

اعتماد المراهقين على فيديوهات قصص النجاح على اليوتيوب وعلاقته بمستوى الطموح لديهم.

أميعة معوض عبدالصمد عبدالسلام
أ. د. سامية موسى إبراهيم
أستاذ المناهج وطرق التدريس بقسم تربية الطفل كلية البنات جامعة عين شمس
د. عمرو محمد عبدالله نحلة
مدرس بقسم الإعلام وثقافة الأطفال بكلية الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس

الملخص

مشكلة الدراسة وتساؤلاتها: في ضوء ظهور وسائل التواصل الاجتماعي أصبح الكثير من المراهقين يهربون بشكل ملحوظ من الواقع الاجتماعي للانطلاق إلى أفاق جديدة باحثين عن مواد إعلامية تتوافق مع اهتماماتهم حيث قامت مجموعات من الشباب بعمل فيديوهات قصص نجاح على موقع يوتيوب سواء يحكى فيها قصة خاص بالشخص نفسه أو أشخاص آخرين، يتحدثون فيها عن حياة أشخاص حققوا النجاح رغم الفشل والصعوبات وأن يكون الشخص واثق من نفسه وعنده طموح كي يقدر على تحقيق أحلامه. وقصص النجاح تعتبر وسيلة للتفكير عن أحلامهم وإخراج طموحاتهم الكامنة وتساعد في التعرف على العديد من النماذج الناجحة والإطلاع على تجارب الآخرين واكتساب خبرات جديدة. ويرتفع مستوى الطموح عند المراهقين وينخفض عند البعض الآخر وينعكس ذلك على حياتهم، ومع ظهور مواد إعلامية على اليوتيوب تتصف بالإيجابية والدعم النفسي وحل الكثير من مشاكل الشباب من خلال هذه الفيديوهات. ومن خلال ملاحظة الباحثة وقيامها بدراسة استطلاعية على ٥٠ مراهق توصلت من خلالها إلى أن المراهقين يهتمون بمتابعة هذه الفيديوهات على اليوتيوب، ومن خلال ذلك اهتمت الباحثة بدراسة العلاقة بين استخدام المراهقين لهذه الفيديوهات وعلاقته بمستوى طموحهم. ومن خلال ذلك استطاعت الباحثة تحديد مشكلة الدراسة في التساؤل ما العلاقة بين استخدام المراهقين لفيديوهات قصص النجاح على اليوتيوب وعلاقته بمستوى الطموح لديهم؟

أهداف الدراسة: تهدف الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين استخدام المراهقين لفيديوهات قصص النجاح على اليوتيوب وعلاقته بمستوى الطموح لديهم.

نوع ومنهج الدراسة: اعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح بالعينة، عينة من المراهقين من سن (١٨ - ٢١) عاما.

الأدوات: من خلال صحيفة الاستبيان ومقياس الطموح.

النتائج: توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين مستوى الطموح لدى المراهقين ومعدلات تعرضهم لفيديوهات قصص النجاح على موقع اليوتيوب، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون المستوى الاقتصادي للأسرة، وذلك على مقياس الإشباع المتحقق من مشاهدتهم فيديوهات قصص النجاح على موقع اليوتيوب.

Adolescents rely on videos of Success Stories on Youtube And its relation to their level of ambition

Problem& questions: In the light of the emergence of social media, many adolescents have become a conscious escape from the social reality to embark on new horizons in search of information materials in line with their interests. Success stories are a way to breathe out of their dreams, drive out their underlying ambitions, help them learn about many successful models, learn about others' experiences, and gain new experiences. And the level of ambition among adolescents and decreases in others and reflected on their lives, and with the emergence of information materials on YouTube is characterized by positive and psychological support and solve many of the problems of young people through videos. And through the observation of the researcher and the study of the survey on 50 adolescents, through which they found that adolescents interested in the follow-up of these videos on YouTube and through this researcher can identify the problem of study in the following question What is the relationship between teenagers' use of YouTube success stories and their relationship to their level of ambition?

Objectives: The study aims to identify the relationship between adolescents' use of YouTube success stories and their relation to their level of ambition.

Type& Methodology: This study was based on the sample survey methodology. for a sample aged (18- 21) years.

Tools: The questionnaire and the aspiration scale

Results: There is a positive correlation between the level of ambition of adolescents and their rates of exposure to the videos of success stories on the site of YouTube, and There were no statistically significant differences between the groups of respondents who represent the economic level of the family on the measure of satisfaction. Content obtained from watching the videos of success stories on YouTube.

تحتاج المكتبة الإعلامية إلى مزيد من الأبحاث حيث التزايد المستمر في الإقبال على الموقع حيث يأتي موقع يوتيوب في مصرفى المركز الثانى فى ٢٠١٨ حسب ترتيب موقع اليكسا.

٣. أهمية الفئة العمرية التى تتناولها الدراسة وهى مرحلة المراهقة حيث تمثل قطاعا كبيرا فى المجتمع.

٤. أهمية اليوتيوب والدور الذى يلعبه فى حياة المراهقين.

٥. تساهم هذه الدراسة فى تعميق مفهوم استخدام موقع يوتيوب كموقع بإمكانه التأثير فى ثقافة جيل كامل.

فروض الدراسة:

١. الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى الطموح لديهم ممن يشاهدون فيديوهات قصص النجاح على موقع اليوتيوب تبعا لاختلاف المستوى الاقتصادي للأسرة (مرتفع- متوسط- منخفض)
٢. الفرض الثانى: توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين دوافع مشاهدة المراهقين لفيدويوهات قصص النجاح على اليوتيوب ومستوى الطموح لديهم.
٣. الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى الطموح لديهم ممن يشاهدون فيديوهات قصص النجاح على موقع اليوتيوب وفقا للنوع (ذكور- إناث).
٤. الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين مستوى الطموح لدى المراهقين ومعدلات تعرضهم لفيدويوهات قصص النجاح على موقع اليوتيوب.

مصطلحات الدراسة:

يمكن تحديد وصياغة مصطلحات الدراسة إجرائيا كما يلي:

٢ التعريف الإجرائى لفيدويوهات قصص النجاح: هى عبارة عن قصص تقدم من خلال فيديوهات على موقع اليوتيوب عن حياة أشخاص حققوا النجاح فى حياتهم رغم مواجهة الصعاب.

٢ التعريف الإجرائى لمستوى الطموح: "سمة مميزة للفرد الطموح تشير إلى تميزه بالتفاؤل، والمقدرة على وضع الأهداف، وتقبل كل ما هو جديد وتحمل الفشل والإحباط، والتي تظهر من خلال ما حققه الفرد من نجاح فى حياته".

نوع الدراسة:

تنتمى هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التى تستهدف تناول الظاهرة موضوع الدراسة وهى استخدام المراهقين لفيدويوهات قصص النجاح على اليوتيوب وعلاقتها بمستوى الطموح لديهم.

منهج الدراسة:

استخدمت الباحثة منهج المسح الإعلامى لعينة من المراهقين من سن (١٨- ٢١) عاما.

