

اتجاهات الشباب نحو المضامين الثقافية المنشورة عبر قنوات اليوتيوب العلمية وعلاقته بمستوى الوعي الثقافي لديهم

الباحثة/ عليّة عشري مسعود*

إشراف/ أ.د. وسام نصر**

إشراف مشارك / د.سارة فوزي***

ملخص الدراسة:

هدفت هذه الدراسة للتعرف على اتجاهات الشباب نحو المضامين الثقافية المنشورة عبر الإنترنت وعلاقته بمستوى الوعي الثقافي لديهم، واعتمدت الباحثة على المنهج المسحي (الميداني)، وذلك باستخدام أداة (استمارة استقصاء)، تم تطبيقها على عينة عمدية من الشباب من الفئة العمرية (١٨-٣٥) بلغت حوالي (٤٠٠) مفردة من الذكور والإناث، تم اختيارهم عمدًا ممن يهتمون بالمضامين الثقافية المنشورة عبر الإنترنت (مواقع التواصل الاجتماعي)، وتنوعت عينة الدراسة بين المستويات التعليمية المختلفة ما بين (تعليم متوسط ، جامعي ، ما بعد الجامعي) .

وأُسفرت نتائج الدراسة الميدانية عن: ارتفاع مستوى الوعي الثقافي لدى الشباب وإن تفاوتت النسب بين الذكور والإناث، ارتفاع مستوى ثقة المبحوثين في المعلومات المقدمة عبر الإنترنت وكذلك اعتبارها بديلاً للكتب كمصدر للثقافة، أيضاً تصدر موقع اليوتيوب أهم منافذ الإنترنت التي يعتمد عليها الشباب في الحصول على المضامين الثقافية ثم جاءت بقية المواقع على الترتيب (فيسبوك، تويتر، إنستجرام، تيليجرام)، ارتفاع مستوى ثقة المبحوثين إلى حد ما في الموضوعات الثقافية المقدمة عبر مواقع التواصل، كما ثبت وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين مدى ثراء الوسيلة المتمثل في الوسائط الفنية المستخدمة لعرض المحتوى الثقافي، وبين الحرص على متابعة هذا المحتوى، أيضاً هناك فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الوعي الثقافي لدى الشباب عينة الدراسة طبقاً لمتغير نوع التعليم؛ تُعزى لصالح فئة الدراسات العليا.

الكلمات الدالة: قنوات اليوتيوب العلمية ، الشباب، الوعي الثقافي.

* باحثة دكتورة إعلام جامعة القاهرة

**الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون ووكيل الكلية لشئون الدراسات العليا والبحوث

***المدرس بقسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام جامعة القاهرة

Young people's orientation towards cultural contents via Scientific YouTube Channels and its relationship to their cultural awareness

"A Field study"

Alia Ashry Masoud^{*}

Prof. Dr. Wissam Nasr^{**}

Dr. Sara Fawzy^{**}

Abstract:

This study aimed to address young people's attitudes towards the special cultural contents of the Internet and its relationship to cultural self-awareness. The researcher relied on the (field) survey stages, using a tool (survey form), which was applied to the entire youth community of the age group (18-35), about (400) individuals, males and females. They were deliberately selected from those who were interested in cultural content published online (social networking sites), and the study sample varied between different educational levels (intermediate education, university, and post-university). The results of the field study resulted in: a high level of cultural awareness among young people, although the percentages varied between males and females, a high level of confidence among respondents in the information provided via the Internet, as well as considering it an alternative to books as a source of culture. YouTube also topped the most important Internet outlets that young people rely on to obtain educational content, followed by the rest of the sites in order (Facebook, Twitter, Instagram, Telegram). The level of confidence of the respondents was somewhat high in the cultural topics presented via the Internet, and it was proven that there was a statistically significant correlation between the extent of the richness of the medium, represented by the artistic media used to display scientific content, and the keenness to follow this content. There are also statistically significant differences in the level of cultural awareness among the young people in the study sample according to the type of education variable. Attributed to the postgraduate category.

Keywords: YouTube scientific channels, youth, cultural awareness.

^{*} PhD researcher at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

^{**} Professor, Radio and Television Department Dean of the Faculty for Graduate Studies and Research

^{**} Lecturer, Radio and Television Department, Faculty of Mass Communication, Cairo University

مقدمة:

نعيش اليوم في العصر الرقمي الذي اتخذ تسميات متنوعة، ومسارات مختلفة كالسموات المفتوحة، والفضاء المفتوح، وثورة المعلومات، والمكتبات الرقمية؛ وما إلى ذلك من تسميات اتخذت قوالب متنوعة للتعبير عن مساحاته وفضاءاته. فإننا نواجه عصر الثقافة الجديدة الذي ترك بصماته الجلية وآثاره الواضحة على لبنات مجتمعات العالم أجمع، بل اخترق كافة قطاعات المجتمع وخلاياه، فباتت هناك العديد من التغيرات والقضايا التي تشكل معوقات وتحديات كبيرة على مسرح الحياة بشكل عام .

والمتتبع لمسار هذه الثقافة الرقمية الجديدة يجد أنها أحدثت انقلاب هائل لامست فيه علاقات الناس بالعالم مخترقة مفاهيم المكان والزمان، وأصبح العالم بأسره شبكة معقدة من التفاعلات تتخطى الحدود، وترسم السياسات من خلال الاتصالات السريعة. ولعل أقرب مثال على هذا التطور ما أحدثته مواقع التواصل الاجتماعي من ثورة رقمية ، فقد استطاعت أن تستحوذ على انتباه واهتمام العديد من الفئات ، حتى أنها أصبحت منصات رئيسية لنشر المحتوى الثقافي والتفاعل معه، مما أسهم في تشكيل وعي واتجاهات المستخدمين، لا سيما الشباب. ومع تزايد استخدام الإنترنت، لم تعد هذه المنصات مجرد وسائل للترفيه، بل أصبحت مصدراً رئيسياً لاكتساب المعرفة والتأثير في الآراء. ومن هذا المنطلق، تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الشباب نحو المضامين الثقافية المنشورة عبر قنوات اليوتيوب العلمية، ودراسة العوامل المؤثرة في تكوين تلك الاتجاهات وطريقة إدراكهم ومستوى الوعي الثقافي لديهم.

أولاً: مشكلة الدراسة:

يشهد الإعلام الرقمي تطوراً متسارعاً جعله في صدارة المشهد الإعلامي، حيث ساهمت منصات التواصل الاجتماعي في إحداث تحول جذري في تداول المعلومات والتفاعل معها، وتعد عملية التثقيف من الركائز الأساسية لتقدم المجتمعات، خاصة مع ارتباطها الوثيق بالتطور التكنولوجي والاقتصادي. ومع انتشار استخدام الشباب للإنترنت ومنافذه المتمثلة في مواقع التواصل الاجتماعي، برزت أهميتها كوسيلة لتعزيز الوعي الثقافي والعلمي، ومن هذا المنطلق تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الشباب نحو المحتوى الثقافي المنشور عبر قنوات اليوتيوب العلمية من خلال بحث ميداني يعتمد على المنهج المسحي (للجمهور).

ثانياً: أهمية الدراسة:

- قلة الدراسات العربية التي تناولت المحتوى الثقافي عبر اليوتيوب، وبشكل أكثر تحديداً اتجاهات الشباب نحو المضامين الثقافية المنشورة عبر قنوات اليوتيوب وهو موضوع الدراسة الحالية.
- تكتسب الدراسة أهمية خاصة لكونها تسلط الضوء على فئة الشباب كعنصر يعتمد عليه بناء المجتمع السليم.

- تُسهم نتائج هذه الدراسة في تحسين استخدامات الإنترنت وعلى وجه التحديد مواقع التواصل، بما يساهم في القضاء على الأمية الثقافية، والتكنولوجية التي تعاني منها المجتمعات العربية .

ثالثاً: أهداف الدراسة:

١. التعرف على اتجاهات الشباب نحو المضامين الثقافية المنشورة عبر قنوات اليوتيوب العلمية.
٢. قياس مدى اهتمام الشباب المصري بالمعلومات المتاحة من خلال قنوات اليوتيوب العلمية كمصدر للمعلومات.
٣. قياس مدى اعتماد الشباب على القنوات العلمية على اليوتيوب، واعتبارها بديلاً عن الكتب.
٤. التعرف على نوعية الموضوعات العلمية التي يهتم الشباب بمتابعتها على قنوات اليوتيوب العلمية (طبية ، تكنولوجية ، فيزيائية، وغيرها ...).
٥. قياس مستوى الوعي الثقافي لدى الشباب عينة الدراسة .

رابعاً: الدراسات السابقة :

تشير الإحصاءات إلى أن الشباب هم الفئة الأكثر استخداماً للإنترنت، حيث أكد الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء أن عدد الشباب في الفئة العمرية (١٨-٢٩ سنة) بلغ (٢٣.٨) مليون نسمة بنسبة (٢٢.٩%) من إجمالي السكان، منهم (٥٥.٣% ذكوراً، و٤٥.٨% إناثاً)، ويحرصون على استخدام الإنترنت بنسبة (٧٠%) (الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، ٢٠٢٤)^(١) ، كما يستخدم (٩٩%) منهم الهواتف المحمولة لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي مثل (Facebook، Twitter) ، وتؤكد دراسة (أمني عبد السلام، ٢٠٢٣)^(٢) أن غالبية مستخدمي الإنترنت في العالم العربي من الشباب، حيث تتراوح أعمار (٨٠%) منهم بين (٢٠-٣٥) عاماً. كما أظهرت بيانات مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار أن مصر تحقق أعلى معدلات نمو لمستخدمي الإنترنت في الشرق الأوسط بنسبة (٥٠%) سنوياً وأن الشباب الجامعي يعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي بفضل ما تتيحه من تفاعل مستمر، حيث أشار إلى ارتفاع نسبة كتابة التعليقات على المحتوى المنشور عبر هذه المنصات.

كما أشارت دراسة (Susilawati & Hadiatul , 2024)^(٣) إلى أن (٥٠.٣%) من الشباب يعتمدون على الصفحات الإخبارية في مواقع التواصل كمصدر رئيسي للمعلومات، و(٣٧.٤%) يرون أنها موثوقة بدرجة كبيرة، وأوضحت دراسة (ماجد ٢٠٢٣)^(٤) أن (٩٢%) من الشباب المصري يستخدمون (Facebook)، و(٨%) يستخدمون (YouTube)، ويقضي نصفهم أكثر من (١٥) ساعة يومياً على هذه المنصات. كما أشار (٨٩%) من الباحثين إلى أن (Facebook) هو الأسرع في نشر المعلومات، يليه (Twitter)، ثم (YouTube)، بينما يُعد (YouTube) الأكثر مصداقية. وأكدت دراسات أخرى أن أبرز دوافع استخدام الشباب لمواقع التواصل تتوزع بين البحث عن أصدقاء (٢٣%)، واكتساب معارف ومهارات (٢١%)، والبحث عن المعلومات (٢٠%) (هديل، ٢٠٢٤)^(٥).

يفضل الشباب تصفح الإنترنت من المنزل بنسبة (٦٠%)، يليه مقاهي الإنترنت (٢١%)، ثم الجامعة (١٢.٩%)، وأخيرًا أماكن العمل (٥.٨%). كما وجدت دراسة (هناء العسكري، ٢٠٢٢)^(٦) أن الذكور هم الأكثر استخدامًا لمواقع التواصل في الأنشطة الاتصالية، ويعتمدون بشكل رئيسي على (Facebook) لنشر أفكارهم والتفاعل مع محيطهم، كما أكدت دراسة (Ropert andrwe, 2024)^(٧) أن مواقع التواصل الاجتماعي عززت تفاعل الجمهور مع المحتوى العلمي، وسهلت وصول الباحثين إلى المستجدات العلمية، كما أتاحت للمؤثرين فرصة التواصل المباشر مع المستخدمين. وأشار (Sean, 2024)^(٨) إلى دور هذه المنصات في نشر الثقافة العلمية بأسلوب مبسط، مع مراعاة اختلاف المستويات التعليمية والثقافية للجمهور، تناول (Zhicong Shang, 2024)^(٩) تطور العلم منذ القرن السابع عشر، واندماج الثقافة العلمية في الحياة الاجتماعية، مما عزز دورها في التنمية. وأكدت دراسة (Osrtregaard & Bode, 2024)^(١٠) على أهمية وسائل التواصل في إثراء المعرفة، حيث جعلت العالم قرية متصلة، وأسهمت في التأثير على سلوك الأفراد وتوجهاتهم. كما أبرزت مجانية هذه الوسائل ودورها في توفير سوق عالمي مفتوح للتفاعل وتبادل المنتجات.

