدول (8) يتضح الآتي:

- أن غالبية أفراد العينة يوافقون بشدة على العبارة الأولى حيث بلغت نسبتهم (49.1)% بينما الموافقون بلغت نسبتهم (33.6)%، أما أفراد العينة المحايدون فقد بلغت نسبتهم (5.5)%، إما أفراد العينة الذين لا يوافقون فقد بلغت نسبتهم (8.2)%، بينما أفراد العينة الذين لا يوافقون بشدة فقد بلغت نسبتهم (3.6)%.
- أن غالبية أفراد العينة يوافقون بشدة على العبارة الثانية حيث بلغت نسبتهم (44.5)%، بينما الموافقون فبلغت نسبتهم (37.3)%، إما أفراد العينة المحايدون فقد بلغت نسبتهم (9.1)%، بينما الذين لا يوافقون فبلغت نسبتهم (6.4)%، إما أفراد العينة الذين لا يوافقون بشدة فقد بلغت نسبتهم (2.7)%.
- أن غالبية أفراد العينة يوافقون بشدة على العبارة الثالثة حيث بلغت نسبتهم (48.2)%، بينما الموافقون بلغت نسبتهم (27.3)%، إما أفراد العينة المحايدون فقد بلغت نسبتهم (13.6)%، بينما أفراد العينة الذين لا يوافقون فقد بلغت نسبتهم (10)%، إما أفراد العينة الذين لا يوافقون بشدة فقد بلغت نسبتهم (0.9)%.



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

– أن غالبية أفراد العينة يوافقون بشدة على العبارة الرابعة حيث بلغت نسبتهم (46.2) %، بينما الموافقون فبلغت نسبتهم (26.2) %، إما أفراد العينة المحايدون (12.3) % والذين لا يوافقون فقد بلغت نسبتهم (10) %، بينما أفراد العينة الذين لا يوافقون بشدة فبلغت نسبتهم (0.8) %.

– أن غالبية أفراد العينة يوافقون بشدة على العبارة الخامسة حيث بلغت نسبتهم (44.5) %، بينما الموافقون فقد بلغت نسبتهم (37.3) % إما أفراد العينة المحايدون فقد بلغت نسبتهم (9.1) %، أما الذين لا يوافقون فبلغت نسبتهم (6.4) %، إما أفراد العينة الذين لا يوافقون بشدة فقد بلغت نسبتهم (2.7) %.

– أن غالبية أفراد العينة يوافقون بشدة على العبارة السادسة حيث بلغت نسبتهم (44) %، بينما الموافقون فقد بلغت نسبتهم (37) % إما أفراد العينة المحايدون فقد بلغت نسبتهم (9.0) %، أما الذين لا يوافقون فبلغت نسبتهم (6.2) %، إما أفراد العينة الذين لا يوافقون بشدة فقد بلغت نسبتهم (2.5) %.

المحور السادس: ما للتأثيرات الإيجابية لفيدوهات الانترنت :

جدول (9)

المحور السادس (التوزيع التكراري والنسبة المئوية )

العبارة	أوافق بشدة		أوافق		محايد		أوافق		أوافق بشدة		المتوسط الحسابي
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
الاسهام في علاج السلبيات التي اتعرض لها	50.1	56	9.2	10	6.3	7	41.2	48	46.4	51	5
الاحساس بالمسؤولية	46.4	51	10	11	14.5	16	26.4	29	48.2	53	4
التحفيز علي الابتكار	48.2	53	10	11	13.6	15	27.3	30	51.8	57	4.1
بث روح التفاؤل والامل	51.8	57	11.8	13	12.3	13	42.6	26	44.5	49	4
الترويج عن النفس والتقليل من ضغوط العمل	44.5	49	6.4	7	9.1	10	37.3	41	51.8	52	4.2
اكتساب ثقافات جديدة	51.8	52	6.2	13	11.8	13	23.6	26	46.4	51	4.9

– أن غالبية أفراد العينة يوافقون بشدة على العبارة الأولى حيث بلغت نسبتهم (50.1) %، بينما الموافقون بلغت نسبتهم (41.2) %، أما أفراد العينة المحايدون فقد بلغت نسبتهم



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية

Arab Journal for Humanities and Social Sciences

(6.3) %، إما أفراد العينة الذين لا يوافقون فقد بلغت نسبتهم (9.2) %، بينما أفراد العينة

الذين لا يوافقون بشدة فقد بلغت نسبتهم (4.9) %.