متغيرات الدراسة:

٢ المتغير المستقل: يتمثل فى استخدام المراهقين لفيدويوهات قصص النجاح على اليوتيوب.

٢ المتغير التابع: يتمثل فى مستوى الطموح لدى عينة من المراهقين.

٢ المتغيرات الوسيطة: وتتمثل فى المتغيرات الديموجرافية (النوع- السن- المستوى الاقتصادي الاجتماعى- مستوى تعليم الوالدين).

مجتمع وعينة الدراسة:

طبقت الدراسة على عينة عشوائية قوامها ٤٠٠ طالب وطالبة من الطلاب المقيدون بكليات وهى عينة من المراهقين فى مرحلة المراهقة المتأخرة، من طلاب الفرق الأربعة وقد تم تحديد اختيارهم بأسلوب العينة العشوائية غير المنتظمة لتمثيل كافة متغيرات الدراسة.

الدراسات السابقة:

٢ المحور الأول الدراسات التى اليوتيوب والمراهقين:

يعد موقع يوتيوب مصدرا هاما فى نقل ثقافة المجتمعات وتكوين الأذهان والتأثير على النواحي النفسية والاجتماعية والثقافية وغيرها، وذلك بسبب انتشاره الواسع فى وقتنا الراهن وقدرته على الإبهار واستيلائه على أوقات المستخدمين، كما أنه تعرض للمراهقين (محل الدراسة) النقص الذى يشعرون به فى المجتمع، كما أن نوعية المعلومات والأخبار والثقافات والقضايا المقدمة لهم وتنوعها بشكل مستمر يجعل موقع يوتيوب قوة حقيقية بإمكانها صنع الصورة النمطية وصياغتها عند الجمهور وتلبية حاجاته المختلفة، وكذلك تغيير أو تشكيل واقعهم الاجتماعى أو الافتراضى.

ويمثل الطموح أهم أبعاد الشخصية الإنسانية، لأنه يعد بمثابة المؤشر الذى يمثل سلوك الإنسان فى تعامله مع نفسه ومع بيئته حيث أن كثيرا ما يطرق على أسماعنا كلمة الطموح التى تطلق عادة على الشخص الذى يستطيع تحدى الظروف والصعاب، ويجيد التخطيط السليم عند وضع أهدافه المستقبلية ويعمل جاهدا فى سبيل تحقيق هذه الأهداف والوصول إلى غايته المنشودة.

ويعتبر اليوتيوب من أهم الوسائل الإعلامية التى تعرض العديد من الفيديوهات بمختلف اللغات عن كيفية النجاح فى الحياة ويقوم بعرض العديد من قصص الناجحين وينمو طموحاتهم وأمالهم فى مجالات عديدة للإقتداء بهم فى الحياة وأيضا تهتم بمستوى النمو الإنسانى فى مختلف مراحل الحياة لتنمية قدرات الإنسان، وطاقاته البدنية، العقلية، النفسية، الاجتماعية، المهارية، الروحية... الخ.

هذه الفيديوهات تهدف بوصول الإنسان بمجهوده ومجهود ذويه إلى مستوى مرتفع من الإنتاج والدخل، بجانب تنمية القدرات الإنسانية من خلال توفير فرص ملائمة للتعليم وزيادة الخبرات.

وترى الباحثة أن لكلا منا طموحات متعددة فى مختلف نواحي الحياة، وفى الدراسة الحالية على دراسة العلاقة بين استخدام المراهقين لفيدويوهات قصص النجاح على اليوتيوب وما تتركه تلك العلاقة من تأثير على طموحات هؤلاء المراهقين الذى يعتبر محك مهم جدا حيث يعكس هذا الطموح على ثقة المراهقين بنفسه وقدراته وتوقعاته نحوها وانطلاقا من هذه العلاقة القائمة بينهم يمكننا التنبؤ بمستقبل الفرد أو المراهق بشكل عام.

مشكلة الدراسة وتساؤلاتها:

استطاعت الباحثة تحديد مشكلة الدراسة فى التساؤل ما العلاقة بين استخدام المراهقين لفيدويوهات قصص النجاح على اليوتيوب وعلاقته بمستوى الطموح لديهم؟، وينبثق من هذا التساؤل عدة تساؤلات فرعية للدراسة الميدانية كما يلي:

١. ما قصص النجاح التى تفضل مشاهدتها على اليوتيوب وما أسباب تفضيلك لها؟
٢. ما الصعوبات التى تواجهك أثناء مشاهدة فيديوهات قصص النجاح على اليوتيوب؟

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين استخدام المراهقين لفيدويوهات قصص النجاح على اليوتيوب وعلاقته بمستوى الطموح لديهم، وينبثق منه الأهداف الآتية:

١. الوقوف على دوافع واشباعات التى تحققها فيديوهات قصص النجاح على اليوتيوب.
٢. قياس مستوى الطموح لدى المراهقين من (١٨- ٢١) عينة الدراسة.
٣. التوصل إلى حجم تعرض المراهقين لفيدويوهات قصص النجاح على اليوتيوب.
٤. التعرف على قصص النجاح التى يفضل المراهقين مشاهدتها وأسباب تفضيلهم لها؟

أهمية الدراسة:

١. أهمية دراسة مستوى الطموح لدى المراهقين والاستفادة العلمية فى تنمية الطموح لدى المراهقين
٢. يعد موضوع الدراسة من البحوث الحديثة فى مجال الدراسات الإعلامية، حيث

على اختيار المحافظة الأعلى استخداماً للإنترنت، بين محافظات الجمهورية وكانت محافظة القاهرة، وتمثلت عينة الدراسة في عينة عمدية من المراهقين ممن يستخدمون موقع يوتيوب قوامها ٤٠٠ مفردة من الذكور والإناث بمحافظه القاهرة البالغين من عمر (١٥-١٨) عاما ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة إلى أن ٤٩,٥% من المبحوثين يستخدمون اليوتيوب بصفة دائمة ويستخدمه أحيانا ٤١% ويستخدمه نادرا ٩,٥%، وجاءت الموضوعات الفنية في مقدمة الموضوعات التي يفضل المبحوثين مشاهدتها على موقع يوتيوب ثم الموضوعات الرياضية ومواقف وخرائب ثم الأحداث والأخبار السياسية، وتمثلت دوافع استخدام المبحوثين لموقع يوتيوب كالتالي: بالنسبة للدوافع النفسية جاءت معرفة الأخبار والأحداث الجارية وبالنسبة للدوافع الطوقسية جاءت وسيلة مسلية تملأ أوقات الفراغ، وتمثلت الانشغالات التي يحققها زيادة المعرفة والإطلاع واكتشاف معلومات جديدة عن الآخرين ثم التسلية والترفيه ثم الشعور بالمتعة والسعادة.

