

الأشباعات المتحققة للشباب الجامعي من ألعاب الأونلاين
عبر موقع اليوتيوب
(دراسة تطبيقية على طلبة الجامعات الأردنية)

**The Gratifications Achieved for University Students
from Online Games via YouTube
(An Applied Study on Jordanian University Students)**

إعداد

أحمد عبد الكريم علي السامرائي

إشراف

الدكتور أحمد عريقات

قدمت هذه الرسالة إكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام

قسم الصحافة والإعلام

كلية الإعلام

جامعة الشرق الأوسط

حزيران، 2020

تفويض

أنا أحمد عبدالكريم علي السامرائي؛ أفوض جامعة الشرق الأوسط بتزويد المكتبات والمنظمات

أو الهيئات والمؤسسات المعنية بالأبحاث العلمية نسخا من رسالتي ورقيا وإلكترونيا عند طلبها.

الاسم: أحمد عبدالكريم علي السامرائي.

التاريخ: 2020 / 07 / 08.



التوقيع:


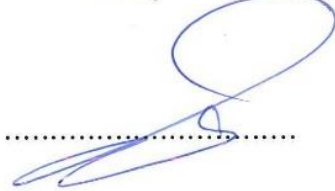

قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة وعنوانها : (الأشباع المتحققة للشباب الجامعي من ألعاب الأونلاين عبر موقع اليوتيوب "دراسة تطبيقية على طلبة الجامعات الأردنية").

وأجيزت بتاريخ: ٢٠٢٠/٦/١٨.

للباحث: أحمد عبدالكريم السامرائي

أعضاء لجنة المناقشة:

الاسم	الصفة	جهة العمل	التوقيع
د.أحمد علي عريقات	مشرفاً	جامعة الشرق الأوسط	
د.حنان كامل الشيخ	عضواً ورئيساً	جامعة الشرق الأوسط	
أ.د.حارث عبود عباس	عضو - من خارج الجامعة	الجامعة العربية المفتوحة	

شكر وتقدير

بسم الله الرحمن الرحيم

قال تعالى: وَلَقَدْ آتَيْنَا دَاوُودَ وَسُلَيْمَانَ عِلْمًا وَقَالَا الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي فَضَّلَنَا عَلَى كَثِيرٍ مِّنْ عِبَادِهِ الْمُؤْمِنِينَ

((النمل، الآية 15))

أشكر الله -تعالى- وأحمده، فهو المنعم والمتفضل قبل كل شيء، أحمدته وأشكره أن حقق لي ما أصبو إليه في استكمال هذه الرسالة، فهو القادر على كل شيء، فله الحمد كما يليق بجلال وجهه وعظيم سلطانه.

وأشكر من مدني بقوته وعزمه ومحبته ومثلي الأعلى والذي لولاه لما وصلت إلى ما وصلت اليه والدي الدكتور عبدالكريم السامرائي، وأشكر أُمي الغالية المحبة -جنة الله في الأرض- والشمعة التي أنارت دربي.

وأتوجه بالشكر والعرفان لأستاذي الفاضل الدكتور أحمد عريقات الذي تفضل بالإشراف على هذه الرسالة، وأسهمت ملحوظاته القيّمة والعلمية في نضج هذا الجهد المبارك، والبقاء متابعاً لي منذ المراحل الأولى، وعلى ما منحني من وقته ومحبته، فله الفضل بعد الله في إتمام هذه الرسالة العلمية.

وكل الشكر لجميع أعضاء الهيئة التدريسية في كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط على رأسها عميدها الأستاذ الدكتور عزت حجاب، والشكر الجزيل للنور الذي يضيء الكلية وصاحب القلب الطيب الدكتور كامل خورشيد.

كما أشكر الأستاذ الدكتور تيسر ابو عرجة والدكتور عبدالكريم الديبسي، والدكتور محمد صاحب سلطان، والدكتور عبدالرزاق الدليمي، والدكتورة منال المزاهرة، والدكتور ابراهيم الخصاونة، لتدريسهم لي في مرحلة البكالوريوس ووقوفهم معي.

ثم شكري وامتناني للذين وقفوا معي في هذه الفترة وأسهموا في مساعدتي، وأخص بالذكر صديقي وزميلي عبدالله العرامين صاحب القلب الطيب والنقي، وزملائي محمد القضاة وقيس النكريتي وعبدالرحمن شنان وزميلنا العزيز فيصل القعايدة.

والشكر الجزيل للمعلم الأول، وأول من أثار عقلي ووجه دربي الأستاذ العزيز أبراهيم الكردي.

أحمد السامرائي

الإهداء

- إلى من كان سببا بعد الله في وجودي و حمل همي صغيرا و علمني فتى يافعا ، وأرشدني وزع في داخلي الإصرار والعزيمة و الصبر والمثابرة لطريق النجاح أمد الله في عمره واكسبني بره... .

والدي العزيز

- إلى من كان دعاؤها سر نجاحي وحنانها وعطفها بلسم جراحي وقد نذرت بعمرها في أداء رسالة صنعتها من أوراق الصبر وضررها في ظلام الدهر رسالة تعلم العطاء كي يكون الوفاء... .

أمي الغالية

- إلى من اشتاقت لهم أرواحنا وهم تحت الثرى

أخي المرحوم معاذ

- إلى من نشأت معهم، غمرني حُبهم، وكانوا عنوان بهجتي وأفراحي... .

أخواني وأخواتي

- إلى صديقي ورفيق دربي وأخي وعزيزي... .

سيف الحياتي

- إلى من أرى التفاؤل بعيونهم، والسعادة معهم، والسرور بحضورهم، واشتاق لغيابهم... .

أصدقائي الطيبون

محبكم ..

أحمد السامرائي

فهرس المحتويات

أ.....	العنوان
ب.....	تفويض
ج.....	قرار لجنة المناقشة
د.....	شكر وتقدير
ه.....	الإهداء
و.....	فهرس المحتويات
ح.....	قائمة الجداول
ي.....	قائمة الملحقات
ك.....	الملخص باللغة العربية
ل.....	الملخص باللغة الإنجليزية

الفصل الأول: خلفية عن الدراسة وأهميتها

2.....	المقدمة
3.....	مشكلة الدراسة
4.....	أهمية الدراسة
5.....	أسئلة الدراسة
6.....	فرضيات الدراسة
6.....	أهداف الدراسة
7.....	حدود الدراسة
8.....	مصطلحات الدراسة

الفصل الثاني: الأدب النظري والدراسات السابقة

10.....	أولاً: الأدب النظري
27.....	ثانياً: الدراسات السابقة
36.....	التعليق على الدراسات السابقة

الفصل الثالث: منهجية الدراسة (الطريقة والاجراءات)

39.....	منهج الدراسة
39.....	مجتمع الدراسة
40.....	عينة الدراسة

41	أداة الدراسة
42	صدق الأداة.....
42	ثبات الأداة.....
43	متغيرات الدراسة.....
43	الاساليب الاحصائية المستخدمة في تحليل البيانات
44	إجراءات الدراسة.....

الفصل الرابع: نتائج الدراسة

46	نتائج الدراسة.....
----	--------------------

الفصل الخامس: مناقشة النتائج والتوصيات

67	مناقشة النتائج.....
78	التوصيات.....

قائمة المراجع والمصادر

79	أولا: المراجع العربية.....
82	ثانيا: المراجع الاجنبية.....
83	ثالثا: المراجع الإلكترونية.....
84	الملحقات.....

قائمة الجداول

رقم الفصل - رقم الجدول	محتوى الجدول	الصفحة
1 - 3	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الخصائص الديموغرافية	40
2 - 3	معاملات كرونباخ ألفا لاختبار ثبات أداة الدراسة	42
3 - 3	المعيار الأحصائي لتفسير المتوسطات الحسابية لمتغيرات الدراسة	43
4 - 4	انماط وعادات استخدام الطلبة لموقع يوتيوب نتيجة متابعتهم لألعاب الأونلاين	46
5 - 4	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للحاجات المعرفية التي أشبعها يوتيوب للشباب الجامعي نتيجة متابعتهم لألعاب الأونلاين	48
6 - 4	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للحاجات العاطفية والوجدانية التي أشبعها يوتيوب للشباب الجامعي نتيجة متابعتهم لألعاب الأونلاين	50
7 - 4	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لحاجات التكامل الشخصي التي أشبعها يوتيوب للشباب الجامعي نتيجة متابعتهم لألعاب الأونلاين	51
8 - 4	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لحاجات التكامل الاجتماعي التي أشبعها يوتيوب للشباب الجامعي نتيجة متابعتهم لألعاب الأونلاين	53
9 - 4	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للحاجات التي أشبعتها مشاهدة مواقع يوتيوب للشباب الجامعي نتيجة متابعتهم لألعاب الأونلاين	54
10 - 4	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأشباعات المحتوى المتحققة لدى الشباب الجامعي نتيجة متابعتهم ألعاب الأونلاين في يوتيوب	55
11 - 4	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأشباعات العملية المتحققة لدى الشباب الجامعي نتيجة متابعتهم ألعاب الأونلاين في يوتيوب	56
12 - 4	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للإشباعات المتحققة من مشاهدة مواقع يوتيوب للشباب الجامعي في متابعتهم لألعاب الأونلاين	57
13 - 4	اختبار T للعينات المستقلة لتأثير متغير الجامعة على الحاجات التي أشبعتها مشاهدة مواقع يوتيوب للشباب الجامعي في متابعتهم لألعاب الأونلاين	58
14 - 4	اختبار T للعينات المستقلة لتأثير متغير النوع الاجتماعي على الحاجات التي أشبعتها مشاهدة مواقع يوتيوب للشباب الجامعي في متابعتهم لألعاب الأونلاين	59
15 - 4	اختبار T للعينات المستقلة لتأثير متغير التخصص الأكاديمي على الحاجات التي أشبعتها مشاهدة مواقع يوتيوب للشباب الجامعي في متابعتهم لألعاب الأونلاين	60

الصفحة	محتوى الجدول	رقم الفصل - رقم الجدول
61	اختبار تحليل التباين الأحادي One Way ANOVA لتأثير متغير السنة الدراسية على الحاجات التي أشبعتها مشاهدة مواقع يوتيوب للشباب الجامعي في متابعتهم لألعاب الأونلاين.	4 - 16
63	اختبار T للعينات المستقلة لتأثير متغير الجامعة على الإشباعات المتحققة من مشاهدة الشباب الجامعي لمحتوى اليوتيوب في متابعتهم لألعاب الأونلاين	4 - 17
63	اختبار T للعينات المستقلة لتأثير متغير النوع الاجتماعي على الإشباعات المتحققة من مشاهدة الشباب الجامعي لمحتوى اليوتيوب في متابعتهم لألعاب الأونلاين	4 - 18
64	اختبار T للعينات المستقلة لتأثير متغير التخصص الأكاديمي على الإشباعات المتحققة من مشاهدة الشباب الجامعي لمحتوى اليوتيوب في متابعتهم لألعاب الأونلاين	4 - 19
65	اختبار تحليل التباين الأحادي One Way ANOVA لتأثير متغير السنة الدراسية على الإشباعات المتحققة من مشاهدة الشباب الجامعي لمحتوى اليوتيوب في متابعتهم لألعاب الأونلاين	4 - 20

قائمة الملحقات

الصفحة	المحتوى	الرقم
85	قائمة بأسماء المحكمين	1
86	أستبانة الدراسة	2

الأشباعات المتحققة للشباب الجامعي من ألعاب الأونلاين عبر موقع اليوتيوب (دراسة تطبيقية على طلبة الجامعات الأردنية)

إعداد: أحمد عبدالكريم السامرائي

إشراف: الدكتور أحمد علي عريقات

الملخص

هدفت الدراسة إلى معرفة ماهي الأشباعات المتحققة للشباب الجامعي من ألعاب الأونلاين عبر موقع اليوتيوب (دراسة تطبيقية على طلبة الجامعات الأردنية)، وكذلك التعرف على أنماطهم وعاداتهم في حين تعرضهم لمحتوى الألعاب في يوتيوب، ومعرفة الحاجات الأكثر أشباعاً خلال متابعتهم لمقاطع العاب الاونلاين، واستخدمت الدراسة نظرية الاستخدامات والاشباعات كأساس نظري.

واعتمدت الدراسة على منهج المسح الوصفي، التي تستهدف إلى وصف الموضوع المراد دراسته والبحث فيه وصفا علميا دقيقا من خلال استطلاع عينة من جامعتي الاردنية والشرق الأوسط بلغ قوامها (220) طالبا (110) طالب لكل جامعة بطريقة العينة العشوائية المتاحة.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج عديدة منها: بلغت نسبة الذين أجابو بأنهم يشاهدون محتوى "العاب الاونلاين" في يوتيوب 43.2% من أصل 220 طالب، ومدة تعرضهم لأقل من ساعة بلغت 51.6% ومن ساعة إلى ساعتين 38.9%، وكذلك أن حاجات التكامل الشخصي كانت أكثر الحاجات أشباعاً عند الشباب الجامعي.

وأظهرت الدراسة أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية في استجابات الطلبة فيما يتعلق بالحاجات المعرفية والعاطفية وحاجات التكامل الشخصي والاجتماعي تبعا للمتغير الديموغرافي (النوع الاجتماعي) لصالح الذكور، وكذلك وجدت فروقاً ذات دلالة احصائية فيما يتعلق باشباعات المحتوى واشباعات العملية ايضا تبعا للمتغير الديموغرافي (النوع الاجتماعي) لصالح الذكور.

الكلمات المفتاحية: الشباب الجامعي، نظرية الاستخدامات والإشباعات، يوتيوب، ألعاب الأونلاين.

The Gratifications Achieved for University Students from Online Games via YouTube (An Applied Study on Jordanian University Students)

Prepared by: Ahmad Abdulkareem Alsamrraie

Supervised by: Dr. Ahmad Ali Oreqat

Abstract

The study aimed to know what are the gratifications achieved for university students from online games via YouTube (an applied study on Jordanian university students), also to identify their patterns and habits while exposing them to the content of games in YouTube, and to know the most popular needs during their follow up to online games clips, and the study used theory Uses and gratifications as a theoretical basis.

The study relied on the descriptive survey method, which aims to describe the subject to be studied and research in an accurate scientific description through reconnaissance a sample from my universities of Jordan and the Middle East, whose number reached (220) students (110) students for each university in a random sample available.

The study reached several results, including: The percentage of those who answered that they watch the content of "online games" in YouTube reached 43.2% of 220 student, and the duration of their exposure for less than an hour amounted to 51.6% and from one to two hours 38.9%, and also that the needs of personal integration were the most needed satisfied with university youth.

The study showed that there are statistically significant differences in the responses of students with regard to cognitive and emotional needs and the needs of personal and social integration according to the demographic variable (gender) in favor of males, and also found statistically significant differences with respect to content and process satisfaction also according to the demographic variable (gender) In favor of males.

Keywords: University Youth, Theory of Uses and Gratifications, YouTube, Online Games.

الفصل الأول
خلفية عن الدراسة وأهميتها

الفصل الأول

خلفية عن الدراسة وأهميتها

المقدمة

في عصر حققت فيه الإنترنت والتكنولوجيا تقدماً كبيراً، أنتشرت الألعاب التي تُلعب على شبكة الإنترنت بشكل ملحوظ في العقد الأخير، وصاحب هذا الانتشار ظهور منصات مخصصة للألعاب تسمح بمشاركة بث مباشر لمن يقوم بلعب هذه الألعاب، مثل تويتش Twitch وميكسر Mixer، وقد يصنف البعض هذه الألعاب بأنها أداة اتصال بحد ذاتها.

وصاحب هذا الانتشار لألعاب الاونلاين أقبال هائل لمختلف الفئات العمرية وخاصة الشباب، سواء كان ذلك لمجرد قضاء الوقت أم للترفيه، وسمح الإنترنت في دمج محتوى هذه الألعاب مع مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة يوتيوب، حيث يقوم اللاعب بتحميل فيديو له على يوتيوب وهو يقوم بممارسة اللعب، ويطلق على الشخص الذي يقوم بصنع محتوى خاص بلعبة معينة أو العاب مختلفة على قناته ب"صانع المحتوى"، وترجم من الإنجليزية "Content Creator".

وتعددت الاسباب لهذا الاقبال الكبير للمستخدمين والمشاهدين لهذه الألعاب منها التطور الهائل في الجرافيكس وطريقة اللعب، ايضاً التحديث المتجدد الذي يتم فيه إضافة عناصر تشويق للعبة وذلك لجعل الشخص لا يمل من المحتوى وبالتأكيد وهو الاهم إمكانية مشاركة اللعب مع الاخرين، وهو ما جعلها ممتعة أكثر حيث أصبح الاقبال الاكبر على ألعاب "الباتل رويال" وهي مأخوذة ايضاً من الانجليزية. "Battle Royale" وهي تجمع مايقارب 100 لاعب من جميع أنحاء العالم في لعبة واحدة.

ويمكن أن توفر الألعاب شكلاً مرحاً واجتماعياً من وسائل الترفيه في كثير من الأحيان تشجيع العمل الجماعي والتعاون عند اللعب مع الآخرين تماماً مثل الألعاب غير المتصلة بالإنترنت، يمكن أن يكون لها فوائد تعليمية، وتكون كذلك تستخدم، على سبيل المثال، لتطوير المهارات والفهم.

(Chilednet International, 2018)

وعليه ستعمل هذه الدراسة على تسليط الضوء على المتلقين لهذه الألعاب من خلال متابعتهم لفيدويوهات هذه الألعاب في يوتيوب داخل إطار نظرية الاستخدامات والاشباع، كون هذا الأقبال على متابعة هذه النوعية من الفيديوهات حديث في الوطن العربي وبحاجة إلى تقديم شرح وتفسير له.

مشكلة الدراسة

يتعرض الجمهور دائماً، في كل مكان وزمان، إلى وسائل اتصال مختلفة ومتنوعة ليشكل من خلالها دائرة معارفه ومعلوماته العامة بعد التوسع الكبير الذي طرأ على وسائل الأتصال في العقود الأخيرة.

وتعد وسائل التواصل الاجتماعي أحد أبرز الوسائل التي باتت جزءاً أساسياً في حياة الإنسان والتي مكنت الأفراد في الحصول على كامل الحرية في انتقاء ما يشاؤون بغية إشباع رغباتهم عكس الوسائل التقليدية التي في غالب الأحيان تملي على الفرد ما يجب أن يستهلك، فقد أستقطبت هذه الوسائل من الملايين من المستخدمين والمتصفحين حتى أصبحوا مدمنين على تطبيقاتها والمضامين التي تقدمها.

فموقع اليوتيوب مثلا هو أحد أكثر المواقع أستهلاكاً من قبل المستخدمين والذي يقوم بنشر الفيديوهات وتحميلها أو مشاهدة أي منها بكتابة اسم الفيديو في المكان المحدد والبحث عليه، بل حتى بإمكانك التعليق عليه ومشاركته.

وأعطى يوتيوب الحرية للمستخدم في مشاركة ما يشاء من محتوى وأستغله أصحاب المواهب في نشر الموهبة التي يتميز بها عبر نشر فيديوهات لهم وهم يمارسون لطقوسهم المفضلة، ولذلك نجد التنوع والأختلاف في المحتويات التي تجدها على هذه الشبكة.

ويشكل الشباب الجزء الأكبر من المستخدمين لهذه الشبكة حيث أستحوذت على أهتمامهم ووقتهم، حيث يجد الشاب ما يهيمه وما يخدم تطلعاته وحاجاته، ومن هنا جاءت إشكالية الدراسة التي تحاول الإجابة عن التساؤل الآتي: ماهي الأشباعات المتحققة للشباب الجامعي من ألعاب الأونلاين عبر موقع اليوتيوب.

أهمية الدراسة

تأتي أهمية الدراسة من الآتي:

أولاً: الدور الذي أحدثته هذه المقاطع المنتشرة بجمهور الطلبة قد أصبح محل أهتمام الباحثين في مختلف المجالات.

ثانياً: معرفة الجوانب المختلفة في متابعة هذا الجمهور لهذا النوع من الفيديوهات وايضا والاشباعات المتحققة من ذلك.

ثالثاً: تقديم نتائج تساعد الجهات ذات العلاقة بالشباب الجامعي في فهم العلاقة بين الشباب مع موقع يوتيوب، كالجامعات ووزارة الشباب والرياضة.

رابعاً: دراسة مثل هذه الظاهرة وتأثيرها على الحاجات الخاصة بالفرد تجعلنا نفهمها أكثر مما

يساعدنا في التخفيف من حدتها والخروج بتوصيات مناسبة لها.

أسئلة الدراسة

تسعى هذه الدراسة للأجابة على السؤال الرئيسي الآتي:

ما هي الأشباعات المتحققة للشباب الجامعي من ألعاب الأونلاين عبر موقع اليوتيوب (دراسة تطبيقية على طلبة الجامعات الأردنية)؟ ويتفرع عنه الاسئلة التالية:

السؤال الفرعي الأول: ما انماط وعادات استخدام الطلبة لموقع يوتيوب نتيجة متابعتهم لألعاب الأونلاين؟

السؤال الفرعي الثاني: ما الحاجات المعرفية التي أشبعها يوتيوب للشباب الجامعي نتيجة متابعتهم لألعاب الأونلاين؟

السؤال الفرعي الثالث: ما الحاجات العاطفية والوجدانية التي أشبعها يوتيوب للشباب الجامعي نتيجة متابعتهم لألعاب الأونلاين؟

السؤال الفرعي الرابع: ما حاجات التكامل الشخصي التي أشبعها يوتيوب للشباب الجامعي نتيجة متابعتهم لألعاب الأونلاين؟

السؤال الفرعي الخامس: ما حاجات التكامل الاجتماعي التي أشبعها يوتيوب للشباب الجامعي نتيجة متابعتهم لألعاب الأونلاين؟

السؤال الفرعي السادس: ما اشباعات المحتوى المتحققة لدى الشباب الجامعي نتيجة متابعتهم ألعاب الأونلاين في يوتيوب؟

السؤال الفرعي السابع: ما أشباعات العملية المتحققة لدى الشباب الجامعي نتيجة متابعتهم ألعاب الأونلاين في يوتيوب؟

فرضيات الدراسة

الفرضية الأولى: هل توجد فروق ذات دالة إحصائية في الحاجات التي أشبعها مشاهدة العاب الأونلاين في يوتيوب من قبل الشباب الجامعي تعزى للمتغيرات الاجتماعية (تبعاً للجامعة، النوع الاجتماعي، التخصص الأكاديمي، السنة الدراسية) عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$).