– أن غالبية أفراد العينة يوافقون بشدة على العبارة الثانية حيث بلغت نسبتهم (46.4) %،

بينما الموافقون فبلغت نسبتهم (26.4) %، إما أفراد العينة المحايدون فقد بلغت

نسبتهم (14.5) %، بينما الذين لا يوافقون فبلغت نسبتهم (10) %، إما أفراد العينة الذين

لا يوافقون بشدة فقد بلغت نسبتهم (2.7) %.

– أن غالبية أفراد العينة يوافقون بشدة على العبارة الثالثة حيث بلغت نسبتهم (51.8) %،

بينما الموافقون بلغت نسبتهم (42.6) %، إما أفراد العينة المحايدون فقد بلغت نسبتهم

(13.6) %، بينما أفراد العينة الذين لا يوافقون فقد بلغت نسبتهم (11.8) %، إما أفراد

العينة الذين لا يوافقون بشدة فقد بلغت نسبتهم (1.9) %.

– أن غالبية أفراد العينة يوافقون بشدة على العبارة الرابعة حيث بلغت نسبتهم (51.8) %،

بينما الموافقون فبلغت نسبتهم (42.6) %، إما أفراد العينة المحايدون (12.3) % والذين

لا يوافقون فقد بلغت نسبتهم (11.8) %، بينما أفراد العينة الذين لا يوافقون بشدة فبلغت

نسبتهم (1.9) %.

– أن غالبية أفراد العينة يوافقون بشدة على العبارة الخامسة حيث بلغت نسبتهم (44.5) %،

بينما الموافقون فقد بلغت نسبتهم (37.3) % إما أفراد العينة المحايدون فقد بلغت

نسبتهم (9.1) %، أما الذين لا يوافقون فبلغت نسبتهم (6.4) %، إما أفراد العينة الذين لا

يوافقون بشدة فقد بلغت نسبتهم (2.7) %.

– أن غالبية أفراد العينة يوافقون بشدة على العبارة السادسة حيث بلغت نسبتهم (51.8) %،

بينما الموافقون فقد بلغت نسبتهم (23.6) % إما أفراد العينة المحايدون فقد بلغت

نسبتهم (11.9) %، أما الذين لا يوافقون فبلغت نسبتهم (6.2) %، إما أفراد العينة الذين

لا يوافقون بشدة فقد بلغت نسبتهم (0.9) %.

المحور السابع: أهمية عنصر الجذب في فيديوهات الانترنت تتمثل في :





المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

جدول (10)

المحور السابع) التوزيع التكراري والنسبة المئوية (

العبارة	أوافق بشدة		أوافق		محايد		أوافق		أوافق بشدة		المتوسط الحسابي
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
فيديوهات الانترنت عامل اساسي في تركيز قيم المجتمع	48.2	52	38.2	37	3.6	6	1.8	4	8.2	9	4
كلما كن فيديو الانترنت ممتعا كلما زاد عدد المشاهدة	46.4	51	26.4	29	14.5	16	2.7	3	10	11	4
يصمم الفيديو باسلوب علمي و مهني	48.2	53	27.3	30	13.6	15	0.9	1	10	11	4.2
مخاطبة رغبات و حاجات الشباب	51.8	57	23.6	26	11.8	13	0.9	1	11.8	13	4
تأثيرات معرفية	44.5	49	37.3	41	9.1	10	2.7	3	6.4	7	4.2
يحفز علي المتابعة	27.8	27	23.6	26	12.7	13	1.9	2	12.3	13	5

من الجدول 10 اتضح الآتي:

- أن غالبية أفراد العينة يوافقون بشدة على العبارة الأولى حيث بلغت نسبتهم (48.2)%، بينما الموافقون بلغت نسبتهم (38.2)%، إما أفراد العينة الذين لا يوافقون فقد بلغت نسبتهم (3.6)%، بينما أفراد العينة المحايدون فبلغت نسبتهم (8.2)%، بينما الذين لا يوافقون بشدة بلغت نسبتهم (1.8)%.
- أن غالبية أفراد العينة يوافقون بشدة على العبارة الثانية حيث بلغت نسبتهم (46.4)%، بينما الموافقون بلغت نسبتهم (29.1)%، إما أفراد العينة المحايدون فقد بلغت نسبتهم (14.5)%، بينما الذين لا يوافقون فبلغت نسبتهم (10)% بينما الذين لا يوافقون بشدة بلغت نسبتهم (2.7)%.
- أن غالبية أفراد العينة يوافقون بشدة على العبارة الثالثة حيث بلغت نسبتهم (48.2)%، بينما الموافقون بلغت نسبتهم (27.3)%، إما أفراد العينة المحايدون فقد بلغت نسبتهم (13.6)%، بينما الذين لا يوافقون فبلغت نسبتهم (10)% و الذين لا يوافقون بشدة بلغت نسبتهم (0.9)%.



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

- أن غالبية أفراد العينة يوافقون بشدة العبارة الرابعة حيث بلغت نسبتهم (51.8) %، إما أفراد العينة الموافون فقد بلغت نسبتهم (26.6) % أما المحايدون فبلغت نسبتهم (13) %، بينما الذين لا يوافقون فبلغت نسبتهم (11.8) % و الذين لا يوافقون بشدة بلغت نسبتهم (0.9) %.
- أن غالبية أفراد العينة يوافقون بشدة على العبارة الخامسة حيث بلغت نسبتهم (44.5) %، بينما الموافون بلغت نسبتهم (37.3) %، إما أفراد العينة المحايدون فقد بلغت نسبتهم (9.1) %، بينما أفراد العينة الذين لا يوافقون فبلغت نسبتهم (6.4) % و الذين لا يوافقون بشدة بلغت نسبتهم (2.7) %.
- أن غالبية أفراد العينة يوافقون بشدة على العبارة السادسة حيث بلغت نسبتهم (27.8) %، بينما الموافون بلغت نسبتهم (23.6) %، إما أفراد العينة المحايدون فقد بلغت نسبتهم (12.7) %، بينما أفراد العينة الذين لا يوافقون فبلغت نسبتهم (12.3) % و الذين لا يوافقون بشدة بلغت نسبتهم (1.9) %.

رابعاً: اختبار الفرضيات:

أ. اختبار الفرضية الأولى:

تنص الفرضية الأولى من فرضيات الدراسة على الآتي: "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أهداف الشباب من مشاهدة فيديوهات الإنترنت و تغير سلوكهم".  
هدف وضع هذه الفرضية إلى بيان أثر فيديوهات الانترنت و مشاهدات الشباب لها ، وللتحقق من صحة هذه الفرضية سيتم استخدام أسلوب الإنحدار الخطي البسيط في بناء النموذج حيث أن تصميم وتخطيط مشاهدة الشباب كمتغير مستقل ( $X_1$ )، مشاهدة فيديوهات الانترنت ( $y$ ) كمتغير تابع وذلك كما في الجدول الآتي:



نتائج تحليل الإنحدار الخطي البسيط على عبارات الفرضية الأولى

التفسير	الاحتمالية	القيمة	أختبار (F)	معاملات الإنحدار	
	(Sig)				
معنوية	0.000	8.136	1.626	$\hat{\beta}_0$	
معنوية	0.000	13.009	0.626	$\hat{\beta}_1$	
			0.781	معامل الارتباط (R)	
			0.610	معامل التحديد ( $R^2$ )	
			169.229	إختبار (F)	
				النموذج معنوي	
					$Y = 1.626 + 0.626 X1$

ويمكن تفسير نتائج الجدول أعلاه كالآتي:

1. أظهرت نتائج التقدير وجود ارتباط طردي قوي بين أهداف الشباب كمتغير مستقل، و فيديوهات الانترنت كمتغير تابع حيث بلغت قيم معامل الارتباط البسيط (0.781).
  2. بلغت قيمة معامل التحديد (0.610)، وهذه القيمة تدل على أن الشباب و فيديوهات الانترنت كمتغير مستقل يؤثر بـ(61%) علي تغير سلوك الشباب (المتغير التابع).
  3. نموذج الإنحدار البسيط معنوي حيث بلغت قيمة إختبار (F) (169.229) وهي دالة عن مستوى دلالة (0.000).
  4. 1.626 : متوسط الشباب عند مشاهدة فيديوهات الانترنت تساوي صفرًا.
  5. 0.626: وتعني زيادة الشباب لمشاهدة فيديوهات الانترنت وحدة واحدة يزيد من فيديوهات الانترنت بـ61%.
- مما تقدم نستنتج أن فرضية الدراسة الأولى والتي نصت على أن: " توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أهداف الشباب من مشاهدة فيديوهات الإنترنت و تغير سلوكهم" قد تحققت.

ب. اختبار الفرضية الثانية:

تنص الفرضية الثانية من فرضيات الدراسة على الآتي:



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

" توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين عنصر الجذب في فيديوهات الإنترنت و سلوك الشباب". "

هدف وضع هذه الفرضية إلى بيان عنصر الجذب المناسبة للشباب علي مشاهدة فيديوهات الانترنت ، ولتحقق من صحة هذه الفرضية سيتم استخدام أسلوب الإنحدار الخطي البسيط في بناء النموذج حيث أن اختيار الوسيلة الجاذبة للشباب كمتغير مستقل ( $X_2$ )، تغير قيم ( $Y$ ) كمتغير تابع وذلك كما في الجدول الآتي:

الجدول (12)

نتائج تحليل الإنحدار الخطي البسيط على عبارات الفرضية الثانية

معاملات الإنحدار	أختبار ( $F$ )	القيمة الاحتمالية (Sig)	التفسير
$\hat{\beta}_0$	4.406	0.000	معنوية
$\hat{\beta}_1$	16.814	0.000	معنوية
معامل الارتباط ( $R$ )	0.851		
معامل التحديد ( $R^2$ )	0.724		
إختبار ( $F$ )	282.711		النموذج معنوي

$Y = 0.876 + 0.791 X_2$

ويمكن تفسير نتائج الجدول أعلاه كالآتي: أظهرت نتائج التقدير وجود ارتباط طردي قوي بين اختيار الوسيلة المناسبة للجذب المباشر كمتغير مستقل، و تعزيز عنصر الجذب لفيدويوهات الانترنت كمتغير تابع حيث بلغت قيم معامل الارتباط البسيط (0.851). بلغت قيمة معامل التحديد (0.724)، وهذه القيمة تدل على أن اختيار الوسيلة المناسبة للشباب كمتغير مستقل يؤثر بـ (72%) على تعزيز الجذب لفيدويوهات الانترنت (المتغير التابع). نموذج الإنحدار البسيط معنوي حيث بلغت قيمة إختبار ( $F$ ) (282.711) وهي دالة عن مستوى دلالة (0.000).

0.876 : متوسط الشباب عندما يكون اختيار الوسيلة المناسبة للجذب لفيدويوهات الانترنت المباشر يساوي صفراً.



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

0.791: وتعني زيادة اختيار الوسيلة المناسبة للجذب المباشر وحدة واحدة يزيد من تعزيز المشاهدة لفيديوهات الانترنت وتغير السلوك والقيم بـ72%.

مما تقدم نستنتج أن فرضية الدراسة الثانية والتي نصت على أن: " " توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين عنصر الجذب في فيديوهات الإنترنت و سلوك الشباب". " قد تحققت.

ج. اختبار الفرضية الثالثة:

تنص الفرضية الثالثة من فرضيات الدراسة على الآتي:

" توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين فيديوهات الإنترنت و تغير ثقافة الشباب". "

هدف وضع هذه الفرضية إلى بيان أثر فيديوهات الانترنت علي ثقافة الشباب، وللتحقق من صحة هذه الفرضية سيتم استخدام أسلوب الإنحدار الخطي البسيط في بناء النموذج حيث أن فيديوهات الانترنت كمتغير مستقل ( $X_3$ )، و قيم و تقاليد المجتمع ( $Y$ ) كمتغير تابع وذلك كما في الجدول الآتي:

الجدول (13)

نتائج تحليل الإنحدار الخطي البسيط على عبارات الفرضية الثالثة

التفسير	القيمة الاحتمالية (Sig)	أختبار (F)	معاملات الإنحدار	
معنوية	0.044	2.042	0.409	$\hat{\beta}_0$
معنوية	0.000	19.003	0.891	$\hat{\beta}_1$
			0.877	معامل الارتباط (R)
			0.770	معامل التحديد ( $R^2$ )
		النموذج معنوي	361.117	إختبار (F)

$Y = 0.409 + 0.891X_3$

ويمكن تفسير نتائج الجدول أعلاه كالآتي: أظهرت نتائج التقدير وجود ارتباط طردي قوي بين فيديوهات الانترنت كمتغير مستقل، ثقافة وقيم المجتمع كمتغير تابع حيث بلغت قيم معامل الارتباط البسيط (0.877). بلغت قيمة معامل التحديد (0.770)، وهذه القيمة تدل على أن فيديوهات الانترنت كمتغير مستقل يؤثر بـ(77%) على ثقافة وقيم الشباب (المتغير



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية

Arab Journal for Humanities and Social Sciences

التابع). نموذج الإنحدار البسيط معنوي حيث بلغت قيمة إختبار (F) (361.117) وهي دالة عن مستوى دلالة (0.000).

0.409 : متوسط فيديوهاات الانترنت عندما يشاهدها الشباب مباشر يساوي صفراً.

0.891: وتعني زيادة تغير قيم المجتمع وحدة واحدة يزيد من المشاهدة بـ77%.

مما تقدم نستنتج أن فرضية الدراسة الثالثة والتي نصت على أن: " " توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين فيديوهاات الإنترنت و تغير ثقافة الشباب." " قد تحققت.

## الخاتمة

### أولاً: النتائج:

بعد عرض الاطار النظري وإجراء الدراسة الميدانية توصلت الدراسة الي النتائج الآتية:

1. أظهرت نتائج الدراسة ان الفترة التي يقضيها الشاب في مشاهدة فيديوهاات الانترنت من 4 ساعات فاكثر وكانت اغلبها في الفيس بوك ثم والواتساب و يليه اليوتيوب ثم الإنستغرام ثم الاسناب شات ثم التويتر واخيراً المدونات.
2. أوضحت الدراسة ان هدف الشباب من مشاهدة فيديوهاات الانترنت كانت نتيجة اكتساب المعلومات ثم متابعة كل ما هو جديد في العالم ثم التعرف على الأحداث واخيراً ألتعرف على أصدقاء جدد.
3. بينت الدراسة إن اكثر الموضوعات مشاهدة لدى الشباب هي الموضوعات السياسية والدينية بالتساوي ثم الرياضية و يليها الفيديوهاات الاجتماعية والترفيهية.
4. أثبتت الدراسة أن أكثر عناصر نجاح فيديوهاات الإنترنت هو عنصر جودة الأساليب في معالجة القضايا و يليه نشر الفيديو بأكثر من طريقة ثم ترتيب و وضع الخطط المطلوب تحقيقها.
5. أثرت فيديوهاات الإنترنت بشكل سلبي على الشباب وذلك بسبب طمس لغة الشباب وقتل طموحهم وتغيير القيم والعادات والتأثير السلبي على المعرفة .



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

6. بينت الدراسة ان هنالك بعض التأثيرات الإيجابية لفيدوهات الإنترنت متمثلة في التحفيز والابتكار بالإضافة الي الترويح عن النفس والتقليل عن ضغوط العمل واكتساب ثقافات جديدة .

7. يعتبر عنصر الجذب في فيديوهات الانترنت عامل أساسي في التحفيز فكلما كن فيديو الانترنت ممتعا كلما زاد عدد المشاهدة والتحفيز على المشاهدة.

