

التماس الشباب المصرى للمعلومات حول تنمية مهارات سوق العمل من اليوتيوب كوسيلة للتعلم الذاتى

د. مها مختار حسن*

ملخص الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق هدف رئيسى، وهو دراسة سلوكيات التماس الشباب المصرى للمعلومات حول تنمية مهارات سوق العمل من اليوتيوب كوسيلة للتعلم الذاتى، ودوافع هذا الالتماس ونتائجه.

اعتمدت الدراسة على منهج المسح واستخدام أداة الاستبيان الإلكتروني.

تم اختيار عينة عمدية من الشباب المصرى ممن يستخدمون اليوتيوب كوسيلة للتعلم الذاتى؛ بهدف اكتساب مهارات سوق العمل.

توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أبرزها:

- من أبرز الدوافع التى تدفع الشباب لالتماس المعلومات حول مهارات سوق العمل من قنوات اليوتيوب؛ جاء فى المركز الأول "زيادة المعرفة بشكل عام ولدعم التعلم الذاتى للمواضيع المتعلقة بالتذكر فى مجال تخصصى".
- من أكثر فيديوهات اليوتيوب التى تلتمس من خلالها عينة الدراسة المعلومات؛ جاءت فى المرتبة الأولى فيديوهات تطوير اللغات، وفى المركز الثانى فيديوهات الجرافيك والمونتاج وصناعة الأفلام.
- إن أهم نتائج بحث عينة الدراسة والتماسهم للمعلومات حول مهارات سوق العمل؛ جاء فى المركز الأول اكتساب معلومة جديدة عن مهارة معينة، وكيفية تطويرها بطرق مبتكرة.
- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل التماس الشباب المصرى للمعلومات حول تنمية مهارات سوق العمل من اليوتيوب ونتائج بحثهم والتماسهم لهذه المعلومات.

الكلمات المفتاحية :

التماس المعلومات - الشباب المصرى - سوق العمل - اليوتيوب - التعلم الذاتى.

*المدرس بقسم الصحافة - أكاديمية أخبار اليوم

Egyptian Youth Seeking Information about Developing Labor Market Skills from YouTube as a Means of Self-Learning

Abstract:

This study seeks to achieve a main goal, which is to study the Egyptian youth behavior to seek information about developing labor market skills from YouTube as a means of self-learning, and the motives and results of this seeking.

The study depended on a survey approach and the use of an electronic survey tool.

A purposive sample of Egyptian youth who use YouTube as a means of self-learning with the aim of acquiring labor market skills was selected.

The study comes to a number of outcomes, the keys ones: -

- Among the most prominent motivations that impels the youth to seek information about labor market skills from YouTube channels, in the first place “increasing knowledge in general and supporting self-learning of topics related to learning in a certain field”
- Among the YouTube videos through which the study sample most sought information, came in the first place the language development videos, while graphics, editing, and film making videos ranked the second place.
- The most important outcomes of the study sample’s research and their seeking information about labor market skills, the first place was to: acquiring new information about a specific skill and how to develop it in innovative ways.
- There is a statistically significant relationship between the rate of Egyptian youth seeking information about developing labor market skills from YouTube and their research's outcomes and their seeking of this information.

Keywords:

Seeking Information - Egyptian Youth - Labor Market – YouTube - Self-Learning

مقدمة:

لقد اتسم العصر الحديث بتوافر مصادر المعلومات للأفراد على الإنترنت، الأمر الذي ساهم في تعزيز فرصة الأفراد بتعليم ذاتهم بشكل مستقل أو بالتعلم الذاتى، حيث ظهر مفهوم التعلم الذاتى فى الوقت الحالى بسبب انتشار الإنترنت، وزيادة استخدام الأجهزة التقنية المتنقلة، وإثراء التعليم الرسمى بالتعلم خارج جدران المؤسسات التعليمية، ويتميز التعلم الذاتى بغياب دور المعلم، وانفراد المتعلم بقراراته التعليمية، وغياب المنهج التعليمى المحدد، وحدوثه خلال ممارسة الفرد أنشطته اليومية من خلال التواصل مع الأفراد أو المعلومات دون شعوره كونه يتعلم.

يقوم الأفراد فى الغالب بالتعلم الذاتى إما لتدعيم دراستهم الرسمية، أو لتعلم الأمور الوظيفية، أو أمور الحياة اليومية، وتشير الدراسات إلى أن معظم ما يتعلمه الفرد فى حياته يتم بالتعلم غير الرسمى، خاصة المهارات والقدرات التى تمكنه من التفوق فى حياته العملية؛ لذا تكمن أهمية التعلم الذاتى بكونه مستمرا طوال الحياة لاكتساب المعارف والمهارات، وبذلك تتطور المجتمعات. وتزداد أهمية هذا النوع من التعليم فى هذا العصر مقارنة بالعصور القديمة؛ نظرا لحاجة الأفراد لتطوير ذاتهم ومهاراتهم الوظيفية بسبب ما نعيشه من تطورات تقنية واقتصادية واجتماعية متسارعة.

وتعتبر قنوات اليوتيوب أحد أبرز أدوات التعليم الحديث فى القرن الحادى والعشرين التى أثرت على إعادة تعريف التعلم بظهور نظرية التعلم الشبكية- بوصف التعلم كشبكة- من خلال ربط المعلومات مع بعضها البعض، وتوظيفها بما يخدم العملية التعليمية بشكل يساعد المتعلمين على اكتساب الخبرات بطرق وأشكال مختلفة، حيث يمتاز اليوتيوب بسهولة البحث عن المعلومات والوصول لها، فيعمل اليوتيوب من خلال ربط الأفراد مع المحتوى وتفاعله مع بعضهم البعض، وهذا ما يساهم فى تعزيز تكوين مجتمع افتراضى من خلال خصائصه كالمحادثات والاشتراك فى القنوات؛ فبتيح هذا التفاعل للمتعلمين اكتشاف المعلومات التى تستهويهم؛ مما يشبع رغباتهم فى اكتساب المعلومات المتنوعة، ومتابعة من يحبون؛ مما يعزز خبرة التعلم، وبذلك يحدث التعلم الذاتى فى اليوتيوب من خلال مشاهدة المتعلمين للمقاطع أو من خلال تفاعلهم مع الآخرين، أو من خلال تقييمهم الذاتى لأنفسهم، هذه الخصائص ساهمت فى تكوين اتجاهات لدى المتعلمين بأن التعلم الذاتى عن طريق اليوتيوب ممتع وفرصة لإيصالهم بمتعلمين آخرين.

ويعتبر موقع اليوتيوب واحداً من أهم الأدوات التعليمية والمعرفية، ويعتبر الأكثر استخداما وشهرة فى العالم، وقد خلصت العديد من الدراسات إلى أن استخدام الفيديو يعد وسيلة من وسائل التعلم والتدريب وتنمية المهارات، وله أثر كبير فى اكتشاف مهارات جديدة وتعلمها بصورة صحيحة، حيث إنه يعطى المحتوى فى شكل خطوات قد تساعد المتلقى عن طريق تكرارها إلى إتقانها.

ويعد موقع اليوتيوب من أكبر المواقع وأضخمها من حيث كمية المحتوى المعرفى المرئى الذى يقدمه؛ حيث يضم العديد من القنوات فى كافة مجالات العلم والمعرفة، وبالعديد من

اللغات وبأسلوب ممتع؛ مما يكسب المتلقي فرصة للتعليم الذاتي، فالتقدم الذي يواجهه العالم اليوم يتطلب تمكين الفرد من إثراء معارفه، وتطوير قدراته الفكرية، وتغيير الوضع التقليدي من الاعتماد على المعلم والمؤسسة التعليمية إلى الاعتماد على الذات في الحصول على المعرفة وفهمها؛ حيث يجب أن يعرف الفرد كيف يتعلم وينمي معرفته؛ لذا رأت الباحثة ضرورة دراسة التماس الشباب المصري للمعلومات حول تنمية مهارات سوق العمل من قنوات اليوتيوب كوسيلة للتعليم الذاتي، ومدى فاعلية هذه القنوات في تنمية المهارات المهنية لهم، وانعكاس ذلك على تقديرهم لذاتهم، وعلى وضعهم المهني في سوق العمل.

مشكلة الدراسة:

يعد موقع اليوتيوب YouTube من أبرز التطبيقات التعليمية التقنية شيوعا التي يمكن أن تحقق إيجابية للطالب، وقد أصبحت اليوم وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة- وأبرزها موقع اليوتيوب- جزءاً لا يتجزأ من حياة الشباب المصري، فالיום أصبح المتعلم يفضل توظيف الإنترنت بخدماته المختلفة في خدمة العملية التعليمية في المرحلة الجامعية على الطرق التقليدية القديمة¹، واحتل اليوتيوب (YouTube) المرتبة الأولى ضمن أفضل مائة أداة من أدوات التعلم في عام 2023.² وجاء بحسب تقرير لعام 2023 أن اليوتيوب احتل المركز الثاني بعد الفيسبوك من حيث أعداد المستخدمين النشطين شهريا بواقع 2.70 مليار مستخدم نشط شهريا³، كما أنه في أغسطس عام 2018 كان اليوتيوب على وشك تجاوز منصة التواصل الاجتماعي فيسبوك كأكبر ثاني موقع يتم زيارته في الولايات المتحدة، وتوقعت CNBC News وشركة الأبحاث Similar Web أن اليوتيوب سيصبح ثاني أكبر موقع ويب شهرة وشعبية في العالم بعد محرك البحث جوجل؛ حيث زاد عدد زيارات موقع اليوتيوب بشكل قد يتخطى عدد زيادات منصة الفيسبوك.⁴

وموقع اليوتيوب هو الحائز على التصنيف الثاني عالميا في مركز تقنيات وأدوات التعلم البريطاني عام 2011، كما أنه من أكبر المواقع التعليمية المجانية على شبكة الإنترنت، فهو يوفر مئات الآلاف من مقاطع الفيديو التعليمية في شتى مجالات العلوم المختلفة، كما يقوم بالجمع بين الصوت والصورة في العملية التعليمية، وقد اتجهت العديد من المؤسسات التعليمية في العالم إلى توثيق محاضراتها على موقع اليوتيوب YouTube كي تتيح للطلبة الوصول إلى المعلومة في أي وقت⁵.

استطاعت وسائل الإعلام من خلال شعبية مواقع التواصل الاجتماعي- ومنها "يوتيوب" موضوع البحث- الوصول لجمهور عريض ومتنوع وعالمي؛ حيث يعد من أهم وسائل التواصل الاجتماعي لدى الشباب المصري في عملية التعلم الذاتي واكتساب المهارات،

خاصة بعد جائحة كورونا، وارتفاع أسعار الكورسات الخارجية فى بعض مجالات التأهيل لسوق العمل.

وعلى الرغم من وجود دراسات تدعم فائدة اليوتيوب للتعلم لمواضيع التعلم الرسمية وغير الرسمية؛ إلا أنه يمكن ملاحظة انخفاض الدراسات المتعلقة بدراسة التماس المعلومات من قنوات اليوتيوب على تعلم كافة المهارات فى سوق العمل، فيتم ربط مقاطع اليوتيوب بتعلم مهارة واحدة على الأغلب فى معظم الدراسات السابقة وتحديد جمهور بعينه، وغالبا ما يكون هذا الجمهور من فئة الطلاب. فى ظل تساؤلات حول كفاية مشاهدة مقاطع اليوتيوب لتعلم المهارات المتعددة التي تتطلب ربط المعلومات مع بعضها البعض التي يشاهدها المتعلم بشكل مستقل فى قنوات اليوتيوب، ومحاولة تطبيقها وربطها بالواقع العملى وتحدياته من أجل استطاعة الفرد أن يواجه تطورات سوق العمل المتغيرة بشكل سريع تبعا للتغيرات العالمية والتكنولوجية والاقتصادية فى المجتمع؛ بما ينعكس على ضرورة أن يطور الشباب من ذاتهم بشكل سريع، ويطلعوا على كافة المعلومات المرتبطة بمهارات سوق العمل على المستوى العالمى والعربى.

ومن هنا يمكن بلورة مشكلة الدراسة فى رصد سلوكيات التماس الشباب المصرى للمعلومات حول تنمية مهارات سوق العمل من قنوات اليوتيوب كوسيلة للتعلم الذاتى وتطويره لذاته، ومدى انعكاس هذه المعلومات على تأهيل الشباب لخوض تحديات سوق العمل، ودراسة وتحليل دوافع وأنماط واستراتيجيات التماس الشباب المصرى للمعلومات من قنوات اليوتيوب، ومدى ثقتهم فى المضمون المقدم على هذه القنوات، وقياس درجة فاعلية موقع اليوتيوب كوسيلة لتعلم مهارات سوق العمل والتعرف على تأثير المتغيرات الديموغرافية (النوع، نوع الدراسة، العمر) على تقييم العينة لمدى فاعلية موقع اليوتيوب كوسيلة لتعلم مهارات سوق العمل ومدى ثقتهم فى قنوات اليوتيوب و ستعتمد الباحثة فى دراستها على المقاييس الثلاثية و الخماسية للتوصل إلى نتائج ملموسة و واضحة، كما ستقوم الباحثة برصد نتائج التماس العينة للمعلومات حول مهارات سوق العمل من قنوات اليوتيوب، واكتسابهم للمهارات العملية والوظيفية، وتأثير ذلك على وضعهم المهني .

أهمية الدراسة:

1- ندرة الدراسات التي اهتمت بتناول موضوع الدراسة، حيث لم تتناول الأبحاث والدراسات المصرية السابقة التماس الشباب المصرى للمعلومات حول مهارات سوق العمل من قنوات اليوتيوب، فقد أجريت دراسات على اعتماد طلاب مراحل دراسية محددة على قنوات اليوتيوب كوسيلة للتعلم الذاتى، وأجريت بعض الدراسات على مهارات بعينها، خاصة تطوير مهارة اللغة؛ ومن ثم تمثل هذه الدراسة إضافة جديدة فى مجال البحث العلمى؛ لأنها تربط بين جمهور الشباب المصرى بشكل عام وليست فئة محددة، مثلما أجريت الدراسات السابقة، ولأنها ربطت بين معلومات اليوتيوب وتطوير مهارات متعددة مرتبطة بسوق العمل؛ نظرا لتغير متطلبات سوق العمل تبعا للتطورات التكنولوجية الحالية.

2- تلقى الدراسة الضوء على قنوات اليوتيوب التى أصبحت منصات تعليمية مهمة تساهم فى تزويد مستخدميها بالمعلومات الفورية عن المهارات المختلفة؛ حيث إن دور قنوات اليوتيوب مكمل لدور المؤسسات التعليمية فى تطوير مهارات الشباب وإمدادهم بالمعلومات المختلفة، والتأثير على جمهور المستخدمين خاصة مع ارتفاع أسعار بعض الكورسات المرتبطة بالمجالات التكنولوجية والمونتاج والجرافيك؛ مما أوجد للشباب متنفسا فى قنوات اليوتيوب للتعلم بشكل مجانى واحترافى من قنوات عربية وأجنبية، والاطلاع على أحدث الخبرات فى مجال سوق العمل والتعلم بشكل ذاتى، والتفاعل والمناقشة مع الآخرين حول ما يتعلمه الفرد من مهارات عن طريق هذه القنوات.

3- أهمية موضوع الدراسة، وهو مواكبة احتياجات سوق العمل، وتعلم الشباب ما يفيد من متطلبات السوق الحديثة، وتطابق الدراسة العملية مع النظرية، فلم يعد سوق العمل يعتمد على ما يدرسه الشباب نظريا فى الكليات؛ لأن غالبا ما تعلمه الشباب فى الجامعات لا يتطابق دائما مع متطلبات سوق العمل، ولكنه أصبح يتطلب دراسة الشباب لمهارات أخرى، وتوظيفها لتناسب مع تحديات سوق العمل، وإمكانية تطوير السيرة الذاتية للشباب، والاستفادة من المنصات التعليمية مثل قنوات اليوتيوب وتوظيفها؛ لتمكين الشباب من اغتنام فرص عمل والتميز فى المجال المهني.

4- أهمية عينة الدراسة لما للشباب المصرى من دور مهم فى بناء وتنمية المجتمع، ولا يقتصر دورهم على مجال محدد، بل يتقاطع مع جميع المجالات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية وغيرها، وتعتبر مشاركة الشباب فى عمليات التنمية قيمة اجتماعية فى المقام الأول، وتكمن أهميتها فى تحقيق الشاب لذاته وشعوره بأهميته وقيمه؛ فعندما يشارك الشباب فى العملية التنموية فهم يشتركون فى وضع الخطط والبرامج والاستراتيجيات داخل المجتمع، وتعلم الشباب للمهارات المختلفة يجعلهم قادرين على تحمل المسؤولية، فالشباب الواعي بحجم المسؤولية الواقعة عليه، المستعد للقيام بمتطلباتها على أكمل وجه؛ هو الشباب الأكثر تأهيلا لدخول سوق العمل؛ نظرا لأن هناك أعمالا كثيرة فى سوق العمل تتطلب شبابا على قدر كبير من تحمل المسؤولية بسبب صعوبة تلك الأعمال أحيانا، أو بسبب أهميتها بالنسبة لأصحاب العمل الذين يهتمون بنجاح مؤسساتهم وأعمالهم.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى تحقيق هدف رئيسى، وهو رصد سلوكيات التماس الشباب المصرى للمعلومات حول تنمية مهارات سوق العمل من قنوات اليوتيوب كوسيلة للتعلم الذاتى.

تسعى الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- 1- قياس معدلات التماس الشباب المصرى للمعلومات من قنوات اليوتيوب وأنماطه ودوافعه.
- 2- الكشف عن مدى ثقة الشباب المصرى فى هذه القنوات كمصادر للمعلومات حول تنمية مهارات سوق العمل وتقييمه للمعلومات بها.
- 3- الكشف عن استراتيجيات الشباب المصرى فى التماس المعلومات حول تنمية مهارات سوق العمل من قنوات.

4- رصد نتائج التماس المعلومات من قنوات اليوتيوب على تنمية مهارات سوق العمل للشباب المصرى.

5- التعرف على تأثير المتغيرات الديموغرافية (النوع، نوع الدراسة، العمر) على تقييم العينة لمدى فاعلية موقع اليوتيوب كوسيلة لتعلم مهارات سوق العمل.

مفاهيم الدراسة والتعريفات الإجرائية:

اليوتيوب: تعتبر منصة يوتيوب من أهم أدوات التعليم الإلكتروني الحديث والتعلم بطريقة تفاعلية؛ نظرا لما توفره للمستخدمين من فرص متنوعة في تبادل الخبرات والمعلومات المتنوعة في مجالات مختلفة وبطريقة شبه مباشرة، تساعد في المشاركة والتعليق المتبادل بطريقة آنية، وهو ما وفر فرصة للتعلم الذاتى بطرق مبتكرة وغير تقليدية.⁶

تعرفه الباحثة فى دراستها: بأنه موقع لمشاركة ملفات الفيديو، ويتضمن مجموعة هائلة من الفيديوهات المتنوعة، وهو من الوسائل المفضلة للتدريب، وتعلم كيفية القيام بالأشياء عن طريق الإرشاد والدروس والدورات التدريبية المقدمة عن كثير من الموضوعات التي تهم الجمهور، والتي قد تناسب الشباب لتحقيق أغراض مختلفة حسب اهتماماتهم.

التعلم الذاتى: ما هو إلا الاستمرار في اكتساب المعلومات والمهارات خارج الصف والمدرسة والجامعة معتمدين على أنفسنا بدون معلم، ليس لأجل النجاح والشهادة؛ بل لتحقيق أغراض شخصية للإجابة عن سؤال أو حل مشكلة أو البحث عن عمل⁷، كما أنه يُعد أحد أهم وسائل التعلم الفعال المرجو في مجتمع يهدف إلى التعلم المستمر ومواكبة التقدم العلمي والتكنولوجي.⁸

تعرفه الباحثة فى دراستها بأنه: هى عملية إرادية غير مشروطة بأى توقيت أو أى ظروف، تحمل الفرد مسئولية تعليم نفسه بنفسه، واكتساب مهارات وعادات التعلم المستمر، والمساهمة فى التجديد الذاتى للمجتمع، ومواكبة كافة المستجدات عن طريق استخدام الفرد للتكنولوجيا، ومحاولة تطوير ذاته فى المجال التطبيقى لدراسته والمجال المهني بعد التخرج.

مهارات سوق العمل: جميع المهارات التي يحتاجها سوق العمل، وتتوافر في العاملين مهما اختلفت تخصصاتهم سواء بشكل جزئي أو نسبي، وسوق العمل هو الفرص الوظيفية التي يحتاجها كل من القطاعين الحكومي والخاص، والتي تشغلها الكوادر المؤهلة باختلاف تخصصاتهم.⁹

وتعرفها الباحثة فى دراستها: بأنها مهارات أساسية يجب أن يكتسبها الفرد لزيادة فرصته فى الحصول على وظيفة ناجحة فى سوق العمل المتنوع والتنافسى فى ظل التطورات التكنولوجية الحالية، وحتى يستطيع الفرد التأقلم مع تحديات سوق العمل الحالية، وحتى يتمتع

بالمرونة للتكيف مع التغيرات المتلاحقة في المجالات المختلفة والتعامل معها بفاعلية (وتنقسم مهارات سوق العمل إلى: مهارات ذاتية، ومهارات تكنولوجية، ومهارات اللغة).

الدراسات السابقة:

بعد مراجعة الباحثة للدراسات السابقة العربية والأجنبية ذات الصلة بموضوع الدراسة ، تستعرض الباحثة فيما يلي عددا من الدراسات التي تناولت اليوتيوب كوسيلة للتعلم الذاتي، واليوتيوب ودوره في اكتساب الفرد للمهارات المختلفة. وقسمت الباحثة محاور الدراسات السابقة إلى محورين:

- **المحور الأول:** اليوتيوب كأداة تعليمية ولدعم التعلم الذاتي .

- **المحور الثاني:** اليوتيوب واكتساب الفرد للمهارات المختلفة.

- **المحور الأول:** اليوتيوب كأداة تعليمية ولدعم التعلم الذاتي:

جاء عدد من الدراسات يناقش اعتماد الطلاب على اليوتيوب كوسيلة للتعلم الذاتي والاستفادة من اليوتيوب كأداة تعليمية ومعرفية للطلاب: حيث قامت داليا إبراهيم المتبولى ، 2023 بدراسة للكشف عن التأثيرات الناتجة عن استخدام طلاب الإعلام التربوي لموقع اليوتيوب كوسيلة للتعلم الذاتي، ورصد معدلات استخدام عينة الدراسة لموقع اليوتيوب والكشف عن كل من: الفائدة المدركة، سهولة الاستخدام، درجة التعقيد. واعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على المنهج المسحي survey الكمي مستخدمة (الاستبيان الإلكتروني) كأداة لجمع البيانات من عينة عمدية قوامها (400 مفردة) من طلاب الإعلام التربوي الذين يستخدمون موقع اليوتيوب، وخلصت الدراسة إلى ما يلي: أن الغالبية العظمى من عينة الدراسة بنسبة (58.8%) دائما ما يستخدمون موقع اليوتيوب كوسيلة للتعلم الذاتي، وأن الموضوعات المتعلقة بمناهج التربية الحديثة احتلت المرتبة الأولى من حيث الموضوعات التي يحرص طلاب الإعلام التربوي على متابعتها على موقع اليوتيوب بوزن نسبي (70.3)، وأن أغلبية طلاب الإعلام التربوي يحصلون على درجة فائدة مرتفعة نتيجة استخدامهم لموقع اليوتيوب كوسيلة للتعلم الذاتي، وأن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدلات استخدام طلاب الإعلام التربوي لموقع اليوتيوب كوسيلة للتعلم الذاتي ومدى فاعلية هذا الموقع من وجهة نظرهم.¹⁰

ولمعرفة مدى استعمال طلاب كلية الإعلام في جامعة دمشق لموقع يوتيوب ودوافع استعماله والإشباع المتحققة منه، ودراسة عادات وأنماط الاستعمال، ومدى توظيفهم واستفادتهم مما يتابعونه على اليوتيوب في عملية التعلم الذاتي واكتساب المهارات؛ قام الباحث لؤى الزعبي، 2022¹¹ بعمل بحث يعد دراسة استكشافية لعلاقة طلاب الإعلام بموقع يوتيوب كوسيلة للتعلم الذاتي واكتساب المهارات، وجاءت أهم نتائج البحث أن اليوتيوب يعد جزءاً من حياة الطلاب اليومية، وذلك يرجع للميزات التعليمية والتدريبية التي يتمتع بها هذا الموقع، وأظهر البحث أن نحو 80% من أفراد العينة يستعملون يوتيوب للحصول على المعلومات بصورة

دائمة، و72% منهم يستعملونه لزيادة مهاراتهم بتعلم برامج تعليمية وعلمية ولتعلم اللغات الأجنبية. كما أظهر البحث أن 84% من أفراد العينة تتابع المضامين التعليمية على موقع يوتيوب، وهذا ما يساعدهم في عملية التعلم الذاتي واكتساب المهارات، وأظهر البحث أيضاً أن 72% من أفراد العينة يحققون وينالون إشباعاتهم في تعرف أهم المهارات من خلال يوتيوب، وأن 84% منهم يحققون إشباعاتهم في الهروب من مشاكل الجامعة والنقص الملموس في الجانب التطبيقي.

وللتعرف على دور قنوات اليوتيوب في دعم الأنشطة التعليمية للطلاب السعوديين بالمرحلة الثانوية أثناء الدراسة عن بعد؛ قام وديع بن محمد العززي وعماد الدين حسن مغربي، 2022¹² بإجراء دراسة للتعرف على هذا الدور، وتوصلت الدراسة الميدانية إلى عدة نتائج من أهمها: ارتفاع معدل استخدام عينة الدراسة لموقع التواصل الاجتماعي اليوتيوب لمتابعة القنوات التعليمية بنسبة 75%. وقد تصدرت التسلية والترفيه مجموعة الأسباب التي تدفع طلاب المرحلة الثانوية لمتابعة قنوات اليوتيوب، تليها الأسباب التي لها علاقة بالتعلم وتنمية المهارات. ووجد البحث ارتفاع درجة استفادة عينة الدراسة من قنوات اليوتيوب في العملية التعليمية بدرجة كبيرة بنسبة (75.3%)، ويأتي في المرتبة الأولى من أوجه الاستفادة من قنوات اليوتيوب في العملية التعليمية الشروحات المتعلقة ببعض المواد التعليمية بأهمية نسبية مقدارها (91.17%)، تليها البحث عن معلومات عامة في المركز الثاني بأهمية نسبية مقدارها (70.33%).

وللتعرف على إذا كان استخدام موقع اليوتيوب إيجابياً في تعلم الطالب نفسه بنفسه، ومعرفة درجة تأثير موقع اليوتيوب في طرح القضايا المعاصرة المتعلقة بعمليات التعلم؛ قامت سارة دربال، 2022¹³ بدراسة للوقوف على مدى استخدام الطلبة الجامعيين لموقع اليوتيوب في تحقيق التعلم الذاتي، والتعرف على القنوات التعليمية ومقاطع الفيديو التعليمية الجيدة لتحقيق تعلم ذاتي أفضل، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها: أن أغلب الطلبة الجامعيين يرون أن موقع اليوتيوب يعمل على جعلهم مسئولين عن كيفية تعلمهم بأنفسهم، كما أنه يساعد على الاطلاع على الأخبار، ويوفر الوقت للتعلم دون مساعدة الآخرين، ويساهم في نشر الثقافة التعليمية، بالإضافة إلى أنه يعمل على تحقيق الطموح نحو تعلم أفضل، ويساهم في زيادة رغبة المتعلم في عملية التعلم الذاتي، كما أنه يحقق قفزة نوعية في عملية التعلم الذاتي.

وأفادت دراسة (Mohamed Ahmed Mady, Said Baadel, 2020)¹⁴ بأن الطلاب يستخدمون موقع اليوتيوب كأداة تعليمية لدراساتهم الأكاديمية وإثراء معارفهم العامة، وأن هناك علاقة إيجابية بين استخدام مقاطع فيديو موقع اليوتيوب في الأوساط الأكاديمية والأداء العام للطلاب، وقد أكدت نتائج دراسة (Shadam Hussaeni Handi Pratama, et.al, 2020)¹⁵ على أن موقع اليوتيوب أداة ضرورية في الفصول الدراسية؛ لأنها تجذب انتباه الطلاب

وتتضمن عقليتهم وإبداعهم، كما أنه يساعد في تغطية المواد الشاملة وخاصة اللغة، ويقود موقع اليوتيوب عنصر المرح إلى الفصول الدراسية، من خلال تلبية اهتمامات الطلاب. كما أفادت دراسة (Trish Sharma, Shruti Sharma, 2020)¹⁶ بأن اليوتيوب له تأثير كبير على التعليم وتجربة التعلم للطلاب، كما أنه يساعد على إضافة بعد جديد مبتكر ومثير للاهتمام في نظام التعليم التقليدي، ومن الطلاب إلى المعلمين، وقد جعل موقع اليوتيوب طريقة التعلم والتعليم سهلة، فتصبح الموضوعات ذات المفاهيم الصعبة والنظريات المعقدة ممتعة مع المحتوى الصوتي المرئي، فيقوم المعلمون من جميع أنحاء العالم بتحميل المحتوى على موقع اليوتيوب؛ مما يمنح الطلاب فرصة للتعرف على وجهة نظر العالم حول هذا الموضوع.

وللتعرف على مدى مساهمة التعليقات على مقاطع اليوتيوب التعليمية في إيجاد مستويات تعلم عالية وعميقة؛ قامت دراسة ديوك وتاباك Dubovi. & Tabak، 2020¹⁷ بتحليل ١٥٣٠ تعليقا على مقاطع المجموعة من قنوات اليوتيوب في المجال العلمي، على الرغم من أن هذه التعليقات كتبت في سياق غير رسمي، إلا أن نتائج الدراسة أشارت إلى وجود تعليقات ونقاش على مستوى عالٍ من العمق والمعرفة مماثلة لما يحدث في مواقف التعلم الرسمي.

وللتعرف على القنوات المتعددة التي تقدمها منصة اليوتيوب بهدف التعلم غير الرسمي؛ جاءت دراسة Lange , 2019¹⁸ ، وأكدت نتائج الدراسة أنه يحدث التعلم غير الرسمي في اليوتيوب من خلال مشاهدة المتعلمين لمقاطع الفيديو، أو من خلال تفاعلهم مع الآخرين، أو من خلال تقييمهم الذاتي لأنفسهم، وأوضحت دراسة Lange أن كون مقاطع اليوتيوب غير رسمية لا يعني ذلك عدم إمكانية الاستفادة منها في التعليم الرسمي؛ بل نستطيع تدعيم التعليم الرسمي بالتعلم غير الرسمي من قنوات اليوتيوب، وتوصلت الدراسة أيضا إلى أنه تتعلق المخاوف بشأن التعلم غير الرسمي من اليوتيوب بالتعليقات العدائية والافتقار إلى التقييم المنهجي لقدرات الفرد.

واستهدفت دراسة ماهيتاب جمال ، 2018¹⁹ رصد دوافع وتوقعات الشباب الجامعي بشأن استخدامهم لمقاطع اليوتيوب التعليمية في التعليم الذاتي والإشباع التي تحققت لهم بالفعل نتيجة ذلك الاستخدام، وذلك في ضوء نموذج علمي مقترح من قبل الباحثة للتوصل إلى نتائج تسهم في التخطيط المستقبلي لتطوير المناهج التعليمية التقليدية، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي اتبعت المنهج المسحي بشقه الميداني، وذلك من خلال عينة متاحة قوامها ٤٢٠ مفردة، توزعت بنسب متساوية على كل شريحة من تلك الشرائح المختلفة (الفرقة - التخصص التعليمي - ملكية النظام التعليمي)، وتوصلت هذه الدراسة إلى عدد من النتائج من بينها: ارتفاع نسبة استخدام الشباب الجامعي لمقاطع اليوتيوب التعليمية في التعليم الذاتي، غير أن هذا الاستخدام كان لصالح طلاب الجامعات الحكومية والمقيدين بالفرقة النهائية بالكليات النظرية، وخاصة الذكور، كما كشفت النتائج عن ارتفاع نسبة ثقة الشباب

الجامعي في تلك المقاطع، وتبين غلبة نمط التعليم الذاتي المستقل من خلال هذه المقاطع بين هؤلاء الشباب، وتنوعت أسباب استخدام الشباب لتلك المقاطع، فجاء في مقدمتها الدوافع الطوقسية، ثم الدوافع الداخلية، تلاها التوقعات الشخصية، ومن بعدها التسهيلات المتاحة من قبل الموقع، ثم الدوافع النفعية.

وعن دور منصة اليوتيوب كأداة لتحسين التنمية المعرفية لدى الطلاب؛ أجرت Dwi Asmiarti, 2018²⁰ من جامعة نيجري سيمارنج في أندونيسيا، و Guntur Winangun من جامعة بجري في أندونيسيا أيضاً دراسة، ناقشت ظاهرة اليوتيوب كأداة تطبيقية تعتمد على الفيديو التعليمي في هذا العصر الرقمي الذي نعيش فيه، وهدفت الدراسة إلى تحديد دور منصة اليوتيوب في تحسين التطور المعرفي لدى الطلاب، وتوصلت الدراسة إلى أن التحفيز باستخدام مقاطع الفيديو من خلال منصة اليوتيوب يمكن استخدامه كأداة لتحسين العملية المعرفية، حيث يمكن أن تكون منصة اليوتيوب أداة مساهمة في تعزيز التنمية المعرفية في عصر التطور الرقمي الذي نعيشه، وتطور التكنولوجيا والأجهزة التي تعتمد على وسائل التواصل الاجتماعي اليوم.

وأجرت Arndt & Woore , 2018²¹ دراسة تقارن مقاطع اليوتيوب بالمدونات النصية من جانب أفضلية تعلم اللغة الثانية بشكل غير رسمي، حيث تم إجراء اختبار على الطلاب غير الناطقين باللغة الإنجليزية (84 طالبا) بعد تقسيمهم إلى مجموعة تعلمت من خلال اليوتيوب، وأخرى تعلمت من خلال المدونات النصية، وأفادت الدراسة تفوق الطلاب الذين تعلموا من خلال المدونات في الإملاء، بينما تفوق الآخرون في حفظ المفردات ومعرفة أدوارها النحوية واستيعاب معانيها. وعن الفرق بين مفهومى التعلم الرسمي وغير الرسمي، أشار Lai & Smith, 2017²² في دراستهما إلى تداخل مفهوم التعلم الرسمي وغير الرسمي في الوقت الحالي بسبب انتشار الإنترنت، وزيادة استخدام الأجهزة التقنية المتنقلة، وإثراء التعليم الرسمي بالتعلم خارج جدران المؤسسات التعليمية؛ مما أدى إلى صعوبة التمييز بين المفهومين.

وجاءت دراسة Czerkawski , 2016²³ لتعنى برصد مصادر المعلومات على الإنترنت التي تساهم بتعزيز فرصة تعلم الأفراد بشكل مستقل أو بالتعلم غير الرسمي، وقد توصلت الدراسة إلى أنه يقوم الأفراد في الغالب بالتعلم غير الرسمي إما لتدعيم دراستهم الرسمية، أو لتعلم الأمور الوظيفية، أو أمور الحياة اليومية، وتكمن أهمية التعليم غير الرسمي بكونه مستمرا طول الحياة لاكتساب المعارف والمهارات التي شأنها المساهمة في تطوير الأفراد والمجتمعات.

وعن التعرف على اتجاهات الأساتذة والعاملين في المؤسسات التعليمية بشأن التعلم الذاتي جاء عدد من الدراسات أبرزها: قيام الباحث خالد بن عبد العزيز بن محمد العصفور ، 2023

24 بعمل دراسة هدفت إلى التعرف على اتجاهات الأساتذة الجامعيين نحو مناسبة اليوتيوب كأداة لنشر المعرفة لدعم التعلم غير الرسمي، وذلك باختلاف متغيراتهم (الجنس، العمر، المجال العلمي)، تم استخدام المنهج الوصفي المسحي لتحقيق أهداف الدراسة باستخدام استبيان إلكتروني بمشاركة (٧٩٠) أستاذا جامعيا من مختلف الجامعات الحكومية السعودية، وتوصلت النتائج إلى أن الأساتذة الجامعيين لديهم اتجاه إيجابي نحو مناسبة اليوتيوب كأداة لنشر المعرفة لدعم كافة المتعلمين غير الرسميين، ولدعم التعلم غير الرسمي باختلاف طبيعة المواد التعليمية، ولدعم التعلم غير الرسمي لكل مستويات التعلم. كما توصلت إلى تأثير متغير الجنس ومتغير التعلم السابق من خلال اليوتيوب على اتجاهاتهم نحو مناسبته لنشر المعرفة لدعم تعلم مختلف المتعلمين غير الرسميين. وبينت أيضا تأثير متغير النشر التعليمي السابق من خلال اليوتيوب على اتجاهاتهم نحو مناسبة اليوتيوب لنشر المعرفة لدعم تعلم مختلف المتعلمين غير الرسميين، ودعم التعلم غير الرسمي باختلاف طبيعة المواد التعليمية وكافة مستويات التعلم.

وعن اتجاهات العاملين في التدريس بالجامعات السعودية لدمج منصة يوتيوب في الأساليب التعليمية جاءت دراسة (2018) Almobarraz²⁵ بعنوان "Utilization of YouTube as an information resource to support university courses" والتي اعتمدت على أسلوب المسح- وهي من أنواع البحوث الكمية- وشملت استخدام أداة الاستبيان من خلال تحليل البيانات بعد جمعها، وشملت طالبات كلية الحاسبات والمعلومات في عدة جامعات سعودية، وتوصلت الدراسة إلى نتائج أبرزها أن هناك توجهها غير مؤيد من جانب العاملين في التدريس بالجامعات السعودية لدمج منصة يوتيوب في المساقات التعليمية أو الاعتماد عليها كمصدر للمعلومات، بالإضافة إلى ضرورة وجود توعية وتنقيف للكادر الأكاديمي من أجل الاستفادة من موقع يوتيوب بشكل أكبر في دمج المساقات وخاصة التدريبية منها.

وقام (2018) Lai & Smith²⁶ في دراسة أخرى بجمع ٣٠٨ استبانات من أعضاء هيئة التدريس بإحدى الجامعات النيوزلندية ومقابلة ٢٠ عضوا منهم، وتوصل الباحثان إلى أن المشاركين يرون أهمية التعلم غير الرسمي في توسيع معارف الطلاب ودعم تعلمهم الرسمي، وأن كلا نوعي التعلم مكملان لبعضهما البعض، ولاحظ الباحثان أن هناك نقصا في أبحاث أدوار أعضاء هيئة التدريس لدعم التعلم غير الرسمي.

وعن اتجاهات أعضاء هيئة التدريس والطلاب بالكليات العلمية نحو استخدام اليوتيوب في العملية التعليمية جاءت دراسة سارة محمد عبد الهادي، 2017²⁷، والتي تم إعدادها وفق منهج المسح، وكانت نتائجها أن غالبية عينة الدراسة -وهم طلبة الدراسات العليا- يرون أن منصة يوتيوب تساعد بشكل كبير في التسهيل عليهم لفهم المواد العلمية، كما توصلت الدراسة إلى أن هناك رغبة كبيرة من أعضاء الهيئات التدريسية لإتقان استخدام

منصة يوتيوب في التعلم الذاتي، ونقل العلم للطلبة كون غالبيتهم لا يستخدمونها خلال إجراء الدراسة، وإقامة دورات لمساعدة أعضاء الهيئات التدريسية على مهارات الاستفادة من يوتيوب.

- المحور الثاني: اليوتيوب واكتساب الفرد للمهارات المختلفة

جاء عدد من الدراسات يتناول العلاقة بين استخدام منصة اليوتيوب وتنمية المهارات المختلفة بشكل عام حيث: قام سامر أيمن رويشد ، 2023 بإجراء دراسة²⁸ لمعرفة مدى استخدام أعضاء هيئة تدريس الإعلام في الجامعات الفلسطينية بالضفة الغربية منصة يوتيوب لتطوير قدراتهم الأكاديمية العملية خلال العام الأكاديمي 2021 – 2022 ، وشمل ذلك 102 من أعضاء الهيئات التدريسية للتخصص، واعتمد الباحث فيها على أداة الاستبانة، وهي من أدوات المنهج الوصفي الكمي، حيث أظهرت الدراسة أن هناك نسبة اعتماد عالية من عينة البحث على الموقع كمرجع علمي في تطوير القدرات العملية في التخصص، وبينت أن نسبة مرتفعة من الهيئة تستخدم منصة يوتيوب لأغراض علمية وتعليمية بالدرجة الأولى، وحسب النتائج فإن نسبة كبيرة من الهيئة لا ترى في منصة يوتيوب منافسا لها في التعليم والتدريب التقني لتخصص الإعلام.

وقامت الباحثة إيمان عز الدين محمد دوابه ، 2023²⁹ بإجراء دراسة للتعرف على العلاقة بين تعرض الشباب الجامعي للقنوات العلمية على اليوتيوب ومهارات حل المشكلات والتفكير المنتج لديهم، وتوصلت نتائج الدراسة إلى: وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تعرض الشباب الجامعي للقنوات العلمية باليوتيوب ومهارات حل المشكلات لديهم، ووجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تعرض الشباب الجامعي للقنوات العلمية باليوتيوب ومهارات التفكير المنتج لديهم.

