

مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



رئيس مجلس الإدارة: أ.د / غانم السعيد - عميد كلية الإعلام ، جامعة الأزهر.

رئيس التحرير: أ.د / رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر ووكيل الكلية.

مساعدو رئيس التحرير:

أ.د / عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

أ.د / فهد العسكر - وكيل جامعة الإمام محمد بن سعود للدراسات العليا والبحث العلمي (المملكة العربية السعودية)

أ.د / عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)

أ.د / جلال الدين الشيخ زيادة - عميد كلية الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

مدير التحرير: د / محمد فؤاد الدهراوي - مدرس العلاقات العامة والإعلان، ومدير وحدة الجودة بالكلية

سكرتارية التحرير:

د / إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د / مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

أ / رامى جمال مهدي - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

مدقق لغوي: أ / جمال أبو جبل - معيد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير فني: أ / محمد كامل - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://jsb.journals.ekb.eg>

البريد الإلكتروني: mediajournal2020@azhar.edu.eg

المراسلات:

العدد الخامس والخمسون - الجزء الخامس - صفر ١٤٤٢ هـ - أكتوبر ٢٠٢٠ م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢-٢٩٢ X

الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧-١١١٠

قواعد النشر

- تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقاً للقواعد الآتية:
- يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين في تحديد صلاحية المادة للنشر.
 - ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة علمية محكمة أو مؤتمراً علمياً.
 - لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.
 - يجب ألا يزيد عنوان البحث -الرئيسي والفرعي- عن ٢٠ كلمة.
 - يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية وآخر باللغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠ كلمة.
 - يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر.. ونسخة على CD، على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.
 - لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها.... وتحفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها.
 - تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.
 - ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.

الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د./ على عجوة (مصر)
أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق بجامعة القاهرة.
٢. أ.د./ محمد معوض. (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة عين شمس.
٣. أ.د./ حسين أمين (مصر)
أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.
٤. أ.د./ جمال النجار (مصر)
أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.
٥. أ.د./ مي عبدالله (لبنان)
أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.
٦. أ.د./ وديع العززي (اليمن)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.
٧. أ.د./ العربي بوعمامة (الجزائر)
أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد، بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، الجزائر.
٨. أ.د./ سامي الشريف (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.
٩. أ.د./ خالد صلاح الدين (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام -جامعة القاهرة.
١٠. أ.د./ محمد فياض (العراق)
أستاذ الإعلام بكلية الإمارات للتكنولوجيا.
١١. أ.د./ رزق سعد (مصر)
أستاذ العلاقات العامة (جامعة مصر الدولية).

محتويات العدد

- ٢٦٤٧ ■ تحليل البنى الخطابية للأخبار السياسية الملونة تجاه مصر عبر اليوتيوب
أ.م.د. محمد محمد علي عمارة
- ٢٦٧٩ ■ معالجة الدراما السينمائية المصرية لمشكلات وقضايا التعليم- دراسة تحليلية
د. سمية متولي عرفات
- ٢٧٣١ ■ دور القنوات الثقافية باليوتيوب في تنمية المعرفة العميقة والدافع المعرفي لدى الطلاب
د. إيمان عزالدين محمد دوابه
- ٢٧٩٧ ■ توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي وعلاقتها بمصداقيته لدى الجمهور المصري
د. عمرو محمد محمود عبد الحميد
- ٢٨٦١ ■ إستراتيجيات إدارة الانطباع وعلاقتها بمستوى الأداء الوظيفي «دراسة حالة على العاملين بشركة المصرية للاتصالات»
د. سارة محمود عبد العزيز
- ٢٩٣٧ ■ فاعلية شبكات التواصل الاجتماعي في دعم الأنشطة الطلابية لدى الشباب الجامعي
د. رحاب سراج الدين محمد
- ٢٩٨٣ ■ دور مواقع التواصل الاجتماعي في التفكك الأسري: دراسة ميدانية
د. لمياء محسن
- ٣٠٢٩ ■ التنمر الإلكتروني عبر وسائل الإعلام الرقمي وعلاقته بأنماط العنف لدى المراهقين (دراسة ميدانية) د. انتصار السيد محمد محمود زايد

■ اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-١٩) ودوره في تعزيز الوعي الصحي لديه
٣٠٨٩ د. ریحاب سامي لطيف محمد

■ دور شبكات التواصل الاجتماعي في إمداد الجمهور بالمعلومات أوقات الأزمات
٣١٧٣ أمة الخالق محمد حسين الأشموري

■ استخدامات الشباب السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على مستوى متابعتهم لمحتوى الإعلام التقليدي
٣٢٠٥ مصعب بن إبراهيم السعيد

ISSN- O	ISSN- P	نقاط المجلة (يوليو 2020)	نقاط المجلة (مارس 2020)	اسم الجهة / الجامعة	اسم المجلة	القطاع	م
2682- 292X	1110- 9207	7	6.5	جامعة الأهرام	مجلة البحوث الإعلامية	الدراسات الإعلامية	1
2314- 873X	2314- 8721	7	6	الجمعية المصرية للعلاقات العامة	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	الدراسات الإعلامية	2
2536- 9393	2536- 9393	5	5	جامعة الأهرام الكندية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	الدراسات الإعلامية	3
2366- 9891	2366- 9891	4	4	Cairo University	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	4
2536- 9237	2536- 9237	3.5	3.5	جامعة جنوب الوادي	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	5
2367- 0407	2367- 0407	6.5	3.5	اكاديمية الشروق	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	الدراسات الإعلامية	6
2366- 9131	2366- 9131	6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	الدراسات الإعلامية	7
2366- 914X	2366- 914X	6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	الدراسات الإعلامية	8
2366- 9168	2366- 9168	6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	الدراسات الإعلامية	9
1110- 6836	1110- 6836	6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	الدراسات الإعلامية	10
1110- 6844	1110- 6844	6.5	3	Cairo University, Center of Public Opinion Research	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	الدراسات الإعلامية	11

- يطبق تقييم مارس 2020 للمجلات على كل الأبحاث التي نشرت فيها قبل 1 يوليو 2020
- يطبق تقييم يونيو 2020 للمجلات على كل الأبحاث التي سنكشر فيها بدء من 1 يوليو 2020 و حتى صدور تقييم جديد في يونيو 2021
- المجلات التي لم تتقدم بطلب إعادة تقييم سيظل تقييم مارس ٢٠٢٠ مطبقا على كل الأبحاث التي سنكشر بها وذلك لحين صدور تقييم جديد في يونيو 2021
- يتم إعادة تقييم المجلات المحلية المصرية دورياً في شهر يونيو من كل عام ويكون التقييم الجديد سارياً للسنة التالية للنشر في هذه المجلات

دور القنوات الثقافية باليوتيوب في تنمية المعرفة العميقة والدافع المعرفي لدى الطلاب

- The role of YouTube cultural channels in the development of profound knowledge and the cognitive motivation of students

د/ إيمان عزالدين محمد دوابه

أستاذ مساعد الإذاعة والتلفزيون التعليمي

قسم الإعلام التربوي - كلية التربية النوعية - جامعة المنصورة

eman_ezz@mans.edu.eg

ملخص الدراسة

تعددت قنوات اليوتيوب الثقافية وتميزت بالإمكانيات التكنولوجية والتقنية في تقديم المعلومات والمعارف بأسلوب متطور مشوق ويسير الفهم أتاح الفرصة أمام الجمهور للوصول إلى المعلومات بشتى أنواعها من مناهلها المختلفة وبشكل أكثر تفاعلية، والاستغراق في أفكارها واكتساب الخبرات منها، حيث تُقدِّم للمُتلقي جرعة مكثفة من المعرفة تدفعه إلى الاجتهاد والتعمق أكثر في المعرفة وخاصة حول الموضوعات التي تنال إعجابه أو تستحوذ على اهتمامه؛ مما يُسهم في تفعيل عملية نمو المعرفة العميقة وخلق حاله من الدافعية المعرفية والانجذاب نحو المعلومة، والسعي للحصول عليها وتحفيز الفرد وتشجيعه على التعلُّم والبحث والتقصي؛ لمواجهة تحديات عالم المعرفة والتكيف مع التغيرات السريعة المتلاحقة، وذلك ما حاول البحث الحالي دراسته من خلال طرح التساؤل الرئيس التالي:- ما دور القنوات الثقافية باليوتيوب في تنمية المعرفة العميقة والدافع المعرفي لدى الطلاب؟، وينتمى البحث إلى البحوث الوصفية، وتم الاعتماد على منهج المسح، وتمثلت أدوات البحث في صحيفة الاستقصاء ومقياسي المعرفة العميقة والدافع المعرفي، حيث تم التطبيق على عينة من الطلاب قوامها (400) مفردة؛ لرصد مدى تعرضهم للقنوات الثقافية باليوتيوب ودورها في تنمية المعرفة العميقة والدافع المعرفي لديهم، وتوصلت النتائج إلى وجود علاقة طردية متوسطة بين تعرض الطلاب للقنوات الثقافية باليوتيوب وبين مستوى المعرفة العميقة لديهم، حيث كانت ($0.3 > r > 0.7$) وهي دالة عند مستوى 0.01، ووجود علاقة طردية قوية بين تعرض الطلاب للقنوات الثقافية باليوتيوب وبين الدافع المعرفي لديهم، حيث كانت ($0.7 < r$) وهي دالة عند مستوى 0.01.

الكلمات الدالة/ القنوات الثقافية - المعرفة العميقة- الدافع المعرفي .

Abstract

YouTube has many cultural channels and is distinguished by its technological and technical capabilities in providing information and knowledge in an interesting and easy manner that allows the audience to access information of all kinds from its various platforms and in a more interactive way, absorbing its ideas and gaining experiences from it, as it provides the recipient with an intense dose of knowledge that pushes him to diligence and deepen More in knowledge, especially on topics that interest him or her of interest; Which contributes to activating the process of developing profound knowledge and creating a state of cognitive motivation and attraction towards information and seeking to obtain it and motivating and encouraging the individual to learn, research and investigate; To meet the challenges of the world of knowledge and adapt to the rapid successive changes, this is what the current research tried to study by asking the following main question: - What is the role of the cultural channels of YouTube in developing the profound knowledge and cognitive drive of students ?, The research belonged to descriptive research, and the survey method was relied on The research tools were represented in the survey sheet and the two measures of profound knowledge and cognitive motivation, where the application was applied on a sample of (400) single students to monitor the extent of their exposure to the cultural channels of YouTube and their role in developing their deep knowledge and cognitive motivation, and the results reached a moderate positive relationship between students exposure Of the cultural channels on YouTube and their level of profound knowledge, as it was ($0.3 < r < 0.7$), which is a function at the level of 0.01, and there is a strong positive relationship between students' exposure to cultural channels on YouTube and their cognitive motivation, as it was ($t > 0.7$), which is a function at the level of 0.01.

Key Words: Cultural channels - Profound knowledge -Cognitive motivation.

شهد المجتمع تغيرات هائلة في مختلف المجالات، ومن أبرز هذه التغيرات التحول نحو المعرفة، حيث أصبحت المعرفة عاملاً أساسياً في عملية التنمية، وتزايدت أهميتها؛ فباتت تمثل ثروة الشعوب والبلاد؛ فالمعرفة والفكر قبل الموارد البشرية والطبيعية، وأصبح رأس مال المجتمعات كاملاً في المعرفة التي يمتلكها أفراد المجتمع وكيفية إدارتها واستخدامها الاستخدام الفعال، وإن بناء مجتمعات المعرفة مهمة لا تقتصر فقط على المؤسسات التعليمية والتربوية والثقافية، بل يتشارك الإعلام أيضاً؛ لما له من قدره على خلق المناخ المعرفي ودور مهم ليس بالهين في إنتاج وبث وإكساب المعرفة.