أشارت دراسة (Jones & et al, 2024)^(١١) إلى الفرص والتحديات المرتبطة باستخدام الشبكات الاجتماعية في الإعلام العلمي، موضحةً أنها وسيلة فعالة لنشر الثقافة العلمية، رغم عدم إحلالها محل الوسائل التقليدية. بينما أكدت دراسة (Kapoor & et al, 2024)^(١٢) أن المحتوى المنشور عبر وسائل التواصل يمثل مرجعًا مهمًا لاتخاذ القرارات، بعد تحليل نتائج ١٣٢ بحثًا حول تأثيره على السلوك والاتجاهات العلمية.

أشارت دراسة (Paige & Jud, 2024)^(١٣) إلى دور مواقع التواصل في دعم البحث العلمي لدى الطلاب، حيث تشجعهم على التحصيل خارج الفصل الدراسي، رغم ضخامة المحتوى وصعوبة قياس تأثيره. كما وجدت دراسة (Okada Alexandra, 2024)^(١٤) أن الشبكات الاجتماعية توفر وسيلة تعلم مجانية وغير رسمية، وتعزز الشعور بالمسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة، اتفق (Peter Anderson, 2024)^(١٥) مع ما سبق، مشيرًا إلى أن الثقافة العلمية تشمل مختلف التخصصات، وليست مقتصرة على مجال واحد. كما ناقشت الدراسة استراتيجيات تحفيز الطلاب على البحث المستقل وتقييم المعلومات، لجذب اهتمام المراهقين نحو استكشاف العلوم بجانب استكشاف هويتهم الذاتية، أوضح (Michelle & Ravishanka, 2024)^(١٦) أن ازدياد الاتصالات الاجتماعية يؤدي إلى تعزيز الخبرة المعرفية والثقافية وزيادة القدرة على الابتكار من خلال الجمع بين المعلومات الجديدة، أكد (Ariew Roger, 2024)^(١٧) أن الثقافة العلمية هي أساس المعرفة الحديثة، مشيرًا إلى تفوق الدول الأوروبية في هذا المجال مقارنة بالعالم العربي بسبب تبنيهم نهجًا فعالًا في نشرها، تناولت دراسة (Ian Kidd, 2023)^(١٨) أهمية المعرفة العلمية في عصر التكنولوجيا الرقمية، حيث وجدت أن التفاعل عبر مواقع التواصل الاجتماعي يساعد في تعزيز التغيير الاجتماعي والتعبئة المستمرة من خلال مشاركة المعلومات والآراء، كما حددت (حياة سنوسي ٢٠٢٣)^(١٩) مفهوم الثقافة الرقمية وعوامل اكتسابها مثل العوامل الأسرية والاجتماعية المناهج الدراسية والمدرسة وتنمية المهارات الرقمية وضرورة تعليم الأفراد كيفية استخدام التطبيقات الرقمية.

تناولت دراسة^(٢٠) (Saleh Abdullah, 2024) دور الشبكات الاجتماعية في تدريس العلوم بالمملكة العربية السعودية، حيث أشار المعلمون إلى أنها تساعدهم في التدريس، بينما يستخدمها الطلاب كمصدر تعليمي رئيسي، وأوضحت (مينا عبد المسيح ٢٠٢٤)^(٢١) أن استخدام مواقع التواصل في تدريس مقرر الثقافة العلمية ضمن استراتيجيات التعليم المدمج يعزز الوعي العلمي لدى الطلاب. كما ركزت (سارة عبد الهادي ٢٠٢٤)^(٢٢) على اتجاهات أعضاء هيئة التدريس والطلاب بجامعة الملك عبد العزيز حول استخدام YouTube في التعليم، حيث تبين أن معظمهم يرون أنه يساهم في تسهيل الفهم والتفاعل داخل الفصول الدراسية، وجدت دراسة (Chakra bortys et.al, 2024)^(٢٣) أن البحث عن المعلومات هو الدافع الأساسي لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، متبوعاً بالترفيه، أكدت (سحر فاروق ٢٠٢٣)^(٢٤) أن 65% من طلاب جامعة هارفارد يستخدمون مواقع التواصل للتنقيف الذاتي، مع اهتمام خاص بالمجالات التكنولوجية والطبية والهندسية.

رؤية نقدية للدراسات السابقة:

- أعطت الدراسات السابقة مؤشرات عن كثافة التعرض لمواقع الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي، ودوافع التعرض لتلك المواقع، والتي تنوعت بين دوافع معلوماتية من جهة، وبين الرغبة في التواصل والترفيه من جهة أخرى، بالإضافة إلى تحديد أهم المضامين التي يفضلها الأفراد وخاصة الشباب، كالأخبار بأنواعها، والمضامين الترفيهية.
- نقص عدد الدراسات العربية التي تناولت دور قنوات اليوتيوب العلمية في نشر موضوعات الثقافة العلمية، والتكنولوجيا، وتركيز غالبيتها على الأهداف التي تدفع الشباب إلى التعرض لتلك المواقع، وتحديد الاستخدامات والإشباع المتحققة من عملية التعرض.
- أشارت بعض الدراسات إلى استخدام مقياس مكون من عدة أسئلة لقياس مستوى الوعي الثقافي والعلمي لدى المبحوثين، وذلك حول بعض القضايا العلمية والتكنولوجية ومدى استيعابهم لها، بينما لجأت دراسات أخرى إلى إجراء جلسات للنقاش مع العينة لتحديد مستوى الوعي الثقافي والعلمي.
- أشارت معظم الدراسات إلى سهولة تأثر الجيل الناشئ بالمضامين الإعلامية المختلفة بالإضافة إلى كونهم أكثر قابلية للتأثر من حيث الآراء والاتجاهات، أيضاً أشارت الدراسات إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في عملية التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي.
- اعتمدت الدراسات السابقة على نظريات مختلفة تنوعت ما بين ثراء الوسيلة، الغرس الثقافي، نشر المستحدثات، واعتمد البعض منها على أكثر من نظرية.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

- اختيار الإطار النظري المناسب للدراسة، وهو نظرية ثراء الوسيلة.

- المساهمة في صياغة فروض، وتساؤلات الدراسة في شكلها النهائي؛ بالإضافة إلى المساهمة في اختيار أدوات البحث، والمكونة من استمارة استقصاء سيتم تطبيقها على عينة من الشباب متابعي موقع اليوتيوب، التي تبث محتوى ثقافي.
- المقارنة بين نتائج هذه الدراسات والدراسة الحالية، وهو ما سوف يتضح في نهاية الدراسة.

خامساً: الإطار النظري للدراسة :

اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على نظرية: (ثراء الوسيلة).

لمحة تاريخية عن النظرية :

تعد نظرية ثراء الوسيلة أحد أبرز روافد تمثيل المعلومات، وقد تم تطوير النظرية من خلال خبراء الاتصال التنظيمي، وأبرزهم ريتشارد دافت (Richard Daft)^(٢٥)، وروبرت لينجبل (Leangle Robert) وكيرت تريفينو (Kurt Trevino)، وذلك في خلال عقد الثمانينيات من القرن العشرين، وقد أشار هؤلاء الباحثين إلى أن جودة عملية الاتصال تتوقف إلى حد بعيد على خصائص الوسيلة الإعلامية، ودورها في تسيير الاتصال بين أفراد الجمهور، وذلك من خلال توظيف إمكاناتها الفريدة في التغلب على معوقات العملية الاتصالية، والعمل على بناء إطار دلالي مشترك بين أفراد الجمهور؛ بما يحقق لهم مستويات عالية من الفهم، وإدراك المعاني، والدلالات المتضمنة، في الرسائل الإعلامية.⁽¹⁾

وتفترض النظرية فرضاً أساسياً، وهو:

أن الوسائل الإعلامية والتكنولوجية تمتلك قدرًا كبيرًا من البيانات والمعلومات؛ إضافة إلى تنوع المضمون المقدم من خلالها، وبالتالي تستطيع هذه الوسائل التغلب على الغموض والشك الذي ينتاب الكثير من الأفراد عند التعرض لها، وأن إقبال الأفراد على استخدام الوسائل الأكثر ثراءً يكون بدرجة أكبر في مستويات الغموض العالية لتخفيض درجة الغموض، بينما يستخدمون الاتصال الإلكتروني الأقل ثراءً في مستويات الغموض المنخفضة.

وهناك أربعة معايير أساسية لترتيب الوسيلة الإعلامية، مرتبة من الأعلى إلى الأدنى من حيث درجة الثراء الإعلامي، لتعمل هذه الوسيلة الإعلامية على إزالة الغموض الذي يلحق بالمؤسسات، وهي:

- أ. رد الفعل .
- ب. قدرة الوسيلة على نقل الإشارات المختلفة، مثل: لغة الجسد، ونغمة الصوت، وتغير درجة الصوت باستخدام التقنيات التكنولوجية الحديثة مثل الوسائط المتعددة.
- ج. التركيز الشخصي على الوسيلة.

تطبيق نظرية ثراء الوسيلة في الدراسة الحالية :

تتصدى نظرية ثراء الوسيلة لقياس دور الوسيلة الإعلامية في إمداد الجمهور بالمعلومات والمعارف، وقد وقع اختيار الباحثة على هذه النظرية لدراسة معايير اختيار الشباب لبعض

قنوات اليوتيوب العلمية والمتمثلة في ثلاث من قنوات (YouTube) الخاصة بالمحتوى العلمي والثقافي، وذلك وفقاً لدرجة ثرائهم المعلوماتي من أجل معرفة دورهم في تنمية وعي المتلقين بالأحداث والقضايا الثقافية والعلمية، ومدى تفاعلهم ومدى التأثير الذي تتركه تلك الصفحات في تشكيل وعيهم بأهم التطورات العلمية والثقافية سواء كان هذا الوعي إيجابياً أم سلبياً، وذلك من خلال دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي موقع (YouTube) التي تعرض المحتوى الثقافي.

سادساً: تساؤلات الدراسة :

- ما مدى حرص الشباب على متابعة المضامين الثقافية على قنوات اليوتيوب العلمية؟
- ما طرق تفاعل الشباب مع المضمون الثقافي الذي يتعرض له من خلال قنوات اليوتيوب العلمية؟
- ما أهم العناصر التي تجذب انتباه الشباب عينة الدراسة للمضامين الثقافية التي تعرضها قنوات اليوتيوب العلمية من وجهة نظرهم؟
- ما مدى المعرفة العلمية والثقافية لدى الشباب المصري؟
- ما أكثر القنوات العلمية التي يحرص الشباب على متابعتها؟
- ما مدى اعتماد الشباب المصري على موقع اليوتيوب في الحصول على الثقافة العلمية بكل فروعها؟ وهل تعد مصدرًا يمكن الاعتماد عليه بدلاً من الكتب؟
- ما أكثر المعوقات التي تواجه نشر الثقافة العلمية؟ وما المقترحات لتفعيلها من وجهة نظر الشباب عينة الدراسة؟
- ما اتجاهات الشباب نحو المضامين الثقافية المنشورة عبر قنوات اليوتيوب العلمية؟

سابعاً: فروض الدراسة :

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين معدل استخدام الشباب عينة الدراسة لقنوات اليوتيوب العملية، ومستوى الثقافة العلمية لديهم.

الفرض الثاني: توجد فروق دالة إحصائية بين مستوى ثقة الشباب عينة الدراسة في المحتوى العلمي الذي يتم تقديمه من خلال الفيديوهات العلمية عبر اليوتيوب، وتأثير تلك الثقة على نشاطهم الثقافي في الواقع الفعلي.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين مدى ثراء الوسيلة المتمثل في الوسائط الفنية المستخدمة لعرض محتوى الثقافة العلمية، ومدى الحرص على متابعة المحتوى الخاص بالثقافة العلمية.

ثامناً: نوع ومنهج الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى نوعية البحوث الوصفية التي تركز على وصف وتحليل ظاهرة معينة، سواءً مستقلة أم مرتبطة بغيرها من الظواهر، كما تقوم بتقدير نسب الوحدات التي تقوم بسلوك معين في مجتمع ما (محمد سرحان المحمود ٢٠٢٣)^(٢٦) الأمر الذي يساعد على القياس الكمي للبيانات وخضوعها للتبويب والتصنيف والتحليل بالإضافة إلى تفسير النتائج

ومقارنتها بنتائج الدراسات السابقة والحالية، مما يساعد على الخروج باستنتاجات بشأن الظاهرة محل الدراسة، والتي تهدف إلى دراسة دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على مستوى الثقافة العلمية لدى الشباب المصري من خلال ما تقدمه القنوات العلمية (YouTube).

ترتكز هذه الدراسة على المنهج المسحي والذي يعمل على دراسة الظاهرة موضوع الدراسة، والعلاقة بين المتغيرات، وتحديد أبعادها، ودرجة تأثيرها على متغيرات الدراسة، حيث يتم توظيف منهج المسحي (مسح جمهور)، ويعني مسح عينة من جمهور القنوات العلمية من الشباب.