٥. دراسة (أسماء مسعد عبدالمجيد، ٢٠١١) (٦) وعنوانها "اعتماد الشباب المصري على مضامين ملفات الفيديو على الإنترنت في متابعة الأحداث المحلية: دراسة مسحية" واستهدفت الدراسة التعرف على اعتماد الشباب المصري على مضامين ملفات الفيديو على الإنترنت في متابعة الأحداث المحلية وذلك لرصد درجة اعتماد الشباب على مقاطع الفيديو كمادة إعلامية بديلة والوقوف على أنواع التأثيرات المصاحبة لهذا الاعتماد وتتنمى هذه الدراسة إلى الدراسات التحليلية لمقاطع الفيديو التي تناولت أحداث المحلة وإضراب ٦ إبريل، والفتنة الطائفية والتحرش والتعذيب، ودراسة مسحية للمتعاملين مع ملفات الفيديو على شبكة الإنترنت من الشباب ما بين فئات العمر من (٢٠-٤٠) سنة. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أوضحت نتائج الدراسة أن موقع يوتيوب له الأولوية في تفصيلات الجمهور لمتابعة ملفات الفيديو بنسبة ٣,٥% يليه موقع جوجل ثم الياهو وكانت أكثر المضامين تفضيلا الدروس الدينية والخطبات، وجاءت نسبة المشاركة في مواقع الفيديو لدى الجمهور بنسبة ٤٩% كتعبير عن دور المواقع في عرض الأحداث اليومية، وبينت الدراسة وجود علاقة ارتباطية دالة بين الاعتماد على ملفات الفيديو وبين الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على هذا الاعتماد، ووجود علاقة ارتباطية دالة بين الاعتماد على ملفات الفيديو وكثافة متابعتها وزيادة الإقبال على المناقشة والتفاعل.

II المحور الثاني الدراسات التي تناولت مستوى الطموح:

١. رسالة (بسام ابوزيد نمر، ٢٠١٤) (٧) وعنوانها "علاقة تعرض الشباب الجامعي لبرامج المسابقات في التلفزيون المصري بمستوى الطموح لديهم" استهدفت هذه الدراسة التعرف على برامج المسابقات التلفزيونية لأفراد العينة، وأن متوسط أعمار الطلاب المشاهدين لهذه البرامج هو ١٩ سنة، وأن أكثر نسبة تشاهد هذه البرامج هم طلاب الفرقة الرابعة والتي تقترب من التخرج من الجامعة، استخدمت الدراسة استمارة الاستبيان، ومقياس للطموح. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن هناك نسبة مقاربة بين الذكور والإناث في مشاهدة برامج المسابقات التلفزيونية المعروضة على التلفزيون المصري بقنواته الفضائية العامة والخاصة حيث بلغ عدد الذكور ٢١٦ مفردة بنسبة ٥٤% بينما بلغت نسبة عدد الإناث ١٨٤ بنسبة ٤٦%، وأن أكثر البرامج التي يشاهدها الشباب الجامعي هي برامج المسابقات الغنائية والترفيهية بعدد ٢٠٣ مفردة بنسبة ٥٠,٧٥% تليها برامج المسابقات الحوارية بعدد ٧٨ مفردة بنسبة ١٩,٥%، وأن أكثر البرامج مشاهدة من جانب الشباب الجامعي ديل أور نو ديل بعدد ١٦٥ مفردة بنسبة ٤١,٣% وجاء في الترتيب الثاني برنامج من سيربح المليون بعدد ١١٣ مفردة بنسبة ٢٨,٣%.

١. دراسة (صابر محمد ابوبكر، ٢٠١٦) (٨) وعنوانها "المضامين المقدمة عبر موقع يوتيوب وعلاقتها بثقافة نشر السلام لدى المراهقين"، واستهدفت هذه الدراسة إلى التعرف على المضامين المقدمة عبر موقع يوتيوب وعلاقتها بثقافة نشر السلام لدى المراهقين، واعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة بشقيه التحليلي والميداني، وتمثلت عينة الدراسة في عينة عشوائية من المراهقين سن ١٨ سنة أولى جامعة وتكونت من ٤٠٠ مفردة من جامعتي عين شمس، و٦ أكتوبر. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة جاءت نسبة من يستخدمون اليوتيوب بشكل دائم وصلت إلى ٩٦% مما يؤكد مدى أهميته.

٢. دراسة (دوروثي دويت وآخرون، ٢٠١٣) (٩) وعنوانها "إمكانيات اليوتيوب للتعليم والتعلم في الفنون المسرحية"، استهدفت هذه الدراسة التعرف على مدى ملائمة استخدام يوتيوب كأداة لتدريس الفنون الأدائية في المستقبل ومعرفة آراء المبحوثين حول فوائد استخدام يوتيوب كأداة للتدريس والتعلم في الفنون الأدائية، والحفاظ على اهتمام الطلاب والإنجاز في التعلم، استخدمت هذه الدراسة The Fuzzy Delphi technique تقنية دلفي غامض للحصول على معرفة آراء المبحوثين، وتمثلت عينة الدراسة من ٢٠ خبيراً من المدرسين والمحاضرين في سبعة مجالات التخصص: الموسيقى والكتابة الإبداعية والمسرح والتلفزيون والفيلم، الرقص، الرسوم المتحركة والفنون الجميلة من أكاديمية الفنون والثقافة والتراث الوطني. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن موقع يوتيوب يعتبر أداة تعليمية هامة، وإن استخدام إمكانيات الموقع كأداة تعليمية في الفنون الأدائية يتماشى مع الاتجاهات الحالية للتعاون والشبكات الاجتماعية في التعليم، وأكدت الدراسة أن وسائل التواصل الاجتماعي فعالة للتعلم، والمتعلمين قادرين على تطوير مهارات التفكير على مستوى أعلى مثل صنع القرار وحل المشكلات، فهناك على اليوتيوب العديد من مقاطع الفيديو تتضمن عناصر سمعية وبصرية من أجل لاستخدامها للتعليم، وأشارت الدراسة إلى أن التعلم مع عناصر الوسائط المتعددة تكون فعالة لأنشطة التعلم للمتعلمين وتجعلهم قادرين على رؤية، وسماع وإنتاج الأنشطة المطلوبة.

٣. دراسة (ماري روي، ٢٠١٢) (١٠) تأثير مشاهدة موقع يوتيوب على خبرة المراهق فيما يتعلق بتنمية الذات" وذلك من خلال بناء نموذج لهذه الخبرة، واعتمدت الدراسة على المقابلات المتعمقة من خلال تشكيل ثلاث مجموعات، كل مجموعة تشتمل على سبعة أصدقاء تتراوح أعمارهم ما بين ١٤ إلى ١٨ سنة يتعرضون للمشاهد عبر موقع يوتيوب، ويتم تسجيل ما يقومون به من اختيارات وتعليقات كما يتم إجابتهن على استبيان يتعلق بتنمية الذات. من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أوضح ٩٥,٢% من أفراد العينة أنهم يستخدمون الموقع لمشاهدة المواد المسلية التي ينصحهم بها الأصدقاء، ومع هذا فإن المعرفة هي الباعث الأول لمشاهدتهم للقطات المصورة المختلفة من خلال السعي لتوسيع دائرة الفهم والإحاطة بالأحداث الجارية يليها التخلص من الملل، وأفاد المشاركون أن مشاهدة الفيديو عبر يوتيوب ساعدهم على التعلم بالملاحظة من خلال تطوير الاهتمام الشخصي واكتشاف القدرات المهنية.