الفرضية الثانية: هل توجد فروق ذات دالة إحصائية في الإشباع المتحققة من مشاهدة العاب الأونلاين في يوتيوب من قبل الشباب الجامعي تعزى للمتغيرات الاجتماعية (تبعاً للجامعة، النوع الاجتماعي، التخصص الأكاديمي، السنة الدراسية) عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$).

أهداف الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

أولاً: التعرف على انماط وعادات استخدام الطلبة لموقع يوتيوب نتيجة متابعتهم لألعاب الأونلاين.

ثانياً: التعرف على الحاجات المعرفية التي أشبعها يوتيوب للشباب الجامعي نتيجة متابعتهم لألعاب الأونلاين

ثالثاً: التعرف على الحاجات العاطفية والوجدانية التي أشبعها يوتيوب للشباب الجامعي نتيجة متابعتهم لألعاب الأونلاين.

رابعاً: التعرف على حاجات التكامل الشخصي التي أشبعها يوتيوب للشباب الجامعي نتيجة متابعتهم لألعاب الأونلاين.

خامساً: التعرف على حاجات التكامل الاجتماعي التي أشبعها يوتيوب للشباب الجامعي نتيجة متابعتهم لألعاب الأونلاين.

سادساً: التعرف على اشباعات المحتوى المتحققة لدى الشباب الجامعي نتيجة متابعتهم ألعاب الأونلاين في يوتيوب.

سابعاً: التعرف على اشباعات العملية المتحققة لدى الشباب الجامعي نتيجة متابعتهم ألعاب الأونلاين في يوتيوب.

ثامناً: كشف الفروق ذات الدلالة الاحصائية للحاجات التي أشبعتها مشاهدة العاب الأونلاين في يوتيوب من قبل الشباب الجامعي تعزى للمتغيرات الاجتماعية (تبعاً للجامعة، النوع الاجتماعي، التخصص الأكاديمي، السنة الدراسية) عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$).

تاسعاً: كشف الفروق ذات الدلالة الاحصائية للإشباعات المتحققة من مشاهدة العاب الأونلاين في يوتيوب من قبل الشباب الجامعي تعزى للمتغيرات الاجتماعية (تبعاً للجامعة، النوع الاجتماعي، التخصص الأكاديمي، السنة الدراسية) عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$).

حدود الدراسة

الحد المكاني:

تمثل الحد المكاني لهذه الدراسة بجامعة الشرق الأوسط والجامعة الأردنية.

الحد الزمني:

حدد الباحث الفترة الزمنية لأجراء المسح الميداني في الفترة المتمثلة بشهري شباط وآذار 2020.

مصطلحات الدراسة

الإشباع

الإشباع المتحققة من خلال تخفيف الاحساس بالتوتر، والدفاع عن الذات، وتنعكس في

برامج التسلية والترفيه والإثارة (مكاوي والسيد، 1998، ص249)

الشباب الجامعي

هي الفترة التي تكون بعد التخرج من الثانوية ويتراوح عمر الفرد من 18 إلى 25 عاما وهي

تكون الفترة التي تحدد مستقبل الشخص وتخصصه الذي يرغب فيه وتتسم بالقوة والنشاط ولقدرة

على الابداع ويتقبل بها الفرد الافكار الجديدة.

ألعاب الاونلاين

هي ألعاب متعددة اللاعبين عبر شبكة الإنترنت، وتختلف هذه الألعاب عن الألعاب العادية

بأنها تحتوي على التقنيات القادرة على أستضافة مئات الآلاف من اللاعبين في نفس اللعبة، في

عالم واحد مستمر. (Chan and Danforth, 2006, p90)

اليوتيوب (youtube)

هي شبكة اجتماعية لتبادل الفيديو المرئي حول العالم. تم إنشاء الخدمة من قبل تشاد هيرلي،

وستيف تشن، وجاويد كريم في فبراير 2005، ثم اشترت جوجل google الموقع في نوفمبر

2006، ويعمل الآن كواحدة من الشركات التابعة ل جوجل google، ويقوم المستخدمون حول

العالم بإنشاء ونشر ومشاركة وعرض مقاطع الفيديو التي تم إنشاؤها أصلاً عبر يوتيوب

،YouTube، ويمكن نشر مقاطع الفيديو للاستخدام الشخصي والمهني. (YouTube, 2019)

الفصل الثاني
الأدب النظري والدراسات السابقة

الفصل الثاني

الادب النظري والدراسات السابقة

أولاً: الأدب النظري

اعتمد الباحث في دراسته على نظرية الاستخدامات والاشباع، وهي بالأساس النظرية المعنية بجمهور الوسيلة الاعلامية التي تلبي رغبات وحاجات الجمهور الكامنة في داخله، وكون هذه الدراسة دراسة مسحية وان هنالك جمهور معني من الدراسة، وفيما يلي عرض مفصل لهذه النظرية:

نظرية الاستخدامات والاشباع

ظهرت هذه النظرية لأول مرة في كتاب استخدام وسائل الاتصال الجماهيري المؤلفيه الياهو كاتز وجي بلومر (1974) (Elihu katz and Jay Blumler) وكانت الفكرة الأساسية للكتاب تدور حول تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام ومحتواها من جانب، ودوافع الفرد من التعرض إليها من جانب آخر. (مراد، 2014، ص138)

بعض الباحثين يطلقون على هذه النظرية نموذج، والبعض الاخر مدخل، ويطلق عليها آخرون منظور، وكانت تعني هذه النظرية في منطلقها من وجهة نظر كاتز وبلومر (كافي، 2014، ص214-215)

1- الأصول الاجتماعية والسيكولوجية.

2- الاحتياجات التي يتولد عنها.

3- توقعات.

4- وسائل الاعلام وأية مصادر أخرى تؤدي إلى انماط مختلفة من التعرض لوسائل الاعلام

ينتج عنها:

(1) اشباع للاحتياجات.

(2) نتائج اخرى في الغالب غير مقصودة.

استمرت الجهود العلمية في بحوث الاعلام وخاصة هذا النطاق حتى وصلت إلى مرحلة من النضوج والتبلور داخل مجال الاعلام بحيث أصبحت نظرية لها فرضياتها وأهداف ليصبح لها تأثير كبير في الابحاث العلمية لسنوات متواصلة، بل ماتزال هذه النظرية في تطور مع الوقت وظهور الإنترنت كون هذه الدراسة كانت تطبق على الراديو والتلفزيون في ذلك الوقت، بل حتى مع ظهور مواقع التواصل الاجتماعي لازالت هذه النظرية في تطور مستمر، وهذا الامر الذي جعل لهذه النظرية نظرة نقدية ايضا.

جوهر النظرية

إن نظرية الاستخدامات والإشباع هي عبارة عن محاولة النظر إلى العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور بشكل مختلف، حيث ترى أن الجمهور يستخدم المواد الإعلامية لإشباع رغبات معينة لديه حيث أن وسائل الإعلام هي التي تحدد للجمهور نوع الرسائل الإعلامية التي يتلقاها، بل إن استخدام الجمهور لتلك الوسائل لإشباع رغباته يتحكم بدرجة كبيرة في مضمون الرسائل الإعلامية التي تعرضها وسائل الإعلام. (نوي، 2012، ص22-23) أي الجمهور هو عضو نشط وباحث عن المضمون الذي يكون له محل أشباع، وحينما يكون هذا المضمون قادر على تلبية احتياجات الافراد زاد أختيارهم ومتابعتهم له.

"وتعتمد هذه النظرية على أن الإعلام سوق مفتوحة ينهل الإنسان منها ما شاء بحسب حاجاته الشخصية ووقته وإمكاناته المادية، وبالتالي فإن التعرض هنا للإعلام اختياري، في ظل سوق مفتوحة للأفكار منطلقاً من فلسفة مادية بحتة" (الدليمي، 2016، ص136-137).

"وهذه النظرية أكدت على وظيفة التسلية والترفيه كوظيفة من وظائف وسائل الإعلام في دورتها المتكررة لعرض أشكال المحتوى" (عبدالحميد، 2004، ص 275)، وذلك لأن جمهور وسائل الإعلام يتعرض للمحتوى للخروج من ضغوط الضبط الاجتماعي.

وكما يرى محمد عبد الحميد فإن أحد المظاهر الأساسية لجمهور المتلقين أنه لا يعتبر مجرد متلق يتعرض ويتأثر بعد ذلك بالرسالة، لكنه طرف فاعل ونشط في هذه العملية، لذلك فهو يقوم بدور بمجرد اشتراكه فيها كمظهر للذات الاجتماعية، وكطرف في هذه العملية يسهم في حركتها واستمرارها. ومن هنا يأتي الدور النقدي الذي يقوم به كل عضو من أعضاء الجمهور فيما يتعلق بعناصر العملية كلها. والدور النقدي هو الذي يؤثر في استمرار عملية التعرض، أو الانسحاب منها بناءً على الممارسة التي يقوم بها العضو كطرف في العملية الإعلامية. فمن خلال تأثير الحاجات والدوافع والأطر المرجعية يبدأ الفرد بصفته قارئاً أو مشاهداً أو مستمعاً في تقويم ما يحصل عليه من معلومات وتقويم مصدر هذه المعلومات حتى يطمئن إلى تأمين حاجاته من التعرض متأثراً في ذلك بالعوامل الوسيطة في عملية التعرض (عبد الحميد، 1997، ص123).

فرضيات النظرية

يمكن أن تترجم هذه النظرية بالفرضيات التالية: (بصلي وحمد، 2017، ص340)

1. يعتبر المتعرض لوسائل الإعلام ككائن اجتماعي فاعل، ينتقي (يختار) ضمن عدد من رسائل الاتصال الجماهيري التي سوف تشبع حاجاته وأهداف أعضائه.

2. في عملية الاتصال الجماهيري، تعود مبادرة ربط اختيار الوسيلة بإشباع حاجة خاصة إلى الأعضاء المتلقين.

3. تقوم وسائل الإعلام إلى جانب مصادر خارجية -اللعبة والزيارات ولقاءات الجماعات الأولية والمجاملات الاجتماعية - بإشباع حاجات الأفراد. بذلك لا تعتبر إلا واحدة من الموارد الضرورية (ضمن عدد آخر) لإنتاج الرابطة الاجتماعي.

4. يقوم الإعلام بتحقيق ثلاثة تأثيرات من خلال اعتماد الناس عليه، وهي: (حجازي، 2018، ص87)

(1) التأثيرات المعرفية (خبرات المتلقين).

(2) التأثيرات العاطفية، التفاعل الاجتماعي الأسرة، الجيران، ...، العاطفة، الهروب، النمو التربوي.

(3) التأثيرات السلوكية (الأم، الانتماء، الحلم، الاعتراف، احترام الذات).

باعتبارها معايير ثقافية، يتم التعرف عليها من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الإعلام وليس من خلال مضمونها.

5. يكون الجمهور على علم بالفائدة التي تعود عليه وبدوافعه واهتماماته فهو يستطيع أن يمد الباحثين بصورة فعلية باستخدامه لوسائل الإعلام المعرفة أكثر عن خصائص الأنموذج.

ولخص لينل جون ثلاث فروضيات أساسية تنطلق منها هذه النظرية وهي: (المزاهرة، 2011، ص186)

(1) أن جمهور وسائل الإعلام يسعى إلى إشباع حاجة معينة من خلال تعرضه للرسائل التي تقدمها الوسيلة الإعلامية.

(2) أن جمهور الوسيلة الإعلامية هو جمهور مسؤول عن اختيار ما يناسبه من وسائل الإعلام التي تحقق حاجاته ورغباته فهو يعرف هذه الحاجات والرغبات ويحاول إشباعها من خلال استخدام الوسائل الإعلامية المتعددة.

(3) أن وسائل الإعلام تتنافس مع مصادر أخرى لإشباع حاجات الجماهير.

أهداف النظرية

تسعى نظرية الاستخدامات والإشباع إلى تحقيق ثلاث أهداف رئيسية هي: (كافي، 2014، ص215-216)

الهدف الأول: التعرف على كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستخدم الوسيلة التي تسبغ حاجاته وأهدافه.

الهدف الثاني: توضيح دوافع استخدام وسيلة بعينها من وسائل الإعلام، والتفاعل مع نتيجة هذا الاستخدام.

الهدف الثالث: فهو التركيز على ان فهم الاتصال الجماهيري يأتي نتيجة لأستخدام وسائل الاتصال الجماهيري.

ويرى الطرابيشي بأن النظرية تسعى إلى تحقيق الأهداف التالية: (الطرابيشي، 2006، ص242)

(1) تفسير وتحليل كيفية استخدامات الجمهور لوسائل الإعلام المختلفة لإشباع حاجاتهم وتوقعاتهم.

(2) التعرف على دوافع وأنماط تعرض الجمهور لوسائل الإعلام.

وتصنف الدوافع على محورين أساسيين: (القليبي، 1998، 57)

دوافع طوقسية: وتعني التعرض للوسيلة بهدف تمضية الوقت والاسترخاء، والهروب من

الروتين اليومي، والألفة مع الوسيلة، والصدقة، والتواصل الاجتماعي.

دوافع نفعية: وتعني التعرض لوسيلة معينة بهدف إشباع الحاجات من المعلومات

والمعرفة والخبرات والتعرف إلى الذات ومراقبة البيئة المحيطة لتحقيق منفعة شخصية.

3) معرفة حقيقة الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام المختلفة من خلال قياس النتائج المترتبة على التعرض لتلك الوسائل.

نشأة أجهزة ألعاب الفيديو

يعود تاريخ صناعة الأجهزة الخاصة بألعاب الفيديو إلى عام 1950 حينما أنتج مصنع (روجرز ماجستيك) الكندي جهاز كمبيوتر مدمج هو أقرب إلى كونه جهاز لعبة إلكترونية أطلق عليها أسم دماغ بيرتي وكان المقصود منه أقناع الناس بقدرات الكمبيوتر آنذاك.

وفي عام 1951 انتجت شركة (فيرانتي) الهندسية البريطانية جهاز لعبة إلكترونية باسم (نيمود) وقد أنجزت الشركة هذا المشروع بهدف اقناع الجمهور بإمكانات الكمبيوتر أيضا. (The Crate World, 2019)

في عام 1952 صنع البروفسور البريطاني ألكسندر س. دوغلاس جهاز لعبة إلكترونية أطلق عليه أسم (أو أكس أو OXO)، وبرمجة اللعبة تأتي كجزء من أطروحة علمية لجامعة كامبريدج تتعلق بموضوع التفاعل بين الإنسان والحاسوب وفي عام 1958 تهم الفيزيائي الأمريكي (وليم عنيوتام جهارا خاصا بلعبة فيديو رياضية تحاكي لعبة كرة المضرب اسمها (تنس فور تو Tennis for Two) قام بتطويرها مختبر أبروكهافي الوطني.

إلى هنا نجد ان بواكير اجهزة ألعاب الفيديو كانت اقرب إلى مشاريع الأبحاث العلمية وقد بقي الحال على ما هو عليه حتى عام 1971 الذي نشهد صناعة المهرة (ألعاب آرکید Arcade Gates) المعدة خصيصا لتسلية الجماهير، وهي آلات متوسطة الحجم تحتوي الواحدة منها على شاشة تلفزيونية وازرار ومقبض للتحكم، تعمل عند وضع نقود معدنية في فتحات خاصة بها، وغالبا ما توضع هذه الآلات في المراكز التجارية العامة مثل المطاعم والمقاهي ومدن الألعاب وكان

العصر الذهبي لأجهزة (الأركيد) يمتد من أواخر السبعينات إلى منتصف التسعينات من القرن الماضي، وبقيت مشهورة نسبياً حتى أواخر التسعينات. (الكعي، 2017، ص8)

بعد ظهور الأوركيد جاءت شركات مصنعة لتنافسها حيث قامت بإنتاج أجهزة ألعاب منزلية متمثلة بالجيل الأول من جهاز ماغنافوكس أوديسي ثم بعد ذلك بجهاز أتاري في عام 1977 ويسمى هذا النوع من الأجهزة بالكونسول (console) ويظهر المخطط الآتي التسلسل في أجهزة ألعاب الفيديو المنزلية: (Newmen, 2019)

- 1977: جهاز أتاري: هو نظام ألعاب فيديو صدر في سبتمبر 1977 من قبل شركة أتاري من مبرمجيه كارلا مينينسكي وكارول شو.

- 1991: النسخة الأكثر تطوراً من نظام ترفيه شركة نونتندو Nintendo و يدعى Super NES.

- 1995: أطلقت شركة سوني Sony أول جهاز بلايستيشن PlayStation وهو بلايستيشن 1 PlayStation وهو أول جهاز ألعاب يباع منه 100 مليون نسخة.

- 1996: جهاز شركة Nintendo 64: تم إصداره في يونيو 1996 في اليابان، سبتمبر 1996 في أمريكا الشمالية، ومارس 1997 في أوروبا وأستراليا.

- 2000: بداية الجهاز الأوسع انتشاراً لشركة Sony وهو PlayStation 2: صدر أولاً في اليابان في 4 مارس 2000، ثم في أسواق أمريكا الشمالية في 26 أكتوبر 2000، ثم في أسواق أوروبا في 24 نوفمبر 2000 تبعتها أخيراً في أستراليا في 30 نوفمبر 2000.

- 2001: بداية جهاز GameBoy اليدوي وبداية Xbox من مايكروسوفت وجهاز GameCube من شركة Nintendo.

- 2005: أطلقت مايكروسوفت جهاز Xbox 360: وحدة التحكم الثانية في سلسلة Xbox، تنافست مع سوني Sony ونونتيندو Nintendo.
- 2006: إطلاق PlayStation 3 وإطلاق Wii: هو ثالث نظام ألعاب فيديو تنتجه شركة سوني بعد نظامي البلايستيشن والبلايستيشن 2. تنافس كنظام ألعاب فيديو مع نظام ألعاب الفيديو المطور من قبل شركة مايكروسوفت الإكس بوكس 360 والوي Wii نظام ألعاب الفيديو المطور.
- 2008 : بداية ألعاب الفيديو MMO: هي ألعاب فيديو جماعية قادرة على دعم مئات أو آلاف اللاعبين في نفس الوقت، تتوفر هذه الألعاب على أغلب المنصات القابلة للاتصال بالشبكة مثل الحواسيب الشخصية، أنظمة ألعاب الفيديو والهواتف الذكية. هذه الألعاب تسمح للاعبين بالتعاون والتفاعل مع بعضهم أو التنافس فيما بينهم على نطاق واسع. (Techopedia,2017)
- 2011: إطلاق Nintendo 3DS. تميز هذا الأصدار بأنه قادر على عرض تأثيرات ثلاثية الأبعاد مجسمة دون استخدام نظارات ثلاثية الأبعاد أو ملحقات إضافية.
- 2012: النسخة الثانية من Wii.
- 2013: إطلاق Xbox one: تم إصدارها لأول مرة في أمريكا الشمالية وأجزاء من أوروبا وأستراليا وأمريكا الجنوبية في نوفمبر 2013، وفي اليابان والصين ودول أوروبية أخرى في سبتمبر 2014.
- 2014: إطلاق النسخة الرابعة من جهاز بلايستيشن وهو بلايستيشن 4 PlayStation4: تم إطلاقها في 15 نوفمبر في أمريكا الشمالية، و29 نوفمبر في أوروبا وأمريكا الجنوبية وأستراليا، وفي 22 فبراير 2014 في اليابان.

ظهور الحواسيب المخصصة للألعاب

تختلف الحواسيب المخصصة للألعاب وتعرف أيضا بحاسوب الألعاب الشخصي، وآلة الألعاب، وجهاز اللعب، هو حاسوب شخصي بإمكانه تشغيل ألعاب فيديو التي تتطلب إمكانيات حاسوبية. وتشبه حاسوبات الألعاب الألعاب بشكل كبير الحاسوبات الشخصية، مع الاختلاف الوحيد في إضافة بطاقة عرض مرئي. وغالبا ما ترتبط حاسوبات الألعاب بـ عشق الحوسبة بسبب تداخل المصالح. ولكن، في حين بُنى حاسوب الألعاب لتحقيق الأداء الفعلي للألعاب، يتم بناء أجهزة عشق الحوسبة لتعظيم الأداء، وذلك باستخدام الألعاب كمعيار. الفرق بين الاثنين يحمله تفاوت كبير في تكلفة النظام. في حين أن أجهزة عشق الحوسبة راقية، ويمكن تقسيم أجهزة الألعاب إلى المتدنية، والمتوسطة النطاق، والراقية. وبعكس الاعتقاد الخاطئ الشائع بأن حاسوب الألعاب يرتبط ارتباطا وثيقا بأجهزة عشق الحوسبة عالية الثمن، يكسب مصنعين بطاقة العرض المرئي الجزء الأكبر من إيراداتهم من العروض المنخفضة والعروض متوسطة النطاق.

(Urquhart, 2008)

كانت أول صناعة للحواسيب عن طريق ستيف جوبز، وزنياك ومايك المتمثلة في كومبيوتر ابل Apple Computer في عام 1976، وأطلق للعالم في عام 1977 وكانت ثورة في سوق الكمبيوتر المنزلي وذلك لوجود نظام كامل بتكلفة منخفضة، وفي 1981 أُطلق جهاز Vic-20 من شركة كومودور Commodore وأدى إلى نجاح باهر وحققت النسخة الثانية منه في عام 1982 أعلى المبيعات للأجهزة الإلكترونية، لكن هذه النسخ لم تكن مخصصة للألعاب حتى أطلقت أبل Apple الماكنتوش Macintosh وهي الولادة للحواسيب الحديثة، وتتميز بدقة في الصورة والصوت والألعاب فيها لم تكن أولية، وبيعت 100,000 نسخة في الأشهر الستة الأولى.