تاسعاً: الإجراءات المنهجية الخاصة بالدراسة الميدانية :

أ. مجتمع الدراسة الميدانية :

يتكون مجتمع الدراسة الميدانية من الشباب الذين تتراوح أعمارهم ما بين (١٨-٣٥) عامًا (ذكورًا – وإناثًا) ومن مستويات اقتصادية مختلفة (مرتفع – متوسط – منخفض) .

ب. نوع العينة وحجمها :

طبقت الدراسة الميدانية على عينة عمدية من مستخدمي قنوات اليوتيوب العلمية، تراوحت أعمارهم بين (١٨-٣٥)، وبلغت نسبة المبحوثين من الفئة العمرية (٢٦-٣٠) أعلى نسبة؛ حيث بلغت (٥١.٨%)، بينما بلغت نسبة المبحوثين من الفئة العمرية (٣١-٣٥) (٤١.٥%)، وأخيرًا (١٨-٢٥) بنسبة (٦.٨%) وهي أقل فئة منهم، وتم توزيع العينة بالتوزيع المتناسب بين الذكور والإناث (٢٠٠ ذكور، و٢٠٠ إناث)، وتنوعت المستويات التعليمية للمبحوثين بين (تعليم ثانوي بلغت نسبتهم ٦.٨%)، وتعليم جامعي ٧٢.٥%، ودراسات عليا ٢٠.٨%)، كما تنوعت المستويات الاقتصادية للمبحوثين وتصدر المستوى الاجتماعي الاقتصادي المتوسط المرتبة الأولى بنسبة (٥٥.٥%)، بينما جاء المستوى الاجتماعي المرتفع في المرتبة الثانية بنسبة (٣٥.٢%) وأخيرًا المنخفض بنسبة (٩.٣%).

أ. متغيرات الدراسة :

المتغير المستقل	المتغيرات الوسيطة	المتغير التابع
معدل استخدام المضمون الثقافي من خلال قنوات اليوتيوب العلمية	المتغيرات الديموجرافية (النوع، السن، المستوى التعليمي، المستوى الاجتماعي والاقتصادي). - درجة ثراء الوسيلة . - مستوى النشاط الثقافي، والعلمي. - درجة الاعتماد على الوسيلة.	مستوى الوعي الثقافي لدى الشباب المصري.

ب. التعريف الإجرائي للمتغيرات :

الوعي الثقافي: القدر المناسب الضروري لإعداد الفرد للحياة المعاصرة من حيث المعارف، والمهارات العلمية، والفنية، والاتجاهات الإيجابية نحو كل من العلم، والتكنولوجيا، وأثرهما

على كلٍ من المجتمع والبيئة. ويمكن قياسها من خلال مجموعة من العبارات باستخدام مقياس ليكرت كالتالي :

من خلال متابعتك للقنوات العلمية على مواقع التواصل الاجتماعي، حدد مدى موافقتك على العبارات التالية: عند التخطيط لبدء مشروع جديد يهدف للربح يجب الاهتمام بعملية التسويق، وتحديد الجمهور المستهدف، وليس بالضرورة وجود دراسة جدوى، الاكتئاب مرض يصيب الإنسان بسبب نقص مادة كيميائية بالمخ.

ثراء الوسيلة: يتأثر اكتساب المعلومات بالتوافق بين قدرات الوسيلة، والمحتوى المقدم بها؛ فكلما كانت قدرات الوسيلة أكثر ثراءً مثل تلك التي لديها القدرة على نقل (الصوت، الصورة، الفيديو، والمشاركة، والتعليق، والتفاعل)؛ يكون ذلك أفضل مقارنة بالوسيلة الأقل ثراءً، ويمكن قياسها من خلال ما يأتي :

ما أكثر المضامين الثقافية التي تهتم بمتابعتها ؟ فيديو مصور فقط ، أم فيديو مدعم بالوسائط الفنية، مثل: (صور، رسوم متحركة أو جرافيكية والمؤثرات الصوتية ، مشاهد تمثيلية) ؟ قنوات اليوتيوب العلمية: يقصد به مجموعة قنوات اليوتيوب التي تهتم بعرض ومناقشة القضايا الثقافية والعلمية.

ج. مقاييس الدراسة :

معدل استخدام قنوات اليوتيوب العلمية: ويمثلها سؤال واحد باستمارة الاستقصاء وهو (إلى أي مدى يحرص الشباب على متابعة المضامين الثقافية عبر قنوات اليوتيوب العلمية؟

مقياس الحرص على المتابعة: ويمثله ثلاثة أسئلة باستمارة الاستقصاء وهي (إلى أي مدى يستخدم عينة الدراسة من الشباب قنوات اليوتيوب العلمية يوميًا للحصول على المعلومات)، سؤال رقم أربعة (ما أكثر القنوات العلمية على اليوتيوب التي تحرص على متابعتها؟)، سؤال رقم خمسة (كم من الوقت تستغرقه يوميًا في متابعة محتوى القنوات العلمية على اليوتيوب ؟)

مستوى الثقة: ويمثله سؤال (إلى أي مدى تثق في الموضوعات التي تقدم من خلال الفيديوهات العلمية عبر قنوات اليوتيوب العلمية ؟).

مقياس ثراء الوسيلة: ويمثله سؤالين ، (إلى أي مدى تعتقد أن القنوات العلمية التي تبث محتواها من خلال اليوتيوب تستخدم كل الإمكانيات المتاحة لعرض المحتوى؟)، (ما أكثر الفيديوهات العلمية التي تهتم بمتابعتها؟).

مقياس الوعي الثقافي: ويمثله سؤال واحد: وتم تجميع درجات الإجابة على (١٦) عبارة، الحد الأدنى (١٥) والحد الأقصى (٤٥)، توزعت درجاته كالتالي: غير موافق (١٥ - ٢٤)، محايد (٢٥ - ٣٤) ، موافق (٣٥ - ٤٥).

مقياس المستوى الاجتماعي الاقتصادي : ويمثلها سؤال مجمع بحيث تتوزع درجات مقياس المستوى الاجتماعي الاقتصادي على الأسئلة التي تشمل: (مستوى التعليم، الدخل، اشتراك في الإنترنت، اشتراك في النادي، الوظيفة)، وتراوح درجات المقياس بين (٩-١٥) ،

وتوزعت درجات المقياس كالتالي : مستوى اجتماعي مرتفع (١٣-١٥) ، مستوى اجتماعي متوسط (١٢-١١) ، مستوى اجتماعي منخفض (٩-١٠).

د. المعالجة الإحصائية للبيانات :

تم معالجة البيانات عن طريق استخدام برنامج "SPSS"، وذلك لتحليلها، والحصول على النتائج الإحصائية، وتم استخدام المقاييس الإحصائية التالية: اختبار ألفا لحساب ثبات الاستمارة، المتوسط الحسابي والوزن النسبي ، كا تربيع ومعامل التوافق، معامل الارتباط بيرسون، اختبار (ت) للعينات المستقلة، تحليل التباين أحادي الاتجاه (أنوفا) والاختبار البعدي (أقل فرق معنوي) (LSD) للتعرف على الفروق بين مجموعات.

نتائج الدراسة الميدانية :

أ. الوقت الذي يستغرقه الشباب عينة الدراسة في متابعة قنوات اليوتيوب العلمية:

جدول رقم (١)

المجموع		النوع				الوقت
		انثى		ذكر		
%	ك	%	ك	%	ك	
% ٣٥.٥	١٤٢	%٢١	٤٢	%٥٠	١٠٠	من ساعة إلى أقل من ٣ ساعات
%٣٤.٥	١٣٨	%٣٣.٥	٦٧	%٣٥.٥	٧١	٣ ساعات فأكثر
%٣٠	١٢٠	% ٤٥.٥	٩١	%١٤.٥	٢٩	أقل من ساعة
%١٠٠	٤٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	الإجمالي

يوضح الجدول السابق تقارب نسب الوقت الذي يقضيه الشباب المصري عينة الدراسة في متابعة الفيديوهات العلمية؛ حيث جاءت النسب على الترتيب: من يتابعون الحلقات العلمية من ساعة إلى أقل من (٣) ساعات (٣٥.٥ %) ، بينما في المرتبة الثانية من يتابعون ثلاث ساعات فأكثر حوالي (٣٤.٥ %)، وفي المرتبة الأخيرة بلغت نسبة من يتابعون المحتوى أقل من ساعة يوميًا حوالي (٣٠ %)، تبين أن العلاقة بين المتغيرين (وقت المتابعة)، و(النوع) علاقة إيجابية متوسطة حيث بلغت قيمة $\chi^2 = 55.839$ ، عند مستوى دلالة = ٠.٠٠٠، حيث بلغت قيمة معامل التوافق = ٠.٣٥٠، واتفقت النتيجة السابقة مع دراسة كل من (أسما سعد) ^(٢٦)، (محمود علاونة ٢٠٢٤) ^(٢٧) حيث تساوت تقريبًا نسبة من يتابعون موقع اليوتيوب، من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات ، وكذلك ثلاث ساعات فأكثر فقد بلغت حوالي ثلثي العينة في المرتبة الأولى، بينما الثلث الأخير أقل من ساعة .

ب. أسباب تصفح الشباب المصري عينة الدراسة لقنوات اليوتيوب العلمية :

جدول رقم (٢)

توزيع إجابات عينة الدراسة طبقاً لأسباب تصفحهم للقنوات العلمية

المجموع		النوع				أسباب تصفح الشباب للقنوات العلمية
		أنثى		ذكر		
ك	%	ك	%	ك	%	
٢٠٩	٥٢.٣%	١٠٢	٥١%	١٠٧	٥٣.٥%	لكي أزيد من معلوماتي وثقافتي بشكل عام
١٩١	٤٧.٨%	٩٨	٤٩%	٩٣	٤٦.٥%	لأكون على دراية بالأحداث الجارية
١٢٩	٣٢.٣%	٨٥	٤٢.٥%	٤٤	٢٢%	للتسلية وملء وقت الفراغ
١٢٩	٣٢.٣%	٨٥	٤٢.٥%	٤٤	٢٢%	تظهر فيديوهات الحلقات أمامي كثيراً عبر مواقع التواصل
٢	٠.٥%	-	-	٢	١%	لكي أستطيع المشاركة في النقاشات العلمية
٤٠٠		٢٠٠		٢٠٠		جملة من سئلوا

يوضح الجدول السابق أنه يأتي في مقدمة الأسباب (لكي أزيد من معلوماتي وثقافتي بشكل عام) وذلك بنسبة (٥٢.٣%)، وارتفعت نسبة هذا السبب بفارق طفيف لدى الذكور من عينة الدراسة بنسبة (٥٣.٥%) مقابل (٥١%) للإناث، في المرتبة الثانية يأتي السبب الخاص (لأكون على دراية بالأحداث الجارية) بنسبة (٤٦.٥%)، وبملاحظة النتائج يتضح ارتفاع نسبة هذا السبب لدى الإناث من عينة الدراسة مقارنة بالذكور؛ حيث بلغت النسبة (٤٩.٥%) للإناث مقابل (٤٦.٥%) للذكور من عينة الدراسة، واتفقت النتيجة السابقة مع دراسة "طارق الصعيدي" والتي توصلت إلى أنه من أهم أسباب استخدام الشباب للمواقع الثقافية سواء من خلال (YouTube)، أو (Facebook) هو زيادة الحصيلة المعرفية والثقافية بشكل عام، وفي المرتبة الثانية (التسلية وملء وقت الفراغ) .