٤. دراسة (صابر محمد أحمد، ٢٠١٢) (١١) وعنوانها "استخدامات المراهقين لموقع اليوتيوب والانشغالات المتحققة منها"، حيث استهدفت هذه الدراسة التعرف على استخدام المراهقين لملفات الفيديو على موقع اليوتيوب من حيث التعرض لها، وأماكن التعرض، ومدى مشاركة الآخرين لهم في التعرض. تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، والتي تعتمد على استخدام منهج المسح الإعلامي الميداني، ويتمثل في جمهور المراهقين من طلاب المدارس الثانوية مستخدمى موقع يوتيوب على شبكة الإنترنت، واعتمد فيه الباحث

قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠,١٢٦، وهي قيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠,٠٥، وأشارت الدراسة إلى وجود علاقة موجبة وغير دالة إحصائياً بين دوافع تعرض المراهقين الطقوسية للدراما الأجنبية ومستوى الطموح لديهم حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠,١٠٩، وهي قيمة غير دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٥.

٥. دراسة (أحمد سمير عبدالهادي، ٢٠٠٨)^(١) وعنوانها "استخدام المراهقين للإنترنت وعلاقته بمستوى الطموح لديهم"، حيث استهدفت هذه الدراسة التعرف على علاقة استخدام المراهقين للإنترنت بمستوى الطموح لديهم، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية المقارنة، واعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة، وتمثلت عينة الدراسة في عينة عمدية من المجتمع الأصلي للدراسة تتكون من ٤٠٠ طالبا وطالبة من طلاب الثانوية العامة بالمدارس الحكومية في كلا من محافظتي (المنوفية، والقاهرة)، واستخدمت الدراسة استمارة الاستبيان، مقياس مستوى الطموح، استمارة المستوى الاجتماعي الاقتصادي.

حدود الدراسة:

٢٢ حدود زمنية: وهي الفترة الزمنية التي تم تطبيق الدراسة فيها خلال شهر مايو ٢٠١٨.

٢٣ حدود موضوعية: تتناول هذه الدراسة استخدام المراهقين لفيدويوهات قصص النجاح على اليوتيوب وعلاقتها بمستوى الطموح لديهم.

٢٤ حدود مكانية: تتمثل حدود الدراسة المكانية في مختلف الجامعات.

٢٥ حدود بشرية: سوف تقتصر الدراسة الميدانية على الشباب الجامعي في سن من ١٨ إلى ٢١ عام وهي المرحلة التي تقابل مرحلة المراهقة المتأخرة.

الإطار النظري:

٢٦ اليوتيوب والمراهقين: يشهد موقع اليوتيوب إقبالا من الشباب والمراهقين خصوصا من الجنسين ويعتبر موقع اليوتيوب موقعا غير ربحيا وقد أصدر جوجل عام ٢٠١١ قائمة بأكثر ١٠٠ موقع من حيث عدد المستخدمين على مستوى العالم، فكان فيسبوك يليه اليوتيوب ثم ياهو.^(٢)

يتطور أيضا استخدام الشباب والمراهقين ليوتيوب، حيث تضاعف نسبة المراهقين الذين قاموا بتصوير مقاطع الفيديو بأنفسهم وحملوها على اليوتيوب من ٢٠٠٦ إلى ٢٠١٢، حيث وصل نسبتهم ٢٧% من إجمالي الشباب والمراهقين المستخدمين للإنترنت، كما أُقبل الإنثا على المشاركة بشكل أكبر في السنوات الماضية، وأصبح متوفرا على الهاتف المحمول، حيث يصور ٢٨% من الشباب والمراهقين مقاطع فيديو من هواتفهم المحمولة وتحميلها على اليوتيوب.^(٣)

٢٧ الإعلام وقصص النجاح: تتنامى سلطة الإعلام بتسارع كبير في توجيه الجمهور وصناعة الرأي، وتشكل الشخصيات الفكرية والسياسية والاجتماعية جزءا مهما من (الصورة الإعلامية) التي يتلقاها ملايين المشاهدين يوميا مما يستوجب ظهور هذه الشخصيات على أفضل وجه ممكن.

٢٨ ويعتبر التنمية البشرية من أهم موضوعاتها أسرار النجاح وقصص الناجحين وكيف تزرع التفاؤل بحياتك والطموح وتحدي الصعوبات والأزمات.^(٤)

٢٩ اليوتيوب وقصص النجاح: ويعتبر اليوتيوب من أهم الوسائل الإعلامية التي تعرض العديد من الفيديوهات بمختلف اللغات عن كيفية النجاح في الحياة ويقوم بعرض العديد من قصص الناجحين وينمو طموحاتهم وأماليهم في مجالات عديدة للإقتداء بهم في الحياة وأيضا تهتم بمستوى النمو الإنساني في مختلف مراحل الحياة لتنمية قدرات الإنسان، وطاقاته البدنية، العقلية، النفسية، الاجتماعية، المهنية، الروحية... الخ

هذه الفيديوهات تهدف بوصول الإنسان بمجهوده ومجهود نوبه إلى مستوى مرتفع من الإنتاج والدخل، بجانب تنمية القدرات الإنسانية من خلال توفير فرص ملائمة للتعليم وزيادة الخبرات.

٢. دراسة (عزة سنوسي أبوصلح، ٢٠١٣)^(٥) وعنوانها "تعرض الأطفال للإعلانات التلفزيونية وعلاقته بمستوى الطموح لدى عينة من الأطفال من سن (٩ - ١٢) سنة"، حيث استهدفت هذه الدراسة التعرف على العلاقة بين تعرض الأطفال للإعلانات التلفزيونية ومستوى الطموح لدى عينة من الأطفال المصريين بالمرحلة الابتدائية، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة بشقيه التحليلي والميداني وتمثلت عينة الدراسة التحليلية في عينة من الإعلانات التلفزيونية قوامها ٨٦ إعلانات على قناتين فضائيتين قناة توك توك سينما، وقناة سي بي سي دراما خلال دورة تلفزيونية مدتها ثلاثة أشهر، وتمثلت عينة الدراسة في عينة عشوائية من الأطفال قوامها ٤٠٠ مفردة من الأطفال في المدارس الابتدائية الحكومية والخاصة في مصر، واستخدمت الدراسة استمارة استبيان، استمارة تحليل مضمون المقابلة الشخصية ومقياس مستوى الطموح. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن الإعلانات التلفزيونية تؤثر على طموحات الأطفال المستقبلية بنسبة ٩١,٢٣%، وتمثل هذا التأثير في مظاهر متعددة، وأن الأطفال يرغبون في أن يكونوا مثل الأطفال الذين يظهرون في الإعلانات التلفزيونية بنسبة بلغت ٣٧,٣٢% موزعة بين ٣٠,٨١% من إجمالي مفردات عينة البنين في مقابل ٤٣,٨٦% من إجمالي مفردات عينة البنات، وأن هناك علاقة بين كثافة مشاهدة الإعلانات التلفزيونية ومستوى قدرة الأطفال على تحديد ما يريدونه في حياتهم وأهدافهم المستقبلية، وتوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الأطفال على مقياس مستوى الطموح وأبعاده المختلفة تبعا لاختلاف مستويات مشاهدة الأطفال للإعلانات التلفزيونية.