وعن مهارات التصميم الجرافيكي جاءت دراسة منير بن أحمد بن محمد عابد حامد ، 2023³⁰ التي هدفت إلى رصد طرق تنمية مهارات التصميم الجرافيكي لدى طلاب التصميم الجرافيكي بالمرحلة الجامعية، وذلك بتوظيف منصة اليوتيوب وبيان فاعليتها في ذلك، واستخدمت الدراسة المنهج التجريبي، وتمثلت أدواتها في اختبار مهارات التصميم الجرافيكي لقياس المهارات النظرية، وبطاقة تقييم الأداء العملي لقياس الجانب العملي لمهارات التصميم الجرافيكي، وطبقت الدراسة على عينة بلغت (22) طالباً موزعين على مجموعتين بواقع (12) طالباً للمجموعة التجريبية و(10) طلاب للمجموعة الضابطة، وأسفرت النتائج عما يلي: أن مستوى امتلاك مهارات التصميم الجرافيكي لدى طلاب المجموعتين الضابطة والتجريبية جاء متوسطاً قبل توظيف منصة اليوتيوب، وأنه لا توجد فروق في مستوى امتلاك مهارات التصميم الجرافيكي لدى طلاب المجموعتين الضابطة والتجريبية قبل توظيف منصة اليوتيوب، كما أشارت النتائج إلى أن مستوى امتلاك مهارات التصميم الجرافيكي لدى طلاب المجموعة التجريبية جاء مرتفعاً بعد توظيف منصة

اليوتيوب، وأنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى امتلاك مهارات التصميم الجرافيكي بين طلاب المجموعتين الضابطة والتجريبية بعد توظيف منصة اليوتيوب لصالح المجموعة التجريبية؛ مما يدل على فاعلية توظيف منصة اليوتيوب في تنمية مهارات التصميم الجرافيكي لدى طلاب المجموعة التجريبية في الجانبين النظري والعملي.

وعن التعرف على فاعلية مقاطع الفيديو التعليمية عبر اليوتيوب في تنمية مهارات إنتاج القصص الرقمية لدى طالبات كلية التربية بجامعة الأقصى واتجاهاتهن نحو استخدام اليوتيوب؛ قام سامح جميل العجرى ، 2019³¹ بإجراء دراسة وتكونت عينة الدراسة من (٢٧) طالبة واتبعت الدراسة المنهج التطويري المنطومي، وأعد الباحث اختبار التحصيلي ومقياس اتجاه نحو استخدام اليوتيوب وبطاقة تقييم منتج لمهارات إنتاج القصص الرقمية، وأظهرت نتائج الدراسة وجود فروق دالة إحصائية بين المجموعتين الضابطة والتجريبية في التطبيق البعدي للاختبار التحصيلي وبطاقة التقييم، لصالح المجموعة التجريبية، وكذلك وجود فرق دال إحصائي بين متوسطي درجات طالبات المجموعة التجريبية في التطبيق القبلي والبعدي لمقياس الاتجاه لصالح التطبيق البعدي، كما أظهرت النتائج حجم تأثير كبير لمقاطع الفيديو التعليمية عبر اليوتيوب على تنمية الجوانب الثلاثة (المعرفية، والمهارية الأدائية، والوجدانية).

وأما عن علاقة قنوات اليوتيوب بتنمية مهارات اللغة خاصة اللغة الإنجليزية جاء عدد من الدراسات أبرزها: دراسة مها إبراهيم زيد الزيداني، 2022³² التي هدفت إلى معرفة واقع استخدام الفيديو التشاركي في تطوير مهارات التحدث لمقرر اللغة الإنجليزية لدى طالبات المرحلة الثانوية بمحافظة الخرج، ولتحقيق أهداف البحث اعتمدت المنهج الوصفي المسحي، كما اعتمدت الباحثة على الاستبانة كأداة بحث في جمع البيانات، وقد تكونت عينة البحث من ٦٣ معلمة وقد أسفرت النتائج عن موافقة المعلمات بدرجة عالية على استخدام الفيديو التشاركي اليوتيوب في تطوير مهارات التحدث، كما أظهرت النتائج موافقة المعلمات بدرجة منخفضة عن المعوقات التي تحد من استخدام الفيديو التشاركي (اليوتيوب) في تطوير مهارات التحدث لدى طالبات الصف الثالث ثانوي، وأجرى الباحث Helen , B.Boholano et al, 2022³³ دراسته عن استخدام قنوات اليوتيوب في تدريس اللغة الإنجليزية للمبتدئين، وقد كشفت نتائج الدراسة عن أن استخدام موقع اليوتيوب كأنشطة تحسينية يزيد من تحفيز الطلاب ويحسن أداءهم الأكاديمي، وأن مقاطع الفيديو المتواجدة على موقع اليوتيوب تعتبر فعالة جدا في تطوير مهارات القراءة والاستيعاب.

وهدفت دراسة حسناء سعد منصور ، 2022³⁴ إلى التعرف على مدى اعتماد طالبات جامعة الملك عبدالعزيز على اليوتيوب في تنمية مهاراتهم في تعلم اللغة الإنجليزية بالتطبيق على عينة من طالبات كلية الإعلام والاتصال في المستوى الأول والمستوى الثامن، في ضوء

فروض نظريتي الاستخدامات والإشباعات والثراء المعرفي ونموذج قبول التكنولوجيا، وقد توصلت الدراسة لعدة نتائج أهمها ما يلي: جاء موقع يوتيوب في مقدمة مواقع التواصل الاجتماعي التي تعتمد عليها العينة في تعلم اللغة الإنجليزية 77.7%، واحتلت مراكز التدريب المركز الأخير 64.32%. كما تفوقت الأهداف النفعية على الأهداف الطقوسية في دوافع العينة لمتابعة مقاطع يوتيوب باللغة الإنجليزية، وجاءت عبارة "روتين يومي" في مقدمة الدوافع الطقوسية 79.82%، وعبارة "أتعلم اللغة بطريقة ممتعة" في مقدمة عبارات الدوافع النفعية 94.74%، وفيما يتعلق بالإشباعات المتحققة من مشاهدة مقاطع باللغة الإنجليزية جاءت عبارة "تطوير طريقة نطقي" في المقدمة 94.74%. وأكدت العينة أن مقاطع اللغة الإنجليزية "ساعدتني في التحدث باللغة الإنجليزية" تأتي في مقدمة عبارات تقييم العينة لمقاطع يوتيوب باللغة الإنجليزية 92.38%.

واهتمت دراسة رابع و عبد الرحمن ، 2022³⁵ بدور يوتيوب في تعلم اللغة الإنجليزية لدى طلبة كلية طلبة جامعة قاصدي مرباح ورقلة بقسم طلبة الإعلام والاتصال بالجزائر من خلال الإشباعات المتحققة للطلاب من استخدام هذا الموقع، وقد توصلت الدراسة إلى اهتمام الطلاب بتعلم اللغة الإنجليزية من خلال الموقع، وإن كانت هذه الدراسة ركزت على الطريقة التقليدية لتعلم اللغة الإنجليزية، واهتمت بدور قنوات تعلم اللغة في تنمية مهارات الطلاب، وتبين الدافع الرئيس لتعلم الطلاب اللغة الإنجليزية كي يستطيعوا مواكبة الأبحاث العالمية المكتوبة بهذه اللغة، واهتمت دراسة Syafiq , 2021³⁶ برصد تأثير استخدام مقاطع فيديو يوتيوب لتحسين مهارة التحدث لدى الطلاب، وكيفية تنفيذ عملية التدريس والتعلم في الفصل بالتطبيق على عينة عمدية قوامها 85 طالبا بالفصل الدراسي الأول بجامعة المحمدية في عام 2020، من غير الناطقين باللغة الإنجليزية، من خلال تقييم التحدث، والمقابلة تم تحليلها لاحقا باستخدام طريقة المقارنة الثابتة والإحصاء الوصفي، وأظهرت النتائج أن فيديو يوتيوب كمادة لتعلم اللغة الإنجليزية أدى إلى تحسين مهارة التحدث لدى الطلاب، بما في ذلك الطلاقة والمفردات والنطق والقواعد والمحتوى.

وجاءت دراسة Hadeel A. Saed, 2021³⁷ حول فعالية استخدام مقاطع فيديو يوتيوب في تدريس مهارات التحدث بين طلاب اللغة الإنجليزية كلغة أجنبية في الأردن، بالتطبيق على 80 طالباً وطالبة يحضرون فصول المهارات الشفوية في قسم اللغة الإنجليزية وأدائها في إحدى الجامعات الخاصة في الأردن، وتم تقسيم المشاركين بالتساوي إلى مجموعة ضابطة ومجموعة تجريبية من 40 طالبا لكل منهما، وتعليم المجموعة التجريبية من خلال استخدام فيديوهات اليوتيوب، بينما تم تعليم المجموعة الضابطة مهارات التحدث باستخدام المنهج التقليدي، وتم إجراء اختبار أولي واختبار لاحق على المجموعتين. طلب من أربعة خبراء في تدريس اللغة الإنجليزية كلغة أجنبية تقييم أداء المشاركين باستخدام وصفات فرقة التحدث IELTS والتي تتكون من أربع فئات رئيسية: الطلاقة والتماسك، والمورد المعجمي، والنطاق

النحوي والدقة، والنطق. وأظهرت النتائج تحسن أداء المجموعتين، وأظهرت المجموعة التجريبية تحسنا أفضل نسبيا. وأن هناك تقدماً ملحوظا في أداء التحدث لدى الطلاب الخاضعين لتجربة يوتيوب، وكان النطق والطلاقة والتماسك الأكثر تقدما بشكل ملحوظ في أداء المجموعة التجريبية على يوتيوب.

وهدفت دراسة³⁸ Uli Sylphia Simanjuntak, 2021 إلى تحليل تصورات الطلاب في استخدام يوتيوب كوسيط لتعلم مهارة اللغة الإنجليزية عبر الإنترنت أثناء جائحة كورونا، وذلك من خلال استبيان تم توزيعه من خلال محرك البحث جوجل، وشمل أربعة جوانب تغطي جوانب تصور الطلاب لجاذبية الموقع والفعالية والملاءمة والتحفيز. تظهر هذه الجوانب في تجارب تعلم الطلاب في الفصول الدراسية، وأظهرت النتائج أن معظم الطلاب قدموا استجابة إيجابية لكل عبارة في كل جانب من جوانب الاستبانة المعطاة، واستنتجت الدراسة أن استخدام يوتيوب كوسيط لتعلم اللغة الإنجليزية عبر الإنترنت أمر جذاب وفعال وملائم لمحتوى الدورة التدريبية، كما أنه يحفز الطلاب في تعلم اللغة الإنجليزية عبر الإنترنت أثناء الجائحة.

واهتمت دراسة³⁹ Meinawati , 2020 بتقييم دور يوتيوب في تحسين القدرة على الكلام باللغة الإنجليزية بشكل فعال من قبل طلاب الصف العاشر، ومدى استمتاع الطلاب بهذه الطريقة، وأظهرت النتائج أن يوتيوب كان فعالا للغاية؛ لأنه سمح للطلاب بالتحدث بمزيد من الثقة والتعبير، كما أنه أزال قلقهم بشأن نطق العبارات التي استخدموها عند التحدث؛ لأنهم كانوا قادرين على رؤية كيف يتحدث الأجانب باللغة الإنجليزية بشكل صحيح، وجاءت دراسة⁴⁰ Rachamawati, Rina & Cahyani, Fibria.2020 بعنوان استخدام مقاطع فيديو اليوتيوب لتحسين مهارة النطق لدى طلاب قسم اللغة الإنجليزية، وهدفت الدراسة إلى تحديد ما إذا كان استخدام مقاطع فيديو اليوتيوب تؤثر على مهارات النطق لدى طلاب قسم اللغة الإنجليزية أم لا في أندونيسيا، واستخدمت الدراسة اختبارات كأداة وتم تطبيق الدراسة على مجموعتين من عينة عشوائية الضابطة ٢٤ طالبا تم استخدام وسائل تقليدية، والمجموعة التجريبية ٢٤ طالبا استخدم معها وسائل تعليمية مرئية ومسموعة قائمة على الويب مثل اليوتيوب، واستخدم الباحثان المنهج التجريبي، وكانت الأدوات الاختبارات والملاحظات، وتم إعداد اختبار قبلي وبعدي، وتم إنشاء مقاطع فيديو على اليوتيوب في هذه الدراسة للتركيز على تعلم النطق باستخدام مقاطع الفيديو، وتوصلت الدراسة إلى أن استخدام مقاطع فيديو اليوتيوب أثرت بشكل إيجابي على مهارات النطق لدى طلاب المجموعة التجريبية من خلال محاكاة الكلمات المستخدمة في مقاطع الفيديو على اليوتيوب في الاختبار القبلي حيث كان هناك تجانس بين المجموعتين، أما الاختبار البعدي فأوضح أن هناك فروقا دالة إحصائيا لصالح المجموعة التجريبية.

التعليق على الدراسات السابقة:

من خلال رصد الدراسات السابقة تبين ما يلى:

- 1- تمحورت الدراسات السابقة نحو قنوات اليوتيوب ودورها في العملية التعليمية والثقافية والمعرفية بشكل عام للطلاب وعلاقتها بالتعلم الذاتى، وتنوعت هذه الدراسات وتعددت، ولكن لم تكن بها دراسة تتناول مهارات سوق العمل، وتم تطبيقها على الشباب بكافة فئاته العمرية (طلاب جامعات وخريجين)؛ لذا اهتمت الباحثة بدراسة استخدام الشباب من كافة التخصصات لهذا الموقع كوسيلة للتعلم الذاتى ومدى قدرتهم على استخدام هذا الموقع لالتماس المعلومات حول تنمية العديد من المهارات.
- 2- جاءت معظم الدراسات السابقة نحو قنوات اليوتيوب ودورها في العملية التعليمية وتنمية المهارات تتمركز حول تنمية المهارات اللغوية فقط، دون التطرق إلى بقية المهارات التى يتطلبها سوق العمل، وهذا ما أضافته الباحثة فى دراستها حيث تناولت كافة المهارات التى ترتبط بالمجال الوظيفى (مهارات اتصالية ، مهارات ذاتية، مهارات تكنولوجية).
- 3- تطرقت الدراسات السابقة إلى استعمال مواقع الفيديو الإلكترونية في التعليم الجامعي ومراحل التعليم الأساسى (ما قبل الجامعي)، ولم تتطرق أي دراسة إلى رصد فعاليتها على مرحلة ما بعد التخرج، وهذا ما تطرقت إليه الباحثة فى دراستها.
- 4- أثبتت الدراسات السابقة فعالية مواقع الفيديو الإلكترونية في زيادة تحصيل الطلاب المعرفي والمهاراتي، حيث درست هذه الفعالية على مواد نظرية وعملية مختلفة.
- 5- غلب على معظم الدراسات استخدام منهج المسح والمنهج التجريبي، ويعد الاستبيان الأداة المنهجية المستخدمة فى غالبية الدراسات وتباين حجم العينات ونوعها.
- 6- جاءت معظم الدراسات السابقة تؤكد على أن مواقع الفيديو تساهم بشكل كبير في تعزيز تعلم الطلاب، وتراعي احتياجاتهم الخاصة، وأن استعمال يوتيوب يدفعهم أكثر للتعلم ويزيد معارفهم.
- 7- أشارت الدراسات السابقة إلى فاعلية اليوتيوب فى تعليم الأفراد غير الرسمي، كما أشارت إلى أن كون المقاطع التعليمية فى اليوتيوب غير الرسمية لا يعنى عدم إمكانية الاستفادة منها فى التعليم الرسمي بل تعد عنصرا تكميلا للتعليم الرسمي فى المؤسسات التعليمية.
- 8- يتضح من عرض الدراسات السابقة تأكيدها على فائدة اليوتيوب في تمكين التعلم غير الرسمي، وعلى أهمية اعتماد هذه المقاطع على مصادر علمية موثوقة، ويتضح أيضاً قيام الدراسات السابقة للتعلم غير الرسمي من خلال اليوتيوب بدراستها من جانب الطلاب الجامعيين بشكل أكبر من اتجاهات الأساتذة الجامعيين نحوها.

الإستفادة من الدراسات السابقة:

- 1- معرفة الجوانب التى ينبغى التركيز عليها ومناقشتها ومعرفة الجوانب التى غفلت عن معالجتها الدراسات السابقة؛ حتى تستطيع الدراسة أن تقدم ما هو جديد عن باقى

- 1- الدراسات التى تناولت دراسة موقع اليوتيوب كوسيلة للتعلم الذاتى؛ مما يساهم فى التراكم العلمى فى مجال الإعلام.
 - 2- تحديد وبلورة وصياغة المشكلة البحثية وتحديد الإطار النظرى الملائم للدراسة.
 - 3- اختيار وسائل جمع البيانات ومنهجها وإعداد فقرات أدوات الدراسة.
 - 4- كيفية عرض النتائج والتعليق عليها والمقارنة بين نتائج هذه الدراسة والدراسات السابقة بما يضمن تفسير النتائج بشكل أعمق.
 - 5- كما ساهمت على المستوى الإجرائى فى تحديد نوع العينة، وتصميم استمارة الاستبيان الخاصة بهم.
 - 6- الاستفادة من الدراسات السابقة فى كيفية المعالجة واتباع المنهجية المناسبة للدراسة.
- الإطار النظرى:

اعتمدت الباحثة فى دراستها على نظرية التماس المعلومات:

يمثل التماس المعلومات إحدى الوظائف التى تؤديها وسائل الإعلام على المستوى الفردي، حيث يسعى الأفراد للتماس المعلومات من وسائل الإعلام، والتي تؤدي إلى الفهم وتوجيه السلوك⁴¹، ويعرف التماس المعلومات بأنه عملية ذهنية إدراكية تتفاعل فيها المعرفة السابقة بمصادر المعلومات الحالية، أي أن التماس المعلومات ليس مجرد عملية سلوكية تتمثل في السلوك الظاهر للبحث عن المعلومات⁴². وعرف wilson عملية التماس المعلومات بأنها عملية البحث عن المعلومات من أجل تحقيق الأهداف التي ترضي ملتمسي المعلومات؛ أي أنها تهدف إلى كسب معلومات معينة من مصادر معلوماتية مختلفة، وتعتمد هذه النظرية على مجموعة من الاستراتيجيات التي تؤدي دورا مهما في اختيار المعلومات، وتحديد المصادر التي يمكن أن تساعد الفرد في الحصول على المعلومات⁴³.

أشار Sharon Dunwoody، 2014 إلى ما يعرف بـ Information Seeking Behaviors أى سلوكيات التماس المعلومات من مصادر المعلومات، وأنه يتم اختيار الوسيلة وفقا لعدة عوامل، وهو ما يطلق عليه Channel Beliefs والتي هي عبارة عن خليط من الأساليب الإدراكية الفعالة لتقييم مصادر المعلومات مثل: التكلفة المادية لتلقى الوسيلة، المهارات المطلوبة لاستخدامها، الجهود المبذولة لتلقى المعلومة من خلالها، درجة تلبية الوسيلة للاحتياجات المعلوماتية لدى الفرد، وعوامل أخرى أهمها: دوافع وأهداف التماس المعلومات، قيود الوقت ومحدوديته، الخبرة ومدى توافر معلومات سابقة عن الموضوع، الاتصال الشخصي مع الآخرين، طبيعة التخصص المهني والعمل، الأنشطة المصاحبة لسلوك الالتماس، المتغيرات الديموغرافية كالعمر والنوع والتعليم، مهارات الفرد وكفاءته، القدرات اللغوية، ميل الأفراد للتعرض الانتقائي للمعلومات التي تؤيد اتجاهاتهم، عاطفة الفرد

ومشاعره ومزاجه الشخصي عند التماس المعلومات، بالإضافة إلى عوامل أخرى، مثل: تأثير المتغيرات الثقافية، وذلك عند التماس جمهور دولة ما المعلومات من مصادر دولة أخرى ذات ثقافة مختلفة وتحتوى على متغيرات: السياق Context بما له من أثر بالغ في توليد المعنى المراد من ثقافة الآخرين، تدفق المعلومات Information Flow واتجاهاتها Power Distance بمعنى مكانة الدولة في سلم القوى إذا ما كانت قائمة أو تابعة، وهل هي مصدر للمعلومات أم مستهلكة لها.⁴⁴

وهناك ثلاث استراتيجيات لالتماس المعلومات هي:⁴⁵

استراتيجية قبل البحث (استراتيجية التصفح) : تعمل هذه الاستراتيجية على توسيع الإطار المعرفي لدى الملتمس حول محركات البحث أو مصادر المعلومات التي يمكن الاستفادة منها؛ لذلك تمتاز هذه الاستراتيجية بكونها نشطة وغير مباشرة، نتيجة عدم وجود هدف أو مصادر محددة يتم البحث من خلالها، وتدعم هذه المرحلة جمع المعلومات من خلال توفير الآراء والمشورة مع زملاء العمل أو غيرهم.

- استراتيجية أثناء البحث (استراتيجية البحث) : يتم فيها اختيار مصادر المعلومات المناسبة والأكثر مصداقية للحصول على المعلومات، والتي تلبي احتياجات الملتمس المعرفية والمعلوماتية، وبالتالي تؤثر في اتجاهاته ومعارفه، وتتميز بكونها استراتيجية نشطة ومباشرة.

استراتيجية بعد البحث (استراتيجية الرقابة أو الرصد) : عن طريق الاستراتيجيات السابقة يتكون لدى الفرد إطار معرفي من المعتقدات والمعلومات، والتي تشكل هذه المرحلة حيث يتم تحديث المعلومات وتوسيع الإطار المعرفي. وقد تم توظيف النظرية في الدراسة الحالية من خلال دراسة ورصد مستوى الشباب المصري عبر قنوات اليوتيوب، ومعرفة استراتيجيات وخطوات التماس الشباب المصري للمعلومات حول مهارات سوق العمل .

وفي الدراسة الحالية تم تقسيم نموذج التماس المعلومات إلى:

- 1 - ملتمس المعلومات: وهو الشخص الذي يتولد بداخله الحاجة للبحث عن معلومات معينة، وفي الدراسة الحالية يتمثل ملتمس المعلومات في الشباب المصري مستخدم موقع اليوتيوب.
- 2 - الموضوع أو القضية المراد التماس المعلومات عنه: وهو الذي يرغب ملتمس المعلومات في البحث عن معلومات تخص هذا الموضوع ويريد فهم أجزاء مرتبطة به، وفي هذه الدراسة الموضوع المراد التماس معلومات عنه يتمثل في مهارات سوق العمل.
- 3- محركات البحث: وهي قواعد البيانات التي يلجأ لها الفرد لالتماس المعلومات التي يريدها، وتتمثل في هذه الدراسة في قنوات اليوتيوب، ويوضح المبحوثون أسباب اختيار قنوات يوتيوب بعينها لالتماس المعلومات حول مهارات سوق العمل.

4- الحاجة إلى التماس المعلومات، وهي الحافز الذى يتولد داخل الفرد ويدفعه للقيام بنشاط معين كالبحث في قواعد البيانات للوصول إلى المعلومات التي يريدها، وفي هذه الدراسة تتمثل في مدى الحاجة لالتماس المعلومات عن مهارات سوق العمل وما هي هذه الحاجة.

5- إجراءات التماس المعلومات، وتنقسم إلى عدة إجراءات منها:

- إجراءات قبل البحث وعند الحاجة لالتماس المعلومات حول مهارات سوق العمل عبر قنوات اليوتيوب.

- إجراءات أثناء البحث والتماس المعلومات حول مهارات سوق العمل عبر قنوات اليوتيوب.

- إجراءات ما بعد البحث وإتمام عملية التماس المعلومات حول مهارات سوق العمل عبر قنوات اليوتيوب.

نتائج التماس المعلومات وهي الحصيلة التي تتكون لدى الفرد نتيجة لجوئه إلى محرك بحث معين، وهو في دراستنا الحالية إشباع رغبته ودافعه لالتماس المعلومات حول تنمية مهارات سوق العمل وتحقق إدراكه لهذه المعلومات عبر قنوات اليوتيوب.

قامت الباحثة بتوظيف نظرية التماس المعلومات من خلال دراسة متغيرات وعناصر النظرية كافة، حيث بدأت بدراسة سلوكيات التماس الشباب للمعلومات حول مهارات سوق العمل من اليوتيوب، كذلك سعت لتحديد قنوات اليوتيوب التي يلتمس منها الشباب المعلومات، والأساليب التي يلتمسون من خلالها المعلومات، وذلك في إطار دراسة سمات وأنماط واستراتيجيات البحث عن المعلومات والتماسها، وقامت الباحثة باختبار فروض النظرية في الدراسة الميدانية من حيث اختبار العلاقة بين معدل التماس الشباب للمعلومات من قنوات اليوتيوب، وبين نتائج بحثه والتماسه للمعلومات حول مهارات سوق العمل، كذلك تختبر الدراسة وجود علاقة ارتباط بين دوافع التماس الشباب المصرى للمعلومات حول تنمية مهارات سوق العمل من قنوات اليوتيوب، وبين اختيارهم للقنوات التي يلتمسون منها المعلومات، كما تختبر الباحثة العلاقة بين الثقة في المصادر التي تعتمد عليها قنوات اليوتيوب التي يلتمس منها الشباب المعلومات حول مهارات سوق العمل، وبين مدى ثقتهم في تلك القنوات.

تساؤلات الدراسة:

تساؤل رئيسى وهو: كيف تشكل عملية التماس المعلومات من موقع اليوتيوب إدراك الشباب المصرى لمهارات سوق العمل؟

1- ما معدل التماس الشباب المصرى لمعلومات تطوير مهارات سوق العمل من موقع اليوتيوب؟

2- ما الموضوعات التي حظيت باهتمام الشباب المصرى على موقع اليوتيوب بشأن تنمية مهارات سوق العمل؟

3- هل تنوعت دوافع التماس المبحوثين للمعلومات حول مهارات سوق العمل من موقع اليوتيوب؟

- 4- ما الاستراتيجيات التى يتبعها الجمهور خلال عملية التماسهم للمعلومات حول مهارات سوق العمل من موقع اليوتيوب؟
 - 5- ما نتائج التماس الجمهور للمعلومات حول مهارات سوق العمل من موقع اليوتيوب؟
 - 6- إلى أى مدى يثق الجمهور فى المعلومات حول مهارات سوق العمل المقدمة من فيديوهات اليوتيوب ؟
- فروض الدراسة :

- 1- يوجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع التماس الشباب المصرى للمعلومات من قنوات اليوتيوب وبين اختيارهم للقنوات التى يلتصون من خلالها المعلومات.
- 2- يوجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل التماس الشباب المصرى للمعلومات حول تنمية مهارات سوق العمل من اليوتيوب ونتائج بحثه والتماسه لهذه المعلومات.
- 3- يوجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى الثقة فى المصادر التى تعتمد عليها قنوات اليوتيوب التى يلتص منها الشباب المصرى للمعلومات حول تنمية مهارات سوق العمل وبين مدى الثقة فى تلك القنوات
- 4- يوجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى استخدام الشباب لليوتيوب كمصدر للحصول على المعلومات حول تطوير مهارات سوق العمل ومدى تقديره لذاته.
- 5- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدة مشاهدة عينة الدراسة المتواصلة لليوتيوب لتعلم مهارات خاصة بمجال عملهم، وانعكاس ذلك على وضعهم المهنى فى سوق العمل.
- 6- يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى ثقة عينة الدراسة فى قنوات اليوتيوب وفقاً لعدد من المتغيرات (النوع ، نوع الدراسة، العمر).
- 7- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى تقييم عينة الدراسة لمدى فاعلية موقع اليوتيوب كوسيلة لتعلم مهارات سوق العمل وفقاً لعدد من المتغيرات (النوع ، نوع الدراسة، العمر) .

الإطار المنهجى للدراسة:

نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، التى تعطي صورة واضحة عن الظاهرة التى ترغب بجمع البيانات عنها، فهي تصف ميزات وخصائص مجتمع أو ظاهرة وتضيف بذلك رصيماً إضافياً من الحقائق والمعارف، الأمر الذى يساعد في عملية فهم الظاهرة والتنبؤ بحدوثها⁴⁶، حيث تفسر هذه البيانات وتحلل تحليلاً شاملاً وتستخلص نتائج ودلالات مفيدة قد تؤدي إلى إمكانية إصدار تعميمات بشأن الظاهرة التى تدرسها الباحثة.

منهج الدراسة :

يعتمد البحث على منهج المسح باستعمال أداة الاستبيان الإلكتروني؛ ذلك لأن منهج المسح من أبرز المناهج المستخدمة في الدراسات الوصفية، حيث يهتم منهج المسح الوصفي بوصف حجم وتركيب جمهور المتلقين، وتصنيف الدوافع والحاجات، والمعايير الثقافية والاجتماعية، وكذلك الأنماط السلوكية ودرجتها، أو شدتها ومستويات الاهتمام والتفضيل، ويمثل الوصف في هذا الإطار وصف جمهور المتلقين، وعليه يعد منهج المسح الوصفي واحداً من المناهج الأساسية، والتي نتعرف بواسطتها على المعلومات الدقيقة المتعلقة بموضوع البحث، إذ يعتمد تجميع البيانات والحقائق، ولا يقتصر على مجرد الوصول إلى الحقائق والحصول عليها، ولكنه يمكن أن يؤدي إلى صياغة مبادئ مهمة في المعرفة، كما يمكن أن يؤدي إلى حل المشاكل العلمية، ويمكن من خلاله اكتشاف علاقات معينة بين مختلف الظواهر التي قد لا يستطيع الباحث الوصول إليها بدون مسح⁴⁷.

أدوات جمع البيانات:

ولتحقيق أهداف الدراسة والإجابة على تساؤلاتها؛ تم استخدام صحيفة الاستبيان عبر الإنترنت (الاستبيان الإلكتروني) التي اشتملت على عدة محاور باعتبار أن الاستبيان أحد الأساليب التي تستخدم في جمع البيانات مباشرة من العينة المختارة، وذلك عن طريق توجيه عدد من الأسئلة المحددة، بهدف التعرف على حقائق معينة أو وجهات نظر الباحثين⁴⁸ واتجاهاتهم أو الدوافع والاستراتيجيات التي يتبعونها أثناء التماسهم للمعلومات ونتائج هذا التماس، ولتوفير صدق البيانات تم عرض الاستمارة على عدد من المحكمين*؛ لاختبار مدى صلاحيتها لتحقيق أهداف البحث، وبعد الأخذ بأرائهم تم إجراء بعض التعديلات، مثل إعادة صياغة بعض العبارات، والأسئلة التي أضافها المحكمون للاستمارة.

الإطار الإجرائي للدراسة :

يتكون مجتمع الدراسة من الشباب المصري.

عينة الدراسة :

جدول رقم (1)

النسبة	التكرار	النوع
56.8	229	أنثى
43.2	174	ذكر
النسبة	التكرار	العمر
46.9	189	من 20 إلى أقل من 25 سنة
27.0	109	من 18 إلى أقل من 20 سنة
13.2	53	من 30 إلى أقل من 35 سنة

التماس الشباب المصرى للمعلومات حول تنمية مهارات سوق العمل من اليوتيوب كوسيلة للتعلم الذاتى

12.9	52	من 25 إلى أقل من 30 سنة
النسبة	التكرار	نوع الدراسة
61.8	249	كليات عملية
38.2	154	كليات نظرية
النسبة	التكرار	نوع التعليم
52.4	211	خاص
43.9	177	عام
2.5	10	أزهري
1.2	5	فنى
النسبة	التكرار	المؤهل
78.4	316	جامعى
14.1	57	ثانوية عامة أو ما يعادلها
7.4	30	دراسات عليا
النسبة	التكرار	محل الإقامة
88.3	356	مدينة
11.7	47	قرية
النسبة	التكرار	الدخل الشهري
30.3	122	أقل من 1000
24.3	98	3000 من 1000 إلى أقل من
23.3	94	من 5000 إلى أكثر
22.1	89	5000 من 3000 إلى أقل من
النسبة	التكرار	هل ذهبت إلى أحد الكورسات من قبل؟
63.3	255	نعم
36.7	148	لا
النسبة	التكرار	هل سافرت إلى الخارج من قبل
74.4	300	لا
25.6	103	نعم
النسبة	التكرار	هل تبحث عن منح خارجية؟
72.0	290	نعم
28.0	113	لا

تم اختيار عينة عمدية لمجتمع الدراسة من الشباب المصرى فى التخصصات المختلفة بحيث تلبى احتياجات الدراسة وتخدم أهدافها وتجيب عن أسئلتها؛ لذا تم اختيار عينة عمدية ممن يستخدمون اليوتيوب بهدف اكتساب مهارات سوق العمل، بلغ قوامها نحو 403 مفردة من الشباب المصرى (طلاب جامعات وخريجين) تتباين أعمارهم من 18 حتى 35 سنة، واختارت الباحثة فئة الشباب لأنهم الفئة العمرية الأكثر مشاهدة لليوتيوب⁴⁹، وجاءت إحصائية تم الإعلان عنها بموقع اليوتيوب ذاته فى عام ٢٠١٨، أشارت إلى أن متوسط أعمار مستخدمي اليوتيوب يتراوح بين ١٨ و ٣٤ عاماً⁵⁰، كما ذكر التقرير المنشور بموقع

"ديلي ميل" البريطاني لعام ٢٠١٨ هيمنة موقع اليوتيوب على الشباب، وذلك بسبب فرار نصفهم من استخدام موقع الفيسبوك واتجاههم إلى موقع اليوتيوب.⁵¹

ويوضح الجدول السابق وصف عينة الدراسة بحسب (جدول رقم 1) بحسب (النوع – الفئة العمرية – المستوى التعليمي – نوع الدراسة و تنقسم كليات عملية و نظرية)، وقد لاحظت الباحثة إقبال الإناث على إجابة الاستمارة بشكل أكبر من الذكور، وجاء ذلك بنسبة 56.8 %، واهتمام عينة الدراسة من الإناث بموضوع البحث بشكل أكبر من الذكور، واهتمامهن باستخدام اليوتيوب للتعلم الذاتي واكتساب المعرفة والمهارات، ويمكن تفسير ذلك بأن الفتيات قد لا يستطعن الذهاب إلى كورسات خارجية لتعلم مهارات سوق العمل؛ نظرا لأن بعض الأهالي مازالوا يفرضون قيودا على الفتيات تحد من حريتهن في التوسع في مجال التعليم واكتساب مهارات وخبرات إضافية عن مراحل التعليم الأساسي، ويكتفون بمراحل التعليم الجامعي ويضعون قيودا أخرى أمام الفتيات تحد من عملهن بعد التخرج وخاصة أهالي الريف، فتلجأ الفتيات إلى استخدام اليوتيوب؛ للهروب من هذه القيود ولدعم التعلم الذاتي والتطوير من أنفسهن في مجال سوق العمل، وهذا يتفق مع نتيجة دراسة ماهيتاب جمال ، 2018⁵² ويختلف مع نتيجة دراسة محمد الصائغ ، 2015⁵³، وجاءت معظم عينة الدراسة الأكثر اهتماما بالإجابة على استمارة البحث من فئة الشباب من سن 20 سنة حتى أقل من 25 سنة بنسبة 46.9 % ثم من 18 إلى أقل من 20 سنة بنسبة 27 %، وهذا يتفق مع نتيجة دراسة ماهيتاب جمال ، 2018⁵⁴ ومحمد الصائغ ، 2015⁵⁵، ثم في المركز الثالث من 30 إلى أقل من 35 سنة بنسبة 13.2 %، ثم من 25 إلى أقل من 30 سنة بنسبة 12.9 %، ويمكن تفسير ذلك أن شباب الجامعات أكثر استجابة للاستمارة؛ نظرا لكونهم يستخدمون اليوتيوب باستمرار خلال دراستهم لإنجاز مهامهم الدراسية وتطوير قدراتهم ومهاراتهم أكثر من الخريجين الذين ليس لديهم وقت كاف؛ نظرا لانشغالهم على مدار اليوم في مهامهم الوظيفية والحياتية من وجود أسرة وأطفال، كما أن طلاب الجامعات أكثر ارتباطا بموضوع الدراسة؛ لأنهم يسعون لتأهيل أنفسهم في مجال سوق العمل ومحاولة التميز ليتم اختيارهم في فرص عمل؛ حيث إنهم مازالوا في مرحلة بناء الذات والسعي والطموح وتشكيل وتطوير سماتهم الشخصية بما يتناسب مع تطلعاتهم المستقبلية، ومحاولة السعي لمواكبة التطورات التكنولوجية الحالية، أما الخريجون فهم قد يكونون بالفعل مارسوا بعض المهام الوظيفية أو الفرص التدريبية، ولكنهم يستخدمون اليوتيوب لمحاولة تطوير ذاتهم حتى يستطيعوا الحصول على فرص عمل أفضل، أو تولى مناصب أكبر في عملهم، أو تميزهم في مجال عملهم نظرا للمنافسة الشرسة في الوقت الحالي مع السباق التكنولوجي الذي تشهده المؤسسات ومجالات سوق العمل.

تفوقت الكليات العملية على الكليات النظرية فى الاستجابة لموضوع الدراسة؛ حيث إن الكليات العملية تلجأ إلى اليوتيوب لتطوير مهاراتهم فى مجال سوق العمل، فجاءت نسبة من يتابعون اليوتيوب بهدف تنمية مهاراتهم من الكليات العملية بنسبة 61.8 %، بينما جاءت الكليات النظرية بنسبة 38.2 %، وهذا يتفق مع نتيجة دراسة محمد خضر طعانى، 2018⁵⁶، ويمكن تفسير ذلك بأنه يرجع لطبيعة الدراسة فى الكليات العملية التى تعتمد على الجانب التطبيقى بشكل أكبر، ولأنه يوجد نقص فى الجانب التطبيقى والتدريبات فى الكليات العملية؛ مما يدفع طلاب هذه الكليات إلى اللجوء إلى اليوتيوب لتنمية مهاراتهم العملية حتى يستطيعوا مواكبة متطلبات سوق العمل، وقد أكدت نتائج Khalaf Tahat وآخرين، 2018 وجود فجوة كبيرة بين المفاهيم النظرية والعملية فى الكليات محل الدراسة، فالتأهيل الأكاديمي يركز كثيراً على الجوانب النظرية وقليلاً على التطبيق والممارسة⁵⁷، كما أنه هناك انتقاد موجه للمؤسسات التعليمية بأن برامجها الدراسية لا تتلاءم مع احتياجات سوق العمل، وهذا ما أكدت عليه أيضاً دراسة Damir Jugo، 2017⁵⁸ وجاءت دراسة ماهيتاب جمال، 2018 أيضاً تشير إلى أن التعليم التقليدى مضمونه نظرى فقط، ويختلف تماماً عن متطلبات سوق العمل؛ مما يدفع الشباب الجامعى للتعليم الذاتى لاكتساب مهارات أكبر تلائم مجالات سوق العمل.⁵⁹

جاء عدد استجابات طلاب وخريجي كلية الإعلام بفارق كبير عن باقى الكليات؛ فجاءوا بنسبة 41.2 %، بينما جاء فى المركز الثانى كلية التجارة بنسبة 10.9 %، ثم فى المركز الثالث كلية علوم الحاسب بنسبة 10.7 %، ثم كلية الهندسة بنسبة 7.4 %، ثم كلية الآداب بنسبة 6.2 %، ثم كلية الطب بنسبة 4.2 %، ثم كلية الحقوق بنسبة 2.7 %، ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن العديد من مهارات سوق العمل مثل (اللغة، والجغرافيك، وصناعة الأفلام، وتنمية مهارات الاتصال، وتنمية مهارات السمات الشخصية) ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالعمل الإعلامى، وفن التعامل مع الجمهور، والإقناع، وصناعة المحتوى، وإدارة المشاريع، والتعامل مع التكنولوجيا الحديثة؛ لذلك طلاب وخريجو كليات الإعلام كانوا الأكثر التماساً للمعلومات عن غيرهم حول تطوير مهارات سوق العمل من قنوات اليوتيوب، وأيضاً نظراً لكون كليات الإعلام كلية عملية تتطلب تطوير المهارات العملية لخريجها.

جاء معظم العينة ممن يتابعون اليوتيوب بهدف تطوير مهاراتهم فى سوق العمل سبق لهم الذهاب إلى كورسات، وجاء ذلك بنسبة 63.3 %، وهناك 36.7 % لم يذهبوا إلى كورسات واكتفوا بمتابعة قنوات اليوتيوب التى تطور مهاراتهم فى مجال سوق العمل، وهذه النتيجة تتفق مع نتائج جدول رقم (4) والذى توصل إلى أن أغلبية العينة يرون أن اليوتيوب يعد

مصدرا مهما للمعلومات مع وجود مصادر أخرى أقل أهمية، كما توصل أيضا إلى أن أغلبهم موافقون على أن اليوتيوب يعد مصدرا لكنه يسبقه مصادر أخرى أكثر أهمية، كما يتفق أيضا مع نتيجة جدول (25) والذي جاء 68.5 % من العينة يرون أنها تغنيهم أحيانا عن الذهاب لأماكن متخصصة للدراسة، وجاءت أغلبية الكورسات التي ذهب إليها المبحوثون كورسات لغة وكورسات جرافيك والمونتاج؛ حيث إنها من أكثر المجالات المفضلة للمبحوثين والمطلوبة في سوق العمل، وهذا يتفق مع نتيجة دراسة جدول رقم (7).

وعن السفر إلى الخارج جاء معظم عينة الدراسة بنسبة 74.4 % لم يسافروا للخارج من قبل، بينما 25.6 % سافروا، وجاء 72 % من العينة يبحثون عن منح خارجية، بينما جاء 28 % من العينة لا يبحثون عن منح خارجية، ويعد السفر للخارج والبحث عن منح خارجية أحد تطلعات الشباب في مجال سوق العمل لإثبات ذاتهم في الخارج؛ حيث إن الشباب دائما ما يسعى إلى تطوير نفسه بما يواكب التغيرات العالمية في سوق العمل بسبب التقدم التكنولوجى والعلمى، وهذا ظهر لنا في جدول رقم (39)، والذي جاء فيه في المركز الثانى أن تعلم مهارات سوق العمل يجعلنى أواكب التغيرات العالمية فى سوق العمل بسبب التقدم التكنولوجى والعلمى.