ج. مدى اعتماد الشباب المصري عينة الدراسة على موقع اليوتيوب كمصدر للثقافة العلمية بدلاً من الكتب:

جدول رقم (٣)

النوع		الجموع		مدى اعتماد الشباب عينة الدراسة على موقع اليوتيوب كمصدر للثقافة العلمية بدلاً من الكتب	
ذكر		انثى			
ك	%	ك	%	ك	%
١٤٤	٧٢%	١١١	٥٥.٥%	٢٥٥	٦٣.٨%
٥٦	٢٨%	٨٩	٤٤.٥%	١٤٥	٣٦.٣%
٢٠٠	١٠٠.٠%	٢٠٠	١٠٠.٠%	٤٠٠	١٠٠.٠%
الإجمالي					

توضح نتائج الجدول السابق مدى اعتماد الشباب المصري عينة الدراسة على موقع اليوتيوب كمصدر للثقافة العلمية بدلاً من الكتب، وقد ارتفعت نسبة من أجابوا (نعم)، حيث بلغت (٦٣.٨%)، مقابل (٣٦.٣%)، وتبين أن العلاقة بين المتغيرين مدى اعتماد الشباب عينة الدراسة على موقع اليوتيوب كمصدر للثقافة العلمية بدلاً من الكتب و(النوع) إيجابية ضعيفة حيث بلغت قيمة كا^٢ = ١١.٧٨١، الدلالة الإحصائية = ٠.٠٠١ ومعامل التوافق = ٠.١٦٩،

وتشير هذه النتيجة إلى أهمية موقع اليوتيوب في حياة الأفراد خاصة الشباب، حيث تستحوذ على اهتماماتهم وتلبي جميع احتياجاتهم أكثر من الوسائل الإعلامية الأخرى، كما أنها أصبحت من أهم الوسائل الإعلامية التي يتعرض لها الجمهور بشكل عام في الوقت الحالي، لما لديها من إمكانات فعالة ومؤثرة تسهم في تغيير المعرفة وكذلك الاتجاهات لدى أفراد المجتمع. كما ترجع الباحثة ذلك إلى المميزات التي تتميز بها منصة اليوتيوب عن غيرها من حيث التفاعلية والتنوع وسهولة الاستخدام، حيث أصبحت تمثل للجمهور واحدة من أهم وسائل الإعلام والترفيه والتعلم، بالإضافة إلى إشباع الميول والاتجاهات، وذلك لما تمتاز به من إمكانية التفاعل والتواصل مع الآخرين، وأيضاً شعور الفرد في هذا المجتمع الافتراضي بأنه عضو فعال.

د. مدى ثقة المبحوثين في الموضوعات التي تقدم من خلال الفيديوهات العلمية عبر قنوات اليوتيوب العلمية:

جدول رقم (٤)

توزيع إجابات عينة الدراسة طبقاً لمدى ثقتهم في الموضوعات التي تقدم من خلال الفيديوهات العلمية عبر قنوات اليوتيوب

المجموع		النوع				مدى ثقة المبحوثين في الموضوعات التي تقدم من خلال الفيديوهات العلمية
		انثى		ذكر		
%	ك	%	ك	%	ك	
٦٨%	٢٧٢	٥٦.٥%	١١٣	٧٩.٥%	١٥٩	أثق بدرجة كبيرة
٢١%	٨٤	٣٤%	٦٨	٨%	١٦	أثق بدرجة ضعيفة
١١%	٤٤	٩.٥%	١٩	١٢.٥%	٢٥	أثق بدرجة متوسطة
١٠٠%	٤٠٠	١٠٠%	٢٠٠	١٠٠%	٢٠٠	الإجمالي

قيمة كا^٢ = ٤٠.٧٨٨^a ، درجة الحرية = ٢ ، الدلالة الإحصائية = ٠.٠٠٠ ، معامل التوافق = ٠.٣٠٤

توضح النتائج التفصيلية للجدول ما يلي:

- جاء البديل: (أثق بدرجة كبيرة) بنسبة (٦٨%)، وفي المرتبة الثانية (أثق بدرجة ضعيفة) بنسبة (٢١%)، وفي المرتبة الأخيرة (أثق بدرجة متوسطة) بنسبة (١١%). وقد اختلفت النسب بين الذكور والإناث من عينة الدراسة على النحو التالي:
- ارتفعت نسبة الذكور الذين يثقون بدرجة كبيرة بنسبة (٧٩.٥%) مقابل (٥٦.٥%) للإناث، بينما ارتفعت نسبة الإناث الذين يثقون بدرجة ضعيفة بنسبة (٣٤%) مقابل (٨%) للذكور، وفي المرتبة الأخيرة ارتفعت من يثقون بدرجة متوسطة بنسبة (١٢.٥%) للذكور مقابل (٩.٥%) للإناث.
- ويوضح الجدول أيضاً أن العلاقة بين المتغيرين (درجة الثقة) و(النوع) إيجابية ضعيفة؛ حيث بلغت قيمة كا^٢ = ٤٠.٧٨٨^a، والدلالة الإحصائية = ٠.٠٠٠، ومعامل التوافق = ٠.٣٠٤، وارتفاع نسبة ثقة الشباب المصري عينة الدراسة في المحتوى المقدم يوضح مدى اهتمامهم بالمحتوى العلمي واعتمادهم عليه كأحد مصادر التثقيف الذاتي بالنسبة اليهم.

٥. درجة اهتمام الشباب المصري عينة الدراسة بالموضوعات التي يتم عرضها من خلال الحلقات :

جدول رقم (٥)

توزيع إجابات المبحوثين وفق درجة اهتمامهم بالموضوعات التي يتم عرضها من خلال الحلقات

مؤثرات إحصائية	معامل التوافق	كثير	لا أهتم		محايد		أهتم		ك	
			أنتى	ذكر	أنتى	ذكر	أنتى	ذكر		
دال	٠.٢٨١	٣٤.٢٠٦	١	٠	١٦٩	١١٨	٣٠	٨٢	%	١. موضوعات جغرافية مثل تغيرات الطقس والمناخ والكوارث الطبيعية.
			%٠.٥	%٠.٠	%٨٤.٥	%٥٩.٠	%١٥.٠	%٤١.٠		
دال	٠.١٩٠	١٤.٩٠٩	٨٢	٨٣	٩٠	٦١	٢٨	٥٦	%	٢. الموضوعات الطبية والأمراض المزمنة (سكر - ضغط) أو الفيروسات العالمية مثل (كورونا).
			%٤١.٠	%٤١.٥	%٤٥.٠	%٣٠.٥	%١٤.٠	%٢٨.٠		
دال	٠.٢٨٩	٣٦.٥١٤	٦	٣٤	٩٨	١١٧	٩٦	٤٩	%	٣. موضوعات اجتماعية، مثل المشكلات الحياتية وكيفية التعامل معها فهم الآخرين (لغة الجسد)، وكيف نكون شخصية جذابة.
			%٣.٠	%١٧.٠	%٤٩.٠	%٥٨.٥	%٤٨.٠	%٢٤.٥		
دال	٠.٢١٤	١٩.٢٨٣	٥٠	٣٥	٥٠	٩٢	١٠٠	٧٣	%	٤. موضوعات تتعلق بمجال الأعمال والمال وإمكانية تطوير مهاراتي بسوق العمل.
			%٢٥.٠	%١٧.٥	%٢٥.٠	%٤٦.٠	%٥٠.٠	%٣٦.٥		
دال	٠.١٣٨	٧.٧٥٨	١١١	٩٥	٦١	٥٥	٢٨	٥٠	%	٥. موضوعات الفلك والفضاء.
			%٥٥.٥	%٤٧.٥	%٣٠.٥	%٢٧.٥	%١٤.٠	%٢٥.٠		
دال	٠.٣٣٢	٤٩.٤٠٨	٣١	٧٣	١٤١	٧١	٢٨	٥٦	%	٦. المستحدثات الرقمية، الذكاء الاصطناعي.
			%١٥.٥	%٣٦.٥	%٧٠.٥	%٣٥.٥	%١٤.٠	%٢٨.٠		
دال	٠.١٤٣	٨.٣٦٩	٧	٢١	١٠٣	٨٧	٩٠	٩٢	%	٧. الأزمات الاقتصادية العالمية.
			%٣.٥	%١٠.٥	%٥١.٥	%٤٣.٥	%٤٥.٠	%٤٦.٠		
دال	٠.١٣١	٧.٠٢٩	٣	١	١٢٥	١٠٢	٧٢	٩٧	%	٨. أهم الأحداث، والوقائع التاريخية، والحروب العالمية.
			%١.٥	%٠.٥	%٦٢.٥	%٥١	%٣٦	%٤٨.٥		

توضح النتائج التفصيلية للجدول أن:

أهم الموضوعات التي يحرص الشباب المصري عينة الدراسة على متابعتها، والتي تنوعت بين موضوعات خاصة بالعلوم الطبية والأمراض المزمنة (سكر - ضغط)، و(موضوعات الفلك والفضاء) و(الأزمات الاقتصادية العالمية)، وغيرها من الموضوعات، ويمكن رصد ترتيب تلك الموضوعات بناء على درجة الاهتمام من جانب الذكور، والإناث عينة الدراسة، وهي كالتالي:

يُلاحظ من خلال بيانات الجدول ارتفاع نسبة اهتمام الذكور من عينة الدراسة بالموضوعات الخاصة بالتاريخ (أهم الأحداث والوقائع التاريخية والحروب العالمية)؛ حيث أجاب حوالى (٤٨.٥%) بـ(أهم) مقابل (٣٦%) الإناث.

- جاء في المرتبة الثانية الموضوعات الخاصة بالاقتصاد (الأزمات الاقتصادية العالمية)؛ حيث أجاب حوالي (٤٦%) من الذكور من عينة الدراسة ب(أهم) مقابل (٤٥%) من الإناث.

- في المرتبة الثالثة تأتي الموضوعات الخاصة بالجغرافيا، والطقس (تغيرات الطقس والمناخ، والكوارث الطبيعية)، وأجاب حوالي (٤٥%) من الذكور ب(أهم) مقابل (١٥%) فقط من الإناث من عينة الدراسة .

- جاء في المرتبة الرابعة موضوعات خاصة بمجال الأعمال والمال (وإمكانية تطوير مهاراتي بسوق العمل) حيث أجاب حوالي (٣٦.٥%) من الذكور ب(أهم) بينما ارتفعت نسبة الإناث ممن أجابوا (أهم) بنسبة (٥٠%).

- في المرتبة الخامسة تساوت نسب اهتمام الذكور من عينة الدراسة بتلك الموضوعات الخاصة ب(المستحدثات الرقمية، والذكاء الاصطناعي)، والموضوعات الطبية والأمراض المزمنة (سكر - ضغط)، أو الفيروسات العالمية مثل (كورونا) حيث بلغت نسبة من أجابوا أنهم حوالي (٢٨%)، مقابل (١٤%) للإناث .

- في المرتبة السادسة تأتي الموضوعات الخاصة ب(الفلك والفضاء) وأجاب حوالي (٢٥%) من الذكور من عينة الدراسة (بأهم) مقابل (١٤%) من الإناث.

- في المرتبة السابعة والأخيرة تأتي الموضوعات الاجتماعية (مثل المشكلات الحياتية وكيفية التعامل معها، فهم الآخرين - لغة الجسد - ، وكيف أكون شخصية جذابة) وأجاب حوالي (٢٤.٥%) من الذكور ب(أهم) مقابل (٤٨%) من الإناث.

ويلاحظ من خلال بيانات الجدول تفوق الذكور على الإناث في الاهتمام بالعديد من الموضوعات، مثل: (الجغرافيا والتاريخ، وكذلك موضوعات الاقتصاد، والموضوعات الطبية، وكذلك المستحدثات الرقمية)، في حين يظهر اهتمام الإناث بالموضوعات التي تتناول الاجتماعيات، مثل: المشكلات الحياتية المعاصرة وكيفية التعامل معها، وكيفية قراءة لغة الجسد والتعامل مع الآخرين)، وتبين أن العلاقة بين (مدى الاهتمام بنوعية الموضوعات التي تعرضها الحلقات)، و(النوع) علاقة دالة إحصائيًا كما يظهر من خلال بيانات الجدول.