٣. دراسة جوردر (Joarder, 2011)^(٦) عن مستوى الطموح لدى الشباب والعلاقات الوالدية، أن مستوى طموح المراهق وتوقعاته المستقبلية مؤشر هام على بلوغه ونضجه، استهدفت الدراسة التعرف على أهم المشكلات التي تواجه الشباب الريفي وكيفية التصدي لها ومحاولة تفهم طموحات الشباب الريفي من أجل تحقيقها وتحاول الدراسة أيضا التعرف على طبيعة العلاقات الموجودة بين المراهقين وآبائهم وما إذا كان لها أثر في تحديد مستوى الطموح لديهم، وتمثلت عينة الدراسة في عينة قوامها ٤٢٠ طالبا وطالبة، استخدمت الدراسة أداة مقياس الطموح. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة أن ٤١,٤% من أفراد هذه العينة قد عبروا عن رغبتهم في العمل بحرفة مهنية في المستقبل، وأن ٢٧,٦% من أفراد هذه العينة أن هناك صراعات ومشكلاتهم مع آبائهم، وأن العلاقات الاجتماعية الناجحة والتفاعل الإيجابي مع الآخرين الذي يتم من خلال النوادي ومراكز التدريب وغيرها تلعب دورا هاما في تشكيل طموح المراهقين.

٤. دراسة (زكريا إبراهيم الدسوقي، صفاء عطية عبدالدايم، ٢٠٠٩)^(٧) وعنوانها "علاقة مشاهدة المراهقين للدراما الأجنبية المقدمة بالقنوات الفضائية بمستوى الطموح لديهم"، حيث استهدفت هذه الدراسة التعرف على العلاقة بين مشاهدة عينة من المراهقين لمضمون الدراما الأجنبية التي تقدمها القنوات الفضائية ومستوى الطموح لديهم، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة، وتمثلت عينة الدراسة في عينة من المراهقين بمحافظة القاهرة والشرقية ٤٠٠ مفردة من المراهقين في الصفوف الأول والثاني الثانوي، واستخدمت الدراسة صحيفة استبيان لقياس حجم التعرض ومشاهدة المراهقين للدراما الأجنبية من القنوات الفضائية العربية، ومقياس مستوى الطموح. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة وجود علاقة بين مشاهدة المراهقين للدراما الأجنبية وبين مستوى الطموح لديهم، وتشير النتائج إلى وجود علاقة موجبة دالة إحصائياً بين معدل تعرض المراهقين للدراما الأجنبية ومستوى الطموح لديهم حيث بلغت

جدول (٣) نتائج اختبار (ت) t-Test لدلالة الفروق بين المبحوثين على مقياس مستوى الطموح لديهم ممن يشاهدون فيديوهات قصص النجاح على موقع اليوتيوب وفقا للنوع

| المجموعات | العدد | المتوسط | الانحراف المعياري | قيمة (ت) | درجة الحرية | الدلالة |
|-----------|-------|---------|-------------------|----------|-------------|----------|
| ذكور | ١٨٢ | ٢,١١٥ | ٠,٩١٢ | ١,٤٨١ | ٣٨٤ | غير دالة |
| إناث | ٢٠٤ | ١,٩٨٠ | ٠,٨٧٦ | | | |

تشير نتائج اختبار (ت) في الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على مقياس مستوى الطموح لديهم ممن يشاهدون فيديوهات قصص النجاح على موقع اليوتيوب، حيث بلغت قيمة (ت) ١,٤٨١ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند جميع مستوى الدلالة، وبالتالي فقد يثبت عدم صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى الطموح لديهم ممن يشاهدون فيديوهات قصص النجاح على موقع اليوتيوب وفقاً للنوع (ذكور - إناث).

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين مستوى الطموح لدى المراهقين ومعدلات تعرضهم لفيدويوهات قصص النجاح على موقع اليوتيوب.

جدول (٤) معامل ارتباط سبيرمان للتعرف على العلاقة بين مستوى الطموح لدى المراهقين ومعدلات تعرضهم لفيدويوهات قصص النجاح على موقع اليوتيوب

| المتغير | العدد | قيمة سبيرمان | الدلالة |
|--|-------|--------------|---------|
| معدل تعرض المراهقين لفيدويوهات قصص النجاح على اليوتيوب | ٣٨٦ | ٠,٥١٤٤٢٠ | دالة** |

تشير نتائج الجدول السابق أنه باستخدام معامل ارتباط سبيرمان أتضح وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائياً بين مستويات الطموح لدى المراهقين عينة الدراسة ومعدل تعرضهم لفيدويوهات قصص النجاح على موقع اليوتيوب، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط سبيرمان ٠,٥١٤٤٢٠** وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠١، وبالتالي فقد ثبت صحة الفرض القائل: توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين مستوى الطموح لدى المراهقين ومعدلات تعرضهم لفيدويوهات قصص النجاح على موقع اليوتيوب.

جدول (٥) يوضح أكثر قصص النجاح التي يفضلها المراهقين عينة الدراسة على موقع اليوتيوب وفقاً للنوع

| النوع | ذكور | | إناث | | الإجمالي | قيمة (Z) | الدلالة | الترتيب |
|------------------------------|------|------|------|------|----------|----------|---------|---------|
| | ك | % | ك | % | | | | |
| أثرى العالم | ٧٧ | ٤٢,٣ | ٨٨ | ٤٣,١ | ١٦٥ | ٤٢,٧ | ٠,٠٨١ | ٤ |
| لاعبى الكرة | ٧٦ | ٤١,٢ | ٨١ | ٣٩,٧ | ١٥٦ | ٤٠,٤ | ٠,١٤٧ | ٦ |
| متحدى الإعاقه | ١١٧ | ٦٤,٣ | ١٢٩ | ٦٣,٢ | ٢٤٦ | ٦٣,٧ | ٠,١٠٣ | ١ |
| فنانين | ٣٦ | ١٩,٨ | ٤٣ | ٢١,١ | ٧٩ | ٢٠,٥ | ٠,١٢٧ | ١١ |
| المخترعين | ٩٦ | ٦٢,٧ | ٨٧ | ٤٢,٦ | ١٨٣ | ٤٧,٤ | ٠,٩٩٠ | ٢ |
| كاتب روائي | ٤٢ | ٢٣,١ | ٤٤ | ٢١,٦ | ٨٦ | ٢٢,٣ | ٠,١٤٧ | ١٠ |
| مصدرين فسى | ٨٢ | ٤٥,١ | ٩٣ | ٤٥,٦ | ١٧٥ | ٤٥,٣ | ٠,٠٥٢ | ٣ |
| مجالات متعددة | ٣٣ | ١٨,١ | ٣٨ | ١٨,٦ | ٧١ | ١٨,٤ | ٠,٠٤٨ | ١٢ |
| رجال أعمال | ٥٦ | ٣٠,٨ | ٦٩ | ٣٣,٨ | ١٢٦ | ٣٢,٤ | ٠,٢٩٩ | ٨ |
| علماء فى مجالات علمية مختلفة | ٥٨ | ٣١,٩ | ٧١ | ٣٤,٨ | ١٢٩ | ٣٣,٤ | ٠,٢٨٧ | ٧ |
| طلاب العلم | ٧٨ | ٤٢,٩ | ٨١ | ٣٩,٧ | ١٥٩ | ٤١,٢ | ٠,٣٠٩ | ٥ |
| مكافى المرض | ٥٧ | ٣١,٣ | ٦٣ | ٣٠,٩ | ١٢٠ | ٣١,١ | ٠,٠٤٢ | ٩ |
| جملة من سئلا | ١٨٢ | | ٢٠٤ | | ٣٨٦ | | | |