ثم في عام 1986 بعدها أطلقت كومودور Commodore جهاز أميغا Amiga وكان فيه نظام كمبيوتر مصمم لدعم الألعاب بألوان ثلاثية الأبعاد لكن سوء التسويق قتله. (Liard,2005)

مازالت الشركات تقوم بإنتاج أجود الأجهزة الحاسوبية حتى وقتنا هذا، بل قامت أيضا بتصنيع قطع ذات جودة عالية لتناسب الحاسوب الشخصي، معتمدة على الإقبال الهائل للاعبين الألعاب، في حين ان أسعار الأجهزة المعدة لألعاب أغلي من غيره وكذلك أعلى من أجهزة Playstation و Xbox، بالأخص لوجود كرت العرض الشاشة الخاص، ولكن من ناحية اخرى تعطي حواسيب الألعاب تجربة أغنى من ناحية الرسومات.

وعلى هذا الأساس، بات الحاسوب قبلة الألعاب الأولى لكثير من اللاعبين الحقيقيين أو المهورسين بها، ألعاب الحاسوب ليست الأفضل فحسب في هذه الأيام، لكن تظهر البيانات أن السوق ينمو كذلك مع نسبة وصلت إلى 8% في عام 2012 ووصلت أرباح ألعاب الحاسوب إلى مبلغ مذهل يقدر بـ (20 مليار دولار في جميع أنحاء العالم)، وإن خاصية المهام المتعددة التي يوفرها الحاسوب (مثل عرض الأفلام وتخزين الملفات والاتصال عبر الشبكة وتشغيل التطبيقات وغيرها) فضلا عن جودة الصورة التي تعرض على شاشته والتي تتناسب طرديا مع كفاءة اجزائه الداخلية القابلة للتطوير، كل هذه الخصائص دفعت كثيرا من محبي ألعاب الفيديو إلى أن يجعلوه خيارهم المفضل اليوم. (الكعبي، 2017، ص13)

ظهور ألعاب الهاتف

لم تعد صناعة الألعاب مقتصرة على أجهزة الحواسيب والأجهزة المنزلية، فبعد أنتشار الإنترنت وظهر أجهزة لوحية والهواتف الذكية، تصاعدت صناعات الألعاب المخصصة للهواتف المحمولة

وإزداد انتشارها بين معجبيها، الذين لم يعودوا مضطرين للارتباط بجهاز أو شاشة لممارسة النشاط الذي يحبونه كما كان حالهم قبل اختراع الهاتف المحمول.

فقبل أربعة عقود كانت الأجهزة والمنصات المتخصصة في بث الألعاب الرقمية، كبيرة الحجم، أو ترتبط بشاشات التلفاز، الألعاب، أو أجهزة صغيرة ذات إمكانيات محدودة. ولكن الوضع اليوم مختلف تماماً، عندما فتحت شبكة الإنترنت الأبواب واسعة أمام المستخدمين ليمارسوا ألعاباً جماعية، كل من منطقته أو بلده عبر الشبكة، كما أتاحت الحصول على عشرات الملايين من الألعاب والتطبيقات عبر شاشات الحواسيب أو الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية، فيما فتحت شبكات التواصل الاجتماعي باباً آخر للممارسة هذه الألعاب التي تفوقت مؤخراً في إيراداتها على شاشات إيرادات صناعة السينما العالمية. (مشري، 2017)

الاتحاد الدولي للاتصالات قدر أن هناك أكثر من ستة مليارات من اشتراكات الهاتف المحمول في العالم في عام 2012، بفضل التصغير وإمكانية تنفيذ ألعاب الفيديو المحمولة، اليوم الألعاب المحمولة هي على نحو متزايد ومجال متزايد من لعبة الأعمال والثقافة، لتوسيع نطاق وزيادة عدد الألعاب يتم إنتاجها ونشرها على يد أصحاب هذه الثقافات، وأدخلت الألعاب المحمولة الاستفادة من الخصائص المحددة لوسائط المحمول من النظام الإيكولوجي، بما في ذلك قنوات التوزيع الرقمية عبر الإنترنت، واجهات جديدة، وقدرات الاستشعار المتاحة في أجهزة المحمول الحديثة مما جعلها فيما هي عليه اليوم. (Mayar, 2015)

ألعاب الأونلاين

تحتل الألعاب عبر الإنترنت شعبية كبيرة بين الأطفال والشباب، وهي واحدة من النشاطات المفضلة لديهم، ويمكن أن توفر الألعاب شكلاً مرحاً واجتماعياً من وسائل الترفيه، وتساعد على

تشجيع العمل الجماعي والتعاون عند اللعب مع الآخرين تمامًا مثل الألعاب غير المتصلة بالإنترنت، ويمكن أن يكون لها فوائد تعليمية، وتكون كذلك المستخدمة على سبيل المثال، لتطوير المهارات والتفاهم، ويمكن شراء الألعاب من المتاجر، في كثير من الأحيان من قرص للاستخدام على جهاز كمبيوتر أو وحدة التحكم، والآن يمكن تحميلها من الإنترنت.

لعبت الألعاب على العديد من المنصات، مع أولئك الذين اشتروها من المحلات التجارية، وفي كثير من الأحيان وجود عنصر الإنترنت لهم يضيف لهم اتصال وفرصة جديدة للاعبين لأنها تسمح لهم بالعثور على لاعبين آخرين واللعب ضدهم أو معهم من جميع أنحاء العالم.

هذا التشارك بين لاعبين العاب الاونلاين خلق عالم آخر يجد فيه اللاعب نفسه محبوبا أكثر ويجد شخصية له في هذا العالم. "إن العوالم الافتراضية غير المبنية على اللعبة هي في بعض النواحي عكس الألعاب الإستراتيجية لأنها تستخدم البيئة عبر الإنترنت بشكل أساسي لأغراض تعاونية وليست تنافسية، تعتبر كحياة ثانية". (Bainbridge, 2010, p11)

الطرق لممارسة المستخدمين للألعاب عبر الإنترنت كثيرة، وطرق الدخول إليها متنوعة ويمكن تحديد أكثر الطرق الأكثر شيوعا كما يلي: (Chilednet International, 2018)

1) (لوحات المفاتيح) Consoles: يتم لعب هذه الألعاب في المنزل، وهي أجهزة الترفيه المصممة للعمل مع جهاز تلفزيون. ألعاب لوحات المفاتيح هي في الغالب المنتجات المعبأة ويمكن شرائها من المتاجر وأيضاً عبر الإنترنت، تحتوي على قرص اللعبة وعادة ما يكون مع دليل.

لوحات المفاتيح مثل هذه قادرة على الاتصال بالإنترنت عبر شبكة منزلية تمامًا مثل أجهزة الكمبيوتر الأخرى، وهذا يسمح للمستخدمين بتنزيل الألعاب أو التحديثات الخاصة بالألعاب الحالية أيضا كما للعب على الإنترنت.

(3) (العاب الحاسوب) pc games: تلعب هذه الألعاب على الكمبيوتر الشخصي بنفس

الطريقة مثل البرامج الأخرى، هذه البرامج يمكن شراؤها من المتاجر أو يتم شراؤها وتنزيلها مباشرة من الإنترنت،

تستفيد العديد من ألعاب الكمبيوتر من الإنترنت، والعديد من ألعاب الكمبيوتر على نطاق واسع، حيث يتفاعل اللاعبون معًا بألعاب متعددة اللاعبين عبر الإنترنت، في المساحات الافتراضية، هي ألعاب الكمبيوتر.

(3) (ألعاب وتطبيقات الويب) Web Games and Applications: يتم الوصول إلى

الألعاب من خلال موقع ويب فريد، وهناك أيضا مواقع استضافة مئات الألعاب المختلفة، العديد من هذه الألعاب مجانية عبر الإنترنت، على الرغم من أن البعض ربما يكون قد دفع ثمنها، ويمكن للتطبيقات

الوصول إليها عبر الشبكات الاجتماعية وتنزيلها إليها كملفات تعريف، والتي تسمح للمستخدمين بلعب الألعاب على ملفهم الشخصي أيضًا، وتمكينهم من لعب الألعاب مع أصدقائهم، بشكل عام مجانيًا.

(4) (العاب الهاتف) Mobile game: يمكن أن تكون ألعاب الجوال مجانية وقد تكون هناك

بعض التكاليف،" يتم إطلاق العديد من هذه الأنواع من الألعاب لأول مرة كإصدارات للتحميل

مجاناً، ثم يغري اللاعبين للترقية إلى إصدارات مدفوعة بالكامل من التطبيقات، والتي -بسبب الفوائد من الحجم -يمكن تسعيرها في مستوى بأسعار معقولة، في بعض الأحيان أقل من دولار" (Mayar,2015).

(5) (الألعاب المحمولة) Handheld Games: يتم لعب الألعاب المحمولة على لوحات المفاتيح الصغيرة. أكثر اللوحات شهرة Nintendo DSi و Sony Playstation (SPS)، يمكن لهذه الأجهزة أيضا الوصول إلى الإنترنت لاسلكيا، والسماح لممارسة الألعاب مع الآخرين عبر الإنترنت.

التوسع الهائل الذي أدرك أنظمة اللعب وشملها لمنصات أخرى مثل أجهزة الكمبيوتر والهواتف الذكية، وظهور ألعاب الاونلاين على مدار العشرين عاما الماضية مثل: StarCraft ستار كرافت و World of Warcraft وورد كرافت و League of Legends ليغ اوف ليجيندز و Defense of the Ancients (DotA) (دوتا و Count-Strike Global Offensive (CS: GO)كاونتر سترايك و Minecraft مينيكرافت و Overwatch اوفير وانتش و Fortnite فورتنايت، غير نظرة العالم نحوها.

حتى وقت قريب، كانت ألعاب الفيديو مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بثقافة المهوسين، ومع ذلك بعد زيادة شعبية فورتنايت Fortnite خلال العامين الماضيين، تغير مجتمع الألعاب بشكل ملحوظ ليشمل أشخاصاً، في الماضي لم يكونوا مرتبطين بمجتمع اللاعبين، مثل المشاهير كمغني الراب ونجوم الرياضة مثل دريك، وجوجو سميث شوستر، ولوكا دونسييتش جميعهم يلعبون فورتنايت الآن، وإن وجود مشاهير يعرضون اللعب بشكل متكرر على وسائل التواصل الاجتماعي قد غيروا عدد

الأشخاص الذين يشاهدون ألعاب الفيديو، لذلك أصبحت الألعاب متعددة اللاعبين عبر الإنترنت أكثر انتشارًا وتوسعت التركيبة السكانية لمجتمع الألعاب. (Fu, 2019)

"ورغم حداثة عهد ألعاب الاونلاين بسوق التسلية إلا بانها نجحت في احتلال المرتبة الأولى ضمن منتجات الصناعات الإبداعية الموجهة إلى الترفيه من حيث قيمة العائدات المالية التي تحققتها سنويا، فقد دخلت ألعاب الفيديو مرحلة الانتشار الواسع في العالم بأسره، مع حلول 2005 شهدت عائدات صناعة ألعاب الفيديو نسقا تصاعديا مكنها من التفوق على كل من السينما والموسيقى لتصبح المحرك الأساسي لصناعة الترفيه والتسلية. (همال، 2017، ص32)

في نهاية عام 2019 قام موقع جمعية برامج الترفيه ESA وهو موقع معني بدراسات حول ألعاب الفيديو بشكل عام، بنشر مسح بعنوان "حقائق أساسية حول صناعة ألعاب الكمبيوتر والفيديو" Essential Facts About the Computer and Video Game Industry وجاء فيه: (ESA, 2019)

أن 93% من الأسر الأمريكية تمتلك هاتفًا ذكيًا، ومن بين هؤلاء نصفهم تقريباً يستخدمونه لتشغيل ألعاب الفيديو، وان هناك أكثر من 164 مليون من البالغين في الولايات المتحدة يلعبون ألعاب الفيديو، وثلاثة أرباع جميع الأميركيين لديهم مشغل ألعاب فيديو واحد على الأقل في منازلهم، وأكثر من ثلاثة أرباع أن ألعاب الفيديو توفر لهم التحفيز الذهني (79%) وكذلك الاسترخاء وتخفيف التوتر (78%) وان (90%) من الآباء يهتمون بالألعاب التي يلعبها أطفالهم، و(57%) من الآباء يستمتعون بلعب الألعاب مع أطفالهم أسبوعياً على الأقل.

وتعد صناعة ألعاب الفيديو الأمريكية واحدة من أسرع القطاعات الاقتصادية نمواً في البلاد وتوفر أكثر من 220,000، وظيفة في جميع الولايات الخمسين، وتقدم أكثر من 520 كلية وجامعة في 46 ولاية برامج أو شهادات متعلقة بألعاب الفيديو.

ألعاب الاونلاين في يوتيوب

نقل يوتيوب المعرفة في عرضه للفيديوهات عبر الإنترنت على الرغم من الفجوة الكبيرة في التوقيت والثقافات بين صانع المحتوى ومتابع هذا المحتوى، حيث بإمكانك الآن البحث عن أي مشكلة تريد حلها وستجد فيديو يختصر لك ما تحاول انجازه، فقط من خلال متابعتك لسلسلة فيديوهات على اليوتيوب، يتعلم الناس العديد من المهام، من الحياكة إلى الرقص إلى ممارسة الألعاب، من خلال مشاهدة مقاطع الفيديو عبر اليوتيوب وهذا يبين القدرة الهائلة على نقل المعرفة عبر الإنترنت. (Aytar, 2018)

أصبح يوتيوب وبعد أكثر من 15 سنة أكبر من أي وقت مضى، وهو الآن وجهة جميع المبدعين وصناع المحتوى باختلافه، حيث أن مستخدم يوتيوب YouTube يختار من وماذا يريد مشاهدته، وهذا الأمر الذي يعود على صانع المحتوى بالعائد المادي من خلال الاشتراكات والمشاهدات والأعجابات التي يتحصل عليها، بالإضافة إلى العائد المعنوي وهو الشهرة.

أستغل صناع المحتوى المختصين بالألعاب هذا الأندماج بين اللعب وصنع محتوى لليوتيوب، بالإضافة إلى هذا الأقبال الحديث على ألعاب الاونلاين، وأنتشرت الفيديوهات الخاصة بألعاب الأونلاين بشكل كبير، ووفقاً لـ Petrova و Gross (2017)، أن 56% من الممارسين للألعاب في يوتيوب YouTube يقولون بأن يوتيوب YouTube وهو المكان الذي يمكنهم فيه التواصل مع مجتمع الألعاب الخاص بهم، من خلال التواصل اجتماعياً من خلال نلعب let's plays

وعروض السير walk-Throughs وعروض الفيديو التفاعلية reaction videos و المشاهدات reviews, يحصل اللاعبون على فرصة لمضاغفة حبهم لهذا النشاط.

تمكن بعض صناع المحتوى الخاص بالألعاب من الحصول على ملايين المشاهدات على كل فيديو يقوم بتحليله، على سبيل المثال، أحد أشهر الشخصيات على يوتيوب السويدي بيوديبيبي Pewdiepie، وغالبا ما يلعب ألعاب لاعب واحد ويقوم بأستكشاف اللعبة، ثم يقوم بأخذ الأقتراحات وردات الفعل من جمهوره لأنه يستكشف آليات لعب جديدة. (Pellicone and Ahn, 2017)

وحققت قناة بيوديبيبي PewDiePie رقما قياسيا حيث أصبحت قناته الأولى التي تصل إلى 100 مليون مشترك وشوهدت قناته أكثر من 22 مليار مرة، لتحل المرتبة 8 الأكثر مشاهدة على يوتيوب YouTube. (Wayback Machine, 2019) يمكننا فقط تخيل التأثير من هذه القناة التي أصبحت عالمية من رجل سويدي يصنع فيديوهات ألعاب، "إنه ببساطة يسجل نفسه وهو يلعب مختلف ألعاب الفيديو بينما يضيف في وقت واحد تعليقه الهزلي" (Holmbom, 2015)

لم ينفرد العالم الغربي في متابعة هذا النوع من الفيديوهات فقط، بل أنتشرت في الآونة الأخيرة وخاصة في الخليج العربي، العديد من القنوات التي تصنع محتوى ألعاب، وتصل مشاهداتها إلى مليون وأكثر لكل فيديو يحمل يوميا وهذا يبين الأقبال الهائل من المجتمع العربي على هذه النوعية من الفيديوهات.

ثانياً: الدراسات السابقة

- دراسة فاطمة همال (2012): الألعاب الالكترونية عبر الوسائط الإعلامية الجديدة وتأثيرها في الطفل الجزائري.

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة أهم الآثار الايجابية والسلبية التي خلفتها الألعاب الالكترونية على الطفل الجزائري، وهل كان تأثير هذه الألعاب في الجانب النفسي أم العقلي أم كليهما.

واستخدمت الباحثة منهج المسح الوصفي على ثلاث مدارس ابتدائية في الجزائر، وكونها طريقة لوصف الظاهرة التي يتم دراستها وعن طريق تحليل وتصنيف المعلومات الخاصة بالمشكلة يمكن تصويرها كمياً، ومن خلال اداة الدراسة وهي المقابلة وهي التي توفر صدق اجابة اكبر وتعكس اهداف الدراسة وطبيعة البيانات المراد جمعها، وتمثل مجتمع الدراسة في اطفال مدينة باتنة الجزائرية ذكور واثان من الصف الاول إلى الخامس (6 إلى 11) سنة، وجائت ابرز النتائج العامة الدراسة بأنه يلعب الطفل الجزائري الألعاب الالكترونية عبر الوسائط الاعلامية الجديدة دون استثناء، والفئة العمرية من 6 إلى 8 سنوات تتداول الألعاب من خلال التلفزيون اكثر من الفئة من 9 إلى 11، وكانت نسبة الذكور في الفئتين في تداول الألعاب اكثر من الاناث، جاء ترتيب العينة للوسائط الإعلامية الجديدة، تبعاً لتفضيل اللعب من خلالها بالشكل التالي: الهاتف الخليوي، الانترنت، التلفزيون، الحاسوب، وذلك وفقاً لعامل الانجذاب وسهولة الاستخدام، وكم ونوع الألعاب الإلكترونية المتوفرة من خلال كل وسيط.

- دراسة عبدالله الهدلق (2012): إيجابيات وسلبيات الألعاب الإلكترونية ودوافع ممارستها من وجهة نظر طلاب التعليم العام بمدينة الرياض.

هدفت الدراسة إلى التعرف على دوافع ممارسة الألعاب الإلكترونية لدى طلاب التعليم العام، معرفة إيجابيات وسلبيات ممارسة الألعاب الإلكترونية من وجهة نظر طلاب التعليم.

وأستخدم الباحث المنهج الوصفي في دراسته، ومن خلال استخدام الاستبانة المكونة من 71 فقرة طبقت على 359 طالبا موزعون كطلاب ابتدائية ومتوسطة وثانوية، وجاءت أبرز نتائج الدراسة أن هناك عدد من العوامل التي تدفع طلاب التعليم العام لممارسة الألعاب الإلكترونية مثل السعي للفوز، المنافسة، التحدي، حب الاستطلاع، التخيل والتصور وغيرها من عناصر الجذب والتشويق والإثارة. كما يرى طلاب التعليم العام أن لممارسة الألعاب الإلكترونية آثارا إيجابية، وأخرى سلبية.

وتوصلت الدراسة إلى إيجابيات للألعاب الإلكترونية أهمها تسهم في تحسين بعض المهارات الإجتماعية والأكاديمية لدى اللاعبين مثل: مهارة البحث عن المعلومات، مهارة الطباعة، مهارة الكتابة، مهارة اكتساب اللغات الأجنبية، مهارات التفكير الناقد، ومهارات حل المشكلات.

كما وصلت الدراسة إلى سلبيات أيضا أهمها أضرار دينية، أضرار سلوكية وأمنية، أضرار صحية، أضرار إجتماعية، وأضرار أكاديمية، وأضرار عامة.

- دراسة **Thomas Elliott (2012)**: التصوير واللعب -الاتصال بالكمبيوتر والتخلص من السموم.

Flaming and Gaming –Computer mediated communication and toxic disinhibition.

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى استخدام المجتمع الألماني للألعاب العنيفة، وكيف ينظرون إلى السلوك العدائي فيها.

واعتمد الباحث المنهج الوصفي في دراسته، ومن خلال استخدام الباحث أداة الدراسة وهي الأستبيان، وتمثل مجتمع الدراسة من مجموع 247 من الناطقين باللغة الألمانية عبر عدد من مجتمعات الألعاب عبر الإنترنت، 237 من الذكور و10 من الإناث كان متوسط أعمارهم 24.58

عامًا، تتراوح أعمارهم بين 14 و68 عامًا، وجاءت أبرز النتائج ان 71.4% من الذكور و80% من الإناث يلعبون ألعاب عنيفة، كما توصل الباحث بأنه أكبر ألعاب الإنترنت الممثلة هي ألعاب LAWN ع 215 من المشاركين يلعبون ألعاب من هذا النوع، كما اختلفت وجهات النظر حول اللهب الذي وصفه الباحث، كونها إيجابية وسلبية. وأشار إلى اللاعبين ينظرون إلى السلوك المشتعل على أنهما مسليان ومزعجان، رغم أنهما يميلان إلى التجربة المشتعلة بشكل عام أكثر مسلية من مزعج.

- دراسة عقون حكيم وبكة عبدالقادر (2014): ألعاب الفيديو وانعكاساتها على مستوى التحصيل الدراسي وبعض الأنشطة الرياضية لدى التلاميذ المراهقين.

هدفت هذه الدراسة إلى الأطلاع على واقع التحصيل الدراسي في أوساط المراهقين في ولاية عين دلفى، وإبراز أهمية هذه الفئة والتي لها ميول ورغبات مختلفة.