و. مقياس الوعي الثقافي لدى الشباب المصري عينة الدراسة :

جدول رقم (٦)
توزيع إجابات عينة الدراسة طبقاً لإجاباتهم حسب مقياس الوعي الثقافي

مؤشرات إحصائية			معارض		محايد		موافق			
الدالة الإحصائية	معامل التوافق	كافريغ	أنتي	ذكر	أنتي	ذكر	أنتي	ذكر		
دال	٠.٣١٥	٤٤.١٨٠	١٠٦	١١٩	٢٩	٦٥	٦٥	١٦	ك	عند التخطيط لبدء مشروع جديد بهدف الربح يجب الاهتمام بعملية التسويق، وتحديد الجمهور المستهدف، وليس بالضرورة وجود دراسة جدوى
			٥٣%	٩٠%	١٤.٥%	٣٢.٥%	٣٢.٥%	٨%	%	
غير دال	٠.١٥٢	١.٠٩٦	١٥	١٩	٨٥	٧٦	١٠٠	١٠٥	ك	إنسان يصاب بمرض يصيب كيميائية بالمع
			٧.٥%	٩.٥%	٤٢.٥%	٣٨%	٥٠%	٢.٥%	%	
دال	٠.٣٢٢	٤٩.٦٤	٨٥	٣٤	٢٠	٧٠	٩٥	٩٦	ك	الحركات والإيماءات وتعبيرات الوجه التي يصدرها الطرف الآخر يمكن من خلالها فهم شخصية الآخرين وتسمى "لغة الجسد"
			٤٢.٥%	١٧%	١٠%	٣٥%	٤٧.٥%	٤٨%	%	
دال	٠.١١٠	٤.٨٧١	٠	٠	١١٩	٩٧	٨١	١٠٣	ك	نهر النيل أطول نهر في العالم ويقدر مساحته بحوالي ٤ آلاف ميل
			٠%	٠%	٥٩.٥%	٤٨.٥%	٤٠%	٥١.٥%	%	
دال	٠.١٩٥	١٥.٨٣	٦	١٩	٩١	٥٨	١٠٣	١٢٣	ك	تبدأ عملية اتخاذ أي قرار بمجموعة من الخطوات أولها تحديد المشكلة، أو الموقف بشكل سليم
			٣%	٩.٥%	٤٥.٥%	٢٩%	٥١.٥%	٦١.٥%	%	
غير دال	٠.١٠٣	٤.٢٧٨	٦	٧	٧٠	٥١	١٢٤	١٤٢	ك	كوكب الأرض يطلق عليه "الكوكب الأزرق" نظرًا لكون مساحة المياه عليه
			٣%	٣.٥%	٣٥%	٢٥.٥%	٦٢%	٧١%	%	
دال	٠.١٢٧	٦.٥٧٨	٦	٠	٩٦	١٠٦	٩٨	٩٤	ك	يعد إحصاء تسونامي أكبر إحصاء حدث على مستوى التاريخ وذلك في عام ٢٠٠٤
			٣%	٠%	٤٨%	٥٣%	٤٩%	٤٧%	%	
دال	٠.١٢٢	٦.٠٠٩	٥	٠	١٠٨	١٠١	٨٧	٩٩	ك	تصيب دودة البلهارسيا كبد الإنسان وتعيش فيه، الأمر الذي قد يسبب سرطان الكبد
			٢.٥%	٠%	٥٤%	٥٠.٥%	٤٣.٥%	٤٩.٥%	%	
دال	٠.١٦٦	١٠.٥٥٠	٦١	٤٨	١١٤	١٠٢	٢٥	٥٠	ك	الغوبيا أو الرهاب هو خلل إدراكي يمكن أن يصيب الإنسان من خلال الوراثة، أو من خلال تجارب مرئية للآخرين
			٣٠.٥%	٢٤%	٥٧%	٥١%	١٢.٥%	٢٥%	%	
دال	٠.١٩٩	١٦.٤٥٩	٤٧	٨٠	٧٢	٧١	٨١	٤٩	ك	قامت الحرب العالمية الثانية عام ١٩٣٩ وانتهت بانتصار دول المحور
			٢٣.٥%	٤٠%	٣٦%	٣٥.٥%	٤٠.٥%	٢٤.٥%	%	
دال	٠.٣٧٢	٦٤.١٧٥	٧١	١٦	٦٥	٤٧	٦٤	١٣٧	ك	من أبرز عائلات الثقة بالنفس الفترة على إيداء الرأي بكل سلامة دون خجل
			٣٥.٥%	٨%	٣٢.٥%	٢٣.٥%	٣٢%	٦٨.٥%	%	
دال	٠.١٧٠	١١.٩٠٤	٢٥	٣٨	١٣٤	١٠٠	٤١	٦٢	ك	ينتج جسم الإنسان طاقة يومياً تعادل ٢٠٠.١٠٠ واط وهي تكفي لإضاءة حوالي ٦ لمبات متوسطة
			١٢.٥%	١٩%	٦٧%	٥٠%	٢٠.٥%	٣١%	%	
دال	٠.٣٥٦	٥٨.٢٢١	١٢٣	١٢٨	١٢	٥٦	٦٥	١٦	ك	الخصخصة النرجسية هي النموذج الأمثل في محيط العلاقات الاجتماعية
			٦١%	٦٤%	٦%	٢٨%	٣٢.٥%	٨%	%	
غير دال	٠.٠٦٧	١.٧٩١	٧	١٢	١١١	١٠٢	٨٢	٨٦	ك	القولون العصبي مرض يصيب حوالي ربع سكان الكرة الأرضية، ويتعلق بوجود خلل في وظائف جهاز القولون
			٣.٥%	٦%	٥٥.٥%	٥١%	٤١%	٤٣%	%	
دال	٠.٣٣٧	٥١.٢٩٥	٨٢	٣٥	٨٧	٧٢	٣١	٩٣	ك	يرجع تاريخ الحضارة الفرعونية إلى ما يقارب ٥.٠٠٠ عام قبل الميلاد
			٤١%	١٧.٥%	٤٣.٥%	٣٦%	١٥%	٤٦.٥%	%	

توضح النتائج التفصيلية للجدول:مدى موافقة الشباب المصري عينة الدراسة على مجموعة العبارات التي تقيس مقدار الثقافة العلمية لديهم، وأجابت الغالبية العظمى بشكل صحيح عن العبارات؛ حيث احتوى المقياس على بعض العبارات الخاطئة لتقيس مدى التركيز الفعلي للمتابع ، وذلك بناء على متابعتهم للحلقات العلمية، وجاءت النتائج كما يلي:

مجموعة عبارات تقيس مجموعة من المعلومات التي تم عرضها بالفعل خلال حلقات برنامج الدحيح، وتنوعت بين (تاريخية، طبية، جغرافية) وتمثلت في العبارات التالية:

يُلاحظ أيضًا ارتفاع نسبة الوعي الثقافي لدى المستخدمين من الجنسين الذكور والإناث؛ حيث أجاب حوالي نصف أفراد العينة أو أكثر بطريقة صحيحة على بعض الجمل مثل :

- (كوكب الأرض يطلق عليه "الكوكب الأزرق " نظراً لكبر مساحة المياه عليه) حيث أجاب بالموافقة أكثر من نصف العينة سواء من الذكور، أو الإناث؛ حيث بلغت نسبة الذكور الذين أجابوا ب(موافق) (٧١%)، بينما أجابت الإناث بنسبة (٦٢%).
- (الحركات والإيماءات وتعبيرات الوجه التي يصدرها الطرف الآخر يمكن من خلالها فهم شخصية الآخرين، وتسمى "لغة الجسد") حيث بلغت نسبة الذكور الذين أجابوا ب(موافق) (٤٨%)، بينما أجابت الإناث بنسبة (٤٧.٥%).
- (تبدأ عملية اتخاذ أي قرار بمجموعة من الخطوات أولها تحديد المشكلة أو الموقف بشكل سليم)؛ حيث بلغت نسبة الذكور الذين أجابوا ب(موافق) (٦١.٥%)، بينما أجابت الإناث بنسبة (٥١.٥%).
- يُلاحظ أيضًا أن نسبة من المستخدمين لم يدركوا المعلومات العلمية الواردة بالفيديوهات بشكل سليم، وكانت إجاباتهم غير صحيحة و النسبة الأكبر كانت من نصيب الإناث عينة الدراسة؛ حيث لجأت الباحثة إلى وضع بعض العبارات التي تحتوى على معلومات خاطئة للكشف عن مدى استيعاب المبحوثين عينة الدراسة للمحتوى العلمى،ومن أمثلة تلك العبارات :

- (قامت الحرب العالمية الثانية عام ١٩٣٩ وانتهت بانتصار دول المحور) حيث بلغت نسبة الذكور الذين أجابوا ب(موافق) (٢٤.٥%)، بينما أجابت الإناث بنسبة (٤٠.٥%).
- (عند التخطيط لبدء مشروع جديد بهدف الربح يجب الاهتمام بعملية التسويق، وتحديد الجمهور المستهدف، وليس بالضرورة وجود دراسة جدوى) حيث بلغت نسبة الذكور الذين أجابوا ب(موافق) (٨%)، بينما أجابت الإناث بنسبة (٣٢.٥%).
- (الشخصية النرجسية هي النموذج الأمثل في محيط العلاقات الاجتماعية)؛ حيث بلغت نسبة الذكور الذين أجابوا ب(موافق) (٨%)، بينما أجابت الإناث بنسبة (٣٢.٥%).

بشكل عام ومن خلال استعراض نتائج الجدول السابق نجد ارتفاع نسبة الوعي الثقافي، وامتلاك المستخدمين الفعليين، والمتابعين للحلقات العلمية للبرامج الثلاثة (الدحيح، الاسيتالية، الزتونة) موضع التحليل قدرًا مناسبًا من الثقافة العلمية؛ حيث ارتفعت نسبة من أجابوا بشكل صحيح، مقابل نسبة ضئيلة أجابوا بشكل خاطئ، وجاءت نتائج المبحوثين فيما يخص مقياس الثقافة العلمية كالتالي (٦٧%) أجابوا بشكل صحيح، بينما (٣١.٥%) كانت إجاباتهم بشكل محايد، ونسبة من أجابوا إجابات غير سليمة بلغت (٨%) من إجمالي عينة

الدراسة، وبناءً على تلك النتائج يتضح ارتفاع المستوى الثقافي لدى الشباب المصري وإن تفاوتت النسب، وهو ما يتفق مع الهدف من الإعلام العلمي أو الثقافي وهو نشر القدر المناسب من الثقافة لدى أفراد المجتمع وهو ما أكدته (أبو شنافة حسان) في دراسته حيث أشار إلى "إن الهدف من نشر الثقافة العلمية لدى المواطن لا يكمن في تحويل عامة الناس لعلماء وباحثين، بل في تمكينهم من نصيب من المعرفة يجعلهم مُطلعين على المستجدات والاختراعات المتنوعة في مجال العلوم ، ويجعلهم يشعرون بأنهم معنيون بما يجري حولهم، وقادرون على المشاركة في الحوار واتخاذ القرار، وهذا النوع من الثقافة هو الأصعب؛ لأنه يتطلب الابتعاد عن لغة الترميز والتفسير والمعادلات والمصطلحات، وتبسيط نتائجها ودلالاتها للإنسان العادي من دون الإخلال بمضامينها ودقة معانيها.

ز. اتجاهات الشباب نحو المضامين الثقافية المنشورة عبر قنوات اليوتيوب العلمية :

جدول رقم (٧)

توزيع إجابات عينة الدراسة طبقاً لإتجاهاتهم نحو المضامين الثقافية المنشورة عبر قنوات اليوتيوب

البيانات	درجة الموافقة	موافق		محايد		معارض		المتوسط الحسابي	الاتجاه
		نكر	أشئ	نكر	أشئ	نكر	أشئ		
١. توفر القنوات العلمية على اليوتيوب معلومات وأخبار عن أهم الموضوعات وبخاصة وقت الأزمات مثل (جائحة كورونا).	ك	١٢٩	١٧١	٥٩	٢٤	١٢	٥	٢.٣	موافق
	%	٦٤.٥%	٨٥.٥%	٢٩.٥%	١٢%	٦%	٢.٥%		
٢. يتضمن المحتوى الثقافي على اليوتيوب معلومات وتفاصيل عن أهم الأحداث والوقائع التاريخية التي تزيد من الحصيلة المعرفية بشكل عام.	ك	١٠٤	١١٨	٨	٨	٨٨	٧٤	٢.٤	موافق
	%	٥٢%	٥٩%	٤%	٤%	٤٤%	٣٧%		
٣. وجود محتوى ثقافي مدعم بوسائط فنية (صوت - صورة - مؤثرات صوتية - رسوم متحركة جرافيك) من أهم المميزات التي تشجع على المتابعة والاهتمام بالمحتوى.	ك	١١٩	١١٨	٨١	٨٢	٠	٠	٢.٣	موافق
	%	٥٩.٥%	٥٩%	٤١.٥%	٤١%	٠%	٠%		
٤. يوفر المضمون الثقافي عبر اليوتيوب مغزور معرفي هائل عن أهم متطلبات سوق العمل وكيفية إنشاء عمل خاص بكل سائسة.	ك	٨٨	٣٧	١١٢	١١٢	٠	٠	٢.٣	محايد
	%	٤٤%	١٩%	٥٦%	٨١%	٠%	٠%		
٥. تعتبر وسيلة جيدة للبدء وقت الفراغ والتسلية بدلاً من متابعة محتوى ترفيهي.	ك	١٢٦	١٧٤	٥٥	٢٨	١٠	٧	٢.٤	موافق
	%	٦٣.٥%	٨٧%	٢٧%	١٣%	٥%	٣%		
٦. تمثل القنوات العلمية على اليوتيوب بديل كافٍ عن الكتب وحضور الندوات العلمية وغيرها من مصادر التثقيف .	ك	٨٧	٣٩	١١١	١٦١	٠	٠	٢.٢	محايد
	%	٤٣%	١٨%	٥٥%	٨٢%	٠%	٠%		
٧. أسلوب القلم بالإتصال على القنوات العلمية عبر اليوتيوب من أهم العوامل المؤثرة في إدراك المحتوى وكذلك الاهتمام بالمتابعة.	ك	١٠	٧	٥٥	٢٨	١٣٦	١٧٤	١.٥	معارض
	%	٥%	٣%	٢٧%	١٣%	٦٣.٥%	٨٧%		
٨. إمكانية التفاعلية التي تتبعها قنوات اليوتيوب العلمية سواء من خلال (تسجيل إجاب - عدم إجاب ، مشاركة المحتوى ، وضع تعليق) من أهم مميزات المحتوى الثقافي ، والتي قد لا تتبعها وسائل الإعلام التقليدية.	ك	٥٩	١٣٣	١٢٢	١٧٠	١٠	٦	٢.٢	محايد
	%	٢٩%	٤٠%	٣٥%	٤٨%	٥%	٢%		
٩. يُعد وتوفر القنوات العلمية مابين عامة ومخصصة في المحتوى المقدم حيث (قناة طبية ، قناة متخصصة بالتكنولوجيا الرقمية ، أخرى شاملة لأكثر من نوع محتوى) من الأمور التي تشجع المستخدم على المتابعة والاهتمام.	ك	٩٠	١٨٠	٥٣	٢٥	٨	٥	٢.٤	موافق
	%	٤٥%	٨٨%	٢٥%	١٢%	٣%	٢%		
١٠. يتحكم القلم بالإتصال في المعلومات التي يتم طرحها على القناة العلمية بحيث يركز على نقاط ويهمل أخرى ، الأمر الذي قد لا يحقق الاستفادة المطلوبة من متابعة المحتوى.	ك	١١٧	١٢٠	٨٠	٨٠	٠	٠	٢.٤	موافق
	%	٥٨%	٦٠%	٣٩%	٣٩%	٠%	٠%		