ويُعد اليوتيوب من أكبر المواقع وأضخمها من حيث كمية المحتوى المعرفي المرئي الذي يُقدمه، حيث يضم العديد من القنوات الثقافية في كافة مجالات العلم والمعرفة، وبعضها يهتم بإنتاج محتوى أصلي بعيداً عن التقليد والنسخ، وبالعديد من اللغات وبأسلوب مُمتع؛ مما يُكسب المُتلقّي الفرصة للتعلّم الذاتي، فالتقدم الذي يواجهه العالم اليوم يتطلب تمكين الفرد من إثراء معارفه ونفض الغبار عن قدراته الفكرية وتغيير الوضع التقليدي من الاعتماد على المُعلم والمؤسسة التعليمية إلى الاعتماد على الذات في الحصول على المعلومة وفهمها، حيث يجب أن يعرف الفرد كيف يتعلم ويُبنى معرفته.

والمعرفة العميقة تُمثل المعرفة الثرية للحقائق والمعارف والحرص على استخدامها بشكلٍ يُلبّي حاجات الفرد الحياتية، كما أنها البنية الأساسية لفهم المحتوى المُقدم إلى المُتلقّي والقدرة على استيعابه واستخلاص الأفكار الكامنة به، والتعامل الأمثل مع المعلومات وتوظيفها والاستفادة منها، وهي الأساس لصناعة المعرفة الحية والتعلّم الفعال حيث تصل بالمُتلقّي إلى حالة التأمل المعرفي وتُسهم في تطوير قدرته على مُمارسة التعلّم وبناء معرفته لمواجهة تحديات عالم اليوم عالم المعرفة والثقافة، وتُساعده على استدعاء المعلومات المُخزنة في بناء العقلي وربطها بالمعلومات الجديدة ليصل إلى معنى أشمل، كما

تُحفزه إلى السعي نحو المزيد من البحث والمعرفة؛ ففهم المحتوى لا يقتصر فقط على الوعي بالمعلومة، لكن يمتد إلى الذهاب خلفها وبذلك يتكون الدافع المعرفي، حيث إن الدافع المعرفي هو رغبة الفرد في المعرفة والسعي خلفها لاكتساب المعلومات، كما أنه أقوى دوافع التعلّم، فالفرد الذي يمتلك دافع معرفي يبحث عن المعرفة بقناعة ذاتية ويصبح التعلّم استمراري وذا جدوى؛ فالدافع المعرفي يعمل على استثارة السلوك نحو الرغبة في الحصول على أكبر قدر من المعلومات والمعارف، ويُزيد الجهد والمُتَابرة التي ترفع من مستوى القدرة على معالجة المعلومات والاستفادة منها.

وعلى هذا، ومن خلال متابعة الباحثة لبعض القنوات الثقافية باليوتيوب وجدت أن المعرفة التي تُقدمها تتسم بالشمول والعمق، إضافة إلى اعتمادها على التقنيات الحديثة التي تُسهّم في تقديم المعلومة بشكلٍ ثري مُتطور يُساعد في استيعاب وإدراك المحتوى، وبالتالي قد يتولد لدى المُتلقي الرغبة في السعي خلف المعلومة والبحث عنها واستكمالها ومُتابعها، وذلك يُزيد من فرص خلق الدافع المعرفي لديه، كما أن المعرفة المُقدمة من خلالها قد تختلف أو تتعارض في بعض الأحيان مع خبرات الفرد ومعلوماته السابقة فيصل إلى حاله من الاضطراب المعرفي؛ مما يدفعه إلى التقصي والبحث العميق والاستغراق المعرفي النشط لحل التناقض للوصول إلى حالة الاتزان المعرفي، وذلك يُدعم عملية نمو المعرفة العميقة والدافع المعرفي، ومن هنا حاول البحث الحالي التوجه إلى دراسة المعرفة العميقة والدافع المعرفي على أرض إعلامية متمثلة في القنوات الثقافية باليوتيوب.

الدراسات السابقة:-

من خلال مراجعة الأدب الإعلامي والتربوي المُتعلق بمتغيرات البحث الحالي، لم تجد الباحثة - في حدود علمها- أيّاً من الدراسات الإعلامية التي تطرقت إلى المعرفة العميقة أو تناولت موضوع البحث الحالي، أو ربطت بين متغيراته، ويُمكن عرض بعض الدراسات القريبة من الموضوع مُتمثلة في المحاور التالية:-

المحور الأول:- الدراسات المُتعلقة بالقنوات الثقافية باليوتيوب:-

المحور الثاني:- الدراسات المُتعلقة بالمعرفة العميقة:-

المحور الثالث:- الدراسات المُتعلقة بالدافع المعرفي:-

المحور الأول:- الدراسات المتعلقة بالقنوات الثقافية باليوتيوب

- دراسة (Zhang, Leticia-Tian; Zhao, Sumin, 2020)¹ عن تأثير محتوى اليوتيوب على التثقيف تجاه فيروس كورونا، حيث هدف البحث إلى التركيز على دور مدونات الفيديو باليوتيوب ومواقع التواصل الاجتماعي في بث المعلومات والثقافة حول حدث عالمي غير مسبوق - جائحة COVID-19، حيث اعتمد البحث على نظريات السرد واتخاذ المواقف، وتكونت العينة من 26 مقطع فيديو من ستة مؤثرين صينيين على اليوتيوب، وأشارت النتائج إلى وجود علاقة بين محتوى اليوتيوب والتثقيف الصحي حول فيروس كورونا، كما أشارت النتائج إلى أهمية تسليط الضوء على هوية الناشرين لما لها من تأثير على صحة ومصداقية المعلومات الثقافية لدى الجمهور.
- دراسة (Waterman Ben, Laramee Alisha, 2018)² عن إنتاج الفيديوهات الثقافية عبر اليوتيوب ومواقع التواصل الاجتماعي، حيث هدف البحث إلى دراسة كيفية تقديم المعلومات إلى الجمهور في كافة أنحاء العالم من خلال اليوتيوب وتويتر والفييس بوك، كما اهتم بتقديم المعلومات باللغات المتعددة إلى غير الناطقين باللغة الإنجليزية، أو اللاجئين أو المهاجرين المُفتقدين للخدمات، وتكونت العينة من أكثر من عشرة مقاطع فيديو مدبلجة بلغات مختلفة، وانتهت النتائج إلى أن الفيديوهات الثقافية تعمل على تمكين الأدوات التعليمية لإشراك الجماهير في المعرفة والثقافة، كما أوضحت النتائج أهمية دور التقنية التكنولوجية في عرض المادة الثقافية.
- دراسة (Jessica A. Zanatta, 2017)³ عن ثقافة اليوتيوب وكيفية تأثيرها على وسائل الإعلام، حيث هدفت الدراسة إلى التعرف على الفروق في المحتوى الثقافي باليوتيوب ووسائل الإعلام من وجهة نظر المتابعين، ومدى تأثير الثقافة المُقدمة باليوتيوب على جمهور الثقافة بوسائل الإعلام، إضافة إلى التعرف على معايير صناعة المحتوى باليوتيوب، واعتمدت الدراسة على قياس آراء الجمهور حول المحتوى الثقافي باليوتيوب وأهم مزاياه الجاذبة للجمهور، وانتهت النتائج إلى ارتفاع نسبة متابعي المحتوى الثقافي باليوتيوب مقارنة بوسائل الإعلام، كما أثبتت النتائج وجود علاقة بين متابعة المحتوى باليوتيوب وارتفاع المستوى الثقافي لدى المتابعين.
- دراسة (Jung, Insung; Lee, Yekyung, 2015)⁴ عن قبول جمهور المعلمين والطلاب للثقافة المقدمة عبر اليوتيوب، حيث هدف البحث إلى محاولة التعرف على

موقف الجمهور تجاه الثقافة المُقدمة من خلال موقع اليوتيوب ومدى استخدامهم لها، وتكونت العينة من المُعلمين والطلاب المستخدمين لليوتيوب في الحصول على المعلومات، كما حاول البحث توقع ومقارنة العوامل التي تؤثر على قبول اليوتيوب بين طلاب الجامعات والمُعلمين في ثقافتين مختلفتين اليابان والولايات المتحدة الأمريكية باستخدام تطبيق النظرية الموحدة، وأشارت النتائج إلى فاعلية اليوتيوب في مُساندة التعليم ونشر المعلومات بين الأفراد، كما توصلت إلى اختلاف نوعية المعلومات المفضلة لدى الأفراد وفقًا للثقافة المجتمعية.

- دراسة (Piotrowski, Marcelina, 2015)⁵ عن أفلام اليوتيوب وتثقيف المُشاهدين، حيث هدفت الدراسة إلى بحث اليوتيوب كموقع للتثقيف، وبصفة خاصة اتجهت الدراسة إلى التركيز على التثقيف السياسي والجغرافي، وكيف يُحاول المُشاهد التعلم والتثقيف من خلاله حول الأمكنة والمجتمعات، وتكونت العينة من مجموعة من الأفلام الوثائقية الثقافية مثل " Oil in Eden: The Battle to Protect Canada's Pacific Coast"، ورصد مدى التفاعل الثقافي للمُشاهدين حول المحتوى المُقدم من خلالها، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن مشاهدين اليوتيوب اعتمدوا على التعليقات لمُحاولة التواصل الاجتماعي وتثقيف بعضهم البعض من خلال مناقشة محتوى الأفلام المعروضة على اليوتيوب.

- دراسة (Bryan Mueller, 2013)⁶ عن الثقافة التشاركية على موقع يوتيوب: دراسة حالة على الشبكات المتعددة القنوات (MCN)، حيث هدفت الدراسة إلى التعرف على الدور الذي تقوم به الشبكات المتعددة القنوات في تثقيف الجمهور المُشاهد، واعتمدت الدراسة على استخدام منهجية دراسة الحالة والمقابلات المتعمقة وتحليل الوثائق، واستخدمت الدراسة نظرية الثقافة التشاركية التي وضعها هنري ويوشاي، واقترحت أن ظهور وسائط جديدة يسمح بالوصول غير المقيد إلى نظام التبادل الثقافي يُدعم عملية إنتاج وتوزيع أكثر ديمقراطية في صناعة الإعلام، وانتهت النتائج إلى فاعلية منصة اليوتيوب كمنفذ للتعبير الإبداعي، وإثبات دورها في نقل المعلومات والثقافة.

- دراسة (Mariana Martinho, Yuliya Kuznetsova, 2012)⁷ عن القنوات العلمية باليوتيوب: تحليل مقاطع الفيديو التعليمية، حيث هدفت الدراسة إلى تحليل محتوى قنوات العلماء على اليوتيوب وتأثيرها على المتابعين في المجال التعليمي ومدى امدادها بالمعلومات العلمية والتعليمية، واعتمدت الدراسة على عينة من مقاطع

الفيديو بالقنوات العلمية التي اهتمت بالموضوعات التعليمية العلمية، وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود فروق بين القنوات في الشكل المُقدم به المحتوى، كما توصلت إلى أن أغلب القنوات تناولت مقاطع فيديو تحوي مفاهيم وأفكار متشابهة فيما يتعلق بدمج واستخدام التكنولوجيا في التعليم.