إجراءات الثبات:

يقصد بالثبات أنه إذا ما أعيد اختبار أو سؤال مفردات عينة البحث مرة أخرى فإننا نحصل على نفس الإجابات، وبمعنى آخر أنه يمكن الاعتماد على استمارة الاستقصاء المستخدمة فى البحث من حيث ثبات النتائج التي يتم التوصل إليها إذا ما تكررت عملية القياس بنفس القائمة وتحت نفس الظروف، وقد تم قياسه من خلال معامل ألفا كرونباخ، وتتراوح قيمته من (0-1)، وكلما اقتربت قيمته من الواحد الصحيح كان المقياس أدق، ويمكن الاعتماد عليه لتحليل البيانات، بينما انخفض قيمته عن (0.70) يدل على انخفاض الثبات، وهو الحد الأدنى المقبول لمعامل ألفا، كما يتم حساب معاملات الصدق الظاهرى من خلال الجذر التربيعى لمعامل الثبات ألفا كرونباخ، وهو ما يشير إلى الفهم الجيد لفقرات محاور الاستقصاء من قبل المستقصى منهم.

معامل الثبات والصدق لمحاور الدراسة:

جدول رقم (2)

معامل الصدق	معامل الثبات	المقابلة الثانية	المقابلة الأولى	معامل الارتباط المعنوية العدد	المقابلة الأولى
0.991	0.981	.963**	1	معامل الارتباط المعنوية العدد	المقابلة الأولى
		0.000		معامل الارتباط المعنوية العدد	
		35	35	معامل الارتباط المعنوية العدد	المقابلة الثانية
		1	.963**	معامل الارتباط المعنوية العدد	
		35	35	معامل الارتباط المعنوية العدد	

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

ويتضح من الجدول السابق قيم معاملات الثبات بعد إعادة التطبيق لأبعاد الاستبانة على عينة من 35 مفردة وكانت قيمة الثبات أكبر من (0.70)، حيث بلغت قيمة معامل الثبات لأسئلة

الدراسة 0.981 وهي نسب مرتفعة تعطي ثقة لدى الباحثة في النتائج المتحصل عليها من التحليل؛ حيث إنه إذا أعيد تكرار سؤال أفراد العينة مرة أخرى فإننا نحصل على نفس الاستجابة بنسب تتراوح بين 98.1% وهي درجة ثبات مرتفعة جدا تشير إلى صلاحية الاستبانة والأخذ بنتائج الدراسة، كما أن معامل الصدق قد بلغت قيمته 0.991 وهي درجة مصداقية عالية تشير إلى الفهم الجيد لأبعاد الدراسة من قبل أفراد العينة وبنسبة 99.1%.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة، تم إدخالها - بعد ترميزها - إلى الحاسب الآلي، ثم جرت معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج SPSS، وقد قامت الباحثة بالمعالجة الإحصائية على النحو التالي:

- عمل الجداول التكرارية والنسب المئوية.
 - المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
 - الوزن النسبي المرجح.
 - اختبار Chi Square Test لدراسة العلاقة بين المتغيرات الوصفية.
 - معامل ارتباط سبيرمان.
 - لاختبارات الفروق اللامعلمية؛ استخدمت الباحثة مان ويتنى لدراسة الفرق بين مجموعتين وكروسكال واليز لدراسة الفروق بين أكثر من مجموعتين.
- النتائج العامة للدراسة:** مدى استخدام اليوتيوب كمصدر للحصول على المعلومات حول تطوير مهارات سوق العمل:

جدول رقم (3)

معامل الاختلاف	الانحراف المعياري	المتوسط	النسبة	التكرار	إلى أي مدى تستخدم اليوتيوب كمصدر للحصول على المعلومات حول تطوير مهارات سوق العمل؟
25.26	0.595	2.357	6.2	25	ضعيف
			51.9	209	متوسط
			41.9	169	كبير
			100.0	403	الإجمالي

يوضح الجدول السابق مدى استخدام الشباب لليوتيوب كمصدر للحصول على المعلومات حول تطوير مهارات سوق العمل، وجاء استخدام الشباب لليوتيوب بشكل متوسط بنسبة 51.9%، واستخدامهم بشكل كبير بنسبة 41.9%، واستخدامهم بشكل ضعيف بنسبة 6.2%، بمتوسط حسابي 2.357 وانحراف معياري 0.595 أي النتيجة تميل نحو كبير، وهو ما يوضح أهمية فيديوهات اليوتيوب وتأثيرها على فئة الشباب في مختلف المجالات؛ حيث أصبح موقع اليوتيوب يشكل جزءا من الحياة الإلكترونية لدى معظم الشباب، ولم يعد مجرد موقع ترفيهي يستعملونه كشيء ثانوي، ويمكن إرجاع ذلك إلى أن موقع اليوتيوب يقوم

بعرض المادة العلمية على شكل مقاطع فيديو، فهو بذلك يخاطب أكثر من حاسة لدى المتعلم؛ مما يؤدي إلى سرعة التعلم وبقاء أثر التعلم لفترة طويلة، وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة داليا إبراهيم ، 2023⁶⁰ ودراسة إيمان عز الدين محمد دوايه ، 2023⁶¹ ودراسة لؤي الزعبي ، 2022⁶² ودراسة مشاعل بنت ناصر آل كدم ، 2019⁶³، وقد اتفقت نتائج هذا الجدول إلى حد ما مع نتائج دراسة وديع بن محمد العززي وعماد الدين حسن مغربي ، 2022 والتي قد أفادت نتائجها بارتفاع معدل استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي اليوتيوب لمتابعة القنوات التعليمية بنسبة (75%)⁶⁴ وتتفق هذه النتيجة أيضا مع ما ذكرته دراسة Celie O'Neil-Hart ، 2017⁶⁵ وهو أن موقع اليوتيوب على مستوى العالم أصبح لا يستخدم لمجرد الترفيه فقط، وإنما يستخدم لأغراض تعليمية، وهذه النتيجة تعكس بدورها مواكبة الشباب المصري لبعض استخدامات موقع اليوتيوب على مستوى العالم.

أهمية موقع اليوتيوب كمصدر للمعلومات الخاصة بتطوير قدرات الشباب المصري في سوق العمل

جدول رقم (4)

معامل الاختلاف	الانحراف المعياري	المتوسط	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة	أهمية موقع اليوتيوب بالنسبة لك كمصدر للمعلومات الخاصة بتطوير قدراتك في سوق العمل
30.48	1.017	3.34	13.9	29.8	35.2	18.4	2.7	المصدر الأهم والوحيد
22.80	0.889	3.90	26.3	45.7	20.3	7.2	0.5	مصدر مهم للمعلومات مع وجود مصادر أخرى أقل أهمية
29.21	1.015	3.48	15.9	37.0	28.0	17.1	2.0	مصدر كأى مصدر معلومات آخر
26.24	0.999	3.81	29.0	34.7	24.8	10.7	0.7	مصدر لكنه يسبقه مصادر أخرى أكثر أهمية
48.14	1.136	2.36	7.4	10.2	13.6	48.4	20.3	مصدر غير مفيد للمعلومات تغنى عنه مصادر أخرى

وعن أهمية موقع اليوتيوب للشباب كمصدر للحصول على المعلومات حول سوق العمل وافق 72% من العينة على أن اليوتيوب يعد مصدرا مهما للمعلومات مع وجود مصادر أخرى أقل أهمية، ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن موقع اليوتيوب يتميز عن غيره من المصادر الأخرى بعدة مميزات أبرزها: أنية هذا الموقع في تنزيل الفيديوهات، وتركيزه على أهم الفيديوهات التي تحقق نسبة مشاهدة عالية، ومن ثم تهتم الجمهور وتمدهم بالعديد من المعلومات والتفاعلية في مشاركة رأي المتصفحين في هذه الفيديوهات، وهو بذلك يتفوق على وسائل الإعلام الأخرى والتي لا تتيح تواصل ومشاركة الجمهور في المحتوى، وجاء 63.7% موافقين على أن اليوتيوب يعد مصدرا لكنه يسبقه مصادر أخرى أكثر أهمية، وقد توصلت دراسة سامر أنور رويشد، 2023⁶⁶ إلى أنه رغم الاعتماد الكبير على اليوتيوب إلا أنه ليس الوحيد من أدوات التعلم غير التقليدي، حيث جاءت في دراسته نسبة 96.2% يبحثون عن مصادر أخرى لتعزيز مهاراتهم العملية على شبكة الإنترنت، فالويوتيوب يعد وسيلة تكميلية مع وسائل الإعلام التقليدية، وهذا ما توصلت إليه دراسة سامح يوسف، 2016.⁶⁷

وافق 52.9% من العينة على أن اليوتيوب مصدر كأي مصدر معلومات آخر، وجاء 43.7% موافقين على أن اليوتيوب هو المصدر الأهم والوحيد، وعارض 68.7% من العينة أن اليوتيوب مصدر غير مفيد للمعلومات تغنى عنه مصادر أخرى، وهنا تفسر الباحثة هذه النتيجة بأن موقع اليوتيوب أصبح من أولويات الشباب المصري لاكتساب المهارات والتعلم؛ وبهذا أصبح ينافس ويتفوق على كثير من وسائل الإعلام الأخرى، كون اليوتيوب أحد موارد التعليم المجانية، وهو يخلق مجتمعا تعليميا حرا يتميز بالمشاركة والتقييم وسهولة صنع ونشر المحتوى الرقمي عموما، والتعليم بشكل خاص⁶⁸، وهذه النتيجة تتفق مع نتيجة دراسة وديع بن محمد العزعى، 2022⁶⁹ والتي أكدت على كون هذه القنوات مصدرا مهما من المصادر التعليمية والثقافية للطلاب كونها تفيد بشكل إيجابي في الناحية التعليمية الخاصة بالطلاب والتأثير على مستوى أدائهم، وقد توصلت أيضا دراسة دوابه، 2020 إلى أن 42% من الباحثين يرون أن قنوات اليوتيوب تؤثر بشكل إيجابي على الدراسة الجامعية ومستوى أداء الطلاب؛ مما يدعم كون قنوات اليوتيوب أحد مصادر المعلومات المهمة للشباب.⁷⁰

جدول رقم (5) معدل التماس الشباب المصري للمعلومات حول تطوير مهارات سوق العمل من اليوتيوب:

النسبة	التكرار	ما معدل التماسك للمعلومات حول تطوير مهارات سوق العمل من اليوتيوب؟
28.0	113	عندما تأتي لى فرصة عمل وتتقضى مهارة ما، أستكملها من اليوتيوب
21.3	86	حين يطلب منى تكليف فى جامعنى يتطلب تطوير هذه المهارة
17.1	69	أسبوعيا
16.1	65	يومية
11.7	47	نادرا
5.7	23	خلال الإجازات الدراسية
100.0	403	الإجمالى

يوضح الجدول السابق معدل التماس المبحوثين للمعلومات حول تطوير مهارات سوق العمل من اليوتيوب، فجاء في المركز الأول "عندما تأتي لي فرصة عمل وتنقضى مهارة ما أستكملها من اليوتيوب" بنسبة 28%، ثم في المركز الثاني "حين يطلب منى تكليف في جامعتي يتطلب تطوير هذه المهارة" بنسبة 21.3%، وهذه النتيجة تتفق مع نتيجة دراسة محمد خضر طعماني، 2018 التي توصلت إلى أنه من أوقات اللجوء للحصول على معلومة علمية من الإنترنت عندما يطلب منى بحث⁷¹، ثم في المركز الثالث أسبوعياً بنسبة 17.1%، ثم في المركز الرابع يومياً بنسبة 16.1%، وجاءت هذه النتيجة تتفق مع نتيجة دراسة داليا إبراهيم ، 2023 التي توصلت إلى معدل تصفح المبحوثين لليوتيوب بشكل يومي جاء بنسبة ضعيفة بلغت 11.8% فقط⁷²، وتختلف مع نتيجة دراسة إيمان عز الدين محمد دوابه ، 2023 التي توصلت إلى أن النسبة الأعلى من أفراد العينة الذين تعرضوا للقنوات العلمية باليوتيوب كان معدل تعرضهم (كل يوم)⁷³، وتختلف أيضاً مع نتيجة دراسة لؤى الزعبي ، 2022 التي جاء فيها تصدر معدل تصفح الموقع بشكل يومي بنسبة 56%⁷⁴، وتختلف أيضاً مع نتيجة دراسة سمر محمود ، 2015⁷⁵، ثم في المركز الخامس نادراً بنسبة 11.7%، ثم في المركز الأخير خلال الإجازات الدراسية بنسبة 5.7%.

وهنا تفسر الباحثة هذه النتيجة بأن ارتفاع نسبة التصفح عندما تأتي للمبحوث فرصة عمل وتنقضى مهارة، أو عندما يطلب منه تكليف في الجامعة يتطلب تطوير هذه المهارة؛ حيث إنه حين يتعرض لضرورة اكتساب مهارة بشكل فوري وسريع من أجل فرصة عمل، أو لإنجاز تكليف معين في جامعتهم؛ لن يجد الوقت والمساحة الكافية للحجز في كورس والالتحاق به، والدراسة على مدار شهور لاكتساب هذه المهارة؛ فيلجأ لليوتيوب لسرعة الإنجاز، حيث يتميز اليوتيوب بعدة مميزات أبرزها سهولة الدخول لهذا الموقع في أي مكان يتواجد فيه الشخص وتبعاً للتوقيت المناسب له، ونظراً للتكلفة المادية البسيطة لقاء هذا الدخول مقارنة بذهابه إلى كورسات بتكلفة مادية أكبر لتعلم إحدى مهارات سوق العمل، وتكلفة الانتقال لحضور الكورس بشكل دوري.

مدة مشاهدة الشباب المصري المتواصلة لليوتيوب لتعلم مهارات خاصة بمجال عملهم في الجلسة الواحدة

جدول رقم (6)

النسبة	التكرار	ما مدة مشاهدتك المتواصلة لليوتيوب لتعلم مهارات خاصة بمجال عملك في الجلسة الواحدة ؟
29.3	118	أقل من 30 دقيقة
28.3	114	أقل من 60 دقيقة
23.3	94	أكثر من 60 دقيقة
19.1	77	أقل من 15 دقيقة
100.0	403	الإجمالي

يوضح الجدول السابق مدة مشاهدة عينة الدراسة لقنوات اليوتيوب لتعلم مهارات خاصة بمجال عملهم في الجلسة الواحدة، جاء في المرتبة الأولى " أقل من 30 دقيقة " بنسبة 29.3 %، ثم أقل من 60 دقيقة بنسبة 28.3 % ، ثم في المرتبة الثالثة أكثر من 60 دقيقة بنسبة 23.3 %، وفي المرتبة الأخيرة أقل من 15 دقيقة بنسبة 19.1 %، وهذا يتفق مع نتيجة دراسة داليا إبراهيم ، 2023 التي توصلت إلى أن غالبية المبحوثين يستخدمون اليوتيوب كوسيلة للتعلم الذاتي أقل من ساعة في اليوم الواحد؛ حيث بلغت نسبتهم 49.5%⁷⁶، وتتفق نتيجة هذه الدراسة مع دراسة حسناء سعد منصور ، 2022⁷⁷ التي توصلت إلى تصدر تصفح المبحوثين لليوتيوب لتعلم اللغة الإنجليزية المركز الأول بنسبة 50.89 % مدة أقل من ساعة، كما تتفق أيضا مع نتيجة دراسة رابع وعبد الرحمن ، 2022⁷⁸ التي توصلت إلى تصدر تصفح الطلاب لليوتيوب لتعلم اللغة الإنجليزية مدة أقل من ساعة المركز الأول بنسبة 48.3 %.

وتختلف مع نتيجة دراسة إيمان عز الدين محمد دوابه، 2023 التي توصلت إلى ارتفاع نسبة معدل التعرض اليومي للقنوات العلمية على اليوتيوب (حيث كانت أكثر من ساعة في اليوم) بالنسبة لعدد كبير من أفراد العينة⁷⁹، وهذه النتيجة تختلف أيضا مع نتيجة دراسة لؤى الزعبي ، 2022⁸⁰ التي توصلت إلى ارتفاع نسبة متابعي اليوتيوب بمعدل من ساعة لثلاث ساعات يوميا، حيث بلغت نسبتهم في دراسته 44 %، وانخفضت نسبة متابعي اليوتيوب لمدة أقل من ساعة يوميا في دراسته، حيث بلغت 12 % فقط، وتختلف أيضا مع نتيجة دراسة وديع بن محمد العززي وعماد الدين حسن مغربي ، 2022 التي جاء بها معدل الاستخدام اليومي لمتابعة قنوات اليوتيوب " ثلاث ساعات فأكثر " بنسبة 41.3 %، ومن ساعتين إلى أقل من 3 ساعات بنسبة 15.3 %، وأقل من ساعة بنسبة 30.7 %⁸¹. وأرجعت الباحثة السبب في هذا الاختلاف الى اختلاف اهتمامات الشباب المصري عن الشباب السعودي والسوري، واختلاف طبيعة المواد التي يتابعها الشباب على قنوات اليوتيوب من دراسة لأخرى، ومدى درجة سهولتها أو صعوبتها في التعلم.

أكثر فيديوهات اليوتيوب التي يلتصم من خلالها الشباب المصري المعلومات حول تطوير مهارات سوق العمل

جدول رقم (7)

الوزن النسبي المرجح	نعم		لا		ما أكثر فيديوهات اليوتيوب التي تلتصم من خلالها المعلومات حول تطوير مهارات سوق العمل؟
	%	العدد	%	العدد	
16.3	51.1	206	48.9	197	فيديوهات تطوير اللغات
11.7	36.7	148	63.3	255	فيديوهات جرافيك والمونتاج وصناعة الأفلام Film making
10.6	33.3	134	66.7	269	فيديوهات تطوير مهارات الاتصال (تحدث، استماع، مناقشة)

التماس الشباب المصرى للمعلومات حول تنمية مهارات سوق العمل من اليوتيوب كوسيلة للتعلم الذاتى

10.3	32.3	130	67.7	273	فيديوهات تنمية السمات الشخصية (ثقة بالنفس - لياقة، إصرار، تحدى ، مواجهة الخوف)
7.4	23.1	93	76.9	310	فيديوهات تعلم لغة البرمجة
6.8	21.3	86	78.7	317	فيديوهات التعامل مع HR وتخطى Interview فى شركات ومؤسسات
6.8	21.3	86	78.7	317	فيديوهات تعلم برامج Office
6.7	21.1	85	78.9	318	فيديوهات تنمية مهارة التصوير
6.2	19.4	78	80.6	325	فيديوهات التسويق الإلكتروني وإدارة المبيعات
5.6	17.4	70	82.6	333	فيديوهات تعلم كيفية صناعة المحتوى على السوشيال ميديا
4.8	15.1	61	84.9	342	فيديوهات إدارة المشاريع الصغيرة
4.8	15.1	61	84.9	342	فيديوهات تصميم المواقع الإلكترونية والتطبيقات
1.7	5.5	22	94.5	381	أخرى
100.0		1260			الإجمالي

وعن أكثر فيديوهات اليوتيوب التي تلتبس من خلالها عينة الدراسة المعلومات حول تطوير مهارات سوق العمل؛ جاءت في المرتبة الأولى فيديوهات تطوير اللغات بوزن نسبي مرجح بلغ 16.3%؛ حيث إن تعلم اللغات يجعل الفرد يتعرف على ثقافات أخرى، ويواكب التغيرات العالمية، وهذا ما أكد عليه جدول رقم (39) ، بينما جاء فى المركز الثاني فيديوهات الجرافيك والمونتاج وصناعة الأفلام بوزن نسبي مرجح بلغ 11.7%، وفى المركز الثالث فيديوهات تطوير مهارات الاتصال (تحدث، استماع، مناقشة) بوزن نسبي مرجح 10.6%، وقد أكدت دراسة أريج محمد فخر الدين ، 2021 أن إجادة مهارات الاتصال من أهم المهارات التي يجب توافرها فى الخريجين - من وجهة نظر الخبراء⁸² - فهي تعمل على زيادة ثقة الفرد بنفسه وشعوره بأن الآخرين ينظرون له نظرة إيجابية، وهذا يتفق مع ما توصل إليه جدول رقم (38)، وفى المركز الرابع فيديوهات تنمية السمات الشخصية (ثقة بالنفس - لياقة، إصرار، تحدى، مواجهة الخوف) بوزن نسبي مرجح 10.3% ، ثم فى المركز الخامس فيديوهات تعلم لغة البرمجة بوزن نسبي مرجح 7.4%، ثم فى المركز السادس جاء كل من " فيديوهات التعامل مع HR وتخطى Interview فى شركات ومؤسسات " و" فيديوهات تعلم برامج Office " بنفس الوزن النسبي المرجح الذى بلغ 6.8%، وجاء فى المركز السابع فيديوهات تعلم مهارة التصوير بوزن نسبي مرجح بلغ 6.7%، ثم فى المركز الثامن فيديوهات التسويق الإلكتروني وإدارة المبيعات بوزن نسبي 6.2%، وفى المركز التاسع فيديوهات تعلم كيفية صناعة المحتوى على السوشيال ميديا بوزن نسبي مرجح 5.6% ، ثم فى المركز العاشر كل من "فيديوهات إدارة المشاريع الصغيرة" و"فيديوهات تصميم المواقع الإلكترونية والتطبيقات" بنفس الوزن النسبي المرجح 4.8% .

ويمكن تفسير هذه النتيجة أن فيديوهات اللغات تنصدر الفيديوهات التي يحاول المبحوثون تعلمها من اليوتيوب؛ وذلك نظرا لأن سوق العمل دائما ما يكون متغيرا كل حين، فهو يعتمد

على القوى العظمى في العالم، ومتطلبات العصر، ويتطلب سوق العمل والتجارة أن يكون هناك تواصل وتفاعل بين اللغات، وكلما كان هناك معرفة بلغات متعددة كانت فرصتك في التجارة والتواصل مع الشركات أكثر، فمن المقومات الأساسية في تواجدك وفرص قبولك في سوق العمل: اللغات الأجنبية التي يجب على الأقل توافر لديك لغة أو أكثر من اللغات الهامة والمطلوبة، وخاصة لو متعلقة بمجالك، كما أنه لم تعد اللغات الأجنبية أمراً ثانوياً يمكن الاستغناء عنه، خاصة في خضم التطور التكنولوجي السريع لوسائل الاتصال، والتي تساهم حالياً في إثراء العملية التعليمية بشكل عام، وتلقين مبادئ اللغات الأجنبية بصفة خاصة، ولعل أهمها موقع اليوتيوب التفاعلي الذي بعث روحاً جديدة في طرق وأنماط تدريس اللغات، وقد أكدت نتائج دراسة Shadam Hussaeni Handi Pratama, et.al, 2020⁸³ على أن موقع اليوتيوب أداة ضرورية؛ لأنها تجذب انتباه الطلاب وتتضمن عقليتهم وإبداعهم، كما أنها تساعد في تغطية المواد الشاملة وخاصة اللغة.

أما عن فيديوهات الجرافيك والمونتاج وصناعة الأفلام؛ فيهتم الشباب بمتابعتها على اليوتيوب لما لها من مستقبل كبير في سوق العمل؛ حيث إن مجال الجرافيك والمونتاج وصناعة الأفلام يعد مجالاً واسعاً وشاملاً يمنحك العديد من الوظائف والفرص لكي تتمكن من تحقيق مكاسب مادية جيدة، ويتميز أيضاً هذا المجال بمرونة كبيرة، وهي أن وظيفتك في هذا المجال لا تتطلب منك العمل في شركة والالتزام بالمواعيد الرسمية، ولكن يمكنك من إنشاء عمل حر خاص بك، وعرض التصاميم الخاصة بك على أكثر من شركة والعمل معها في أي وقت، ويعتبر خياراً للشباب الذين يبحثون عن طريقة لتحسين الدخل والبحث عن وظيفة أخرى مع الوظيفة الأساسية، وهذا يتفق مع نتيجة دراسة منير بن أحمد بن محمد عابد حامد ، 2023 التي توصلت إلى فاعلية توظيف منصة اليوتيوب في تنمية مهارات التصميم الجرافيكي لدى المبحوثين في الجانب النظري والعملية⁸⁴، كما تتفق أيضاً مع نتيجة دراسة وديع بن محمد العززي ، 2022 التي توصلت إلى اهتمام عينة الدراسة بالموضوعات المتعلقة بمهارات الكمبيوتر بنسبة 96.3%، وحرصهم على تطوير مهاراتهم التكنولوجية حيث أصبحت التكنولوجيا تمثل محور الحياة في العصر الحالي.⁸⁵

طريقة معرفة الشباب المصري بقنوات اليوتيوب التي يتعلم منها مهارات سوق العمل

جدول رقم (8)

الوزن النسبي المرجح	نعم		لا		كيف علمت بقنوات اليوتيوب التي تتعلم منها ؟
	%	العدد	%	العدد	
30.9	63.3	255	36.7	148	من خلال البحث باستخدام إحدى آليات البحث المعروفة
16.1	33.0	133	67.0	270	بشكل عفوى أثناء استخدامى لشبكة الإنترنت عموماً
14.7	30.0	121	70.0	282	سمعت عنها من أحد الأصدقاء
10.9	22.3	90	77.7	313	حصلت على عنوانها الإلكتروني من إعلانات تظهر على السوشيال ميديا

التماس الشباب المصرى للمعلومات حول تنمية مهارات سوق العمل من اليوتيوب كوسيلة للتعلم الذاتى

10.7	21.8	88	78.2	315	حصلت عليها من ترشيح أحد المتخصصين فى المجال
8.6	17.6	71	82.4	332	حصلت عليها من أحد أساتذتى فى الجامعة
5.7	11.7	47	88.3	356	حصلت عليها من كورس التحقت به
2.2	4.5	18	95.5	385	حصلت على عنوانها من برامج تليفزيونية
0.2	0.5	2	99.5	401	أخرى تذكر
100.0	825				الإجمالي

يوضح الجدول السابق كيفية علم المبحوثين بقنوات اليوتيوب، وجاء فى المركز الأول من خلال البحث باستخدام إحدى آليات البحث المعروفة بوزن نسبي مرجح بلغ 30.9%؛ حيث إنه من ضمن مهارات التعلم الذاتى: مهارة الاستعداد للتعلم والبحث عن المعلومات من خلال تعامل المتعلم مع التكنولوجيا الجديدة، وتصفح الإنترنت، والبحث عن المواضيع المهمة بتعلمها واكتساب خبرات فيها⁸⁶، ثم فى المركز الثانى بشكل عفوى أثناء استخدامى لشبكة الإنترنت عموماً بوزن نسبي مرجح بلغ 16.1%؛ فقد يتعرض المشاهد بدون قصد لمقترحات لقنوات اليوتيوب (محتوى ذات صلة) وتفضيلات تظهر على موقع اليوتيوب تبعاً للموضوعات التى يهتم بمتابعتها، وهذا يتفق مع نتائج جدول (26) الذى جاء به أن الإجراء الذى يقوم به المبحوث عند احتياجه للتماس المعلومات حول تنمية مهارات سوق العمل من شبكة الإنترنت يكون من خلال البحث بشكل عشوائى عبر موقع اليوتيوب؛ مما يجعل قنوات (ذات صلة بالموضوع الذى يريد تعلمه) تظهر له فى التفضيلات أثناء استخدامه للإنترنت، كما أن مقاطع اليوتيوب الحديثة تحتوى على هاشتاقات فى الجزء العلوى من منطقة الوصف؛ مما يساعد على زيادة فرص ظهور مقطع الفيديو من خلال عمليات البحث ذات الصلة، ثم فى المركز الثالث "سمعت عنها من أحد الأصدقاء" بوزن نسبي مرجح 14.7%، وهذا يتفق مع نتيجة دراسة لؤي الزعبي، 2022 التى جاءت فيها نصائح الأصدقاء فى المركز الثانى كأحدى طرق اختيار المبحوث لفيديوهات اليوتيوب⁸⁷، وتتفق مع نتائج جدول رقم (24) الذى جاء فيه أن المبحوث يتناقش مع أساتذة جامعتهم وأصدقائه وأقاربه فى المعلومات التى يرغب فى تطويرها قبل التماس المعلومات من اليوتيوب، ثم فى المركز الرابع حصلت على عنوانها الإلكتروني من إعلانات تظهر على السوشيال ميديا بوزن نسبي مرجح 10.9%، وهذا يختلف مع نتيجة دراسة لؤي الزعبي، 2022⁸⁸ التى جاء فيها "عبر الإعلان عنه فى الوسيلة" فى المرتبة الأخيرة كأحدى طرق معرفة الجمهور بقنوات اليوتيوب واختيارها للمشاهدة، ثم فى المركز الخامس حصلت عليها من ترشيح أحد المتخصصين فى المجال بوزن نسبي مرجح 10.7%، ثم فى المركز السادس حصلت عليها من أحد أساتذتى فى الجامعة بوزن نسبي مرجح 8.6%، ثم فى المركز السابع حصلت عليها من كورس التحقت به بوزن نسبي مرجح 5.7%، وفى المركز الأخير حصلت على عنوانها من برامج تليفزيونية بوزن نسبي مرجح 2.2%.

أكثر القنوات التي يلتبس من خلالها الشباب المصري المعلومات حول تطوير مهارات سوق العمل

جدول رقم (9)

الوزن النسبي المرجح	نعم		لا		ما أكثر القنوات التي تلتبس من خلالها المعلومات حول تطوير مهارات سوق العمل؟
	%	العدد	%	العدد	
19.7	50.1	202	49.9	201	القنوات العربية لأشخاص متخصصين في المجال
14.3	36.2	146	63.8	257	قنوات لأشخاص عاديين عرب يقومون بشرح المحتوى بطريقة مبسطة
14.0	35.5	143	64.5	260	القنوات العربية التي تديرها مؤسسات وشركات متخصصة
12.8	32.5	131	67.5	272	القنوات الأجنبية لأشخاص متخصصين في المجال
12.2	31.0	125	69.0	278	القنوات العربية التي تديرها مؤسسات تعليمية غير رسمية
9.7	24.6	99	75.4	304	قنوات لأشخاص عاديين أجانب يقومون بشرح المحتوى بطريقة مبسطة
8.8	22.3	90	77.7	313	القنوات الأجنبية التي تديرها مؤسسات وشركات متخصصة
8.5	21.6	87	78.4	316	القنوات الأجنبية التي تديرها مؤسسات تعليمية غير رسمية
100.0	1023				الإجمالي

يوضح الجدول السابق أكثر القنوات التي تلتبس عينة الدراسة من خلالها المعلومات حول تطوير مهارات سوق العمل، وجاء في المرتبة الأولى القنوات العربية لأشخاص متخصصين في المجال بوزن نسبي مرجح يبلغ 19.7 %، ثم في المرتبة الثانية قنوات لأشخاص عاديين عرب يقومون بشرح المحتوى بطريقة مبسطة بوزن نسبي مرجح 14.3 %، وهذا يتفق مع نتيجة دراسة ماهيتاب جمال، 2018 التي جاء فيها في المركز الثاني تفضيل عينة الدراسة لفيدوهات أشخاص هواة⁸⁹، وهذا يتفق أيضا مع نتيجة دراسة بسنت مراد فهمي، 2017 التي جاء بها في مركز متقدم أن عينة الدراسة تفضل مقاطع الفيديو لأشخاص عاديين (هواة) يقومون برفعها على الموقع وفيدوهات تعليمية مصممة من أفراد⁹⁰، وهذه النتيجة تتفق مع نتائج جدول (19) الذي جاءت أهم المصادر التي تعتمد عليها قنوات اليوتيوب التي يلتبس منها المبحوث المعلومات حول تنمية مهارات سوق العمل؛ متخصصون وممارسون في المجال وخبرات شخصية لمستخدمين عاديين، ثم في المرتبة الثالثة القنوات العربية التي تديرها مؤسسات وشركات متخصصة بوزن نسبي مرجح 14 %، ثم في المرتبة الرابعة القنوات الأجنبية لأشخاص متخصصين في المجال بوزن نسبي مرجح 12.8 %، ثم في

المرتبة الخامسة القنوات العربية التى تديرها مؤسسات تعليمية غير رسمية بوزن نسبي مرجح 12.2 % ، ثم فى المرتبة السادسة قنوات لأشخاص عاديين أجانب يقومون بشرح المحتوى بطريقة مبسطة بوزن نسبي مرجح 9.7 %، ثم فى المرتبة السابعة القنوات الأجنبية التى تديرها مؤسسات وشركات متخصصة بوزن نسبي مرجح 8.8 %، ثم فى المرتبة الثامنة القنوات الأجنبية التى تديرها مؤسسات تعليمية غير رسمية بوزن نسبي مرجح 8.5 %، وهذه النتيجة تختلف مع نتيجة دراسة ماهيتاب جمال ، 2018 والتي تصدرت فيها قنوات تابعة لمؤسسات تعليمية عالمية أهم القنوات التى يتابعها الشباب الجامعى عينة الدراسة⁹¹ ، ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن أسباب تفضيل الشباب لمتابعة قنوات الأشخاص المتخصصين فى المجال، حيث أنه يكون لديهم سنوات من الخبرة العملية فى مجال سوق العمل ويستطيعون إبراز أهم المهارات التى تفيد الشباب فى مجالات الدراسة والعمل وتطوير الذات، وهذه الخبرة تجعلهم مؤهلين لإعطاء نصائح للمبتدئين والراغبين فى التميز فى المجال، أما الأشخاص العاديين العرب فيجذب شرحهم الجمهور العادى نظرا لاستخدامهم مصطلحات قريبة من الجمهور وشرحهم بطريقة مبسطة؛ مما يسهل عملية الفهم والتطبيق على مشاهدي فيديوهات اليوتيوب.

أسباب اختيار المبحوثين تلك القنوات بعينها

جدول رقم (10)

الوزن النسبي المرجح	نعم		لا		اذكر أسباب اختيارك لتلك القنوات بعينها؟
	%	العدد	%	العدد	
27.4	75.9	306	24.1	97	سهولة طريقة الشرح
20.4	56.6	228	43.4	175	كثرة الاستفادة منها
13.4	37.0	149	63.0	254	دقة المعلومات المعروضة
12.3	34.0	137	66.0	266	التعلم بطريق ممتعة
10.2	28.3	114	71.7	289	حدائة الموضوعات بها
8.3	23.1	93	76.9	310	استعانة هذه الفيديوهات بالمتخصصين من ذوى الخبرة
4.3	11.9	48	88.1	355	إمكانية الدخول فى مناقشات مع متخصصين
3.5	9.7	39	90.3	364	إمكانية الدخول فى مناقشات مع العامة
0.1	0.2	1	99.8	402	أسباب أخرى
100.0	1115				الإجمالي

الجدول السابق يبين أسباب اختيار المبحوثين لتلك القنوات بعينها؛ فجاء فى المركز الأول سهولة طريقة الشرح بوزن نسبي مرجح 27.4 %، ثم فى المركز الثانى كثرة الاستفادة منها بوزن نسبي مرجح 20.4 %، ويكن تفسير هذه النتيجة بأن كثرة الاستفادة من هذه القنوات نتيجة كثافة المضمون المقدم بها وتنوعه، وهذا يتفق مع نتيجة دراسة محمد خضر طعانى ، 2018⁹² التى توصلت إلى أن من أهم أسباب تفضيل المبحوثين لالتماس المعلومات العلمية

التماس الشباب المصرى للمعلومات حول تنمية مهارات سوق العمل من اليوتيوب كوسيلة للتعلم الذاتى

من شبكة الإنترنت " كثافة المعلومات التى تحتويها "، ثم فى المركز الثالث دقة المعلومات المعروضة بوزن نسبي مرجح 13.4 %، ثم فى المركز الرابع التعلم بطريقة ممتعة بوزن نسبي مرجح 12.3 %؛ فالعرض بطريقة ممتعة وجذابة يزيد من تذكر الفرد للفيديوهات التى يتعرض لها على اليوتيوب⁹³، وأشارت دراسة Chei Sian Lee et al. 2017 إلى أن مقاطع اليوتيوب التعليمية أكثر متعة من التعليم التقليدي داخل قاعات الدراسة⁹⁴، ثم فى المركز الخامس حدائة الموضوعات بها بوزن نسبي مرجح 10.2 %، فالمبحوث يهتم بمتابعة كل ما هو جديد حول معلومات مهارات سوق العمل فى قنوات اليوتيوب، وهذا يتفق مع نتائج جدولى رقم (11) و(16)، ثم فى المركز السادس استعانة هذه الفيديوهات بالمتخصصين من ذوى الخبرة بوزن نسبي مرجح 8.3 %، وغالبا ما تكون هذه الشخصيات لديها كاريما وتستخدم طرق جذب مختلفة كما أشارت ماهيتاب جمال، 2018 فى دراستها⁹⁵، ثم فى المركز السابع إمكانية الدخول فى مناقشات مع العامة بوزن نسبي مرجح 3.5 % . ونخلص من النتائج السابقة أن عامل السرعة والفورية والسهولة فى نشر الأخبار واستخدام الفيديوهات وعوامل الجذب والتعلم بطرق مبتكرة والحصول على مزيد من الشرح والتفسير؛ من أهم العوامل المؤثرة على التماس المعلومات وتفضيل قنوات بعينها، وهذا يتفق مع نتيجة دراسة جيهان عبد الحميد ، 2023.⁹⁶

الدافع الذى يدفع الشباب المصرى لالتماس المعلومات حول معلومات سوق العمل من قنوات اليوتيوب

جدول رقم (11)

معامل الاختلاف	الانحراف المعياري	المتوسط	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة	ما الدافع الذى يدفعك لالتماس المعلومات حول معلومات سوق العمل من قنوات اليوتيوب؟
17.73	0.741	4.18	36.0	47.4	14.9	1.7	0.0	متابعة كل ما هو جديد حول معلومات مهارات سوق العمل
16.07	0.678	4.22	36.0	50.1	13.6	0.2	0.0	زيادة المعرفة بشكل عام، لدعم التعلم الذاتى للمواضيع المتعلقة بالتذكر فى مجال تخصصى
17.08	0.713	4.18	33.7	51.9	12.9	1.2	0.2	حتى أستطيع التطبيق فى مجال تخصصى
20.02	0.798	3.99	26.8	48.6	21.3	2.7	0.5	حتى أستطيع إصدار الأحكام فى مجال تخصصى بناء على ما تعلمته
25.09	0.943	3.76	23.3	40.4	25.8	9.7	0.7	فتح باب المناقشة مع الآخرين عبر مواقع التواصل الاجتماعى والاستفادة من خبرات الآخرين

التماس الشباب المصري للمعلومات حول تنمية مهارات سوق العمل من اليوتيوب كوسيلة للتعلم الذاتي

18.78	0.757	4.03	27.0	51.6	19.6	1.0	0.7	الإحاطة بكل ما يتعلق المعلومات حول تنمية مهارات سوق العمل
18.15	0.733	4.04	26.6	53.6	17.4	2.5	0.0	التعرف على كيفية تخطى العقبات فى سوق العمل
20.60	0.830	4.03	30.0	47.4	18.9	2.7	1.0	أتعرف من خلالها على متخصصين فى المجال للاستفادة من خبراتهم
27.22	0.984	3.62	18.4	40.7	27.3	11.4	2.2	لأننى أعانى من عدم معرفتى بمهارات وبرامج جديدة
20.73	0.841	4.06	31.5	48.6	15.4	3.2	1.2	أحتاج زيادة المعرفة لتحسين ذاتى فى مجال دراستى الجامعية
19.77	0.822	4.16	38.7	41.9	16.6	2.0	0.7	الحصول على الاستفادة بأقل تكلفة ممكنة

يوضح الجدول السابق الدوافع التى تدفع الشباب لالتماس المعلومات حول سوق العمل من قنوات اليوتيوب؛ ف جاء فى المركز الأول " زيادة المعرفة بشكل عام ولدعم التعلم الذاتى للمواضيع المتعلقة بالتذكر فى مجال تخصصى"؛ حيث جاءت نسبة موافقة الباحثين على هذه العبارة 86.1%، وهذا يتفق مع نتيجة دراسة خالد بن عبد العزيز بن محمد، العصفور ، 2023 التى جاء فى نتائجها حصول "نشر المعرفة من خلال اليوتيوب مناسب لدعم التعلم الذاتى لمهارات تخصصى" فى المركز الأول بالنسبة للبعد الثانى المتمثل فى الجوانب التطبيقية للتعلم غير الرسمى⁹⁷، وجاءت هذه النتيجة تتفق أيضا مع نتيجة دراسة إيمان عز الدين محمد دوابه، 2023⁹⁸ التى توصلت إلى (لأنها تشرح العديد من الظواهر القريبة من مجال تخصصى) كأحد أبرز دوافع عينة الدراسة لإقبالهم على مشاهدة القنوات العلمية باليوتيوب، وجاءت هذه النتيجة تتفق أيضا مع نتيجة دراسة Mohamed Ahmed Mady & Said Baadel, 2020 التى أفادت نتائجها أن الطلاب يستخدمون موقع اليوتيوب كأداة تعليمية لدراستهم التعليمية ولإثراء معارفهم العامة⁹⁹، ويُمكننا إرجاع ذلك إلى أن موقع اليوتيوب من أبرز التطبيقات التعليمية التقنية شيوعاً التى يمكن أن تحقق إيجابية للشباب، كما أنه يُعد من أكبر المواقع وأضخمها من حيث كمية المحتوى المعرفى المرئى الذى يقدمه، حيث يضم العديد من القنوات الثقافية فى كافة مجالات العلم والمعرفة، وبالعديد من اللغات وبأسلوب ممتع؛ مما يكسب المتلقي فرصة للتعلم الذاتى¹⁰⁰.