يوضح الجدول السابق ما يلي:

- جاء الاتجاه موافق على عبارة (يتضمن المحتوى الثقافي على اليوتيوب معلومات وتفاصيل عن أهم الأحداث والوقائع التاريخية التي تزيد من الحصيلة المعرفية بشكل عام) بمتوسط حسابي ٢.٤، فارتفعت نسبة الموافقة لهذه العبارة ووصلت إلى ٥٢% للذكور، ٥٩% للإناث بواقع ٢٢٢ مبحوث، وجاءت نسبة المحايدين ٤% لكل من الجنسين بواقع ١٦ مبحوث، في حين جاءت نسبة المعارضين ٤٤% للذكور، ٣٧% للإناث بواقع ١٦٢ مبحوث.
- جاء الاتجاه موافق على (تعتبر وسيلة جيدة لملء وقت الفراغ والتسلية بدلاً من متابعة محتوى ترفيهي) بمتوسط حسابي ٢.٤، فارتفعت نسبة الموافقة لهذه العبارة ووصلت إلى ٦٣.٥% للذكور، ٨٧% للإناث بواقع ٣٠٠ مبحوث، وجاءت نسبة المحايدين ٢٧% للذكور، ١٣% للإناث بواقع ٨٣ مبحوث، في حين جاءت نسبة المعارضين ٥% للذكور، ٣% للإناث بواقع ١٧ مبحوث.
- جاء الاتجاه موافق على عبارة (تعدد وتنوع القنوات العلمية ما بين عامة ومتخصصة في المحتوى المقدم حيث (قناة طبية، قناة متخصصة بالتكنولوجيا الرقمية، وأخرى شاملة لأكثر من نوع محتوى من الأمور التي تشجع المستخدم على المتابعة والاهتمام) بمتوسط حسابي ٢.٤، فارتفعت نسبة الموافقة لهذه العبارة ووصلت إلى ٤٥% للذكور، ٨٨% للإناث بواقع ٢٧٠ مبحوث، وجاءت نسبة المحايدين ٨٨% للذكور، ٢٥% للإناث بواقع ٢٣٣ مبحوث، في حين جاءت نسبة المعارضين ٣% للذكور، ٢% للإناث بواقع ١٣ مبحوث.
- جاء الاتجاه موافق على عبارة (يتحكم القائم بالإتصال في المعلومات التي يتم طرحها على القناة العلمية بحيث يركز على نقاط ويهمل أخرى، الأمر الذي قد لا يحقق الاستفادة المطلوبة من متابعة المحتوى)، بمتوسط حسابي ٢.٤، فارتفعت نسبة الموافقة لهذه العبارة ووصلت إلى ٥٨% للذكور، ٦٠% للإناث، وجاءت نسبة المحايدين ٣٩% لكل من الجنسين، في حين جاءت نسبة المعارضين لكل من الجنسين.
- جاء الاتجاه موافق على عبارة (توفر القنوات العلمية على اليوتيوب معلومات وأخبار عن أهم الموضوعات وبخاصة وقت الأزمات مثل جائحة كورونا)، بمتوسط حسابي ٢.٣، فارتفعت نسبة الموافقة لهذه العبارة ووصلت إلى ٦٤.٥% للذكور، ٨٥.٥% للإناث، وجاءت نسبة المحايدين ٢٩% للذكور و ١٢% للإناث بواقع ٨٣ مبحوث، في حين جاءت نسبة المعارضين ٦% للذكور، و ٢.٥% للإناث بواقع ١٧ مبحوث.
- جاء الاتجاه موافق على عبارة (وجود محتوى ثقافي مدعم بوسائط فنية (صوت -صورة -مؤثرات صوتية - رسوم متحركة - جرافيك وغيرها .. من أهم المميزات التي تشجع على المتابعة والاهتمام بالمحتوى)، بمتوسط حسابي ٢.٣، فارتفعت نسبة الموافقة لهذه العبارة ووصلت إلى ٥٩.٥% للذكور، ٥٩% للإناث، وجاءت نسبة المحايدين ٤٠% للذكور و ٤١% للإناث بواقع ١٦٣ مبحوث، في حين جاءت نسبة المعارضين لكل من الجنسين.

- جاء الاتجاه محايد على عبارة (يوفر المضمون الثقافي عبر اليوتيوب مخزون معرفي هائل عن أهم متطلبات سوق العمل وكيفية إنشاء عمل خاص بكل سلاسة)، بمتوسط حسابي ٢.٣، فارتفعت نسبة المحايدين لهذه العبارة ووصلت إلى ٥٦% للذكور و ٨١% للإناث بواقع ٢٧٤ مبحوث، وجاءت نسبة المؤيدين ٤٤% للذكور و ١٩% للإناث بواقع ١٢٦ مبحوث، في حين جاءت نسبة المعارضين لكل من الجنسين.
 - جاء الاتجاه محايد على عبارة (تمثل القنوات العلمية على اليوتيوب بديل كافي عن الكتب وحضور الندوات العلمية وغيرها من مصادر التثقيف)، بمتوسط حسابي ٢.٢، فارتفعت نسبة المحايدين لهذه العبارة ووصلت إلى ٥٥% للذكور و ٨٢% للإناث بواقع ٢٧٢ مبحوث، وجاءت نسبة المؤيدين ٤٣% للذكور و ١٨% للإناث بواقع ١٢٦ مبحوث، في حين جاءت نسبة المعارضين ٥% للذكور و ٣% للإناث.
 - جاء الاتجاه محايد على عبارة (إمكانية التفاعلية التي تتيحها قنوات اليوتيوب العلمية سواء من خلال (تسجيل إعجاب عدم إعجاب، مشاركة المحتوى، وضع تعليق وغيرها من الإمكانيات من أهم مميزات المحتوى الثقافي، والتي قد لا تتيحها وسائل الإعلام التقليدية)، بمتوسط حسابي ٢.٢، فارتفعت نسبة المحايدين لهذه العبارة ووصلت إلى ٣٥% للذكور و ٤٨% للإناث، وجاءت نسبة المؤيدين ٢٩% للذكور و ٤٠% للإناث، في حين جاءت نسبة المعارضين ٥% للذكور و ٢% للإناث.
 - جاء الاتجاه محايد على عبارة (أسلوب القائم بالاتصال على القنوات العلمية عبر اليوتيوب من أهم العوامل المؤثرة في إدراك المحتوى وكذلك الاهتمام بالمتابعة)، بمتوسط حسابي ١.٥، فارتفعت نسبة المعارضين لهذه العبارة ووصلت إلى ٦٣.٥% للذكور و ٨٧% للإناث، وجاءت نسبة المحايدين ٢٧% للذكور و ١٣% للإناث، في حين جاءت نسبة المعارضين ٥% للذكور و ٢% للإناث.
- وتوضح المؤشرات السابقة اتجاه الشباب نحو المضامين الثقافية المنشورة عبر قنوات اليوتيوب العلمية والتي قد أظهرت ارتفاع نسبة المؤيدين بشكل كبير، وذلك حول المعلومات التي يتم تقديمها وما يدعمها من إمكانات ووسائل سهلت من استيعابها، وكذلك أسلوب القائم بالاتصال واهتمام تلك النوعية من القنوات العلمية بمواكبة القضايا المطروحة التي قد تهم المستخدمين، مما يؤكد على تعطش المستخدمين للتنوع الثقافي والفكري في المحتوى المقدم من خلال المنصات الإعلامية الإلكترونية، وبشكل خاص هذا النوع من المحتوى الذي بدوره يسهم في تغذية العقول وتكوين حصيلة معرفية قوية تواكب التكنولوجيا الرقمية التي نعيشها في العصر الحالي، ويمكن القول أنه في الوقت الذي تقل فيه المضامين العلمية العربية بوسائل الإعلام التقليدية؛ نجح الهواة من المواطنين العاديين (You tubers) في استخدام الشبكات الاجتماعية لنشر الثقافة العلمية بين الجمهور العادي؛ الأمر الذي يستدعي من صناعات القرار بالمؤسسات الإعلامية التقليدية استقطاب تلك الكفاءات لتعظيم الاستفادة مما يقدمونه من مضامين علمية مبسطة، وتقديمها بشكل أكثر احترافية ومهنية؛ بما يسهم في جعل العلوم عامة (Sciences for All) أي متاحة للجميع وبشكل سهل، لاسيما في ظل حرمان قطاع كبير من الجمهور العام من تلك المضامين، والفجوة الرقمية في استخدام الإنترنت داخل المجتمعات العربية التي تفتقر للثقافة العلمية.

ثانيًا نتائج اختبارات الفروض:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين معدل استخدام الشباب عينة الدراسة لقنوات اليوتيوب العلمية ، ومستوى الثقافة العلمية لديهم.

جدول رقم (٨)

العلاقة الارتباطية بين معدل استخدام الشباب عينة الدراسة لقنوات اليوتيوب العلمية،

ومستوى الثقافة العلمية لديهم

معدل الاستخدام		مستوى الوعي الثقافي
٠.٧٤٧**	قيمة معامل الارتباط	
٠.٠٠٠	الدالة الإحصائية	
٤٠٠	N	

توضح نتائج الجدول السابق أنه توجد علاقة ارتباط دالة إحصائيًا بين معدل استخدام الشباب المصري عينة الدراسة لموقع اليوتيوب ،وبين مستوى الوعي الثقافي لديهم؛حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون(٠.٨٤٧**) عند مستوى دلالة(٠.٠٠٠)، والعلاقة بين المتغيرين إيجابية قوية،أي كلما زاد معدل استخدام الشباب المصري عينة الدراسة لقنوات اليوتيوب العلمية ؛ زاد لديهم مستوى الوعي الثقافي.

وبذلك يمكن قبول الفرض الأول القائل بأن:(هناك علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين معدل استخدام الشباب عينة الدراسة لقنوات اليوتيوب العلمية، ومستوى الوعي الثقافي لديهم)، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (طارق الصعيدي ٢٠٢٤)^(٢٨) توصل إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين متابعة موضوعات الثقافة الرقمية عبر موقع اليوتيوب، ومستوى وعي طلاب وطالبات المرحلة الثانوية بالمواطنة الرقمية.

الفرض الثاني: توجد فروق دالة إحصائيًا بين مستوى ثقة الشباب عينة الدراسة في المحتوى العلمي الذي يتم تقديمه من خلال الفيديوهات العلمية عبر موقع اليوتيوب، وتأثير تلك الثقة على نشاطهم الثقافي في الواقع الفعلي.

جدول رقم (٩)

العلاقة الارتباطية بين مستوى ثقة الشباب عينة الدراسة في مستوى الثقافة العلمية المقدمة من خلال الفيديوهات العلمية عبر موقع اليوتيوب ،وبين تأثيرها على نشاطهم الثقافي في الواقع الفعلي

مستوى الثقة		مستوى النشاط الثقافي س١٨
٠.٣٥٦**	قيمة معامل الارتباط	
٠.٠٠٠	الدالة الإحصائية	
٤٠٠	N	

توضح نتائج الجدول السابق أنه توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين مستوى ثقة الشباب عينة الدراسة في مستوى الثقافة العلمية المقدمة من خلال الفيديوهات العلمية عبر موقع اليوتيوب، وبين تأثيرها على نشاطهم الثقافي في الواقع الفعلي؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.356^{**}) عند مستوى دلالة (0.000)، والعلاقة بين المتغيرين إيجابية متوسطة، أي كلما زاد مستوى ثقة الشباب عينة الدراسة في مستوى الثقافة العلمية المقدمة من خلال الفيديوهات العلمية عبر موقع اليوتيوب؛ زاد تأثير ذلك على نشاطهم الثقافي في الواقع الفعلي، وبذلك يمكن قبول الفرض الثاني القائل بأن (هناك فروق دالة إحصائية بين مستوى ثقة الشباب عينة الدراسة في مستوى الثقافة العلمية المقدمة من خلال الفيديوهات العلمية عبر موقع اليوتيوب، وبين تأثيرها على نشاطهم الثقافي في الواقع الفعلي).