ويتضح من تحليل بيانات الجدول السابق أن "متحدى الإعاقه" في مقدمة أكثر قصص النجاح التي يفضلها المراهقين عينة الدراسة على موقع اليوتيوب وفقاً للنوع، حيث جاءت بنسبة بلغت ٦٣,٧%، موزعة بين الذكور بنسبة بلغت ٦٤,٣% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، في مقابل الإناث بنسبة ٦٣,٢% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة (Z) المحسوبة ٠,١٠٣، وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين. ويليه "المخترعين" في الترتيب الثاني، حيث جاءت بنسبة بلغت ٤٧,٤% موزعة بين الذكور بنسبة ٦٢,٧% من

الإنترنت يزيد من طموح المراهقين: فقد بينت الدراسات ان طموح المراهقين يبدو أكثر وضوحاً في نهاية مرحلة المراهقة عنه في بداياتها، في كل من المدن والريف.

كذلك كلما زاد تعليم الإنسان، كلما فهم نفسه أكثر وكلما فهم متطلبات الحياة المستقبلية، وبالتالي فإن النتيجة الأكيدة زيادة مستوى طموحه. لذلك علينا أن نتيح الفرصة لتحقيق هؤلاء المراهقين لطموحهم، فنعد لهم المدرسة المناسبة، والمعهد الراقي، والبيئة الصالحة، والمدرس الأمين، ووسائل الإعلام المناسبة، وندفعهم للقيام بالأعمال التي تتناسب مع قدراتهم وإمكاناتهم. أكدت الدراسة أحمد سمير عبدالهادي أن هناك علاقة إيجابية بين معدل تعرض المراهقين للإنترنت وارتفاع مستوى الطموح لديهم، وكذلك فإن المستوى الاقتصادي يعد عاملاً أساسياً في تحديد مستوى طموح المراهقين، فكلما ازداد المستوى الاقتصادي والاجتماعي كان مستوى الطموح أعلى لدى الشباب.

نتائج الدراسة:

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى الطموح لديهم ممن يشاهدون فيديوهات قصص النجاح على موقع اليوتيوب تبعاً لاختلاف المستوى الاقتصادي للأسرة (مرتفع- متوسط- منخفض).

جدول (١) تحليل التباين One-Way ANOVA أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الطموح لديهم ممن يشاهدون فيديوهات قصص النجاح على موقع اليوتيوب تبعاً لاختلاف المستوى الاقتصادي

| مصدر التباين | مجموعات المربعات | درجة الحرية | متوسط مجموع المربعات | قيمة (ف) | الدلالة |
|----------------|------------------|-------------|----------------------|----------|----------|
| بين المجموعات | ١,٢٥٥٥٨٩ | ٢ | ٠,٦٢٧٧٩٤ | ٠,٧٨٣ | غير دالة |
| داخل المجموعات | ٣٠٦,٩٩٥٧٠٧ | ٣٨٣ | ٠,٨٠١٥٥٥ | | |
| المجموع | ٣٠٨,٢٥١٢٩٥ | ٣٨٥ | - | | |

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون المستوى الاقتصادي للأسرة (مرتفع- متوسط- منخفض)، وذلك على مقياس مستوى الطموح لديهم ممن يشاهدون فيديوهات قصص النجاح على موقع اليوتيوب، حيث بلغت قيمة (ف) ٠,٧٨٣ وهذه القيمة غير دالة عند أى مستوى دلالة، وهو ما يثبت عدم صحة الفرض القائل: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى الطموح لديهم ممن يشاهدون فيديوهات قصص النجاح على موقع اليوتيوب تبعاً لاختلاف المستوى الاقتصادي للأسرة (مرتفع- متوسط- منخفض).

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين دوافع مشاهدة المراهقين لفيدويوهات قصص النجاح على اليوتيوب ومستوى الطموح لديهم.

جدول (٢) معامل ارتباط سبيرمان للتعرف على العلاقة بين دوافع مشاهدة المراهقين لفيدويوهات قصص النجاح على اليوتيوب ومستوى الطموح لديهم

| المتغير | العدد | قيمة سبيرمان | الدلالة |
|---|-------|--------------|---------|
| مقياس دوافع مشاهدة فيديوهات قصص النجاح على اليوتيوب | ٣٨٦ | ٠,٦٠٥٦ | دالة** |

تشير نتائج الجدول السابق أنه باستخدام معامل ارتباط سبيرمان أتضح وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائياً بين دوافع مشاهدة المراهقين عينة الدراسة لفيدويوهات قصص النجاح على موقع اليوتيوب، وارتفاع مستوى الطموح لديهم حيث بلغت قيمة معامل ارتباط سبيرمان ٠,٦٠٥٦** وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠١، وبالتالي فقد ثبت صحة الفرض القائل: توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين دوافع مشاهدة المراهقين لفيدويوهات قصص النجاح على اليوتيوب ومستوى الطموح لديهم.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى الطموح لديهم ممن يشاهدون فيديوهات قصص النجاح على موقع اليوتيوب وفقاً للنوع (ذكور - إناث).

مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة (Z) المحسوبة ٠,٠٤٨، وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين.