وجاء فى المركز الثانى "حتى أستطيع التطبيق فى مجال تخصصى"؛ حيث بلغت نسبة الموافقة 85.6 %، وهذا يتفق مع نتيجة دراسة لوى الزعبي ، 2022 التى توصلت إلى أن 72 % من العينة يستخدمون اليوتيوب بدافع زيادة مهاراتهم فى تعلم برامج مفيدة فى مجال تخصصهم بشكل دائم¹⁰¹ ، وجاء فى المركز الثالث "متابعة كل ما هو جديد حول معلومات مهارات سوق العمل"، حيث بلغت نسبة موافقة الباحثين 83.4 %، وهذا يتفق مع نتيجة دراسة داليا إبراهيم ، 2023¹⁰² التى توصلت إلى أن موقع اليوتيوب يوفر للمبشرين المعلومات الحديثة فى المجالات المختلفة، وجاء ذلك بنسبة 95.7 % ، وهذه النتيجة أيضا تتفق مع نتيجة دراسة لوى الزعبي، 2022 التى توصلت إلى أن 80 % من الباحثين يتجهون لاستعمال اليوتيوب للحصول على المعلومات بشكل دائم¹⁰³، وجاء فى المركز الرابع "الحصول على الاستفادة بأقل تكلفة ممكنة" حيث بلغت نسبة الموافقة 80.6 % ، ويمكن إرجاع ذلك إلى أن موقع اليوتيوب يعد من أكبر المواقع التعليمية المجانية على شبكة الإنترنت، فهو يوفر مئات الآلاف من مقاطع الفيديو التعليمية فى شتى مجالات العلوم المختلفة، كما يقوم بالجمع بين الصوت والصورة فى العملية التعليمية¹⁰⁴، وهذا يتفق أيضا مع نتائج جدول رقم (13) فى أن اليوتيوب يصلح كوسيلة لتقديم المعرفة حول مهارات سوق العمل؛ لأن المعلومات تأتي من مصادر متخصصة بشكل مجاني، ثم جاء فى المركز الخامس "التعرف على كيفية تخطى العقبات فى سوق العمل"، حيث بلغت موافقة الباحثين 80.2 %، ثم فى المركز السادس "أحتاج زيادة المعرفة لتحسين ذاتى فى مجال دراستى الجامعية"؛ حيث بلغت نسبة موافقة الباحثين 80.1 %، وجاء فى المركز السابع "الإحاطة بكل ما يتعلق بالمعلومات حول تنمية مهارات سوق العمل"؛ حيث بلغت نسبة الموافقة 78.6 %، وفى المركز الثامن " أتعرف من خلالها على متخصصين فى المجال للاستفادة من خبراتهم"؛ حيث بلغت نسبة الموافقة على هذه العبارة 77.4 %، وهذا يتفق مع نتيجة دراسة لوى الزعبي، 2022 التى جاء فيها فى مرتبة متأخرة أيضا "التعرف على التجارب السابقة والخبرات لشخصيات إعلامية" من حيث دوافع الباحثين لمتابعة قنوات اليوتيوب¹⁰⁵، وتتفق أيضا مع نتيجة دراسة ماهيتاب جمال ، 2018 فى أن من مميزات اليوتيوب - جاء فى مرتبة متأخرة - اعتمادها على متخصصين وأكاديميين فى تقديم ما بها من محتوى متخصص¹⁰⁶، وجاء فى المركز التاسع "حتى أستطيع إصدار الأحكام فى مجال تخصصى بناء على ما تعلمته"؛ حيث بلغت نسبة موافقة الباحثين 75.4 %، وهذا يتفق مع ما توصلت إليه نتيجة دراسة خالد بن عبد العزيز بن محمد ، 2023 حيث جاء "نشر المعرفة من خلال اليوتيوب مناسب لدعم التعلم الذاتى للمواضيع المتعلقة بالتقييم فى مجال تخصصى"

في المرتبة الأخيرة من حيث مستويات التعلم العليا¹⁰⁷، وجاء في المركز العاشر فتح باب المناقشة مع الآخرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي والاستفادة من خبرات الآخرين؛ حيث بلغت نسبة الموافقة 63.7%، وجاء في المركز الحادي عشر لأنني أعاني من عدم معرفتي بمهارات وبرامج جديدة؛ حيث بلغت نسبة الموافقة 59.1%.

وهنا ترى الباحثة أن زيادة المعرفة ومتابعة المعلومات حول مهارات سوق العمل لدعم التعلم الذاتي وتطبيق هذه المهارات في مجال تخصص المبحوثين؛ تصدر دوافعهم في تصفح قنوات اليوتيوب، وهذا يتفق مع نتيجة دراسة لوي الزعبي، 2022 أن 72% منهم يستعملونه لزيادة مهاراتهم بتعلم برامج تعليمية وعلمية ولتعلم اللغات الأجنبية، ويختلف مع نتيجة دراسة كل من وديع بن محمد العززي وعماد الدين حسن مغربي، 2022¹⁰⁸ التي تصدرت فيها الترفيهية والترفيهية مجموعة الأسباب التي تدفع طلاب المرحلة الثانوية لمتابعة قنوات اليوتيوب، تلتها الأسباب التي لها علاقة بالتعلم وتنمية المهارات، ودراسة هالة غزالي محمد الربية زهري، 2022¹⁰⁹ التي خلصت إلى أن دافع الترفيهية والترفيهية والتخلص من الملل وشغل أوقات الفراغ والهروب من ضغوط الحياة اليومية؛ جاء في مقدمة دوافع التعرض لقنوات اليوتيوب، تلاه الدافع "يتيح لي معلومات أكثر مما تنشره وسائل الإعلام التقليدية"، ودراسة أشرف الدين بارش وصابر لعور، 2016 عن استعمال الطلبة الجزائريين لليوتيوب والإشباع المتحققة منه، التي تصدر فيها الترفيهية والترفيهية دوافع الطلبة الجامعيين، حيث جاء في المقام الأول، ثم جاء بعد ذلك التعليم والتنظيف.¹¹⁰

مدى صلاحية قنوات اليوتيوب كوسيلة لمعرفة الموضوعات المتعلقة بتنمية مهارات سوق العمل

جدول رقم (12)

معامل الاختلاف	الانحراف المعياري	المتوسط	النسبة	التكرار	هل تعتقد أن موقع اليوتيوب يصلح كوسيلة لمعرفة الموضوعات المتعلقة بتنمية مهارات سوق العمل؟
22.16	0.547	2.469	2.5	10	لا تصلح
			48.1	194	تصلح إلى حد ما
			49.4	199	تصلح بدرجة كبيرة
			100.0	403	الإجمالي

يوضح الجدول السابق أن 49.4% من عينة الدراسة يرون أن قنوات اليوتيوب تصلح كوسيلة لمعرفة الموضوعات المتعلقة بتنمية مهارات سوق العمل، و48.1% يرون أنها تصلح إلى حد ما، بينما يرى 2.5% من عينة الدراسة أنها لا تصلح بمتوسط حسابي 2.469 وانحراف معياري 0.547، أي النتيجة تميل نحو تصلح بدرجة كبيرة، وهذه النتيجة تتفق مع

نتيجة دراسة داليا إبراهيم ، 2023 التى تصدر فيها التصور الإيجابى لعينة الدراسة نحو استخدام اليوتيوب كوسيلة للتعلم الذاتى بوزن نسبى 89.3% ¹¹¹

وقد توصلت نتائج دراسة خالد بن عبد العزيز محمد العصفور ، 2023 ¹¹² إلى الاتجاه الإيجابى لدى الأساتذة الجامعيين نحو مناسبة اليوتيوب كأداة لنشر المعرفة لدعم كافة المتعلمين غير الرسميين، ويأتى ذلك بالتوافق مع استفادة الغالبية العظمى منهم (97.8%) بمختلف تخصصاتهم وأعمارهم من المشاهدة السابقة للمقاطع التعليمية فى اليوتيوب حول مجال تخصصاتهم والتخصصات الأخرى، والمقاطع المتعلقة بالمعلومات أو المهارات الحياتية حسب إفادتهم. وتتفق هذه الدراسة مع الدراسات السابقة من حيث اتجاه الأساتذة الجامعيين الإيجابى نحو التعلم غير الرسمى (Lai, & Smith, 2018) ¹¹³ واستفادة المتعلمين غير الرسميين من مقاطع اليوتيوب التعليمية (Arndt & Woore, 2018; Dyosi & Hattingh, 2018; Wittenberg-Lyles, Oliver, Demiris, Swarz, & Rendo, 2014) ¹¹⁴

أسباب صلاحية قنوات اليوتيوب كوسيلة لتقديم المعرفة فى موضوعات تنمية مهارات سوق العمل

جدول رقم (13)

الوزن النسبي المرجح	نعم		لا		لماذا تصلح قنوات اليوتيوب كوسيلة لتقديم المعرفة فى موضوعات تنمية مهارات سوق العمل؟
	%	العدد	%	العدد	
24.0	55.8	225	44.2	178	يعطينا تفاصيل وافية فى المعلومات عن تطوير المهارات فى سوق العمل
19.0	44.2	178	55.8	225	يوفر أساليب عرض الموضوع بالحجج والصور الواقعية والمقابلات الحية
18.0	41.9	169	58.1	234	معالجة الموضوع بطريقة مبسطة يفهمها الشخص العادى
15.6	36.2	146	63.8	257	المعلومات تأتى من مصادر متخصصة بشكل مجانى
14.9	34.7	140	65.3	263	قدرته على إقناع المستخدمين بتطوير مهاراتهم
8.3	19.4	78	80.6	325	يعالج الموضوعات ومسبباتها وكيفية مواجهة التحديات
0.1	0.2	1	99.8	402	أخرى
100.0	937				الإجمالى

يوضح الجدول السابق أسباب صلاحية قنوات اليوتيوب كوسيلة لتقديم المعرفة فى موضوعات تنمية مهارات سوق العمل من وجهة نظر المبحوثين؛ فجاء فى المركز الأول تعطينا تفاصيل وافية فى المعلومات عن تطوير المهارات فى سوق العمل بوزن نسبى مرجح 24%؛ حيث إن اليوتيوب وسيلة تقدم المعرفة وتفاصيل وافية من المعلومات من خلال

فيديوهات مرئية تجذب انتباه المشاهدين، وهذا يتفق مع أسباب اختيار المبحوث لقنوات يوتيوب بعينها من خلال جدول (10) الذي أشار إلى أن المبحوث يلجأ لقنوات اليوتيوب لكثرة الاستفادة منها، وهذا يتفق أيضا مع ما توصلت إليه دراسة Dwi Asmiarti, 2018 التي توصلت إلى أن التحفيز باستخدام مقاطع فيديو اليوتيوب يمكن استخدامه كأداة لتحسين العملية المعرفية، حيث يمكن أن تكون منصة اليوتيوب أداة مساهمة في تعزيز التنمية المعرفية في عصر التطور الرقمي الذي نعيشه وتطور التكنولوجيا والأجهزة التي تعتمد على وسائل التواصل الاجتماعي اليوم¹¹⁵ ، وفي المركز الثاني يوفر أساليب عرض الموضوع بالحجج والصور الواقعية والمقابلات الحية بوزن نسبي مرجح 19 %، وقد أكدت دراسة Trishu Sharma & Shruti Sharma, 2020 أن اليوتيوب يساعد على إضافة بعد جديد مبتكر ومثير للاهتمام بجانب نظام التعليم التقليدي، حيث جعل موقع اليوتيوب طريقة التعلم والتعليم سهلة؛ فتصبح الموضوعات ذات المفاهيم الصعبة والنظريات المعقدة ممتعة مع المحتوى الصوتي المرئي للمشاهد¹¹⁶ ، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة ماهيتاب جمال ، 2018 التي أشارت إلى أن التعليم الذاتي تفوق في استخدام الصوت والصورة والحركة لاستمتاع المبحوث بالمحتوى التعليمي.¹¹⁷

وفي المركز الثالث معالجة الموضوع بطريقة مبسطة يفهمها الشخص العادي بوزن نسبي مرجح 18 %، وهذا يتفق مع نتيجة دراسة داليا إبراهيم ، 2023 التي أكدت أن عينة الدراسة تستطيع التعامل مع اليوتيوب بسهولة، والحصول على ما تريده من معلومات بشكل واضح ومفهوم¹¹⁸ ، وفي المركز الرابع المعلومات تأتي من مصادر متخصصة بشكل مجاني بوزن نسبي مرجح 15.6 %، فمنصة اليوتيوب تعد من المنصات واسعة الانتشار؛ نظرا للمميزات التي تقدمها من كونها توفر الخدمة المجانية، وسهلة الاستخدام كذلك؛ مما جعل منها منصة شائعة الاستخدام في المجالات التعليمية بما فيها العلوم المهنية والحرفية، وهذا ما أكد عليه جلي & أحمد ، 2023 في دراستهما¹¹⁹ ، وفي المركز الخامس قدرته على إقناع المستخدمين بتطوير مهاراتهم بوزن نسبي مرجح 14.9 %، ثم في المركز الأخير يعالج الموضوعات ومسبباتها وكيفية مواجهة التحديات بوزن نسبي مرجح 8.3 %

جدول رقم (14) أسباب عدم صلاحية قنوات اليوتيوب كوسيلة لتقديم المعرفة في موضوعات تنمية مهارات سوق العمل

الوزن النسبي المرجح	نعم		لا		لماذا لا يصلح اليوتيوب لاكتساب المعلومات حول تنمية مهارات سوق العمل؟
	%	العدد	%	العدد	
35.7	50.0	5	50.0	5	لأنها مجرد وسيلة ترفيهية أكثر من وسيلة لاكتساب المعلومات
28.6	40.0	4	60.0	6	هناك مصادر أخرى أكثر تخصصا من الإنترنت تزودنا

التماس الشباب المصري للمعلومات حول تنمية مهارات سوق العمل من اليوتيوب كوسيلة للتعلم الذاتي

					بالمعرفة عن مهارات سوق العمل
21.4	30.0	3	70.0	7	لا أثق بالمعلومات التي تزودنا بها
14.3	20.0	2	80.0	8	عدم حصولي على شهادة معتمدة من فيديوهات اليوتيوب
0.0	0.0	0	100.0	10	أخرى
100.0		14			الإجمالي

يوضح الجدول السابق أسباب عدم صلاحية قنوات اليوتيوب كوسيلة لتقديم المعرفة في موضوعات تنمية مهارات سوق العمل من وجهة نظر المبحوثين؛ فجاء في المركز الأول لأنها مجرد وسيلة ترفيهية أكثر من وسيلة لاكتساب المعلومات بوزن نسبي مرجح 35.7 %، ثم في المركز الثاني هناك مصادر أخرى أكثر تخصصا من الإنترنت تزودنا بالمعرفة عن مهارات سوق العمل بوزن نسبي مرجح 28.6 %، ثم في المركز الثالث لا أثق بالمعلومات التي تزودنا بها بوزن نسبي مرجح 21.4 %، وهذا يتفق مع نتيجة دراسة محمود محمد علاونة، 2018¹²⁰ التي توصلت إلى من أسباب عدم متابعة الفيديوهات على اليوتيوب -جاء في المركز الثالث أيضا- عدم الثقة بالمعلومات التي تحتويها بنسبة 15 %، كما تتفق مع نتيجة دراسة محمد خضر طعاني، 2018¹²¹ التي توصلت إلى أنه من أسباب عدم التماس المبحوثين للمعلومات العلمية من شبكة الإنترنت صعوبة التحقق من صحة كثير من المعلومات، وتتفق أيضا مع نتيجة دراسة ماهيتاب جمال، 2018¹²²، وفي المركز الرابع عدم حصولي على شهادة معتمدة من فيديوهات اليوتيوب بوزن نسبي مرجح 14.3 %، وهذا يتفق مع نتيجة دراسة ماهيتاب جمال، 2018¹²³.

مدى ثقة الشباب المصري بالمعلومات التي يحصل عليها من فيديوهات اليوتيوب حول تطوير مهارات سوق العمل

جدول رقم (15)

معامل الاختلاف	الانحراف المعياري	المتوسط	النسبة	التكرار	ما مدى ثقتك بالمعلومات التي تحصل عليها من فيديوهات اليوتيوب حول تطوير مهارات سوق العمل؟
23.25	0.710	3.055	56.8	229	أثق فيها بدرجة متوسطة
			25.6	103	أثق فيها بدرجة كبيرة
			15.1	61	أثق فيها بدرجة محدودة
			2.5	10	لا أثق فيها
			100.0	403	الإجمالي

وعن مدى ثقة المبحوثين في المعلومات التي يحصلون عليها من اليوتيوب؛ جاءت ثقة المبحوثين في المعلومات بدرجة متوسطة بنسبة 56.8 %، وبدرجة كبيرة بنسبة 25.6 %،

وبدرجة محدودة بنسبة 15.1%، ولا يتقون بها بنسبة 2.5%، وبشكل عام فقد بلغ متوسط الاستجابات 3.055 وانحراف معياري 0.710، أى النتيجة تميل نحو أثق فيها بدرجة متوسطة، وهذا يتفق مع نتيجة دراسة سكرة على حسن، 2020¹²⁴ التي توصلت إلى أن الشباب يتقون إلى حد ما فى قنوات اليوتيوب، وذلك بنسبة 69.6%، كما اتفقت النتائج أيضا مع دراسة محمد أحمد الشريف، 2019¹²⁵ التي توصلت إلى أن نسبة الشباب الذين يتقون إلى حد ما فى قنوات اليوتيوب 72.8%، واتفقت مع نتيجة دراسة ماهيتاب جمال، 2018¹²⁶ التي توصلت إلى أن الشباب الجامعى يتقون بنسبة 88.8% فى المقاطع التعليمية لليوتيوب التي يستخدمونها فى التعليم الذاتى، واتفقت أيضا مع نتيجة دراسة بسنت مراد فهمى، 2017 التي توصلت إلى أن تقييم عينة الدراسة لثقتهم فى موقع اليوتيوب جاء بدرجة متوسطة.¹²⁷

أسباب ثقة الشباب المصرى فى المعلومات التى يحصلون عليها من فيديوهات اليوتيوب حول تطوير مهارات سوق العمل

جدول رقم (16)

الوزن النسبي المرجح	نعم		لا		ما الذى يجعلك تثق فى المعلومات التى تحصل عليها من فيديوهات اليوتيوب حول تطوير مهارات سوق العمل؟
	%	العدد	%	العدد	
22.9	54.7	186	45.3	154	لسهولة الوصول إلى المعلومة
17.5	41.8	142	58.2	198	تعرض أكثر من طريقة للشرح
15.5	37.1	126	62.9	214	تغطى كل ما هو جديد حول البرامج والتطبيقات والمهارات الذاتية
13.8	32.9	112	67.1	228	تعزز شرح الموضوعات المرتبطة بسوق العمل بتحليلات وتوضيحات وتفسير
13.1	31.2	106	68.8	234	لعمق معالجتها للموضوعات التى تخص سوق العمل
12.1	28.8	98	71.2	242	الاعتماد على مصادر متخصصة فى المجال والاستفادة من خبراتهم
5.0	12.1	41	87.9	299	تتيح فرصة للنقاش بين مختلف الفئات ومعرفة خبرات أفراد آخرين
0.1	0.3	1	99.7	339	أخرى
100.0	812		الإجمالي		

وعن أسباب ثقة المبحوثين فى المعلومات التى يحصلون عليها من فيديوهات اليوتيوب حول تطوير مهارات سوق العمل؛ جاء فى المرتبة الأولى لسهولة الوصول إلى المعلومة بوزن نسبي مرجح 22.9%، وتفسر الباحثة هذه النتيجة بأنه كلما زادت سهولة التفرغ للمعلومات التى نريد الحصول عليها؛ يكسبنا هذا ثقة فى القدرة على الوصول إلى أى معلومة نبحث عنها دون أى صعوبات، وهذه النتيجة تتفق مع نتيجة دراسة كل من ماهيتاب جمال، 2018¹²⁸ ودراسة زينب ياسين، 2013¹²⁹ اللتين أشارتا إلى أن سهولة استخدام اليوتيوب

ساعد على زيادة اتجاه الطلاب لذلك الموقع للتعليم الذاتي، وتختلف مع نتيجة دراسة آلاء عبد المنصف، 2021 التي جاء بها أيضا أصل إليها بسهولة في مرتبة متأخرة¹³⁰.

وفي المركز الثاني تعرض أكثر من طريقة للشرح بوزن نسبي مرجح 17.5 %، حيث إن التنوع في شرح المعلومات وعرضها بأكثر من طريقة يعطى مزيدا من الثقة للمبحوث فيما يتعرض له، وفي المركز الثالث تغطي كل ما هو جديد حول البرامج والتطبيقات والمهارات الذاتية بوزن نسبي مرجح 15.5 %، وفي المركز الرابع تعزز شرح الموضوعات المرتبطة بسوق العمل بتحليلات وتوضيحات وتفسير بوزن نسبي مرجح 13.8 %، وتفسر الباحثة هذه النتيجة بأن قنوات اليوتيوب قد تدعم المحتوى المقدم بأرقام وإحصائيات مما يزيد من درجة ثقة المبحوثين فيها، وهذا يتفق مع نتيجة دراسة سكرة على حسن، 2020¹³¹ التي توصلت إلى أنه من أهم أسباب ثقة المبحوثين في قنوات اليوتيوب أنها تدعم المعلومات بالأرقام والوثائق والأدلة، وفي المركز الخامس لعمق معالجتها للموضوعات التي تخص سوق العمل بوزن نسبي مرجح 13.1 %، وفي المركز السادس الاعتماد على مصادر متخصصة في المجال والاستفادة من خبراتهم بوزن نسبي مرجح 12.1 %، وفي المركز السابع تتيح فرصة للنقاش بين مختلف الفئات ومعرفة خبرات لأفراد آخرين بوزن نسبي مرجح 5 %، وهذا يختلف مع نتيجة دراسة سكرة على حسن، 2020 التي توصلت إلى أنه من أهم أسباب ثقة المبحوثين في المعلومات التي يحصلون عليها من فيديوهات اليوتيوب الحرية في إبداء الرأي بالتعليق.¹³²

أسباب عدم ثقة الشباب المصري في المعلومات التي يحصلون عليها من فيديوهات اليوتيوب حول تطوير مهارات سوق العمل

جدول رقم (17)

الوزن النسبي المرجح	نعم		لا		لماذا لا تثق في المعلومات التي تحصل عليها من فيديوهات اليوتيوب؟
	%	العدد	%	العدد	
26.6	52.4	33	47.6	30	لأنها لا تغني عن الأساتذة المتخصصين والدراسة في أماكن متخصصة
19.4	38.1	24	61.9	39	لأن معلوماتها مجهولة المصدر
16.1	31.7	20	68.3	43	لا تقدم لي شهادة معتمدة أعتمد عليها في سوق العمل
8.1	15.9	10	84.1	53	لأن معلوماتها خاطئة
8.1	15.9	10	84.1	53	تنشر معلومات متناقضة
7.3	14.3	9	85.7	54	تقدم المعلومات بشكل سطحي

التماس الشباب المصري للمعلومات حول تنمية مهارات سوق العمل من اليوتيوب كوسيلة للتعليم الذاتي

6.5	12.7	8	87.3	55	المتخصصون المسؤولون عنها ليسوا على مستوى جيد
6.5	12.7	8	87.3	55	لا تقدم هذه الفيديوهات معلومات وافية
1.6	0.5	2	99.5	401	أخرى تذكر
100.0	124				الإجمالي

وعن أسباب عدم ثقة المبحوثين في المعلومات التي يحصلون عليها من فيديوهات اليوتيوب حول تطوير مهارات سوق العمل؛ جاء في المرتبة الأولى لأنها لا تغني عن الأساتذة المتخصصين والدراسة في أماكن متخصصة بوزن نسبي مرجح 26.6 %، وهذا يتفق مع نتيجة دراسة محمد أحمد سعيد التل، 2017 التي توصلت إلى أنه من أسباب عدم الثقة في قنوات اليوتيوب الاحتياج إلى أشخاص مساعدين¹³³، ويتفق مع نتائج جدول رقم (41) في أن من أهم سلبيات اليوتيوب أنه لا يوجد مدرب يتواصل بشكل مباشر معك ويتابع ويتفاعل معك فيما تقوم بتطبيقه كدارس، وفي المرتبة الثانية لأن معلوماتها مجهولة المصدر بوزن نسبي مرجح 19.4 %، وهذا يتفق مع نتيجة دراسة سكرة على حسن، 2020¹³⁴، وتتفق أيضا مع نتيجة دراسة محمد خضر طعاني، 2018 التي توصلت إلى أنه من أبرز أسباب عدم التماس المعلومات العلمية من الإنترنت "عدم وضوح هوية مصدر كثير من المعلومات"¹³⁵، وتتفق أيضا مع نتيجة دراسة ماهيتاب جمال، 2018 في أن استخدام اسم مستعار دون معرفة المصدر الحقيقي عنصر أساسي لفقدان الثقة في محتوى مقاطع اليوتيوب¹³⁶، وفي المرتبة الثالثة لا تقدم لى شهادة معتمدة أعتمد عليها في سوق العمل بوزن نسبي 16.1 %، وفي المرتبة الرابعة تساوى الوزن النسبي المرجح لكل من "لأن معلوماتها خاطئة" و"تنشر معلومات متناقضة"، وجاء الوزن النسبي لكل منهما 8.1 % وهذا يتفق مع نتيجة دراسة محمد أحمد سعيد التل، التي توصلت إلى أنه من أهم الأسباب عدم الثقة في قنوات اليوتيوب عدم صحة المعلومات¹³⁷، في المرتبة الخامسة تقدم المعلومات بشكل سطحي بوزن نسبي مرجح 7.3 %، وفي المرتبة السادسة تساوى "المتخصصون المسؤولون عنها ليسوا على مستوى جيد" و"لا تقدم هذه الفيديوهات معلومات وافية"، وجاء الوزن النسبي المرجح لكل منهما 6.5 %.

مقياس يربط درجة ثقة الشباب المصري بقنوات اليوتيوب التي يحصلون منها على معلومات حول تطوير مهارات سوق العمل:

جدول رقم (18)

معامل الاختلاف	الانحراف المعياري	المتوسط	أثق جدا	أثق	لا أستطيع التمييز	لا أثق	لا أثق على الإطلاق	ما مدى ثقتك في القنوات التالية:
29.16	0.994	3.409	14.4	32.3	36.0	14.6	2.7	القنوات العربية التي تديرها مؤسسات تعليمية غير رسمية
28.14	0.962	3.419	13.9	32.0	38.5	13.4	2.2	القنوات الأجنبية التي تديرها مؤسسات تعليمية غير رسمية
19.48	0.785	4.030	27.3	52.4	17.4	2.0	1.0	القنوات العربية التي تديرها مؤسسات وشركات متخصصة
20.92	0.847	4.047	32.0	45.4	19.4	1.7	1.5	القنوات الأجنبية التي تديرها مؤسسات وشركات متخصصة
19.71	0.820	4.161	37.7	44.7	14.9	1.5	1.2	القنوات العربية لأشخاص متخصصين في المجال
20.95	0.862	4.114	38.0	40.0	18.6	2.5	1.0	القنوات الأجنبية لأشخاص متخصصين في المجال
23.47	0.874	3.722	18.4	43.9	30.5	6.0	1.2	قنوات لأشخاص عاديين عرب يقومون بشرح المحتوى بطريقة مبسطة
24.42	0.893	3.658	17.1	41.4	33.0	6.9	1.5	قنوات لأشخاص عاديين أجانب يقومون بشرح المحتوى بطريقة مبسطة

يوضح الجدول السابق ثقة عينة الدراسة في قنوات اليوتيوب ، وعن أعلى مراتب ثقة المبحوثين في قنوات اليوتيوب جاء في المركز الأول القنوات العربية لأشخاص متخصصين في المجال بنسبة 82.4 % ، وفي المركز الثاني القنوات العربية التي تديرها مؤسسات وشركات متخصصة بنسبة 79.7 % ، وفي المركز الثالث القنوات الأجنبية لأشخاص متخصصين في المجال بنسبة 78 % ، وفي المركز الرابع القنوات الأجنبية التي تديرها مؤسسات وشركات متخصصة بنسبة 77.4 % ، وفي المركز الخامس قنوات لأشخاص عاديين عرب يقومون بشرح المحتوى بطريقة مبسطة بنسبة 62.3 % ، وفي المركز السادس قنوات لأشخاص عاديين أجانب يقومون بشرح المحتوى بطريقة مبسطة بنسبة 58.5 % ، وفي المركز السابع القنوات العربية التي تديرها مؤسسات تعليمية غير رسمية بنسبة 46.7 % ، وفي المركز الأخير القنوات الأجنبية التي تديرها مؤسسات تعليمية غير رسمية بنسبة 45.9 % ، ومن النتائج السابقة يتضح أن الشباب يحرص على معرفة أسماء الجهات الرافعة لمقاطع اليوتيوب التي يحرص على متابعتها وتحظى بإعجابهم (سواء كانوا

متخصصين فى المجال أو مؤسسات وشركات متخصصة)؛ مما يزيد من ثقته فى القناة التى يتابعها، وهذا يتفق مع نتيجة دراسة ماهيتاب جمال ، 2018.¹³⁸ المصادر التى تعتمد عليها قنوات اليوتيوب التى يلتبس منها الشباب المصرى المعلومات حول تنمية مهارات سوق العمل

جدول رقم (19)

النسبة	التكرار	ما المصادر التى تعتمد عليها قنوات اليوتيوب التى تلتبس منها المعلومات حول تنمية مهارات سوق العمل؟
54.1	218	متخصصون وممارسون فى المجال
12.4	50	خبرات شخصية لمستخدمين عاديين
11.9	48	أساتذة جامعات
11.9	48	أساتذة حاصلون على شهادات معتمدة (يقومون بالتدريس فى جهات غير رسمية)
8.2	33	مطورو خدمات وبرامج
1.5	6	أخرى
100.0	403	الإجمالي

وعن المصادر التى تعتمد عليها قنوات اليوتيوب التى يلتبس منها المبحوث المعلومات حول تنمية مهارات سوق العمل؛ تصدر الترتيب متخصصون وممارسون فى المجال بنسبة 54.1 %، ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن المتخصص والممارس فى المجال تستطيع أن تحصل منه على المعلومة بشكل تكتيكى وبطريقة أكثر احترافية، ويمكنه تقديم الاستشارات للجمهور بطريقة جذابة وبأسلوب مبتكر يناسب المشاهد العادى، ويركز على الجوانب العملية أكثر من الشخص الأكاديمي الذى يعرض المعلومة بشكل نظرى، ويمكنه عرض تجاربه الشخصية وخبراته فى مجال عمله للشباب، فهو الأكثر احتكاكا بسوق العمل والأكثر دراية بتحدياته وطرق مواجهتها؛ فيكون أكثر إفادة لجمهور الشباب المطلع لمجالات سوق العمل المختلفة، كما أن المتخصصين والممارسين فى المجال يكونون أكثر خبرة من المستخدم العادى الذى قد يعطيك معلومة قد يكون بها نسبة خطأ، ثم بفارق كبير جاء فى المركز الثانى خبرات شخصية لمستخدمين عاديين بنسبة 12.4 % ، ثم فى المركز الثالث تساوى " أساتذة الجامعات " و " أساتذة حاصلون على شهادات معتمدة (يقومون بالتدريس فى جهات غير رسمية) " حيث حصل كل منهما على نسبة 11.9 %، وأشارت دراسة Akgun et al., 2014¹³⁹ إلى انخفاض مقاطع الأساتذة الجامعيين التعليمية فى اليوتيوب، رغم أنهم أكثر الأشخاص تأهيلا لنشر المعرفة كونهم يحملون شهادات عليا فى مختلف التخصصات العلمية، ولكن تفسر الباحثة هذه النتيجة بأن الشباب عينة الدراسة يميل أكثر للبعد عن الكلام النظرى وما يدرسه فى الجامعات، ويفضل مشاهدة المتخصصين والممارسين فى المجال كونهم فى مجال سوق العمل، وجاء فى المركز الرابع مطورو خدمات وبرامج بنسبة 8.2 %.

التماس الشباب المصري للمعلومات حول تنمية مهارات سوق العمل من اليوتيوب كوسيلة للتعليم الذاتي

مقياس يربط درجة الثقة بالمصادر التي تعتمد عليها قنوات اليوتيوب:

جدول رقم (20)

معامل الاختلاف	الانحراف المعياري	المتوسط	أثق جدا	أثق	لا أستطيع التمييز	لا أثق	لا أثق على الإطلاق	ما مدى ثقتك بالمصادر التالية التي تعتمد عليها قنوات اليوتيوب
16.30	0.713	4.37	48.9	41.4	8.4	0.7	0.5	أساتذة جامعات
15.07	0.665	4.41	49.6	42.9	6.9	0.0	0.5	متخصصون وممارسون في المجال
21.79	0.863	3.96	28.5	45.2	20.6	5.2	0.5	أساتذة حاصلون على شهادات معتمدة (يقومون بالتدريس في جهات غير رسمية)
24.98	0.916	3.67	18.9	40.4	29.8	10.4	0.5	خبرات شخصية لمستخدمين عاديين
20.73	0.809	3.90	22.3	50.6	23.1	3.0	1.0	مطورو خدمات وبرامج

وعن مدى ثقة الشباب المصري بالمصادر التي تعتمد عليها قنوات اليوتيوب جاء في المركز الأول متخصصين وممارسين في المجال بنسبة 92.5 % ، وفي المركز الثاني أساتذة الجامعات 90.3 % ، وفي المركز الثالث أساتذة حاصلين على شهادات معتمدة (يقومون بالتدريس في جهات غير رسمية) بنسبة 73.7 % وفي المركز الرابع مطوري الخدمات والبرامج بنسبة 72.9 % ، وفي المركز الأخير خبرات شخصية لمستخدمين عاديين بنسبة 59.3 % ، ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن معدل الثقة يكون أكبر تجاه ذوى التخصص ومن يمارس المهنة ويواجه تحديات سوق العمل؛ لأنهم أهل خبرة، وأكثر دراية بسوق العمل، ومروا بالكثير من التجارب حتى استطاعوا تحقيق ذاتهم في المجال، ومعدل الثقة يكون مرتفعا أيضا بشأن أساتذة الجامعات نظرا لمكانتهم العلمية والوظيفية في المجالات المختلفة، أما الخبرات الشخصية فرغم أنها الأكثر قربا من الشباب من حيث طريقة الشرح؛ إلا أنها قد تحمل نسبة خطأ من صانع المحتوى نظرا لعدم تخصصه، كما أن بعض المهارات التي يقدمونها تكون غير احترافية في المجال؛ فلا تساعد المشاهد على التميز في سوق العمل واختياره حين يتعرض للمنافسة ممن حوله؛ لأنه قد يكتسب مهارات بدائية من أشخاص عاديين غير متخصصين، ولأن الخبرات الشخصية أيضا تخضع لظروف كل شخص والعديد من المتغيرات التي تؤثر عليه، فما ينطبق على غيرك قد لا ينطبق عليك. نمط تعرض الشباب المصري لفيدوهات اليوتيوب:

جدول رقم (21)

الوزن النسبي المرجح	نعم		لا		ما هو نمط تعرضك لفيدوهات اليوتيوب ؟
	العدد	%	العدد	%	
27.8	214	53.1	189	46.9	مشاهدة الفيديو كاملا والاستفادة من كافة المعلومات
26.8	207	51.4	196	48.6	التصفح السريع للمعلومات

التماس الشباب المصرى للمعلومات حول تنمية مهارات سوق العمل من اليوتيوب كوسيلة للتعلم الذاتى

21.9	41.9	169	58.1	234	مشاهدة مقاطع الفيديو المتصلة بالموضوع
11.5	22.1	89	77.9	314	تصفح الHyper links المتصلة بالموضوع
7.7	14.6	59	85.4	344	إرسال وقراءة التعليقات
4.0	7.7	31	92.3	372	التواصل الشخصى مع صاحب الفيديو
0.3	0.5	2	99.5	401	أخرى تذكر
100.0		771			الإجمالي

وعن نمط تعرض المبحوثين لفيدوهات اليوتيوب جاء فى المرتبة الأولى مشاهدة الفيديو كاملا والاستفادة من كافة المعلومات بوزن نسبى مرجح 27.8 %، ثم فى المرتبة الثانية التصفح السريع للمعلومات بوزن نسبى مرجح 26.8 %، وهذا يتفق مع نتيجة دراسة ماهيتاب جمال ، 2018 التى أشارت إلى أن مقاطع فيديو اليوتيوب يكون بها شرح بالتفصيل، والمبحوث يريد فهم جزئية صغيرة ويتحكم به أيضا سرعة الإنترنت وكل هذا يأخذ وقتا طويلا؛ لذلك يتصفح المبحوث الفيديو بشكل سريع للإمام بالمعلومات المهمة له فقط¹⁴⁰، ثم فى المرتبة الثالثة مشاهدة مقاطع الفيديو المتصلة بالموضوع بوزن نسبى مرجح 21.9 %، ثم فى المرتبة الرابعة تصفح الHyper links المتصلة بالموضوع بوزن نسبى مرجح 11.5 % ، ثم فى المرتبة الخامسة إرسال وقراءة التعليقات بوزن نسبى مرجح 7.7 %، ثم فى المرتبة السادسة التواصل الشخصى مع صاحب الفيديو بوزن نسبى مرجح 4 %.

أشكال المشاركة الإلكترونية حول المعلومات التى يتابعها الشباب المصرى من خلال فيديوهات اليوتيوب:

جدول رقم (22)

الوزن النسبي المرجح	نعم		لا		ما أشكال المشاركة الإلكترونية حول المعلومات التى يتابعها من خلال فيديوهات اليوتيوب ؟
	%	العدد	%	العدد	
23.2	38.2	154	61.8	249	إبداء رأي حول المعلومات
21.7	35.7	144	64.3	259	تطبيق ما جاء فى المعلومات
20.6	34.0	137	66.0	266	الدخول فى نقاشات مع الأصدقاء حول المعلومات
12.5	20.6	83	79.4	320	نشر أخبار خاصة بالمعلومات الموجودة فى الفيديوهات على صفحتى الشخصية
12.5	20.6	83	79.4	320	نشر قناة اليوتيوب على صفحتى الشخصية لاستفادة كافة أصدقائي منها
9.3	15.4	62	84.6	341	إضافة تعليقات خاصة بالمعلومات
0.3	0.5	2	99.5	401	أخرى تذكر
100.0		665			الإجمالي

وعن أشكال المشاركة الإلكترونية حول المعلومات التى يتابعها المبحوثون من خلال فيديوهات اليوتيوب جاء فى المركز الأول إبداء رأي حول المعلومات بوزن نسبى مرجح 23.2 %، وفى المركز الثانى تطبيق ما جاء فى المعلومات بوزن نسبى مرجح 21.7 % ، وفى المركز الثالث الدخول فى نقاشات مع الأصدقاء حول المعلومات بوزن نسبى مرجح

التماس الشباب المصري للمعلومات حول تنمية مهارات سوق العمل من اليوتيوب كوسيلة للتعلم الذاتي

20.6%؛ مما يجعلني أتعرف على ترشيحات الأصدقاء لقنوات يوتيوب جديدة أستطيع متابعتها، وهذا يتفق مع نتيجة جدول رقم (8) وفي المركز الرابع تساوى الوزن النسبي المرجح لكل من " نشر أخبار خاصة بالمعلومات الموجودة في الفيديوهات على صفحتي الشخصية " و " نشر قناة اليوتيوب على صفحتي الشخصية لاستفادة كافة أصدقائي منها" وبلغ الوزن النسبي لكل منهما 12.5%، وهذه النتيجة تختلف مع نتيجة دراسة لوى الزعبي، 2022 التي توصلت إلى أن نسبة كبيرة من أفراد العينة يشاركون الفيديوهات كمنشور على وسائل التواصل الاجتماعي الأخرى وبلغت هذه النسبة 64%¹⁴¹.

وفي المركز الخامس "إضافة تعليقات خاصة بالمعلومات" بوزن نسبي مرجح 9.3%، وجاءت هذه النتيجة تختلف مع نتيجة دراسة بسنت مراد فهمي، 2017 التي جاء بها القيام بمشاركة بعض مقاطع فيديوهات اليوتيوب والتعليق على مقاطع فيديو اليوتيوب؛ من أبرز أشكال تفاعل عينة الدراسة مع موقع اليوتيوب.¹⁴² مدى حاجة الشباب المصري لالتماس معلومات سوق العمل على اليوتيوب:

جدول رقم (23)

معامل الاختلاف	الانحراف المعياري	المتوسط	النسبة	التكرار	ما مدى حاجتك لالتماس معلومات سوق العمل على اليوتيوب؟
24.34	0.579	2.380	5.0	20	بدرجة ضعيفة
			52.1	210	بدرجة متوسطة
			42.9	173	بدرجة كبيرة
			100.0	403	الإجمالي

وعن مدى حاجة الباحثين لالتماس معلومات سوق العمل على اليوتيوب جاء في المرتبة الأولى بدرجة متوسطة بنسبة 52.1%، وجاء في المرتبة الثانية بدرجة كبيرة بنسبة 42.9%، وجاء في المرتبة الثالثة بدرجة ضعيفة بنسبة 5% بمتوسط حسابي 2.380 وانحراف معياري 0.579، أي النتيجة تميل نحو بدرجة كبيرة.

