

The motives of the Sudanese citizen's use of YouTube and the gratifications achieved from it sample of citizens of Khartoum State for the year 2023

Co-Prof. Badereldin Ali Hamed Mohammed

Faculty of Arts | Jazan University | KSA

Received:
06/06/2023

Revised:
17/06/2023

Accepted:
03/08/2023

Published:
30/09/2023

* Corresponding author:
badereldin1970@gmail.com

Citation: Mohammed, B. A. (2023). The motives of the Sudanese citizen's use of YouTube and the gratifications achieved from it sample of citizens of Khartoum State for the year 2023. *Arab Journal of Sciences & Research Publishing*, 9(3), 40 – 55. <https://doi.org/10.26389/AJSRP.B060623>

2023 © AISRP • Arab Institute of Sciences & Research Publishing (AISRP), Palestine, all rights reserved.

• Open Access



This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY-NC) [license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

Abstract: The study belongs to the analytical descriptive research, and the researcher used the media survey method for an available sample of 350 citizens of Khartoum state, and the researcher used the questionnaire tool. This study aimed to identify the motives of the Sudanese citizen's use of YouTube and to identify the habits and patterns of the Sudanese citizen's use of YouTube and to reveal the rate of Sudanese citizen's use of YouTube. The results showed that social news is the most preferred type of news by the Sudanese citizen.

The study confirmed that the Sudanese citizen's use of YouTube made it easier for him to shop and buy. The study indicated that YouTube helped the study sample to forget work problems. Always trust the information provided by YouTube.

Keywords: motives - YouTube - gratifications - Sudanese citizen.

دوافع استخدام المواطن السوداني لليوتيوب والإشباعات المتحققة منه دراسة ميدانية على عينة من مواطني ولاية الخرطوم للعام 2023م

أ.م.د / بدر الدين علي حمد محمد

كلية الآداب | جامعة جازان | المملكة العربية السعودية

المستخلص: تنتمي الدراسة إلى البحوث الوصفية التحليلية واستخدم الباحث منهج المسح الإعلامي لعينة متاحة قوامها 350 فردا من مواطني ولاية الخرطوم، واستخدم الباحث أداة الاستبانة. هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دوافع استخدام المواطن السوداني لليوتيوب والتعرف على عادات وأنماط استخدام المواطن السوداني لليوتيوب والكشف عن معدل استخدام المواطن السوداني لليوتيوب وظهرت النتائج أن الأخبار الاجتماعية هي أكثر أنواع الأخبار التي يفضلها المواطن السوداني وأكدت الدراسة أن استخدام المواطن السوداني لليوتيوب سهل له التسوق والشراء أشارت الدراسة أن اليوتيوب ساعد افراد عينة الدراسة على نسيان مشاكل العمل بينت الدراسة أن الأسباب التي من أجلها يفضل المواطن السوداني استخدام اليوتيوب هي ارسال رسالة للأصدقاء والتعليق على رسائلهم وقضاء وقت الفراغ وكشفت الدراسة أن المواطن السوداني يثق دائما في المعلومات المقدمة من اليوتيوب.
الكلمات المفتاحية: الدوافع – اليوتيوب – الإشباعات – المواطن السوداني.

1- مقدمة.

مشكلة الدراسة:

من خلال الاطلاع على دوافع استخدامات اليوتيوب المتعددة والذي يتطلب أن يستخدم فيما يفيد الناس، ويشبع حاجاتهم المختلفة وقد أشارت العديد من الدراسات إلى أهمية اليوتيوب واستخداماته كدراسة (محسن محمد علي) التي توصلت لنتائج أهمها أن مضامين اليوتيوب لعبت دوراً مهماً في زيادة تنمية الوعي الثقافي لدى الطلبة وكذا مساهمتها في اكسابهم معلومات وخبرات مختلفة في شتى المجالات. كما تناولت دراسة (أحلام فيلح حسن العطيوات) أثر استخدام اليوتيوب في تعليم مهارة النطق الصحيح للغة الإنجليزية وأظهرت نتائج الدراسة وجود فروق بين المتوسطات الحسابية لأداء افراد مجموعتي الدراسة على مجالات بطاقة الملاحظة. إذ حصلت المجموعة التجريبية التي درست باستخدام اليوتيوب على متوسط حسابي بلغ 4.8 للمجال الاول، وهو أعلى من المتوسط الحسابي للمجموعة الضابطة التي درست بالطريقة الاعتيادية إذ بلغ متوسطها 2,89 وحصلت المجموعة التجريبية في أدائها على المجال الثاني على متوسط حسابي بلغ 4,8 وهو أعلى من المتوسط الذي حصلت عليه المجموعة الضابطة الذي بلغ 2,67 كما وحصلت المجموعة التجريبية في أدائها على المجال الثالث على متوسط حسابي بلغ 4,9. وهو أيضاً أعلى من المتوسط الحسابي للمجموعة الضابطة الذي بلغ 3.08 وتتحدد مشكلة هذه الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي: ما دوافع استخدام المواطن السوداني لليوتيوب والإشباع المتحققة منه؟

أهداف الدراسة:

تتحدد أهداف الدراسة في الآتي:

- 1- التعرف على دوافع استخدام المواطن السوداني لليوتيوب وما تحققه من إشباع.
- 2- التعرف على عادات وأنماط استخدام المواطن السوداني لليوتيوب.
- 3- الكشف عن معدل استخدام المواطن السوداني لليوتيوب.
- 4- معرفة الآثار السلبية والإيجابية التي يتركها استخدام اليوتيوب من قبل المواطن السوداني.

أهمية الدراسة:

تكتسب الدراسة أهميتها من الآتي:

- 1- أهمية شبكات التواصل الاجتماعية فقد انتشرت بسرعة كبيرة وأصبحت جزء لا يتجزأ من الحياة اليومية للأفراد.
- 2- توسع وانتشار استخدام اليوتيوب بين المواطنين السودانيين.
- 3- تسليط الضوء على دوافع استخدام المواطن السوداني لليوتيوب والإشباع التي تحققها له

مصطلحات الدراسة:

- الدافع: مثير داخلي يحرك سلوك الفرد إلى هدف معين ويعرف بأنه القوة التي تدفع الفرد لأن يقوم لاستخدام: نشاط اجتماعي يتحول إلى نشاط عادي في المجتمع بفضل التكرار والقدم، فحينما يصبح الاستعمال مكرراً ويندمج في ممارسات وعادات الفرد يمكن حينئذ الحديث عن الاستخدام والتعريف الاجرائي له في هذه الدراسة هو استخدام المواطن السوداني للفيس بوك والإفادة المرجوة من مضامينه
- الإشباع: هو إرضاء رغبة وبلوغ هدف ما وهي مؤثرات نفسية واجتماعية لاستخدام وسائل الاعلام بغية الوصول إلى نتائج خاصة يطلق عليها الإشباعات⁽¹⁾
- اليوتيوب: هو موقع الكتروني للتواصل الاجتماعي وهو التعبير المستخدم لوصف أي موقع الكتروني يخول للمستخدمين انشاء ملفات شخصية ونشرها بشكل عالٍ عبر هذا الموقع⁽²⁾

(2) جرار، ليلى احمد جرار، (2012) الفيس بوك والشباب العربي، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، ط1، ص51

2- الإطار النظري والدراسات السابقة.

2-1-اليوتيوب:

إحدى شبكات التواصل الاجتماعي التي تتيح خدمات تكوين صفحات شخصية واليوتيوب شبكة متخصصة للتواصل من خلال ملفات الفيديو والمدونات المكتوبة ويعرفها دوفي (عبد الواحد، 2009) أنها قناة التواصل والاتصال من بعد تسمح للمستخدمين من التحميل والمشاركة بمقاطع الفيديو ويعرفها هاموند بأنها شبكة للتواصل والمشاركة بملفات الفيديو عبر الإنترنت مع السماح للمشاركين بالتواصل حول تلك الملفات.