المحور الثاني:- الدراسات المتعلقة بالمعرفة العميقة

- دراسة (Doleck, Tenzin, Lemay David John, 2020)⁸ عن رؤية تنبؤيه حول المعرفة العميقة ومستقبل التعليم، حيث هدفت الدراسة إلى البحث في أطر التعلم العميق والمقارنة بينها من خلال دراسة المعرفة العميقة وتأثيرها على إنتاج التعلم الهادف الفعال، واعتمدت الدراسة على المنهج المقارن لاستنباط رؤى ودلالات ذات معنى تُفيد في تطوير التعلُّم وتحويله إلى التعلُّم العميق بدلاً من التعلُّم السطحي، وتوصلت النتائج إلى تأثير طرق ومصادر جمع المعلومات على تشكيل المعرفة العميقة لدى الفرد، كما توصلت النتائج أيضًا إلى أن المعرفة العميقة هي الطريق الأول للتعلُّم المُستمر إذا تم تكوينها وتشكيلها على النحو الصائب.

- دراسة (Ding, Xinyi, Larson, Eric C, 2019)⁹ عن علاقة المعرفة العميقة بالمهارات لدى الطلاب، حيث اتجه البحث إلى معرفة الدور الذي تقوم به المعرفة العميقة في تنمية المهارات لدى الطلاب، وفي نفس الوقت التعرف على دور المهارات الطلابية في تطوير المعرفة العميقة وتنميتها، وتمثلت أدوات البحث في استبيان ومقاييس المهارات والمعرفة العميقة، وتوصلت النتائج إلى تأثير المعرفة العميقة على الأداء الطلابي، ووجود فروق إحصائية بين الطلاب في مستوى الأداء وفقًا لمستوى المعرفة العميقة لصالح الطلاب ذوي المستوى المرتفع للمعرفة، كما انتهت النتائج أيضًا إلى وجود علاقة بين مستوى المعرفة العميقة لدى الطلاب وبين مستوى اتقانهم للمهارات، وقدم البحث بعض التوجيهات المستقبلية لتطوير البحوث المهمة بالمعرفة العميقة.

- دراسة (رياب أحمد محمد، 2019)¹⁰ عن استراتيجية تدريسية قائمة على نموذج تعليم الكيمياء لتنمية المعرفة العميقة لدى طلاب المرحلة الثانوية، حيث هدف البحث إلى التعرف على فاعلية استراتيجية تدريسية في تنمية المعرفة العميقة لمفاهيم الكيمياء، وتم تطبيق البحث على عينة قوامها (156) طالبًا

وطالبةً من طلاب الصف الأول الثانوي للفصل الثاني من العام الدراسي بمدرسة معمل القزاز الثانوية المشتركة، وتمثلت أدوات البحث في استمارة استبيان لاستطلاع آراء الطلاب ومقياس للمعتقدات حول الكيمياء واختبار للمعرفة العميقة لمفاهيم الكيمياء، وانتهت النتائج إلى وجود ارتباط دال إحصائيًا عند مستوى دلالة (0,01) بين مستوى المعرفة العميقة لدى الطلاب والمعتقدات حول الكيمياء، كما أثبت البحث فاعلية الاستراتيجية في تنمية المعرفة العميقة لدى الطلاب.

- دراسة (Ai, Fangzhe, Chen, Yishuai, Guo, 2019)¹¹ عن إدراك مفهوم المعرفة العميقة وتأثيرها على نظام التعليم عن بُعد، حيث هدف البحث إلى تشجيع التعلّم الذاتي عبر الإنترنت من خلال تكوين المعرفة العميقة، وطُبقت الدراسة على عينة من طلاب المدارس بالصين، وانتهت النتائج إلى وجود علاقة بين مستوى المعرفة العميقة لدى الطلاب ومدى تخزين واسترجاع المعلومات في المجالات المعرفية. كما أثبتت النتائج فاعلية المعرفة العميقة في تحسين الأداء في الصف الدراسي، ووجود ارتباط بين تتبع مصادر المعرفة والمعلومات ذات المصدقية وتشكيل المعرفة العميقة، وتوصل البحث إلى تأثير المعرفة العميقة على الأنظمة التدريسية بشكلٍ فعال.

- دراسة (Mongkhonvanit, Kritphong, Kanopka, Klint,) (2019)¹² عن التعلّم عبر دورات الإنترنت والمعرفة العميقة، حيث هدفت الدراسة إلى التعرف على فاعلية الدورات التدريبية التي يتم بثها عبر الإنترنت في نشر المعلومات وتكوين المعرفة العميقة، والتحقق من مدى العلاقة بين فشل الطلاب ونقص المعرفة العميقة لديهم، وتم تطبيق الدراسة التطبيقية على عينة من الطلاب، وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود فروق بين الطلاب ذوي المستوى التحصيلي المرتفع والمنخفض في مستوى المعرفة العميقة لديهم لصالح الطلاب ذوي المستوى التحصيلي المرتفع، وبيان وجود علاقة ارتباطية بين مستوى المعرفة العميقة ومستويات الفشل والنجاح لدى الطلاب.

- دراسة (Warm, Eric J. MD, Kinnear, 2019)¹³ عن تقييم القادة التربويين للمعرفة العميقة، حيث هدفت الدراسة إلى بحث أساليب تحسين التعليم من خلال الاعتماد على المعرفة، واعتمدت الدراسة على تطبيق استمارة الاستبيان على عينة من الخريجين في المجال الطبي، وانتهت النتائج إلى ضرورة

تفعيل نظريات المعرفة في خدمة الجانب التعليمي وتطوير الأدوات التعليمية، كما توصلت النتائج أيضًا وجود علاقة بين المعرفة العميقة وتنمية الكفايات المهنية للخريجين من طلاب الطب، كما وضعت الدراسة بعض الرؤى المستقبلية حول المعرفة المستمدة من خلال تقييم المصادر المعرفية الإلكترونية التي يتعرض إليها الطلاب لجمع المعلومات.

- دراسة (Lohr, Sharon L, 2015)¹⁴ عن جودة التعليم والمعرفة العميقة، حيث هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر تنمية المعرفة العميقة لدى الطلاب على الجودة التعليمية، والتعرف على مدى إسهام المعلمين في المدارس القومية تجاه تعلم الطلاب من خلال حثهم على اكتساب المعرفة العميقة، وتم تطبيق الدراسة على عينة من طلاب المدارس الخاصة قوامها (140) طالبًا، وتوصلت النتائج بعد تحليل البيانات الخاصة بالدراسة إلى إثبات فاعلية المعرفة العميقة لدى الطلاب في تحسين المستوى التحصيلي لديهم، كما أثبتت أيضًا وجود علاقة بين ارتفاع المستوى التحصيلي وتحسين المستوى العام للطالب، إضافة إلى تأثير ارتفاع المستوى التحصيلي الناتج عن المعرفة العميقة على تحسين الجودة التعليمية.

- دراسة (Simon A. Black, Jamieson A. Copsey, 2014)¹⁵ عن المعرفة العميقة هل لها فاعلية في دعم التربية البيئية؟، حيث هدف البحث إلى البعد عن جانب الطلاب والتعليم قليلًا والاتجاه إلى تطبيق المعرفة العميقة في المجال البيئي من خلال محاولة استكشاف تأثير المعرفة العميقة على تكوين الفهم الصحيح حول البيئة وكيفية التعامل معها والحفاظ عليها، وتوصلت نتائج البحث إلى بيان دور المعرفة العميقة في توجيه عملية صنع القرار وحل المشكلات، ووجود ارتباط بين المعرفة العميقة حول البيئة وتحدياتها وبين علاج المشكلات البيئية وتكوين أسس التربية البيئية السليمة.

- دراسة (Maguad, ben a, 2011)¹⁶ عن المعرفة العميقة وتطوير التعليم العالي، حيث هدف البحث إلى دراسة تأثير المعرفة العميقة على تطوير أدوات التعليم العالي والنهوض بمؤسسات التعليم العالي في ظل فلسفة الجودة الشاملة، واتجه البحث إلى التطبيق على طلاب الجامعة لبيان الفروق بين الطلاب في مستوى المعرفة العميقة والتوصل إلى أسباب وعوامل تنميتها وأيضًا عوامل طمئنتها، وانتهت النتائج إلى فعالية المعرفة العميقة في تنمية التفكير الأعلى لدى

الطلاب، كما توصل البحث إلى إثبات دور المعرفة العميقة في أحداث البيئة التنافسية بين المؤسسات التعليمية.

المحور الثالث:- الدراسات المتعلقة بالدافع المعرفي

- دراسة (Alice M. Saperstein, David A. Lynch, 2020)¹⁷ عن تأثير الوعي بالضعف المعرفي على الدافعية المعرفية، حيث هدف البحث إلى محاولة التحقق من العلاقة بين وعي الأفراد بانخفاض حصيلتهم المعرفية وبين الحافز نحو تنمية وتطوير الدافع المعرفي لديهم، واعتمدت الدراسة على تطبيق مقياس واختبار الدافع المعرفي لدى عينة عمدية من الطلاب ذوي الوعي بالضعف المعرفي، وتوصلت النتائج إلى أن إدراك الأفراد بالضعف المعرفي وحاجتهم إلى تطويره يسهم بشكل قوي في زيادة الدافع المعرفي لديهم لتبديل وضعهم من حالة الضعف المعرفي إلى حالة ارتفاع مستوى المعرفة لديهم.
- دراسة (Dale H. Schunk, Maria. K. DiBenedetto, 2020)¹⁸ عن الدافع المعرفي والنظرية الاجتماعية، حيث هدفت الدراسة إلى التعرف على العوامل المؤثرة في الدافع المعرفي في ضوء النظرية الاجتماعية، والتوصل إلى أهم التأثيرات السلوكية والبيئية والشخصية على التحفيز المعرفي، وتوصلت النتائج إلى أن أهم العوامل التي تزيد من الدافعية المعرفية للأفراد تتمثل في حسن الاختيار والجهد والمثابرة والإنجاز والتنظيم، كما توصلت أيضاً إلى أن الأفراد ذوي الدافع المعرفي القوي اشتركوا في عدة سمات منها الكفاءة الذاتية والقدرة على توقع النتائج والتقييم الذاتي والمقارنة الاجتماعية لرصد جوانب الضعف والقوة.
- دراسة (Axel M. Burgera, Stefan Pfattheicher, 2020)¹⁹ عن الدافع المعرفي وتطوير الأداء، حيث هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الدافع المعرفي في تطوير أداء الأفراد، واتجهت الدراسة إلى الاعتماد على صحيفة الاستبيان حيث تم تطبيقها على عينة قوامها (190) مفردة من جمهور الشباب، وانتهت النتائج إلى إثبات العلاقة بين وجود الدافع المعرفي لدى الشباب وبين تطوير أدائهم المعرفي، ووجود فروق بين أفراد العينة في مستوى الأداء وفقاً لمستوى الدافع المعرفي لديهم.
- دراسة (عماد خالد مغير، 2018)²⁰ عن الدافع المعرفي لدى الطلاب، حيث هدف البحث إلى التعرف على معدل الدافع المعرفي لدى الطلاب، واستخدم البحث المنهج الوصفي، وتكونت العينة من (408) مفردة من الطلاب، كما اعتمد البحث في جمع البيانات على مقياس

الدافع المعرفي، وتوصلت النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية بين الدافع المعرفي وارتفاع المستوى التحصيلي لدى الطلاب، كما توصلت إلى تأثير البيئة الصفية والمناخ الدراسي على مستوى الدافع المعرفي لديهم.