الخطوات التي يقوم بها الشباب المصري قبل التماس المعلومات من قنوات اليوتيوب:

جدول رقم (24)

النسبة	التكرار	ما هي الخطوات التي تقوم بها قبل التماس المعلومات من قنوات اليوتيوب؟
37.7	152	أجرى بحثا سريعا داخل الشبكة عن المواقع المتخصصة في مجال دراستي
18.9	76	أتناقش مع أساتذة جامعتي وأصدقائي وأقاربي في المعلومات التي أرغب في تطويرها
15.4	62	أبحث عن كتب أونلاين ومقالات مكتوبة عن المهارة التي أود تعلمها
13.6	55	أطالع الموضوعات في مجرى التغذية الإخبارية بصفحتي
10.9	44	أتعرف على الجهة المسؤولة عن الفيديوهات المعروضة

التماس الشباب المصري للمعلومات حول تنمية مهارات سوق العمل من اليوتيوب كوسيلة للتعليم الذاتي

3.2	13	أرسل المتخصصين على صفحات السوشيال ميديا
0.2	1	أخرى
100.0	403	الإجمالي

وعن الخطوات التي يقوم بها المبحوث قبل التماسه للمعلومات من قنوات اليوتيوب؛ جاء في المركز الأول أجرى بحثا سريعا داخل الشبكة عن المواقع المتخصصة في مجال دراستي بنسبة 37.7 %، ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن حس الفضول العلمي عند الشباب بهدف التعلم واكتساب المهارات والخبرات وزيادة معارفهم في مجال سوق العمل ورغبتهم في توسيع مداركهم حول الموضوعات التي يريدون تعلمها؛ يدفعهم لإجراء بحث سريع في المواقع المتخصصة قبل الدخول إلى اليوتيوب، ثم في المركز الثاني أتناقش مع أساتذة جامعتي وأصدقائي وأقاربي في المعلومات التي أرغب في تطويرها بنسبة 18.9 % ، وهذه النتيجة تختلف مع نتيجة دراسة ماهيتاب جمال ، 2018 التي جاء بها 27.4 % فقط من العينة بوجههم أساتذتهم لمقاطع اليوتيوب الصحيحة والمناسبة لهم¹⁴³، ثم في المركز الثالث أبحث عن كتب أونلاين ومقالات مكتوبة عن المهارة التي أود تعلمها بنسبة 15.4 %، ثم في المركز الرابع أطلع الموضوعات في مجرى التغذية الإخبارية بصفحتي بنسبة 13.6 %، ثم في المركز الخامس أتعرف على الجهة المسئولة عن الفيديوهات المعروضة بنسبة 10.9 %، وهذا يتفق مع نتائج دراسة ماهيتاب جمال ، 2018¹⁴⁴، ثم في المركز السادس والأخير أرسل المتخصصين على صفحات السوشيال ميديا بنسبة 3.2 %

ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن الجمهور يتبع استراتيجية الجمع بين عدة مصادر معلومات لالتماس المعلومات؛ لتحقيق التكامل وأقصى استفادة ممكنة، خاصة مع وجود العديد من الأساليب المتاحة، وهذا يتفق مع ما توصلت إليه نتيجة دراسة Rains & Erin , 2916 وChoudhury et al , 2014¹⁴⁵.

وطرحت الباحثة تساؤلا: إلى أي حد تغنيك فيديوهات اليوتيوب عن الذهاب لأماكن متخصصة للدراسة؟ وجاءت إجابات المبحوثين كما يلي:

جدول رقم (25)

معامل الاختلاف	الانحراف المعياري	المتوسط	النسبة	التكرار	إلى أي حد تغنيك فيديوهات اليوتيوب عن الذهاب لأماكن متخصصة للدراسة؟
25.9	0.549	2.122	9.7	39	لا تغنيني
			68.5	276	تغنيني أحيانا
			21.8	88	تغنيني دائما
			100.0	403	الإجمالي

التماس الشباب المصرى للمعلومات حول تنمية مهارات سوق العمل من اليوتيوب كوسيلة للتعلم الذاتى

وعما إذا كانت فيديوهات اليوتيوب تغنى المبحوث عن الذهاب لأماكن متخصصة للدراسة؛ جاء 68.5% من العينة يرون أنها تغنيهم أحيانا، و21.8% من العينة تغنيهم دائما، و9.7% لا تغنيهم بمتوسط حسابى 2.122 وانحراف معيارى 0.549، أى النتيجة تميل نحو إلى حد ما. الإجراء الذى يقوم به الشباب المصرى عند احتياجهم للتماس المعلومات حول تنمية مهارات سوق العمل من اليوتيوب:

جدول رقم (26)

النسبة	التكرار	ما الإجراء الذى تقوم به عند احتياجك للتماس المعلومات حول تنمية مهارات سوق العمل من شبكة الإنترنت؟
28.0	113	البحث بشكل مباشر فى مواقع وصفحات وجروبات معينة فى شبكة الإنترنت عن أفضل القنوات المتخصصة
27.8	112	البحث بشكل عشوائى عبر موقع اليوتيوب
17.4	70	تحديد قناة معينة قبل البدء فى البحث عن المعلومات
13.4	54	أستشير ذوى الخبرة فى هذا المجال
13.4	54	أحدد طبيعة المعلومات التى أريد البحث عنها ودراستها
100.0	403	الإجمالى

يوضح الجدول السابق الإجراء الذى يقوم به المبحوث عند احتياجه للتماس المعلومات حول تنمية مهارات سوق العمل من شبكة الإنترنت؛ فجاء فى المركز الأول البحث بشكل مباشر فى مواقع وصفحات وجروبات معينة فى شبكة الإنترنت عن أفضل القنوات المتخصصة بنسبة 28%، وفى المركز الثانى البحث بشكل عشوائى عبر موقع اليوتيوب بنسبة 27.8%، وفى المركز الثالث تحديد قناة معينة قبل البدء فى البحث عن المعلومات بنسبة 17.4%، وفى المركز الرابع تساوت نسبة كل من "أستشير ذوى الخبرة فى هذا المجال" - وهذا يتفق مع نتيجة دراسة ماهيتاب جمال، 2018 فى أن اعتماد الشباب الجامعى على أساتذتهم لتوجيههم فى اختيار مقاطع اليوتيوب جاء بنسبة ضعيفة بلغت 27.4% - و"أحدد طبيعة المعلومات التى أريد البحث عنها ودراستها" وبلغت 13.4%.

الإجراء الذى يتبعه الشباب المصرى أثناء بحثهم والتماسهم للمعلومات من فيديوهات اليوتيوب:

جدول رقم (27)

الوزن النسبي المرجح	نعم		لا		ما الإجراء الذى تتبعه أثناء بحثك والتماسك للمعلومات من فيديوهات اليوتيوب؟
	%	العدد	%	العدد	
21.8	45.2	182	54.8	221	أشاهد فيديو الموضوع كاملا
15.9	33.0	133	67.0	270	مشاهدة معظم الفيديوهات مشاهدة سريعة
15.8	32.8	132	67.2	271	استخدام روابط للانتقال إلى مواقع أخرى
14.1	29.3	118	70.7	285	أشاهد أجزاء من الفيديوهات
12.7	26.3	106	73.7	297	أتعرف على تعليقات المستخدمين على الموضوع

التماس الشباب المصري للمعلومات حول تنمية مهارات سوق العمل من اليوتيوب كوسيلة للتعليم الذاتي

10.6	22.1	89	77.9	314	المشاركة بالنقاش مع الأصدقاء عبر الشات
9.1	18.9	76	81.1	327	ألقى نظرة سريعة على عدد متابعي القناة وحجم التفاعل مع الفيديو
100.0		836			الإجمالي

وعن الإجراء الذي يتبعه المبحوث أثناء بحثه والتماسه للمعلومات من فيديوهات اليوتيوب؛ جاء في المرتبة الأولى أشاهد فيديو الموضوع كاملاً بوزن نسبي مرجح 21.8 %؛ لأن المبحوث من أهم دوافعه زيادة المعرفة بشكل عام وليس اقتطاع أجزاء من المعرفة، ولدعم التعلم الذاتي للمواضيع المتعلقة بالتذكر في مجال تخصصه، وهذا يتفق مع جدول رقم (11)، كما أن المبحوث يرى أن اليوتيوب يصلح كوسيلة للمعرفة؛ لأنه يعطينا تفاصيل وافية في المعلومات عن تطوير المهارات في سوق العمل، وهذا ما يحتاجه المبحوث وظهر في جدول رقم (13)؛ مما يدل على أن المبحوث يريد التعرف على المعلومات كاملة، ويستزيد بشكل كامل ومفصل عن معلومات سوق العمل لأهميتها في مجال تخصصه، وفي المرتبة الثانية مشاهدة معظم الفيديوهات مشاهدة سريعة بوزن نسبي مرجح 15.9 %، وبفارق ضئيل جداً جاء في المرتبة الثالثة استخدام روابط للانتقال إلى مواقع أخرى بوزن نسبي مرجح 15.8 %، وجاء في المرتبة الرابعة أشاهد أجزاء من الفيديوهات بوزن نسبي مرجح 14.1 %، وفي المرتبة الخامسة أتعرف على تعليقات المستخدمين على الموضوع بوزن نسبي مرجح 12.7 %، حيث إن تعليقات المستخدمين على الموضوع قد تفيد الشخص في زيادة معرفته بموضوع الفيديو واكتساب معلومات إضافية، وقد سعت دراسة قامت بها Dubovi. & Tabak. 2020 إلى التعرف على مدى مساهمة التعليقات على مقاطع اليوتيوب التعليمية في إيجاد مستويات تعلم عالية وعميقة، وذلك بتحليل 1530 تعليقا على مقاطع المجموعة من قنوات اليوتيوب في المجال العلمي، وعلى الرغم من أن هذه التعليقات كتبت في سياق غير رسمي؛ إلا أن نتائج الدراسة أشارت إلى وجود تعليقات ونقاش على مستوى عالٍ من العمق والمعرفة مماثلة لما يحدث في مواقف التعلم الرسمي¹⁴⁷، وفي المرتبة السادسة المشاركة بالنقاش مع الأصدقاء عبر الشات بوزن نسبي مرجح 10.6 %، وفي المرتبة الأخيرة ألقى نظرة سريعة على عدد متابعي القناة وحجم التفاعل مع الفيديو بوزن نسبي مرجح 9.1 %، وهذا يتفق مع نتيجة دراسة ماهيتاب جمال، 2018¹⁴⁸ التي توصلت إلى أن غالبية المبحوثين يقضون وقت فراغهم في متابعة الفيديوهات التي يحددها الموقع أنها الأكثر مشاهدة أحيانا ونادرا بنسبة 43.7 % و 32.9 % على التوالي؛ مما يدل على أن عدد المتابعين وحجم التفاعل مع الفيديو ليس العنصر الأساسي بالنسبة للمبحوثين أثناء التماسهم للمعلومات.

مدى نجاح فيديوهات اليوتيوب فى سد احتياجات الشباب المصرى للمعلوماتية:

جدول رقم (28)

معامل الاختلاف	الانحراف المعياري	المتوسط	النسبة	التكرار	إلى أى درجة أو مدى تنجح فيديوهات اليوتيوب فى سد احتياجاتك المعلوماتية التي تحتاجها؟
26.38	0.574	2.176	1.0	4	لا تعالجها على الإطلاق
			6.2	25	بدرجة ضعيفة
			67.0	270	تعالجها إلى حد ما
			25.8	104	تعالجها بدرجة كاملة
			100.0	403	الإجمالي

وعن مدى نجاح فيديوهات اليوتيوب فى سد احتياجات المبحوث المعلوماتية التي يحتاجها؛ يرى 67% من عينة الدراسة أنها تعالجها إلى حد ما، بينما يرى 25.8% من العينة أنها تعالجها بدرجة كاملة، و6.2% يرون أنها تعالجها بدرجة ضعيفة، و1% يرون أنها لا تعالجها على الإطلاق بمتوسط حسابى 2.176 وانحراف معيارى 0.574 ، وهذا يتفق مع نتيجة دراسة داليا إبراهيم ، 2023 التي أظهرت أن المعلومات التي يقدمها اليوتيوب تتناسب مع احتياجات عينة الدراسة وتسد احتياجاتهم؛ مما يجعله ملائماً لهم كوسيلة للتعلم الذاتي¹⁴⁹، وهذه النتيجة تتفق أيضا إلى حد ما مع نتيجة دراسة لوي الزعبي، 2022 التي توصلت إلى أن نسبة 52% من الطلاب يستفيدون دائماً من موقع يوتيوب، و44% منهم يستفيدون أحياناً، و4% لا يستفيدون منه أبداً، وهذا يدل على مدى الاستفادة المقدمة من موقع يوتيوب لطلاب كلية الإعلام.¹⁵⁰

الإجراء الذي يقوم به الشباب المصري بعد إتمام عملية البحث عن المعلومات حول مهارات سوق العمل:

جدول رقم (29)

الوزن النسبي المرجح	نعم		لا		ما الإجراء الذى تقوم به بعد إتمام عملية البحث عن المعلومات حول مهارات سوق العمل؟
	%	العدد	%	العدد	
19.8	53.6	216	46.4	187	الاستفادة من المعلومات التي حصلت عليها
17.7	47.9	193	52.1	210	القيام بفحص المعلومات التي حصلت عليها للتأكد من صحتها
12.1	32.8	132	67.2	271	أحتفظ بعناوين الفيديوهات التي قمت بتصفحها للرجوع إليها مرة أخرى وقت الحاجة
9.8	26.6	107	73.4	296	أقوم بتطبيق المعلومات التي شاهدتها فى الواقع العملى
9.4	25.3	102	74.7	301	القيام بمناقشة المعلومات مع الأصدقاء
9.4	25.3	102	74.7	301	أبحث عن المزيد من المعلومات على شبكة الإنترنت

التماس الشباب المصرى للمعلومات حول تنمية مهارات سوق العمل من اليوتيوب كوسيلة للتعلم الذاتى

8.8	23.8	96	76.2	307	التعرض لوسائل إعلام أخرى
7.2	19.4	78	80.6	325	أنصح الآخرين بزيارة تلك القنوات
3.7	9.9	40	90.1	363	أشارك فى ندوات ومؤتمرات حول الموضوع الذى تابعته
2.2	6.0	24	94.0	379	لا ألقى بالا بالمعلومات التى حصلت عليها
100.0	1090				الإجمالي

وعن الإجراء الذى يقوم به المبحوث بعد إتمام عملية البحث عن المعلومات حول مهارات سوق العمل؛ جاء فى المركز الأول الاستفادة من المعلومات التى حصلت عليها بوزن نسبى مرجح 19.8 %، وفى المركز الثانى القيام بفحص المعلومات التى حصلت عليها للتأكد من صحتها بوزن نسبى مرجح 17.7 %،

ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن الشباب يثق بدرجة متوسطة فى المعلومات التى يحصلون عليها من اليوتيوب (راجع الجدول رقم 15)؛ مما يجعلهم يقومون بفحص المعلومات التى يحصلون عليها ومناقشة الأصدقاء والمتخصصين فى المجال والأهل، ومراجعتهم فيما حصلوا عليه من معلومات قبل تطبيقها فى مجال دراستهم وعملهم، وهذا ما أوضحه جدول رقم (31)، وهذا يتفق مع نتيجة دراسة سحر أحمد غريب، 2023¹⁵¹ التى جاء بها أيضا فى المركز الثانى التحقق من صدق ما حصلت عليه من معلومات، وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة Robinson,2014¹⁵² التى ترى أنه لكى تكتمل عملية التماس المعلومات يجب تصفية المعلومات أو تقييمها، والأهم من ذلك هو معرفة ما إذا كانت المعلومات صحيحة أو موثوقة أم لا ، وفى المركز الثالث أحتفظ بعناوين الفيديوهات التى قمت بتصفحها للرجوع إليها مرة أخرى وقت الحاجة بوزن نسبى مرجح 12.1 %، وهذا يتفق مع نتيجة دراسة ماهيتاب جمال ، 2018 فى إمكانية غالبية المبحوثين حفظ المقاطع التى تعجبهم على الأجهزة الخاصة بهم، والرجوع إليها وقتما يشاءون.¹⁵³

وفى المركز الرابع أقوم بتطبيق المعلومات التى شاهدتها فى الواقع العملى بوزن نسبى مرجح 9.8 %، وبفارق بسيط جاء فى المركز الخامس كل من " القيام بمناقشة المعلومات مع الأصدقاء " و "أبحث عن المزيد من المعلومات على شبكة الإنترنت" بنفس الوزن النسبى المرجح الذى بلغ 9.4 %، وجاء فى المركز السادس التعرض لوسائل إعلام أخرى بوزن نسبى مرجح 8.8 %، وجاء فى المرتبة الأخيرة كل من "أشارك فى ندوات ومؤتمرات حول الموضوع الذى تابعته" بوزن نسبى مرجح 3.7 %، و"لا ألقى بالا بالمعلومات التى حصلت عليها" بوزن نسبى مرجح 2.2 %.

وعن مناقشة المبحوثين مع الآخرين عقب التماسهم للمعلومات:

جدول رقم (30)

هل تتناقش مع الآخرين عقب التماسك للمعلومات؟	التكرار	النسبة	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف
لا أتناقش	52	12.9	2.130	0.611	28.69
أحيانا	246	61.0			
دائما	105	26.1			
الإجمالى	403	100.0			

يوضح الجدول السابق أن 61 % من المبحوثين يناقشون المعلومات مع الآخرين أحيانا عقب التماسهم للمعلومات من قنوات اليوتيوب، و 26.1 % يناقشون المعلومات دائما، و 12.9 % لا يناقشون مع الآخرين بمتوسط حسابى 2.130 وانحراف معيارى 0.611، أى النتيجة تميل نحو إلى حد ما.

وعن الأشخاص الذين يتناقش معهم المبحوث حول المعلومات التى يكتسبها من اليوتيوب :

جدول رقم (31)

مع من تتناقش حول المعلومات؟	التكرارات	النسبة
الأصدقاء	131	32.5
متخصصين فى المجال	70	17.4
الأسرة	60	14.9
زملاء العمل	60	14.9
أساتذة جامعى	20	5.0
الجيران	9	2.2
أخرى	1	0.2
الإجمالى المتاح	351	87.1
المفقود	52	12.9
الإجمالى المتاح	403	100.0

وعن الأشخاص الذين يتناقش معهم المبحوث حول المعلومات التى يكتسبها من قنوات اليوتيوب حول تنمية مهارات سوق العمل؛ جاء فى المركز الأول الأصدقاء بنسبة 32.5 %، وهذا يتفق مع نتيجة دراسة لوى الزعبي، 2022 التى توصلت إلى أن 64 % من العينة يشاركون المنشور وفيديوهات اليوتيوب على وسائل التواصل الإجتماعى الأخرى؛ لنشر وتعميم ما يكون مفيدا بالنسبة للآخرين وخاصة الأصدقاء فى التخصص ذاته، وأن 36 % من العينة يتبعون نصائح الأصدقاء بكيفية اختيار الفيديوهات المفضلة على موقع اليوتيوب

154 ، وفى المركز الثانى مع متخصصين فى المجال بنسبة 17.4 %، وفى المركز الثالث جاءت الأسرة وزملاء العمل بنفس النسبة التى بلغت 14.9 %، وفى المركز الرابع أساتذة جامعتى بنسبة 5 %، ثم فى المرتبة الأخيرة الجيران بنسبة 0.2 %.

وعن مدى استفادة المبحوث من المناقشة مع الآخرين حول المعلومات التى يكتسبها من اليوتيوب:

جدول رقم (32)

هل تستفيد من مناقشتك؟	التكرار	النسبة	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف
لا أستفيد	7	1.7	2.436	0.535	21.96
إلى حد ما	184	45.7			
أستفيد بدرجة كبيرة	160	39.7			
الإجمالي	351	87.1			

وعن مدى استفادة المبحوث من مناقشته يوضح الجدول السابق أنه يستفيد 45.7 % من العينة إلى حد ما من المناقشة، و39.7 % يستفيدون بدرجة كبيرة، و1.7 % لا يستفيدون بمتوسط حسابى 2.436 وانحراف معيارى 0.535 ، أى النتيجة تميل نحو بدرجة كبيرة، وقد توصلت دراسة ماهيتاب جمال ، 2018 إلى أن التعليم الذاتى يكسب المبحوث مهارة الحديث مع الزملاء والأساتذة ومناقشتهم.¹⁵⁵

الإجراء الذى يقوم به المبحوث بعد إتمام عملية البحث عن المعلومات حول مهارات سوق العمل:

جدول رقم (33)

النسبة	التكرار	ما الإجراء الذى تقوم به عندما لا تجد المعلومات التى تبحث عنها من خلال فيديوهات اليوتيوب؟
30.0	121	تعيد صياغة السؤال عن المعلومات التى تبحث عنها
22.6	91	تقوم بالبحث عبر المواقع الإلكترونية وصفحات السوشيال ميديا
19.6	79	تقوم بتكرار عملية البحث
12.9	52	تستشير المتخصصين فى المجال
8.2	33	تقوم بالبحث عبر مصادر ورقية أو مطبوعة حول الموضوع
6.0	24	تحاول الالتحاق بكورسات فى المجال الذى تبحث عنه للتعلم وتطوير مهاراتك
0.7	3	أخرى
100.0	403	الإجمالي

يوضح الجدول السابق الإجراء الذى يقوم به المبحوث عندما لا يجد المعلومات التى يبحث عنها من خلال فيديوهات اليوتيوب، فجاء فى المركز الأول تعيد صياغة السؤال عن المعلومات التى تبحث عنها بنسبة 30%، ثم فى المركز الثانى تقوم بالبحث عبر المواقع

التماس الشباب المصري للمعلومات حول تنمية مهارات سوق العمل من اليوتيوب كوسيلة للتعليم الذاتي

الإلكترونية وصفحات السوشيال ميديا بنسبة 22.6%، ثم في المركز الثالث تقوم بتكرار عملية البحث بنسبة 19.6%، ثم في المركز الرابع تستشير المتخصصين في المجال بنسبة 12.9%، ثم في المركز الخامس تقوم بالبحث عبر مصادر ورقية أو مطبوعة حول الموضوع بنسبة 8.2%، ثم في المركز الأخير تحاول الالتحاق بكورسات في المجال الذي تبحث عنه للتعليم وتطوير مهاراتك بنسبة 6%.

نتائج بحث والتماس الشباب المصري للمعلومات حول مهارات سوق العمل:

جدول رقم (34)

النسبة	التكرار	حدد نتائج بحثك والتماسك للمعلومات حول مهارات سوق العمل ؟
50.4	203	اكتساب معلومة جديدة عن مهارة معينة وكيفية تطويرها بطرق مبتكرة
16.4	66	شعور بالراحة النفسية لأنها زادت معرفتي بالمعلومات التي تؤهلني لسوق العمل
9.7	39	أفتح أبوابا للمناقشة مع الآخرين حول المعلومات التي اكتسبتها
8.2	33	أعبر عن رأيي بكل ثقة حول الموضوعات المرتبطة بسوق العمل
7.9	32	ساعدني اليوتيوب في تحقيق قفزة نوعية في عملية التعلم واكتساب المهارات
5.0	20	حصلت على المعرفة عن طريق المبدعين في المجال
2.5	10	أحقق غايتي في المشاركة الإلكترونية والتفاعل الإلكتروني حول الموضوعات التي تابعتها
100.0	403	الإجمالي

يوضح الجدول السابق نتائج بحث عينة الدراسة والتماسهم للمعلومات حول مهارات سوق العمل؛ ف جاء في المركز الأول اكتساب معلومة جديدة عن مهارة معينة وكيفية تطويرها بطرق مبتكرة بنسبة 50.4%، وهذا يتفق مع نتيجة دراسة وديع بن محمد العززي، 2022¹⁵⁶ في أن اليوتيوب يسهم في رفع المستوى المعلوماتي والمعرفي للمبحوث كأحد أبرز التأثيرات الناتجة عن استخدام عينة الدراسة لليوتيوب، ويتفق أيضا مع نتيجة دراسة لوي الزعبي، 2022 التي حصل فيها على مركز متقدم بنسبة 72% من أفراد العينة الإشباع المتمثل في التعرف على أهم المهارات من خلال يوتيوب لاسيما المهارات المتعلقة بتخصص الإعلام والاتصال¹⁵⁷، ويتفق أيضا مع نتيجة دراسة ماهيتاب جمال، 2018 في أن المبحوث عندما يحتاج إلى معلومة جديدة يدخل على مقاطع اليوتيوب بنفسه ويتعلم منها¹⁵⁸، وفي المركز الثاني شعور بالراحة النفسية لأنها زادت معرفتي بالمعلومات التي تؤهلني لسوق العمل بنسبة 16.4%، وفي المركز الثالث أفتح أبوابا للمناقشة مع الآخرين حول المعلومات التي اكتسبتها بنسبة 9.7%، وقد أشارت دراسة Dubovi & Tabak 2020، عن مدى مساهمة تعليقات اليوتيوب في إيجاد مستويات عالية من التعلم؛ إلى أن تعليقات اليوتيوب والنقاش يكون على مستوى عالٍ من العمق والمعرفة وتمثل لما يحدث في مواقف التعلم الرسمي¹⁵⁹، وفي المركز الرابع أعبر عن رأيي بكل ثقة حول

الموضوعات المرتبطة بسوق العمل بنسبة 8.2 %، وفى المركز الخامس ساعدنى اليوتيوب فى تحقيق قفزة نوعية فى عملية التعلم واكتساب المهارات بنسبة 7.9 %، وهذا يختلف مع نتيجة دراسة سارة دربال التى جاء فيها أن نسبة 86.6% من عينة الدراسة يرون أن موقع اليوتيوب يساعد على تحقيق قفزة نوعية فى عملية التعلم¹⁶⁰، وفى المركز السادس حصلت على المعرفة عن طريق المبدعين فى المجال بنسبة 5 %، وفى المركز السابع والأخير أحقق غايتى فى المشاركة الإلكترونية والتفاعل الإلكتروني حول الموضوعات التى تابعتها بنسبة 2.5 %

وهنا تفسر الباحثة هذه النتيجة بأن موقع اليوتيوب يعتبر موقعا مهما جدا، وأكثر وأول المواقع استخداما فى عملية التعلم؛ إذ نكاد نجزم أنه الموقع الوحيد الذي يساهم بشكل فعال فى العملية التعليمية، ويحقق تطورا سريعا فى عملية التعلم واكتساب المهارات، ويجدد النشاط الذاتى للبحث والاطلاع وتنمية مهارة التعلم الذاتى؛ حيث يعمل اليوتيوب من خلال ربط الأفراد مع المحتوى وتفاعلهم مع بعضهم البعض، وهذا ما يساهم بتعزيز تكوين مجتمع افتراضى من خلال خصائصه كالمحادثات والاشتراك فى القنوات، ويتيح هذا التفاعل للمتعلمين اكتشاف المعلومات التى تستهويهم؛ مما يشبع رغبتهم فى اكتساب المعلومات المتنوعة¹⁶¹، ومتابعة من يحبون مما يعزز خبرة التعلم¹⁶²، وبذلك يحدث التعلم غير الرسمى فى اليوتيوب من خلال مشاهدة المتعلمين للمقاطع، أو من خلال تفاعلهم مع الآخرين، أو من خلال تقييمهم الذاتى لأنفسهم¹⁶³. هذه الخصائص ساهمت فى تكوين اتجاهات لدى المتعلمين بأن التعلم غير الرسمى عن طريق اليوتيوب ممتع وفرصة لإيصالهم بمتعلمين آخرين.

طرحت الباحثة تساؤلا للمبحوث: هل تشعر بتميزك عن غيرك ممن لا يلتمسون المعلومات حول مهارات سوق العمل؟ وجاءت النتائج كالتالى:

جدول رقم (35)

النسبة	التكرار	هل تشعر بتميزك عن غيرك ممن لا يلتمسون المعلومات حول مهارات سوق العمل؟
52.6	212	نعم
37.5	151	إلى حد ما
9.9	40	لا
100.0	403	الإجمالى

يوضح الجدول السابق شعور عينة الدراسة بتميزهم عن غيرهم ممن لا يلتمسون المعلومات حول مهارات سوق العمل من قنوات اليوتيوب؛ فجاء 52.6 % يشعرون بالتميز، بينما جاء 37.5 % يشعرون بالتميز إلى حد ما، وجاء 9.9 % لا يشعرون

بالتميز، وهذا يتفق مع نتيجة دراسة لوى الزعبي ، 2022 التى توصلت إلى أن الأغلبية الساحقة 96% من أفراد عينة البحث يستفيدون من متابعة موقع يوتيوب في عملية تعلمهم الذاتي واكتسابهم المعارف والمهارات، وهذا يبين أهميته بالنسبة لهؤلاء الطلاب، وهذا ينعكس على الجانب العملي والتدريبي لديهم وشعورهم بالتميز¹⁶⁴ ، ونستنتج من هذه النتيجة أن المبحوثين يعتمدون على قنوات اليوتيوب فى التماس المعلومات حول مهارات سوق العمل ويشعرون بتميزهم نتيجة لذلك، وهذا مؤشر على قوة إمكانية قنوات اليوتيوب، وأن لديها قدرة عالية فى استقطاب الشباب وإشباع حاجتهم من المعلومات حول تنمية مهاراتهم المهنية؛ لما تحويه من كم هائل من الفيديوهات التى تنمى هذه المهارات، وأيضا لما توفره من مميزات مثل سرعة الوصول إليها وسهولة التحكم بها.

وعن تجريب المبحوث شيئا مما هو موجود على اليوتيوب فكان له انعكاس إيجابى على تطوير مهاراته المهنية:

جدول رقم (36)

النسبة	التكرار	هل جربت أى شيء مما هو موجود على اليوتيوب فكان له انعكاس إيجابى على تطوير مهاراتك المهنية؟
61.5	248	نعم جربت
38.5	155	لم أجرب
100.0	403	الإجمالي

وعن تجريب عينة الدراسة لما هو موجود على قنوات اليوتيوب وكان له انعكاس إيجابى على تطوير مهاراتهم المهنية؛ جاء 61.5 % قاموا بتجريب أشياء موجودة على قنوات اليوتيوب، و38.5 % لم يجربوا، وهذا يتفق مع نتيجة دراسة محمد خضر طعانى ، 2018 التى توصلت إلى أن من أبرز الانعكاسات السلوكية لالتماس عينة الدراسة للمعلومات العلمية من الإنترنت أن الفرد يوظفها فى حياته اليومية¹⁶⁵، وعن أكثر المهارات التى قام المبحوثون بتجريبها جاءت مهارات فيديوهات تنمية السمات الشخصية، واللغة، والجغرافيك، والمونتاج، وبرامج ال Office وتنمية مهارات الاتصال، وقاموا بتقييم تعلمهم لهذه المهارات بشكل إيجابى وهذه النتيجة جدول رقم (37).

تقييم العينة لتعلم مهارات سوق العمل من اليوتيوب:

جدول رقم (37)

معامل الاختلاف	الانحراف المعياري	المتوسط	ممتاز	متوسط	ضعيف	تقييم العينة لتعلم مهارات سوق العمل من اليوتيوب
33.56	0.763	2.27	46.4	34.5	19.1	موضوعات الجرافيك والمونتاج (Film making، عمل تصميمات، إخراج، مونتاج)
35.35	0.754	2.13	36.0	41.4	22.6	فيديوهات تعلم التصوير
28.56	0.675	2.36	47.6	41.2	11.2	فيديوهات تعلم اللغات

التماس الشباب المصرى للمعلومات حول تنمية مهارات سوق العمل من اليوتيوب كوسيلة للتعلم الذاتى

29.00	0.687	2.37	48.9	39.2	11.9	فيديوهات تنمية السمات الشخصية (ثقة بالنفس - لياقة ، إصرار ، تحدى، مواجهة الخوف)
36.56	0.751	2.05	31.0	43.4	25.6	فيديوهات كيفية إدارة المشاريع الصغيرة.
30.87	0.709	2.30	44.4	40.9	14.6	فيديوهات تنمية مهارات الاتصال (تحدث ، كتابة ، استماع ، مناقشة)
32.77	0.713	2.18	35.7	46.2	18.1	فيديوهات تخطى الإنترنت ومواجهة ال HR وقواعد القبول فى الشركات
35.52	0.759	2.14	36.5	40.7	22.8	فيديوهات التسويق الإلكتروني وإدارة المبيعات
38.34	0.797	2.08	36.0	36.0	28.0	فيديوهات تعلم لغة البرمجة
35.94	0.777	2.16	39.5	37.2	23.3	فيديوهات تعلم كيفية صناعة المحتوى على السوشيال ميديا
32.99	0.747	2.27	44.7	37.2	18.1	فيديوهات تعلم برامج Office
39.69	0.817	2.06	36.5	33.0	30.5	فيديوهات تصميم المواقع الإلكترونية والتطبيقات

يوضح الجدول السابق تقييم عينة الدراسة لتعلم مهارات سوق العمل من اليوتيوب؛ جاء فى المركز الأول من حيث تعلم المهارة بشكل ممتاز فيديوهات تنمية السمات الشخصية (ثقة بالنفس - لياقة ، إصرار ، تحدى، مواجهة الخوف)، بنسبة 48.9 % ثم فى المركز الثانى فيديوهات تعلم اللغات بنسبة 47.6 %، وهذا يتفق مع نتيجة دراسة Bakla ,A.2022 التى أشارت نتائجها إلى أن المتعلمين وجدوا مقاطع فيديو يوتيوب الخاصة بتعلم اللغة الإنجليزية أكثر إمتاعا، وأن مقاطع الفيديو التفاعلية التى أنشأها المعلم أكثر إفادة لهم؛ نظراً للتفاعلات المضمنة لديهم بدلاً من حضور المعلم¹⁶⁶، وهذا يتفق أيضا مع نتيجة دراسة Rachamawati, Rina & Cahyani, Fibria , 2020 التى توصلت إلى أن استخدام مقاطع فيديو اليوتيوب أثرت بشكل إيجابي على مهارات النطق لدى طلاب المجموعة التجريبية من خلال محاكاة الكلمات المستخدمة فى مقاطع الفيديو على اليوتيوب.¹⁶⁷

ثم فى المركز الثالث موضوعات الجرافيك والمونتاج (Film making ، عمل تصميمات، إخراج، مونتاج) بنسبة 46.4 % وقد أظهرت نتيجة دراسة أريج محمد فخر الدين ، 2021 أهمية إتقان التكنولوجيا كأهم مهارة مطلوبة لسوق العمل فى العصر الرقمى، وأن المواصفات الجديدة للخريج تتضمن ضرورة إتقان تكنولوجيا الاتصال والإلمام بحاجات سوق العمل الجديد ومتطلباته المتغيرة¹⁶⁸

ثم فى المركز الرابع فيديوهات تعلم برامج Office بنسبة 44.7 %، ثم فى المركز الخامس فيديوهات تنمية مهارات الاتصال (تحدث ، كتابة، استماع، مناقشة) بنسبة 44.4 %، وهذا يتفق مع نتيجة دراسة أحمد حمد مقبل الخوالدة ، 2019 التى توصلت إلى أن استخدام اليوتيوب له تأثير كبير على تعزيز مهارات الاستماع والتحدث¹⁶⁹، واختلفت مع

نتيجة دراسة لوى الزعبي، 2022 والتي توصلت إلى أن تعلم مهارات التواصل مع الآخرين جاءت فى مرتبة متأخرة من الإشباعات والمهارات المكتسبة من اليوتيوب¹⁷⁰، ثم فى المركز السادس فيديوهات تعلم كيفية صناعة المحتوى على السوشيال ميديا بنسبة 39.5 % ، ثم فى المركز السابع بنفس النسبة المئوية التى تبلغ 36.5 % كل من " فيديوهات التسويق الإلكتروني وإدارة المبيعات" و"فيديوهات تصميم المواقع الإلكترونية والتطبيقات"، وفى المركز الثامن كل من "فيديوهات تعلم لغة البرمجة" و"فيديوهات تعلم التصوير" بنسبة 36 % ، وفى المركز التاسع فيديوهات تخطى الإنترنت ومواجهة ال HR وقواعد القبول فى الشركات بنسبة 35.7 % ، وفى المركز الأخير فيديوهات كيفية إدارة المشاريع الصغيرة بنسبة 31 %.

مقياس تقدير الذات من خلال ما اكتسبه المبحوث من معلومات ومهارات من اليوتيوب:

جدول رقم (38)

مقياس تقدير الذات من خلال ما اكتسبه من معلومات ومهارات من اليوتيوب	أبدا	أحيانا	دائما	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف
أشعر أنني شخص مميز وأستحق فرص عمل جيدة	2.7	41.4	55.8	2.53	0.552	21.80
يعتمد الآخرون علىّ كثيرا	6.2	48.6	45.2	2.39	0.602	25.21
أنا واثق من نفسي تماما	3.2	31.8	65.0	2.62	0.549	20.97
أشعر أن لدى الكثير لأفخر به	5.2	37.7	57.1	2.52	0.596	23.65
ينظر الآخرون لي بشكل إيجابي	4.0	36.5	59.6	2.56	0.572	22.38
أشعر أن مستوى أدائي مرتفع.	4.7	48.1	47.1	2.42	0.583	24.03
أشعر أنني إنسان قوى قادر على مواجهة تحديات سوق العمل	6.0	35.7	58.3	2.52	0.608	24.09
راضٍ عن مهارتي وعملي	6.9	37.0	56.1	2.49	0.624	25.06
أشعر أنني إنسان ناجح	5.2	36.5	58.3	2.53	0.595	23.51
أشعر أني ذو فائدة فى المجتمع.	6.5	37.0	56.6	2.50	0.616	24.64

وعن مستوى تقدير الذات من خلال ما اكتسبته عينة الدراسة من معلومات ومهارات من اليوتيوب جاء فى المركز الأول: أنا واثق من نفسي تماما بنسبة 65 % ، وهذا يتفق مع نتيجة دراسة محمد خضر طعاني ، 2018 التى توصلت إلى أن من أهم الآثار الوجدانية للتماس المعلومات العلمية من الإنترنت أن الفرد يصبح أكثر ثقة بنفسه¹⁷¹، وتتفق هذه النتيجة مع نتائج جدول رقم (7) التى جاءت فيه فيديوهات تنمية السمات الشخصية من أهم الفيديوهات التى يتابعها المبحوثون، وتتفق مع نتائج جدول رقم (37) عن تقييم العينة لتعلم مهارات سوق العمل من اليوتيوب، وجاء فيها فى المركز الأول من حيث تعلم المهارة بشكل ممتاز فيديوهات تنمية السمات الشخصية (ثقة بالنفس – لباقة، إصرار،

تحدٍ، مواجهة الخوف)، وفي المركز الثاني ينظر الآخرون لي بشكل إيجابي بنسبة 59.6 %، وجاء في المركز الثالث كل من "أشعر أنني إنسان قوى قادر على مواجهة تحديات سوق العمل" و "أشعر أنني إنسان ناجح" حيث حصلوا على نفس النسبة المئوية (58.3%) وهذه النتيجة تتفق مع نتيجة دراسة ماهيتاب جمال ، 2018 التي توصلت إلى أن 51.3 % من العينة تساعدهم مقاطع اليوتيوب في حل مشاكلهم في مجال العمل واتخاذ قرارات بشكل صائب؛ مما يجعلهم يستطيعون مواجهة تحديات سوق العمل¹⁷²، وفي المركز الرابع أشعر أن لدى الكثير لأفخر به بنسبة 57.1 % ، وفي المركز الخامس أشعر أني ذو فائدة في المجتمع بنسبة 56.6 % ، وفي المركز السادس راضٍ عن مهارتي وعملي بنسبة 56.1 % ، وفي المركز السابع أشعر أنني شخص مميز وأستحق فرص عمل جيدة بنسبة 55.8 % وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة ماهيتاب جمال 2018¹⁷³ ، وفي المركز الثامن أشعر أن مستوى أدائي مرتفع بنسبة 47.1 % ، وفي المركز التاسع يعتمد الآخرون على كثيرا بنسبة 45.2 % .

وهذه النتيجة تتفق مع نتيجة دراسة سارة دربال ، 2022 التي توصلت إلى أن 76.6% من عينة الدراسة موافقون على أن موقع اليوتيوب يعمل على تحقيق المتعلم الثقة بالنفس نتيجة لما يحققه من إنجاز بنفسه؛ فيشعر بكونه إنسانا ناجحا، وهذا راجع الى درجة الرضا التي يشعر بها المتعلم بنفسه نتيجة ما حققه عن طريق تعلمه ذاتيا، وبذلك زيادة مستوى الثقة بالنفس وتكوين شخصية مستقلة تتمتع بدرجة كبيرة من الحيوية والثقة بالنفس، عكس التعليم التقليدي الذي يجعل المتعلم مقيدا¹⁷⁴، وتوصلت أيضا سارة دربال أيضا في دراستها ، 2022 إلى أن 56.6 % من عينة الدراسة يرون أن موقع اليوتيوب يساهم في شعور الطالب بتحقيق الذات بسبب إحساسه بالفاعلية الذاتية، وهذا راجع إلى زيادة ثقة المتعلم بنفسه عن طريق تعلمه ذاتيا باستخدام موقع اليوتيوب، حيث يسعى إلى تحقيق الذات بسبب إحساسه بالفاعلية الذاتية بينه وبين الموقع، والتأثير الإيجابي الذي قدمه الموقع للمستخدم من أجل الوصول إلى نتائج جيدة، والى تحصيل علمي وزيادة نسبة الرضا عن الذات؛ لأنه أمر مهم جدا بالنسبة للمتعلم تساهم بدورها في زيادة رغبته وطموحه لتقديم الأفضل.¹⁷⁵

التماس الشباب المصرى للمعلومات حول تنمية مهارات سوق العمل من اليوتيوب كوسيلة للتعلم الذاتى

مقياس تطوير المهارات من اليوتيوب وانعكاس ذلك على وضع المبحوث المهني في سوق العمل:

جدول رقم (39)

مقياس تطوير المهارات من اليوتيوب وانعكاس ذلك على وضعك المهني في سوق العمل	معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف
يساعدني إتقان مهارات سوق العمل على الحصول على فرصة عمل في مجال تخصصي	0.2	3.0	18.4	40.4	38.0	4.13	0.831	20.11
يساعدني تطوير مهارات سوق العمل على السفر إلى أي مكان في العالم	1.7	5.7	25.1	40.9	26.6	3.85	0.938	24.37
تعلم مهارات سوق العمل يوفر لي فرص عمل بمرتبات أكبر.	0.5	4.2	19.1	40.9	35.2	4.06	0.869	21.39
تعلم اللغة ضروري للتعرف على ثقافات الدول الأخرى	0.0	1.7	12.4	35.5	50.4	4.34	0.761	17.52
تعلم مهارات سوق العمل يجعلني في الصدارة في مجال عملي.	0.5	2.5	17.6	42.7	36.7	4.13	0.820	19.88
تعلم مهارات سوق العمل يجعلني متميزا وسط العاملين في نفس المجال.	0.0	2.5	14.9	42.9	39.7	4.20	0.779	18.56
تعلم مهارات سوق العمل يجعلني أواكب التغيرات العالمية في سوق العمل بسبب التقدم التكنولوجي والعلمي.	0.2	1.7	14.1	41.7	42.2	4.24	0.774	18.27

التماس الشباب المصرى للمعلومات حول تنمية مهارات سوق العمل من اليوتيوب كوسيلة للتعليم الذاتى

20.72	0.849	4.10	36.5	41.4	18.1	3.5	0.5	تعلم مهارات سوق العمل يمنحني المرونة والتنقل بين الوظائف والمناصب المختلفة.
17.95	0.757	4.22	39.7	44.2	14.1	2.0	0.0	تعلم مهارات سوق العمل يشعرنى بمسئولية تجاه نفسى والمجتمع.