وتعرفه مها صلاح بأن اليوتيوب أحد أهم مواقع الفيديو التشاركية والتي حولت الويب من مستودع للمعلومات إلى موقع للتواصل والتشبيك من حيث المشاركة في إنتاج الملفات وتكاملها ومناقشة ملفات الفيديو بين مجموعة من المستخدمين (محمد، 2023)

خصائص موقع اليوتيوب:

من أهم خصائص موقع اليوتيوب:

- 1- يسمح بنشر ومشاركة مختلف ملفات الفيديو والمسجلة بشتى أنواع الحفظ
- 2- سهولة الاستخدام
- 3- يمكن لكل مستخدم انشاء قناة لليوتيوب
- 4- يمكن للمستخدم الاشتراك في قنوات عديدة لاستقبال المحتوى منها
- 5- يعطي درجة من الأمان لحجب الملفات غير اللائقة
- 6- الإيجابية والتشاركية في استخدام ملفات الفيديو (اشرف، 2009) 3

سلبيات وإيجابيات اليوتيوب:

أولا الإيجابيات:

- 1- يساعد على عرض المواهب والابداعات من خلاله
- 2- يفيد الأشخاص في التعرف على عادات وتقاليدهم وثقافة مجتمعات مختلفة
- 3- لا يقوم بنشر أو رفع أي محتويات تهمين أي شخص
- 4- يفيد في التعليم من خلال من مقاطع الفيديوهات التي تقدم المعلومات

سلبيات اليوتيوب:

- 1- من خلال اليوتيوب يمكن وضع أي محتوى غير لائق
- 2- قد يعرض مقاطع للتعذيب والتخويف والاعتداء على الأشخاص
- 3- يشغل الكثير من وقت الأطفال مما يؤثر على مستواهم العلمي
- 4- بعض الفيديوهات ت في اليوتيوب غير مناسبة لكل الاعمار (شيماء، 2022) 4

2-2-النظريات المفسرة للدراسة.

نظرية الاستخدامات الإشباعية:

العناصر الأساسية للنظرية:

تتكون من ستة عناصر هي:

- أ- افتراض الجمهور النشط: يتحدد مفهوم نشاط الجمهور في عدة ابعاد أهمها، الانتقائية ويتمثل في اختياره وسيلة اتصال معينة واختيار التعرض لمضمون معين البعد الثاني هو النفعية فجمهور وسائل الاعلام يختار المضمون الذي يشبع حاجات ودوافع معينة، ثالثا العمودية وهو أن يعتمد افراد الجمهور اختيار وسيلة معينة لإشباع حاجات ما، ومصدرها هو خصائص فردية واجتماعية وثقافية. رابعا الاستغراق ويحدث على المستوى الإدراكي والتأثيري والسلوكي، فإن استغراق الجمهور مع المضامين الإعلامية يعتمد على مدى توحدهم مع الشخصيات التي تقدم تلك المضامين، خامسا مناعة التأثير هناك محدودية في تأثير وسائل الاتصال على تفكير الجمهور وسلوكه، فالجمهور لا يريد أن يتحكم فيه أي شيء واحد

- ب- يرى باحثو الاستخدامات الإشباعات أن العديد من احتياجات وسائل الاعلام لدى الافراد تنشأ نتيجة لتفاعلهم مع بيئتهم الاجتماعية ودعم التكامل الاجتماعي وللعمليات الاجتماعية في المجتمع
- ج- دوافع تعرض الجمهور لوسائل الاعلام: إلى فئتين هما:
دوافع نفعية: تهدف إلى التعرف على الذات واكتساب المعرفة والخبرات والاشكال التعليمية التي يمكن التحصيل عليها عبر الأخبار والبرامج الثقافية والتعليمية
- دوافع طقوسية: ويستهدف هذا النوع من الدوافع قضاء الوقت والاسترخاء والصدقة والهروب من المشكلات وتعبر عن الدوافع الطقوسية برامج الترفيه بصفة عامة
- د- التوقعات من وسائل الاعلام: يتوقع الافراد من التعرض لوسائل الاعلام إشباعاً لحاجاتهم وتقوم هذه التوقعات على الأصول النفسية والاجتماعية لهؤلاء الافراد، ويرى كاتز أن مفهوم توقعات الجمهور بقيمة الإشباعات الكامنة والمحتملة التي تنطوي عليها محتوى الرسائل والتي يمكن أن تتحقق لهؤلاء الافراد، أحد المفاهيم الأساسية التي تنطلق منها افتراضات مدخل الاستخدامات الإشباعات لا وتقوم عليها دراساتها حول الجمهور النشط
- هـ- التعرض لوسائل الاعلام: دوافع الافراد تؤدي بهم إلى التعرض لوسائل الاتصال الجماهيري ويعبر زيادة تعرض الجمهور بوجه عام لوسائل الاعلام عن نشاط الجمهور وقدرته على اختيار المعلومات التي تلبي حاجته
- و- إشباعات وسائل الاعلام: يوجد نوعين من الإشباعات
إشباعات المحتوى: وتنقسم إلى نوعين (سامح، 2008) 11
إشباعات توجيهية: تتمثل في الحصول على المعلومات وتأكيد الذات وهي ترتبط بكثرة التعرض والاهتمام والاعتمادية على وسائل الاعلام

إشباعات اجتماعية: وهي ربط المعلومات التي يحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية
إشباعات العملية: وهي الإشباعات التي تحدث بعيداً عن المحتوى ذاته كان يتعرض المتلقي للمحتوى من اجل الترفيه أو استهلاك الوقت أو الانعزال الاجتماعي وهي تنقسم إلى نوعين: (فكر، 2005) 12
إشباعات شبه توجيهية: وتتحقق من خلال الإحساس بالتوتر والدفاع عن الذات وتنعكس في برامج التسلية والترفيه
إشباعات شبه اجتماعية: وهي من خلال التوحد مع شخصيات وسائل الاعلام (بومعيزة، 2006) 13
نظريات الاستخدامات والإشباع في الاعلام الجديد:
حظيت النظرية باهتمام كبير من قبل الباحثين في وسائل الاعلام الجديد في محاولة لفهم دوافع وأنماط استخدام تلك الوسائل الإشباعات التي تتحقق للجمهور من خلال تجربتهم لها فبعد أن كان تركيز الدراسات المبكرة في نظرية الاستخدامات الإشباعات ينصب فقط حول وسائل الاعلام التقليدية مثل مشاهدة التلفزيون والاستماع إلى الراديو الا انه تحول مع بداية العصر الرقمي، حيث بدأ العلماء في هذه النظرية في ضوء التقنيات الإعلامية الجديدة وتوجهوا لدراسة الفرص التفاعلية التي تقدمها هذه التقنيات الجديدة.

ثانياً- الدراسات السابقة:

- الدراسة الأولى: سلوم محمود عبد الرحيم (محمود، 2021) 5
تقوم هذه الدراسة على المنهج الوصفي من خلال وصف ظاهره لموضوع الدراسة، وتحليل بياناتها باستخدام استبانة لدراسة أثر المضامين الإعلامية على اليافعين المستخدمين لموقع اليوتيوب في الوطن العربي، حيث تم دراسة متغيرات الدراسة من خلال تحويل المتغيرات غير الكمية إلى متغيرات كمية قابلة للقياس، وذلك بهدف التعامل معها في اختبار الفرضيات وبيان نتائج التوصيات الدراسة، بعد أن تم إخضاعها إلى التحليل الإحصائي
تهدف الدراسة بشكل أساسي إلى تقصي أثر المضامين الإعلامية في موقع اليوتيوب على اليافعين في العالم العربي، ويتفرع عن هذا الهدف، الأهداف الفرعية التالية:
1. الهدف من استخدام الإنترنت من قبل اليافعين.
2. المضامين الإعلامية الأكثر مشاهدة من قبل اليافعين على موقع اليوتيوب.
3. الأسباب التي تجعل اليافعين يقضون ساعات طويلة على موقع اليوتيوب

- الدراسة الثانية: سارة مصطفى محمود (مصطفى، 2022) 6
لطبيعة المشكلة البحثية وأسلوب معالجتها تنتهي هذه وفقاً للدراسة إلى الدراسات الوصفية Studies Descriptive وهدفت الدراسة إلى التعرف لمضامين الجريمة في موقع اليوتيوب والتعرف على اتجاهات الشباب نحو تلك المضامين، وتوصلت الدراسة إلى أن

استخدام الطلاب لليوتيوب يكون في السكن الجامعي وكشفت الدراسة أيضا أن أكثر مضامين الجريمة هي مقاطع الفيديو المعروضة على اليوتيوب

• الدراسة الثالثة: الشاعر محمد (الشاعر، 2021) 7

تهدف الدراسة المحتوى الإعلامي للقنوات على مواقع اليوتيوب للتعرف على طبيعة المضامين المطروحة وأشكال تفاعل الجمهور معها