8. أثبتت الدراسة ان هنالك علاقة طردية بين اهداف الشباب من مشاهدة فيديوهات الانترنت و فيديوهات الإنترنت

9. وجد أن هنالك علاقة طردية بين اختيار الوسيلة المناسبة للجذب المباشر و تعزيز عنصر الجذب لفيدوهات الإنترنت

10. أظهرت الدراسة وجود علاقة طردية بين فيديوهات الإنترنت وتغيير ثقافة وقيم الشباب

**ثانياً: التوصيات:**

بناءً على النتائج التي تم التوصل اليها يوصي الباحث بالآتي:

1. العمل على تقليل الفترة التي يقضيها الشباب في مشاهدة فيديوهات الإنترنت حتي لاتكن إدمان وتضر الصحة والعمل والتعليم وإضاعة الوقت وتؤدي الي التوحد .

2. على الشباب الاهتمام أكثر بمشاهدة الفيديوهات التي تزيد من تطورهم والتغيير الإيجابي في المجتمع .

3. توجيه موضوعات فيديوهات الانترنت إلى دعم الدولة وحل مشاكلها.

4. تحسين الأداء في الفيديوهات حتى لا تؤثر سلبا على المجتمع وتؤدي الي طمس هويته

5. العمل على زيادة التأثيرات الإيجابية لفيدوهات الإنترنت لمعالج كل مشاكل المجتمع.

6. على الدولية الاهتمام بالشباب والعمل حتي تزيد نسبة معالجة قضاياهم من خلال فيديوهات الانترنت .

7. ضرورة تعزيز قيم وثقافة المجتمع من خلال فيديوهات الإنترنت



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

ثالثاً: مقترحات بحوث مستقبلية:

1. فيديوهات الإنترنت وأثرها على التحصيل الدراسي لدى طلاب مرحلة الثانوية.
2. فيديوهات الإنترنت وأثرها على التفكير المستقبلي لدى الشباب.
3. فيديوهات الإنترنت وأثرها على انتماء الشباب المتغربين لبلادهم.

المصادر والمراجع:

1. موسى ، عبد الفتاح تركي،(2016م)، أثر المواقع الالكترونية على الثقافة الدينية دراسة ميدانية على عينة من طلاب جامعة جنوب الوادي، الإسكندرية: جامعة عين شمس ، كلية الآداب، مجلة حوليات آداب عين شمس، المجلد44، العدد2، ص ص 279-340.
2. المشهداني، ايمان عبد الرحمن،(2020م)، دور القنوات الفضائية العراقية في تنمية الثقافة الرياضية لدى الشباب الجامعي ، بغداد: جامعة بغداد ، كلية الاعلام، مجلة كلية الاعلام، المجلد6، العدد20، ص ص 199 -212.
3. محمد، عليا الحسين،(2017م) الثقافة السياسية بين الرفض والتكيف لدى الشباب السوداني: دراسة سوسيوانثروبولوجية ميدانيةالإسكندرية: جامعة عين شمس ، كلية الآداب، مجلة حوليات آداب عين شمس، المجلد45، العدد1، ص ص 159 - 223.
4. عشير، مريم يوسف،(2018م)، دور الإعلام التفاعلي في تدعيم الثقافة السياسية لدى الطالب الجزائري - دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف - الجزائر: جامعة البليدة، مجلة الحكمة للدراسات الاعلامية والإتصالية، المجلد 7، العدد 1، ص ص 80-96 .
5. عباس ، فريدة صغير،(2018م)، صراع القيم بين الثقافة المحلية و الثقافة الافتراضية ظل الفضاء السياسي ،(الجزائر: جامعة الجزائر3 جامعة بشار كلية علوم الاعلام والاتصال، مجلة البدر، المجلد11، العدد 10، ص ص 1420-1431.





المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

6. والي ، محمد فوزي،(2020م)، تصميم برنامج تعلم مصغر نقال قائمة على الفيديو التفاعلي المتزامن وغير المتزامن، بنها: جامعة بنها، المجلة التربوية، العدد8، ص8.
7. يحيوي، ابراهيم عمر،(2019م)، تأثير تكنولوجيا الاعلام والاتصال على العملية التعليمية في الجزائر، عمان: دار اليازوري للنشر والتوزيع، ص 189.
8. المالكي، سلمان سالم،(2015م)، أثر استخدام الفيديو التفاعلي في تنمية مهارة الاستيعاب السمعي، الرياض: جامعة الباحه، رسالة ماجستير غير منشورة، ص 14.
9. دبله، عبد العالي،(2015م)، ثقافة الشباب بين التطير المعرفي والواقع الاجتماعي،(الجزائر: جامعة الشهيد حمة لخضر - الوادي، مجلة الدراسات و البحوث الاجتماعية، العدد11، ص 125.
10. عبد الرؤوف، سامي،(2000م)، الإنترنت في العالم العربي: دراسة ميدانية على عينة من الشباب العربي، القاهرة: المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، عدد 4، ص35.
11. سالم، ساري، خضر، زكريا،(2004م)، مشكلات اجتماعية راهنة، العولمة وإنتاج مشكلات جديدة، دمشق: الأهالي للطبع والنشر والتوزيع، ص196.
12. جرار، ليلي أحمد،(2011م)، المشاركة بموقع الفيس بوك وعلاقته باتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو العلاقات الأسرية. عمان: جامعة الشرق الأوسط، كلية الأعلام، رسالة ماجستير غير منشورة، ص14
13. أمين، رضا عبد الواحد أمين،(2009م)، استخدامات الشباب الجامعي لموقع " يوتيوب " على شبكة الإنترنت، المنامة: منشورات جامعة البحرين ورقة بحثية قدمت إلى المؤتمر الأول " الإعلام الجديد : تكنولوجيا جديدة ... لعالم جديد" في الفترة ما بين 7 - 9 أبريل، ص ص 511 - 536 .
14. المقدادي، خالد غسان،(2014م)، ثورة الشبكات الاجتماعية- ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها، عمان: دار النفائس للنشر والتوزيع، ص35.
15. الجعبري، باسم،(2009م)، الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، عمان: الرواد للنشر والتوزيع، ص121.
16. حسن، أشرف جلال،(2009م)، أثر شبكات العلاقات الاجتماعية والتفاعلية بالإنترنت ورسائل الفضائيات على العلاقات الاجتماعية والاتصالية للأسرة المصرية و القطرية : دراسة تشخيصية مقارنة على الشباب وأولياء الأمور في ضوء مدخل الإعلام البديل ، القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام ، مؤتمر مقدمة إلى أعمال "الأسرة والإعلام وتحديات العصر"، والذي عقد في الفترة ما بين 15-17 فبراير .



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

17. الجبالي ، حمزة ، (2016م)، التعليم الالكتروني مدخل الي حوسبة التعليم ، عمان: دار الاسرة، ص 12
18. قراد، راضية، لدمية، عابدي ،(2020م)، التعليم الالكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي: بين التربية العالمية والتحصيل الدراسي. القاهرة: جامعة بني سويف ، اتحاد الجامعات العربية مجلة التعليم عن بعد والتعليم المفتوح، ، المجلد 8 ، العدد 14، ص 175.
19. مراد، عودة سليمان، محاسنة، عمر موسى،(2016م)، درجة استخدام الطالبة الجامعية لشبكات التواصل الاجتماعية في العملية التعليمية وصعوبات استخدامها، مجلة دراسات العلوم التربوية ، المجلد43، العدد4، ص1404.
20. جبريل، ثريا وآخرون،(2002م) الخدمة الاجتماعية في مجال الأسرة والطفولة، حلوان: مركز بيع الكتاب الجامعي ، ص ص43-44.
21. الحمصي، رولا،(2008م) إدمان الإنترنت عند الشباب وعلاقته بمهارات الاتصالات الاجتماعية دراسة ميدانية على عينة من طلاب جامعة دمشق، دمشق: جامعة دمشق، رسالة ماجستير غير منشورة، ص22.
22. أشرف جلال حسن. (2009). أثر شبكات العلاقات الاجتماعية والتفاعلية بالإنترنت ورسائل الفضائيات على العلاقات الاجتماعية والاتصالية للأسرة المصرية و القطرية : دراسة تشخيصية مقارنة على الشباب وأولياء الأمور في ضوء مدخل الإعلام البديل ، القاهرة: جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، مؤتمر "الأسرة والإعلام وتحديات العصر"، والذي عقد في الفترة ما بين 17-15 فبراير ، ص20.