يوضح الجدول السابق مقياس تطوير المهارات من اليوتيوب وانعكاس ذلك على وضع المبحوث المهني في سوق العمل ، فجاء في المركز الأول أن تعلم اللغة ضرورى للتعرف على ثقافات الدول الأخرى بنسبة 85.9 %، وهذا يتفق مع نتيجة دراسة لوى الزعبي ، 2022 التي توصلت إلى أن 60 % من الطلاب يستفيدون من موقع يوتيوب في تعلم لغات جديدة؛ نظرا للضعف العام للطلاب في تعلم اللغات الأجنبية، وأهمية تعلم هذه اللغات للتواصل مع دول أخرى بثقافات مختلفة وجديدة¹⁷⁶، وهذا يتفق مع نتائج جدول رقم (7) والذي تصدرت فيه فيديوهات تطوير اللغة الفيديوهات التي يفضل المبحوثون متابعتها على منصة اليوتيوب.

وجاء في المركز الثانى كل من "أن تعلم مهارات سوق العمل يشعرنى بمسئولية تجاه نفسى والمجتمع" و"أن تعلم مهارات سوق العمل يجعلنى أواكب التغيرات العالمية في سوق العمل بسبب التقدم التكنولوجى والعلمى" بنسبة 83.9 %، وهذا يختلف مع نتيجة دراسة داليا إبراهيم ، 2023 التي جاء فيها استخدامى لموقع اليوتيوب كوسيلة للتعلم الذاتى يشعرنى بالمسئولية تجاه المجتمع في مرتبة متأخرة بالنسبة للمبحوثين¹⁷⁷، وفي المركز الثالث أن تعلم مهارات سوق العمل يجعلنى متميزا وسط العاملين في نفس المجال بنسبة 82.6 %، وفي المركز الرابع أن تعلم مهارات سوق العمل يجعلنى فى الصدارة فى مجال عملى بنسبة 79.4 %، وفي المركز الخامس أن إتقان مهارات سوق العمل يساعدهم على الحصول على فرصة عمل فى مجال تخصصهم بنسبة 78.4 % وهذه النتيجة تتفق مع نتيجة دراسة ماهيتاب جمال ، 2018 فى أن التعليم الذاتى من اليوتيوب يمنح المبحوث فرصة الالتحاق بالوظيفة التي يريدها¹⁷⁸ ، وفي المركز السادس أن تعلم مهارات سوق العمل يمنحني المرونة والتنقل بين الوظائف والمناصب المختلفة بنسبة 77.9 %، وفي المركز السابع أن تعلم مهارات سوق العمل يوفر لهم فرص عمل بمرتبات أكبر بنسبة 76.1 %، وفي المركز الثامن يساعدهم تطوير مهارات سوق العمل على السفر إلى أى مكان فى العالم بنسبة 67.5 % .

وهذه النتيجة تتفق مع نتائج دراسة كل من Czerkowski, 2016¹⁷⁹ و Lai & Smith, 2018¹⁸⁰ التي توصلت إلى أن يقوم الأفراد في الغالب بالتعلم غير الرسمي؛ إما لتدعيم دراستهم الرسمية، أو لتعلم الأمور الوظيفية، أو أمور الحياة اليومية، وتشير الدراسات إلى أن غالب ما يتعلمه الفرد في حياته يتم بالتعلم غير الرسمي خاصة المهارات والقدرات التي تمكنه من التفوق في حياته العملية¹⁸¹؛ لذا تكمن أهمية التعلم غير الرسمي بكونه مستمرا طوال الحياة لاكتساب المعارف والمهارات، وبذلك تتطور المجتمعات وتزداد أهمية هذا النوع من التعليم في هذا العصر مقارنة بالعصور القديمة نظرا لحاجة الأفراد لتطوير ذواتهم ومهاراتهم الوظيفية بسبب ما نعيشه من تطورات تقنية واقتصادية واجتماعية متسارعة¹⁸².

كما أشارت دراسة إيمان أحمد عزمى ، 2019 إلى أن التعليم الرقمي يلعب دورا بارزا وحيويا في إكساب وتنمية المهارات والمعارف والاتجاهات اللازمة للوفاء باحتياجات سوق العمل الحالي والمستقبلي وفقا لمعطيات الثورة الصناعية الرابعة، ويقوم التعليم الرقمي- مفهومها واصطلاحا -على توفير بيئة رقمية خارجية متجددة ومناسبة للطلاب بغرض إحداث عملية التعلم داخليا وفقا للأهداف المرجوة والمخطط لها بكفاءة وفعالية بحيث يتم التحول إلى نموذج مفتوح في التعليم من خلال محاكاة بيئات العمل الفعلية والتعامل مع تحديات العصر الرقمي.¹⁸³ وأشارت الباحثة ماهيتاب جمال ، 2018 في دراستها إلى أن من أهم المميزات التي تقدمها قنوات اليوتيوب للمبشرين من شباب الجامعات المصرية أن طبيعة المحتوى المقدم بها يتوافق مع متطلبات سوق العمل المصري.¹⁸⁴

مقياس لقياس درجة فاعلية موقع اليوتيوب كوسيلة لتعلم مهارات سوق العمل:

جدول رقم (40)

مقياس لقياس درجة فاعلية موقع اليوتيوب كوسيلة لتعلم مهارات سوق العمل	معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف
تتيح حرية اختيار الزمان والمكان المناسبين للتعلم	0.2	1.0	9.2	38.2	51.4	4.395	0.716	16.30
يساعد على وضع خطة ذات أهداف محددة للتعليم الذاتي	0.0	1.5	19.9	45.9	32.8	4.099	0.760	18.53

التماس الشباب المصري للمعلومات حول تنمية مهارات سوق العمل من اليوتيوب كوسيلة للتعلم الذاتي

17.98	0.748	4.164	35.0	48.6	14.4	1.7	0.2	تحفز على الاستفادة من البيئة المحيطة لتسهيل عملية التعلم
18.15	0.764	4.208	39.0	45.4	13.4	2.0	0.2	يعتبر موقع اليوتيوب مساهما فعالا نحو نشر الثقافة التعليمية
19.54	0.818	4.186	39.7	43.7	12.4	4.0	0.2	يساعد موقع اليوتيوب على توفير الوقت للتعلم دون مساعدة الآخرين
17.64	0.750	4.253	41.4	44.9	11.2	2.5	0.0	يعمل موقع اليوتيوب على جعل المتعلم مسئولاً عن كيفية تعلمه بنفسه
19.90	0.817	4.107	35.5	43.4	17.4	3.7	0.0	تعلم مهارات سوق العمل من اليوتيوب يزيد ثقة الفرد بنفسه نتيجة لما يحققه من إنجاز بنفسه
17.86	0.743	4.159	34.0	50.4	13.4	2.0	0.2	تعزز من عمليات التعلم وتطور من قدرات الفرد وسرعته الذاتية.
17.60	0.736	4.181	36.0	47.9	14.4	1.7	0.0	تحفز على البحث والاستقصاء الذاتي في تعلم مهارات مختلفة.
17.39	0.724	4.161	34.2	48.9	15.6	1.2	0.0	تكسب مهارة التقييم الذاتي أثناء عملية التعلم
18.01	0.743	4.124	32.8	48.6	16.9	1.7	0.0	تكسب مهارة إقناع الآخرين بالمهارات التي تعلمتها ذاتيا

يوضح الجدول السابق مقياس درجة فاعلية موقع اليوتيوب كوسيلة لتعلم مهارات سوق العمل؛ جاء فى المركز الأول أن اليوتيوب يتيح حرية اختيار الزمان والمكان المناسبين للتعلم بنسبة 89.6 %، وهذا يتفق مع نتيجة دراسة داليا إبراهيم ، 2023 حيث حصل "موقع اليوتيوب يوفر المكان والزمان المناسبين للتعلم" على المركز الأول أيضا لدى الباحثين¹⁸⁵، وقد توصلت أيضا دراسة داليا إبراهيم ، 2023 إلى أن غالبية الباحثين يرون ملاءمة استخدام موقع اليوتيوب للحصول على المعلومات؛ حيث إنه لا يتطلب الكثير من الجهد.¹⁸⁶ وهذه النتيجة تتفق مع نتيجة دراسة لوى الزعبي ، 2022 التى توصلت إلى أن ارتياد هذا الموقع المفيد بالنسبة لأفراد العينة غير مرتبط بالأزمان أو أوقات محددة ، فعملية التعلم الذاتى وتحصيل المعلومات عملية إرادية ومستمرة غير مشروطة بأى توقيت أو ظروف¹⁸⁷ .

وفى المركز الثانى أن موقع اليوتيوب يعمل على جعل المتعلم مسئولا عن كيفية تعلمه بنفسه بنسبة 86.3 %، وهذا يتفق مع نتيجة دراسة داليا إبراهيم ، 2023¹⁸⁸ التى أكدت على أن أغلبية عينة الدراسة يحصلون على درجة فائدة مرتفعة نتيجة استخدامهم لموقع اليوتيوب Youtube كوسيلة للتعلم الذاتى، حيث بلغت نسبتهم 82.5 %، وتتفق هذه النتيجة أيضا مع نتيجة دراسة سارة دربال ، 2022 التى أشارت نتائجها إلى أن أغلب الطلبة الجامعيين يرون بأن موقع اليوتيوب يعمل على جعلهم مسئولين عن كيفية تعلمهم بأنفسهم¹⁸⁹، كما تتفق أيضا مع نتيجة دراسة لوى الزعبي ، 2022 التى أكدت أن 88 % من طلاب كلية الإعلام قالوا إن اليوتيوب يقدم مواد تعلم المهارات ودروسا ودورات تدريبية مفيدة لهم؛ مما يسهم فى زيادة تعلمهم الذاتى واكتسابهم مهاراتهم المختلفة بنفسهم فى عدة مجالات¹⁹⁰، وهذه النتيجة تتفق أيضا مع نتيجة دراسة ماهيتاب جمال ، 2018 التى توصلت إلى أن الباحثين يرغبون فى الوصول إلى مقاطع تعليمية يحتاجونها بشكل سريع دون الارتباط ببرامج تعليمية متكاملة، فكل مبحث مسئول عن تعلمه بنفسه.¹⁹¹

وفى المركز الثالث جاءت درجة الموافقة متساوية بين كل من " يعتبر موقع اليوتيوب مساهما فعلا نحو نشر الثقافة التعليمية " و " قنوات اليوتيوب تعزز من عمليات التعلم وتطور من قدرات الفرد وسرعته الذاتية " بنسبة 84.4 %، وهذه النتيجة تتفق مع نتيجة دراسة سارة دربال ، 2022 التى جاء بها أن 60 % من عينة الدراسة يرون أن موقع اليوتيوب يعتبر من الوسائل الهامة فى نشر الثقافة التعليمية¹⁹²، كما تتفق مع نتيجة دراسة داليا إبراهيم ، 2023 فى أن اليوتيوب يعزز من عمليات التعلم الذاتى وسرعة

الفرد الذاتية في التعلم وتطوير مهاراته وقدراته بما يواكب التطورات المتسارعة في المجتمع المحيط به¹⁹³، وقد كشفت نتائج دراسة Helen B.Boholano , et al, 2022 عن أن استخدام موقع اليوتيوب كأنشطة تحسينية يزيد من تحفيز الطلاب ويحسن أداءهم الأكاديمي، وأن مقاطع فيديو اليوتيوب تعتبر فعالة جدا في تطوير العديد من المهارات لدى الطلاب.¹⁹⁴

وفي المركز الرابع أن قنوات اليوتيوب تحفز على البحث والاستقصاء الذاتي في تعلم مهارات مختلفة بنسبة 83.9 %، وهذا يتفق مع نتيجة دراسة سارة دربال ، 2022 التي جاء بها أن 70% يرون أن موقع اليوتيوب يساهم بدرجة كبيرة في تنمية مهارة البحث العلمي، وهذا راجع الى كثرة مرتادي هذا الموقع من الطلبة من أجل البحث والتقصي عن المعلومة؛ مما ينمي مهارة البحث العلمي لديهم، ويمكنهم من التزود بكيفيات وآليات البحث¹⁹⁵، وجاء في المركز الخامس أن اليوتيوب يحفز على الاستفادة من البيئة المحيطة لتسهيل عملية التعلم بنسبة 83.6 %، وهذا يختلف مع نتيجة دراسة داليا إبراهيم ، 2023 التي جاء بها أن "اليوتيوب يستفيد من البيئة المحيطة لتسهيل عملية التعلم" في مرتبة متقدمة كوسيلة فعالة للتعليم الذاتي.¹⁹⁶

وجاء في المركز السادس أن موقع اليوتيوب يساعد على توفير الوقت للتعلم دون مساعدة الآخرين بنسبة 83.4 % ؛ أي أنه يمكن استخدامه واللجوء إليه في أي وقت كان، وفي أي مكان كان دون أي مساعدة؛ لأنه متاح في أي وقت وعلى مختلف أجهزة المحمول والحاسب الآلي؛ لهذا يعتبر من أهم المواقع في عملية التعلم والتعليم¹⁹⁷، وهذا يتفق مع نتيجة دراسة ماهيتاب جمال ، 2018 في اعتماد المبحوث على نفسه في تشغيل مقاطع الفيديو والاستفادة منها دون اللجوء إلى مساعدة من أساتذته¹⁹⁸، وفي المركز السابع أن قنوات اليوتيوب تكسب مهارة التقييم الذاتي أثناء عملية التعلم بنسبة 83.1% وهذا يتفق مع نتيجة دراسة ماهيتاب جمال ، 2018 التي توصلت إلى أن 73.3 % من العينة ينتقلون من مقطع تعليمي إلى مقطع تعليمي أعلى على اليوتيوب بناء على تقييمهم لذاتهم ولمستوى معلوماتهم ومهاراتهم¹⁹⁹ ، وفي المركز الثامن أن قنوات اليوتيوب تكسب مهارة إقناع الآخرين بالمهارات التي تعلمتها ذاتيا بنسبة 81.4 %، وهذا يتفق مع نتيجة دراسة داليا إبراهيم ، 2023²⁰⁰ التي جاء بها أن "اليوتيوب يكسب الفرد مهارة الإقناع للأصدقاء بالموضوعات التي تعلمها بنفسه" في مرتبة متأخرة أيضا، وهنا تفسر الباحثة هذه النتيجة بأن اليوتيوب من خلاله يستطيع الفرد اكتساب مهارات متعددة وتطبيقها في مجال تخصصه ولكن ليس بالضرورة أن يكون اليوتيوب أداة

التماس الشباب المصري للمعلومات حول تنمية مهارات سوق العمل من اليوتيوب كوسيلة للتعلم الذاتي

يستخدمها الفرد لإقناع الآخرين بما تعلمه، فهذا يركز على مهارات ذاتية أخرى للفرد منها: مدى ثقة الفرد بنفسه، الحصيلة التي تعلمها من اليوتيوب والخبرات التي اكتسبها منه ويحاول تطبيقها، مدى انعكاس ما تعلمه من اليوتيوب على مهاراته وملاحظة من حوله لذلك، مدى تميزه في مجال عمله وقدرته على الإقناع لمن حوله، ثم جاء في المركز التاسع أن تعلم مهارات سوق العمل من اليوتيوب يزيد ثقة الفرد بنفسه بنسبة 78.9 %، وفي المركز العاشر أن اليوتيوب يساعد على وضع خطة ذات أهداف محددة للتعلم الذاتي بنسبة 78.7 %.

مقياس لقياس سلبيات اليوتيوب كوسيلة للتعلم الذاتي لمهارات سوق العمل:

جدول رقم (41)

مقياس لقياس سلبيات اليوتيوب كوسيلة للتعلم الذاتي لمهارات سوق العمل	معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف
تعلم وتطوير مهارات سوق العمل من اليوتيوب يمثل تحدياً وإتقانها ليس بيسير	2.0	9.9	24.3	41.2	22.6	3.72	0.986	26.46
يعيق موقع اليوتيوب الاستعداد لتلقي معلومات وخبرات متنوعة بطريقة احترافية	4.2	25.3	29.3	26.6	14.6	3.22	1.108	34.39
يعيق موقع اليوتيوب المشاركة الإيجابية للمتعلم من خلال تفاعله مع غيره	2.7	23.3	30.0	27.3	16.6	3.32	1.087	32.78
يعيق موقع اليوتيوب التزام الفرد بمواصلة التعلم عن بعد.	6.0	21.6	27.3	28.8	16.4	3.28	1.150	35.05
عدم وجود اعتماد أو ضمان الجودة في التعليم عبر قنوات اليوتيوب	1.5	10.4	34.5	32.8	20.8	3.61	0.977	27.06
لا يوجد مدرب يتواصل بشكل مباشر معك ويتابع ويتفاعل معك فيما تقوم بتطبيقه كدارس.	1.5	8.9	27.0	36.2	26.3	3.77	0.987	26.18

وعن أهم سلبيات اليوتيوب جاء في المركز الأول أن تعلم وتطوير مهارات سوق العمل من اليوتيوب يمثل تحدياً وإتقانها ليس بيسير بنسبة 63.8 % ، ثم في المركز الثاني أنه لا يوجد مدرب يتواصل بشكل مباشر معك ويتابع ويتفاعل معك فيما تقوم بتطبيقه كدارس

بنسبة 62.5%، ثم في المركز الثالث أنه لا يوجد اعتماد أو ضمان الجودة في التعليم عبر قنوات اليوتيوب بنسبة 53.6%؛ حيث إنه لا يوجد رقابة كافية فيما يتعلق بصحة المضمون ونوعه وعدم معرفة المؤهل الدراسي الحقيقي لمن يقدمون هذه المقاطع التعليمية، وهذا ما أكدت عليه دراسة ماهيتاب جمال، 2018²⁰¹؛ ولأن المبحوث لا يحصل على شهادة معتمدة من فيديوهات اليوتيوب، وجاءت هذه النتيجة ضمن أسباب عدم صلاحية اليوتيوب كوسيلة لاكتساب المعلومات حول تنمية مهارات سوق العمل من وجهة نظر جزء من المبحوثين، وظهر ذلك في جدول رقم (14).

وفي المركز الرابع أنه يعيق التزام الفرد بمواصلة التعلم عن بعد بنسبة 45.2%، وفي المركز الخامس يعيق موقع اليوتيوب المشاركة الإيجابية للمتعلّم من خلال تفاعله مع غيره بنسبة 43.9% ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن ذلك راجع إلى أن المتعلّم يعد متلق سلبي للمعلومة باعتباره يضعف عملية التواصل والتفاعل الاجتماعي وجها لوجه، فكثرة مقاطع الفيديوهات قد تؤدي به إلى تضليل المعلومة والخروج عن الموضوع المراد بحثه، كما أنه يجعل المتعلّم يتلقى المعلومات ويتفاعل معها إلكترونياً وليس فعلياً، وهذا ما يضعف عملية التفاعل الإيجابي والتواصل؛ إذ إن المتعلّم يتواصل مع أشخاص في عالم افتراضي إلكتروني، وهذه النتيجة تتفق مع نتيجة دراسة سارة دربال، 2022 التي نفت فيها عينة الدراسة كون اليوتيوب يعيق المشاركة الإيجابية للمتعلّم من خلال تفاعله مع غيره بنسبة 60% بين معارضين ومعارضين جدا²⁰²، وفي المركز السادس أن اليوتيوب يعيق الاستعداد لتلقي معلومات وخبرات متنوعة بطريقة احترافية بنسبة 41.2% وهذه النتيجة تختلف عن نتيجة دراسة سارة دربال، 2022 التي توصلت إلى أن 66.7% من عينة الدراسة معارضون ومعارضون جدا لكون موقع اليوتيوب يعيق تلقي معلومات وخبرات متنوعة.²⁰³

الفرض الأول:

يوجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع التماس الشباب المصري للمعلومات من قنوات اليوتيوب وبين اختيارهم للقنوات التي يلتصقون من خلالها بالمعلومات.

جدول رقم (42) العلاقة بين دوافع التماس الشباب المصري للمعلومات من قنوات اليوتيوب وبين اختيارهم للقنوات التي يلتصقون من خلالها بالمعلومات.

%	معلومات غير رسمية	معلومات رسمية	معلومات أكاديمية	معلومات مهنية	معلومات ثقافية	معلومات ترفيهية	معلومات إخبارية	معلومات علمية	معلومات دينية	معلومات سياسية	معلومات اقتصادية
27.5	27.5	28.8	27.5	25.8	22.8	26.6	27.5	26.6	21.3	28.3	27.5

التماس الشباب المصرى للمعلومات حول تنمية مهارات سوق العمل من اليوتيوب كوسيلة للتعلم الذاتى

19.6***	19.9***	15.1**	18.4*	19.4**	18.9**	17.6***	18.4**	20.1**	19.9*	20.1***	القنوات الأجنبية التي تديرها مؤسسات تعليمية غير رسمية
31.8***	30.8**	24.8***	31.0***	31.5***	31.8***	27.8***	29.5***	33.3***	32.8***	32.3***	القنوات العربية التي تديرها مؤسسات وشركات متخصصة
20.1**	21.3***	15.6**	20.3***	21.1***	19.9***	16.9***	20.3***	21.6***	21.1***	20.6**	القنوات الأجنبية التي تديرها مؤسسات وشركات متخصصة
42.4**	43.2***	34.2***	42.7***	45.7***	44.9***	37.2***	41.2***	44.9**	45.9***	46.2***	القنوات العربية لأشخاص متخصصين في المجال
30.5***	30.5***	25.6***	30.8***	31.3***	30.5***	29.0***	29.5***	30.5***	31.0***	30.0***	القنوات الأجنبية لأشخاص متخصصين في المجال
32.8***	33.7***	26.3***	32.8***	32.3***	33.7***	29.5***	32.0***	34.0***	34.0***	33.3***	قنوات لأشخاص عاديين عرب يقومون بشرح المحتوى بطريقة مبسطة
23.8***	23.1***	19.6***	21.8***	22.8***	22.6***	19.4***	21.8***	23.1***	23.3***	23.1***	قنوات لأشخاص عاديين أجانب يقومون بشرح المحتوى بطريقة مبسطة

*معنوي عند مستوى 10%

**معنوي عند مستوى 5%

***معنوي عند مستوى 1%

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

1. وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين اختيار الشباب للقنوات العربية التي تديرها مؤسسات تعليمية غير رسمية، ودوافع سلوك التماس المعلومات من قنوات اليوتيوب عند مستوى ثقة ما بين 95% و99%، عدا الدافع الثالث (حتى أستطيع التطبيق في مجال تخصصي)، وقد تراوحت نسب الموافقة ما بين 21.3% للدافع التاسع (لأنني أعاني من عدم معرفتي بمهارات وبرامج جديدة) إلى 28.8% التي تتعلق بالدافع الثاني (زيادة المعرفة بشكل عام، لدعم التعلم الذاتي للمواضيع المتعلقة بالتذكر في مجال تخصصي) حيث إن حب الاستطلاع، والحاجة لاكتساب المعلومات والخبرات في مجالات متنوعة؛ من أهم دوافع شباب المصري لاستخدام الإعلام الجديد بشكل عام، واليوتيوب بشكل خاص، وهذا يتفق مع نتيجة دراسة نجلاء فهمي، 2016.²⁰⁴
2. وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين اختيار الشباب للقنوات الأجنبية التي تديرها مؤسسات تعليمية غير رسمية، ودوافع سلوك التماس المعلومات من قنوات اليوتيوب عند مستوى ثقة ما بين 90% و99%، وقد تراوحت نسب الموافقة ما بين 15.1% للدافع التاسع (لأنني أعاني من عدم معرفتي بمهارات وبرامج جديدة) إلى 20.1% التي تتعلق بالدافع الأول (متابعة كل ما هو جديد حول معلومات مهارات سوق العمل)، والدافع الثالث (حتى أستطيع التطبيق في مجال تخصصي).
3. وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين اختيار الشباب للقنوات العربية التي تديرها مؤسسات وشركات متخصصة، ودوافع سلوك التماس المعلومات من قنوات اليوتيوب عند مستوى ثقة ما بين 95% و99%، وقد تراوحت نسب الموافقة ما بين 24.8% للدافع التاسع (لأنني أعاني من عدم معرفتي بمهارات وبرامج جديدة) إلى 33.3% التي تتعلق بالدافع الثالث (حتى أستطيع التطبيق في مجال تخصصي).
4. وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين اختيار الشباب للقنوات الأجنبية التي تديرها مؤسسات وشركات متخصصة، ودوافع سلوك التماس المعلومات من قنوات اليوتيوب عند مستوى ثقة 99%، وقد تراوحت نسب الموافقة ما بين 15.6% للدافع التاسع (لأنني أعاني من عدم معرفتي بمهارات وبرامج جديدة) إلى 21.6% التي تتعلق بالدافع الثالث (حتى أستطيع التطبيق في مجال تخصصي).
5. وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين اختيار الشباب لقنوات عربية لأشخاص متخصصين في المجال، ودوافع سلوك التماس المعلومات من قنوات اليوتيوب عند مستوى ثقة ما بين 95% و99%، وقد تراوحت نسب الموافقة ما بين 34.2% للدافع التاسع (لأنني أعاني من عدم معرفتي بمهارات وبرامج جديدة) إلى 46.2% التي تتعلق بالدافع الأول (متابعة كل ما هو جديد حول معلومات مهارات سوق العمل) حيث إن حب الاستطلاع ومعرفة

الأحداث الجديدة من أهم دوافع الشباب المصري للمواقع الاجتماعية وموقع اليوتيوب كما توصل الباحث سامح يوسف، 2016 في دراسته.²⁰⁵

6. وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين اختيار الشباب لقنوات أجنبية لأشخاص متخصصين في المجال، ودوافع سلوك التماس المعلومات من قنوات اليوتيوب عند مستوى ثقة 99%، وقد تراوحت نسب الموافقة ما بين 25.6% للدافع التاسع (لأننى أعانى من عدم معرفتى بمهارات وبرامج جديدة) إلى 31.3% التي تتعلق بالدافع السابع (التعرف على كيفية تخطى العقبات فى سوق العمل).

7. وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين اختيار الشباب لقنوات لأشخاص عادييين عرب يقومون بشرح المحتوى بطريقة مبسطة، ودوافع سلوك التماس المعلومات من قنوات اليوتيوب عند مستوى ثقة 99%، وقد تراوحت نسب الموافقة ما بين 26.3% للدافع التاسع (لأننى أعانى من عدم معرفتى بمهارات وبرامج جديدة) إلى 34.0% التي تتعلق بالدافعين الثاني والثالث (زيادة المعرفة بشكل عام؛ لدعم التعلم الذاتى للمواضيع المتعلقة بالتذكر فى مجال تخصصى) و (حتى أستطيع التطبيق فى مجال تخصصى).

8. وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين اختيار الشباب قنوات لأشخاص عادييين أجنبى يقومون بشرح المحتوى بطريقة مبسطة، ودوافع سلوك التماس المعلومات من قنوات اليوتيوب عند مستوى ثقة 99%، وقد تراوحت نسب الموافقة بين 19.4% للدافع الخامس (فتح باب المناقشة مع الآخرين عبر مواقع التواصل الاجتماعى والاستفادة من خبرات الآخرين) إلى 23.8% التي تتعلق بالدافع الحادي عشر (الحصول على الاستفادة بأقل تكلفة ممكنة) حيث إن أسعار الكورسات للحصول على أحدث المعلومات على مستوى العالم زادت بشكل كبير جداً؛ مما يدفع الشباب لقنوات لأشخاص أجنبى عادييين يشرحون المحتوى بطريقة مبسطة، وهذا يتفق مع نتيجة دراسة ماهيتاب جمال ، 2018 التي توصلت إلى أن 74.4% من المبحوثين يرون أن التعليم الذاتى عن طريق اليوتيوب يتغلبون من خلاله على ارتفاع أسعار الدورات التعليمية التي يحتاجونها لتطوير مهاراتهم الشخصية والمعرفية.²⁰⁶

وبشكل عام توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين دوافع التماس الشباب المصري للمعلومات من قنوات اليوتيوب، وبين اختيارهم للقنوات التي يلتمسون من خلالها المعلومات، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة لوى الزعبي، 2022 التي توصلت إلى أن هناك علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين دوافع استعمال طلاب كلية الإعلام موقع اليوتيوب، وبين استعمالات موقع اليوتيوب الخاصة بالتعلم الذاتى واكتساب المهارات المتخصصة²⁰⁷، وهذه النتيجة تتفق أيضاً مع نتيجة دراسة ماهيتاب جمال ، 2018 التي توصلت إلى إيجابية الشباب

التماس الشباب المصري للمعلومات حول تنمية مهارات سوق العمل من اليوتيوب كوسيلة للتعليم الذاتي

الجامعي في اختيار الوسيلة والمضمون الذي يستخدمونه بما يتفق مع دوافعهم ويساعدهم على تحقيق أقصى استفادة ممكنة من الوسيلة والمضمون.²⁰⁸

زيادة تعرض الشباب لقنوات اليوتيوب التي تتناول معلومات حول تنمية مهارات سوق العمل؛ تجعله أكثر عرضه لهذه المعلومات، وبالتالي زيادة دوافع التماسه لهذه المعلومات، كما أكدت بعض الدراسات أن أنماط التفاعل ومتابعة بعض المعلومات تؤثر على مستوى المعرفة لدى الجمهور، وتزيد من التماسه للمعلومات.²⁰⁹

الفرض الثاني:

يوجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل التماس الشباب المصري للمعلومات حول تنمية مهارات سوق العمل من اليوتيوب ونتائج بحثه و التماسه لهذه المعلومات.

الجدول رقم (43) اختبار Chi square لدراسة العلاقة بين معدل التماس المعلومات حول تطوير مهارات سوق العمل من اليوتيوب ونتائج بحث و التماس المعلومات حول مهارات سوق العمل

الإجمالي	حدد نتائج بحثك و التماسك للمعلومات حول مهارات سوق العمل ؟							عندما تأتي لي فرصة عمل و تتقضى مهارة ما، أستكملها من اليوتيوب	ما معدل التماسك للمعلومات حول تطوير مهارات سوق العمل من اليوتيوب؟	
	ساعدني اليوتيوب ب في تحقيق قفزة نوعية في عملية التعلم واكتساب المهارات	حصلت على المعرفه عن طريق المبدء بن في المجال	أحقق غايتي في المشاركة الإلكترونيه و التفاعل الإلكتروني حول الموضوعات التي تابعتها	أفتح أبوابا للمناقشة مع الأخرين حول المعلومات التي اكتسبتها	أعبر عن رأيي بكل ثقة حول الموضوعات المرتبطة بسوق العمل	شعور بالراحة النفسية لأنها زادت معرفتي بالمعلومات التي تؤهلني لسوق العمل	اكتساب معلومة جديدة عن مهارة معينة وكيفية تطويرها بطرق مبتكرة			
113 (28.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	113 (28.0)	عندما تأتي لي فرصة عمل و تتقضى مهارة ما، أستكملها من اليوتيوب	ما معدل التماسك للمعلومات حول تطوير مهارات سوق العمل من اليوتيوب؟
47 (11.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	47 (11.7)	0 (0.0)	نادرا	ب؟

التماس الشباب المصري للمعلومات حول تنمية مهارات سوق العمل من اليوتيوب كوسيلة للتعليم الذاتي

86 (21.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	36 (8.9)	33 (8.2)	17 (4.2)	0 (0.0)	حين يطلب منى تكليف في جامعتي يطلب تطوير هذه المهارة
23 (5.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	23 (5.7)	خلال الإجازات الدراسية
69 (17.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (0.5)	67 (16.6)	أسبوع يا
65 (16.1)	32 (7.9)	20 (5.0)	10 (2.5)	3 (0.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	يوميا
403 (100.0)	32 (7.9)	20 (5.0)	10 (2.5)	39 (9.7)	33 (8.2)	66 (16.4)	203 (50.4)	الإجمالي
0.000	المعنوية		0.844		معامل التوافق		1000.1 94	قيمة اختبار Chi square

يوضح الجدول السابق اختبار Chi square لدراسة العلاقة بين معدل التماس المعلومات حول تطوير مهارات سوق العمل من اليوتيوب، ونتائج بحث والتماس المعلومات حول مهارات سوق العمل، وقد أكدت النتائج على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ثقة 99%، وقد بلغت قيمة معامل التوافق بين المتغيرين 0.844، وهي درجة توافق مرتفعة، وهذه النتيجة تتفق مع نتيجة دراسة Han Heeyoung et al., 2014 التي توصلت إلى وجود ارتباط إيجابي بين الوقت الذي يتم قضاؤه على موقع اليوتيوب، وتوقعات الطلاب بالمنافع التي تعود على الطلاب من ذلك الاستخدام.²¹⁰ ، وتتفق هذه النتيجة أيضا مع دراسة ماهيتاب جمال ، 2018 التي توصلت إلى أنه كلما زاد معدل استخدام الباحثين لمقاطع اليوتيوب التعليمية زادت الإشباعات المتحققة من ذلك الاستخدام.²¹¹

وقد تبين أن 28% من المستجيبين قد اكتسبوا معلومة جديدة عن مهارة معينة وكيفية تطويرها بطرق مبتكرة، وذلك عندما أتت لهم فرصة عمل وتنقصهم مهارة ما قد تم استكمالها من اليوتيوب، ويمكن تفسير هذه النتيجة بأنه عندما يأتي للشخص فرصة عمل يجب أن يكون على الاستعداد التام لهذه الفرصة لمواجهة التحديات التي قد تواجهه في بداية عمله، والقدرة على إثبات ذاته في المجال، والتميز بين أقرانه في المهنة؛ لذلك يلجأ إلى اليوتيوب إنجازا للوقت وللإلمام بالعديد من المهارات التي تتواكب مع التطور التكنولوجي المتلاحق والمعرفة التقنية الكافية للقدرة على إثبات نفسه في الوظيفة؛ حيث إن معظم الفرص المهنية الحالية تطلب أفرادا يمكنهم القيام بالعديد من المهام لإتمام سير العمل بنجاح وقدرة عالية؛ لأن أصحاب القدرات في تعدد المهام يكونون أشخاصا ناجحين في الإدارة، وعلى معرفة جيدة بالعديد من المهام التي يقومون بها، وهذا ما تبحث عنه الشركات والمؤسسات

الكبيرة فى الأفراد المطلوبين، وقد أكدت دراسة Yoga Pratama, et al, 2018 أن اليوتيوب له دور مهم فى تحسين أداء الفرد ويستخدم كوسيلة تعليمية مبتكرة وفعالة²¹²، وأيضاً بنسبة 16.6% قد اكتسبوا معلومة جديدة عن مهارة معينة وكيفية تطويرها بطرق مبتكرة عندما يلتهمون المعلومات بشكل أسبوعي، ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن العديد من الأفراد يلجأون إلى اليوتيوب فى العطلة الأسبوعية؛ نظراً للضغوطات الدراسية والمهنية على مدار أيام الأسبوع، فيصبح الوقت المثالى لهم فى تعلم مهارات اليوتيوب هو العطلة الأسبوعية حتى يستطيعوا اكتساب وتعلم مهارات جديدة بتركيز أكبر من المنزل، وقد أكدت دراسة بارش وصابر لعور، 2016 أن المنزل هو أكثر الأماكن التى يفضلها الفرد أثناء تصفحه موقع اليوتيوب²¹³، بينما يرى 11.7% من المبحوثين أنهم يشعرون بالراحة النفسية لأن معلوماتهم ومعرفتهم التى تؤهلهم لسوق العمل قد زادت، وكانوا نادراً ما يلتهمون المعلومات حول تطوير مهارات سوق العمل من اليوتيوب، أيضاً يرى بنسبة 7.9% من المبحوثين أن اليوتيوب ساعدهم فى تحقيق قفزة نوعية فى عملية التعلم واكتساب المهارات مع التماسهم للمعلومات بشكل يومي، وهذا يتفق مع نتيجة دراسة سارة دربال، 2023 التى توصلت إلى أن اليوتيوب يساهم فى تحقيق قفزة نوعية فى عملية التعلم الذاتى²¹⁴، وجاء 5% من المبحوثين يحصلون على المعرفة عن طريق المبدعين فى المجال مع التماسهم المعلومات بشكل يومي، ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن من يتعرض لقنوات اليوتيوب بشكل يومي سيزيد ذلك من معدلات تطويره لذاته ومهاراته بشكل سريع جداً، وخاصة مع تعرضه لمعلومات ي طرحها له مبدعون فى المجال؛ مما سينعكس عليه وسينعكس على خططه الدراسية والمهنية، وسيستطيع تحقيق قفزة نوعية سريعة فى التعلم واكتساب المهارات المتعددة؛ حيث إن الانتشار الكبير لاستخدام الانترنت فى العصر الحالى عاد بنتائج مذهلة على ازدياد فرص التعلم، فكلما تجلت لدى الفرد رغبة فى الوصول لمستوى معين فى تطوير مهاراته الشخصية بكل سهولة؛ يتطرق للمنصات الرقمية وقنوات اليوتيوب المجانية؛ مما يجعل فرصة التعلم والتوسع والتعمق أكبر من أى وقت مضى.

وجاء 5.7% قد اكتسبوا معلومة جديدة عن مهارة معينة وكيفية تطويرها بطرق مبتكرة عندما يلتهمون المعلومات فى الإجازات الدراسية، ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن الإجازات الدراسية فرصة يمكن استغلالها لوضع خطة زمنية لتطوير مهارات معينة لدى الفرد من خلال قنوات اليوتيوب المجانية، حيث ستجد أعداداً كبيرة من الأشخاص يتسابقون فى تقديم المعلومات من خلال أشهر القنوات بشكل مجاني، ويمكنك التفاعل مع أفراد آخرين يتابعون نفس القنوات، وذلك سيجعل فرصة اكتساب المهارة والمعلومة أفضل من أى طريقة أخرى، ويمكنك أيضاً التواصل أونلاين مع ذوى الخبرة والاختصاص فى المجال لطرح الأسئلة والاستفادة.

وجاء 8.2% من المبحوثين حين يطلب منهم تكليف فى جامعتهم يتطلب تطوير هذه المهارة؛ يعبرون عن رأيهم بكل ثقة حول الموضوعات المرتبطة بسوق العمل، كذلك 8.9% منهم

يفتحون أبوابا للمناقشة مع الآخرين حول المعلومات التى اكتسبوها، وهذا يتفق مع نتيجة دراسة ماهيتاب جمال ، 2018 التى توصلت إلى أن التعليم الذاتى من اليوتيوب جعل 50.2 % من الشباب الجامعى يستفيد منه فى إجراء التكاليفات الدراسية الخاصة بهم، و53.1 % يستطيعون تقديم عروض مميزة أمام زملائهم ومناقشتهم فيما تعلموه²¹⁵، وجاء 4.2 % منهم يشعرون بالراحة النفسية لأنها زادت معرفتهم بالمعلومات التى تؤهلهم لسوق العمل، وهذا يتفق مع نتيجة دراسة بن محبوب، 2020 التى توصلت إلى أن اليوتيوب يقلل من قلق الطلاب ويجعلهم يتعلمون بشكل أسرع²¹⁶، وتتفق مع نتيجة دراسة ماهيتاب جمال ، 2018 التى توصلت إلى التحرر من الخوف المتعلق بالمستقبل المهني²¹⁷، ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن فى العديد من الكليات- خاصة العملية- يتم تكليف الطلاب بالعديد من الأعمال التى تتطلب جانبا من الإبداع الذى يتمثل فى تقديم الطالب لمنظور جديد لسير المشاريع، وأفكار جديدة لتطوير هذه المشاريع التى تقدم داخل جامعتهم، أو حلول سريعة لمواجهة مشاكل تواجه فريق العمل أثناء قيامه بالتكليف المطلوب منه؛ مما يدفع الطالب لتعلم مهارات من قنوات اليوتيوب ومناقشة زملائه وأسائذته فيما تعلمه والاستفادة من هذه المناقشات وتبادل الخبرات بشكل أوسع، كما أن الطالب الجامعى يجب عليه أن يقوم كل فترة بتقييم مهاراته؛ مما يساعده على تطوير ذاته بشكل أكبر حتى يتمكن من اتخاذ قرارات مهنية مستقبلية بشكل أفضل، كما أن تميز الطالب خلال المرحلة الجامعية باكتساب مهارات من اليوتيوب يعتبر حافزا قويا يمكن الطالب من تقديم نفسه بشكل مثالى أمام فريق العمل وأمام أسائذته، ومناقشتهم فيما تعرض له من خلال قنوات اليوتيوب والاستفادة من هذه المناقشات وتطوير ذاته؛ مما يؤدي لجعله شخصا واثقا من نفسه بقدر أكبر، ويستطيع اختيار الوظيفة الملائمة لمهاراته، وهذا يتفق مع نتيجة دراسة (Helen , B.Boholano , et al , 2022) عن وجود علاقة بين استخدام موقع اليوتيوب وزيادة تحفيز الطلاب وتحسين أدائهم الأكاديمي²¹⁸، ويتفق أيضا مع نتيجة دراسة Mohamed Ahmed Mady , Said Baadel , 2020 التى توصلت إلى وجود علاقة إيجابية بين استخدام مقاطع الفيديو من اليوتيوب والأداء العام للطلاب فى الأوساط الأكاديمية.²¹⁹

وقد أكدت النتائج على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ثقة 99%، وقد بلغت قيمة معامل التوافق بين المتغيرين 0.844 وهي درجة توافق مرتفعة.