بينت نتائج الدراسة اعتماد قنوات اليوتيوب على إنتاج مقاطع الفيديو الخاصة بها أكثر من اعتماده اعلى مقاطع تلفزيونية أو المنتجة بواسطة مؤسسات أخرى وهو ما يتوافق مع ما أظهرته نتائج الدراسة الميدانية من تفاعل المستخدمين لمقاطع الفيديو المنتجة بواسطة الأفراد أكثر من مقاطع الفيديو الاحترافية التي أنتجتها القنوات

• الدراسة الرابعة: محمد الدية مختار (الدية، 2022) 8

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة إلى تحقيق أهداف تتمثل في:

- 1- الكشف عن عادات وأنماط استخدام الطلاب لموقع اليوتيوب
- 2- التعرف عن مدى تفاعل الطلاب مع فيديوهات اليوتيوب
- 3- محاولة رصد اليوتيوب في تنمية الوعي الثقافي لدى الطلبة
- 4- الكشف عن اوجه الاستفادة لطلبة من مضامين موقع اليوتيوب في تنمية الوعي الثقافي

النتائج:

- 1- تتطابق نتيجة دراستنا مع نتيجة الدراسات السابقة لرضا عبد الواحد امين بعنوان: استخدامات الشباب الجامعي لموقع اليوتيوب عن شبكة الإنترنت، في كون الطلبة الجامعيين يستخدمون موقع اليوتيوب بشكل كثيف وان تفاوتت المدة الزمنية التي يقضونها في التصفح، وكذلك تتطابق في تحقيق إشباعات تعمق ب المعرفة

• الدراسة الخامسة: ظافر شبيب فراج (ظافر، 2022) 9

هدفت الدراسة للتعرف على دور اليوتيوب في تشكيل منظومة القيم الاجتماعية للشباب السعودي واستخدم الباحث المنهج الوصفي والاستبانة وعينة بلغت 438 مبحوثا وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها: الهدف الأول الذي يسعى اليه صناع اليوتيوب هي التسلية والمرح أوضحت النتائج أن أبرز الموضوعات التي يحرص صناع اليوتيوب على تضمينها في مواقعهم هي القضايا الدينية ووضحت الدراسة أن أبرز سلبيات اليوتيوب تتمثل في منح الشهرة لمن لا يستحقها

• الدراسة السادسة : عقلية دبة. محمد مليك (مليك، 2021) 10

هدفت الدراسة إلى الكشف عن مدى مساهمة محتويات موقع اليوتيوب في تنمية الوعي الثقافي من خلال دراسة عينة من الطلبة في كلية الاعلام بجامعة العربي ام البواقي والتي تم اختيارها بصفة قصدية واعتمدت الدراسة على صحيفة الاستبيان وتوصلت لنتائج أهمها أن مضامين اليوتيوب لعبت دورا مهما في زيادة تنمية الوعي الثقافي لدى الطلبة وكذا مساهمتها في اكسابهم معلومات وخبرات مختلفة في شتي المجالات

التعليق على الدراسات السابقة:

تناولت الدراسة الاولى أثر المضامين الإعلامية في موقع اليوتيوب على اليافعين في العالم اما الدراسة الثانية فتناولت الجريمة في اليوتيوب وانعكاساتها على سلوك الشباب ، اما الدراسة الثالثة تطرقت إلى المضامين المعالجة في قنوات اليوتيوب ومدى إدراك الجمهور المصري لها ، اما الدراسة الرابعة فقد ركزت علي دور اليوتيوب في تنمية الوعي الثقافي لدي الطلبة الجامعيين ، اما الدراسة الخامسة عن دور اليوتيوب في تشكيل منظومة القيم الاجتماعية للشباب السعودي اما الدراسة السادسة تناولت اليوتيوب في تنمية الوعي الثقافي لدي الطلبة الجامعيين جامعة ام البواقي ووجه الشبه بين هذه الدراسة والدراسات السابقة في انها جميعا تناولت موقع اليوتيوب اما أوجه الاختلاف فكل الدراسات السابقة ركزت علي استخدام اليوتيوب وتأثيره في قضايا متعددة اما هذه الدراسة فقد تطرقت إلى موضوع مختلف وهو دوافع استخدام اليوتيوب والإشباعات والحاجات التي يمكن أن يحققها للمستخدمين السودانيين

3- منهجية الدراسة ونوعيتها.

منهج الدراسة:

تعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية، من حيث النوع، كما يستخدم البحث المسحي وهو المنهج الأنسب لموضوع البحث، ومنهج البحث يعد جهداً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف الظاهرة ويستخدم في البحوث الوصفية التي تستهدف وصف سمات أو آراء أو اتجاهات وسلوكيات عينة من الأفراد ممثلة لمجتمع ما، وبما يسمح بتعميم المسح على المجتمع المكانية: تم تطبيق هذه الدراسة على مواطني ولاية الخرطوم لأنها تتسم بالتنوع ووجود الشرائح المختلفة للجمهور بخصائصها المختلفة كذلك استقرار شبكة الإنترنت مما يسهل عملية الاستخدام لموقع لليوتيوب الحدود الزمانية: شمل العام 2023م وتم اختيار هذه الفترة للوقوف على الواقع الحالي لدوافع استخدام لليوتيوب من قبل المواطن السوداني

عينة الدراسة: تمت عن طريق العينة المتاحة وذلك بتصميم استمارة الاستبيان عبر (قوقل درايف) وارسالها عن طريق رابط تم إرساله إلى أفراد عينة الدراسة وقد بلغ عددهم (350) مبحوث

جدول رقم (1) خصائص عينة الدراسة:

النسبة	التكرار	النوع
64,4%	236	ذكر
35,6%	114	انثي
100%	350	الإجمالي
النسبة	التكرار	العمر
9,4%	33	20عام – 25عام
42%	147	26عام – 31عام
34,8%	122	32عام – 37عام
9,8%	34	38عام – 43عام
4%	14	44عام – 49عام
100%	350	الإجمالي
النسبة	التكرار	المستوى التعليمي
17,4%	61	ثانوي
66,9%	234	جامعي
15,7%	55	فوق الجامعي
100%	350	الإجمالي

من الجدول أعلاه يتضح أن عدد الذكور أعلى من عدد الإناث وهذا شيء طبيعي لأن الوصول إلى الذكور أسهل في مجتمعاتنا من قبل الباحث الرجل، ولكن نسبة الإناث في هذه الدراسة تعتبر معقولة لأن في بعض المجتمعات العربية من الصعب الوصول لهذا العدد من الإناث لاعتبارات منها صعوبة أن يرسل الباحث في هذه المجتمعات رابط الكتروني عبر اليوتيوب الواتساب والفايس بوك وغيرها من وسائل التواصل الاجتماعي.

أما الأعمار الأعلى فهي تتراوح 26-36عام وهي سن شبابية مناسبة وهي تعتبر الأكثر استخداماً لليوتيوب لما لهذه الأعمار من القدرة والطاقة لمواصلة التواصل في اليوتيوب لساعات طويلة لا تتحملها الأعمار الأكبر من ذلك، إذ أن التعامل المستمر يحتاج إلى تركيز وجهد يتوفر لدى هذه الفئة العمرية.

289 من أفراد العينة وهي غالبية ساحقة هم من المستوى الجامعي وفوق الجامعي وذلك يرجع إلى ثورة التعليم العالي في السودان التي فتحت عدد مقدر من الجامعات حيث كان في السنوات الماضية عدد الجامعات خمسة فقط والآن في كل ولاية صارت هناك جامعة وبلغ عددها 88 جامعة كما لاحظ الباحث سهولة فهم أسئلة الاستبيان والإجابة عليها بوعي ونضج دون اغفال لأي سؤال وهذا يرجع للمستوى التعليمي الجيد لعينة الدراسة.

أداة الدراسة:

اعتمدت الدراسة على أداة الاستبيان، حيث تم تصميم استبيان الكتروني احتوى على (15) سؤال من الأسئلة التي تغطي المتغيرات والجوانب التي تحقق أهداف الدراسة وتقدم إجابات كاملة حولها وتم توزيع الاستبيان الإلكتروني على عينة من المواطنين السودانيين بولاية الخرطوم

إجراءات الصدق والثبات: ويقصد بالصدق: أن المقياس الذي يستخدمه الباحث يقيس بالفعل ما ينبغي أن يقاس، وقد استخدم الباحث أسلوب الصدق الظاهري، حيث قام بعرض صحيفة الاستبيان على مجموعة من المحكمين المتخصصين في مجال الإعلام (المحكمون) 14 ذلك بهدف التأكد من صلاحية الاستمارة لجمع المعلومات وبناء على التعديلات التي قدمت من السادة المحكمين قام الباحث بأجراء التعديلات المطلوبة لتصبح استمارة الاستبيان في شكلها النهائي والتي أصبحت صالحة للقياس. أما الصدق التجريبي تم عن طريق وضع أسئلة تأكيدية لقياس نفس الشيء بأسلوبين مختلفين كما اعتمد الباحث على الاتساق الداخلي بين إجابات الأسئلة المترابطة

أما فيما يخص اختباراً لثبات فقد قام الباحث باختيار 10% من افراد عينة الدراسة وبعد أسبوعين تم إعادة ارسال نفس الاستبانة - وبالتطبيق على البيانات التي تم الحصول عليها وجدت أن معامل الاتساق الداخلي يبلغ 910، وهو معامل مرتفع ذو دلالة علمية عالية ويزيد الاطمئنان على صلاحية الاستمارة.