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مدى ثراء الوسيلة المتمثل في الوسائط الفنية المستخدمة لعرض محتوى قنوات اليوتيوب العلمية، ومدى الحرص على متابعة المحتوى .

جدول رقم (١٠)

العلاقة الارتباطية بين مدى ثراء الوسيلة المتمثل في الوسائط الفنية المستخدمة لعرض محتوى قنوات اليوتيوب العلمية، والحرص على متابعة المحتوى.

ثراء الوسيلة		
0.194^{**}	قيمة معامل الارتباط	الحرص على المتابعة
0.000	الدلالة الإحصائية	
400	N	

توضح نتائج الجدول السابق أنه توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين مدى ثراء الوسيلة المتمثل في الوسائط الفنية المستخدمة لعرض محتوى الثقافة العلمية، والحرص على متابعة المحتوى الخاص بالثقافة العلمية؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.194^{**}) عند مستوى دلالة (0.000)، والعلاقة بين المتغيرين إيجابية ضعيفة، أي كلما زاد مستوى مدى ثراء الوسيلة المتمثل في الوسائط الفنية المستخدمة لعرض محتوى الثقافة العلمية؛ زاد الحرص على متابعة المحتوى الخاص بالثقافة العلمية، وبذلك يمكن قبول الفرض الثالث القائل بأن: (هناك علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مدى ثراء الوسيلة المتمثل في الوسائط الفنية المستخدمة لعرض محتوى الثقافة العلمية، وبين الحرص على متابعة المحتوى الخاص بالثقافة العلمية)، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة كل من (طارق محمد الصعيدي ٢٠٢٤) ^(٢٧)، و(مينا عبد المسيح ٢٠٢٤) ^(٢٨) حيث توصلوا إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مدى ثراء الوسيلة لعرض المحتوى الثقافي، وبين الاهتمام بمتابعة المحتوى سواء ثقافة رقمية، أم ثقافة علمية.

مناقشة النتائج والتوصيات :

أولاً مناقشة النتائج :

- استهدفت الدراسة الكشف عن اتجاهات الشباب نحو المضامين الثقافية الموجودة عبر قنوات اليوتيوب العلمية، وذلك في إطار نظرية (ثراء الوسيلة الإعلامية) (Media Richness Theory)، من خلال إجراء دراسة ميدانية على عينة عمدية من الشباب من الفئة العمرية (١٨-٣٥) بلغت حوالي (٤٠٠) مفردة من الذكور والإناث، تم اختيارهم عمدًا ممن يهتمون بمتابعة المضامين الثقافية على موقع اليوتيوب.
- وتم تصميم استمارة الاستقصاء بحيث تتضمن مجموعة من الأسئلة التي تحقق أهداف الدراسة، ومنها التعرف على مدى اهتمام الشباب بتلك النوعية من القنوات العلمية على موقع اليوتيوب، والأسباب التي تدفعه لمتابعتها، وأكثر العناصر التي تنال إعجاب الشباب (طريقة عرض ومعالجة المحتوى - مواكبة القضايا المطروحة على الساحة - أسلوب القائم بالاتصال)، ومدى ثقته في المعلومات المقدمة من خلال تلك القنوات، وأكثر القنوات التي يحرص على متابعتها (طبية بحثة - شاملة لأكثر فرع من العلوم - تقنية)، وكذلك رؤيته لتطوير تلك القنوات من وجهة نظره ، وكذلك شملت الصحيفة على مقياس مستوى الثقافة العلمية لدى الشباب المصري.
- جاء موقع "اليوتيوب" في مقدمة المواقع التي يعتمد عليها الشباب في الحصول على محتوى الثقافة العلمية ثم جاءت باقي المواقع على الترتيب (فيسبوك، تويتر، انستجرام، تليجرام)، وقد يرجع تصدر موقع اليوتيوب إلى أنه يستغل كل إمكانات الإنترنت والوسائط الفنية المتاحة لعرض الفيديوهات العلمية وبخاصة لطرح الموضوعات العلمية المعقدة التي تحمل الكثير من الغموض مثل الظواهر الفيزيائية أو الأمراض النادرة أو حتى علوم الفلك والفضاء، وهو ما يتفق مع فرض نظرية ثراء الوسيلة "أنه كلما زاد ثراء الوسيلة التي تقدم المحتوى كلما زاد اهتمام الجمهور بتلك الوسيلة وبخاصة في حالة ارتفاع مستوى الغموض نحو الموضوعات التي تعرضها تلك الوسيلة"، أما المواقع الأخرى مثل "تويتر" فهو يعتمد بشكل أساسي على عبارات وجمل مكتوبة ولا يتيح خاصية الفيديوهات ، وموقع "انستجرام" يعرض المعلومات سواء ثقافية أو غيرها في صورة (Reels) وتكون مقتطفات عند مقارنتها بطول مدة حلقة اليوتيوب التي قد تصل إلى نصف ساعة.
- ارتفعت نسبة الوقت الذي يقضيه الشباب يومياً في متابعة محتوى القنوات العلمية على اليوتيوب والفيسبوك حيث أجاب حوالي ثلث العينة بأنه يقضى ما بين ساعة إلى أقل من ٣ ساعات يومياً للمشاهدة، وذلك مع تفوق الذكور على الإناث في نسب المتابعة وهذه النتيجة تختلف مع غالبية نتائج الدراسات الإعلامية التي تشير إلى أن الإناث أكثر استخداماً للإنترنت وقضاء وقت أطول على مواقع التواصل الاجتماعي حيث ارتفع نسبة الإناث على الذكور ممن يحرصون على متابعة واستخدام شبكات التواصل الإلكترونية للتعرف على آخر المستجدات فيما يخص القضايا العلمية والثقافية .
- جاءت قناة "الدحيح" على رأس القنوات العلمية التي يحرص الشباب عينة الدراسة على متابعة المحتوى العلمي والثقافي من خلالها، وربما يرجع ذلك إلى التنوع في المحتوى

المقدم ما بين (فيزياء، أحياء، تاريخ، جغرافيا، هندسة وغيرها...) حيث يهتم بكافة المجالات مما يمكنه من جذب كافة المستخدمين في مجالات مختلفة، فكلما زاد ثراء القناة أو الوسيلة وخاصة في حالة الموضوعات التي تحمل كم كبير من الغموض كلما زادت نسب المتابعة والاهتمام بالمحتوى، على عكس قناة "الاسبوتالية" وهي قناة علمية طبية تناقش قضايا علمية بحتة وبخاصة الأمراض المستعصية والنادرة والأوبئة والعادات الصحية الغير سليمة، وكذلك قناة "الزونة" متخصصة في تلخيص الكتب في مجالات علم النفس، الاقتصاد، الاجتماع.

- أشارت النتائج إلى ارتفاع نسبة العنصر الخاص بـ "استخدام الوسائط الفنية " كأحد العناصر التي تجذب انتباه الجمهور المستخدم من الشباب لمحتوى الحلقات العلمية، وهو ما يتفق مع أحد معايير نظرية ثراء الوسيلة والخاص " بتنوع الرمز " والمقصود هو عدد الطرق التي يمكن من خلالها الوسيلة أن توصل المعلومات، وهناك مكونين أساسيين لثراء وسائل الإعلام يمكن من خلالها تحديد قدرة الوسيلة على نقل الرسالة بفاعلية وهما: القدرة على حمل البيانات، والقدرة على حمل الرموز، وتكمن أهمية تعدد الرموز والإيماءات في نقل المعلومات بأشكال مختلفة أو من خلال نطاق واسع من التعبيرات، فكلما زادت قدرة الوسيلة على توصيل رموز متنوعة في رسائلها كلما زادت قدرتها على تسهيل فهم المتلقي للرسائل الاتصالية، والرموز هنا هو ما توفره الفيديوهات العلمية من وسائط فنية مختلفة من (فيديو، مشاهد تمثيلية، صور، مؤثرات صوتية) تُسهل في تسهيل فهم المحتوى هذا إلى جانب أسلوب القائم بالاتصال.
- من أهم أسباب تصفح الشباب عينة الدراسة للقنوات العلمية هو (لكي أزيد من معلوماتي وثقافتي بشكل عام) حيث أجاب حوالي نصف العينة بذلك، وفي المقابل أقل نسبة للسبب الخاص بـ (لكي أستطيع المشاركة في النقاشات العلمية).
- وفيما يخص أسباب ندرة مشاهدة محتوى القنوات العلمية على مواقع التواصل؛ فقد برز السبب الأول الخاص بـ (أنها غير مفيدة بالنسبة لمجال عملي أو شغفي)، والسبب الثاني (موضوعات غير جذابة) والثالث والأخير (محتواها صعب الفهم)، ويلاحظ من خلال ترتيب الأسباب أن ندرة المتابعة لا تأتي من صعوبة الفهم في المرتبة الأولى، والتي تمثلها نسبة ضئيلة جداً من عينة الدراسة، وذلك دليل على أن القائمين على تلك القنوات لديهم القدرة على تبسيط المعلومة، وتقديمها بشكل مناسب بما يتفق مع عقلية المستخدم، ولكن العزوف عن المشاهدة يأتي لعدم وجود رابط بين المحتوى المقدم، ومجال عمل، أو شغف المستخدم، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة "ماجد أبو النجا ٢٠٢٣" (٢٩) أن من أهم أسباب ندرة متابعة المراهقين من طلاب التعليم الثانوي العام بمحافظة دمياط للمحتوى الديني المقدم من خلال وسائل التواصل الإلكتروني هو أنها تُقدم بشكل غير جذاب لايشجع المستخدمين على الإقبال على متابعة المحتوى، جاء موقع (YouTube) في مقدمة المواقع التي يعتمد عليها الشباب في الحصول على الثقافة العلمية، ثم جاءت بقية المواقع على الترتيب (فيسبوك، تويتر، انستجرام، تيليجرام)، وقد يرجع تصدُر موقع (YouTube) نظراً لأنه يستغل كل إمكانيات الإنترنت والوسائط الفنية المتاحة لعرض الفيديوهات العلمية، وخاصة لطرح الموضوعات العلمية المعقدة

- التي تحمل الكثير من الغموض، مثل الظواهر الفيزيائية، أو الأمراض النادرة، أو حتى علوم الفلك والفضاء.
- ارتفاع نسبة العنصر الخاص "بمواكبة القضايا المطروحة" من ضمن العناصر الجاذبة لجمهور المستخدمين من الشباب ويعتبر إحدى أهم مميزات القنوات العلمية هو اهتمامها بالقضايا المطروحة على الساحة في الوقت الحالي والتي قد تهم المستخدمين مثل مناقشة قنواتي "الدحيح" و"الاستبالية" لقضية فلسطين بمجرد وقوع "طوفان الأقصى" تحت سلسة من الحلقات، وكذلك "أزمة كورونا" وما خلفته من تبعات صحية على مستوى الشعوب، ويتفق ما سبق مع أحد فرضيات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام وهو "يزداد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام في أوقات الأزمات والأحداث والتطورات الهامة"^(٣٠) وهو ما توفره القنوات العلمية للمستخدمين من وجهة نظرهم، وتتفق هذه النتيجة مع الدراسات العلمية التي توصلت إلى أن موقع تويتر وفيسبوك من أهم المواقع التي يعتمد عليها الشباب في الحصول على أهم المستجدات الخاصة بتطورات بعض القضايا المثارة على الساحة الاعلامية بشكل عام .
- يتضح من خلال نتائج الدراسة الميدانية تفضيل الشباب عينة الدراسة متابعة الفيديو هات العلمية المدعمة بالوسائط الفنية مقارنة بالفيديو المصور فقط، وذلك لأن تلك الوسائط تساعد على استيعاب وتذكر المحتوى وعدم الشعور بالملل وبخاصة أنه يناقش قضايا علمية بحثية تحتاج إلى التبسيط من جانب مقدم .
- أشارت نتائج الدراسة الميدانية إلى ارتفاع مستوى ثقة الباحثين إلى حد ما في الموضوعات التي تقدم من خلال الحلقات العلمية، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Susilawati& Hadiatul 2024)^(٣١) حيث توصل أيضاً إلى ارتفاع مستوى ثقة الباحثين في وسائل الإعلام الرقمية مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية، فهم يرون أن الوسائل الرقمية أكثر مصداقية، ربما يرجع ذلك لإحتكام وسائل الإعلام التقليدية على أساليب حرفية تمنع صور التحيز وعدم الدقة مما يؤدي إلى وجود بعض أشكال التحكم في المضمون والمحتوى وهو ما لا يوجد بالصحف الفورية أو الإلكترونية التي تتمتع بقدر أكبر من حرية اختيار الموضوعات وطرق تناولها.
- من أهم الموضوعات التي يهتم الشباب عينة الدراسة بمتابعتها: أهم الأحداث والوقائع التاريخية يليها موضوعات اجتماعية ومشكلاتها (لغة الجسد، تعديل السلوك والشخصية) وفي المرتبة الثالثة الموضوعات الطبية مثل أمراض مزمنة (سكر، ضغط) أو الفيروسات العالمية مثل كورونا وعلى الرغم من أن قنواتي الدحيح و الاستبالية قنوات علمية تناقش قضايا علمية وظواهر فيزيائية إلا أن تفضيلات المشاهدة كانت من نصيب الموضوعات التاريخية .
- تصدرت المواقع الأجنبية المتخصصة قائمة أهم المصادر التي يرجع لها الشباب المصري عينة الدراسة بخلاف مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على الثقافة العلمية، وإن ارتفعت النسبة لدى الإناث مقارنة بالذكور وفي المرتبة الثانية جاءت الكتب والمجلات العلمية وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Jung Insung&Lee Yekyung, 2024)^(٣٢) التي أكدت اعتماد الشباب في ولاية فلوريدا بشكل أساسي على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار وأهم الأنباء وبخاصة المواقع الأجنبية