وجاءت هذه النتيجة تتفق مع نتيجة دراسة داليا إبراهيم، 2023 التى ثبت بها صحة الفرض القائلى إن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدلات استخدام طلاب الإعلام التربوى (عينة الدراسة) لموقع اليوتيوب كوسيلة للتعلم الذاتى والتأثيرات الناتجة نتيجة لهذا الاستخدام.²²⁰

وجاءت هذه النتيجة تتوافق مع نتيجة دراسة لوى الزعبي ، 2022 التي ثبت بها صحة الفرض القائل إن هناك علاقة ارتباطية بين معدل استعمال عينة الدراسة لموقع اليوتيوب ومدى الاستفادة من موقع اليوتيوب في التعلم الذاتي واكتساب المهارات.²²¹

كما تتفق مع نتيجة دراسة وديع بن محمد العززي ، 2022 بوجود علاقة ارتباطية متوسطة ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام الطلاب السعوديين بالمرحلة الثانوية أثناء الدراسة عن بعد لقنوات اليوتيوب التعليمية وبين التأثيرات الناتجة عنها.²²²

الفرض الثالث:

يوجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى الثقة في المصادر التي تعتمد عليها قنوات اليوتيوب التي يلتمس منها الشباب المصري المعلومات حول تنمية مهارات سوق العمل وبين مدى الثقة في تلك القنوات

جدول رقم (44) علاقة الارتباط بين مدى الثقة في المصادر التي تعتمد عليها قنوات اليوتيوب التي تلتمس منها المعلومات حول تنمية مهارات سوق العمل وبين مدى الثقة في تلك القنوات

المعنوية	معامل الارتباط	علاقة الارتباط بين مدى الثقة في المصادر التي تعتمد عليها قنوات اليوتيوب التي تلتمس منها المعلومات حول تنمية مهارات سوق العمل وبين مدى الثقة في تلك القنوات
0.000	*.269**	القنوات العربية التي تديرها مؤسسات تعليمية غير رسمية
0.000	*.236**	القنوات الأجنبية التي تديرها مؤسسات تعليمية غير رسمية
0.000	*.315**	القنوات العربية التي تديرها مؤسسات وشركات متخصصة
0.000	*.272**	القنوات الأجنبية التي تديرها مؤسسات وشركات متخصصة
0.000	*.326**	القنوات العربية لأشخاص متخصصين في المجال
0.000	*.306**	القنوات الأجنبية لأشخاص متخصصين في المجال
0.000	*.341**	قنوات لأشخاص عاديين عرب يقومون بشرح المحتوى بطريقة مبسطة
0.000	*.353**	قنوات لأشخاص عاديين أجانب يقومون بشرح المحتوى بطريقة مبسطة

*معنوي عند مستوى 10%

**معنوي عند مستوى 5%

***معنوي عند مستوى 1%

يوضح الجدول السابق علاقة الارتباط بين مدى الثقة في المصادر التي تعتمد عليها قنوات اليوتيوب وبين مدى الثقة في تلك القنوات، وقد أظهرت النتائج وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ثقة 99% لكل من قنوات لأشخاص عاديين أجانب يقومون بشرح المحتوى بطريقة مبسطة بمعامل ارتباط 0.353، وقنوات لأشخاص عاديين عرب يقومون

بشرح المحتوى بطريقة مبسطة بمعامل ارتباط 0.341، والقنوات العربية لأشخاص متخصصين في المجال بمعامل ارتباط 0.326، والقنوات العربية التي تديرها مؤسسات وشركات متخصصة بمعامل 0.315، والقنوات الأجنبية لأشخاص متخصصين في المجال بمعامل 0.306، والقنوات الأجنبية التي تديرها مؤسسات وشركات متخصصة بمعامل 0.272، كما أكدت النتائج على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية مع كل من القنوات العربية التي تديرها مؤسسات تعليمية غير رسمية بمعامل ارتباط 0.269، والقنوات الأجنبية التي تديرها مؤسسات تعليمية غير رسمية بمعامل ارتباط 0.236 وقد أكدت دراسة بسنت مراد فهمي ، 2017 على أن المبحوثين يمكنهم تصديق ما يشاهدونه على قنوات اليوتيوب في حالة مصدر الفيديو معلوم بالنسبة لهم، وجاء ذلك بوزن نسبي مرجح 81.3% ²²³، وقد أشارت دراسة سكرة على حسن ، 2020²²⁴ إلى أنه كلما زادت الثقة في قنوات اليوتيوب زاد معدل التعرض لهذه القنوات، وأكد على هذه النتيجة أيضا كل من دراسة نهلة عبد المنعم 2016²²⁵، ودراسة هشام البرجي، 2020²²⁶ حيث يزداد معدل التعرض لليوتيوب كلما زادت درجة الثقة بقنواته والمصادر التي تعتمد عليها هذه القنوات.

فكلما زاد معدل الثقة في المصادر التي يعتمد عليها اليوتيوب زادت درجة الثقة في القنوات التي تعرض المحتوى الهادف، فقنوات الأشخاص العاديين الأجانب تكون محببة لدى الجمهور عينة الدراسة؛ وذلك لأنهم يجمعون بين ما آلت إليه التكنولوجيا الحديثة على مستوى العالم، وكذلك يستخدمون طرقا جذابة في العرض وبمبسطة للجمهور العادي، ويمكن للأشخاص العاديين الأجانب أن يستعينوا بمصادر تدعم شرحهم للجمهور العادي؛ مما يزيد درجة ثقة الجمهور فيهم وفي المحتوى الذي يقدمونه، وهذا ما أكدت عليه دراسة Trish Sharma, Shruti Sharma, 2020 حيث أفادت بأن الأفراد من جميع أنحاء العالم يقومون بتحميل المحتوى على موقع اليوتيوب؛ مما يمنح الطلاب فرصة للتعرف على وجهة نظر العالم حول هذا الموضوع بطرق مبتكرة وممتعة ²²⁷، ثم جاءت قنوات لأشخاص عاديين عرب يقومون بشرح المحتوى بطريقة مبسطة وتسهيل المعلومات وشرحها بطرق سريعة الفهم على الجمهور العادي، ثم القنوات العربية لأشخاص متخصصين في المجال حيث يثق بهذه القنوات الجمهور؛ لأن ذوى التخصص يكون لديهم علم وخبرة في المجال يدعم ثقة الجمهور بهم، وتصديقهم للمعلومات التي يعرضونها والمحتوى المقدم في قنواتهم، ثم القنوات العربية التي تديرها مؤسسات وشركات متخصصة؛ حيث إن اسم المؤسسة أو الشركة يضيف مصداقية وثقة على المحتوى المقدم في قناة اليوتيوب، ويذهب إليه الجمهور بناء على درجة ثقتهم في المؤسسة أو الشركة ذاتها، ومما سبق لاحظت الباحثة ارتفاع نسبة أفراد العينة الذين يفضلون القنوات للأشخاص العاديين العرب، والقنوات العربية لأشخاص متخصصين في المجال، والقنوات العربية التي تديرها مؤسسات وشركات

متخصصة؛ مما دل على أن الإنتاج العربي من القنوات التي تخاطب الشباب بشأن تنمية مهارات سوق العمل استطاع إثارة انتباههم مقارنة بغيره، واستطاع منافسة القنوات الأجنبية، وعن طريق ثقة الشباب في المصادر التي تعتمد عليها هذه القنوات، إضافة إلى دور هذه القنوات في تفسير وتبسيط الموضوعات وإيصالها بوضوح إلى أذهانهم.

الفرض الرابع:

يوجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى استخدام الشباب لليوتيوب كمصدر للحصول على المعلومات حول تطوير مهارات سوق العمل ومدى تقديره لذاته

جدول رقم (45) علاقة الارتباط بين مدى استخدام اليوتيوب كمصدر للحصول على المعلومات حول تطوير مهارات سوق العمل ومقياس تقدير الذات

المعنوية	معامل الارتباط	علاقة الارتباط بين مدى استخدام اليوتيوب كمصدر للحصول على المعلومات حول تطوير مهارات سوق العمل ومقياس تقدير الذات
0.000	.197***	أشعر أنني شخص مميز وأستحق فرص عمل جيدة
0.034	.106**	يعتمد الآخرون على كثير
0.000	.173***	أنا واثق من نفسي تماما
0.000	.203***	أشعر أن لدى الكثير لأفخر به
0.000	.177***	ينظر الآخرون لي بشكل إيجابي
0.005	.140**	أشعر أن مستوى أدائي مرتفع.
0.086	*0.086	أشعر أنني إنسان قوى قادر على مواجهة تحديات سوق العمل
0.014	.123**	راض عن مهارتي وعملي
0.001	.163***	أشعر أنني إنسان ناجح
0.074	0.089*	أشعر أنني ذو فائدة في المجتمع.

*معنوي عند مستوى 10%

**معنوي عند مستوى 5%

***معنوي عند مستوى 1%

يوضح الجدول السابق علاقة الارتباط بين مدى استخدام اليوتيوب كمصدر للحصول على المعلومات حول تطوير مهارات سوق العمل ومؤشرات مقياس تقدير الذات، وقد أظهرت النتائج وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ثقة 99% لكل من "أشعر أنني شخص مميز وأستحق فرص عمل جيدة" بمعامل 0.197، و"أنا واثق من نفسي تماما" بمعامل 0.173، وهذا يتفق مع نتيجة دراسة Meinawati, 2020 التي أظهرت نتائجها أن اليوتيوب سمح للطلاب بالتحدث بمزيد من الثقة والتعبير، وأزال قلقهم وجعلهم أكثر ثقة بأنفسهم²²⁸، و"أشعر أن لدى الكثير لأفخر به" بمعامل 0.203، و"ينظر الآخرون لي بشكل إيجابي" بمعامل 0.177، و"أشعر أن مستوى أدائي مرتفع" بمعامل 0.140، و"أشعر أنني إنسان

ناجح" بمعامل 0.163 ، كما أكدت النتائج على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ثقة 95% مع كل من "يعتمد الآخرون علىّ كثيرا" بمعامل ارتباط 0.106 و"راضٍ عن مهارتى وعملى" بمعامل ارتباط 0.123، أيضا أظهرت النتائج وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ثقة 90% مع كل من "أشعر أنني إنسان قوى قادر على مواجهة تحديات سوق العمل" بمعامل ارتباط 0.086 و"أشعر أنى ذو فائدة فى المجتمع" بمعامل ارتباط 0.089.

بشكل عام ثبت صحة الفرض بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدى استخدام الشباب لليوتيوب كمصدر للحصول على المعلومات حول تطوير مهارات سوق العمل ومدى تقديره لذاته، وهذه النتيجة تختلف مع نتيجة دراسة آلاء عبد المنصف عبد اللطيف ، 2021 التى توصلت إلى عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعى التى تهتم بتعلم اللغة الأجنبية، وبين مستوى تطوير الذات لديهم.²²⁹

الفرض الخامس:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدة مشاهدة عينة الدراسة المتواصلة لليوتيوب لتعلم مهارات خاصة بمجال عملهم وانعكاس ذلك على وضعهم المهنى فى سوق العمل

جدول رقم (46) معاملات الارتباط بين ساعات التصفح (معدل المشاهدة) وبين تطوير المهارات من اليوتيوب

المعنوية	معامل الارتباط	ما مدة مشاهدتك المتواصلة لليوتيوب لتعلم مهارات خاصة بمجال عملك فى الجلسة الواحدة؟
0.000	*.155**	يساعدنى إتقان مهارات سوق العمل على الحصول على فرصة عمل فى مجال تخصصى
10.05	0.098*	يساعدنى تطوير مهارات سوق العمل على السفر إلى أى مكان فى العالم
0.000	*.185**	تعلم مهارات سوق العمل يوفر لى فرص عمل بمرتبات أكبر.
0.000	*.160**	تعلم اللغة ضرورى للتعرف على ثقافات الدول الأخرى
0.000	*.138**	تعلم مهارات سوق العمل يجعلنى فى الصدارة فى مجال عملى.
10.01	*.128*	تعلم مهارات سوق العمل يجعلنى متميزا وسط العاملين فى نفس المجال.
0.000	*.183**	تعلم مهارات سوق العمل يجعلنى أواكب التغيرات العالمية فى سوق العمل بسبب التقدم التكنولوجى والعلمى.
0.000	*.189**	تعلم مهارات سوق العمل يمنحنى المرونة والتنقل بين الوظائف والمناصب المختلفة
0.000	*.186**	تعلم مهارات سوق العمل يشعرنى بمسئولية تجاه نفسى والمجتمع.

*معنوي عند مستوى 10%

**معنوي عند مستوى 5%

***معنوي عند مستوى 1%

يوضح الجدول السابق معاملات الارتباط بين ساعات التصفح (معدل المشاهدة المتواصل) وبين تطوير المهارات من اليوتيوب، وقد أكدت النتائج على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ثقة 99% بين ساعات التصفح (معدل المشاهدة) وبين كلٍ من "تعلم مهارات

سوق العمل يمنحنى المرونة والتنقل بين الوظائف والمناصب المختلفة" بمعامل ارتباط 0.189، و"تعلم مهارات سوق العمل يشعرنى بمسئولية تجاه نفسى والمجتمع" بمعامل ارتباط 0.186، و"تعلم مهارات سوق العمل يوفر لى فرص عمل بمرتبات أكبر" بمعامل ارتباط 0.185، و"تعلم مهارات سوق العمل يجعلنى أواكب التغيرات العالمية فى سوق العمل بسبب التقدم التكنولوجى والعلمى" بمعامل 0.183، و"تعلم اللغة ضرورى للتعرف على ثقافات الدول الأخرى" بمعامل 0.160، و"يساعدنى اتقان مهارات سوق العمل على الحصول على فرصة عمل فى مجال تخصصى" بمعامل 0.155، و"تعلم مهارات سوق العمل يجعلنى فى الصدارة فى مجال عملى" بمعامل 0.138، كما أكدت النتائج على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين ساعات التصفح (معدل المشاهدة) وبين "تعلم مهارات سوق العمل يجعلنى متميزا وسط العاملين فى نفس المجال" عند مستوى ثقة 95%، وقد بلغت قيمة معامل الارتباط 0.128 ومع "يساعدنى تطوير مهارات سوق العمل على السفر إلى أى مكان فى العالم" عند مستوى ثقة 90% بمعامل ارتباط 0.089. وهذا يتفق مع نتيجة دراسة حسناء سعد، 2022 التى توصلت لوجود علاقة ذات دلالة بين ساعات تصفح اليوتيوب والاعتماد عليه فى تنمية مهارة أساسية من مهارات العمل، وهى تنمية مهارات اللغة الإنجليزية بدرجة ارتباط 0.475 عند مستوى الدلالة 0.042 وهى قيمة دالة إحصائيا.²³⁰

جدول رقم (47)

تطوير المهارات المرتبطة بسوق العمل	ما مدة مشاهدتك المتواصلة لليوتيوب لتعلم مهارات خاصة بمجال عملك فى الجلسة الواحدة؟	ما مدة مشاهدتك المتواصلة لليوتيوب لتعلم مهارات خاصة بمجال عملك فى الجلسة الواحدة؟
0.204**	1.000	ما مدة مشاهدتك المتواصلة لليوتيوب لتعلم مهارات خاصة بمجال عملك فى الجلسة الواحدة؟
1.000	0.204**	تطوير المهارات المرتبطة بسوق العمل

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

وبشكل عام فقد أكدت النتائج فى الجدول السابق على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ثقة 99%، وقد بلغت قيمة معامل الارتباط 0.204، وهو ارتباط ايجابي، حيث من المتوقع أن يرتفع مستوى تطوير المهارات المرتبطة بسوق العمل مع زيادة معدل المشاهدة كما هو موضح بالجدول التالي، ويمكن تفسير هذه النتيجة أنه كلما زادت مدة المشاهدة المتواصلة للمبحوث لليوتيوب لتعلم المهارات الخاصة بمجال عمله؛ انعكس ذلك على تطوير المهارات المرتبطة بسوق العمل، مثل: المرونة والتنقل بين الوظائف والمناصب، فالفرد يكتسب مهارات من اليوتيوب فى مجال اللغة والكمبيوتر وغيرها؛ تجعله الأفضل فيتم ترقيته إلى مناصب أكبر، ويكتسب خبرات أكبر فى وقت أقل، كما أن متابعة الفرد لليوتيوب يمنحه

الشعور بالمسئولية تجاه نفسه والمجتمع؛ فيهتم الفرد باكتساب المهارات العملية والوظيفية بطريقة ذاتية دون اللجوء إلى كورسات خارجية ليفيد نفسه والمجتمع، ويصبح ركيزة أساسية في عملية التطوير والبناء.

كما أن زيادة ساعات تصفح فيديوهات اليوتيوب يؤدي إلى اكتساب الفرد مهارات، وتوفير فرص عمل بمرتبات أكبر، ومواكبة التغيرات العالمية في سوق العمل بسبب التقدم التكنولوجي والعلمي، والتعرف على الثقافات الخارجية، والحصول على فرصة عمل في مجال التخصص، وأن يصبح الفرد في الصدارة في مجال تخصصه وتميزاً وقادراً على السفر والتنقل إلى الخارج؛ مما يدل على الدور المهم الذي يلعبه اليوتيوب في حياة الشباب المصري لزيادة مستوى معرفتهم بمهارات سوق العمل، حيث إن سوق العمل يشهد منافسة شديدة على مستوى العالم، ولا يعترف إلا بالأفضل، ويحتاج الشباب إلى اكتساب عدد من المهارات، ليست مهارات تقنية فقط يحتاجون إلى تنميتها؛ بل هناك مهارات ذاتية وشخصية ينبغي أيضاً العمل عليها وتطويرها، وذلك لأننا مع انتقالنا إلى الثورة الصناعية الرابعة، واستمرار وتيرة التغيير؛ تتبدل المهارات التي يحتاجها الفرد في مكان العمل، وتحقق أهدافه وطموحه.

كما أن زمن الروبوتات قد بدأ بالفعل، ومن هنا فإن على البشر أن يطوروا مهاراتهم وقدراتهم بشكل دائم ومستمر؛ كي يبقوا في سوق العمل، ولا يفقدوا مهنتهم ووظائفهم، وهذه المهارات جزء منها ذاتي، مثل الذكاء العاطفي، وتنمية مهارات التواصل، والمرونة العقلية، والقدرة على تقبل التغيير والتأقلم معه، وجزء منها تقني بحت، مثل القدرة على تحليل البيانات الضخمة، والتعامل مع الحوسبة السحابية والذكاء الاصطناعي وغيرها من التقنيات والمهارات.

الفرض السادس:

يوجد فروق ذات دلالة إحصائية حول مدى الثقة في قنوات اليوتيوب تعزى إلى (النوع – نوع الدراسة – العمر)

أولاً- النوع

جدول رقم (48) اختبار Mann-Whitney U لدراسة الفروق بين مجموعتين مستقلتين تجاه مدى الثقة في قنوات اليوتيوب طبقاً للجنس

المعنوية	Z	Mann-Whitney U	متوسط الرتب	العدد	النوع	
0.330	-0.973	18800.0	195.55	174	ذكر	
			206.90	229	أنثى	

يوضح الجدول السابق اختبار Mann-Whitney U لدراسة الفروق بين مجموعتين مستقلتين تجاه مدى الثقة في قنوات اليوتيوب طبقاً للنوع، وقد أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات المجموعتين عند مستوى ثقة 95%؛ حيث بلغت معنوية الاختبار 0.330، وهي أكبر من مستوى الخطأ 5%، وهذا يتفق مع نتيجة دراسة سكرة

حسن على ، 2020 التي توصلت أيضا إلى عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في مستوى الثقة في قنوات اليوتيوب.²³¹

وهنا نجد أن متوسط رتب الإناث (206.90) أعلى من متوسط رتب الذكور (195.55) من حيث درجة ثقتهم في قنوات اليوتيوب، إلا أنه لا يوجد فروق جوهرية بين استجابات المجموعتين.

ثانيا- نوع الدراسة

جدول رقم (49) اختبار Mann-Whitney U لدراسة الفروق بين مجموعتين مستقلتين تجاه مدى الثقة في قنوات اليوتيوب طبقاً لنوع الدراسة

المعنوية	Z	Mann-Whitney U	متوسط الرتب	العدد	نوع الدراسة	
0.011	-2.546	16291.0	183.29	154	كليات نظرية	درجة الثقة بقنوات اليوتيوب
			213.57	249	كليات عملية	

يوضح الجدول السابق اختبار Mann-Whitney U لدراسة الفروق بين مجموعتين مستقلتين تجاه مدى الثقة في قنوات اليوتيوب طبقاً لنوع الدراسة، وقد أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات المجموعتين عند مستوى ثقة 95%؛ حيث بلغت معنوية الاختبار 0.011 ، وهي أقل من مستوى الخطأ 5%، وقد كانت هذه الفروق لصالح استجابات الكليات العملية بمتوسط رتب 213.57، بينما بلغ متوسط الرتب لاستجابات الكليات النظرية 183.29، ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن طلاب الكليات العملية يستطيعون تطبيق ما يشاهدونه في قنوات اليوتيوب، والتأكد من مدى صحته ونجاحه في عملهم، ومن هنا تزيد درجة ثقتهم في المحتوى المقدم على قنوات اليوتيوب عن طلاب الكليات النظرية، وربما يُضاف إلى هذا السبب سبب آخر يتعلق بطبيعة طلاب الكليات النظرية والعملية في طريقة طلب المعلومات واكتسابها، فالكليات النظرية بطبيعتها قد تلجأ إلى الجانب النظري والحفظ والتلقين، ولكن الكليات العملية ربما يلجأ طلابها إلى الطرق المختصرة في الحصول على المعلومة، والبحث عن الأفكار العملية السريعة، ومن ثم فمقاطع اليوتيوب قد تحقق لهم ذلك ويستفيدون منها في دراستهم العملية؛ مما يزيد من ثقتهم في هذه القنوات.

ثالثا- العمر

جدول رقم (50) اختبار Kruskal-Wallis H لدراسة الفروق بين عدة مجموعات مستقلة تجاه مدى الثقة في قنوات اليوتيوب طبقاً للعمر

المعنوية	Kruskal-Wallis H	متوسط الرتب	العدد	العمر	
0.491	2.414	204.82	109	من 18 إلى أقل من 20 سنة	درجة الثقة بقنوات اليوتيوب
		207.92	189	من 20 إلى أقل من 25 سنة	
		195.87	52	من 25 إلى أقل من 30 سنة	
		181.13	53	من 30 إلى أقل من 35 سنة	

يوضح الجدول السابق اختبار Kruskal-Wallis H لدراسة الفروق بين عدة مجموعات مستقلة تجاه مدى الثقة في قنوات اليوتيوب طبقاً للعمر، وقد أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات المجموعات الأربعة عند مستوى ثقة 95%، حيث بلغت معنوية الاختبار 0.491، وهي أكبر من مستوى الخطأ 5% و جاء متوسط الرتب بالترتيب الأعلى من 20 إلى أقل من 25 سنة (207.92)، ثم من 18 إلى أقل من 20 سنة (204.82)، ثم من 25 إلى أقل من 30 سنة (195.87)، ثم من 30 إلى أقل من 35 سنة (181.13)، من حيث درجة ثقتهم في قنوات اليوتيوب؛ إلا أنه لا يوجد فروق جوهرية بين استجابات المجموعات .

الفرض السابع:

يوجد فروق ذات دلالة إحصائية حول مستوى تقييم العينة لمدى فاعلية موقع اليوتيوب كوسيلة لتعلم مهارات سوق العمل تعزى إلى (النوع – نوع الدراسة – العمر)

أولاً- النوع

جدول رقم (51) اختبار Mann-Whitney U لدراسة الفروق بين مجموعتين مستقلتين تجاه مدى فاعلية موقع اليوتيوب كوسيلة لتعلم مهارات سوق العمل طبقاً للجنس

النوع	العدد	متوسط الرتب	Mann-Whitney U	Z	المعنوية
ذكر	174	205.49	19316.5	-0.526	0.599
أنثى	229	199.35			

يوضح الجدول السابق اختبار Mann-Whitney U لدراسة الفروق بين مجموعتين مستقلتين تجاه مدى فاعلية موقع اليوتيوب كوسيلة لتعلم مهارات سوق العمل طبقاً للنوع، وقد أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات المجموعتين عند مستوى ثقة 95% حيث بلغت معنوية الاختبار 0.599، وهي أكبر من مستوى الخطأ 5%.

وهنا نجد أن متوسط رتب الذكور (205.49) أعلى من متوسط رتب الإناث (199.35) من حيث درجة فاعلية موقع اليوتيوب لتعلم مهارات سوق العمل؛ إلا أنه لا يوجد فروق جوهرية بين استجابات المجموعتين، وقد ترجع تلك النتيجة السابقة إلى أمر آخر ربما يتعلق بحرص الذكور على مواكبة متطلبات سوق العمل، فهم يتوقعون إمكانية مواكبتهم له من خلال هذه المقاطع التعليمية ليتكفروا من الحصول على وظيفة تمكنهم من تحمل مسؤولية الاعتماد على الذات؛ لأنهم ربما يكونون مسؤولين أكثر من الإناث عن مسؤولية الزواج والإنفاق على منازلهم مستقبلاً، أو حتى الإنفاق على ذاتهم.

وقد اتفقت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة داليا إبراهيم، 2023 حيث جاءت الفروق لصالح الذكور (م= 2.9091) مقارنة بالإناث (م= 2.7126) يعني أن المبحوثين الذكور قد أوضحوا أن موقع اليوتيوب YouTube لديها درجة فاعلية كبيرة كوسيلة للتعليم الذاتي مقارنة

بالإناث.²³² وجاءت هذه النتيجة تتفق أيضاً مع نتيجة دراسة وديع بن محمد العززي،²³³ 2022 والتي توصلت إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات أفراد العينة الذكور، وأفراد العينة الإناث، والتأثيرات الناتجة عن استخدام الطلاب السعوديين بالمرحلة الثانوية أثناء الدراسة عن بعد لقنوات اليوتيوب التعليمية، حيث كانت قيمة (ت) غير دالة عند مستوى 0.05.

وجاءت هذه النتيجة تتفق أيضاً مع نتيجة دراسة ماهيتاب جمال،²³⁴ 2018 التي أشارت إلى أن التوقعات الشخصية المتعلقة باستخدام مقاطع اليوتيوب التعليمية في التعليم الذاتي جاءت لصالح الذكور مقارنة بالإناث، وذلك يعزى إلى خبرة الذكور في التعامل مع اليوتيوب وما به من مقاطع تعليمية، فالتوقعات الشخصية الموجودة لدى الجمهور بشأن استخدامهم لوسائل الإعلام تعتمد على خبرة الجمهور في التعامل مع هذه الوسائل.

ثانياً- نوع الدراسة

جدول رقم (52) اختبار Mann-Whitney U لدراسة الفروق بين مجموعتين مستقلتين تجاه درجة فاعلية موقع اليوتيوب لتعلم مهارات سوق العمل طبقاً لنوع الدراسة

المعنوية	Z	Mann-Whitney U	متوسط الرتب	العدد	نوع الدراسة	
0.051	-1.948	16968.0	187.68	154	كليات نظرية	درجة فاعلية موقع اليوتيوب لتعلم مهارات سوق العمل
			210.86	249	كليات عملية	

يوضح الجدول السابق اختبار Mann-Whitney U لدراسة الفروق بين مجموعتين مستقلتين تجاه مدى فاعلية موقع اليوتيوب كوسيلة لتعلم مهارات سوق العمل طبقاً لنوع الدراسة، وقد أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات المجموعتين عند مستوى ثقة 90% حيث بلغت معنوية الاختبار 0.051 وهي أقل من مستوى الخطأ 10%، وقد كانت هذه الفروق لصالح استجابات الكليات العملية بمتوسط رتب 210.86، بينما بلغ متوسط الرتب لاستجابات الكليات النظرية 187.68، وهذا يتفق مع نتيجة دراسة محمد أحمد سعيد التل، 2017 التي توصلت إلى أن وجود فروق بين الاستفادة من اليوتيوب والإشباع المتحققة منه لصالح الكليات التطبيقية.²³⁵

ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن اندفاع طلاب الكليات العملية، ورغبتهم في التعلم الذاتي، واكتساب المهارات العلمية والعملية التخصصية التي تدعم دراستهم وتأهيلهم في مجال سوق العمل؛ يرجع إلى النقص الكبير في الجانب العملي والتطبيقي داخل الكليات العملية، وتأثير ذلك على ضعف مهارات وخبرات الطلاب في تخصصهم، ولذلك فلا غرابة أن

تكون المضامين التدريبية فى مقدمة ما يهتم به الطلاب فى مختلف تخصصاتهم، وهذا يتفق مع ما توصل إليه لؤى الزعبي، 2022 فى دراسته؛ حيث احتل الإشباع المتمثل بالهروب من المشاكل التعليمية والتدريبية للجامعة والنقص فى الجانب التطبيقي؛ أعلى نسبة وهي 84% بين الإشباعات المنحقة لطلاب كلية الإعلام من استعمال موقع يوتيوب، وهذا يدل على توجه الطلاب لليوتيوب لتغطية النقص الحاصل فى الكلية فى الجانب التطبيقي²³⁶، كما توصل لؤى الزعبي ، 2022 إلى أنه توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين دوافع استعمال طلاب كلية الإعلام موقع اليوتيوب، وبين إشباع الهروب من مشاكل الكلية التعليمية والتدريبية والنقص فى الجانب التطبيقي.²³⁷

وأشارت ماهيتاب جمال ، 2018 فى دراستها إلى أن نسبة كبيرة من الشباب الجامعى يعتقدون بعدم ملاءمة مناهج التعليم التقليدى لسوق العمل، ويرى الشباب أن الشهادات العلمية مجرد أوراق لا تؤهل للعمل الميدانى، وأن الخبرة العملية الحقيقية هى المؤهل الحقيقى للالتحاق بسوق العمل.²³⁸

ويرى سامر رويشد ، 2023 فى دراسته أن الهيئات التدريسية لديها أولوية لدفع الطلاب للتعامل مع منصة اليوتيوب كمرجعية لتعزيز مهاراتهم العملية، واعتبار قنوات اليوتيوب أداة تعليمية فى شرح مساقات ذات الطابع العملى، وهو ما يتفق مع دراسة (زوانه 2015) ودراسة (الغنيم 2020).²³⁹

ثالثاً- العمر

جدول رقم (53) اختبار Kruskal-Wallis H لدراسة الفروق بين عدة مجموعات مستقلة تجاه مدى فاعلية موقع اليوتيوب كوسيلة لتعلم مهارات سوق العمل طبقاً للعمر

المعنوية	Kruskal-Wallis H	متوسط الرتب	العدد	العمر	
				من 18 إلى أقل من 20 سنة	من 20 إلى أقل من 25 سنة
0.438	2.713	208.41	109	من 20 إلى أقل من 25 سنة	درجة فاعلية موقع اليوتيوب لتعلم مهارات سوق العمل
		194.76	189	من 25 إلى أقل من 30 سنة	
		221.55	52	من 30 إلى أقل من 35 سنة	
		195.44	53	من 35 إلى أقل من 40 سنة	

يوضح الجدول السابق اختبار Kruskal-Wallis H لدراسة الفروق بين عدة مجموعات مستقلة تجاه مدى فاعلية موقع اليوتيوب كوسيلة لتعلم مهارات سوق العمل طبقاً للعمر، وقد أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات المجموعات الأربعة عند مستوى ثقة 95% حيث بلغت معنوية الاختبار 0.438 وهي أكبر من مستوى الخطأ 5%.

ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن موقع اليوتيوب مفيد للأعمار والمستويات كافة؛ حيث إن عملية التعلم واكتساب المعرفة لم تعد تقتصر على عمر معين، ولا تؤخذ من مكان واحد، ويفضل التطور الذي وصلت إليه التكنولوجيا، وانتشار مصطلح صناعة المحتوى على وسائل التواصل الاجتماعي- وتحديدًا موقع اليوتيوب- أصبح هناك منصات كاملة وقنوات متخصصة في تقديم المحتوى التعليمي والمعرفة التي تفيد الآخرين، وأصبح الاعتماد على هذه القنوات يزداد بشكل كبير من كافة الأعمار لمحاولة مواكبة التطور التكنولوجي على مستوى العالم، فالقنوات التكنولوجية الحالية أصبحت سريعة جدا، كما أن قنوات اليوتيوب تقدم المحتوى بطريقة جذابة ومميزة، ومعظم مقاطع الفيديو في هذه القنوات تكون عبارة عن دقائق معدودة، فلم تعد الفيديوهات الطويلة التي تستمر لساعات تثير اهتمام الأشخاص بشكل كبير كما في السابق؛ لذلك نجد اليوم ثورة معرفية يكون روادها صانعي المحتوى الرقمي وأصحاب قنوات اليوتيوب.

الخلاصة:

1- توصلت الدراسة إلى أن الشباب يستخدمون قنوات اليوتيوب كمصدر للحصول على المعلومات حول تنمية مهارات سوق العمل بشكل متوسط بنسبة 51.9 %، وبشكل كبير بنسبة 41.9 %، وبشكل ضعيف بنسبة 6.2 %، وعن أكثر فيديوهات اليوتيوب التي تلتبس من خلالها عينة الدراسة المعلومات حول تطوير مهارات سوق العمل؛ جاءت في المرتبة الأولى فيديوهات تطوير اللغات بوزن نسبي مرجح بلغ 16.3 %، بينما جاء في المركز الثاني فيديوهات الجرافيك والمونتاج وصناعة الأفلام بوزن نسبي مرجح بلغ 11.7 %، وفي المركز الثالث فيديوهات تطوير مهارات الاتصال (تحدث، استماع، مناقشة) بوزن نسبي مرجح 10.6 %.

2- توصلت الدراسة إلى أن أكثر القنوات التي تلتبس عينة الدراسة من خلالها المعلومات حول تطوير مهارات سوق العمل؛ جاء في المرتبة الأولى القنوات العربية لأشخاص متخصصين في المجال بوزن نسبي مرجح يبلغ 19.7 %، ثم في المرتبة الثانية قنوات لأشخاص عديدين عرب يقومون بشرح المحتوى بطريقة مبسطة بوزن نسبي مرجح 14.3 %، ثم في المرتبة الثالثة القنوات العربية التي تديرها مؤسسات وشركات متخصصة بوزن نسبي مرجح 14 %، وهذا يدل على أن الإنتاج العربي من القنوات التي تخاطب الشباب بشأن تنمية مهارات سوق العمل استطاع إثارة انتباههم مقارنة بغيره، واستطاع منافسة القنوات الأجنبية، إضافة إلى دور هذه القنوات في تفسير وتبسيط الموضوعات وإيصالها بوضوح إلى أذهانهم.

3- توصلت الدراسة إلى أن أهم دوافع استخدام الشباب لموقع اليوتيوب كمصدر للحصول على المعلومات حول تنمية مهارات سوق العمل؛ جاء في المركز الأول "زيادة المعرفة بشكل عام ولعدم التعلم الذاتي للمواضيع المتعلقة بالتذكر في مجال تخصصي"؛ حيث جاءت نسبة موافقة الباحثين على هذه العبارة 86.1 %، وجاء في المركز الثاني "حتى أستطيع التطبيق في مجال تخصصي"؛ حيث بلغت نسبة الموافقة 85.6 %، وجاء في

- المركز الثالث "متابعة كل ما هو جديد حول معلومات مهارات سوق العمل"؛ حيث بلغت نسبة موافقة المبحوثين 83.4%.
- 4- عن مدى ثقة المبحوثين فى المعلومات التى يحصلون عليها من اليوتيوب جاءت ثقة المبحوثين فى المعلومات بدرجة متوسطة بنسبة 56.8 %، وبدرجة كبيرة بنسبة 25.6%، وبدرجة محدودة بنسبة 15.1%، ولا يتقون بها بنسبة 2.5%، وعن المصادر التى تعتمد عليها قنوات اليوتيوب التى يلتمس منها المبحوث المعلومات حول تنمية مهارات سوق العمل؛ جاء فى الصدارة متخصصون وممارسون فى المجال بنسبة 54.1 %، ثم بفارق كبير جاء فى المركز الثانى خبرات شخصية لمستخدمين عاديين بنسبة 12.4%.
- 5- وعن نمط تعرض المبحوثين لفيديوهات اليوتيوب جاء فى المرتبة الأولى مشاهدة الفيديو كاملا والاستفادة من كافة المعلومات بوزن نسبى مرجح 27.8 %، ثم فى المرتبة الثانية التصفح السريع للمعلومات بوزن نسبى مرجح 26.8 %، وعن الخطوات التى يقوم بها المبحوث قبل التماسه للمعلومات من قنوات اليوتيوب؛ جاء فى المركز الأول أجرى بحثا سريعا داخل الشبكة عن المواقع المتخصصة فى مجال دراستى بنسبة 37.7 %، ثم فى المركز الثانى أتناقش مع أساتذة جامعتى وأصدقائى وأقاربي فى المعلومات التى أرغب فى تطويرها بنسبة 18.9 %.
- 6- جاءت نتائج الدراسة عن الإجراء الذى يقوم به المبحوث عند احتياجه للتماس المعلومات حول تنمية مهارات سوق العمل من شبكة الإنترنت؛ فى المركز الأول البحث بشكل مباشر فى مواقع وصفحات وجروبات معينة فى شبكة الإنترنت عن أفضل القنوات المتخصصة بنسبة 28 %، وفى المركز الثانى البحث بشكل عشوائى عبر موقع اليوتيوب بنسبة 27.8 %، وعن الإجراء الذى يتبعه المبحوث أثناء بحثه والتماسه للمعلومات من فيديوهات اليوتيوب؛ جاء فى المرتبة الأولى أشاهد فيديو الموضوع كاملا بوزن نسبى مرجح 21.8 %، وفى المرتبة الثانية مشاهدة معظم الفيديوهات مشاهدة سريعة بوزن نسبى مرجح 15.9 %، وعن الإجراء الذى يقوم به المبحوث بعد إتمام عملية البحث عن المعلومات حول مهارات سوق العمل؛ جاء فى المركز الأول الاستفادة من المعلومات التى حصلت عليها بوزن نسبى مرجح 19.8 %، وفى المركز الثانى القيام بفحص المعلومات التى حصلت عليها للتأكد من صحتها بوزن نسبى مرجح 17.7%.
- 7- توصلت الدراسة إلى أن فيديوهات اليوتيوب تغنى المبحوث عن الذهاب لأماكن متخصصة للدراسة، فجاء 68.5 % من العينة يرون أنها تغنيهم أحيانا، و 21.8 % من العينة تغنيهم دائما، و 9.7 % لا تغنيهم، وعن مدى نجاح فيديوهات اليوتيوب فى سد احتياجات المبحوث المعلوماتية التى يحتاجها رأى 67 % من عينة الدراسة أنها تعالجها إلى حد ما، بينما يرى 25.8 % من العينة أنها تعالجها بدرجة كاملة، و 6.2 % يرون أنها تعالجها بدرجة ضعيفة، و 1 % يرون أنها لا تعالجها على الإطلاق.
- 8- وعن أهم نتائج بحث عينة الدراسة والتماسهم للمعلومات حول مهارات سوق العمل؛ جاء فى المركز الأول اكتساب معلومة جديدة عن مهارة معينة وكيفية تطويرها بطرق

- مبتكرة بنسبة 50.4%، وفى المركز الثانى شعور بالراحة النفسية لأنها زادت معرفتى بالمعلومات التى تؤهلنى لسوق العمل بنسبة 16.4%.
- 9- وعن تقييم العينة لتعلم مهارات سوق العمل من اليوتيوب جاء فى المركز الأول من حيث تعلم المهارة بشكل ممتاز فيديوهات تنمية السمات الشخصية (ثقة بالنفس- لباقة، إصرار، تحدي، مواجهة الخوف)، ثم فى المركز الثانى فيديوهات تعلم اللغات، وعن مستوى تقدير الذات من خلال ما اكتسبته عينة الدراسة من معلومات ومهارات من اليوتيوب جاء فى المركز الأول: أنا واثق من نفسي تماما، وفى المركز الثانى ينظر الآخرون لي بشكل إيجابي، وفى المركز الثالث كل من "أشعر أننى إنسان قوى قادر على مواجهة تحديات سوق العمل" و"أشعر أننى إنسان ناجح".
- 10- وجاءت نتائج الدراسة بشأن تطوير المهارات من اليوتيوب وانعكاس ذلك على وضع الباحثين المهني فى سوق العمل؛ فى المركز الأول أن تعلم اللغة ضرورى للتعرف على ثقافات الدول الأخرى، وفى المركز الثانى كل من "أن تعلم مهارات سوق العمل يشعرنى بمسئولية تجاه نفسى والمجتمع" و"أن تعلم مهارات سوق العمل يجعلنى أواكب التغيرات العالمية فى سوق العمل بسبب التقدم التكنولوجى والعلمى".
- 11- وجاءت أعلى درجات موافقة الشباب بشأن درجة فاعلية موقع اليوتيوب كوسيلة لتعلم مهارات سوق العمل، فى المركز الأول أن اليوتيوب يتيح حرية اختيار الزمان والمكان المناسبين للتعلم، وفى المركز الثانى أن موقع اليوتيوب يعمل على جعل المتعلم مسئولا عن كيفية تعلمه بنفسه، وعن أهم سلبيات اليوتيوب جاء فى المركز الأول أن تعلم وتطوير مهارات سوق العمل من اليوتيوب يمثل تحديا وإتقانها ليس بيسير، ثم فى المركز الثانى أنه لا يوجد مدرب يتواصل بشكل مباشر معك ويتفاعل معك فيما تقوم بتطبيقه كدارس، ثم فى المركز الثالث أنه لا يوجد اعتماد أو ضمان الجودة فى التعليم عبر قنوات اليوتيوب.