- دراسة (مروه هباز، 2018)²¹ عن قياس الدافع المعرفي لدى الطلاب، حيث هدفت الدراسة إلى التعرف على طرق قياس مستوى الدافع المعرفي لدى الطلاب، ومعرفة الفروق في مستوى الدافع المعرفي بين أفراد العينة، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وتم اختيار العينة بشكلٍ طبقي عشوائي وبلغ حجمها (150)، كما اعتمدت على مقياس الدافع المعرفي وتوصلت إلى ارتفاع مستوى الدافع المعرفي لدى طلاب الجامعة وعدم وجود فروق دالة إحصائية بينهم وفق متغير النوع والتخصص.

- دراسة (Gary J. Henscheid, 2015)²² عن الدافع المعرفي وعلاج التشوهات المعرفية، حيث هدفت الدراسة إلى البحث عن العلاقة بين تنمية الدافع المعرفي لدى الطلاب وبين التخلص من التشوهات المعرفية لديهم، كما اهتمت الدراسة ببحث العلاقة بين الدافع المعرفي وهدم الأفكار السلبية، واستخدمت الدراسة مقياس الدافع المعرفي وتم تطبيقه على مجموعة من طلاب الفصول الدراسية، وانتهت نتائج الدراسة إلى وجود ارتباط قوي بين تنمية الدافع المعرفي للطلاب وعلاج التشوهات المعرفية لديهم، كما توصلت النتائج إلى تأثير الدافع المعرفي على قدرة الطلاب في تصحيح المعلومات الخاطئة واستبدالها بأخرى صحيحة.

- دراسة (Christian Mueller, 2014)²³ عن الدافع المعرفي للطلاب وعلاقته بالإنجاز، حيث هدفت الدراسة إلى البحث عن أسباب تشكيل الدافع المعرفي للطلاب ومدى تأثيره على إنجازهم في تحقيق الأهداف الدراسية والحياتية، وتمثلت عينة الدراسة في (451) طالبًا جامعيًا، واعتمدت الدراسة على تطبيق مقياس الدافع المعرفي وانتهت النتائج إلى وجود علاقة بين الدافع المعرفي وقدرة الطلاب على تحديد الأهداف، كما انتهت أيضًا إلى وجود فروق بين الطلاب مُرتفعي ومُنخفضي مُستوى الدافع المعرفي في القدرة على الإنجاز وتحقيق الهدف لصالح الطلاب مُرتفعي مُستوى الدافع المعرفي.

أوجه اختلاف البحث الحالي عن الدراسات السابقة: -

بدا واضحًا من الدراسات والبحوث السابقة أن أغلبها اتجه إلى دراسة المعرفة العميقة في المجال التعليمي، أما البحث الحالي فقد تناول المعرفة العميقة من منظور مختلف، حيث اتجه إلى دراسة المعرفة العميقة على أرض إعلامية.

والعديد من الدراسات السابقة التي تناولت المعرفة العميقة ارتبطت بمحتوى المناهج الدراسية، أما البحث الحالي فقد حاول النظر إلى المعرفة العميقة على طريقة - التفكير خارج الصندوق- حيث اتجه إلى دراسة المعرفة العميقة من خلال المحتوى الإعلامي، واتجه إلى التطبيق على طلاب الجامعة؛ فالفهم الثري والمعرفة العميقة للطلاب تُمكنهم من استخدام المعارف بشكل أفضل لإنجاز أهدافهم التعليمية وتطوير أدائهم الحياتي والدراسي والمهني لاحقًا .

نواحي استفادة البحث الحالي من الدراسات السابقة: -

من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة الإعلامية والتربوية، العربية والأجنبية المتعلقة والقريبة من موضوع البحث الحالي والتي تم التوصل إليها، استطاعت الباحثة الاستفادة منها فيما يتعلق بجمع المعلومات عن متغيرات البحث لوضع الإطار المعرفي، وصياغة المشكلة البحثية بشكل يُوضح الهدف الرئيس للبحث.

كما استعانت الباحثة بالدراسات السابقة في تحديد الأدوات البحثية الملائمة لموضوع البحث، والمقاييس الإحصائية التي يجب الاعتماد عليها لاختبار الفروض البحثية وكشف العلاقات بين المتغيرات والإجابة عن تساؤلات البحث.

مشكلة البحث:-

إن عملية التعلُّم في ظل التقدم والتطور التكنولوجي والثورة المعلوماتية أصبحت تحتاج من المُتلقّي أو المُتعلِّم التسلح بالفكر والمعرفة والانتقال من دوره كمتلقّي سلبي للمعلومة إلى مُفكر واع بعمق المعرفة وسُبل استثمارها والاستفادة منها، وتحقيق ذلك يتطلب تنمية المعرفة العميقة وهي عملية تقوم على الفهم الشامل والقدرة على استخلاص الأفكار من المحتوى وتوظيف المعلومات بإيجابية في المواقف الحياتية المختلفة واستثمارها على أكفء وجه بشكل يُوفر الاستفادة منها، حيث تنمو المعرفة العميقة مع اكتساب الخبرات حول المحتوى ومُحاولة التعمق فيه واستيعابه وتأمّله بما يُسهم في تحويله إلى شكل قابل للتعلُّم.

كما تعددت قنوات اليوتيوب الثقافية وتميزت بالإمكانيات التكنولوجية والتقنية في تقديم المعلومات والمعارف بأسلوب مُشوق ويسير الفهم أتاح الفرصة أمام الجمهور للوصول إلى المعلومات بشتى أنواعها من مناهلها المختلفة وبشكل أكثر تفاعلية، والاستغراق في أفكارها واكتساب الخبرات منها، حيث تُقدِّم للمُتلقّي جرعة مُكثفة من المعرفة تدفعه إلى الاجتهاد والتعمق أكثر وخاصة حول الموضوعات التي تنال إعجابه أو تستحوذ على اهتمامه؛ مما يُسهم في تفعيل عملية نمو المعرفة العميقة وخلق حاله من

الدافعية المعرفية والانجذاب نحو المعلومة والسعي للحصول عليها وتحفيز الفرد وتشجيعه على التعلّم والبحث والتقصي، فينبغي أن يمتلك الفرد معرفة عميقة يسعى إلى تميمتها ودعمها لتمكنه من مواجهة تحديات عالم المعرفة والتكيف مع التغيرات السريعة المتلاحقة.

وعليه رأّت الباحثة أنه من الجدير دراسة المعرفة العميقة حيث لم تحظ بالاهتمام ولم تتناولها الدراسات الإعلامية - في حدود علمها-، ومُحاولة استكشاف الرابط بين القنوات الثقافية باليوتيوب والمعرفة العميقة والدافع المعرفي، وذلك ما حاول البحث الحالي دراسته من خلال طرح التساؤل الرئيس التالي:- ما دور القنوات الثقافية باليوتيوب في تنمية المعرفة العميقة والدافع المعرفي لدى الطلاب؟.

أهمية البحث:-

ترجع أهمية البحث إلى عدد من الاعتبارات يتمثل أهمها في الآتي:-

- 1- الاستجابة لمتطلبات عصر المعرفة، وما أنتجه من تحديات من الضروري مواجهتها بنشر ثقافة المعرفة والفكر.
- 2- حداثة موضوع البحث الحالي حيث لم تجد الباحثة - في حدود علمها - أيًا من الدراسات الإعلامية التي تناولت المعرفة العميقة.
- 3- أهمية قنوات اليوتيوب الثقافية في تقديم المعرفة والمعلومات بشكل أكثر عمقًا وجذبًا مقارنة بالعديد من قنوات التلفزيون.
- 4- أهمية دراسة المعرفة العميقة؛ لما لها من تأثير مُباشر على مستقبل الطالب التعليمي والتعلمي والمهني مستقبلاً.
- 5- أهمية الدافع المعرفي، حيث من المهم أن تسعى المنابر الإعلامية الثقافية المعرفية إلى إنتاجه وتعميته لدى الفرد والمجتمع.
- 6- توجيه أنظار المعنيين بالإنتاج الإعلامي المعرفي إلى صناعة المعرفة الهادفة بعيدًا عن التقليد والتكرار والاستساخ من مصادر أخرى، أو الدبلجة عن القنوات الأجنبية.

أهداف البحث:-

يُحاول البحث الوصول إلى عدة أهداف يتمثل أهمها في الآتي:-

- 1- التعرف على دور القنوات الثقافية باليوتيوب في تنمية المعرفة العميقة لدى الطلاب.

2- التعرف على دور القنوات الثقافية باليوتيوب في رفع مستوى الدافع المعرفي لدى الطلاب.

3- التعرف على مدى امتلاك الطلاب للمعرفة العميقة.

4- التعرف على مستوى الدافع المعرفي لدى الطلاب.

5- التعرف على طبيعة وحجم تعرض الطلاب للقنوات الثقافية باليوتيوب.

6- التعرف على أهم القنوات الثقافية باليوتيوب التي تُقدم المعرفة للطلاب من وجهة نظرهم.

تساؤلات البحث:-

رصد البحث عدد من التساؤلات، وتم ذكر بعضها في الآتي:-

1- ما مُعدل مُشاهدة الطلاب للقنوات الثقافية باليوتيوب؟

2- ما أسباب مشاهدة الطلاب للقنوات الثقافية باليوتيوب؟

3- ما أهم القنوات الثقافية التي يُفضل الطلاب مُشاهدتها على اليوتيوب؟

4- ما طبيعة تفاعل الطلاب مع المحتوى المُقدم على القنوات الثقافية باليوتيوب؟

5- ما مدى فائدة القنوات الثقافية باليوتيوب في دعم المعرفة العميقة لدى الطلاب؟

6- ما مدى فائدة القنوات الثقافية باليوتيوب في إثارة الدافع المعرفي لدى الطلاب؟

7- ما مقترحات الطلاب حول تطوير القنوات الثقافية باليوتيوب لتُحقق المعرفة بشكلٍ أفضل؟

فروض البحث:-

الفرض الأول:- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مُعدل تعرض الطلاب للقنوات الثقافية باليوتيوب من جانب، وكل من مستوى المعرفة العميقة ومستوى الدافع المعرفي لديهم من جانب آخر.

الفرض الثاني:- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الطلاب في مُعدل التعرض للقنوات الثقافية باليوتيوب، ومستوى الدافع المعرفي، ومستوى المعرفة العميقة، وفقاً للمتغيرات (النوع - محل الإقامة - طبيعة الدراسة).

الفرض الثالث:- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى المعرفة العميقة والدافع المعرفي لدى الطلاب.

نوع البحث ومنهجه:-

ينتمي البحث إلى البحوث الوصفية التي تستهدف جمع البيانات والحقائق حول ظاهرة ما، وهي في البحث الحالي العلاقة بين القنوات الثقافية باليوتيوب وتنمية المعرفة العميقة والدافع المعرفي لدى الطلاب، ومُحاولة دراستها وتفسيرها وتحليل البيانات والمعلومات؛ لاستنتاج دلالات ذات مغزى للوقوف على طبيعة الظاهرة محل البحث.

وتم الاعتماد على منهج المسح لعينة من طلاب الجامعة لرصد مدى تعرضهم للقنوات الثقافية باليوتيوب ودورها في تنمية المعرفة العميقة والدافع المعرفي لديهم.

مجتمع البحث:-

يُعتبر مجتمع البحث عن الوحدات المراد دراستها واستخلاص النتائج حولها، وفي البحث الحالي تم اختيار عينة البحث من طلاب جامعتي (القاهرة - المنصورة)، مع مراعاة المتغيرات (النوع - محل الإقامة - طبيعة الدراسة).