حيث استخدم الباحثان المنهج الوصفي في دراستهم وشملت الاستبانة كأداة لجمع المعلومات، وقد أجريت الدراسة على عينة من التلاميذ وأوليائهم كان عددها 103 من مجتمع الدراسة والذي قدره بـ 450 تلميذ وتلميذة أختيرت بطريقة قصدية من ثانوية عين الدفلى الجزائرية، وجاءت أبرز نتائج الدراسة ان التحصيل الدراسي يتراجع بممارسة ألعاب الفيديو مما يؤدي إلى العزوف عن ممارسة النشاط البدني الرياضي، واتضح انه توجد فروق بين التلاميذ الممارسين والغير ممارسين للألعاب الفيديو حسب اختلاف المراحل العمرية.

- دراسة نايف، وسام سالم (2015): تأثير الألعاب الالكترونية على الأطفال.

هدفت الدراسة إلى التعرف على إيجابيات وسلبيات الألعاب الإلكترونية ودوافع ممارستها من جهة نظر أولياء الأمور للفئات العمرية من (7-15).

واستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي في دراسته وأعتد في جمعه للبيانات الأستبانة العلمية مكونة من 45 فقرة، وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود آثار ايجابية مثل: مهارة البحث عن المعلومات، مهارة الطباعة، مهارة الكتابة، مهارة اكتساب اللغات الأجنبية، مهارات التفكير الناقد، ومهارات حل المشكلات. أما فيما يتعلق بالآثار السلبية المترتبة على ممارسة الألعاب الإلكترونية تم تصنيفها إلى ست فئات: أضرار دينية، أضرار سلوكية وأمنية، أضرار صحية، أضرار إجتماعية، وأضرار أكاديمية، ويندرج تحت كل فئة عدد من الآثار السلبية.

- دراسة بارش الدين ولعور صابر(2016): استخدام الطلبة الجزائريون لليوتيوب والإشباعات المحققة منه- دراسة على عينة من طلبة جامعة العربي بن مهدي أم البواقي.

هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على فئة الطلبة الجامعيين في جامعة العربي بن مهدي وأستخداماتهم لموقع يوتيوب للتوصل إلى معرفة الاشباعات المتحققة من هذا الأستخدام.

وأستخدم الباحثان منهج الوصف بالعينة على عينة من جامعة العربي بن مهدي قوامها 100 مفردة، ومن خلال أدوات الدراسة التي أستخدمها الباحث أداتي الملاحظة والاستبانة العلمية، وجاءت أبرز نتائج الدراسة أن الطلبة الجامعيين في جامعة العربي بن مهدي يستخدمون اليوتيوب بشكل دائم حيث يتصفح الطلبة الموقع بنسبة 43 % بشكل يومي و أن الفترة المسائية هي أكثر الفترات تصفحا للموقع، وأكدت الدراسة أن الوقت الذي يعطيه الطالب للموقع هو أقل من ساعة واحدة في اليوم بنسبة 46 من مجموع الوقت المتاح لدى الطالب، كما توصلت النتيجة العامة حول تشارك الطلبة للموقع من أي فرد أخر أن الطلبة الجامعيين وبنسبة فاقت % 67 أكدوا أن الموقع يتصفحونه لوحدهم وبخصوصية دون المشاركة مع الأخر.

- دراسة Wilma Westenberg (2016): تأثير مستخدمي يوتيوب على المراهقين.

The influence of YouTubers on teenagers.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف تأثير مستخدمي يوتيوب YouTube الهولنديين على

مشاهديهم المراهقين وإلى أي مدى هذا التأثير على حياتهم من الناحية الجيدة والسيئة.

وأعتمدت الباحثة منهج الدراسة النوعية الشبه منظمة, ومن خلال أستخدم الباحثة أداة الدراسة

المقابلة في بحثه حيث أركزت الباحثة على مقابلة معمقة مع 16 مراهق و 4 من صناع المحتوى

في يوتيوب, وجاءت أبرز النتائج بأن يوتيوب أصبح جزءاً من الحياة اليومية للعديد من المراهقين,

ويوضح هذا البحث أن يوتيوب له تأثير على سلوك المراهقين ، منهم المراهقون وأولياء أمورهم

غير مدرك هذا التأثير وهو بالأمر السيء فإن عدم معرفة الوالدين يمكن أن يكون مشكلة, كما ان

العديد من المراهقين يريدون أن يصبحوا من صناع المحتوى في يوتيوب أنفسهم.

- دراسة لمياء الفرحان وعبدالصادق الشقر (2017): استخدام أطفال الروضة للألعاب

الإلكترونية في الأجهزة اللوحية والإشباع المتحققة دراسة ميدانية على عينة من الأمهات

في دولة الكويت.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أنماط وعادات استخدام أطفال الروضة لهذه الألعاب،

ودوافع استخدامهم لها والإشباع المترتبة على هذا الاستخدام.

واستخدم الباحثان المنهج المسح الوصفي لدراسة كونه من أهم المناهج في وصف الحالة التي

قاما بدراستهما، وأعتمد الباحثان أداة الدراسة وهي الاستبانة، ويتمثل مجتمع الدراسة من أمهات

أطفال الروضة في دولة الكويت من سن 4- 6 سنوات، وجاءت أبرز نتائج الدراسة أن دوافع

استخدام أطفال الروضة للألعاب الإلكترونية تمثلت في: تملأ أوقات الفراغ وعدم الإحساس بالملل،

تقدم أسلوب جذاب، تقدم مغامرات وخيال علمي، تعدم الإحساس بالوحدة، وتخفف مشاكل المدرسة،

التي يتعرض لها الطفل لها يوميا، وأكثر ايجابيات المواقع الإلكترونية تتمثل في: تستعين ببعض الشخصيات العالمية المحبة للأطفال، الفورية في الرد، السماح بالمشاركة في اللعبة، وأن أكثر سلبيات الألعاب الإلكترونية تمثلت في: قلة الصور والرسوم، عدم وجود روابط كافية، عدم التحديث المستمر للألعاب، وتشير نتائج الدراسة إلى أن الإشباعات المترتبة على استخدام أطفال الروضة للألعاب الإلكترونية تمثلت في: تمكن الألعاب من لعب الأدوار وتقمص الشخصيات، ساهمت في تحسين وتعزيز التنسيق بين الحواس حركات الأذن والعين واليد، تمكن الطفل من تطوير مهاراته الحاسوبية.

- فرج أمعرف (2017): استخدامات جامعة سرت لموقع اليوتيوب والاشباعات المتحققة-دراسة ميدانية:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الأشباعات المتحققة لطلبة سرت من استخدامهم لليوتيوب، والتعرف على المجالات التي يفضلها طلبة الجامعة، وما هي الآثار الايجابية والسلبية من استخدامهم ليوتيوب.

وأعتمد الباحث منهج المسح بالعينة مستخدما أستمارة أستبيان وتمثل مجتمع الدراسة من جميع الشباب المسجلين بجامعة سرت للعام الدراسي 2017/2018 وجاءت أبرز نتائج الدراسة بأنه شباب جامعة سرت يفضلون المجالات التعليمية بنسبة %26 في حين قالوا انهم يفضلون المجالات الثقافية بنسبة %22، وايضا كشفت النتائج عن غلبة الآثار الإيجابية التي يتركها موقع اليوتيوب على الشباب الجامعي على الآثار السلبية، وأشارت النتائج على ان شباب جامعة سرت مستقبليين فقط للأحداث من خلال استخدامهم لليوتيوب، كما اوضحت نتائج البحث عن استفادة

شباب جامعة سرت من موقع اليوتيوب استفادة متوسطة , كما بينت النتائج أن شباب جامعة سرت يفضلون تصفح موقع اليوتيوب من خلال الهاتف.

- دراسة **Jessica A.zanatta (2017)**: فهم ثقافة يوتيوب وكيف تؤثر على وسائط اليوم.

Understanding YouTube Culture and How It Affects Todays Media.

هدفت الدراسة إلى معرفة ماهو مستقبل يوتيوب كشركة، وكيف أصبح ثقافة، بالإضافة إلى

معرفة كيف جعل مستخدمي يوتيوب أعمالهم فيه مهنة، ولماذا يعتقد الناس أن يوتيوب مسلي.

وأستخدم الباحث المنهج الوصفي في هذه الدراسة، ومن خلال أستخدام الباحث أداة الدراسة

وهي تحليل المضمون للمادة المنشورة في مدة 11 شهر من مدونات، الجلوس على الدردشات،

فيديوهات موسيقية وألعاب وفيديوهات للطبخ وغيرها من فيديوهات على اليوتيوب وتحليل

الفيديوهات والقنوات في يوتيوب، وجاءت أبرز النتائج أن الباحث توصل إلى فهم حديث إلى

نظريات التواصل والعلاقات العامة والتسويق في يوتيوب، كما توصل إلى أن مستخدمين **viners**

توجهوا إلى صنع محتوى اكبر من 6 ثواني كون يوتيوب يمتلك هذه الخاصية مما جعلهم يتوجهون

لصنع منصات خاصة بهم في يوتيوب، وتوصل البحث إلى ان يوتيوب اصبح ايضا منصة تعليمية

فيمكنك البحث مثلا عن كيفية تغيير أطار سيارتك مشاهدة مقاطع الفيديو يمكن تعليم الأشخاص

على يد مهنيين أو أشخاص عاديين يفهمون كيفية القيام به، كما تصل الباحث إلى فهم العائد

المادي بشكل مقرب الذي يكسبه اليوتيوبرز من خلال اليوتيوب.

– دراسة Mathias baärtl (2018): قنوات يوتيوب، التحييلات والمشاهدات: احصائيات آخر 10 سنوات.

YouTube channelsm, uplades and views A sttstistical analysis of the 10 years.

هدفت هذه الدراسة إلى تقديم وصف مفصل حول يوتيوب، ومحاولة رسم صورة عادلة وكاملة حول يوتيوب وايضا بتقديم احصائيات ونسب النجاح في يوتيوب.

واعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي في دراستها وتمثلت أداة الدراسة بأستمارة (تحليل المضمون) لآخر 10 سنوات أي من سنة 2008 إلى سنة 2018 ، وذلك بأخذ عينات عشوائية وتحليلها من ناحية المتابعة والأستمرارية والنجاح وغيرها، وجاءت أبرز نتائج الدراسة : بأن 3% من القنوات بتحميل 28% من المحتوى وحصلت على 85% من جميع المشاهدات وذلك يبين أن ليست جميع القنوات تقوم بالتحميل بشكل مستمر، وايضا أن القنوات التي تم أنشائها في أوائل نشأة اليوتيوب كان لها الحظ الأكبر في الشهرة وأعداد المشاهدات ولكنه لايمنع من شهرة القنوات الحديثة ومن أن يفتح الشخص قناة له على اليوتيوب.

– دراسة عادل بن عياض (2018): معايير توظيف الألعاب الإلكترونية في تنمية بعض القيم لدى أطفال المرحلة الابتدائية من وجهة نظر المعلمين والمعلمات في ضوء بعض المتغيرات.

هدفت هذه الدراسة في تبيان الأطار المفاهيمي للألعاب الالكترونية، وتحديد أبرز الايجابيات والسلبيات للألعاب الالكترونية، وتوضيح معايير توظيف الألعاب الإلكترونية في تنمية بعض القيم لدى أطفال المرحلة الأبتدائية.

واعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي لتحقيق هدفها، وأستخدمت أداة جمع البيانات وهي الاستبانة العلمية في جمع المعلومات، وتمثلت عينة الدراسة من (200) معلم ومعلمة في

المراحل الابتدائية، وجاءت أبرز النتائج الخاصة بالدراسة أنه يمكن توظيف الألعاب الإلكترونية في مجال تنمية بعض القيم لدى أطفال المرحلة الابتدائية من خلال ما يلي: الابتعاد عن وضع الصور أو الرسومات التي تخالف ثقافة المجتمع على هذه الألعاب، وضع ضوابط ولوائح معينة عن استيراد الألعاب الإلكترونية، تصميم الألعاب التي تحفز الذكاء والتفكير، وضع ضوابط لهذه الألعاب تضمن استخدامها في غير أوقات المذاكرة، ضرورة ألا تكون ممارسة الألعاب خاصة التي تتضمن حروب ومغامرات في أوقات متأخرة من الليل، وضع ضوابط للعبة تمنع من الاعتداء على الآخرين، تصميم اللعبة بطريقة تبرز أن المنافس ليس عدواً وينبغي المحافظة على العلاقة الطيبة معه بعد انتهاء اللعبة.

- دراسة عبدالمنعم مدهون ومحمد سمور (2019): أثر لعبة ببجي (PUBG) على التحصيل الدراسي - دراسة ميدانية -.

هدفت هذه الدراسة إلى تفصي ومعرفة أثر لعبة ببجي (PUBG) كأحد الألعاب الإلكترونية المنتشرة في قطاع غزة على تحصيل الطلبة في المدارس، بحكم أن هذه الألعاب الإلكترونية هي منتوجات غريبة عن المجتمع الفلسطيني وتحمل مضامين عن واقع اجتماعي وثقافي آخر يختلف كثيراً عن المجتمع الفلسطيني.

واعتمد الباحثان المنهج الشبه تجريبي الذي يحاول من خلاله دراسة أثر لعبة الببجي على التحصيل الدراسي، وهو المنهج المتناسب مع موضوع الدراسة، وتكون مجتمع الدراسة من طلاب الصف العاشر الأساسي بمدرسة سامي العلمي الثانوية للبنين في غزة للعام الدراسي 2019، ومن خلال أداة الدراسة تم إجراء امتحان قبلي لعينة مكونة من 30 طالباً كمجموعة تجريبية، و30 طالباً كمجموعة ضابطة، وجاءت أبرز نتائج الدراسة:

- 1) للعبة ببجي تأثير على مستويات الطلاب التحصيلية، ولكن على المدى البعيد يكون التأثير أعمق وأكثر خطراً.
- 2) للعبة ببجي تأثير على أنماط التفكير لدى الطلاب، وخصوصاً في الأسئلة التي تحتاج إلى تحليل
- 3) لعبة ببجي تسيطر على عقول الطلاب، حيث تمنع تفنق الذهن وصفاءه وتقبل المادة التعليمية من المعلم.
- 4) تجعل الطالب يشعر بالملل من المواد الدراسية، بحيث أنها لا تحتوي على عناصر الجذب الموجودة في لعبة الببجي التي تشد الذهن وتسيطر على الحواس.

التعليق على الدراسات السابقة

بعد الإطلاع على العديد من الدراسات السابقة والتي تتشابه مع دراستنا في محور معين أو جانب من الجوانب، فيكون التشابه في العينة أو مجتمع الدراسة أو في الوسيلة التي تم دراستها ويمكن إيجاز أبرز أوجه الاستفادة من الدراسات التي سبق ذكرها مع دراستنا فيما يأتي:

- 1) ساعدت الدراسات السابقة في صياغة مشكلة وتساؤلات الدراسة، وتحديد الأهداف التي ساعدت البحث في التوصل إلى نتائج دقيقة.
- 2) تم الاستفادة منها في الأدب النظري.
- 3) تم التوصل من خلال الدراسات السابقة إلى صياغة أسئلة الأستبانة وأيضاً في تحليل النتائج وتفسيرها.

تشابهت معظم الدراسات السابقة في المنهج المستخدم وهو المنهج الوصفي، كذلك كان التشابه في الأداة المستخدمة، لكن دراستنا اختلفت مع معظم الدراسات بمجتمع الدراسة كما في دراسة فاطمة همال(2012) وعبدالله الهدلق (2012) وThomas Elliott (2012) وعقون حكيم وبكة

عبدالقادر(2014) ولمياء الفرحان وعبدالصادق الشقر(2017)، حيث كان مجتمع الدراسات السابقة من المراهقين والطلبة.

تشابهت دراستنا مع دراسة Wilma Westenberg (2016) ودراسة فرج أمعرف(2017) ودراسة Jessica A.zanatta (2017) في دراستها لمحتوى يوتيوب وتشابهت مع معظم الدراسات الأخرى بدراسة الجوانب الخاصة بالألعاب وبذلك تكون دراستنا دمجت محتوى الألعاب مع اليوتيوب.

كانت دراسة بارش الدين ولعور صابر(2016)، الأقرب إلى دراستنا حيث أستخدمت المنهج المسحي كونه يعد من الدراسات الوصفية، وتشابهت مع دراستنا ايضاً في مجتمع الدراسة وكذلك بالنظرية المستخدمة، في حين تشابهت دراستنا مع دراسة Zhuging, Ming and pang, Lijun(2018) في جميع الجوانب المذكورة آنفاً إلا أنها لم تتشابه مع دراستنا في النظرية المستخدمة.

الفصل الثالث

منهجية الدراسة (الطريقة والاجراءات)

الفصل الثالث

منهجية الدراسة (الطريقة والاجراءات)

منهج الدراسة

أعتمدت هذه الدراسة المنهج المسح الوصفي، من خلال مسح جمهور وسائل الأتصال، حيث يعتبر منهاج البحث الوصفي من أكثر المناهج انتشارا، حيث تتجه الدراسات المسحية إلى توضيح الطبيعة الحقيقية للأشياء أو المشكلات أو الاوضاع الاجتماعية وتحليل تلك الاوضاع للوقوف على الظروف المحيطة بها أو الأسباب الدافعة إلى ظهورها، وبذلك فهي تنصب على دراسة أشياء موجودة بالفعل وقت إجراء البحث في مكان معين وزمان معين. (حمدي، 2017، 45)

مجتمع الدراسة

مجتمع الدراسة يتمثل بالشباب الجامعي وقد تم اختيار جامعتي الشرق الأوسط والجامعة الاردنية أنموذجا، وكون الباحث اختار الشباب الجامعي دون غيره من شرائح المجتمع وذلك لأن موضوع الدراسة وهو استخدامات الشباب الجامعي لمحتوى يوتيوب والاشباعات المتحققة "لاعبي العاب الاونلاين انموذجا" قريب جدا من بيئة هذه الفئة، والشباب ايضا يفهم الدور الذي تقوم به شبكة يوتيوب، واطافة إلى كون الشباب من مستخدمي يوتيوب، وهم اكثر الشرائح الاجتماعية التي بمقدورها توضيح الاشباعات التي تتحقق من خلال متابعتهم لمحتوى العاب الاونلاين.

ويتكون مجتمع الدراسة من 45000 طالب في الجامعة الأردنية و4000 طالب في جامعة

الشرق الأوسط.

عينة الدراسة

تم اختيار عينة الدراسة من خلال الدخول إلى مجموعات الطلبة على الفيسبوك وأرسال رابط الأستبانة الألكترونية وذلك لأن هذه الفترة تزامنت مع الحظر الشامل بسبب جائحة كورونا.

قامت الدراسة على عينة عشوائية متاحة بلغت 220 مفردة مقسمة 110 عينة لكل جامعتي الشرق الأوسط والجامعة الأردني.

الجدول رقم (1)

توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الخصائص الديموغرافية

المتغير	الفئة	التكرار	%
الجامعة	الجامعة الأردنية	110	50
	جامعة الشرق الأوسط	110	50
النوع الاجتماعي	ذكر	120	54.5
	أنثى	100	45.5
المستوى الدراسي	أولى	57	25.9
	ثانية	58	26.4
	ثالثة	49	22.3
	رابعة	41	18.6
	خامسة	11	5
	سادسة	4	1.8
التخصص الأكاديمي	كليات علمية	103	46.8
	كليات إنسانية	117	53.2
Total		220	100

يظهر الجدول رقم (1) قد بلغت نسبة أفراد عينة الدراسة (50%) طالب وطالبة من طلبة جامعة الشرق الأوسط، و(50%) طالب وطالبة من طلبة الجامعة الأردنية، بلغت نسبة الذكور أفراد عينة الدراسة (54.5%)، ونسبة الإناث (45.5%)، وأن (25.9%) من أفراد عينة الدراسة هم من طلبة السنة الدراسية الأولى، وما نسبته (26.4%) من السنة الدراسية الثانية، و(22.3%)

من السنة الدراسية الثالثة، و(18.6%) من السنة الدراسية الرابعة، و(5%) من السنة الخامسة، و(1.8%) من السنة الدراسية السادسة، وما نسبته (53.2%) من أفراد عينة الدراسة هم من طلبة الكليات الإنسانية، وما نسبته (46.8%) من طلبة الكليات العلمية.

أداة الدراسة

تم استخدام الاستبانة العلمية كأداة في جمع البيانات لهذه الدراسة، وذلك للتعرف على استخدامات الشباب الجامعي لمحتوى يوتيوب والاشباعات المتحققة والاستبانة العلمية توفر لنا بيانات كافية لتحقيق أهداف البحث، وأيضاً توفر لنا الامكانية من الابتعاد عن التحيز وقدرنا من الموضوعية العلمية.

وتعتبر الاستبانة "مجموعة من الاسئلة المرتبة حول موضوع معين، يتم وضعها في استمارة ترسل لأشخاص المعنيين عن طريق البريد أو يجري تسليمها باليد تمهيدا للحصول على أجوبة الأسئلة الوارد فيها، وبواسطتها يمكن التوصل إلى حقائق جديدة عن الموضوع وتؤكد من معلومات متعارف عليها لكنها غير مدعومة بحقائق". (شفيق، 2018، ص89)

وتكونت أداة الدراسة من ثلاثة أجزاء:

الجزء الأول: تكون من المتغيرات الديموغرافية لأفراد عينة الدراسة (الجامعة، النوع الاجتماعي، التخصص الأكاديمي، مع من تسكن)

الجزء الثاني: تكون من فقرات تجيب على اسئلة انماط وعادات متابعة طلبة الجامعات لموقع اليوتيوب، ومتابعتهم للاعبين الأولين، وبلغ عدد الفقرات 9 فقرات.

الجزء الثالث: تكون من فقرات تقيس درجة تحقق الاشباعات والحاجات التي تحققت لدى الطلبة نتيجة متابعتهم للاعبين الأولين على موقع اليوتيوب، وبلغ عددها 32 فقرة.