اتفقت نتائج الدراسة مع افتراضات نظرية التماس المعلومات، وذلك كالاتى:

- 1- تم قبول الفرض بأنه توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيا بين دوافع التماس الشباب المصرى للمعلومات من قنوات اليوتيوب، وبين اختيارهم للقنوات التى يلتمسون من خلالها المعلومات.
- 2- تم قبول الفرض بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيا بين معدل التماس المعلومات حول تطوير مهارات سوق العمل من اليوتيوب، ونتائج بحث و التماس المعلومات حول مهارات سوق العمل.
- 3- تم قبول الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيا بين مدى الثقة فى المصادر التى تعتمد عليها قنوات اليوتيوب، وبين مدى الثقة فى تلك القنوات.
- 4- تم قبول الفرض القائل بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدة مشاهدة عينة الدراسة المتواصلة لليوتيوب لتعلم مهارات خاصة بمجال عملهم، وانعكاس ذلك على وضعهم المهني فى سوق العمل.

5- أكدت نتائج الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات المجموعتين (الكلية العملية والنظرية) تجاه مدى الثقة في قنوات اليوتيوب، وقد كانت هذه الفروق لصالح استجابات الكلية العملية، بينما أظهرت النتائج عدم وجود فروق تجاه مدى الثقة في قنوات اليوتيوب طبقاً للنوع.

6- أكدت نتائج الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات المجموعتين (الكلية العملية والنظرية) تجاه مدى فاعلية موقع اليوتيوب كوسيلة لتعلم مهارات سوق العمل، وقد كانت هذه الفروق لصالح استجابات الكلية العملية، بينما أظهرت النتائج عدم وجود فروق تجاه مدى فاعلية موقع اليوتيوب كوسيلة لتعلم مهارات سوق العمل طبقاً للنوع.

توصيات الدراسة ومقترحاتها:

- 1- زيادة فرص التدريب والتعليم التطبيقي في الجامعات للبرامج والمهارات التي تهتم الطالب، واستعمال اليوتيوب كأداة ضمنه.
- 2- التنوع في تقديم المعلومات والمهارات المختلفة من قنوات اليوتيوب، ويمارس عليها الرقابة من جهات رسمية متخصصة معترف بها، لضمان مصداقية المحتوى المقدم فيها.
- 3- الاهتمام بالجانب التطبيقي والعمل في الكليات العملية في الجامعات المصرية، وتعليم الطلاب مهارات سوق العمل بشكل مجاني بما يتناسب مع تطورات سوق العمل المتلاحقة، وتدريبهم على استخدام البرامج التكنولوجية، والاهتمام باللغة، وتنمية المهارات الشخصية ومهارات التواصل.
- 4- قيام الجامعات بإنشاء قنوات على اليوتيوب تتضمن اهتمامات الطلاب من معلومات ومهارات تهتم الطلاب، وتستعين فيها بأساتذة متخصصين وبمختصين في المجال، وطلاب متميزين في المجالات المختلفة، ويمتلكون العديد من المهارات يعلمون غيرهم من الطلاب، كنوع من تبادل الخبرات التعليمية من طالب لطالب آخر بأسلوب بسيط ومفهوم وسهل وواضح.
- 5- الاستفادة من موقع اليوتيوب كوسيلة تفاعل بين الهيئات التدريسية والطلاب في مختلف الكليات.
- 6- إعطاء أهمية أكبر من موقع اليوتيوب في مصر، وتقديم محتوى حول مهارات سوق العمل بطرق مبتكرة وجديدة، والتركيز على قصص نجاح أشخاص استطاعوا تحقيق ذاتهم وكيانهم المهني من خلال تعلمهم مهارات سوق العمل ونقل خبراتهم لغيرهم من الشباب.
- 7- إيجاد طرق ترويجية تتناسب مع أنماط استخدام الشباب المصرى لموقع اليوتيوب.
- 8- توفير برامج تساهم في تحميل فيديوهات اليوتيوب بشكل مجاني بحيث تتناسب مع استعمال الهواتف المحمولة؛ لأنه الوسيلة الأكثر استخداماً بين الشباب.
- 9- ضرورة عقد ورش للمعلمين وأساتذة الجامعات وتأهيلهم للاستفادة من قنوات اليوتيوب في العملية التعليمية.

مراجع الدراسة:

- 1- سامح جميل حسن العجرمى ، فاعلية مقاطع الفيديو التعليمية عبر اليوتيوب فى تنمية مهارات إنتاج القصص الرقمية لدى طالبات كلية التربية بجامعة الأقصى واتجاهاتهن نحو استخدام اليوتيوب ، بحث منشور، مجلة العلوم التربوية والنفسية (جامعة البحرين : مركز النشر العلمى ، مجلد 20 ، عدد 4، ديسمبر 2019)، ص 403.
- 2- بحسب نتائج المسح السنوي السابع عشر المنشورة في 4 سبتمبر 2023 فى موقع :
<https://toptools4learning.com>
- 3- انظر التقرير على الرابط التالى :
<https://statusbrew.com/insights/social-media-statistics/#social-media-usage-statistics>
- 4- <https://www.dimofinf.net/blog/عدد-الزيار-فيسبوك-في-عدد-الزيار>
- 5- داليا إبراهيم المتبولى ، تأثير استخدام طلاب الإعلام التربوى لقنوات اليوتيوب كوسيلة للتعلم الذاتى : دراسة ميدانية، بحث منشور ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، العدد 83 ، يونيه 2023)، ص 357
- 6- Fynn, P. K, Kwegyiriba, A & Mensah, R. O. (2021). Exploring the Use of YouTube and its implications to Teaching and Learning in Technical University Education in Ghana. Journal of African Interdisciplinary Studies, 5(7), 46-59.
- 7- ريماء الجرف ، التعلم الذاتى للطلاب ، (الرياض : المملكة العربية السعودية ، 2016) ص4.
- 8- فهد بن عايد الردادى ، التعليم المنظم ذاتيا والتحصيل الدراسى ، ط1 (المملكة العربية السعودية : النسخ العلمى للطباعة والتصوير ، 2019) ، ص24
- 9- سارة محمد سالم بالشرف، دور العمل التطوعى فى تنمية مهارات سوق العمل لدى طالبات التعليم العالى، المجلة الدولية للعلوم التربوية والنفسية (جامعة دار الحكمة : قسم قيادة تربوية ، مجلد 68، العدد 1، 2021)، ص 40.
- 10- داليا ابراهيم المتبولى، تأثير استخدام طلاب الإعلام التربوى لقنوات اليوتيوب كوسيلة للتعلم الذاتى: دراسة ميدانية، بحث منشور، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، العدد 83، يونيه 2023)
- 11- لؤي الزعبي، استعمالات طلاب كلية الإعلام في جامعة دمشق موقع يوتيوب في عملية التعلم الذاتى واكتساب المهارات والإشباع المتحققة منها - دراسة مسحية، بحث منشور، مجلة جامعة دمشق للآداب والعلوم الإنسانية (سوريا: جامعة دمشق، مجلد 38 ، العدد 2، 2022)

- 12- وديع بن محمد العزى وعماد الدين حسن مغربى ، دور قنوات اليوتيوب في دعم الأنشطة التعليمية للطلاب السعوديين فى المرحلة الثانوية أثناء الدراسة عن بعد: دراسة مسحية على عينة مدرسة عكة مجلة الآداب (جامعة نمار : كلية الآداب ، عدد 22 ، مارس 2022)
- 13- سارة دربال، اتجاه الطالب الجامعي نحو استخدام موقع اليوتيوب في تحقيق التعلم الذاتي: دراسة ميدانية على عينة من طلبة كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية بجامعة العربي التبسي - تبسة ، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية (جامعة محمد بوضياف-المسيلة : كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية مجلد 12، العدد1) ، ص340-259.
- 14-Mady, Mohamed Ahmed, Baadel, Said (2020) Technology-enabled Learning (TEL): YouTube as a Ubiquitous Learning Aid, Journal of Information & Knowledge Management, 19(1), pp. 1-16.
- 15- Pratama, Shadam Hussaeni Handi, et.al (2020) The Use of YouTube as a Learning Tool in Teaching Listening Skill, International Journal of Global Operations Research, 1(3), pp. 123-129.
- 16- Sharma, Trishu, Sharma, Shruti (2020) A study of YouTube as an effective educational tool, Journal of Contemporary Issues in Business and Government, 27(1), pp. 2686-2690.
- 17 Dubovi, I., & Tabak, I. (2020). An empirical analysis of knowledge co-construction in YouTube comments. Computers & Education. 156.103939.
- 18- Lange. P. G. (2019). Informal learning on YouTube. The International Encyclopedia of Media Literacy, 1-11.
- 19- ماهيتاب جمال، دوافع استخدام الشباب الجامعى لمقاطع اليوتيوب التعليمية فى التعليم الذاتى والإشباع المتحققة، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام ، ديسمبر 2018).
- 20- Asmiarti, D., & Winangun, G. (2018). The Role of YouTube Media as a Means to Optimize Early Childhood Cognitive Development. MATEC Web of Conferences, 205. <https://doi.org/MATEC Web of Conferences>.
- 21 Arndt, H. L., & Woore, R. (2018). Vocabulary learning from watching YouTube videos and reading blog posts. Language Learning & Technology, 22(3), 124-142.
- 22 Lai, K. W., & Smith, L. A. (2017). Tertiary students' understandings and practices of informal learning: A New Zealand case study. Australasian Journal of Educational Technology, 33(2).
- 23 Czerkawski, B. C. (2016). Blending formal and informal learning networks for online learning. International Review of Research in Open and Distributed Learning, 17(3), pp: 138-156.

- 24- خالد بن عبد العزيز بن محمد العصفور ، اتجاهات الأساتذة الجامعيين نحو مناسبة اليوتيوب كأداة لنشر المعرفة لدعم التعلم غير الرسمي ، مجلة العلوم التربوية (السعودية : جامعة الأمير سطام بن عبدالعزيز ، مجلد 9، العدد 3، 2023)
- 25- Almobarraz, A. (2018). Utilization of YouTube as an information resource to support university courses. The Electronic Library.
- 26- Lai, K. W., & Smith, L. A. (2018). University educators' perceptions of informal learning and the ways in which they foster it. Innovative Higher Education, 43(5), 369-380.
- 27- سارة محمد عبد الهادي ، اتجاهات أعضاء هيئة التدريس والطلاب بالكليات العلمية في جامعة الملك عبد العزيز نحو استخدام اليوتيوب في العملية التعليمية ، مجلة المركز العربي للبحوث والدراسات في علوم المكتبات والمعلومات (سوريا : المركز العربي للبحوث والدراسات في علوم المكتبات والمعلومات ، مجلد 4 ، العدد 8 ، 2017)
- 28- سامر أنور رويشد ، استخدام أعضاء هيئة تدريس الإعلام في الجامعات الفلسطينية منصة اليوتيوب لتطوير قدراتهم الأكاديمية العملية: دراسة ميدانية ، مجلة الجامعة الإسلامية للبحوث الإنسانية (فلسطين: الجامعة الإسلامية بغزة ، مجلد 31 ، العدد 3 2023)
- 29- ايمان عز الدين محمد دوابه ، تعرض الشباب الجامعي للقنوات العلمية باليوتيوب وعلاقتها بمهارات حل المشكلات والتفكير المنتج لديهم ، بحث منشور ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، العدد 83 ، 2023)
- 30- منير بن أحمد بن محمد عابد حامد ، فاعلية توظيف منصة اليوتيوب في تنمية مهارات التصميم الجرافيكي لدى طلاب التصميم الجرافيكي بالمرحلة الجامعية ، مجلة الدراسات التربوية والإنسانية (جامعة دمنهور: كلية التربية ، المجلد 15 ، العدد 3 ، 2023)
- 31- سامح جميل حسن العجرمي ، مرجع سابق ، 2019.
- 32- مها إبراهيم زيد الزيداني ، واقع استخدام الفيديو التشاركي (اليوتيوب) في تطوير مهارات التحدث لدى طالبات المرحلة الثانوية بمحافظة الخرج ، دراسات عربية في التربية وعلم النفس (جمهورية مصر العربية : رابطة التربويين العرب ، العدد 142 ، 2022)
- 33-Boholano, Helen B., et.al (2022) the use of youtube in teaching elementary english, The Online Journal of New Horizons in Education, 12(3), pp. 223-228.
- 34- حسناء سعد منصور، اعتماد الطلاب على يوتيوب في تنمية مهاراتهم في اللغة الإنجليزية : دراسة مقارنة على طالبات جامعة الملك عبد العزيز ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، (جامعة القاهرة : كلية الإعلام، العدد 21 ، 2022)
- 35- سباق رابح، عبد الرحمن مداني، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعلم اللغة الإنجليزية، دراسة ميدانية على عينة من طلبة الإعلام والاقتصاد ، رسالة ماجستير منشورة (جامعة قاصدي مرباح ورقلة : كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، 2022)

- 36- Syafiq, A. N., Rahmawati, A., Anwari, A., & Oktaviana, T. (2021). Increasing Speaking Skill through You Tube Video as English Learning Material during Online Learning in Pandemic Covid-19. *Elsya : Journal of English Language Studies*, 3(1), 50-55. <https://doi.org/10.31849/elsya.v3i1.6206>
- 37- Hadeel A. Saed Ahmad S.HaiderSalehAl-SalmanRiyad F.Hussein(2021) The use of You Tube in developing the speaking skills of Jordanian EFL university students,heliyon, Volume 7, Issue 7, July 2021, e07543
- 38 - Uli Sylphia Simanjuntak, Dumaris E Silalahi, Partohap S. R. Sihombing, Lydia Purba (2021) Students' Perceptions of Using You Tube as English Online Learning Media during Covid-19 Pandemic,Jolt Journal of languages Teaching, Vol 9,No.2.
- 39-Meinawati,E, Rahmah,N.,A& Harmoko,D.,D.,(2020) INCREASING ENGLISH SPEAKING SKILLSTHROUGH You Tube, Jurnal Ilmiah, Vol 16, No 1 Jan 2020 page: 1 – 13.
- 40-Rachamawati, Rina & Cahyani, Fibria(2020). The Use of Youtube Videos in improving Non-English Department Students' Pronunciation Skills , Al suna Article , 12 November 2020.Vol.3 (2),pp.83-95.
- 41-حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد ، الاتصال ونظرياته المعاصرة ، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2001)، ص 70.
- 42- iors,in Behav Seeking Information (2016): Khan Javed Bharadwaj, Varsha)"(Electronic Environment, International Journal of Research Granthaalayah, Vol,4,No,1 2,pp.1 32-136.
- https://www.researchgate.net/publication/347482779_INFORMATION_SEEKING_BEHAVIORS_IN_ELECTRONIC_ENVIRONMENT.
- 43- Wilson T.D(1981) On user studies and information need, Journal of Documentation, Vol, 37, p,659.
- 44- Dunwoody, Sharon and Griffin, Robert J., "The Role of Channel Beliefs in Risk Information Seeking College of Communication Faculty Research and Publications. 2014, p 141.
- 45- منى إبراهيم عبد الحافظ عبد الرسول ، التماس المرأة المصرية للمعلومات الصحية عبر تطبيقات الهواتف الذكية وعلاقته بمستوى الوعي الصحى لديها: دراسة ميدانية، مجلة البحوث الإعلامية (جامعة الأزهر : كلية الإعلام بالقاهرة مجلد 1 ، العدد 65 ، 2023) ، ص 54
- 46- لوى الزعبي ، مرجع سابق ، ص 254
- 47- محمد عبدالحميد ، البحث العلمى فى الدراسات الإعلامية ، ط2، (القاهرة : عالم الكتب ، 2000) ص 13

- 48- داليا إبراهيم ، مرجع سابق ، ص 368
- 49- YouTube About. (2020). YouTube for Press. Available at:
<https://www.youtube.com/about/press/> (Accessed on: 2020, June, 26)
- 50- Available at: <https://www.youtube.com/intl/ar/yt/about/press/> on (19-7-2018)
- 51-Available at: <http://www.dailymail.co.uk/home/index.html> on (9-8-2018).
- 52- ماهيتاب جمال ، مرجع سابق ، ص 112
- 53- محمد الصانغ ، استخدامات الشباب المصري لموقع اليوتيوب والإشباع المتحققة منه، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، قسم إذاعة وتلفزيون ، 2015) ، ص 136
- 54- ماهيتاب جمال ، مرجع سابق ، ص 113
- 55- محمد الصانغ ، مرجع سابق ، ص 136
- 56- محمد خضر طعاني ، مرجع سابق ، ص 78
- 57-Tahat, K., et al. (2018). An Examination of Curricula in Middle Eastern Journalism Schools In light of Suggested Model Curricula. Jordan Journal of Social Sciences, 11(3), 429-443.
<https://search.mandumah.com/Record/945332>
- 58- Jugo, D., et al. (2017). Trends in education of communication professionals: The perspective of educators and employers in Croatia. Public Relation Review, 43(5), 998-1006.
<https://081017ku3-1104-v-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1016/j.pubrev.2017.06.002>
- 59- ماهيتاب جمال ، مرجع سابق ، ص 132
- 60- داليا إبراهيم ، مرجع سابق ، ص 373
- 61- إيمان عز الدين محمد دوابه ، مرجع سابق ، ص 248
- 62- لؤي الزعبي ، مرجع سابق ، ص 262
- 63- مشاعل بنت ناصر آل كدم، أثر استخدام موقع اليوتيوب في رفع مستوى مهارتي الاستماع والكلام لدى طالبات معهد تعليم اللغة العربية للناطقات بغيرها في جامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن بالمملكة العربية السعودية ، مجلة كلية التربية الأساسية للعلوم التربوية والإنسانية (جامعة بابل ، كلية التربية الأساسية ، العدد 42 ، 2019) ، ص 408.
- 64- وديع بن محمد العززي وعماد الدين حسن مغربي ، مرجع سابق ، ص 475.
- 65- Celie O'Neil-Hart, why you should lean into how-to content in 2018, 1", (USA: Think with google 2017)
- 66- سامر أنور رويشد ، مرجع سابق ، ص 111.
- 67- سامح يوسف ، استخدامات الشباب المصري للمواقع الاجتماعية وعلاقتها باتجاهاتهم السياسية ، المجلة العلمية لبحوث الصحافة ، (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، العدد 6 ، يونيو 2016) ص 527-567
- 68- لؤي الزعبي ، مرجع سابق ، ص 264
- 69- وديع بن محمد العززي ، مرجع سابق ، ص 479
- 70- إيمان عز الدين محمد دوابه ، دور القنوات الثقافية باليوتيوب في تنمية المعرفة العميقة والدوافع المعرفية لدى الطلاب ، مجلة البحوث الإعلامية ، (القاهرة : جامعة الأزهر ، مجلد 55 ، العدد 5 ، 2020)
- 71- محمد خضر طعاني ، التماس طلبية الجامعات الأردنية للمعلومات العلمية من شبكة الإنترنت وتأثيراتها: دراسة مسحية، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة اليرموك : كلية الإعلام ، 2018) ، ص 61
- 72- داليا إبراهيم ، مرجع سابق ، ص 374
- 73- إيمان عز الدين محمد دوابه ، مرجع سابق ، ص 249
- 74- لؤي الزعبي ، مرجع سابق ، ص 263

- 75- سمر محمود ، استخدام الشباب الجامعى لمواقع التواصل الاجتماعى وعلاقته بمستوى مشاركتهم السياسية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، (جامعة بورسعيد : كلية التربية النوعية ، قسم الإعلام التربوى، 2015)
- 76- داليا إبراهيم ، مرجع سابق ، ص 374
- 77- حسناء سعد منصور ، مرجع سابق ، ص 394
- 78- سباق رابع ومدانى عبد الرحمن ، دور مواقع التواصل الاجتماعى Youtube فى تعلم اللغة الإنجليزية، دراسة ميدانية، رسالة ماجستير (جامعة قاصدى مبراح ورقلة : كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، 2022) ، ص 30
- 79- إيمان عز الدين محمد دوابه ، مرجع سابق ، ص 250
- 80- لؤى الزعبي ، مرجع سابق ، ص 263
- 81- وديع العزعى ، مرجع سابق ، ص 476
- 82- أريج محمد فخر الدين ، التأهيل الأكاديمي لطلاب أقسام وكليات الإعلام وفق متطلبات سوق العمل فى العصر الرقمى ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، مجلد الأول ، العدد 77 ، 2021) ، ص 249
- 83-Pratama, Shadam Hussaeni Handi, et.al (2020) The Use of YouTube as a Learning Tool in Teaching Listening Skill, International Journal of Global Operations Research, 1(3), pp. 123-129.
- 84- منير بن أحمد بن محمد عابد حامد ، مرجع سابق ، ص 207
- 85- وديع بن محمد العزعى ، مرجع سابق ، ص 480
- 86- داليا إبراهيم ، مرجع سابق ، ص 366
- 87- لؤى الزعبي ، مرجع سابق ، ص 268
- 88- المرجع السابق ، ص 268
- 89- ماهيتاب جمال ، مرجع سابق ، ص 124
- 90- بسنت مراد فهمى ، تعرض الجمهور لمقاطع الفيديو الساخرة على موقع يوتيوب وتأثيره فى مستوى الثقة فى الشخصيات العامة، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون (جامعة القاهرة : كلية الإعلام، العدد 12 ، 2017) ، ص 161
- 91- ماهيتاب جمال ، مرجع سابق ، ص 124
- 92- محمد خضر طعانى ، مرجع سابق ، ص 61
- 93- بسنت مراد فهمى ، مرجع سابق ، ص 169
- 94-Chei Sian Lee, Hamzah Osop, Dion Hoe-Lian Goh, and Gani Kelni (2017) "Making sense of comments on YouTube educational videos: a self- directed learning perspective", Emerald insight Journal, Vol.41, Issue.5, No.1, (UK: Emerald Group Publishing.
- 95- ماهيتاب جمال ، مرجع سابق ، ص 124
- 96- جيهان عبد الحميد ، التماس الجمهور المصرى للمعلومات أثناء وقوع الكوارث الطبيعية وعلاقته بالرضا عن أداء وسائل الإعلام التقليدية والرقمية، مجلة البحوث الاعلامية، (جامعة القاهرة : كلية الإعلام، مجلد 2 ، العدد 68) ص 1130
- 97- خالد بن عبد العزيز بن محمد العصفور ، مرجع سابق ، ص 137
- 98- إيمان عز الدين محمد دوابه ، مرجع سابق ، ص 251
- 99- Mady, Mohamed Ahmed, Baadel, Said (2020) Technology-enabled Learning (TEL): YouTube as a Ubiquitous Learning Aid , Journal of Information & Knowledge Management , 19(1), pp. 1-16.
- 100- داليا إبراهيم ، مرجع سابق ، ص 373

- 101- لؤى الزعبي ، مرجع سابق ، ص 269
- 102- داليا إبراهيم ، مرجع سابق ، ص 378
- 103- لؤى الزعبي ، مرجع سابق ، ص 269
- 104- داليا إبراهيم ، مرجع سابق ، ص 375
- 105- لؤى الزعبي ، مرجع سابق ، ص 270
- 106- ماهيتاب جمال ، مرجع سابق ، ص 124
- 107- خالد بن عبد العزيز بن محمد ، مرجع سابق ، ص 138
- 108- وديع بن محمد العززي، عماد الدين حسن مغربي ، مرجع سابق ، ص 477
- 109- هالة غزالي محمد الربيع ، مقاطع الفيديو على قناة اليوتيوب وعلاقتها بالثقافة التشاركية لدى الشباب الجامعي،
المجلة المصرية لبحوث الإعلام (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، عدد 79 ، 2022) ص 538
- 110- أشرف الدين بارش وصابر لعور ، استعمال الطلبة الجزائريين لليوتيوب والإشباع المحققة منه،
دراسة على عينة من طلبة جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي ، رسالة ماجستير في علوم الإعلام
والإتصال ، تخصص صحافة وإعلام إلكتروني ، 2016.
- 111- داليا إبراهيم ، مرجع سابق ، ص 388
- 112- خالد بن عبد العزيز بن محمد العصفور ، مرجع سابق ، ص 141
- 113-Lai, K. W., & Smith. L. A. (2018). University educators' perceptions of informal learning and the ways in which they foster it. *Innovative Higher Education*, 43(5),pp: 369-380.
- 114- انظر كلا من الدراسات التالية :
- Arndt, H. L., & Woore, R. (2018). Vocabulary learning from watching YouTube videos and reading blog posts. *Language Learning & Technology*,22(3), 124-142.
- Dyosi, N. F. (2018). Using YouTube as an informal learning tool for children, Doctoral Dissertation, University of Pretoria.
- Dyosi, N., & Hattingh, M. (2018). Understanding the extent of and factors involved in the use of YouTube as an Informal Learning Tool by 11-to 13-year-old children. In: International Conference on Innovative Technologies and Learning, Portoroz, Slovenia, 27-30/08/2018
- Wittenberg-Lyles, E., Oliver, D. P., Demiris, G., Swarz, J., & Rendo. M. (2014). YouTube as a tool for pain management with informal caregivers of cancer patients: a systematic review. *Journal of pain and symptom management*, 48(6), 1200-1210.
- 115- Asmiarti, D., & Winangun, G. (2018). The Role of YouTube Media as a Means to Optimize Early Childhood Cognitive Development. *MATEC Web of Conferences*, 205. <https://doi.org/MATEC Web of Conferences>.
- 116-Sharma, Trishu, Sharma, Shruti (2020) A study of YouTube as an effective educational tool, *Journal of Contemporary Issues in Business and Government*, 27(1). pp. 2686-2690.
- 117- ماهيتاب جمال ، مرجع سابق ، ص 132
- 118- داليا إبراهيم ، مرجع سابق ، ص 381

- 119- جلى & أحمد ، واقع استخدام موقع اليوتيوب فى التدريس بالمدارس الصناعية والمعاهد الحرفية : دراسة ميدانية من وجهة نظر المعلمين ، (السودان : ولاية الجزيرة ، جامعة الجزيرة ، 2020)
- 120- محمود محمد علاونة ، التماس الشباب الجامعى للمعلومات الدينية من قنوات اليوتيوب : دراسة مسحية على طلبة كلية الشريعة والدراسات الإسلامية فى جامعة اليرموك ، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة اليرموك : كلية الإعلام ، 2018) ، ص 90
- 121- محمد خضر طعانى ، التماس طلبة الجامعات الأردنية للمعلومات العلمية من شبكة الإنترنت وتأثيراتها: دراسة مسحية ، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة اليرموك : كلية الإعلام ، 2018) ، ص 57
- 122- ماهيتاب جمال ، مرجع سابق ، ص 121
- 123- المرجع السابق ، ص 125
- 124- سكرة على حسن ، اعتماد الشباب الجامعى على قنوات اليوتيوب فى متابعة قضايا الرأى وعلاقته بالأمن الفكرى لديهم، مجلة البحوث الإعلامية ، (جامعة الأزهر : كلية الإعلام ، مجلد 6 ، العدد 54، 2020) ، ص 3809
- 125- محمد أحمد هاشم الشريف، استخدام الشباب السعودى الجامعى لليوتيوب وتأثيره على علاقتهم بالتليفزيون ، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال (جامعة الأهرام الكندية : كلية الإعلام ، العدد 24، 2019) ، ص 120-153
- 126- ماهيتاب جمال ، مرجع سابق ، ص 128
- 127- بسنت مراد فهمى ، مرجع سابق ، ص 167
- 128- ماهيتاب جمال ، مرجع سابق ، ص 136
- 129- زينب ياسين ، فاعلية أدوات تقديم المحتوى القائمة على تطبيقات التواصل الإلكتروني فى تنمية مهارات توظيف بعض المستحدثات التكنولوجية لدى طلاب تكنولوجيا التعليم واتجاهاتهم نحوها، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة : كلية الدراسات العليا للتربية، قسم تكنولوجيا التعليم، ٢٠١٣) ص 205
- 130- آلاء عبد المنصف، استخدام المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعى فى تعلم اللغات الأجنبية والبرمجة وعلاقته بتطوير الذات لديهم، مجلة دراسات الطفولة (جامعة عين شمس : كلية الدراسات العليا للطفولة ، مجلد 24 ، العدد 93) ، ص 19.
- 131- سكرة على حسن ، مرجع سابق ، ص 3810
- 132- المرجع السابق ، ص 3810
- 133- محمد أحمد سعيد التل، الاستخدامات التعليمية لموقع اليوتيوب لدى أساتذة الجامعات الأردنية: دراسة مسحية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، (جامعة اليرموك ، كلية الإعلام ، 2017) ، ص 68
- 134- سكرة حسن على ، مرجع سابق ، ص 3811
- 135- محمد خضر طعانى ، مرجع سابق ، ص 57
- 136- ماهيتاب جمال ، مرجع سابق ، ص 121
- 137- محمد أحمد سعيد التل، مرجع سابق ، ص 68
- 138- ماهيتاب جمال ، مرجع سابق ، ص 117
- 139- Akgun. T.. Karabay. C. Y.. Kocabay. G.. Kalayci. A.. Oduncu. V.. Guler. A..... & Kirma. C.(2014). Learning electrocardiogram on YouTube: how useful is it?. Journal of electrocardiology. 47)1(. 113 117.
- 140- ماهيتاب جمال ، مرجع سابق ، ص 121
- 141- لوى الزعبى ، مرجع سابق ، ص 273
- 142- بسنت مراد فهمى ، مرجع سابق ، ص 163
- 143- ماهيتاب جمال ، مرجع سابق ، ص 131
- 144- المرجع السابق ، ص 117

- 145- انظر كلا من :
- De. choudhury et al (2014) Seeking and sharing health information online comparing search Engines and social media, Conference of Computer Human Interaction, Toronto, Canada.
 - Stephen Rains & Erin Ruppel, (2016) Channel Complementarity Theory and the Health information –seeking process: Further Investigating the implications of source characteristic Complementarity, Communication Research, vol.43, No.2, p.p232-252.
- 146- ماهيتاب جمال ، مرجع سابق ، ص 130
- 147-Dubovi. & Tabak.,O.p.Cit.,p. 156.
- 148- ماهيتاب جمال ، مرجع سابق ، ص 117
- 149- داليا إبراهيم ، مرجع سابق ، ص 383
- 150- لؤى الزعبي ، مرجع سابق ، ص 274.
- 151- سحر أحمد غريب ، التماس الجمهور للمعلومات حول تحديات الاقتصاد المصري عبر الصحافة الرقمية وعلاقته بإدراكه لها ، مجلة البحوث الإعلامية (جامعة الأزهر : كلية الإعلام مجلد 2 ، العدد 65 ، 2023) ص 1015
- 152-Laura Robinson (2014) Freeways, detours, and dead ends: Search journeys among disadvantaged youth, new media & society, Vol. 16(2) pp 242
- 153- ماهيتاب جمال ، مرجع سابق ، ص 118
- 154- لؤى الزعبي ، مرجع سابق ، ص 273
- 155- ماهيتاب جمال، مرجع سابق ، ص 132
- 156- وديع بن محمد العززي ، مرجع سابق ، ص 482
- 157- لؤى الزعبي ، مرجع سابق ، ص 272
- 158- ماهيتاب جمال ، مرجع سابق ، ص 130
- 159- Dubovi, I., & Tabak, I. (2020). An empirical analysis of knowledge co-construction in YouTube comments. Computers & Education. 156.103939.
- 160- سارة دريال ، مرجع سابق ، ص 354
- 161-Dubovi, I., & Tabak, I. (2020),Op.Cit, p.156.
- 162-Hattingh. M. (2017. September). A preliminary investigation of the appropriateness of YouTube as an informal learning platform for pre- teens. In International Conference on Web-Based Learning (pp. 101- 110). Springer, Cham.
- 163-Lampr. F. G. (2019). Informal learning on YouTube. The International Encyclopedia of Media Literacy, pp. 1-11
- 164- لؤى الزعبي ، مرجع سابق ، ص 274.
- 165- محمد خضر طعاني ، مرجع سابق ، ص 76
- 166-Arif Bakla (2022). A qualitative study of teacher-created interactive videos versus YouTube videos in flipped learning , E-Learning and Digital Media ,SAGA Journals , Vol.19 , Issue 5 , visit : <https://doi.org/10.1177/20427530221107789>
- 167-Rachamawati, Rina & Cahyani, Fibria (2020). The Use of Youtube Videos in improving Non-English Department Students' Pronunciation Skills . Al suna , Article 12 November, 2020. Vol.3 (2).pp.83-95.

- 168- أريج محمد فخر الدين ، التأهيل الأكاديمي لطلاب أقسام وكليات الإعلام وفق متطلبات سوق العمل في العصر الرقمي ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، المجلد الأول ، العدد 77 ، 2021) ص 221
- 169- أحمد حمد مقبل الخوالدة ، The Effect of Using YouTube on Enhancing Listening and Speaking Skills among English Communication Skills 100 Students at the University of Jordan ، رسالة ماجستير (الجامعة الأردنية : كلية الدراسات العليا ، 2019) ص 276
- 170- لؤى الزعبي ، مرجع سابق ، ص 276
- 171- محمد خضر طعاني ، مرجع سابق ، ص 74
- 172- ماهيتاب جمال ، مرجع سابق ، ص 130
- 173- المرجع السابق ، ص 130
- 174- سارة دربال ، مرجع سابق ، ص 353
- 175- المرجع السابق ، ص 353
- 176- لؤى الزعبي ، مرجع سابق ، ص 276
- 177- داليا إبراهيم ، مرجع سابق ، ص 389
- 178- ماهيتاب جمال ، مرجع سابق ، ص 137
- 179-Czerkowski, B. C. (2016). Blending formal and informal learning networks for online learning. *International Review of Research in Open and Distributed Learning*, 17(3),pp: 138-156.
- 180- Lai, K. W., & Smith. L. A. (2018). University educators' perceptions of informal learning and the ways in which they foster it. *Innovative Higher Education*, 43(5),pp: 369-380.
- 181-Dufur. M. J., Parcel. T. L., & Troutman, K. P. (2013). Does capital at home matter more than capital at school? Social capital effects on academic achievement. *Research in Social Stratification and Mobility*, 31,pp: 1-21.
- 182-Czerkowski, B. C. (2016) , Op.Cit., pp:138-156.
- 183- إيمان أحمد عزمي ، التعليم الرقمي ومهارات سوق العمل : المفاهيم الأساسية والتجارب العملية في عصر الثورة الرقمية ، المجلة العربية للأداب والدراسات الإنسانية (مصر : المؤسسة العربية للترقية والعلوم والأداب ، العدد 7 ، فبراير 2019) ، ص 87
- 184- ماهيتاب جمال ، مرجع سابق ، ص 124
- 185- داليا إبراهيم ، مرجع سابق ، ص 391
- 186- المرجع السابق ، ص 386
- 187- لؤى الزعبي ، مرجع سابق ، ص 264
- 188- داليا إبراهيم ، مرجع سابق ، ص 380
- 189- سارة دربال ، مرجع سابق ، ص 351
- 190- لؤى الزعبي ، مرجع سابق ، ص 275
- 191- ماهيتاب جمال ، مرجع سابق ، ص 123
- 192- سارة دربال ، مرجع سابق ، ص 352
- 193- داليا إبراهيم ، مرجع سابق ، ص 391
- 194-Boholano, Helen B., et.al (2022) the use of youtube in teaching elementary english, *The Online Journal of New Horizons in Education*, 12(3), pp. 223-228.
- 195- سارة دربال ، مرجع سابق ، ص 352
- 196- داليا إبراهيم ، مرجع سابق ، ص 391
- 197- سارة دربال ، مرجع سابق ، ص 352

- 198- ماهيتاب جمال ، مرجع سابق ، ص 130
199- المرجع السابق ، ص 130
200 - داليا إبراهيم ، مرجع سابق ، ص 392
201- ماهيتاب جمال ، مرجع سابق ، ص 144
202- سارة دربال ، مرجع سابق ، ص 352
203- المرجع السابق ، ص 351
204-نجلاء فتحى ، دور الإعلام الجديد فى تغيير المنظومة القيمية لدى الشباب: دراسة تطبيقية على الشباب المصرى ، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام ، قسم العلاقات العامة والإعلان، العدد 8 ، ديسمبر 2016) ، ص ص 173-229
205-سامح يوسف ، مرجع سابق ، ص527
206-ماهيتاب جمال ، مرجع سابق ، ص133
207-لؤى الزعبي ، مرجع سابق ، ص 277
208-ماهيتاب جمال ، مرجع سابق ، ص 147
209-Sarah Bukhari et al, Modelling the information-seeking behaviour of international students in their use of social media in Malaysia, published quarterly by the university of borås, sweden vol. 23 no. 4, December, 2018
Available At: <https://www.researchgate.net/publication/328956057>
210-Han Heeyoung, Nelson Erica and Wetter Nathan(2014), "Medical student's Online Learning Technology Needs", Clinical Teacher, Vol.11, Issue. 1, (USA: John Wiley & Sons Online Library.
211- ماهيتاب جمال ، مرجع سابق ، ص 150
212-Pratama, Yoga, et.al (2018) Validating YouTube Factors Affecting Learning Performance, IOP Conf. Series: Materials Science and Engineering 325, pp. 1-6.
213- بارش وصابر لعور ، مرجع سابق ، 2016.
214- سارة دربال ، مرجع سابق ، ص 361
215- ماهيتاب جمال ، مرجع سابق ، ص ص 140-141
216-Bin Mahbob,Thamer(2020).YouTube as Learning Tool to Improve Students Speaking Skills as Perceived by EFL Teachers in Secondary School. International Journal of Applied Linguistics and English Literature,Vol9,Pp 13-22.574.
217- ماهيتاب جمال ، مرجع سابق ، ص 141
218-Boholano, Helen B., et.al (2022),Op.Cit, pp. 223-228.
219-Mohamed Ahmed Mady , Said Baadel (2020) , Op.Cit , pp.1-16.
220- داليا إبراهيم ، مرجع سابق ، ص398
221- لؤى الزعبي ، مرجع سابق ، ص 277
222- وديع بن محمد بن العزى ، مرجع سابق ، ص 482
223- بسنت مراد فهمى ، مرجع سابق ، ص 166
224- سكرة على حسن ، مرجع سابق ، ص3816
225- نهلة عبد المنعم المحروق، دور اليوتيوب في إمداد المراهقين بالمعرفة حول القضايا العربية، مجلة دراسات الطفولة، (جامعة عين شمس : كلية الدراسات العليا للطفولة ، مجلد 19 ، عدد 72 ، سبتمبر 2016) ص ص 105، 110
226- هشام البرجي، دوافع مشاهدة الشباب المصري للبرامج المقدمة من خلال موقع اليوتيوب، مجلة البحوث الإعلامية (جامعة الأزهر: كلية الإعلام ، ع 54، ج 1، يوليو 2020) ص417

- 227-Sharma, Trishu, Sharma, Shruti (2020) , Op.Cit, pp. 2686-2690.
- 228-Meinawati,E, Rahmah,N.,A& Harmoko,D.,D.,(2020) INCREASING ENGLISH SPEAKING SKILLSTHROUGH You Tube, Journal Ilmiah, Vol 16, No 1 Jan 2020 page: 1 – 13.
- 229- الاء عبد المنصف عبد اللطيف ، مرجع سابق ، ص 20
- 230- حسناء سعد منصور ، مرجع سابق ، ص 702
- 231- سكرة حسن على ، مرجع سابق ، ص 3820
- 232- داليا إبراهيم ، مرجع سابق ، ص 401
- 233- وديع بن محمد العززي ، مرجع سابق ، ص 483
- 234- ماهيتاب جمال ، مرجع سابق ، ص 151
- 235- محمد أحمد سعيد التل ، مرجع سابق ، ص 72
- 236- لؤى الزعبي ، مرجع سابق ، ص 272
- 237- المرجع السابق ، ص 276
- 238- ماهيتاب جمال ، مرجع سابق ، ص 125
- 239- انظر الدراسات التالية :
- سامر رويشد ، مرجع سابق ، ص 110
- أماني إبراهيم زوانه ، درجة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بصفتها أداة للتعلم والتعليم لدى طلبة الجامعات الأردنية والإشباع المتحققة ، رسالة ماجستير غير منشورة (الأردن : جامعة الشرق الأوسط ، كلية الإعلام ، 2015)
- حمد الغنيم ، اتجاهات طلبة جامعة القصيم نحو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الإلكتروني في الأغراض التعليمية ومعوقات الاستخدام : دراسة ميدانية ، مجلة كلية التربية بجامعة أسيوط (جامعة أسيوط : كلية التربية ، المجلد 36 ، العدد 1 ، 2020)
- *أسماء السادة محكمي الاستمارة بالترتيب الأبجدي:
- د.أحمد عطية مدرس بقسم الصحافة كلية إعلام جامعة بنى سويف
- أ.د.إيمان حسنى أستاذ الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة
- أ.م.د محمد عمارة أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد، وكيل كلية الإعلام جامعة جنوب الوادي
- أ.م.د منى عمران الأستاذ المساعد رئيس قسم الصحافة بأكاديمية أخبار اليوم
- د.نيرمين الخولى مدرس بأكاديمية السادات للعلوم الإدارية
- أ.د.وائل عبد البارى أستاذ الإعلام بكلية البنات جامعة عين شمس