تحليل البيانات:

اختار الباحث طريقة العرض الجدولي للبيانات الإحصائية لما فيها من شرح كافي ووافي للبيانات الكمية وسهولة معرفة دلالات الأرقام الإحصائية ومن ثم التحليل الكيفي لهذه البيانات

طريقة جمع البيانات الإحصائية:

اعتمد الباحث على طريقة العينة المتاحة والتي تم اختيارها لتمثل المجتمع وتجري عليها الدراسة وتعمم النتائج

أداة تحليل البيانات الكمية:

استخدم الباحث طريقة الدائرة البيانية وفي هذه الطريقة يتم رسم دائرة ثم تحسب زاوية قطاع كل قيمة على حدة برسم تلك الزاوية داخل الدائرة حتى تنتهي الدائرة وتحسب زاوية قطاع الجزء من العلاقة: زاوية قطاع الجزء:

وقد اختارها الباحث بسهولة

التكرار الفعلي للجزء

زاوية قطاع الجزء:

مجموع التكرارات

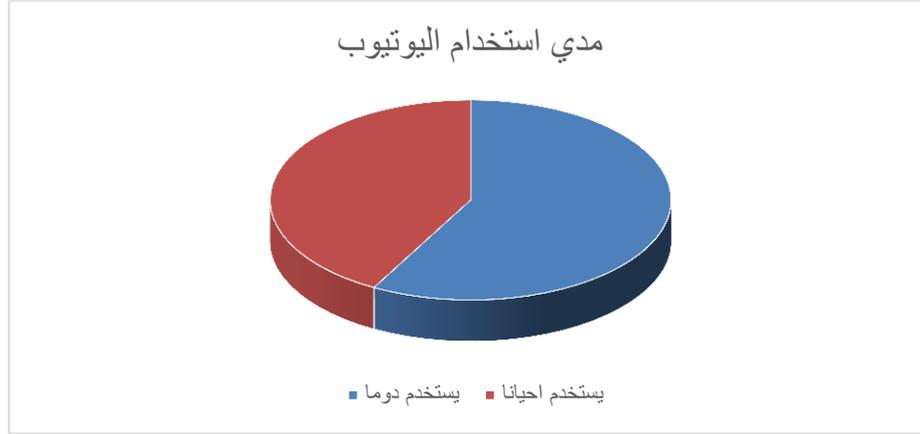
استخدامها واستيعابها للبيانات مهما كانت كميتهما بالأخص أن الدراسة تعتمد مجموعة من التساؤلات. طريقة عرض النتائج: في هذه الخطوة قام الباحث بالتحليل الكيفي لكل جدول عي حدة ووضع هذا التحليل أسفل كل جدول كمي ومن ثم تجميع كل النتائج في صفحة النتائج

4-نتائج الدراسة ومناقشتها.

محور الاستخدام لليوتيوب:

جدول رقم (2) يوضح مدى استخدام افراد عينة الدراسة لليوتيوب

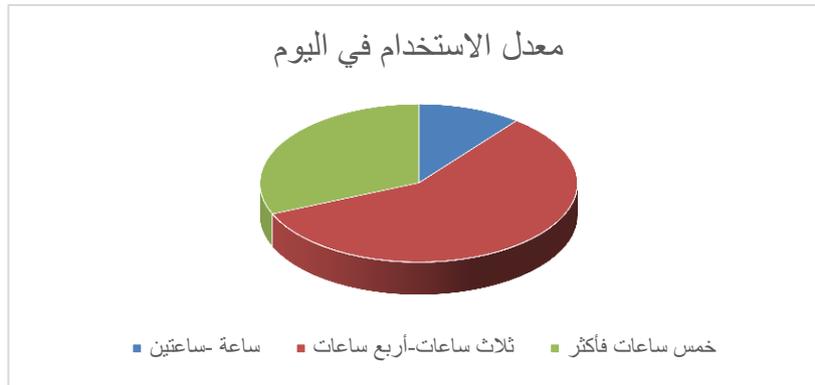
النسبة	التكرار	الفئات
58 %	203	يستخدم دوما
42 %	147	يستخدم احيانا
100 %	350	الإجمالي



يتضح أن نسبة عالية جدا من افراد عينة الدراسة يواظبون باستمرار على استخدام اليوتيوب ويرجع للمميزات التي يتميز بها لليوتيوب من خلال السماح بالرد على التعليقات والمناقشة حول القضايا المختلفة بشكل الفيديوهات التي تعتمد على الصورة والصوت جعله موضع اهتمام المستخدمين السودانيين.

جدول رقم (3) يبين معدل استخدام اليوتيوب خلال اليوم

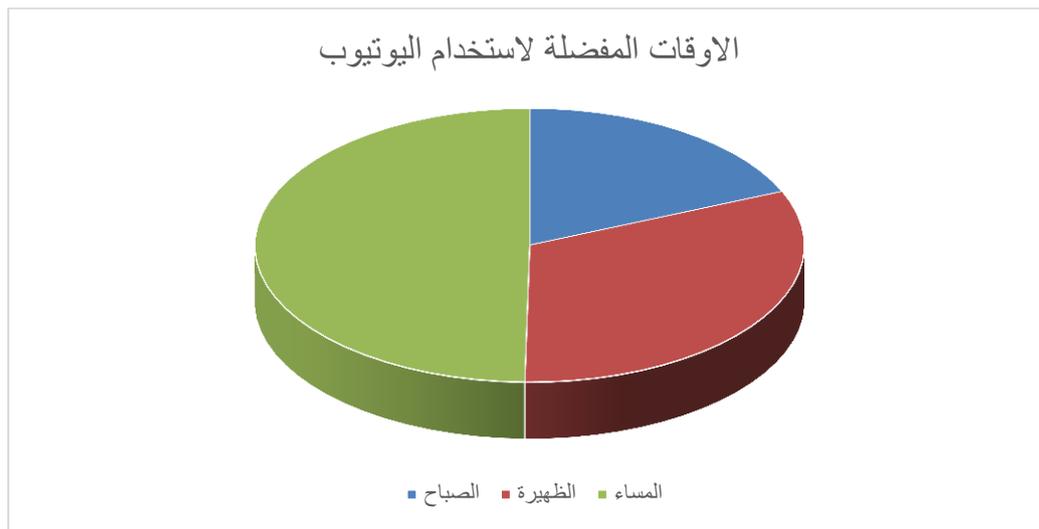
النسبة	التكرار	الفئات
10,6%	37	ساعة -ساعتين
58%	203	ثلاث ساعات-أربع ساعات
31,4%	110	خمس ساعات فأكثر
100%	350	الاجمالي



الاستخدام الأكثر تراوح بين ثلاث ساعات إلى أربع ساعات خلال اليوم، ويعتبر مناسب مقارنة بالظروف التي يعيشها المواطن السوداني، والتي أجبرته على التواجد خارج المنزل لتوفير احتياجاته اليومية والتي أجبرت الظروف الطالب الجامعي أيضا للعمل لتوفير مصاريفه الدراسية وكثير من طلاب الجامعات يعملون اياما خلال الأسبوع.