صدق الأداة

للتأكد من صدق الأداة، تم عرض الاستبيان على عدد من المحكمين والأكاديميين المخصصين في مناهج البحث العلمي، وايضا محكمين على ألامام بموضوع الدراسة وذلك بعد تصميمه، وسيتم الأخذ بمشورتهم في مدى تطابق العبارات من موضوع ومحتوى الدراسة، وايضا من تنسيق الاسئلة بشكل متدرج وسيتم الاخذ بكافة الملاحظات التي أبداها المحكمين. وسيتم اعتماد مقياس ليكرت الخماسي في الأجابة عن الاسئلة وذلك حسب الدرجات التالية: موافق بشدة، موافق، محايد، غير موافق، غير موافق بشدة.

ثبات الأداة

للتأكد من ثبات الأداة تم رصد عينة استطلاعية أولية ومن ثم معاينة النتائج لمعرفة نسبة تطابقها وذلك باستخدام معادلة الاتساق الداخلي باستخدام اختبار كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha)،

الجدول رقم (2)

معاملات كرونباخ ألفا لاختبار ثبات أداة الدراسة

معامل كرونباخ ألفا	البعد
0.89	الحاجات المعرفية
0.80	الحاجات الوجدانية والعاطفية
0.81	حاجات التكامل الشخصي
0.90	حاجات التكامل الاجتماعي
0.88	الحاجات ككل
0.87	إشباعات المحتوى
0.83	الإشباعات العملية
0.88	الإشباعات ككل

من خلال قيم معاملات كرونباخ ألفا في الجدول أعلاه نلاحظ أن جميعها تزيد عن (0.6) مما

يدل على ثبات أداة الدراسة. (Sekaran & Bougie, 2016)

متغيرات الدراسة

المتغيرات المستقلة: ألعاب الأونلاين

المتغيرات التابعة: الشباب الجامعي

المتغير الوسيط: الخصائص الديمغرافية للمبحوثين (تبعاً للجامعة، النوع الاجتماعي، التخصص الأكاديمي، السنة الدراسية)

الاساليب الاحصائية المستخدمة في تحليل البيانات

- تم ايجاد التكرارات والنسب المئوية لأجابات عينة الدراسة فيما يتعلق بأنماط وعادات

أستخدام الشباب الجامعي لموقع يوتيوب

- تم ايجاد المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب والدرجات، حيث كان توزيع

الإجابات في الاستبانة وتحديد الدرجات لأستخراج درجة تحقق الأشباعات لدى الطلبة من متابعتهم

لألعاب الأونلاين في يوتيوب كما يلي:

الجدول رقم (3)

المعيار الإحصائي لتفسير المتوسطات الحسابية لمتغيرات الدراسة

ليكون عدد المستويات كالتالي:

المستوى	الفترة
المنخفض	1 - 2.33
المتوسط	2.34 - 3.67
المرتفع	3.68 - 5

- تم استخدام اختبارات للعينات المستقلة. **Independent Sample T-test** لأستخراج

الفروق ذات الدلالة الأحصائية لمتغيرين

- تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي **One Way ANOVA**. لأستخراج الفروق

ذات الدلالة الأحصائية لأكثر من متغيرين

إجراءات الدراسة

(1) الاطلاع على أهم الادبيات والدراسات العلمية المحكمة والتي لها علاقة بموضوع بحثنا.

(2) إعداد الاستبانة العلمية.

(3) تحكيم الاستبانة العلمية من محكمين وخبراء أكاديميين.

(4) تحويل الاستبانة إلى الصيغة الألكترونية وذلك لنشرها في منصات التواصل الاجتماعي

الخاصة بطلبة جامعتي الشرق الأوسط والأردنية.

(5) الدخول إلى المجموعات الخاصة بمجتمع الدراسة والتي تمثلت بمجموعات في الفيسبوك ونشر

الرابط الألكتروني للاستبانة.

(6) استخلاص النتائج بعد الوصول إلى العدد المطلوب.

(7) إعداد الرسالة بالصورة النهائية.

(8) تسليم الرسالة للجنة الدراسات العليا ومناقشتها.

الفصل الرابع

نتائج الدراسة

الفصل الرابع

نتائج الدراسة

تم تخصيص هذا الفصل لعرض نتائج الدراسة التطبيقية التي خرجت بها الدراسة عن طريق

أداة الدراسة (الأستبانة) طبقاً للمنهج البحثي الذي اعتمده الباحث منهجاً لدراسته.

النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الفرعي الأول: ما انماط وعادات استخدام الطلبة لموقع

يوتيوب نتيجة متابعتهم لألعاب الأونلاين؟ للإجابة عن سؤال الدراسة الأول تم ايجاد التكرارات

والنسب المئوية، والجدول رقم (4) يبين ذلك.

الجدول رقم (4)

انماط وعادات استخدام الطلبة لموقع يوتيوب نتيجة متابعتهم لألعاب الأونلاين

المتغير	الفئة	التكرار	%
1	هل تمتلك هاتفاً ذكياً	219	99.5
2	هل تمتلك جهاز حاسوب (لابتوب)	107	48.6
3	هل تمتلك جهاز العاب منزلي	66	30
4	هل تشاهد مقاطع العاب الفيديو	125	56.8
	على يوتيوب؟	95	43.2
5	المجموع	220	100
	ألعاب الأكشن	29	30.5
	ألعاب الرياضة	26	27.4
	ألعاب القتال	23	24.2
	ألعاب الألغاز	23	24.2
	ألعاب لعب دور شخصية وقصة	39	41.1
	ألعاب تعليمية	9	9.5
	ألعاب التصويب والتخفي	22	23.2
	ألعاب الأونلاين الضخمة	60	63.2
	ألعاب المحاكاة	35	36.8
	الألعاب الإستراتيجية	35	36.8
	ألعاب المغامرات	23	24.2
ألعاب تصويب وإطلاق نار بمنظور الشخص الأول	37	38.9	

المتغير	الفئة	التكرار	%
6	عدد ساعات مشاهداتك لمقاطع ألعاب الفيديو على يوتيوب	أقل من ساعة	51.6
		أكثر من أربع ساعات	3.2
		من ساعة إلى أقل من ساعتين	38.9
		من ساعتين إلى أربع ساعات	6.3
7	الأوقات المفضلة لمشاهدة مقاطع ألعاب الفيديو على يوتيوب (يمكن اختيار أكثر من إجابة)	الفترة الصباحية	26.3
		المساء المتأخر	70.5
		فترة الظهيرة	18.9
		المساء	62.1
8	لماذا تفضل المشاهدة في هذه الأوقات (يمكن اختيار أكثر من إجابة)	الفترة التي يتم فيها نشر الفيديوهات المميزة والمفضلة لدي	44.2
		لتمضية وقت الفراغ	80.0
		الوقت الوحيد المتاح للمشاهدة	52.6
		اجتماع الأسرة	11.6
		عشان يكون بدي اتسلى قبل ما انام	2.1
9	اختيارك للقناة التي تشاهدها يكون من خلال	الرغبة الشخصية	76.8
		ترويجات وإعلانات تشاهدها	22.1
		لأنك تلعب مثل هذه الألعاب	62.1
		لأنك تتابع الشخص الذي ينشر مثل هذه المقاطع	48.4
		مشاهدة ما ينشر أياً كان	31.6
		مشورة الأصدقاء	25.3
	المجموع	95	100.0

يظهر الجدول رقم (4) أن ما نسبته (99.5%) من أفراد عينة الدراسة يمتلكون هاتفا ذكيا،

و(48.6%) يمتلكون جهاز حاسوب لابتوب، و(30%) منهم يمتلكون جهاز ألعاب منزلي.

كما وتبين النتائج بأن ما نسبته (43.2%) من العينة يشاهدون مقاطع ألعاب الفيديو على

اليوتيوب، حيث أنهم يفضلون مشاهدة ألعاب الأونلاين الضخمة بنسبة (63.2%)، ومشاهدة

ألعاب لعب دور شخصية وقصة بنسبة (41.1%)، وألعاب التصويب وإطلاق النار بمنظور

الشخص الأول بنسبة (38.9%)، وألعاب المحاكاة والألعاب الإستراتيجية بنسبة (36.8%)،

وألعاب الأكشن بنسبة (30.5%)، وألعاب الرياضة بنسبة (27.4%)، وألعاب القتال والألغاز والمغامرات بنسبة (24.2%)، وألعاب التصوير والتخفي بنسبة (23.2%)، والألعاب التعليمية بنسبة (9.5%)، وكانت النسبة الأكبر منهم بنسبة (51.6%) يقضون ما يقل عن الساعة في مشاهدة مقاطع ألعاب الفيديو على اليوتيوب، وبنسبة (38.9%) من ساعة إلى أقل من ساعتين، والوقت المفضل لهم للمشاهدة كان في المساء المتأخر بنسبة (70.5%)، وفي المساء بنسبة (62.1%)، وكان السبب الأكبر وراء تفضيلهم لهذه الأوقات للمشاهدة هو لأنهم يلعبون كهذه الألعاب بنسبة (62.1%)، ولرغبة شخصية منهم بنسبة (76.8%)، ولأنهم يتابعون الشخص الذي ينشر هذه المقاطع بنسبة (48.4%).

النتائج المتعلقة بالسؤال الفرعي الثاني: ما الحاجات المعرفية التي أشبعها يوتيوب للشباب

الجامعي نتيجة متابعتهم لألعاب الأونلاين؟ وللإجابة على هذا السؤال تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، والجدول رقم (5) يوضح ذلك.

الجدول رقم (5)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للحاجات المعرفية التي أشبعها يوتيوب للشباب الجامعي نتيجة متابعتهم لألعاب الأونلاين

الدرجة	%	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرة	
مرتفعة	76	0.497	3.8	مشاهدة مقاطع العاب الاونلاين على يوتيوب تسهم في فهمي للألعاب بشكل أكبر	1
متوسطة	72.8	0.582	3.64	مشاهدة مقاطع العاب الاونلاين على يوتيوب تساعدني في حل ألغاز الألعاب أكثر	2
متوسطة	72.4	0.549	3.62	مشاهدة مقاطع العاب الأونلاين على يوتيوب تزيد اهتمامي بالألعاب الذهنية، وخاصة التي تمتاز	3

الدرجة	%	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرة	
متوسطة	71.8	0.555	3.59	مشاهدة مقاطع العاب الأونلاين على يوتيوب تكسبني الخبرات والحكم عليها	4
متوسطة	71	0.632	3.55	مشاهدة مقاطع العاب الأونلاين على يوتيوب تتضح القدرات الفكرية لدي	5
متوسطة	65.6	0.724	3.28	مشاهدة مقاطع العاب الأونلاين على يوتيوب تمكنني من السعي نحو تحقيق مستوى معرفي وتعليمي عال	6
متوسطة	61.4	0.656	3.07	مشاهدة مقاطع العاب الأونلاين على يوتيوب تسهم في التفكير بالمستقبل والأمر الذي يحثني على الاستمرار والتركيز في دراستي أو مهنتي	7
متوسطة	71.3		3.56	الدرجة الكلية	

يظهر الجدول رقم (5) أن مشاهدة مقاطع العاب الأونلاين على يوتيوب قد أسهمت في فهم الشباب للألعاب بشكل أكبر بدرجة مرتفعة بلغت (3.8)، كما وتبين النتائج بأن مشاهدة مقاطع العاب الأونلاين على يوتيوب قد أشبعت الحاجات المعرفية التالية للشباب الجامعي في متابعتهم للاعبين ألعاب الأونلاين بدرجات متوسطة: "المساعدة في حل ألغاز الألعاب أكثر، تزيد الاهتمام بالألعاب الذهنية، وخاصة التي تمتاز بالمرهنة والمنافسة، تكسبهم الخبرات والحكم عليها، تتضح القدرات الفكرية لديهم، تمكنني من السعي نحو تحقيق مستوى معرفي وتعليمي عال، تسهم في التفكير بالمستقبل والأمر الذي يحثهم على الاستمرار والتركيز في دراستهم أو مهنتهم" وقد بلغت تلك الدرجات (3.64، 3.62، 3.59، 3.55، 3.28، 3.07) على التوالي.

النتائج المتعلقة بالسؤال الفرعي الثالث: ما الحاجات العاطفية والوجدانية التي أشبعها

يوتيوب للشباب الجامعي نتيجة متابعتهم لألعاب الأونلاين؟ وللإجابة على هذا السؤال تم استخراج

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، والجدول رقم (6) يوضح ذلك.

الجدول رقم (6)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للحاجات العاطفية والوجدانية التي أشبعها يوتيوب للشباب

الجامعي نتيجة متابعتهم لألعاب الأونلاين

الدرجة	%	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرة
متوسطة	73.2	0.576	3.66	1 مشاهدة مقاطع العاب الأونلاين على يوتيوب تستطيع ملأ وقت الفراغ الذي أمثلكه
متوسطة	71.2	0.648	3.56	2 مشاهدة مقاطع العاب الأونلاين على يوتيوب تسهم في تدريب الذات على الهدوء والاسترخاء
متوسطة	71	0.696	3.55	3 مشاهدة مقاطع العاب الأونلاين على يوتيوب تسهم في تخفيف توترني
متوسطة	70.6	0.616	3.53	4 مشاهدة مقاطع العاب الأونلاين على يوتيوب تجعلني أكثر سعادة
متوسطة	70.6	0.666	3.53	5 مشاهدة مقاطع العاب الأونلاين تساعد في تخفيف أعراض اضطرابات القلق والكآبة لدي
متوسطة	69.6	0.713	3.48	6 مشاهدة مقاطع العاب الأونلاين على يوتيوب تسهم في تمتعي بدرجة عالية من الصحة النفسية
متوسطة	69.6	0.697	3.48	7 مشاهدة مقاطع العاب الأونلاين على يوتيوب تسهم في زيادة تواصلني مع الآخرين
متوسطة	67.4	0.669	3.37	8 مشاهدة مقاطع العاب الأونلاين على يوتيوب تمكنني من التعبير عن المشاعر والأحاسيس بسهولة والتحكم في الانفعالات
متوسطة	66.2	0.73	3.31	9 مشاهدة مقاطع العاب الأونلاين على يوتيوب تمكنني من زيادة عدد الأصدقاء والمعارف
متوسطة	65.6	0.679	3.28	10 مشاهدة مقاطع العاب الأونلاين على يوتيوب تسهم في زيادة قبولي من الآخرين
متوسطة	71.4		3.57	الدرجة الكلية

يظهر الجدول رقم (6) أن مشاهدة مقاطع العاب الأونلاين على يوتيوب قد أشبعت الحاجات العاطفية والوجدانية التالية للشباب الجامعي في متابعتهم لألعاب الأونلاين بدرجات متوسطة: "تستطيع ملاً وقت الفراغ الذي يمتلكونه، تسهم في تدريب الذات على الهدوء والاسترخاء، تسهم في تخفيف التوتر، تجعلهم أكثر سعادة، تساعد في تخفيف أعراض اضطرابات القلق والكآبة، تسهم في التمتع بدرجة عالية من الصحة النفسية، تسهم في زيادة التواصل مع الآخرين، تمكن من التعبير عن المشاعر والأحاسيس بسهولة والتحكم في الانفعالات، تمكن من زيادة عدد الأصدقاء والمعارف، تسهم في زيادة قبولهم من الآخرين" وقد بلغت تلك الدرجات (3.55، 3.56، 3.66، 3.53، 3.53، 3.48، 3.48، 3.37، 3.31، 3.28) على التوالي.

النتائج المتعلقة بالسؤال الفرعي الرابع: ما حاجات التكامل الشخصي التي أشبعها يوتيوب

للشباب الجامعي نتيجة متابعتهم لألعاب الأونلاين؟ وللإجابة على هذا السؤال تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، والجدول رقم (7) يوضح ذلك؟

الجدول رقم (7)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لحاجات التكامل الشخصي التي اشبعها يوتيوب للشباب الجامعي نتيجة متابعتهم لألعاب الأونلاين

الدرجة	%	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرة	
مرتفعة	75	0.483	3.75	مشاهدة مقاطع العاب الأونلاين على يوتيوب تجعلني أجرب ألعاباً جديدة	1
مرتفعة	74.2	0.503	3.71	مشاهدة مقاطع العاب الأونلاين على يوتيوب تسهم في إمكانية لعبي للألعاب المفضلة عندي أكثر	2
متوسطة	72	0.659	3.6	مشاهدة مقاطع العاب الأونلاين على يوتيوب تمكنني من إرضاء نفسي	3
متوسطة	71.4	0.647	3.57	مشاهدة مقاطع العاب الأونلاين على يوتيوب تسهم في تطوير مهاراتي اليدوية والرياضية	4

الدرجة	%	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرة	
متوسطة	70.6	0.65	3.53	مشاهدة مقاطع العاب الأونلاين على يوتيوب تسهم في خلق شخصية خاصة بي	5
متوسطة	69	0.649	3.45	مشاهدة مقاطع العاب الأونلاين على يوتيوب تقوى نزعة الاستقلال الشخصي في تصرفاتي وأرائي المستقلة	6
متوسطة	68.6	0.663	3.43	مشاهدة مقاطع العاب الأونلاين على يوتيوب تخلق عادات خاصة بي لهذه المقاطع	7
متوسطة	70.2		3.51	الدرجة الكلية	

يظهر الجدول رقم (7) أن مشاهدة مقاطع العاب الأونلاين على يوتيوب قد جعلتهم يجربون ألعاب جديدة، وأسهمت في إمكانياتهم في لعب الألعاب المفضلة لديهم أكثر بدرجتين مرتفعتين بلغتا (3.75، 3.71) على التوالي، كما وتبين النتائج بأن مشاهدة مقاطع العاب الأونلاين على يوتيوب قد أشبعت حاجات التكامل الشخصي التالية للشباب الجامعي في متابعتهم للاعبين ألعاب الأونلاين بدرجات متوسطة: "تمكنهم من أرواء أنفسهم، تسهم في تطوير المهارات اليدوية والرياضية، تسهم في خلق شخصية خاصة بهم، تقوى نزعة الاستقلال الشخصي في تصرفاتهم وأرائهم المستقلة، تخلق عادات خاصة بهم لهذه المقاطع" وقد بلغت تلك الدرجات (3.6، 3.57، 3.53، 3.45، 3.43) على التوالي.

النتائج المتعلقة بالسؤال الفرعي الخامس: ما حاجات التكامل الاجتماعي التي أشبعها

يوتيوب للشباب الجامعي نتيجة متابعتهم لألعاب الأونلاين؟ وللإجابة على هذه السؤال تم استخراج

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، والجدول رقم (8) يوضح ذلك.

الجدول رقم (8)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لحاجات التكامل الاجتماعي التي أشبعها يوتيوب للشباب الجامعي نتيجة متابعتهم لألعاب الأونلاين

الدرجة	%	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرة	
متوسطة	71.8	0.574	3.59	مشاهدة مقاطع العاب الأونلاين على يوتيوب تمكني من إيجاد موضوع أناقشه مع الآخرين	1
متوسطة	70.4	0.599	3.52	مشاهدة مقاطع العاب الأونلاين على يوتيوب تمكني من النظر للحياة بتفاؤل وإيجابية.	2
متوسطة	69.8	0.634	3.49	مشاهدة مقاطع العاب الأونلاين على يوتيوب تمكني من تفهم مشاعر الآخرين ودوافعهم وأستطيع أن أنظر للأمور من وجهات نظرهم	3
متوسطة	68.4	0.645	3.42	مشاهدة مقاطع العاب الأونلاين على يوتيوب توصلني إلى مشاركة الأحلام مع الآخرين	4
متوسطة	68.2	0.676	3.41	مشاهدة مقاطع العاب الأونلاين على يوتيوب تشجعني على التعاطف مع الآخرين	5
متوسطة	68.2	0.692	3.41	مشاهدة مقاطع العاب الأونلاين على يوتيوب تسهم في إيجاد بيئية اجتماعية تناسبني	6
متوسطة	67.6	0.702	3.38	مشاهدة مقاطع العاب الأونلاين على يوتيوب تمكني من إظهار درجة عالية من المودة في تعاملاتي مع الناس	7
متوسطة	66.4	0.718	3.32	مشاهدة مقاطع العاب الأونلاين على يوتيوب تساعدني في الميل للمساهمة إلى الخدمات العامة والإصلاح الاجتماعي وتحسين كل ما يحيط بي	8
متوسطة	69.5		3.47	الدرجة الكلية	

يظهر الجدول رقم (8) أن مشاهدة مقاطع ألعاب الأونلاين على يوتيوب قد أشبعت حاجات التكامل الاجتماعي التالية للشباب الجامعي في متابعتهم للاعبين ألعاب الأونلاين بدرجات متوسطة: " تمكنهم من إيجاد موضوع يناقشونه مع الآخرين، تمكنهم من النظر للحياة بتفاؤل وإيجابية، تفهم مشاعر الآخرين ودوافعهم والنظر للأمور من وجهات نظرهم، توصلهم إلى مشاركة الأحلام مع الآخرين، تشجعهم على التعاطف مع الآخرين، تسهم في إيجادي بيئة اجتماعية تناسبهم، تمكنهم من إظهار درجة عالية من المودة في التعامل مع الناس، تساعد في الميل للمساهمة إلى الخدمات العامة والإصلاح الاجتماعي وتحسين كل ما يحيط بهم" وقد بلغت تلك الدرجات (3.59، 3.52، 3.49، 3.42، 3.41، 3.41، 3.38، 3.32) على التوالي.