عينة البحث:-

تم تطبيق البحث على عينة عمدية حُصصية من الطلاب قوامها (400) مفردة بجامعتي القاهرة والمنصورة، مع مراعاة المتغيرات (النوع - محل الإقامة - طبيعة الدراسة) والجدول (1) التالي يوضح خصائص عينة البحث:-

جدول (1)

خصائص العينة

اجمالي		المتغيرات	
%	ك		
50	200	ذكور	النوع
50	200	إناث	
100	400	جملة	
50	200	ريف	محل الإقامة
50	200	حضر	
100	400	جملة	
50	200	عملية	طبيعة الدراسة
50	200	نظرية	
100	400	جملة	

من حيث النوع:- نسبة 50% من أفراد العينة ذكور ونسبة 50% منهم إناث، ومن حيث الإقامة:- نسبة 50% من أفراد العينة مقيمين بالريف ونسبة 50% منهم مقيمين بالحضر، ومن حيث طبيعة الدراسة:- نسبة 50% من أفراد العينة طبيعة دراستهم عملية ونسبة 50% منهم طبيعة دراستهم نظرية.

أدوات البحث:-

قامت الباحثة بتصميم صحيفة الاستقصاء حيث احتوت على مجموعة من الأسئلة والمقاييس للإجابة عن تساؤلات البحث والتحقق من الأهداف واختبار الفروض، كما احتوت الصحيفة على مقياس المعرفة العميقة (من إعداد الباحثة)، ومقياس الدافع المعرفي (من إعداد الباحثة).

- صحيفة استقصاء (من إعداد الباحثة):-

* تحديد هدف صحيفة الاستقصاء:-

أعدت الباحثة صحيفة استقصاء حول مشاهدة القنوات الثقافية باليوتيوب ومدى الفائدة المعرفية التي تعود على الطلاب جراء متابعتها، حيث هدفت إلى قياس مدى ومعدل تعرض الطلاب للقنوات الثقافية باليوتيوب، والتعرف على أهم القنوات الثقافية التي تُلبي حاجاتهم المعرفية، إضافة إلى قياس أسباب التعرض ومدى تأثيرها على دراستهم، ومُأسهمتها في استيعابهم وفهمهم لبعض الموضوعات التي صُعبت عليهم من قبل، ودورها في تصويب الحقائق والمعلومات والمعارف لديهم، وأيضًا الحصول على بيانات حول مدى إسهامها في زيادة الحصيلة المعرفية وتحفيز المعرفة العميقة والدافع المعرفي لديهم، علاوة على الوصول إلى أهم مقترحاتهم حول تطوير القنوات للقيام بدورها المعرفي على الوجه الصحيح.

* أسس تصميم صحيفة الاستقصاء:-

أعدت الباحثة صحيفة الاستقصاء بالاستناد إلى مراعاة الأسس التالية:-

- إثارة الانتباه لتحفيز الإجابة على الأسئلة.

- تجنب طرح الأسئلة الشخصية.

- تجنب طرح الأسئلة الموجهة نحو إجابة بعينها.

- تجنب طرح الأسئلة التي تحوي مصطلحات معقدة.

- مقياس المعرفة العميقة (من إعداد الباحثة):-

احتوت صحيفة الاستقصاء على مقياس المعرفة العميقة للوقوف على واقع مستوى المعرفة العميقة لدى الطلاب، وتقييم علاقتها بالتعرض للقنوات الثقافية باليوتيوب، ومن خلال الاطلاع على الإطار الفكري والدراسات والبحوث المتعلقة بالمعرفة العميقة قامت الباحثة بتطوير وتعديل عناصر المعرفة العميقة لتتلاءم مع سياق البحث الحالي، بحيث هدف المقياس إلى قياس عناصر المعرفة العميقة لدى الطلاب والتي تمثلت في المحاور التالية:-

المحور الأول:- فهم واستيعاب المحتوى (7) عبارات.

المحور الثاني:- معرفة أهداف وسياق المحتوى (7) عبارات.

المحور الثالث:- استخلاص الأفكار من المحتوى (7) عبارات.

المحور الرابع:- توظيف المحتوى في المواقف المختلفة (7) عبارات.

المحور الخامس:- الاطلاع على مصادر المحتوى (7) عبارات.

وتكون المقياس من (35) عبارة مُوزعة على المحاور الخمس السابق ذكرها، واعتمدت الباحثة على طريقة ليكرت (Likert) حيث كانت الإجابة على كل عبارة بالاختيار بين ثلاث بدائل (موافق (ثلاث درجات) - موافق إلى حد ما (درجتان) - غير موافق (درجة واحدة))، وكانت أوزان هذه البدائل (1، 2، 3) إذا كانت اتجاهها إيجابي، و (3، 2، 1) إذا كان اتجاهها سلبي.

- مقياس الدافع المعرفي (من إعداد الباحثة):-

احتوت صحيفة الاستقصاء على مقياس الدافع المعرفي، حيث هدف إلى رصد مستوى الدافع المعرفي لدى الطلاب جراء تعرضهم للمحتوى المُقدم من قبل القنوات الثقافية باليوتيوب، ودوره في حثهم على البحث والحصول على المعرفة، وقدرته على اطلاق العنان لديهم للاستكشاف وحب الاستطلاع، وتمثلت أبعاد الدافع المعرفي في المحاور التالية:-

المحور الأول:- الرغبة في المعرفة (12) عبارة.

المحور الثاني:- السعي إلى المعرفة (12) عبارة.

المحور الثالث:- الاستكشاف وحب الاستطلاع (12) عبارة.

وتكون المقياس من (36) عبارة مُوزعة على المحاور الثلاث السابق ذكرها، واعتمدت الباحثة على طريقة ليكرت (Likert) حيث كانت الإجابة على كل عبارة بالاختيار بين

ثلاث بدائل (موافق (ثلاث درجات) - موافق إلى حد ما (درجتان) - غير موافق (درجة واحدة))، وكانت أوزان هذه البدائل (3,2,1) إذا كانت اتجاهها إيجابي، و (1,2,3) إذا كان اتجاهها سلبي.

تقنين أدوات البحث:-

الصدق:-

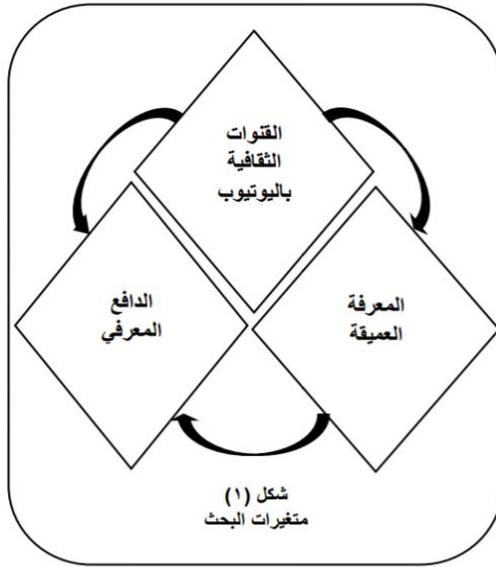
للتحقق من الصدق تم عرض الأداة البحثية على مجموعة من المحكمين المتخصصين في مجال الإعلام والتربية؛ لمراجعتها، ودراسة مدى مُلائمتها للهدف المُراد منها، وبيان مدى صحة عباراتها وأسئلتها، وفي ضوء التحكيم تم الإبقاء على بعض الأسئلة والعبارات وحذف وتعديل البعض الآخر بما يتناسب مع توجهات المحكمين وذلك ما يُعرف بصدق المحكمين (الظاهري)، أما الصدق (البنائي) فقد تحقق من خلال الاستناد إلى الإطار المعرفي المُتعلق بالموضوع وبناء عليه تم التعديل لتصبح الأداة صالحة للتطبيق.

الثبات:-

المقصود بالثبات أن تكون الأداة على درجة عالية من الاتساق فيما تُدلي به من بيانات، وتم قياس الثبات بالاعتماد على طريقة إعادة تطبيق الاختبار Test- Retest حيث تم حساب مُعامل الثبات بالتطبيق على عينة استطلاعية قوامها (40) مفردة بخلاف عينة البحث، ثم أعيد التطبيق مرة أخرى بفاصل زمني مُدته ثلاثة أسابيع دون إعلام مُسبق وكانت نسبة معامل الارتباط بين الاختبارين (0,83)، وهو معامل ثبات يُمكن الوثوق به ويُشير إلى قابلية الأداة للتطبيق.

حدود البحث:-

حدود موضوعية:- جاء البحث لدراسة مدى تعرض طلاب الجامعة للقنوات الثقافية باليوتيوب ودورها في تنمية المعرفة العميقة مُتمثلة في (فهم واستيعاب المحتوى، معرفة أهداف وسياق المحتوى، استخلاص الأفكار من المحتوى، توظيف المحتوى في المواقف المختلفة، الاطلاع على مصادر المحتوى)، والدافع المعرفي مُتمثل في (الرغبة في المعرفة، السعي إلى المعرفة، الاستكشاف وحب الاستطلاع)، والشكل (1) التالي يوضح الترابط بين متغيرات البحث.



حدود زمنية:- تم تطبيق أداة البحث في الفترة من الثلاثاء 18-2 إلى السبت 29-2-2020م.

حدود بشرية:- تم تطبيق البحث على عينة من طلاب الجامعة قوامها (400) مفردة بجامعتي (القاهرة، المنصورة)، مع مراعاة المتغيرات (النوع - محل الإقامة - طبيعة الدراسة).

حدود مكانية:- تم تطبيق البحث في القاهرة والمنصورة.

المعالجة الإحصائية للبيانات:-

بعد الانتهاء من الجانب التطبيقي، تم ترميز البيانات ومعالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية "SPSS" "Statistical Package for the Social Science".

وتمثلت أهم المعاملات والاختبارات الإحصائية المستخدمة في التالي:-

- التكرارات البسيطة والنسبة المئوية.
- المتوسط الحسابي والانحراف المعياري.
- معامل ارتباط بيرسون للعلاقة الخطية بين متغيرين.
- اختبار كا² (Chi Square Test) لدراسة الدلالة الإحصائية .

- اختبار (T- Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من العينة في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio).
مفاهيم البحث:-

القنوات الثقافية باليوتيوب:- YouTube cultural channels

يُقصد بها القنوات المُقدمة على اليوتيوب بهدف تبسيط المعرفة وتقديم موضوعات ثقافية في شكل مُطور جذاب يقوم على الاستفادة من إمكانيات ومزايا التقنيات التكنولوجية الحديثة، وتتسم بالتجديد والتنوع والتباين في تقديم الثقافة والفكر والمعرفة. كما أنها القنوات التي تتناول موضوعات في مختلف المجالات لنشر المعرفة وتلبية الحاجات الثقافية للمُتلقي، وهي مادة إعلامية معرفية تجمع بين صناعاتي الإعلام والمعرفة، وتتميز بأسلوب تقديم شيق غني بالمعلومات ومتنوع في المحتوى، فهي منبر للنشاط المعرفي ونافذة لنشر الثقافة.