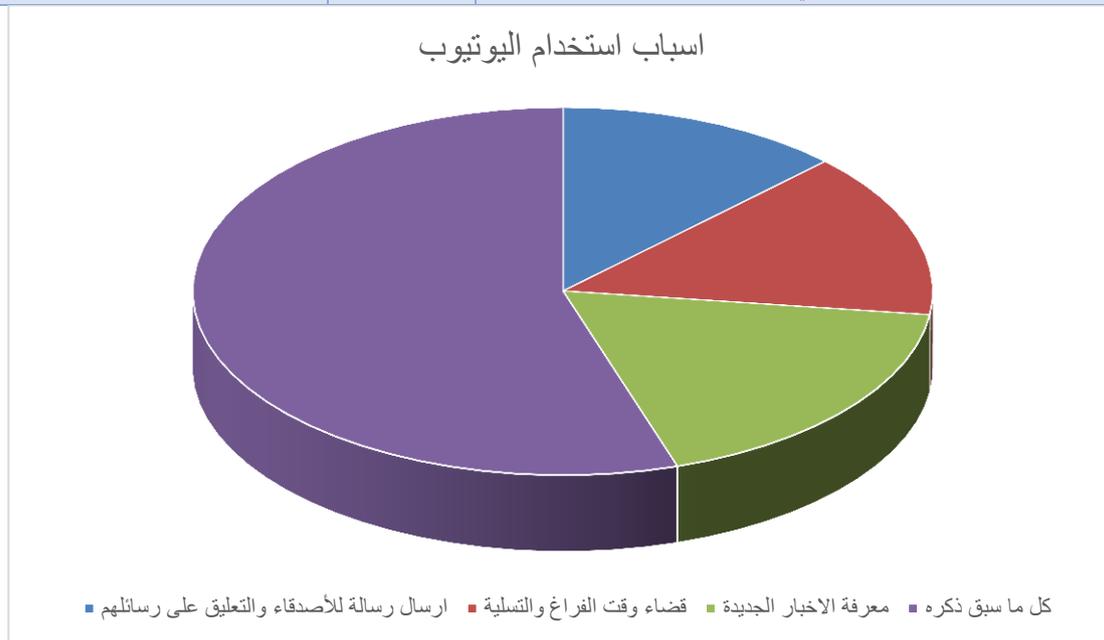
جدول رقم (4) يوضح الأوقات المفضلة لاستخدام اليوتيوب

النسبة المئوية	التكرار	الفئات
18,6%	65	الصباح
31,7%	111	الظهيرة
49,7%	174	المساء
100%	350	الإجمالي



المساء يعتبر هو الوقت المناسب لاستخدام اليوتيوب من قبل افراد العينة لأن طبيعة العمل أو الدراسة في السودان غالبا ما تنتهي في المساء حين يرجع المواطن السوداني إلى منزله بعكس بعض الدول التي يكون فيها العمل على دوامين صباحا ومساء. جدول رقم (5) يبين الاسباب التي من اجلها يفضل افراد العينة استخدام اليوتيوب

النسبة	التكرار	الفئات
12,7%	44	ارسال رسالة للأصدقاء والتعليق على رسائلهم
14,7%	51	قضاء وقت الفراغ والتسلية
18%	63	معرفة الأخبار الجديدة
55,3%	193	كل ما سبق ذكره
100%	350	الاجمالي

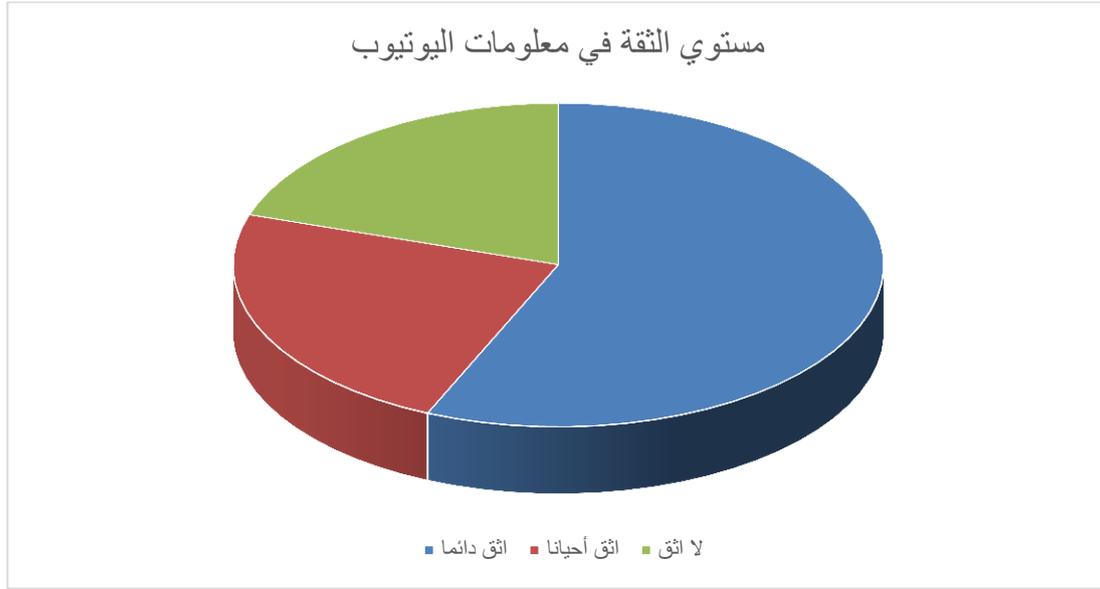


أكد افراد عينة الدراسة أن الأسباب التي من اجلها يستخدمون اليوتيوب هي التواصل مع الأصدقاء وقضاء وقت الفراغ وتحقيق التسلية ومعرفة الأخبار الجديدة وجميعها متوفرة في وسيلة اليوتيوب عبر الصوت والصورة وكذلك إمكانية الكتابة كلها خصائص ومميزات جعلت من اليوتيوب وسيلة للتواصل العالمي بين الافراد المشتركين، فقد صار الخبر في قرية نائية وصغيرة احداثه تحتل موقع اليوتيوب ويسمح للمشاركين مناقشة هذه الاحداث ومعرفة كل تفاصيلها

(ج) محور دوافع استخدام عينة الدراسة لليوتيوب:

جدول رقم (6) يوضح مستوى ثقة افراد العينة في المعلومات المقدمة عبر اليوتيوب

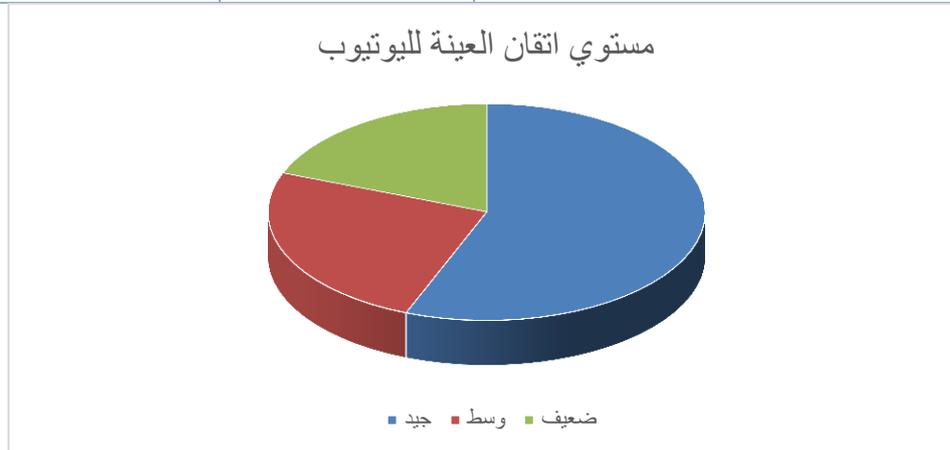
النسبة	التكرار	الفئات
61,9%	198	اثق دائما
25,6%	82	اثق أحيانا
12,5%	70	لا اثق
100%	350	الاجمالي



أكد افراد العينة ثقتهم فيما يعرض في اليوتيوب من أخبار ومعلومات وفي رأيهم أن السبب في هذه الثقة يرجع الى تفاعل المشتركين في هذه الوسيلة وإمكانية زيادة عددهم وخصوصا إذا تكونت مجموعات للنقاش والتواصل والتحاوور مما يسهل نفي معلومة أو خبر إذا وردت في اليوتيوب من قبل أي شخص لذلك من الصعب على أحد المشتركين الأتيان بمعلومة غير مؤكدة.