- المتخصصة لعرض الأحداث الهامة وهو أمر طبيعي في عصر التكنولوجيا الرقمية حيث يمكن للفرد البحث عن أى خبر بمجرد الولوج إلى المواقع المتخصصة على الإنترنت سواء من خلال الهاتف النقال أو الحواسيب الذكية.
- أوضحت النتائج العامة مدى موافقة الشباب المصري عينة الدراسة على مجموعة العبارات التي تقيس مقدار الثقافة العلمية لديهم، وأجابت الغالبية العظمى بشكل صحيح عن العبارات؛ حيث احتوى المقياس على عبارات خاطئة تقيس مدى التركيز الفعلي للمتابع، وذلك بناء على متابعتهم للحلقات العلمية، وبشكل عام نجد ارتفاع نسبة الوعي الثقافي، وامتلاك المستخدمين الفعليين، والمتابعين للحلقات العلمية للبرامج الثلاثة (الدحيح، الاستبالية، الزتونة) موضع التحليل، وامتلاكهم قدر مناسب من الثقافة العلمية؛ حيث ارتفعت نسبة من أجابوا بشكل صحيح مقابل نسبة ضئيلة أجابوا بشكل خاطئ، وهو ما يتفق مع الهدف من الإعلام العلمي، أو الثقافي، وهو نشر القدر المناسب من الثقافة لدى أفراد المجتمع.
- قبول الفرض الأول القائل بأن: (هناك علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين معدل استخدام الشباب عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي، ومستوى الثقافة العلمية لديهم).
- قبول الفرض الثاني القائل بأن: (هناك فروق دالة إحصائية بين مستوى ثقة الشباب عينة الدراسة في مستوى الثقافة العلمية المقدمة من خلال الفيديوهات العلمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وبين تأثيرها على نشاطهم الثقافي في الواقع الفعلي).
- قبول الفرض الثالث القائل بأن: (هناك علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين مدى ثراء الوسيلة المتمثل في الوسائط الفنية المستخدمة لعرض محتوى الثقافة العلمية، وبين الحرص على متابعة المحتوى الخاص بالثقافة العلمية).

ثانيًا: توصيات الدراسة :

- الهيئة الوطنية للإعلام يجب أن تعمل على التوعية بتحسين استخدامات موقع اليوتيوب وكذلك وسائل التواصل الاجتماعي بشكل عام لأغراض التعليم، والنواحي الإخبارية، والثقافية بدلًا من شيوخ استخدامات التسلية والترفيه.
- محاولة استقطاب الكفاءات البشرية من القائمين على بعض قنوات اليوتيوب العلمية لتقديم محتوى تثقيفي شامل يضاهي في محتواه ما يتم عرضه على اليوتيوب ولكن على التليفزيون المصري لكي تعم الفائدة ونشر أكبر قدر من المعلومات على كافة فئات الجمهور.
- المؤسسات التعليمية يجب أن تهتم بدمج محتوى تثقيفي شامل لكل المجالات العلمية كإحدى المقررات ضمن المقررات الدراسية داخل المؤسسات التعليمية سواء في المدارس، أو في الجامعات بما يساهم في تنمية الفكر المثقف لدى الشباب منذ الصغر، وزيادة الحصيلة المعرفية لديهم.
- أن يهتم القائمون على (مركز البحوث والدراسات الإعلامية): بإجراء المزيد من الدراسات البحثية للقنوات العلمية التي تَبَث محتواها من خلال موقع اليوتيوب بشكل خاص ومواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام، وقياس تأثيراتها على الجمهور المستخدم، وخاصة القنوات الأجنبية منها؛ حيث لم تنطرق لها الدراسات العربية.

المراجع

١. الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، "كثافة تعرض الشباب المصري للإنترنت وقنواته"، القاهرة، ٢٠٢٤. متاح على الرابط:
https://www.capmas.gov.eg/Pages/StaticPages.aspx?page_id=7193. Date of Search: 12-5-2024.
٢. أماني محمد عبد السلام، "التغير القيمي لدى طلاب جامعة أسيوط في ضوء بعض التغيرات المعاصرة"، بحث منشور بمجلة كلية التربية للبحوث والنشر العلمي، مجلد ٣٩، عدد ١٠، جامعة أسيوط، ٢٠٢٣.
3. Susilawati & Hadiatul. "The Impact Analysis of Facebook on the Education Patterns of Elementary School Children". **The 5th Hamzanwadi International Conference of Technology and Education**, Usa, 2024. available at <https://repozytorium.amu.edu> Technology. Date of search: 12/5/2024.
٤. ماجد أبو النجا الشرقاوي "الأبعاد الاقتصادية للذكاء الاصطناعي تقييم جاهزية الاقتصاد المصري في ظل العولمة"، مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية، مجلد ٩، عدد ١، معهد رأس البر العالي للدراسات النوعية والحاسب الآلي، ٢٠٢٣.
٥. هديل الخطيب، "وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على المجتمع"، مجلة جامعة أم القرى، كلية الشريعة واللغة، السعودية، مجلد ١٤، عدد ٣٩، ٢٠٢٤، متاح على:
<http://mawdoo3.SocialMedia Effects.com>. Date of Search: 20-4-2024.
٦. هناء راضي العسكري، "الأنشطة الاتصالية لصفحات الوحدات الإقليمية على مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك"، مجلة بحوث الإعلام وعلوم الاتصال، عدد ٩، معهد الجزيرة العالي للإعلام، ٢٠٢٢.
7. Robert Andrew. "Transformation of science communication in the age of social media", **Theory of Science Journal**, Vol(٣٥), No.(1), 2024. Available at: <https://repozytorium.amu.edu>. Date of Search: 12/5/2024.
8. Sean Hagerty. "An Examination of Uses and Graduations of YOUTUBE", **Unpublished Master thesis**, Department of Communication, Villanova University. 2024. available at:
https://www.researchgate.net/publication/358730818_YouTube_Usage_Motivation_among_Students_Uses_and_Gratification_Analysis. Date of search: 3/5/2024.
9. Zhicong Shang. "On the distinctive features of the modern scientific culture", **Un Published PHD Thesis**. University of Chinese, Department of Sciences, China, 2024. Available at: http://jsb.journals.ekb.eg/article_2777_71d4b234102b45fd99479128fec7119a.pdf. Date of search: 12/12/2024.
10. Osrtgaard & Bode. "science: Challenges and opportunities for online science communication".
11. **CHI Conference of Human Factors in Computing Systems Proceedings**. Italy. 2024. Available at: <https://doi.sciencecommunication.org/10.1145/3290605.3300383>. Date of Search: 12/5/2024.
12. Jones Ridley & Et.al. "Science: Challenges and opportunities for online science communication". **CHI Conference on Human Factors in Computing Systems Proceedings**. 2024. Available at <http://doi.org/10.1145/3290605.3300383>. Date of search: 21/4/2024.

13. Kapoor Keen&Et.al."Advances in Social Media Research:Past,Present and Future"**Theory of Science Journal**,Vol(35),No.(1),2024.available at:
<https://doi.org/Social Media Future.10.1007/s10796-017-9810-y>.Date ofSearch:1/6/2024.
14. Paige &Jud."ATheoretical Framework for Understanding Social Media's Role in Discourse and Composition Education".**Innovations in Education and Teaching InternationalConference**,Vol.(52),No(3).2024.
avaliableat:<http://www.sciencedirect.com/science/journal/87554615>.Dateof Search:15/5/2024.
15. Okada Alexandra."Scientific literacy in the digital age: Tools, environments and resources for-inquiry".**European Scientific Journal**,Vol.(3),No.(12),2024.Avalibale at:<https://oro.open.ac.uk>. Date of Search :12/6/2024.
16. Peter Anderson."Scince educationfor scintific culture:A Survey Of The high school students in California,**Journal of Broadcasting &Electronic Media**,Vol.(25), No.(6),2024.
17. *. Michelle Moler & Ravishankar Jun."The role of frames and cultural toolkits in establishing new connections for social media innovation",**Technological Forecasting Social Change Magazine** ,Vol.(15),No.(144),2024.
18. Ariew Roger."The Importance of Scientific Culture",**British Journal for the history of Philosophy**,Vol.(17), No(2),2024.
19. Ian Kidd."Feyerabend on politics, Education, and Scientific Culture": Studies in History and Philosophy of Science.**Un Published PhD Thesis**, University of Nottingham, Department of Philosophy.2023.128.
available at:<http://search.mediacom/Record/25891>.Date of search:12/6/2024.
٢٠. حياة سنوسي،"قراءة تحليلية في المفهوم وعوامل اكتسابها.الثقافة الرقمية"،**مجلة الحكمة للدراسات الفلسفية**،عدد٢٠٢٣،٢،الجزائر،متاح على الرابط :
[http:// scientificcultuer.com/Record/1281252](http://scientificcultuer.com/Record/1281252):Dateof Search:15/5/2024
21. Saleh Abdullah Alabdulkareem." Exploring the use and the impacts of social media on teaching and learning science in Saudi". **Social and Behavioral Sciences Journal**. Vol.(182),No.(3),2024
٢٢. مينا عبد المسيح،"تدريس مقرر الثقافة العلمية في ضوء استراتيجيات التعلم المدمج لتنمية الكفاءة الذاتية والمسئولية الاجتماعية لطلاب الشعب العلمية بكلية التربية"، **مجلة كلية التربية**، عدد ٤٧، الجزء الأول، جامعة عين شمس، ٢٠٢٣.
٢٣. سارة عبد الهادي،"استخدامات موقع (YouTube) في المجال التعليمي"، **مجلة جامعة الملك عبد العزيز السعودية**، جامعة الملك عبد العزيز،كلية التربية، ٢٠٢٤.
24. *.Chakraborty borty&Et.al." Assessment of Diversity using Rapd and Issr Markers in Sorghum Varieties across Gujarat". **Electronic Journal of Plant Breeding**. India,Vol.(2),No(4).2024.
٢٥. سحر فاروق الصادق،"إدراك الشباب الجامعي لأخلاقيات نشر مقاطع الفيديو المباشر على الفيسبوك:دراسة ميدانية"،**مجلة بحوث التربية النوعية**،عدد٥٥،جامعة المنصورة، كلية التربية النوعية، ٢٠٢٣.
٢٦. محمد سرحان المحمودي، " مناهج البحث العلمي والإحصائي"، ط 3، اليمن، دار الكتب، ٢٠٢٣، ص 90

٢٧. طارق محمد محمد الصعيدي، "الثقافة الرقمية عبر وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتنمية المواطنة الرقمية"، مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، عدد ٩، الجزء ٢، ٢٠٢٤.

٢٨. مينا عبد المسيح، مرجع سابق.

٢٩. ماجد أبو النجا، مرجع سابق.

٣٠. سارة عبد الهادي، مرجع سابق.

31. Susilawati& Hadiatul.Op.Cit.

32. Jung Insung&Lee Yekyung."YouTube Acceptance by University Educators and Students:A Cross-Cultural Perspective", **Innovations in Education and Teaching International Conference**, Vol.(52),No(3).2024