المعرفة العميقة:- Profound knowledge

المعرفة العميقة إحدى مستويات المعرفة التي من خلالها يستطيع المُتلقي فهم المحتوى وربط المعلومات التي يحتويها بما يمتلكه من مخزون معرفي بطريقة تُمكنه من توظيفها وإن اختلفت المواقف والسياقات.²⁴

كما يُقصد بها تلقي المعلومات والمعارف واستيعاب معناها بشكلٍ مُتكامل وصائب، فكلما اكتسب الفرد معرفة عميقة كلما اكتسب رغبة في التوسع المعرفي وقدره على استخدام المعرفة، وتنمية المعرفة العميقة تتطلب وجود الدافع للسعي إليها.²⁵

والمعرفة العميقة مفهوم للإشارة إلى التعلُّم الفعال، فهي الخبرات حول موضوع ما بحيث تتعدى المعرفة الروتينية إلى المعرفة الحقيقية²⁶، ويُقصد بها المعرفة الثرية التي يكتسبها المُتلقي أو المُتعلِّم؛ مما يجعله يتمتع بكفاية معرفية مُناسبة يحتاجها في مُمارساته الحياتية وكبينة أساسية لاستيعاب المعلومات والمضمون بشكلٍ عميق يُكسبه القدرة على مُمارسة التعلُّم والمعرفة بشكلٍ هادف، حيث تنمو المعرفة العميقة من خلال الخبرات المعرفية ومُمارسة التعلُّم.²⁷

وهي المعرفة التي تُعين المُتلقي على تحويل المحتوى إلى محتوى قابل للاستثمار والتوظيف في مواقف متعددة، وتُشجعه على البحث والاستقصاء وحب المعلومة والسعي خلفها، حيث إن المعرفة العميقة بالمحتوى لا تقتصر على الوعي بالمعلومة لكن تمتد إلى الاستغراق المعرفي والذهاب خلفها لفهم تركيباتها.²⁸

كما أنها الخدمة المعرفية الثرية التي تُقدم للمُتلقي لإحداث التغييرات العقلية والفكرية والحياتية في ضوء هذه المعرفة المكتسبة، وتتحدد في البحث الحالي من خلال الدرجة التي يحصل عليها المبحوث على مقياس المعرفة العميقة.

الدافع المعرفي: - cognitive motivation

يقصد به الرغبة في المعرفة والفهم واتقان المعلومات وتخطي المشكلات المعرفية، واستعداد الفرد لبذل أقصى جهد لديه لاكتساب المعلومة وتلقي المعرفة²⁹.

كما أنه الرغبة المستمرة في الحصول على المعرفة والبحث عن الجديد منها من مصادر متنوعة، وتحمل التحديات والصعوبات لتعلم شيء جديد أو فهم شيء غير مفهوم لكشف الغموض عن حقائق علمية جديدة³⁰.

والدافع المعرفي من الدوافع المكتسبة فهو عملية عقلية معرفية عُليا تخلق لدى الفرد رغبة للبحث والاستكشاف والتقصي بهدف تحصيل المعرفة والاستفادة منها وتطبيقها في الجوانب الحياتية المختلفة، ويتحدد في البحث الحالي من خلال الدرجة التي يحصل عليها المبحوث على مقياس الدافع المعرفي.

الإطار المعرفي للبحث: -

قنوات اليوتيوب الثقافية منبر ثقافي معرفي: -

يمتاز عصرنا اليوم بكونه عصر التّواصل الثقافى، حيث إن الاتصال هو أحد العناصر المكوّنة للثقافة، وأحد عوامل اكتسابها، كما يساعد اليوتيوب على نشر الثقافة والتعبير عنها، ويجمع خبراء الثقافة والإعلام على أن وسائل الإعلام والاتصال تؤدي دوراً رئيساً في المجال الثقافى باعتبارها الناقل الأساسى للثقافة³¹.

وكان لثورة الاتصالات والتطور التكنولوجي الدور الكبير في ظهور وتنوع قنوات اليوتيوب الثقافية الهادفة المهتمة بتقديم المعرفة للجمهور ودعم المشاهد والسماح له بمواكبة ومسايرة الأحداث والتجارب الثقافية والعلمية المفيدة لتجعله أكثر ارتباطاً ومعرفة بالواقع، ونشر ثقافات مختلفة ومتعددة عن طريق ما تبثه من مضامين، ولا يمكن نفي الدور الذي تلعبه القنوات الثقافية كمادة إعلامية ثقافية وتعليمية بالنسبة للمجتمع؛ كونها تخلق مُتابعياً رصيذاً فكرياً ثقافياً من خلال ما تقدمه من رسائل إعلامية وما تصنعه من أفكار ثقافية.

قنوات اليوتيوب من أهم منتجات تكنولوجيا الاتصالات وأكثرها استخداماً لدى أغلب الفئات الاجتماعية وخاصة الشباب، واتسع حدود تلك القنوات للأنشطة والمجالات

العلمية المختلفة ومنها النشاط الثقافي الذي يسعى إلى تنوير وتنقيف المجتمع ونشر المعرفة بين أفرادهِ³².

تُعد القنوات الثقافية أدوات ثقافية معرفية بالنسبة للجمهور؛ لذا يُمكن القول إن المسؤولية المُلقاة على عاتقها مسؤولية هائلة، حيث لا تقوم بدور توصيل ونشر الثقافة والمعرفة فحسب، بل تُؤثر بشكلٍ أساسي على العقول والبناء الفكري والمعرفي للفرد، وتهدف القنوات الثقافية باليوتيوب إلى تزويد المُتلقي بالمعلومة والمعرفة في مختلف نواحي الحياة، وتُسهم تلك القنوات الثقافية في تكوين المواقف الفكرية والثقافية اللازمة لفهم الحياة والتكيف مع المجتمع.

حيث تؤدي المعرفة دورًا مهمًا في المجتمع في شتى أنحاء العالم، ولها تأثير على حياة الأفراد بمختلف أوجهها، وبحكم تطور وسائل الاتصال الحديثة وثورة تكنولوجيا المعلومات أصبح التقدم لمن ينتج المعرفة والمعلومة ويتحكم في آلياتها ويستثمر نتائجها³³، وتهدف الثقافة إلى نشر المعرفة على أساس تفتيح الذهن وتشكيل الشخصية وشحذ الدافع، وتنمية التفكير، وتمكين الإنسان من استيعاب كل ما يُنمي طاقاته ويوسع آفاقه³⁴.

والقنوات الثقافية باليوتيوب تتسم بالتجديد والتبسيط في تقديم الثقافة والفكر والعلم على أوسع نطاق دون أن تُغير الإنتاج الثقافي للمجتمع³⁵، حيث إن القنوات الثقافية باليوتيوب تُعد بمثابة مُحول للمعرفة الموجودة بالكتب إلى معرفة مرئية مُنظمة بشكلٍ مُمتع يُيسر على المُشاهد الفهم والاستيعاب كما يتضح في الشكل الرمزي³⁶ (2).



وبهذا فإن القنوات الثقافية باليوتيوب باستطاعتها تقديم المعرفة الشاملة لجمهورها بما يتناسب مع تطورات العصر وبما يتلاءم مع حاجات الفرد الفكرية والثقافية والمعرفية التي تدفعه إلى مزيد من البحث عن العلم والمعرفة لتحقيق الرقي العقلي والفكري.

القنوات الثقافية والمعرفة العميقة:-

المعرفة العميقة من المفاهيم التي تتناول التعليم والتعلم، وهي إحدى مستويات المعرفة، حيث أنها المعرفة الدسمة الشاملة التي تحتوي على المعلومات بشكلٍ مُتكامل يُساعد المُتلقى على تحقيق المنفعة من خلالها، حيث من المُتطلبات المهمة لتحقيق الإنجاز اكتساب المعرفة الثرية والتعلم المُستمر وعدم التوقف عن البحث، فمن الضروري انتهاج مبدأ المعرفة العميقة في كل مجالات الحياة لتجويد الإنتاج، فعلى الفرد البحث والاطلاع المُستمر؛ مما يُسهم في ترقية الفكر وتوفير الوقت.

وتتمثل أهمية المعرفة العميقة بالنسبة لمُتلقى الرسالة في تشكيل اتجاه إيجابي تجاه العلم والمعلومة وغرس حب السعي نحو المعرفة، وتُمكنه من التعامل مع المحتوى الجديد بشكلٍ جيد؛ لأنها تُساعد على اكتساب مهارات وطرق تخزين المعلومات السابقة، وكيفية استرجاعها للاستفادة منها وتوظيفها في المواقف الجديدة، كما تُساعد على تحقيق الفهم المُتكامل للمعلومات المُوجهة إلى الفرد وكيفية توظيفها في المواقف، وتُسهم في تنمية الدافع المعرفي لدى المُستقبل وتكسبه حب المعرفة والقدرة على التعلم المُستمر مدى الحياة، وتُتمى المقدرة على توليد وإنتاج معرفة جديدة وتوظيفها في حل المشكلات والتعامل مع المستجدات المعرفية.

وذلك دعا إلى الاهتمام بالرسالة المعرفية عامة ومُحاولة توضيحها حتى تصل إلى المُتلقى بدرجة يستطيع من خلالها فهمها والاستفادة منها، واستند البحث الحالي على هذا الأساس من خلال دراسة الرسالة الإعلامية باليوتيوب ودورها في تحقيق المعرفة العميقة.

والقنوات الثقافية باليوتيوب يُمكن أن تُوفر المعرفة العميقة الشاملة للمُستقبل نظرًا لما تتميز به من إمكانيات تكنولوجية هائلة تُساعد القائم عليها على تقديم المعرفة بشكلٍ يجذب المُستقبل ويدفعه إلى متابعتها واكتساب الخبرات منها.

ويدخل أيضًا ضمن نطاق المعرفة العميقة استيعاب الفرد طرق التعامل مع المُشكلات التي تواجهه خلال تعلم موضوع معين، وما يحمله الفرد من خبرات ومفاهيم سابقة حول الموضوع، حيث إن المعرفة العميقة هي التي تُوفر للفرد مخزون المعلومات السابقة التي على أساسها يتعامل مع مشكلاته³⁷، كما أكدت الدراسات والبحوث على أهمية تأثير المعرفة العميقة على تطوير المقدرة العلمية للمُتلقى وتحسين اداءه حيث تُساعده على التمثيل الذاتي للمُحتوى ليتمكن من فهمه واستيعابه وتحويله إلى مُحتوى قابل للتعلم³⁸.

وتُمثل المعرفة العميقة الحصيـلة المعلوماتية التي يُكونها المُستقبل حول موضوع ما من خلال تعرضه للمحتوى المعرفي الغني بالمعارف والمعلومات ويقوم بتطويرها وتتميتها عبر تعرضه المتكرر لمصادر المعرفة³⁹، وتتيح للمُتلقّي إثراء المعارف وتنمية المهارات البحثية واستخدام المعرفة بفاعلية في مواقف جديدة، إضافة إلى توظيف المعرفة في مواجهة المشكلات من خلال القدرة على الربط بين المعارف السابقة الموجودة في بنيته المعرفية وبين معارفه الجديدة⁴⁰.

وتنمية المعرفة العميقة لدى الطلاب تُسهم في زيادة وعيهم بعملية التعلّم وتنمية قدرتهم على المراقبة والاستماع والانصات والتفاعل الإيجابي مع المعرفة كالتفكير المسموع وتسجيل المعلومات والملاحظات وتحديد نقاط الضعف والقوة ومُحاولة تحسين الأداء⁴¹. وبالتالي اتجهت الباحثة في البحث الحالي إلى دراسة المعرفة العميقة مُتمثلة في الأبعاد التالية:- فهم واستيعاب المحتوى، معرفة أهداف وسياق المحتوى، استخلاص الأفكار من المحتوى، توظيف المحتوى في المواقف المختلفة، الاطلاع على مصادر المحتوى.