جدول (٦) يوضح أهم أسباب تفضيل المراهقين عينة الدراسة مشاهدة قصص النجاح على موقع اليوتيوب وفقاً للنوع

| الترتيب | الدالة | قيمة (Z) | الإجمالي | | إناث | | ذكور | | النوع |
|---------|----------|----------|----------|-----|------|-----|------|-----|-----------------------------|
| | | | % | ك | % | ك | % | ك | |
| ١ | غير دالة | ٠,٧٥٧ | ٦٣,٠ | ٢٤٣ | ٥٩,٣ | ١٢١ | ٦٧,٠ | ١٢٢ | أحب انضمامي لهذه الفئة |
| ٨ | غير دالة | ٠,٣٣٢ | ٢٤,٩ | ٩٦ | ٢٦,٥ | ٥٤ | ٢٣,١ | ٤٢ | مجرد إنها قصص تحفيزية |
| ٣ | غير دالة | ٠,١٦٩ | ٤٦,٩ | ١٨١ | ٤٦,١ | ٩٤ | ٤٧,٨ | ٨٧ | تقدم بشكل جيد وممتع |
| ٢ | غير دالة | ٠,٣٨١ | ٥٦,٧ | ٢١٩ | ٥٤,٩ | ١١٢ | ٥٨,٨ | ١٠٧ | اكتساب خبرات جديدة |
| ٦ | غير دالة | ٠,١٧٣ | ٣٠,١ | ١١٦ | ٣٠,٩ | ٦٣ | ٢٩,١ | ٥٣ | الشهرة |
| ٥ | غير دالة | ٠,٣٢٤ | ٣٤,٧ | ١٣٤ | ٣٦,٣ | ٧٤ | ٣٣,٠ | ٦٠ | اتخاذهم قدوة لي |
| ٤ | غير دالة | ٠,٣٠٣ | ٤٠,٧ | ١٥٧ | ٣٩,٢ | ٨٠ | ٤٢,٣ | ٧٧ | الاطلاع على تجارب الآخرين |
| ٧ | غير دالة | ٠,٧٨٩ | ٢٥,١ | ٩٧ | ٢٨,٩ | ٥٩ | ٢٠,٩ | ٣٨ | تلفت انتباهي لمجالات مختلفة |
| | | | ٣٨٦ | | ٢٠٤ | | ١٨٢ | | جملة من سئلوا |

ويتضح من تحليل بيانات الجدول السابق أن "أحب انضمامي لهذه الفئة" في مقدمة أهم أسباب تفضيل المراهقين عينة الدراسة مشاهدة قصص النجاح على موقع اليوتيوب وفقاً للنوع، حيث جاءت بنسبة بلغت ٦٣,٠%، موزعة بين الذكور بنسبة بلغت ٦٧,٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، في مقابل الإناث بنسبة ٥٩,٣% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة (Z) المحسوبة ٠,٧٥٧، وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين. وليها "اكتساب خبرات جديدة" في الترتيب الثاني، حيث جاءت بنسبة بلغت ٥٦,٧% موزعة بين الذكور بنسبة ٥٨,٨% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، في مقابل الإناث بنسبة ٥٤,٩% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة (Z) المحسوبة ٠,٣٨١، وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين. وجاءت في الترتيب الثالث "تقدم بشكل جيد وممتع"، حيث جاءت بنسبة بلغت ٤٦,٩% موزعة بين الذكور بنسبة ٤٦,١% من إجمالي مفردات عينة الذكور، في مقابل الإناث بنسبة ٤٧,٨% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة (Z) المحسوبة ٠,١٦٩، وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين. بينما جاءت "الاطلاع على تجارب الآخرين" في الترتيب الرابع، حيث جاءت بنسبة بلغت ٤٠,٧% موزعة بنسبة ٤٢,٣% من إجمالي مفردات عينة الذكور، في مقابل ٣٩,٢% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة (Z) المحسوبة ٠,٣٠٣، وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين. وجاءت في الترتيب الخامس "اتخاذهم قدوة لي"، حيث جاءت بنسبة بلغت ٣٤,٧% موزعة بين ٣٣,٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور، في مقابل ٣٦,٣% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة (Z) المحسوبة ٠,٣٢٤، وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين. وجاءت في الترتيب السادس "الشهرة"، حيث جاءت بنسبة بلغت ٣٠,١% موزعة بين ٢٩,١% من إجمالي مفردات عينة الذكور، في مقابل ٣٠,٩% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة (Z) المحسوبة ٠,١٧٣، وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين. وجاءت في الترتيب السابع "اكتساب خبرات جديدة"، حيث جاءت بنسبة بلغت ٢٥,١% موزعة بين ٢٨,٩% من إجمالي مفردات عينة الذكور، في مقابل ٢٠,٩% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة (Z) المحسوبة ٠,٧٨٩، وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين.

إجمالي مفردات عينة الدراسة، في مقابل الإناث بنسبة ٤٢,٦% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة (Z) المحسوبة ٠,٩٩٠، وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين. وجاءت في الترتيب الثالث "مدرسين في مجالات متعددة"، حيث جاءت بنسبة بلغت ٤٥,٣% موزعة بين ٤٥,١% من إجمالي مفردات عينة الذكور، في مقابل ٤٥,٦% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة (Z) المحسوبة ٠,٥٥٢، وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين. بينما جاءت "أثرى العالم" في الترتيب الرابع، حيث جاء بنسبة بلغت ٤٢,٧% موزعة بنسبة ٤٢,٣% من إجمالي مفردات عينة الذكور، في مقابل ٤٣,١% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة (Z) المحسوبة ٠,٠٨١، وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين. وجاءت في الترتيب الخامس "طلاب العلم"، حيث جاءت بنسبة بلغت ٤١,٢% موزعة بين ٤٢,٩% من إجمالي مفردات عينة الذكور، في مقابل ٣٩,٧% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة (Z) المحسوبة ٠,٣٠٩، وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين. جاء في الترتيب السادس "لاعبى الكرة"، حيث جاءت بنسبة بلغت ٤٠,٤% موزعة بين ٤١,٢% من إجمالي مفردات عينة الذكور، في مقابل ٣٩,٧% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة (Z) المحسوبة ٠,١٤٧، وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين. ويليهما علماء في مجالات علمية مختلفة" في الترتيب السابع، حيث جاءت بنسبة بلغت ٣٣,٤% موزعة بين الذكور بنسبة ٣١,٩% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، في مقابل الإناث بنسبة ٣٤,٨% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة (Z) المحسوبة ٠,٢٨٧، وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين. وجاءت في الترتيب الثامن "رجل أعمال"، حيث جاءت بنسبة بلغت ٢٢,٤% موزعة بين ٣٠,٨% من إجمالي مفردات عينة الذكور، في مقابل ٣٣,٨% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة (Z) المحسوبة ٠,٢٩٩، وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين. بينما جاءت "مكافحى المرض" في الترتيب التاسع، حيث جاء بنسبة بلغت ٣١,١% موزعة بنسبة ٣١,٣% من إجمالي مفردات عينة الذكور، في مقابل ٣٠,٩% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة (Z) المحسوبة ٠,٠٤٢، وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين. وجاءت في الترتيب العاشر "كاتب روائي"، حيث جاءت بنسبة بلغت ٢٢,٣% موزعة بين ٢٣,١% من إجمالي مفردات عينة الذكور، في مقابل ٢١,٦% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة (Z) المحسوبة ٠,١٤٧، وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين. جاء في الترتيب الحادى عشر "فنانين"، حيث جاءت بنسبة بلغت ٢٠,٥% موزعة بين ١٩,٨% من إجمالي مفردات عينة الذكور، في مقابل ٢١,١% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة (Z) المحسوبة ٠,١٢٧، وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين. جاء في الترتيب الثانى عشر "سياسي"، حيث جاءت بنسبة بلغت ١٨,٤% موزعة بين ١٨,١% من إجمالي مفردات عينة الذكور، في مقابل ١٨,٦% من إجمالي

الأصلية"، حيث جاءت بنسبة بلغت ٣٣,٤% موزعة بين ٣١,٩% من إجمالي مفردات عينة الذكور، في مقابل ٣٤,٨% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة (Z) المحسوبة ٠,٢٨٧، وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين.