ولمعرفة مجمل الحاجات التي اشبعتها مشاهدة مواقع اليوتيوب للشباب الجامعي نتيجة متابعتهم لألعاب الأونلاين، تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية الكلية، والجدول رقم (10) يوضح ذلك

الجدول رقم (9)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للحاجات التي أشبعتها مشاهدة مواقع يوتيوب للشباب الجامعي نتيجة متابعتهم لألعاب الأونلاين

الدرجة	%	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	البعد
متوسطة	70.2	.407	3.51	الحاجات المعرفية
متوسطة	69.5	.502	3.47	الحاجات العاطفية والوجدانية
متوسطة	71.5	.448	3.58	حاجات التكامل الشخصي
متوسطة	68.8	.504	3.44	حاجات التكامل الاجتماعي
متوسطة	70.0	.426	3.50	الحاجات ككل

يظهر الجدول رقم (9) أن الحاجات التي أشبعتها مشاهدة مواقع يوتيوب للشباب الجامعي في متابعتهم لألعاب الأونلاين قد حصلت على درجة متوسطة بلغت (3.5)، وقد جاء في مقدمة هذه الحاجات "حاجات التكامل الشخصي" بدرجة متوسطة بلغت (3.58)، ثم "الحاجات المعرفية" بدرجة متوسطة بلغت (3.51)، ثم "الحاجات العاطفية والوجدانية" بدرجة متوسطة بلغت (3.47)، وأخيراً "حاجات التكامل الاجتماعي" بدرجة متوسطة أيضاً بلغت (3.44).

النتائج المتعلقة بالسؤال الفرعي السادس: ما اشباعات المحتوى المتحققة لدى الشباب الجامعي نتيجة متابعتهم ألعاب الأونلاين في يوتيوب؟ وللإجابة على هذا السؤال تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، والجدول رقم (10) يوضح ذلك.

الجدول رقم (10)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأشباعات المحتوى المتحققة لدى الشباب الجامعي نتيجة متابعتهم ألعاب الأونلاين في يوتيوب؟

الدرجة	%	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرة	
متوسطة	73	0.541	3.65	مشاهدة محتوى الألعاب في يوتيوب يوسع نطاق متابعتي لألعاب أكثر	1
متوسطة	71.6	0.612	3.58	محتوى الألعاب في يوتيوب الأنسب لإرضاء حاجاتي	2
متوسطة	71.4	0.577	3.57	محتوى يوتيوب الاسرع في نقل المعلومات عن آخر الأخبار حول الألعاب	3
متوسطة	71.2	0.614	3.56	محتوى الألعاب في يوتيوب يتفق مع دوافع مشاهدتي ليوتيوب	4
متوسطة	71.2	0.596	3.56	محتوى الألعاب في يوتيوب الأنسب لي	5
متوسطة	70.4	0.65	3.52	محتوى الألعاب في يوتيوب يعد الأكثر مشاهدة حالياً لدى الشباب	6
متوسطة	70.4	0.599	3.52	محتوى الألعاب في يوتيوب يحتوي على مصداقية أكبر من باقي المحتويات	7
متوسطة	71.5		3.58	الدرجة الكلية	

يظهر الجدول رقم (10) أن مشاهدة مقاطع ألعاب الأونلاين على يوتيوب قد حققت إشباعاً المحتوى التالية للشباب الجامعي في متابعتهم لألعاب الأونلاين بدرجات متوسطة: "مشاهدة محتوى الألعاب في يوتيوب توسع نطاق متابعتهم لألعاب أكثر، محتوى الألعاب في يوتيوب الأنسب لإرضاء حاجاتهم، محتوى يوتيوب الأسرع في نقل المعلومات عن آخر الأخبار حول الألعاب، محتوى الألعاب في يوتيوب يتفق مع دوافع مشاهدتهم ليوتيوب، محتوى الألعاب في يوتيوب الأنسب لهم، محتوى الألعاب في يوتيوب يعد الأكثر مشاهدة حالياً لدى الشباب، يحتوي على مصداقية أكبر من باقي المحتويات" وقد بلغت تلك الدرجات (3.65، 3.58، 3.57، 3.56، 3.52، 3.52، 3.56) على التوالي.

النتائج المتعلقة بالسؤال الفرعي السابع: ما اشباعات العملية المتحققة لدى الشباب الجامعي نتيجة متابعتهم ألعاب الأونلاين في يوتيوب؟ وللإجابة على هذا السؤال تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، والجدول رقم (11) يوضح ذلك.

الجدول رقم (11)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأشباعات العملية المتحققة لدى الشباب الجامعي نتيجة متابعتهم ألعاب الأونلاين في يوتيوب

الدرجة	%	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرة	
متوسطة	73.2	0.558	3.66	اخترت يوتيوب عن غيره لأنه الأنسب لي ولحاجاتي	1
متوسطة	71.6	0.645	3.58	يعتبر يوتيوب هو الأمثل لمتابعتي لأخر الأخبار	2
متوسطة	70.6	0.599	3.53	يوفر يوتيوب المحتوى الكافي لي دون الرجوع إلى مواقع وتطبيقات رقمية أخرى	3
متوسطة	70.4	0.666	3.52	يعزز يوتيوب علاقتي مع الأشخاص الذين ينشرون المحتوى الذي أتابعه	4
متوسطة	68.8		3.44	المعدل	

يظهر الجدول رقم (11) أن مشاهدة مقاطع ألعاب الأونلاين على يوتيوب قد حققت الإشباعات العملية التالية للشباب الجامعي في متابعتهم لألعاب الأونلاين بدرجات متوسطة: "أخترت يوتيوب عن غيره لأنه الأنسب لي ولحاجاتي، يعتبر يوتيوب هو الأمثل لمتابعتي لأخر الأخبار، يوفر يوتيوب المحتوى الكافي لي دون الرجوع إلى مواقع وتطبيقات رقمية أخرى، يعزز يوتيوب علاقتي مع الأشخاص الذين ينشرون المحتوى الذي أتابعه" وقد بلغت تلك الدرجات (3.66، 3.58، 3.53، 3.52) على التوالي.

ولمعرفة مجمل الإشباعات التي تحققت نتيجة متابعة الشباب الجامعي لمحتوى لاعبي الأونلاين في اليوتيوب، تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية الكلية، والجدول رقم (12) يوضح ذلك.

الجدول رقم (12)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية الإشباعات المتحققة من مشاهدة مواقع يوتيوب للشباب الجامعي في متابعتهم لألعاب الأونلاين

الدرجة	%	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	البعد
متوسطة	71.3	.456	3.56	إشباعات المحتوى
متوسطة	71.4	.468	3.57	إشباعات العملية
متوسطة	71.3	.442	3.57	الإشباعات ككل

يظهر الجدول رقم (12) أن الإشباعات المتحققة من مشاهدة مواقع يوتيوب للشباب الجامعي في متابعتهم لألعاب الأونلاين قد حصلت على درجة متوسطة بلغت (3.57)، وقد حصلت إشباعات العملية المتحققة من مشاهدة مواقع يوتيوب للشباب الجامعي في متابعتهم للاعبين ألعاب الأونلاين على درجة متوسطة بلغت (3.57)، وحصلت إشباعات المحتوى على درجة متوسطة أيضا بلغت (3.56).

النتائج بفرضية الدراسة الأولى: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الحاجات التي أشبعتها مشاهدة ألعاب الأونلاين في يوتيوب من قبل الشباب الجامعي تعزى للمتغيرات الديموغرافية (تبعاً للجامعة، النوع الاجتماعي، التخصص الأكاديمي، السنة الدراسية) عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، ولإجابة على هذا السؤال تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيمة T، وعمل اختبار **One Way ANOVA** لإستخراج قيمة F لكل متغير على حدى والجدول ذوات الارقام (13،14،15،16) توضح ذلك.

الجدول رقم (13)

اختبار T للعينات المستقلة لتأثير متغير الجامعة على الحاجات التي أشبعتها مشاهدة مواقع يوتيوب للشباب الجامعي في متابعتهم لألعاب الأونلاين

الحاجات	الجامعة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T	درجة الحرية	مستوى الدلالة
الحاجات المعرفية	الجامعة الأردنية	49	3.49	0.468	-0.383	93	0.703
	جامعة الشرق الأوسط	46	3.52	0.334			
الحاجات العاطفية والوجدانية	الجامعة الأردنية	49	3.46	0.520	-0.310	93	0.757
	جامعة الشرق الأوسط	46	3.49	0.488			
حاجات التكامل الشخصي	الجامعة الأردنية	49	3.53	0.499	-1.085	93	0.281
	جامعة الشرق الأوسط	46	3.63	0.384			
حاجات التكامل الاجتماعي	الجامعة الأردنية	49	3.38	0.553	-1.189	93	0.238
	جامعة الشرق الأوسط	46	3.51	0.443			
الحاجات ككل	الجامعة الأردنية	49	3.47	0.479	-0.818	93	0.415
	جامعة الشرق الأوسط	46	3.54	0.363			

يظهر الجدول رقم (13) أن قيم T لم تكن ذات دلالة إحصائية عند مستوى أقل من 0.05،

مما يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \geq 0.05$) في الحاجات التي

أشبعتها مشاهدة مواقع يوتيوب للشباب الجامعي في متابعتهم لألعاب الأونلاين تعزى لتأثير متغير الجامعة.

الجدول رقم (14)

اختبار T للعينات المستقلة لتأثير متغير النوع الاجتماعي على الحاجات التي أشبعتها مشاهدة مواقع يوتيوب للشباب الجامعي في متابعتهم لألعاب الأونلاين

مستوى الدلالة	درجة الحرية	T	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	النوع الاجتماعي	الحاجات
0.001*	93	3.596	0.373	3.60	65	ذكر	الحاجات المعرفية
			0.406	3.30	30	أنثى	
0.02*	93	2.36	0.443	3.56	65	ذكر	الحاجات العاطفية والوجدانية
			0.582	3.30	30	أنثى	
0.041*	93	2.075	0.430	3.64	65	ذكر	حاجات التكامل الشخصي
			0.461	3.44	30	أنثى	
0.583	93	0.551	0.495	3.46	65	ذكر	حاجات التكامل الاجتماعي
			0.530	3.40	30	أنثى	
0.028*	93	2.233	0.401	3.57	65	ذكر	الحاجات ككل
			0.451	3.36	30	أنثى	

يظهر الجدول رقم (14) أن قيم T كانت ذات دلالة إحصائية عند مستوى أقل من 0.05، مما يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$ في الحاجات التي أشبعتها مشاهدة مواقع يوتيوب للشباب الجامعي في متابعتهم لألعاب الأونلاين ككل وفي (الحاجات المعرفية والحاجات العاطفية والوجدانية والتكامل الشخصي) تعزى لتأثير متغير النوع الاجتماعي، حيث كانت النتائج لصالح الذكور، ولم تكن قيمة T ذات دلالة إحصائية عند مستوى أقل من 0.05 لحاجات التكامل الاجتماعي، مما يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$ في حاجات التكامل الاجتماعي التي أشبعتها مشاهدة مواقع يوتيوب للشباب الجامعي في متابعتهم للاعبين لألعاب الأونلاين.

الجدول رقم (15)

اختبار T للعينات المستقلة لتأثير متغير التخصص الأكاديمي على الحاجات التي أشبعتها مشاهدة مواقع يوتيوب للشباب الجامعي في متابعتهم لألعاب الأونلاين

مستوى الدلالة	درجة الحرية	T	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	التخصص الأكاديمي	الحاجات
0.547	93	-.604-	0.346	3.48	40	كليات علمية	الحاجات المعرفية
			0.448	3.53	55	كليات إنسانية	
0.138	93	-1.495-	0.509	3.39	40	كليات علمية	الحاجات العاطفية والوجدانية
			0.492	3.54	55	كليات إنسانية	
0.18	93	-1.350-	0.417	3.50	40	كليات علمية	حاجات التكامل الشخصي
			0.465	3.63	55	كليات إنسانية	
0.628	93	-.486-	0.489	3.41	40	كليات علمية	حاجات التكامل الاجتماعي
			0.519	3.46	55	كليات إنسانية	
0.283	93	-1.081-	0.382	3.44	40	كليات علمية	الحاجات ككل
			0.454	3.54	55	كليات إنسانية	

يظهر الجدول رقم (15) أن قيم T لم تكن ذات دلالة إحصائية عند مستوى أقل من 0.05،

مما يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$ في الحاجات التي

أشبعتها مشاهدة مواقع يوتيوب للشباب الجامعي في متابعتهم لألعاب الأونلاين تعزى لتأثير متغير

التخصص الأكاديمي.

الجدول رقم (16)

اختبار تحليل التباين الأحادي One Way ANOVA لتأثير متغير السنة الدراسية على الحاجات التي أشبعتها مشاهدة مواقع يوتيوب للشباب الجامعي في متابعتهم لألعاب الأونلاين

مستوى الدلالة	F	متوسط المربعات	درجة الحرية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	السنة الدراسية	الحاجات
0.283	1.272	0.208	5	0.474	3.33	21	الأولى	الحاجات المعرفية
				0.309	3.59	23	الثانية	
				0.340	3.52	21	الثالثة	
				0.504	3.56	20	الرابعة	
				0.216	3.63	7	الخامسة	
				0.515	3.43	3	السادسة	
				0.407	3.51	95	المجموع	
0.082	2.032	0.486	5	0.577	3.20	21	الأولى	الحاجات العاطفية والوجدانية
				0.389	3.65	23	الثانية	
				0.488	3.45	21	الثالثة	
				0.492	3.56	20	الرابعة	
				0.420	3.56	7	الخامسة	
				0.643	3.43	3	السادسة	
				0.502	3.47	95	المجموع	
0.13	2.602	0.48	5	0.539	3.29	21	الأولى	حاجات التكامل الشخصي
				0.324	3.71	23	الثانية	
				0.391	3.61	21	الثالثة	
				0.476	3.66	20	الرابعة	
				0.319	3.71	7	الخامسة	
				0.412	3.48	3	السادسة	
				0.448	3.58	95	المجموع	
0.12	1.804	0.44	5	0.608	3.21	21	الأولى	حاجات التكامل الاجتماعي
				0.388	3.60	23	الثانية	
				0.402	3.42	21	الثالثة	
				0.474	3.57	20	الرابعة	
				0.456	3.43	7	الخامسة	
				1.063	3.21	3	السادسة	
				0.504	3.44	95	المجموع	

مستوى الدلالة	F	متوسط المربعات	درجة الحرية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	السنة الدراسية	الحاجات
0.059	2.224	0.379	5	0.520	3.26	21	الأولى	الحاجات ككل
				0.305	3.64	23	الثانية	
				0.327	3.50	21	الثالثة	
				0.468	3.59	20	الرابعة	
				0.309	3.58	7	الخامسة	
				0.650	3.39	3	السادسة	
				0.426	3.50	95	المجموع	

يظهر الجدول رقم (16) أن قيم F لم تكن ذات دلالة إحصائية عند مستوى أقل من 0.05، مما يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$ في الحاجات التي أشبعتها مشاهدة مواقع يوتيوب للشباب الجامعي في متابعتهم لألعاب الأونلاين تعزى لمتغير السنة الدراسية.

الإجابة عن فرضية الدراسة الثانية هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الإشباع المتحققة من مشاهدة ألعاب الأونلاين في يوتيوب من قبل الشباب الجامعي تعزى للمتغيرات الاجتماعية (تبعاً للجامعة، النوع الاجتماعي، التخصص الأكاديمي، السنة الدراسية) عند مستوى الدلالة $(\alpha \leq 0.05)$. وللاجابة على هذا السؤال تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيمة T، وعمل اختبار ONE WAY A NOVA لإستخراج قيمة F لكل متغير على حدى والجدول ذوات الأرقام (17،18،19،20) توضح ذلك.

الجدول رقم (17)

اختبار T للعينات المستقلة لتأثير متغير الجامعة على الإشباعات المتحققة من مشاهدة الشباب الجامعي لمحتوى اليوتيوب في متابعتهم لألعاب الأونلاين

الحاجات	الجامعة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T	درجة الحرية	مستوى الدلالة
إشباعات المحتوى	الجامعة الأردنية	49	3.53	0.472	-0.732	93	0.466
	جامعة الشرق الأوسط	46	3.60	0.441			
الإشباعات العملية	الجامعة الأردنية	49	3.56	0.501	-0.319	93	0.75
	جامعة الشرق الأوسط	46	3.59	0.435			
الإشباعات ككل	الجامعة الأردنية	49	3.54	0.463	-0.546	93	0.586
	جامعة الشرق الأوسط	46	3.59	0.422			

يظهر الجدول رقم (17) أن قيم T لم تكن ذات دلالة إحصائية عند مستوى أقل من 0.05، مما يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$ للإشباعات المتحققة من مشاهدة مواقع يوتيوب للشباب الجامعي في متابعتهم لألعاب الأونلاين تعزى لتأثير متغير الجامعة.

الجدول رقم (18)

اختبار T للعينات المستقلة لتأثير متغير النوع الاجتماعي على الإشباعات المتحققة من مشاهدة الشباب الجامعي لمحتوى اليوتيوب في متابعتهم لألعاب الأونلاين

الحاجات	النوع الاجتماعي	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T	درجة الحرية	مستوى الدلالة
إشباعات المحتوى	ذكر	65	3.63	0.401	1.995	93	0.049*
	أنثى	30	3.43	0.541			
الإشباعات العملية	ذكر	65	3.64	0.395	2.104	93	0.038*
	أنثى	30	3.43	0.577			
الإشباعات ككل	ذكر	65	3.63	0.372	2.147	93	0.034*
	أنثى	30	3.43	0.546			

يظهر الجدول رقم (18) أن قيم T كانت ذات دلالة إحصائية عند مستوى أقل من 0.05، مما يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$ للإشباع المتحقق من مشاهدة مواقع يوتيوب للشباب الجامعي في متابعتهم لألعاب الأونلاين تعود لتأثير متغير النوع الاجتماعي وكانت النتائج لصالح الذكور.

الجدول رقم (19)

اختبار T للعينات المستقلة لتأثير متغير التخصص الأكاديمي على الإشباع المتحقق من مشاهدة الشباب الجامعي لمحتوى اليوتيوب في متابعتهم لألعاب الأونلاين

الحاجات	التخصص الأكاديمي	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T	درجة الحرية	مستوى الدلالة
إشباع المحتوى	كليات علمية	40	3.57	0.392	0.136	93	0.892
	كليات إنسانية	55	3.56	0.501			
الإشباع العملية	كليات علمية	40	3.58	0.386	0.18	93	0.857
	كليات إنسانية	55	3.56	0.523			
الإشباع ككل	كليات علمية	40	3.58	0.354	0.166	93	0.869
	كليات إنسانية	55	3.56	0.500			

يظهر الجدول رقم (19) أن قيم T لم تكن ذات دلالة إحصائية عند مستوى أقل من 0.05، مما يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$ للإشباع المتحقق من مشاهدة مواقع يوتيوب للشباب الجامعي في متابعتهم لألعاب الأونلاين تعزى لتأثير متغير التخصص الأكاديمي.

الجدول رقم (20)

اختبار تحليل التباين الأحادي ONE WAY A NOVA لتأثير متغير السنة الدراسية على الإشباعات المتحققة من مشاهدة الشباب الجامعي لمحتوى اليوتيوب في متابعتهم لألعاب الأونلاين

مستوى الدلالة	F	متوسط المربعات	درجة الحرية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	السنة الدراسية	الحاجات
0.495	0.885	0.185	5	0.516	3.41	21	الأولى	إشباعات المحتوى
				0.482	3.59	23	الثانية	
				0.360	3.54	21	الثالثة	
				0.469	3.69	20	الرابعة	
				0.394	3.65	7	الخامسة	
				0.502	3.52	3	السادسة	
				0.456	3.56	95	المجموع	
0.075	2.082	0.431	5	0.555	3.33	21	الأولى	الإشباعات العملية
				0.458	3.62	23	الثانية	
				0.387	3.52	21	الثالثة	
				0.470	3.70	20	الرابعة	
				0.238	3.82	7	الخامسة	
				0.250	3.75	3	السادسة	
				0.468	3.57	95	المجموع	
0.202	1.487	0.283	5	0.518	3.37	21	الأولى	الإشباعات ككل
				0.452	3.60	23	الثانية	
				0.361	3.53	21	الثالثة	
				0.451	3.70	20	الرابعة	
				0.242	3.74	7	الخامسة	
				0.376	3.64	3	السادسة	
				0.442	3.57	95	المجموع	

يظهر الجدول رقم (20) أن قيم F لم تكن ذات دلالة إحصائية عند مستوى أقل من 0.05،

مما يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$ للإشباعات المتحققة

من مشاهدة مواقع يوتيوب للشباب الجامعي في متابعتهم لألعاب الأونلاين تعزى لمتغير السنة

الدراسية.

الفصل الخامس
مناقشة النتائج والتوصيات

الفصل الخامس

مناقشة النتائج والتوصيات

أولاً: مناقشة السؤال الاول: ما انماط وعادات استخدام الطلبة لموقع يوتيوب نتيجة متابعتهم لألعاب الأونلاين؟

-هل تشاهد مقاطع ألعاب الأونلاين؟

1- أظهرت نتائج الدراسة أن نسبة الذين أجابوا ب(نعم) بلغت 43.2% من مجموع 220 طالبا، في حين بلغ عدد الذين أجابوا ب (لا) 56.8% من المجموع. وذلك يتضح بأن هذا النوع من الفيديوهات التي ينشر على يوتيوب يلاقي أهتمام ومتابعة من قبل الشباب الجامعي، وأن كان لا يتجاوز نصف عينة الدراسة، وخاصة أن مفهوم صناع محتوى الألعاب موضوع جديد على المجتمع العربي بعكس المجتمعات الغربية وبدأ يأخذ صداه حديثا، لذلك يتوقع الباحث بأن النسبة سترتفع مع السنوات القادمة.

2- من نتائج الدراسة والتي بينت أن عدد الذين يشاهدون مقاطع العاب الاونلاين على يوتيوب والبالغة نسبتهم 43.2%, ومن خلال الاستفسار عن عدد ساعات تعرضهم تبين أن نسبة التعرض لهذا النوع من المقاطع في أقل من ساعة 51.6% وبلغت نسبة الذين يشاهدون هذه المقاطع من ساعة إلى ساعتين 38.9%.