جدول رقم (7) يبين مستوى اتقان افراد عينة الدراسة للفييس بوك

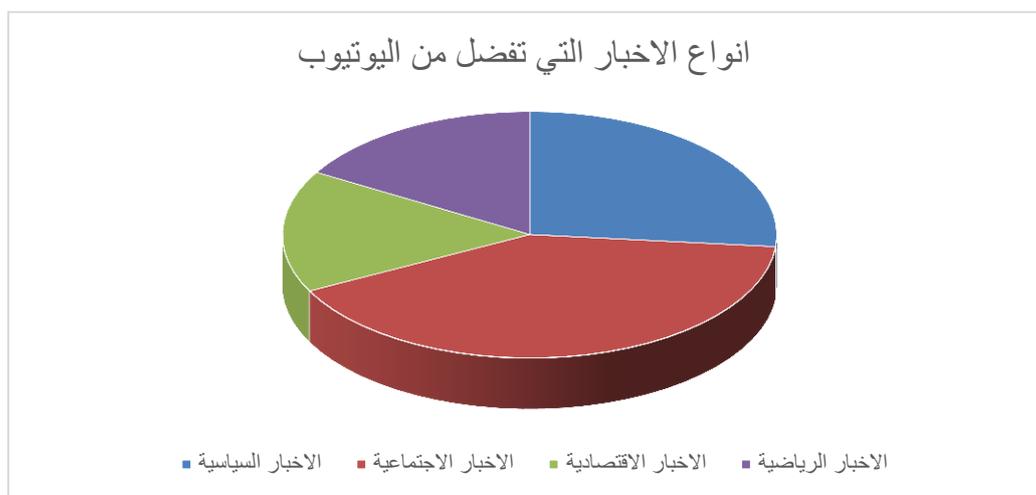
النسبة	التكرار	الفئات
56%	196	جيد
24,9%	87	وسط
19,1%	67	ضعيف
100%	350	الاجمالي



درجة إتقان أفراد الدراسة لليوتيوب مما يؤكد سهولة ويسر الاستخدام دون تعقيدات كثيرة، وفي رأي أن السبب أيضا يرجع للإشباع المعرفية والطقوسية التي يحققها اليوتيوب لأفراد العينة لذلك يسعى كل فرد لإتقان الاستخدام، لأن الحافز الذي يجده في اليوتيوب يجبره على هذا الإتقان

جدول رقم (8) يبين نوع الأخبار التي يفضلها أفراد الدراسة من استخدامهم لليوتيوب

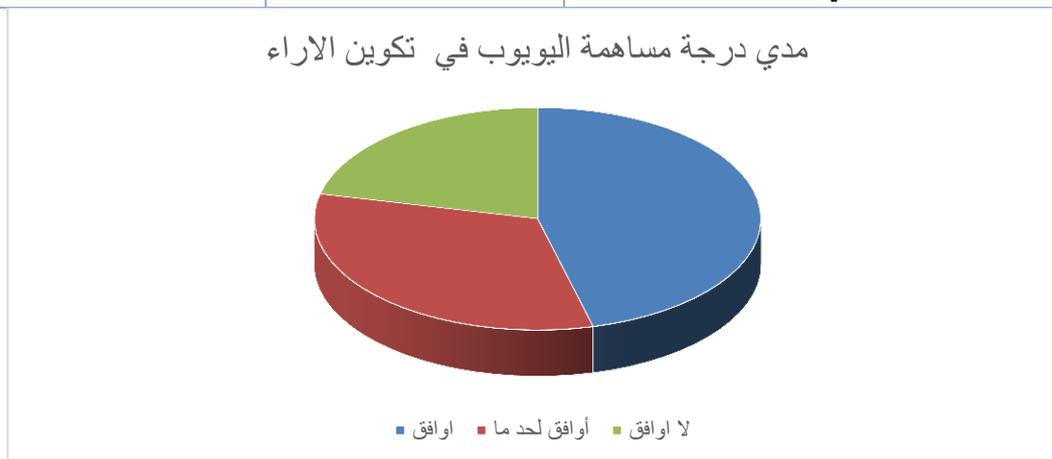
النسبة	التكرار	الفئات
26,6%	93	الأخبار السياسية
40,9%	143	الأخبار الاجتماعية
16%	56	الأخبار الاقتصادية
16,5%	58	الأخبار الرياضية
100%	350	الإجمالي



الأخبار الاجتماعية جاءت في المقدمة وتلها السياسية وهي من أنواع الأخبار التي يفضلها المستخدم السوداني الذي هو كثير الاهتمام بما يدور في المجتمع وكذلك أخبار المسؤولين ومناسباتهم الاجتماعية ومعرفة ما يدور داخل أروقة الحكم من أخبار سياسية منها المحلية والعالمية والإقليمية كلها دوافع تجعله مهتما بها.

جدول رقم (9) يبين اذا ما كان المواطن السوداني يستخدم اليوتيوب ليكون رايه حول القضايا المطروحة

النسبة	التكرار	الفئات
46%	161	أوافق
32,5%	114	أوافق لحد ما
21,5%	75	لا أوافق
100%	350	الإجمالي

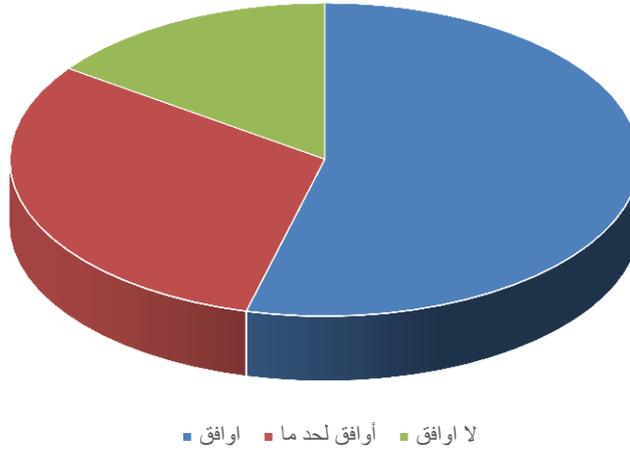


كثير من القضايا تطرح للمناقشة على اليوتيوب تحتاج من المستخدم أن يكون راي حولها بناءا على الشواهد والأدلة التي تدعمها الآراء المختلفة، فالشخص لا يكون رايه تجاه قضية ما، الا بعد أن يستمع الى جميع الآراء، لذا يعتبر هذا من أهم دوافع الاستخدام لليوتيوب لذا يستخدمه المواطن السوداني لتكوين راي تجاه بعض القضايا المطروحة عليه

جدول رقم (10) يبين مدى حصول افراد العينة على المعلومة بسهولة من اليوتيوب

النسبة	التكرار	الفئات
% 54	189	أوافق
%30,9	108	أوافق لحد ما
%15,1	53	لا أوافق
%100	350	الإجمالي

مدى سهولة الحصول من اليوتيوب المخطط

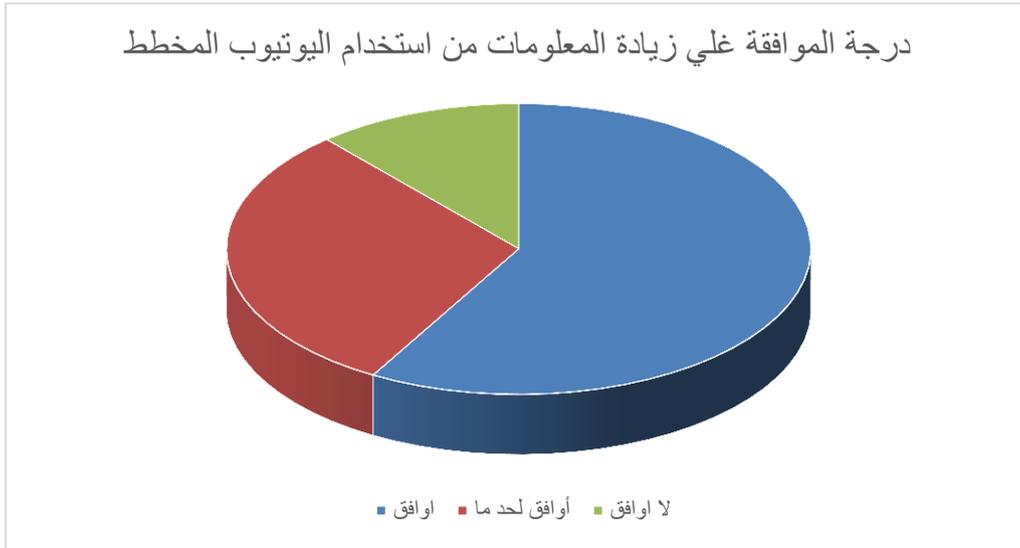


من دوافع الاستخدام سهولة وصول المستخدم للمعلومات التي يطلبها، وقد أكد افراد العينة سهولة الوصول للمعلومات من خلال استخدامه اليوتيوب، فاذا كانت هناك سهولة لأي شخص لأن يصل للمعلومة بطريقة ميسرة حتما سيستخدم هذا المصدر، فكلما زادت المتاعب للوصول للمعلومة كلما قلت دافعية الاستخدام للوسيلة أو الموقع