المراجع:

١. أحمد سمير عبدالهادى. "استخدام المراهقين للإنترنت وعلاقته بمستوى الطموح لديهم"، رسالة ماجستير، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، ٢٠٠٨)
٢. أسماء مسعد عبدالمجيد. اعتماد الشباب المصرى على مضامين ملفات الفيديو على الإنترنت فى متابعة الأحداث المحلية: دراسة مسحية، رسالة ماجستير، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، يونيو ٢٠١١).
٣. بسام ابوزيد نمر. "علاقة تعرض الشباب الجامعى لبرامج المسابقات فى التلفزيون المصرى بمستوى الطموح لديهم"، رسالة ماجستير، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، ٢٠١٤)
٤. حسنين شفيق: الإعلام والتنمية البشرية أساسيات بناء الشخصية الإعلامية، دار فكر وفن، ٢٠١٦،
٥. زكريا إبراهيم السوقي، صفاء عطية عبدالدايم "علاقة مشاهدة المراهقين للدراما الأجنبية المقدمة بالقتوات الفضائية بمستوى الطموح لديهم"، مجلة دراسات الطفولة، المجلد الثانى عشر، العدد ٤٥، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، أكتوبر- ديسمبر ٢٠٠٩)
٦. صابر محمد أحمد. "استخدامات المراهقين لموقع اليوتيوب والإشباع المتحققة منها"، رسالة ماجستير، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، ٢٠١٣)
٧. صابر محمد ابوبكر. "المضامين المقدمة عبر موقع يوتيوب وعلاقتها بنقاافة نشر السلام لدى المراهقين" رسالة دكتوراه، (جامعة عين شمس: كلية الدراسات العليا للطفولة، ٢٠١٦).
٨. عزة سنوسى أبوطلع. "تعرض الأطفال للإعلانات التليفزيونية وعلاقته بمستوى الطموح لديهم"، رسالة ماجستير، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، ٢٠١٣).
٩. محى الدين اسماعيل، إبراهيم أحمد. "تفعيل دور الإعلام المعاصر"، (دار التعليم الجامعي: القاهرة، ٢٠١٦).

10. Joarder. "Adolescents aspiration and their parental relations. National library of medicine", **Enlisted Journal**, , V. 4 (4) 2011.
11. Dorothy DeWitt, Norlidah Alias, Others. "The potential of Youtube for teaching and learning in the performing arts", *Procedia- Social and Behavioral Sciences* 103, 13th **International Educational Technology Conference**, (Faculty of Education, University of Malaya, 50603 Kuala Lumpur, Malaysia, 2013).
12. Lenhart, Amanda "Adults and Social Net work Websites" Pew Research Center's **Internet& American Life Project**, 2009.

من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين. ويليهما "تلفت انتباهى لمجالات مختلفة" فى الترتيب السابع، حيث جاءت بنسبة بلغت ٢٥,١% موزعة بين الذكور بنسبة ٢٠,٩% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، فى مقابل الإناث بنسبة ٢٨,٩% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة (Z) المحسوبة ٠,٧٨٩، وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين. وجاءت فى الترتيب الثامن "مجرد إنها قصص تحفيزية"، حيث جاءت بنسبة بلغت ٢٤,٩% موزعة بين ٢٣,١% من إجمالي مفردات عينة الذكور، فى مقابل ٢٦,٥% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة (Z) المحسوبة ٠,٣٣٢، وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين.

جدول (٧) يوضح أهم الصعوبات التى تواجه المراهقين عينة الدراسة أثناء مشاهدة قصص النجاح على موقع اليوتيوب وفقاً للنوع

| النوع الصعوبات | ذكور | | إناث | | الإجمالي | | الترتيب |
|--|------|------|------|------|----------|------|---------|
| | ك | % | ك | % | ك | % | |
| صعوبة فهم بعض مصطلحات المقدمة فى مضمون الفيديو | ٨٥ | ٤٦,٧ | ٩٤ | ٤٦,١ | ١٧٩ | ٤٥,٤ | ٢ |
| جودة الفيديو | ٧١ | ٣٩,٠ | ٨٢ | ٤٠,٢ | ١٥٣ | ٣٩,٦ | ٤ |
| يقدم بلغة تختلف عن لغتى الأصلية | ٥٨ | ٣١,٩ | ٧١ | ٣٤,٨ | ١٢٩ | ٣٣,٤ | ٥ |
| بطيء سرعة الانترنت | ١١٥ | ٦٣,٢ | ١٢٣ | ٦٠,٣ | ٢٣٨ | ٦١,٧ | ١ |
| الإعلانات المصاحبة للفيديو | ٧٥ | ٤١,٢ | ٨١ | ٣٩,٧ | ١٥٦ | ٤٠,٤ | ٣ |
| جملة من سئلا | ١٨٢ | | ٢٠٤ | | ٣٨٦ | | |

ويتضح من تحليل بيانات الجدول السابق أن "بطيء سرعة الانترنت" فى مقدمة الصعوبات التى تواجه المراهقين عينة الدراسة أثناء مشاهدة فيديوهات قصص النجاح على موقع اليوتيوب وفقاً للنوع، حيث جاءت بنسبة بلغت ٦١,٧%، موزعة بين الذكور بنسبة بلغت ٦٣,٢% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، فى مقابل الإناث بنسبة ٦٠,٣% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة (Z) المحسوبة ٠,٢٨٣، وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين. ويليهما "صعوبة فهم بعض مصطلحات المقدمة فى مضمون الفيديو" فى الترتيب الثانى، حيث جاءت بنسبة بلغت ٤٥,٤% موزعة بين الذكور بنسبة ٤٦,٧% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، فى مقابل الإناث بنسبة ٤٦,١% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة (Z) المحسوبة ٠,٠٦١، وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين. وجاءت فى الترتيب الثالث "الإعلانات المصاحبة للفيديو"، حيث جاءت بنسبة بلغت ٤٠,٤% موزعة بين ٤١,٢% من إجمالي مفردات عينة الذكور، فى مقابل ٣٩,٧% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة (Z) المحسوبة ٠,١٤٧، وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين. بينما جاءت "جودة الفيديو" فى الترتيب الرابع، حيث جاء بنسبة بلغت ٣٩,٦% موزعة بنسبة ٣٩,٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور، فى مقابل ٤٠,٢% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة (Z) المحسوبة ٠,١١٦، وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين. وجاءت فى الترتيب الخامس "يقدم بلغة تختلف عن لغتى