ومن نتائج الدراسة تبين بأن الفترة المفضلة لمشاهدة هذه المقاطع هي فترة المساء المتأخر وبلغت نسبتها 70.5% من عدد الذين يشاهدون هذه المقاطع، حيث أشارت مفردتان في البند الذي أتاح لهم كتابة أسباب مشاهدتهم لهذه المقاطع بأنهم يريدون تسلية أنفسهم قبل النوم، وذلك يشير بأن المساء والمساء المتأخر بالفعل هو الوقت المفضل للمشاهدة كما جاءت نتائج الدراسة.

3- من نتائج الدراسة حول اسباب تفضيلهم مشاهدة مقاطع العاب الاونلاين، ف 80% من عدد المتابعين لهذه المقاطع يتابعها لتمضية وقت الفراغ، كما توصلت الدراسة إلى أنه 44.2% من متابعين هذه الفيديوهات يتعرضون لهذه المقاطع فور نشرها، وذلك يعود إلى اشتراك الشخص في قناة لاعب هذه الألعاب ويصله تنبيه في حين نشره لهذا المقطع على يوتيوب.

وبالنسبة إلى أسباب اختيار القناة التي يتابعها عن غيرها في يوتيوب، فبينت نتائج الدراسة بأن 76.8% من المتعرضين لهذه المقاطع يشاهدونها لرغبتهم الشخصية كما أن 62.1% من عينة المشاهدين لهذه المقاطع يلعبون الألعاب التي يشاهدوها على يوتيوب، كما أن 48.4% من هذه العينة يشاهدون الشخص الذي يقوم بنشر الفيديوهات بأختلاف المحتوى.

4- أظهرت نتائج الدراسة بأن أكثر نوع ألعاب متابعة من قبل عينة الدراسة من حيث المضمون هو ألعاب الاونلاين الضخمة والتي تجمع لاعبين مختلفين حول العالم في لعبة واحدة وبلغت نسبة مشاهدتهم لهذا النوع من الألعاب مانسبته 63.2%. ويعزى الباحث السبب في ذلك إلى أدوات التشويق والأغرائات التي تستخدمها شركات إنتاج وتطوير الألعاب في جذب اللاعبين إليها.

وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة بارش الدين وصابر (2016) التي أظهرت أن 43% من الطلبة يتصفح موقع يوتيوب بشكل يومي كما الفترة المسائية هي الفترة المفضلة للمشاهدة أيضا كما جاءت نتيجة الدراسة، وتتفق أيضا الدراسة بعدد ساعات المشاهدة حيث كانت اقل من ساعة الاختيار الاكبر من عينة الدراسة.

ثانياً: مناقشة السؤال الثاني: ما الحاجات المعرفية التي أشبعها يوتيوب للشباب الجامعي نتيجة متابعتهم للألعاب الأونلاين؟

بينت نتائج الدراسة بأن المتوسطات الحسابية للحاجات المعرفية تراوحت نسبها ما بين (3.8 – 3.07) وجاء ترتيب الفقرات حسب الأهمية من قبل أفراد العينة كما ظهر في الجدول رقم (6) تنازلياً.

جاءت فقرة تسهم في فهمي للألعاب بشكل أكبر بمتوسط بلغ 3.8، و تساعدني في حل ألغاز الألعاب أكثر بمتوسط 3.64، كما جاءت الفقرة تزيد اهتمامي بالألعاب الذهنية ، وخاصة التي تمتاز بالمرهنة والمنافسة بمتوسط 3.62، وتكسبني الخبرات والحكم عليها بمتوسط 3.59، وتتضج القدرات الفكرية لدي بمتوسط 3.55 وتمكنني من السعي نحو تحقيق مستوى معرفي وتعليمي عال بمتوسط 3.28، وتسهم في التفكير بالمستقبل والأمر الذي يحثني على الاستمرار والتركيز في دراستي أو مهنتي بمتوسط 3.07، وبلغ معدل المتوسط الحسابي للحاجات المعرفية ما معدله 3.56.

يعكس وجود الفقرة الاولى وهو فهمي للألعاب بشكل أكبر بأعلى متوسط حسابي وهو بأنه بالفعل أن الشباب الجامعي يتابع هذه المقاطع لأنه يلعب مثل هذه الألعاب ومن خلال المتابعة يستطيع تعلم تقنيات وأساليب جديدة تمكنه من فهم الألعاب بشكل أكبر.

وأتفقت الدراسة مع دراسة نايف 2015 والتي أظهرت أن تأثيرات الألعاب ليست سلبية فقط بل لها تأثيرات إيجابية على الجانب المعرفي والسلوكي حيث أشارت نتائج الدراسة بأن نسبة 84 % من الأطفال يتأثرون بالألعاب الإلكترونية من خلال طريقة تفكيرهم حيث يقوم الأطفال على طرح

الأسئلة الكثيرة على أوليائهم بالاضافة إلى استعلامهم عن الألعاب التي يمارسونها وطرق النجاة من اللعبة للوصول إلى بر الأمان مهما كانت نوع اللعبة.

ثالثاً: مناقشة السؤال الثالث: ما الحاجات العاطفية والوجدانية التي أشبعها يوتيوب للشباب الجامعي نتيجة متابعتهم لألعاب الأونلاين؟

توصلت نتائج الدراسة بأن المتوسطات الحسابية للحاجات العاطفية والوجدانية تراوحت نسبها ما بين (3.28-3.66) وجاء ترتيب الفقرات حسب الأهمية من قبل أفراد العينة كما ظهر في الجدول رقم (7) تنازلياً.

حيث جاءت فقرة تستطيع ملاً وقت الفراغ الذي أمتلكه بمتوسط حسابي قدره 3.66، وتسهم في تدريب الذات على الهدوء والاسترخاء بمتوسط قدره 3.56، وتسهم في تخفيف توتري بمتوسط 3.55. وتجعلني أكثر سعادة بمتوسط 3.53، وتخفيف أعراض اضطرابات القلق والكآبة لدي بمتوسط 3.53، وتسهم في تمتعي بدرجة عالية من الصحة النفسية بمتوسط 3.48، وتسهم في زيادة تواصلني مع الآخرين بمتوسط 3.48، وتمكنني من التعبير عن المشاعر والأحاسيس بسهولة والتحكم في الانفعالات بمتوسط 3.37، وتمكنني من زيادة عدد الأصدقاء والمعارف بمتوسط 3.31، وتسهم في زيادة قبولي من الآخرين بمتوسط 3.28. وبلغ معدل المتوسط الحسابي للحاجات العاطفية والوجدانية ما معدله 3.57.

تبين نتائج الدراسة بأن الشباب الجامعي يمتلك وقت فراغ يقضيه بمشاهدة هذه المقاطع وذلك في الغالب لأنه يرى بأن مقاطع العاب الأونلاين تستطيع ملاً الحاجات العاطفية والوجدانية لديه.

ورغم أختلاف دراسة الفرحان والشقر (2017) في عينة الدراسة إلا انها توافقت مع الجانب العاطفي حيث جاءت أبرز نتائج الدراسة أن دوافع استخدام أطفال الروضة للألعاب الإلكترونية

تمثلت في ملاءمة أوقات الفراغ وعدم الإحساس بالملل وتناسبت مع الفقرة الأولى التي حازت عليها الدراسة.

رابعاً: مناقشة السؤال الرابع: ما حاجات التكامل الشخصي التي أشبعها يوتيوب للشباب الجامعي نتيجة متابعتهم لألعاب الأونلاين؟

أظهرت نتائج الدراسة بأن المتوسطات الحسابية لحاجات التكامل الشخصي تراوحت نسبها ما بين (3.43-3.75) وجاء ترتيب الفقرات حسب الأهمية من قبل أفراد العينة كما ظهر في الجدول رقم (8) تنازلياً.

يتضح من نتائج الدراسة بأن الفقرة تجعلني أجرب ألعاباً جديدة حلت بأعلى متوسط وقدره 3.75 وهي نسبة مرتفعة، كما جاءت الفقرة تسهم في إمكانية لعبي للألعاب المفضلة عندي أكثر بنسبة مرتفعة أيضاً وبنسبة مقدارها 3.71، وتمكنني من أرى نفسي بمتوسط 3.6، وتسهم في تطوير مهاراتي اليدوية والرياضية بمتوسط 3.57، وتسهم في خلق شخصية خاصة بي بمتوسط 3.53، وتقوى نزعة الاستقلال الشخصي في تصرفاتي وآرائي المستقلة بمتوسط 3.45، وتخلق عادات خاصة بي لهذه المقاطع بأقل متوسط حصلت عليه بـ 3.43، ومن هذه النتائج يتضح لنا بأن التعرض لهذه المقاطع نوعاً ما يخلق شخصية إيجابية للشباب الجامعي، وأن لها دور في التمسك بالعادات المفضلة للمتعرض لمقاطع لاعبو ألعاب الأونلاين في يوتيوب.

واتفقت الدراسة مع دراسة عبدالله الهدلق (2012) حيث جاءت أبرز إيجابيات ممارسة الألعاب من وجهة نظر طلبة التعليم العام بأنه تطورت المهارات الحاسوبية لدى الطلبة وأيضاً أسهمت في تطوير اللغة الإنجليزية وذلك يتوافق مع جانب حاجات التكامل الشخصي.

خامساً: مناقشة السؤال الخامس: ما حاجات التكامل الاجتماعي التي أشبعها يوتيوب للشباب الجامعي نتيجة متابعتهم لألعاب الأونلاين؟

يتضح من خلال نتائج الدراسة بأن المتوسطات الحسابية لحاجات التكامل الاجتماعي تراوحت نسبها ما بين (3.32-3.59) وجاء ترتيب الفقرات حسب الأهمية من قبل أفراد العينة كما ظهر في الجدول رقم (9) تنازلياً.

تبين نتائج الدراسة أن أعلى متوسط حسابي كان من نصيب الفقرة تمكني من إيجاد موضوع أناقشه مع الآخرين بـ 3.59 درجة، وبمتوسط حسابي وقدره 3.52 جاءت الفقرة تمكني من النظر للحياة بتفاؤل وإيجابية، تلاها الفقرة تمكني من تفهم مشاعر الآخرين ودوافعهم وأستطيع أن أنظر للأمور من وجهات نظرهم بمتوسط حسابي وقدره 3.49، وبنسبة 3.42 حلت الفقرة توصلني إلى مشاركة الأحلام مع الآخرين في المرتبة الرابعة، وجاءت الفقرة تشجعي على التعاطف مع الآخرين بعدها بمتوسط حسابي وقدره 3.41، ومن ثم تسهم في إيجادي بيئة اجتماعية تناسبني بمتوسط متساوي مع الفقرة السابقة، في حين كانت الفقرة تمكني من إظهار درجة عالية من المودة في تعاملاتي مع الناس بمتوسط حسابي وقدره 3.38، وكان نصيب الفقرة التي حصلت على أقل متوسط حسابي وقدره 3.32 وهي تساعدني في الميل للمساهمة إلى الخدمات العامة والإصلاح الاجتماعي وتحسين كل ما يحيط بي.

وتظهر نتائج الدراسة أن لأشباع حاجات التكامل الاجتماعي دوراً إيجابياً في زيادة التواصل الاجتماعي حيث أنفقت هذه النتيجة مع نتيجة (WESTENBERG, 2016)، حيث توصلت دراسة الباحثة إلى عدة سلوكيات تحدث عند مشاهدة فيديوهات اليوتيوب وكانت النتيجة الأولى لدراستها بأنه يتحدث المراهقون بشكل خاص مع الأصدقاء عن مقاطع الفيديو التي يشاهدونها وعن

مستخدمي يوتيوب الذين يتابعونهم، ومنهم من هو عالق في مجتمع يوتيوب لدرجة أنهم ينضمون إلى قائمة المعجبين على أنستغرام وواتس أب من جميع أنحاء العالم، وفي الغالب هؤلاء لا يعرفون بعضهم لكن يتم التواصل بينهم، بل حتى يتم تحديد لقاء حقيقي بينهم ويتم التعارف وتتكون صداقات جديدة بينهم لمجرد أنهم معجبون بشخص ما على اليوتيوب، حيث تتناسب هذه النتيجة مع العديد من فقرات هذا السؤال.

سادساً: مناقشة السؤال السادس: ما اشباعات المحتوى المتحققة لدى الشباب الجامعي نتيجة متابعتهم ألعاب الأونلاين في يوتيوب؟

توصلت نتائج الدراسة بأن المتوسطات الحسابية لأشباعات المحتوى تراوحت نسبها ما بين (3.52-3.65) جميعها نسب متوسطة وجاء ترتيب الفقرات حسب الأهمية من قبل أفراد العينة كما ظهر في الجدول رقم (11) تنازلياً.

ويتضح من نتائج الدراسة أن الفقرة يوسع نطاق متابعتي لألعاب أكثر حلت في المرتبة الأولى بمتوسط وقدره 3.65، ومن ثم أن محتوى الألعاب في يوتيوب الأنسب لإرضاء حاجاتي جاء ثانياً بمتوسط 3.57، وجاءت الفقرتان محتوى الألعاب في يوتيوب يتفق مع دوافع مشاهدي ليوتيوب و محتوى الألعاب في يوتيوب الأنسب لي بمتوسط حسابي 3.56، وتلتها الفقرة محتوى الألعاب في يوتيوب يعد الأكثر مشاهدة حالياً لدى الشباب بمتوسط حسابي 3.52، وأشتركت الفقرة محتوى الألعاب في يوتيوب يحتوي على مصداقية أكبر من باقي المحتويات مع الفقرة الماضية بنفس المتوسط لكنها حلت بالمرتبة الأخيرة.

ويتبين من نتائج الدراسة أن محتوى الألعاب في يوتيوب مرغوب لدى فئة الشباب الجامعي وهذا ما يتفق مع دراسة Ba'rtl (2018)، حيث أشارت الدراسة إلى أن محتوى الألعاب بدأ

بأكتساب شعبيته في عام 2010 ونما تدريجياً عاماً بعد عام ليكون ثاني أكثر محتوى مشاهدةً في عام 2015 و2016، والاكثر شعبيةً في عام 2017.

سابعاً: مناقشة السؤال السابع: ما أشباعات العملية المتحققة لدى الشباب الجامعي نتيجة متابعتهم ألعاب الأونلاين في يوتيوب؟

تبين من نتائج الدراسة بأن المتوسطات الحسابية لأشباعات العملية تراوحت نسبها ما بين (3.52-3.66) جميعها نسب متوسطة وجاء ترتيب الفقرات حسب الأهمية من قبل أفراد العينة كما ظهر في الجدول رقم (12) تنازلياً.

وتوضح نتائج الدراسة بأنه كان أعلى متوسط حسابي هو 3.66 وهو من نصيب الفقرة اخترت يوتيوب عن غيره لأنه الأنسب لي ولحاجاتي، وجاءت بالمرتبة التي بعدها الفقرة يعتبر يوتيوب هو الأمثل لمتابعتي لأخر الأخبار وحصلت على متوسط حسابي وقدره 3.58، وتلتها الفقرة يوفر يوتيوب المحتوى الكافي لي دون الرجوع إلى مواقع وتطبيقات رقمية أخرى بمتوسط 3.53، لتحتل أخيراً الفقرة يعزز يوتيوب علاقتي مع الأشخاص الذين ينشرون المحتوى الذي أتابعه بأقل متوسط حسابي وهو 3.52.

وتتفق نتائج السؤال السابع مع دراسة Zanatta (2017) حيث تناولت الباحثة في نتائجها بأن اليوتيوب قد غير حياة العديد من الأفراد وأخرجهم إلى منطقة راحتهم، حيث تجد في اليوتيوب جميع المحتويات لمختلف الأفراد، وأن منصة يوتيوب أصبح لها ثقافة خاصة في التعامل معها.

ثامناً: مناقشة الفرضية الأولى: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الحاجات التي أشبعتها مشاهدة العاب الأونلاين في يوتيوب من قبل الشباب الجامعي تعزى للمتغيرات الاجتماعية (تبعاً للجامعة، النوع الاجتماعي، التخصص الأكاديمي، السنة الدراسية) عند مستوى الدلالة $(\alpha \leq 0.05)$.

(أ) تبعاً للجامعة:

تبين نتائج الدراسة بأنه لم تكن هناك فروقا ذات دلالات إحصائية في استجابات مبحوثي جامعتي الاردنية والشرق والوسط في نسبة الحاجات التي أشبعتها مقاطع لاعبي العاب الاونلاين في يوتيوب (الحاجات المعرفية والحاجات العاطفية والوجدانية والتكامل الشخصي) والتي تعزى لمتغير الجامعة.

(ب) تبعاً للنوع الاجتماعي:

تبين نتائج الدراسة بأنه هناك فروقاً ذات دلالات إحصائية في استجابات المبحوثين تبعاً للنوع الاجتماعي (الذكور، والإناث) في نسبة الحاجات التي أشبعتها مقاطع لاعبي العاب الاونلاين في يوتيوب (الحاجات المعرفية والحاجات العاطفية والوجدانية والتكامل الشخصي)، وهذا مايفسر أن هناك عدم تقارب بين الذكور والإناث في نسبة متابعتهم، ويرجع ذلك إلى أن اهتمام الذكور بقضايا العاب الاونلاين أكثر من الإناث.

(ج) تبعاً للتخصص الأكاديمي:

تبين نتائج الدراسة بأنه لم تكن هناك فروقا ذات دلالات إحصائية في إستجابة طلبة الكليات العلمية والإنسانية لكلتا الجامعتين في نسبة الحاجات التي أشبعتها مقاطع لاعبي العاب الاونلاين في يوتيوب (الحاجات المعرفية والحاجات العاطفية والوجدانية والتكامل الشخصي) والتي تعزى لمتغير التخصص الأكاديمي.

(د) تبعاً للسنة الدراسية:

تبين نتائج الدراسة بأنه لم تكن هناك فروقا ذات دلالات إحصائية في إستجابة طلبة السنوات (الاولى والثانية والثالثة والرابعة والخامسة) لكلتا الجامعتين في نسبة الحاجات التي أشبعتها مقاطع لاعبي العاب الاونلاين في يوتيوب (الحاجات المعرفية والحاجات العاطفية والوجدانية والتكامل الشخصي) والتي تعزى لمتغير السنة الدراسية.

تاسعاً: مناقشة الفرضية الثانية: هل توجد فروق ذات دالة إحصائية في الإشباعات المتحققة من مشاهدة العاب الأونلاين في يوتيوب من قبل الشباب الجامعي تعزى للمتغيرات الاجتماعية (تبعاً للجامعة، النوع الاجتماعي، التخصص الأكاديمي، السنة الدراسية) عند مستوى الدلالة $(\alpha \leq 0.05)$.

(أ) تبعاً للجامعة:

تبين نتائج الدراسة بأنه لم تكن هناك فروقا ذات دلالات إحصائية في استجابات مبحوثي جامعتي الاردنية والشرق والوسط في نسبة الأشباعات المتحققة والتي أشبعتها مقاطع لاعبي العاب الاونلاين في يوتيوب (أشباعات المحتوى، أشباعات العملية) والتي تعزى لمتغير الجامعة

(ب) تبعاً للنوع الاجتماعي:

تبين نتائج الدراسة بأنه هناك فروقاً ذات دلالات احصائية في أستجابات المبحوثين تبعاً للنوع الاجتماعي (الذكور، والإناث) في نسبة الأشباعات المتحققة والتي أشبعتها مقاطع لاعبي العاب الاونلاين في يوتيوب (اشباعات المحتوى، اشباعات العملية)، وكما فُسر آنفاً بأن هناك عدم تقارب بين الذكور والإناث في نسبة متابعتهم، ويرجع ذلك إلى أن اهتمام الذكور بقضايا العاب الاونلاين أكثر من الإناث.

ج) تبعاً للتخصص الأكاديمي

تبين نتائج الدراسة بأنه لم تكن هناك فروقا ذات دلالات إحصائية في إستجابة طلبة الكليات العلمية والإنسانية لكلتا الجامعتين في نسبة الأشباعات المتحققة والتي أشبعتها مقاطع لاعبي العاب الاونلاين في يوتيوب (اشباعات المحتوى، اشباعات العملية) والتي تعزى لمتغير التخصص الأكاديمي.

د) تبعاً للسنة الدراسية:

تبين نتائج الدراسة بأنه لم تكن هناك فروقا ذات دلالات إحصائية في إستجابة طلبة السنوات (الاولى والثانية والثالثة والرابعة والخامسة) لكلتا الجامعتان في نسبة الأشباعات المتحققة والتي أشبعتها مقاطع لاعبي العاب الاونلاين في يوتيوب (اشباعات المحتوى، اشباعات العملية) والتي تعزى لمتغير السنة الدراسية.

أهم النتائج

1- أظهرت نتائج الدراسة أن نسبة الذين أجابوا بأنهم يشاهدون فيديوهات ألعاب الأونلاين على

يوتيوب بلغ 43.2% من مجموع 220 طالبا، في حين بلغ عدد الذين أجابوا بأنهم لا

يشاهدونها 56.8% من المجموع.

2- أظهرت نتائج الدراسة بأن حاجات التكامل الشخصي كانت أكثر الحاجات أشباعاً عند

الشباب الجامعي والحاجات المعرفية ثانياً ثم تلاها الحاجات العاطفية والوجدانية وأخيراً

حاجات التكامل الاجتماعي.

3- بينت نتائج الدراسة بأن أشباعات العملية أكثر تحقّقاً من أشباعات المحتوى للشباب الجامعي

في متابعتهم لألعاب الأونلاين في يوتيوب.

- 4- وأظهرت الدراسة أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية في استجابات الطلبة فيما يتعلق بالحاجات المعرفية والعاطفية وحاجات التكامل الشخصي وحاجات التكامل الاجتماعي تبعاً للمتغير الديموغرافي (النوع الاجتماعي) لصالح الذكور.
- 5- وجدت الدراسة فروقاً ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق باشباعات المحتوى واشباعات العملية تبعاً للمتغير الديموغرافي (النوع الاجتماعي) لصالح الذكور.