(د) محور الإشباع التي يحققها اليوتيوب لأفراد عينة الدراسة:

جدول رقم (11) يبين اذا ما كان اليوتيوب قد أسهم في زيادة معلومات افراد عينة الدراسة

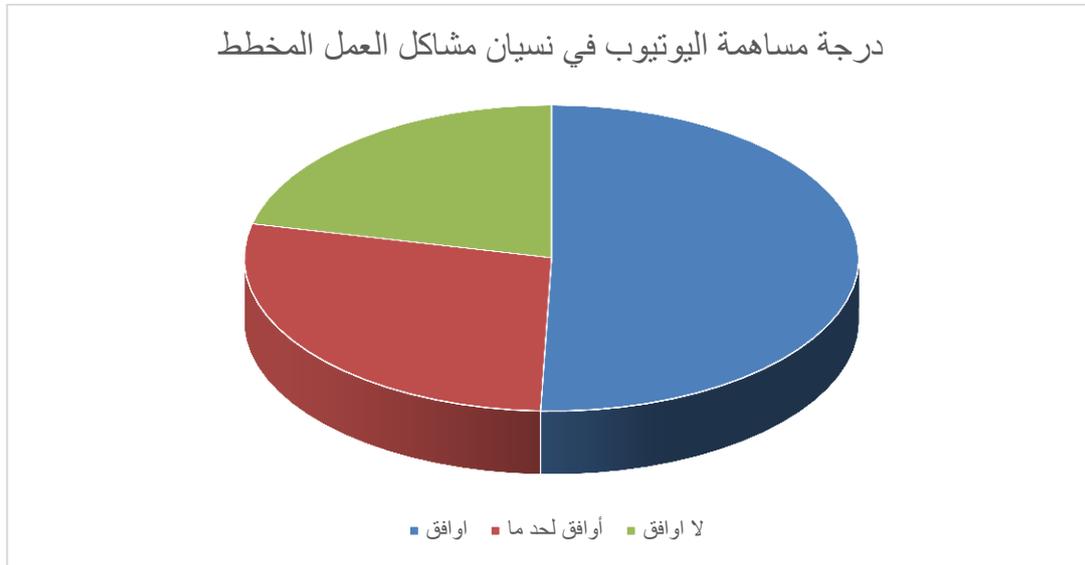
النسبة	التكرار	الفئات
%58,3	204	أوافق
%30,3	106	أوافق لحد ما
%11,4	40	لا أوافق
%100	350	الإجمالي



من الجدول أعلاه يتضح أن اليوتيوب قد أشبع المنفعة المعرفية لدى افراد العينة وهذا الإشباع في زيادة حصيلة المعلومات ضرورية لكل مستخدم فهو يسعى لزيادة معلوماته في شتي الأنواع إذا كانت سياسية ام اقتصادية ام اجتماعية ام رياضية ام طلبية الخ100

جدول رقم (12) يبين اذ ما كان اليوتيوب يستخدم لنسيان مشاكل العمل لأفراد عينة الدراسة

الفئات	التكرار	النسبة
أوافق	177	50,6%
أوافق لحد ما	98	28%
لا أوافق	75	21,4%
الإجمالي	350	100%

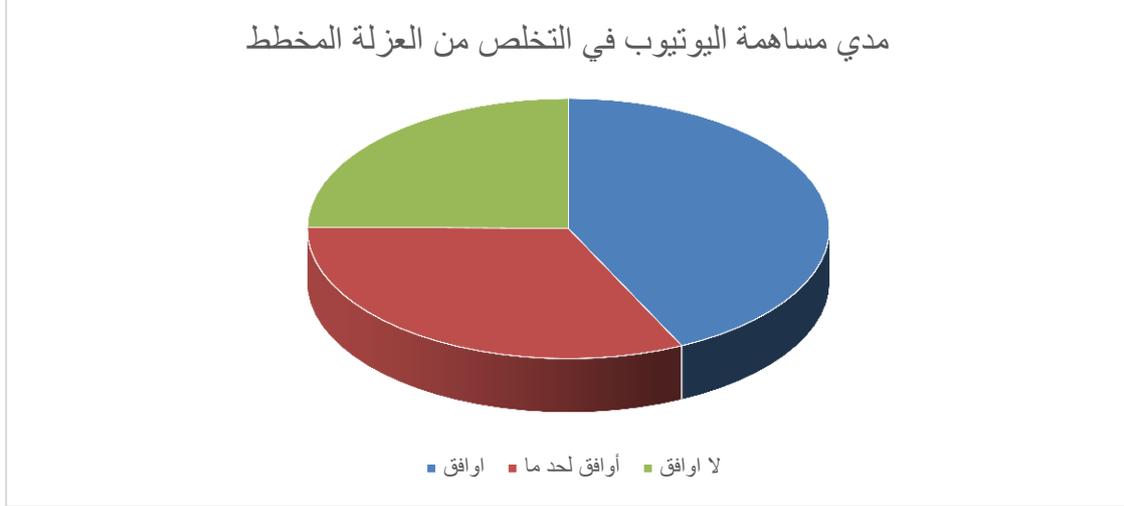


ضغوط العمل متشعبة ومتعددة بالأخص في عصرنا هذا الذي يتطلب السرعة في انجاز أي عمل، كما أن الضغوط لزيادة الاجر صارت الهم للكثيرين، واليوتيوب بما يحتويه من إمكانيات منها الترفيهية، والموضوعية يلجا اليها المواطن السوداني لإشباع رغبته في التخفيف من توترات هذه الضغوط لذلك وافق افراد عينة الدراسة على استخدام اليوتيوب لأنه يساعد على نسيان مشاكل العمل

جدول رقم (13) يوضح اذ ما كان استخدام اليوتيوب قد خلص افراد العينة من الشعور بالوحدة والعزلة

الفئات	التكرار	النسبة
أوافق	150	42,9%
أوافق لحد ما	98	28%
لا أوافق	75	21,4%
الإجمالي	350	100%

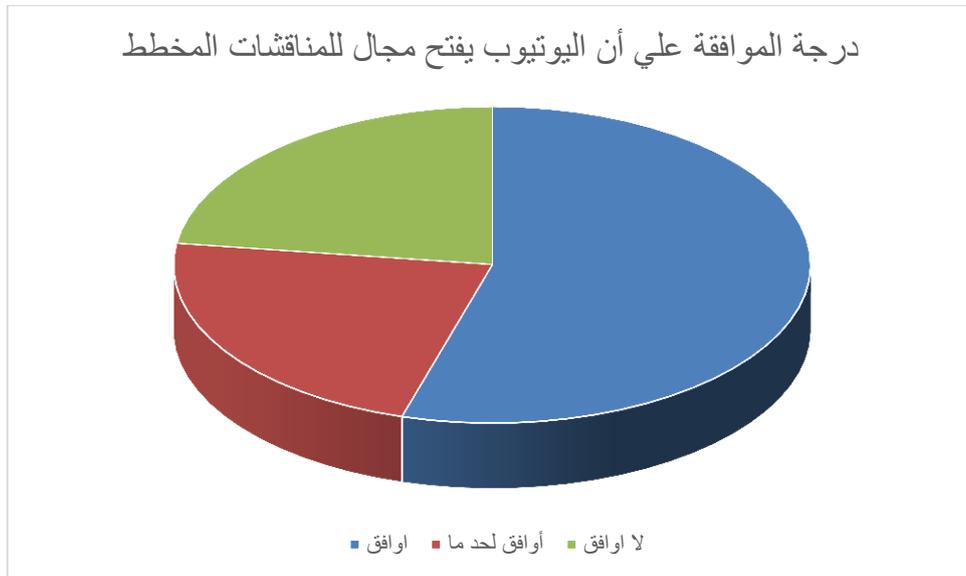
النسبة	التكرار	الفئات
%32.2	113	أوافق لحد ما
%24.9	87	لا أوافق
%100	350	الإجمالي



البعد عن العزلة والوحدة حاجة مطلوبة لأي شخص للحصول على التوافق النفسي والمعرفي مع الآخرين الذي يسعى كل فرد لإشباعها وذلك بالاندماج مع الآخرين وان تكون له بصمة معرفية يشارك الآخرين بأرائه وقد أكد افراد عينة الدراسة أن اليوتيوب يحقق هذا الإشباع

جدول رقم (14) يوضح اذ ما كان اليوتيوب يساعد في فتح مواضيع للنقاش مع الآخرين

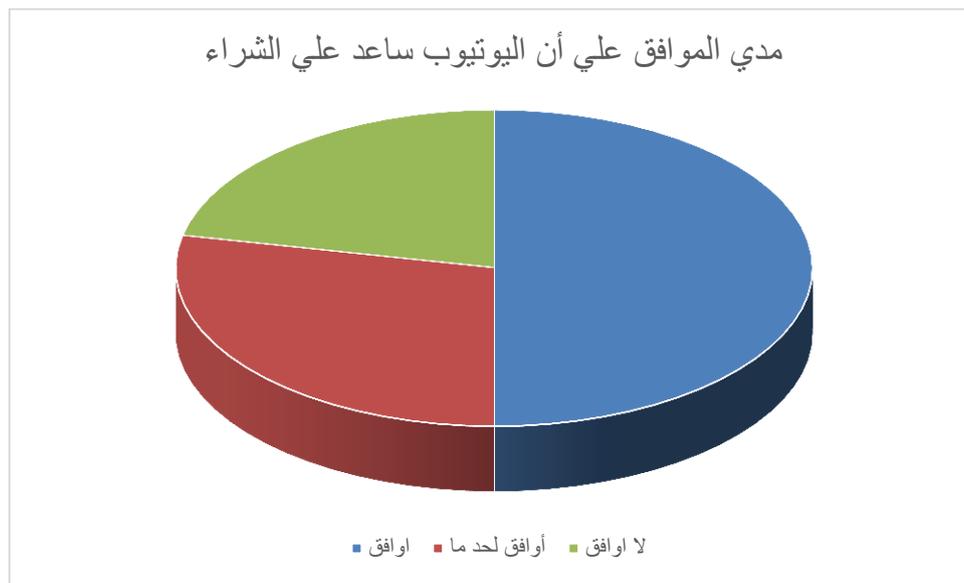
النسبة	التكرار	الفئات
%54,6	191	أوافق
%22,6	79	أوافق لحد ما
%22,8	80	لا أوافق
%100	350	الاجمالي



تكوين مجموعات حوارية في اليوتيوب يساعد كثيرا في طرح مواضيع تهم المجموعة، وكما أن تعدد الأفكار داخل هذه المجموعات يمكن من طرح قضايا لم يتطرق لها من قبل أو حتى قضايا مسكوت عنها وهذا ما أكده افراد عينة الدراسة في أن استخدام اليوتيوب يشبع هذه الحاجة

جدول رقم (15) يوضح اذ ما كان اليوتيوب قد سهل التسوق والشراء على افراد عينة الدراسة

النسبة	التكرار	الفئات
50%	175	أوافق
28.3	99	أوافق لحد ما
21,7%	76	لا أوافق
100%	350	الاجمالي



من الجدول أعلاه يوضح أن اليوتيوب يحقق هذا الإشباع ومرات يتم عن طريق الإعلانات الالكترونية التي توضع في الموقع وأخيرا لجا المعلنين لإنشاء صفحات خاصة بهم للإع لأن عن سلعتهم، حتى العقارات والسيارات صارت موجودة لها صفحات تخص هذه الشركات، كما أن استخدام اليوتيوب سهل للبعض السؤال عن جودة السلعة المعروضة باستشارة المشتركين معهم في المجموعة عن قيمتها وغير ذلك

خلاصة بأهم النتائج:

- أ- محور الاستخدام لليوتيوب:
1. أكد افراد عينة الدراسة انهم يستخدمون دوما اليوتيوب.
 2. وضحت الدراسة أن معدل استخدام اليوتيوب من قبل المواطن السوداني يتراوح بين ثلاث ساعات – أربع ساعات خلال اليوم.
 3. المساء يعتبر الوقت المفضل لاستخدام اليوتيوب من قبل افراد عينة الدراسة.
 4. كشفت الدراسة أن الأسباب التي من اجلها يفضل المواطن السوداني استخدام اليوتيوب هي ارسال رسالة للأصدقاء والتعليق على رسائلهم وقضاء وقت الفراغ ومعرفة الأخبار الجديدة
- ب- محور دوافع استخدام عينة الدراسة لليوتيوب:
1. المواطن السوداني يثق دائما في المعلومات المقدمة من اليوتيوب.
 2. المواطن السوداني اتقانه جيد في استخدام اليوتيوب.
 3. بينت الدراسة أن الأخبار الاجتماعية هي أكثر أنواع الأخبار التي يفضلها المواطن السوداني.
 4. وافق غالبية المواطنين السودانيين انهم يستخدمون اليوتيوب لتكوين رأى حول القضايا المطروحة.
 5. أكد افراد عينة الدراسة انهم يحصلون على المعلومات بسهولة من اليوتيوب.

ج- محور الإشباع التي يحققها استخدام اليوتيوب:

1. أشارت الدراسة أن اليوتيوب ساعد افراد عينة الدراسة على نسيان مشاكل العمل.
2. بينت الدراسة أن استخدام المواطن السوداني لليوتيوب قد أسهم في زيادة معلوماته.
3. اكدت الدراسة أن استخدام اليوتيوب قد خلص افراد العينة من الشعور بالوحدة والعزلة
4. ساعد استخدام اليوتيوب المواطن السوداني في فتح مواضيع للنقاش مع الاخرين.
5. أكد المواطن السوداني أن استخدامه لليوتيوب سهل له التسوق والشراء

التوصيات والمقترحات.

1. يجب على المواطن السوداني الاستفادة القصوى من اليوتيوب فيما يفيد من خلال تبادل المعلومات بين الأصدقاء
2. على المستخدم السوداني لليوتيوب البعد عن اثارة الفتن والشائعات والنعرات القبلية.
3. على القائمين بأمر الاتصالات في السودان العمل على تقوية شبكة الإنترنت في السودان حتى يتمكن المواطن السوداني من الاستفادة من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ومنها وسيلة اليوتيوب.
4. الابتعاد عن انشاء حسابات وهمية للتأثير على عقول المستخدمين وخصوصا فئة الشباب.

قائمة المراجع.

- جاد، سامح السيد جاد (2008) استخدامات المواد الترفيهية التلفزيونية الفضائية وإشباعها، دراسة على عينة من الشباب اليمني، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، القاهرة
- جلال، حسن أشرف، (2009) أثر شبكات العلاقات الاجتماعية التفاعلية للإنترنت على العلاقات الاجتماعية للأسر المصرية. مؤتمر كلية الاعلام، جامعة القاهرة 17
- الدية مختار، محمد(2022) دور اليوتيوب في تنمية الوعي الثقافي لدى الطلبة الجامعيين، رسالة ماجستير جامعة العربي، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية
- سارة مصطفى محمود (2022)، الجريمة في اليوتيوب وانعكاساتها على سلوك الشباب، رسالة ماجستير جامعة جنوب الوادي، كلية الاعلام،
- السعيد، بومعزة، (2006)، أثر وسائل الاعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، دراسة استطلاعية لمنطقة البلدة، رسالة دكتوراه جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والاعلام، قسم الاعلام والاتصال، الجزائر
- سلوم محمود، (2021) كلية الاعلام، جامعة الشرق الأوسط، رسالة ماجستير، أثر المضامين الإعلامية في موقع اليوتيوب على اليافعين في العالم العربي،
- شعبان، شيماء (2022)، أطفالنا واليوتيوب القاهرة: دار الفكر العربي، ص12
- ظافر شبيب فراج، (2022) دور اليوتيوب في تشكيل منظومة القيم الاجتماعية للشباب السعودي، رسالة ماجستير، جامعة نايف للعلوم الأمنية، كلية العلوم الاجتماعية
- عبد الباقي، عثمان فكر(2005) استخدامات النخبة العلمية لوسائل الاتصال، دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، القاهرة
- عبد الواح رضا، (ابريل 2009م، استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتيوب، ورقة بحثية قدمت لمؤتمر الاعلام الجديد بجامعة البحرين، ص511
- عقيلة دبة محمد مليك، (2021) دور اليوتيوب في تنمية الوعي الثقافي لدى الطلبة الجامعيين جامعة ام البواقي، كلية الاعلام
- محمد، الشاعر، (2021) المضامين المعالجة في قنوات اليوتيوب ومدى إدراك الجمهور المصري لها دراسة تطبيقه، رسالة الماجستير، كلية الاعلام، جامعة الأزهر
- محمد، جابر خلف الله، (2023) مفهوم اليوتيوب ونشاته وخصائصه بيروت، ص13