التوصيات

- بناءً على ما توصل إليه الباحث من نتائج الدراسة فإنه يضع بين يدي الجهة المعنية بموضوع دراسته عدداً من التوصيات، يرتأي الباحث أن تأخذ الجهة المختصة هذه التوصيات والملاحظات:
- 1) دعوة الباحثين إلى عدم التركيز على الجوانب السلبية لأي منصة أو محتوى بل ذكر جوانبها الإيجابية وخاصة محتوى وسائل التواصل الاجتماعي.
 - 2) دعوة وزارة الشباب والرياضة إلى توعية الشباب بمحتوى الألعاب المناسب للمشاهدة والذي يبتعد الأفكار السيئة والكلمات الغير لائقة.
 - 3) في ضوء الانتشار الواسع للكثير من الألعاب المختلفة والممارسين لها، يجب توضيح أهم الأبعاد الخاصة بهذه الألعاب والتي قد تحمل رسالات وافكار بعيدة عن الدين وأخلاق.
 - 4) دعوة عمادات شؤون الطلبة إلى عقد دورات تثقيفية حول كيفية تعامل الشباب مع المنصات المختلفة للألعاب، مثل منصات البث المباشر مثل تويتش ومكسر الخ...
 - 5) دعوة موقع يوتيوب إلى توصيف المحتويات، وهذا يوفر توصيفاً موجزاً وموضوعياً لمحتوى اللعبة وايضاً الناشر لمحتواها.
 - 6) حث الباحثين لأجراء المزيد من الدراسات العلمية حول محتوى الألعاب وذلك لأنه هنالك توجهات جديدة حول هذا الموضوع .

قائمة المراجع والمصادر

أولاً: المراجع العربية

أشرف الدين، بارش وصابر، لعور(2016). استخدام الطلبة الجزائريون لليوتيوب والإشباعات المحققة منه- دراسة على عينة من طلبة جامعة العري بن مهدي أم البواقي-. (رسالة ماجستير غير منشورة)، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العري بن مهدي.

أعرف، فرج عياش(2017)، أستخدمات جامعة سرت لموقع اليوتيوب والإشباعات المتحققة- دراسة ميدانية-. مجلة كلية الفنون والاعلام في جامعة مصراتة، العدد(5) ص 225-243، ليبيا.

بصلي، فضاة وحمدى، محمد (2017). مدخل لعلوم الاتصال والاعلام (الوسائل، النماذج والنظريات). عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع.

حجازي، علي(2018). الحملات الإعلامية وفن مخاطبة الجمهور. عمان: دار المعتز للنشر والتوزيع.

حكيم، عقون وعبدالقادر، بكة (2014). العاب الفيديو وانعكاساتها على مستوى التحصيل الدراسي وبعض الأنشطة الرياضية لدى التلاميذ المراهقين. (رسالة ماجستير غير منشورة)، معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، جامعة قاصدي مرباح . وقلّة.

حمدى، محمد (2017). منهجية البحث في علوم الإعلام والاتصال (دروس نظرية وتطبيقات). عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع.

الدليمي، عبدالرزاق (2016). نظريات الأتصال في القرن الواحد والعشرين. عمان: دار اليازوري للنشر والتوزيع.

شفيق، حسنين (2018). مناهج البحوث الاعلامية في بيئة الإنترنت. القاهرة: دار فكر وفن.

الصفدي، فلاح سلامة(2016). استخدامات القائم بالاتصال في الصحافة الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباعات المتحققة-دراسة ميدانية في محافظة غزة-. (رسالة ماجستير غير منشورة)، كلية الآداب، الجامعة الاسلامية في غزة.

- الطرابيشي، مرفت (2006). **نظريات الاتصال**. مصر: دار النهضة العربية للنشر والتوزيع.
- عبدالحاميد، محمد (1997). **نظريات الاعلام واتجاهات التأثير**. مصر: عالم الكتب.
- عبدالحاميد، محمد (2004). **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير**. ط.3، مصر: عالم الكتب.
- الفرحان، لمياء إبراهيم والشقر، عبدالصالح حسن (2017). استخدام أطفال الروضة للألعاب الإلكترونية في الأجهزة اللوحية والإشباع المتحققة دراسة ميدانية على عينة من الأمهات في دولة الكويت. **مجلة دراسات الطفولة، العدد (76) ص 95-108**، مصر.
- القليني، سوزان (1998). **الاتصال: وسائله ونظرياته**. القاهرة: دار النهضة العربية للنشر والتوزيع.
- كافي، مصطفى (2015). **الرأي العام ونظريات الاتصال**. عمان: دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع.
- الكعبي، حيدر (2017). **الألعاب الإلكترونية وأثرها الفكري والثقافي**. المركز الاسلامي للدراسات الاستراتيجية: النجف الأشرف.
- المدهون، عبدالمنعم إبراهيم وسمور، محمد (2019). أثر لعبة ببجي (PUBG) على التحصيل الدراسي: دراسة ميدانية. (بحث)، مشروع نشر ثقافة البحث العلمي في التعليم العام، مديرية التربية والتعليم /غرب غزة.
- مراد، كامل (2014). **الاتصال الجماهيري والاعلام التطور -الخصائص والنظريات**. عمان: دار المسيرة.
- المزاهرة، منال (2011) **نظريات الاتصال**. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- المغذي، عادل بن عياض (2018). معايير توظيف الألعاب الإلكترونية في تنمية بعض القيم لدى أطفال المرحلة الابتدائية من وجهة نظر المعلمين والمعلمات في ضوء بعض المتغيرات. **مجلة كلية التربية -جامعة الأزهر، العدد (177) ص 299-343**، مصر.
- مكاوي، عماد حسن والسيد، ليلي (1998). **الاتصال ونظرياته المعاصرة**. ط.1 القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

نايف، وسام سالم(2015). تأثير الألعاب الإلكترونية على الاطفال. مجلة الطفولة والتنمية - المجلس العربي للطفولة والتنمية، العدد(32) ص 127-139، مصر.

نوي، ايمان (2012). استخدام الإنترنت وعلاقته بالاغتراب الثقافي عند الطلبة الجامعيين، (رسالة ماجستير غير منشورة)، دراسة ميدانية، جامعة محمد خيضر، بسكرة.

الهدلق، عبدالله بن عبدالعزيز (2012). إيجابيات وسلبيات الألعاب الإلكترونية ودوافع ممارستها من وجهة نظر طلاب التعليم العام بمدينة الرياض. (بحث)، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية.

همال، فاطمة (2012). الألعاب الالكترونية عبر الوسائط الإعلامية الجديدة وتأثيرها في الطفل الجزائري. (رسالة ماجستير غير منشورة)، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية والعلوم الاسلامية، جامعة الحاج لخضر-باتنة-، الجزائر.

همال، فاطمة(2017). الطفل والألعاب الالكترونية عبر الوسائط الاعلامية الجديدة - بين التسلية وعمق التأثير. عمان: دار الخليج للنشر والتوزيع.

ثانيا: المراجع الاجنبية

- Aytar, yusuf (2018). **Playing hard exploration games by watching YouTube**. Cornell University, New York.
- Bainbridge, William Sims (2010). Online Multiplayer Games. A Publication in the Morgan & Claypool Publishers series.
- Bartl, Mathias (2018). YouTube channels, uploads and views: A statistical analysis of the past 10 years, The International Journal of Research into New Media Technologies 2018, Vol. 24(1) 16–32
- Chan, E. and Vorderer, P (2006). **Massively Multiplayer Online Games**. Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Elliott, Thomas Peter (2012). **Flaming and Gaming – Computer-mediated communication and toxic disinhibition**. University of Twente, Netherlands.
- Fu, Daniel (2019). **A Look at Gaming Culture and Gaming Related Problems: From a Gamer’s Perspective**. The national Center for MH in Schools & Student/Learning Supports, Los Angeles: California.
- Holmbom, Mattias (2015). **The YouTuber A Qualitative Study of Popular Content Creators**. Independent thesis Basic level (degree of Bachelor), Umeå University.
- Laird, John E (2005). **History of Computer Games**. EECS Department, university of Michigan, USA.
- Mäyrä, Frans (2015). **Mobile Games**. University of Tampere, Finland.
- Pellicone, Anthony J and Ahn, June (2017). The Game of Performing Play: Understanding Streaming as Cultural Production. **ACM digital Library**.
- Sekaran, Um & Bougie, Roger J (2016). Research Methods for Business, 7th ed, newyork wiley.
- WESTENBERG, WILMA (2016). **The influence of YouTubers on teenagers**. University of Twente, Netherlands.

Zanatta, Jessica A (2017). **Understanding YouTube Culture and How It Affects Today's Media**. Dominican University of California, San Rafael, California (USA).

ثالثا: المراجع الإلكترونية

Chilednet International (2018). Online Gaming: An introduction for parents and carers. (on-line), available: <https://www.childnet.com/ufiles/Online-gaming.pdf>.

Entertainment Software Association (2019), Essential Facts About the Computer and Video Game Industry. (on-line), available: <https://www.theesa.com/press-releases/65-of-american-adults-enjoy-playing-video-games/>.

Newmen, Heather. The History of Video Games, In One Infographic. (on-line), available: <https://www.forbes.com/sites/hnewman/2017/11/29/the-history-of-video-games-in-one-infographic/#4a53fe3f1a5c>

Petrova, Ekaterina and Gross Netta (2017). 4 Reasons People Watch Gaming Content on YouTube. (on-line), available: [file:///C:/Users/Ram%20For%20Computer/Downloads/statistics-youtube-gaming-content%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Ram%20For%20Computer/Downloads/statistics-youtube-gaming-content%20(1).pdf).

Techopedia (2017) .Massively Multiplayer Online Game (MMOG).(on-line), available: <https://www.techopedia.com/definition/27054/massively-multiplayer-online-game-mmog>

THE CREATE WORLD (2019).THE PRIESTHOOD AT PLAY: COMPUTER GAMES IN THE 1950S. (on-line), available: <https://videogamehistorian.wordpress.com/2014/01/22/the-priesthood-at-play-computer-games-in-the-1950s/>.

Urquhart, Paul (2008). GPU battle: 4670 vs. 9600GSO. (on-line), available: <https://www.gameplanet.co.nz/features/i131679/Multi-GPU-battle-SLI-vs.-CrossfireX/page3/>.

Wayback Machine (2019). PewDiePie. (on-line), available:http://web.archive.org/web/*/https://www.youtube.com/channel/UC-IHJZR3Gqxm24_Vd_AJ5Yw .

YouTube (2019). About YouTube. (on-line), available: <https://www.youtube.com/yt/about/>

الملحقات

الملحق رقم (1)
قائمة بأسماء المحكمين

مكان العمل	التخصص	الرتبة العلمية	الأسم	ت
جامعة الشرق الأوسط	سياسات إعلامية	أستاذ	أ.د. عزت حجاب	1
جامعة الشرق الأوسط	صحافة إعلام	أستاذ مشارك	د. كامل خورشيد	2
جامعة الشرق الأوسط	الصحافة والإعلام	أستاذ مساعد	د. ليلى جرار	3
جامعة البترا	الصحافة	استاذ	أ.د. تيسير ابو عرجة	4
جامعة البترا	الإعلام	أستاذ مشارك	د. عبدالكريم الدبيسي	5
جامعة البترا	الصحافة والإعلام	استاذ مشارك	د. منال المزاهرة	6

الملحق رقم (2)

استبانة الدراسة

تحية طيبة وبعد،

الأخ مُتلقى الخدمة....

الأخت مُتلقية الخدمة....

يقوم الباحث بإجراء دراسة ميدانية بعنوان "استخدامات الشباب الجامعي لمحتوى يوتيوب والاشباعات المتحققة لاعبي العاب الاونلاين أنموذجاً" (دراسة ميدانية) حيثُ تهدفُ الدراسةُ إلى التَّعرِّفِ على ما هية استخدامات الشباب الجامعي لمحتوى اليوتيوب والاشباعات المتحققة لاعبي ألعاب الاونلاين نموذجاً. وذلك كمتطلبٍ للحصولِ على درجة الماجستير في تخصص الإعلام/ جامعة الشَّرق الأوسط، لذا نرجو التَّكريم بتعبئة الاستبانة التي بين أيديكم، علماً بأنَّها مُخصصة لغايات البحثِ العلمي فقط، وسيتم المحافظة على مبدأ السَّرِّيَّة في الإجابة.

شكراً لكم لحسن تعاونكم...

الباحث: أحمد عبدالكريم السامرائي

رقم الهاتف: 0780808177

الجزء الأول: الخصائص الشخصية والديموغرافية:

1- الجنس :

ذكر -أنثى

2- المستوى الدراسي :

سنة أولى -سنة ثانية -سنة ثالثة -سنة رابعة -سنة خامسة

3- التخصص الأكاديمي :

علمي -علوم أنسانية

4- مع من تسكن :

مع الاسرة -مع الاقارب -وحيدا -سكن طلاب

5- مكان السكن :

مدينة -قرية -مخيم -بادية

هل تمتلك هاتف ذكي : نعم لا

هل تمتلك جهاز حاسوب (لابتوب): نعم لا

هل تمتلك جهاز العاب منزلي(بلايستيشن) : نعم لا

هل تشاهد مقاطع العاب الفيديو على يوتيوب؟ نعم لا

إذا كانت إجابتك لا أرجو تسليم الاستبانة مع الشكر.

إذا كانت أجابتك نعم أرجو أكمال الاستبانة مع الشكر.

الجزء الثاني: انماط وعادات استخدام الطلبة لموقع يوتيوب في متابعتهم للاعبين ألعاب الأونلاين:

يرجى وضع إشارة صح () في المربع المناسب لأجابتك وأختيارك (يمكن اختيار أكثر من أجابة)

القنوة التي تتابعها والمفضلة عن المشاهدة من حيث المضمون (يمكن اختيار أكثر من أجابة)

- ألعاب الأونلاين الضخمة MMO ألعاب المحاكاة ألعاب المغامرات
 الألعاب الاستراتيجية ألعاب الألغاز ألعاب الأكشن ألعاب التصويب
 والتخفي ألعاب القتال ألعاب تصويب وإطلاق نار بمنظور الشخص الأول
 ألعاب الرياضة ألعاب لعب دور شخصية وقصة RPG ألعاب تعليمية

عدد ساعات مشاهداتك لمقاطع ألعاب الفيديو على يوتيوب خلال ايام الدوام والدراسة:

- اقل من ساعة من ساعة إلى ساعتين من ساعتان إلى اربع ساعات
 أكثر من اربع ساعات

الاقوات المفضلة لمشاهدة مقاطع ألعاب الفيديو على يوتيوب (يمكن اختيار أكثر من أجابة)

- الفترة الصباحية فترة الظهر المساء المساء المتأخر

لماذا تفضل المشاهدة في هذه الأوقات (يمكن اختيار أكثر من أجابة)

- الوقت الوحيد المتاح للمشاهدة أجتماع الاسرة لتمضية وقت الفراغ
 الفترة التي يتم فيها نشر الفيديوهات المميزة والمفضلة لدي

غير ذلك (.....)

أختيارك للقناة التي تشاهدها يكون من خلال (يمكن أختيار أكثر من أجابة)

- الرغبة الشخصية ترويجات وأعلانات تشاهدها لأنك تلعب مثل هذه الألعاب
- مشورة الاصدقاء مشاهدة ما ينشر أي كان لأنك تتابع الشخص الذي ينشر مثل
- هذه المقاطع

الجزء الثالث: أسئلة الأستبانة

المحور الأول: الحاجات المعرفية التي اشبعتها هذه المقاطع للشباب الجامعي:

غير موفق بشدة	غير موفق	محايد	موافق	موافق بشدة	الحاجات المعرفية	
					مشاهدة مقاطع العاب الاونلاين على يوتيوب تكسبني الخبرات والتجارب والحكم عليها	1
					مشاهدة مقاطع العاب الاونلاين على يوتيوب تنضج القدرات الفكرية لدي وتوسع عقلي فتظهر قابليته الثقافية والفنية	2
					مشاهدة مقاطع العاب الاونلاين على يوتيوب تسهم في التفكير بالمستقبل والأمر الذي يحثه على الاستمرار والتركيز في دراسته أو مهنته	3
					مشاهدة مقاطع العاب الاونلاين على يوتيوب تمكنني من السعي نحو تحقيق مستوى معرفي، وتعليمي عال	4
					مشاهدة مقاطع العاب الاونلاين على يوتيوب تسهم في فهمي للالعاب بشكل أكبر	5
					مشاهدة مقاطع العاب الاونلاين على يوتيوب تساعدني في حل ألغاز الألعاب أكثر	6
					مشاهدة مقاطع العاب الاونلاين على يوتيوب تزيد أهتمامي بالألعاب الذهنية، وخاصة التي تمتاز بالمراهنة والمنافسة	7

المحور الثاني: الحاجات العاطفية والوجدانية التي اشبعتها هذه المقاطع للشباب الجامعي:

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	الحاجات العاطفية والوجدانية	
					مشاهدة مقاطع العاب الاونلاين على يوتيوب تسهم في زيادتي من التواصل مع الآخرين	8
					مشاهدة مقاطع العاب الاونلاين على يوتيوب تسهم في زيادة قبولي من الآخرين	9
					مشاهدة مقاطع العاب الاونلاين على يوتيوب تستطيع ملاً وقت الفراغ الذي أملكه	10
					مشاهدة مقاطع العاب الاونلاين على يوتيوب تسهم في تخفيف التوتر	11
					مشاهدة مقاطع العاب الاونلاين على يوتيوب تجعلني سعيد أكثر في حياتي	12
					مشاهدة مقاطع العاب الاونلاين على يوتيوب تمكنني من زيادة عدد الأصدقاء والمعارف	13
					مشاهدة مقاطع العاب الاونلاين على يوتيوب تمكنني من التعبير عن المشاعر والأحاسيس بسهولة والتحكم في الأنفعالات	14
					مشاهدة مقاطع العاب الاونلاين على يوتيوب تسهم في تمتعي بدرجة عالية من الصحة النفسية	15
					مشاهدة مقاطع العاب الاونلاين على يوتيوب تسهم في تدريب الذات على الهدوء والاسترخاء في مواجهة الأزمات	16
					مشاهدة مقاطع العاب الاونلاين تساعد في تخفيف اعراض من اضطرابات القلق والكآبة	17

المحور الثالث: حاجات التكامل الشخصي التي اشبعتها هذه المقاطع للشباب الجامعي

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	حاجات التكامل الشخصي	
					مشاهدة مقاطع العاب الاونلاين على يوتيوب تمكنني من ارضاء نفسي	18
					مشاهدة مقاطع العاب الاونلاين على يوتيوب تسهم في خلق شخصية خاصة بي	19
					مشاهدة مقاطع العاب الاونلاين على يوتيوب تخلق عادات خاصة بي لهذه المقاطع	20
					مشاهدة مقاطع العاب الاونلاين على يوتيوب تقوى نزعة الاستقلال الشخصي في تصرفاتي وآرائي المستقلة	21
					مشاهدة مقاطع العاب الاونلاين على يوتيوب تسهم في تطوير مهاراتي اليدوية والرياضية	22
					مشاهدة مقاطع العاب الاونلاين على يوتيوب تسهم في إمكانية لعبي للألعاب المفضلة عندي أكثر	23
					مشاهدة مقاطع العاب الاونلاين على يوتيوب تجعلني أجرب ألعاب جديدة	24

المحور الرابع: حاجات التكامل الاجتماعي التي اشبعتها هذه المقاطع للشباب الجامعي:

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	حاجات التكامل الاجتماعي	
					مشاهدة مقاطع العاب الاونلاين على يوتيوب تمكنني من إيجاد موضوع أناقشه مع الآخرين	25
					مشاهدة مقاطع العاب الاونلاين على يوتيوب تسهم في إيجاد بيئة تتاسبني	26
					مشاهدة مقاطع العاب الاونلاين على يوتيوب تساعدني في الميل على المساهمة في الخدمات العامة والإصلاح الاجتماعي وتحسين كل ما يحيط بي	27

					مشاهدة مقاطع العاب الاونلاين على يوتيوب توصلني إلى مشاركة الاحلام مع الاخرين	28
					مشاهدة مقاطع العاب الاونلاين على يوتيوب تمكنني من اظهار درجة عالية من الود والمودة في تعاملاتي مع الناس	29
					مشاهدة مقاطع العاب الاونلاين على يوتيوب تمكنني من تفهم مشاعر الآخرين ودوافعهم وأستطيع أن أنظر للأمور من وجهات نظرهم	30
					مشاهدة مقاطع العاب الاونلاين على يوتيوب تمكنني من النظر للحياة بتفاؤل وإيجابية.	31
					مشاهدة مقاطع العاب الاونلاين على يوتيوب تشجعي على التعاطف مع الآخرين والتطوع للأعمال التعاونية والخيرية	32

المحور الخامس: اشباعات المحتوى المتحققة لدى الشباب الجامعي:

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	اشباعات المحتوى	
					محتوى الألعاب في يوتيوب الأنسب للأرضاء حاجاتي	33
					مشاهدة محتوى الألعاب في يوتيوب يوسع نطاق متابعتي لألعاب أكثر	34
					محتوى يوتيوب الاسرع في نقل المعلومات عن آخر الأخبار حول الألعاب	35
					محتوى الألعاب في يوتيوب الأنسب عكس المحتويات الاخرى	36
					محتوى الألعاب في يوتيوب يتفق مع دوافع مشاهدي ليوتيوب	37
					محتوى الألعاب في يوتيوب يحتوي على مصداقية أكبر من باقي المحتويات	38
					محتوى الألعاب في يوتيوب يعد الأكثر مشاهدة حاليا	39

المحور السادس: أشباكات العملية المتحققة لدى الشباب الجامعي:

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	أشباكات العملية	
					يعتبر يوتيوب هو الأمتل لمتابعتي لأخر الاخبار	40
					يوفر يوتيوب المحتوى الكافي لي دون الرجوع إلى مواقع وتطبيقات رقمية اخرى	41
					يعزز يوتيوب علاقتي مع الاشخاص الذين ينشرون المحتوى الذي أتابعه	42
					أخترت يوتيوب عن غيره لأنه الأنسب لي ولحاجاتي	43