الدافع المعرفي والقنوات الثقافية:-

حظي الدافع المعرفي باهتمام العديد من المُتخصصين في التربية والتعلّم، حيث يُنظر إلى الدافع المعرفي على أنه المُحرك الرئيس الذي يقف خلف السلوك المعرفي الفردي، ويُمكن استخدام أسلوب العلاج المعرفي لمعالجة مُشكلة تدني الدافعية نحو المعرفة على افتراض ان المشكلة تنحصر في التشوه المعرفي⁴²، وذلك من خلال الدفع بمعلومات جديدة مُشوقه يستطيع الفرد ادماجها وربطها مع المعلومات المُخزنة لديه حتى يتفهمها جيداً وتتشكل لديه معرفة عميقة تُثير لديه الدافع المعرفي أو يرفع من مُعدله.

ويحتل الدافع المعرفي مرتبة مُهمه في حياة الفرد، فالدافع المعرفي من المؤشرات الدالة على الصحة النفسية له، وبالنسبة للطلاب فقد أوضحت الدراسات أن الطلاب ذوي الدافع المعرفي المرتفع نتائجهـم ومستوى تحصيلهم أعلى من الطلاب ذوي الدافع المعرفي المنخفض، حيث إن الدافع المعرفي له دور إيجابي في عملية التعلّم وينعكس إيجابياً على الأداء⁴³.

الإشباع المعرفي لا يتوقف عند حد معين بل تستمر حاجة الفرد المعرفية؛ مما ينعكس بشكلٍ مباشر على الدافع المعرفي المُتمثل في استمرار الفرد في البحث والتقصي للوصول إلى المعرفة، وذلك يتطلب من المُتلقّي المثابرة والاقتناع، إلى جانب وجود نضج عقلي

وإدراك مُحاولات الفرد من أجل الوصول إلى المعرفة والاستزادة منها بشكلٍ نظري وعملي ليتحقق الإشباع⁴⁴.

والقنوات الثقافية باليوتيوب تُعد منبر معرفي ضخم من خلاله يكتسب الفرد المزيد من المعلومات في كافة العلوم المعرفية وبذلك تُسهم في تكوين البناء المعرفي الخاص بالمتلقي، وبالوقت يتكون لديه الدافع المعرفي الذي يحثه على السعي والبحث للحصول على المعرفة، فالدافع المعرفي له دور مهم في تحريك السلوك وتوجيهه، وكل ما يؤدي إلى استشارة الفرد واستمراريته نحو البحث عن المعرفة، كما يتضح في الشكل الرمزي⁴⁵ (3).



وبالتالي فإن الفرد ذا الدافع المعرفي لديه ميل إلى الاستكشاف والمعالجة ورغبة في تنمية وتطوير بناء المعرفة من خلال الحصول على المزيد من المعلومات، كما أن لديه القدرة على تحديد مشكلاته ومواجهتها عن طريق استخدام واستثمار المعلومات التي اكتسبها، والدافع المعرفي يُشير إلى حالة لدى المُتعلّم تدفعه إلى الانتباه إلى المعلومات والمعارف، وذلك يدفعه إلى القيام بنشاط معرفي حتى يتعلم ويحصل على المعرفة، وعلى هذا اتجهت الباحثة في البحث الحالي إلى دراسة الدافع المعرفي مُرتكزةً في الأبعاد التالية: - الرغبة في المعرفة، السعي إلى المعرفة، الاستكشاف وحب الاستطلاع.

نتائج البحث:-

توصلت الباحثة من خلال البحث إلى عدد من النتائج يُمكن حصر بعضها في الآتي:-

- مدى مشاهدة القنوات الثقافية باليوتيوب

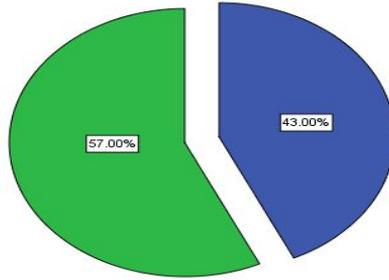
جدول (2)

مدى مشاهدة القنوات الثقافية باليوتيوب

مستوى المعنوية دح ¹	كا ²	الإجمالي		مدى مشاهدة القنوات الثقافية باليوتيوب
		%	ك	
0.01	7.840	57	228	نعم
		43	172	لا
		100	400	الجملة

مدى مشاهدة القنوات الثقافية باليوتيوب

نعم
لا



تُشير نتائج الجدول السابق إلى أن نسبة 57% من أفراد العينة من المُشاهدين الفعليين للقنوات الثقافية باليوتيوب، ونسبة 43% من أفراد العينة من غير المُشاهدين لها، كذلك وضع الجدول وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في مدى مشاهدة القنوات الثقافية باليوتيوب، حيث كانت قيمة كا² = 7.840 وهي دالة عند مستوى دلالة 0.01.

ومما سبق لاحظت الباحثة ارتفاع نسبة أفراد العينة المُشاهدين للقنوات الثقافية باليوتيوب، مما يدل على تمتعها بأفضلية في المشاهدة لدى الجمهور المُحب للمعرفة والثقافة مقارنة بمصادر المعرفة الأخرى.

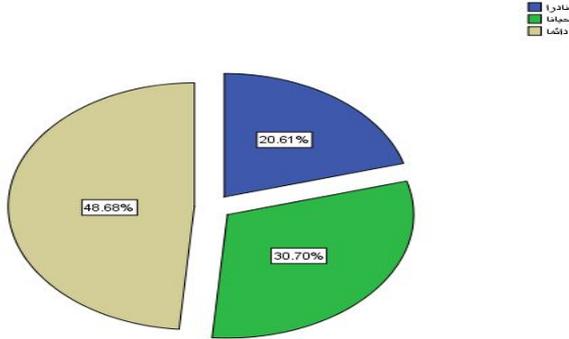
- معدل مشاهدة القنوات الثقافية باليوتيوب

جدول (3)

معدل مشاهدة القنوات الثقافية باليوتيوب

مستوى المعنوية د ح 2	كا 2	الإجمالي		معدل مشاهدة القنوات الثقافية باليوتيوب
		%	ك	
0.001	27.658	48.7	111	دائمًا
		30.7	70	أحيانًا
		20.6	47	نادرًا
		100	228	الجملة

معدل مشاهدتك للقنوات الثقافية باليوتيوب



تُشير نتائج الجدول السابق إلى أن نسبة 48.7% من أفراد العينة من المُشاهدين دائمًا للقنوات الثقافية باليوتيوب، ونسبة 30.7% من المُشاهدين أحيانًا، ونسبة 20.6% من المُشاهدين نادرًا، كذلك وضح الجدول وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في معدل مشاهدة القنوات الثقافية باليوتيوب، حيث كانت قيمة كا 2 = 27.658 وهي دالة عند مستوى دلالة 0.001.

ومما سبق لاحظت الباحثة ارتفاع نسبة أفراد العينة المُشاهدين للقنوات الثقافية باليوتيوب بصفة دائمة، ويدل ذلك على تمتعها بالسمات والمزايا الجاذبة للجمهور مقارنة بوسائل ومصادر المعرفة الأخرى المُتاحة أمام الجمهور.

- أسباب مشاهدة القنوات الثقافية باليوتيوب

جدول (4)

أسباب مشاهدة القنوات الثقافية باليوتيوب

الدلالة د ح 1	كا 2	الترتيب	إجمالي ن=228		أسباب مشاهدة القنوات الثقافية باليوتيوب
			ك	%	
0.001	11.860	1	140	61.4	معلوماتها غير موجودة في برامج أخرى
0.064 غير دالة	3.439	2	100	43.9	تُلبي احتياجاتي المعرفية المختلفة
0.05	3.947	3	99	43.4	تُقدم إفادات جديدة وهادفة
0.001	51.158	6	60	26.3	معلوماتها مُثيرة تجذب الانتباه
0.001	10.965	4	89	39	تُساعدني على التفكير بشكل أفضل
0.001	96.070	7	40	17.5	تُزيد من تركيزي وتعمقي في بعض الأمور
0.001	51.158	6	60	26.3	تُغير من طريقة تفكيري ومعالجتي للمشكلات
0.001	35.526	5	69	30.3	تُزيد من معلوماتي وتجعلني أشارك في مناقشات الآخرين

تُشير نتائج الجدول السابق إلى أن نسبة 61.4% من أفراد العينة كانت أهم أسبابهم لمشاهدة القنوات الثقافية باليوتيوب "أن معلوماتها غير موجودة في برامج أخرى"، ونسبة 43.9% منهم كانت أسبابهم "أنها تُلبي احتياجاتي المعرفية المختلفة"، ونسبة 43.4% منهم تمثلت أهم الأسباب لديهم في "أنها تُقدم إفادات جديدة وهادفة"، ونسبة 39% منهم كانت أسبابهم "أنها تُساعد على التفكير بشكل أفضل"، ونسبة 30,3% منهم كانت أسبابهم "أنها تُزيد من المعلومات التي تُمكنهم من المشاركة في المناقشة مع الآخرين"، ونسبة 26,3% منهم تمثلت أسبابهم في "أن معلوماتها مُثيرة تجذب الانتباه"، و"أنها تُغير من طريقة تفكيرهم ومعالجتهم للمشكلات"، ونسبة 17,5% كانت أسبابهم "أنها تُزيد من تركيزهم وتعمقهم في بعض الأمور".

كذلك اتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في أسباب مشاهدتهم للقنوات الثقافية باليوتيوب، حيث كانت قيم كا 2 دالة عند مستوى دلالة أقل 0.05، فيما عدا السبب المُتمثل في "تُلبي احتياجاتي المعرفية المختلفة" حيث لم يكن هناك فروق بين أفراد العينة حيث كانت قيم كا 2 غير دالة عند مستوى 0.05.

ومما سبق لاحظت الباحثة أن الاختيار الأول لدى أغلب أفراد العينة في أسباب مُشاهدتهم للقنوات الثقافية باليوتيوب كان "أن معلوماتها غير موجودة في برامج أخرى"، مما يدل على أن بعضها يهتم بتقديم محتوى معرفي حديث ومُتطور وليس تقليدياً أو نقلاً عن مصادر أخرى.

– القنوات الثقافية باليوتيوب المُفضلة لدى أفراد العينة جدول (5)

القنوات الثقافية باليوتيوب التي تُفضل مشاهدتها

الدلالة دح ¹	كا ²	الترتيب	إجمالي ن=228		القنوات الثقافية باليوتيوب التي تُفضل مشاهدتها
			ك	%	
0.001	47.439	8	62	27.2	قناة آرام
0.001	10.965	3	139	61	قناة متع عقلك
0.001	10.965	3	139	61	قناة ثامر الرميح
0.001	51.158	9	60	26.3	قناة رواق
0.001	101.333	15	38	16.7	قناة THINKR
0.354 غير دالة	0.860	5	107	46.9	قناة حوحو
0.001	96.070	14	40	17.5	قناة Vsauce
0.001	96.070	14	40	17.5	قنوات BBC العلمية
0.001	76.421	1	180	78.9	قناة المحترف
0.001	69.632	13	51	22.4	قناة Big Think
0.001	57.000	11	57	25	قناة أكاديمية التحرير
0.001	55.018	10	58	25.4	قنوات ملتي الدارين
0.596 غير دالة	00.281	4	110	48.2	قناة Creative Aid
0.001	67.439	12	52	22.8	قناة TED-Ed
0.001	37.123	6	68	29.8	قناة عبقر
0.001	37.123	6	68	29.8	قناة Tea time
0.001	43.860	7	64	28.1	قناة ناشونال جيوغرافيك أبو ظبي
0.354 غير دالة	0.860	5	107	46.9	قناة Brain Craft
0.001	28.070	2	154	67.5	قناة شمعة يوتيوب

تُشير نتائج الجدول السابق إلى أن قناة "المحترف" كانت على قائمة القنوات الثقافية المُفضلة لدى أفراد العينة بنسبة 78.9%، يليها قناة "شمعة يوتيوب" في الترتيب الثاني بنسبة 67.5%، ثم قناتي "متع عقلك و ثامر الرميح" في الترتيب الثالث بنسبة 61%، وفي

الترتيب الرابع قناة "Creative Aid" بنسبة 48,2%، يليها في الترتيب الخامس قناة "وحو" بنسبة 46,9%، وكان من نصيب الترتيب الأخير قناة "THNKR" بنسبة 16,7%.

كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في القنوات الثقافية باليوتيوب المفضلة لديهم، حيث كانت قيم كا2 دالة عند مستوى دلالة أقل 0.001، فيما عدا قنوات "Creative Aid"، و"وحو"، "Brain Craft"، حيث لم يكن هناك فروق بين أفراد العينة حيث كانت قيم كا2 غير دالة عند مستوى 0.05.

ومما سبق لاحظت الباحثة أن قناة "المحترف" كانت أعلى قائمة القنوات الثقافية الأكثر تفضيلاً في المشاهدة لدى أفراد العينة، وقد يرجع السبب في ذلك إلى طبيعة محتوى تلك القناة يتناسب مع عقول شباب ذلك العصر واهتماماتهم، حيث تقدم محتوى مُتعلق بالإنترنت والهواتف والحواسيب بشكل بسيط وغير مُعقد.

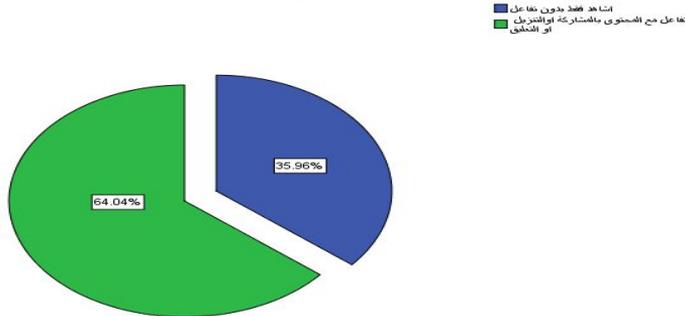
- تفاعل الطلاب مع محتوى القنوات الثقافية باليوتيوب

جدول (6)

تفاعل الطلاب مع محتوى القنوات الثقافية باليوتيوب

مستوى المعنوية دح2	كا2	الإجمالي		تفاعل الطلاب مع محتوى القنوات الثقافية باليوتيوب
		%	ك	
0.001	17.965	64.04	146	أتفاعل مع المحتوى (المشاركة أو التنزيل أو التعليق أو تسجيل إعجاب)
		35.96	82	أشاهد فقط بدون تفاعل
		100	228	الجملة

تفاعل الطلاب مع محتوى القنوات



تُشير نتائج الجدول السابق إلى أن 64.04% من أفراد العينة تفاعلوا مع المحتوى بالمشاركة أو التتزيل أو التعليق أو تسجيل الإعجاب، ونسبة 35.96% لم يتعاملوا مع المحتوى بشكلٍ تفاعلي بل اكتفوا بالمشاهدة فقط، كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في مدى تفاعلهم مع المحتوى المُقدم عبر القنوات الثقافية باليوتيوب المُفضلة لديهم، حيث كانت قيم كا2 دالة عند مستوى دلالة 0.001.

ومما سبق لاحظت الباحثة أن النسبة الأكبر من أفراد العينة لم يكتفوا بالتلقي السلبي للمعلومة خلال مُشاهدتهم للقنوات الثقافية باليوتيوب بل اهتموا بالتفاعل مع المحتوى الثقافي كُلٍ على طريقته، ويدل ذلك على وجود تأثير ودور من قبل القنوات الثقافية على البناء المعرفي للأفراد.

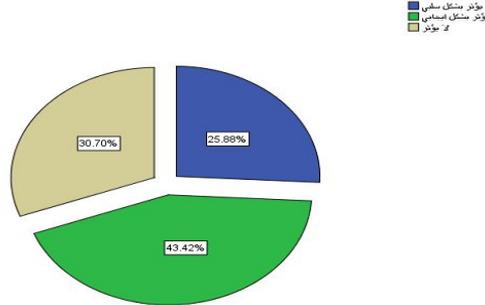
- مدى تأثير مشاهدة القنوات الثقافية باليوتيوب على دراسة الطلاب

جدول (7)

مدى تأثير مشاهدة القنوات الثقافية باليوتيوب على دراسة الطلاب

مستوى المعنوية دح2	كا2	الإجمالي		مدى تأثير مشاهدة القنوات الثقافية باليوتيوب على الدراسة
		%	ك	
0.001	11.237	43.4	99	تؤثر بشكلٍ إيجابي
		25.9	59	تؤثر بشكلٍ سلبي
		30.7	70	لا تؤثر
		100	228	الجملة

مدى تأثير مشاهدة القنوات الثقافية باليوتيوب على الدراسة



تُشير نتائج الجدول السابق إلى أن نسبة 43.4% من أفراد العينة في رأيهم أن مشاهدة القنوات الثقافية باليوتيوب تؤثر بشكلٍ إيجابي على دراستهم الجامعية، ونسبة

25.9% منهم في رأيهم أن مشاهدتها تؤثر بشكلٍ سلبي، ونسبة 30.7% منهم في رأيهم أن مشاهدتها لا تؤثر بأي شكل على دراستهم الجامعية، كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في مدى تأثير مشاهدة القنوات الثقافية باليوتيوب على الدراسة، حيث كانت قيمة $F = 11.237$ وهي دالة عند مستوى دلالة 0.001.

ومما سبق لاحظت الباحثة ارتفاع نسبة أفراد العينة الذين تتأثر دراستهم الجامعية بشكلٍ إيجابي بمشاهدة القنوات الثقافية باليوتيوب، وانخفاض مُتفاوت في نسبة أفراد العينة الذين تتأثر دراستهم الجامعية بشكلٍ سلبي أو لا تتأثر بمشاهدة القنوات الثقافية باليوتيوب، مما يدل على أن المُحتوى الثقافى بتلك القنوات يُمثل لدى العديد من الشباب الجامعي مصدر مهم من مصادر المعرفة التي قد تُفيد بشكلٍ إيجابي بالنسبة للناحية الدراسية الخاصة بالطالب.

- مدى تزايد المعارف والمعلومات جراء مشاهدة القنوات الثقافية باليوتيوب

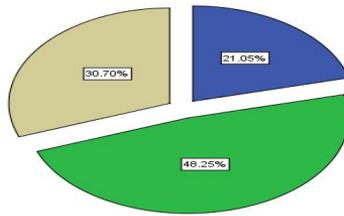
جدول (8)

مدى تزايد المعارف والمعلومات جراء مشاهدة القنوات الثقافية باليوتيوب

مستوى المعنوية دح 2	كا 2	الإجمالي		مدى تزايد المعارف والمعلومات جراء مشاهدة القنوات الثقافية باليوتيوب
		ك	%	
0.001	26.000	70	30.7	تزداد بشكلٍ قوي
		110	48.2	تزداد بشكلٍ ضعيف
		48	21.1	لا تزداد
		228	100	الجملة

مدى زيادة المعارف والمعلومات من مشاهدة القنوات الثقافية باليوتيوب

تزداد بشكلٍ قوي
تزداد بشكلٍ ضعيف
لا تزداد



تُشير نتائج الجدول السابق إلى أن نسبة 30.7% من أفراد العينة في رأيهم أن معارفهم ومعلوماتهم زادت بشكلٍ قوي جراء مشاهدة القنوات الثقافية باليوتيوب، ونسبة 48.2% منهم في رأيهم أنها زادت بشكلٍ ضعيف، ونسبة 21.1% منهم في رأيهم أنها لم تزد، وكذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في مدى تزايد

المعارف جراء مشاهدة القنوات الثقافية باليوتيوب، حيث كانت قيمة $26.000 = 2$ وهي دالة عند مستوى دلالة 0.001.

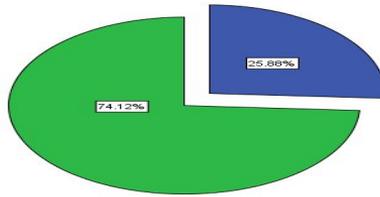
ومما سبق لاحظت الباحثة ارتفاع نسبة أفراد العينة الذين ازدادت المعارف والمعلومات لديهم جراء مشاهدة القنوات الثقافية باليوتيوب، مما يُعبر عن وجود دور للقنوات الثقافية باليوتيوب في تنمية المعرفة لدى الجمهور وامتدادهم بالمعلومات والمعارف، وذلك يتفق مع أهداف البحث الحالي بالنسبة لفاعلية القنوات الثقافية باليوتيوب في تنمية المعرفة العميقة لدى مُتابعيها.

- مدى إسهام القنوات الثقافية باليوتيوب في فهم بعض الأمور التي كانت صعبة من قبل
جدول (9)

مدى إسهام القنوات الثقافية باليوتيوب في فهم بعض الأمور التي كانت صعبة من قبل

مستوى المعنوية دح 1	2كا	الإجمالي		مدى إسهام القنوات الثقافية باليوتيوب في فهم بعض الأمور التي كانت صعبة من قبل
		%	ك	
0.001	53.070	74.1	169	أسهمت في فهم الأمور التي صعبت من قبل
		25.9	59	لم تُسهّم في فهم الأمور التي صعبت من قبل
		100	228	الجملة

مدى مساهمة مشاهدة القنوات الثقافية باليوتيوب على فهم بعض الأمور التي كانت صعبة من قبل



تُشير نتائج الجدول السابق إلى أن نسبة 74.1% من أفراد العينة المُشاهدين للقنوات الثقافية باليوتيوب في رأيهم أن مشاهدتها ساعدتهم على فهم بعض الأمور التي كانت صعبة عليهم من قبل، ونسبة 25.9% منهم في رأيهم أن مشاهدة القنوات الثقافية باليوتيوب لم تُساعدهم، وكذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في مدى إسهام مشاهدة القنوات الثقافية باليوتيوب في فهمهم لبعض الأمور التي كانت صعبة عليهم من قبل، حيث كانت قيمة $53.070 = 2$ وهي دالة عند مستوى دلالة 0.001.

ومما سبق لاحظت الباحثة ارتفاع نسبة أفراد العينة الذين استطاعوا استيعاب وفهم الأمور التي صُعبت أو غمضت عليهم من قبل نتيجة مشاهدتهم للقنوات الثقافية باليوتيوب، مما يدل على استفادتهم من المعلومات والمعرفة المُقدمة من تلك القنوات واستطاعتهم توظيفها واستخدامها للتعامل مع الأمور الحياتية المختلفة.

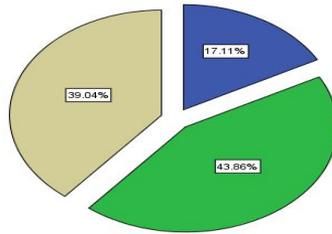
- مدى إسهام القنوات الثقافية باليوتيوب في تحفيز الفرد على البحث في الموضوعات التي تنال إعجابه

جدول (10)

مدى الإسهام في تحفيز الفرد على البحث في الموضوعات التي تنال إعجابه

مستوى المعنوية د ح	كا	الإجمالي		مدى الإسهام في تحفيز الفرد على البحث في الموضوعات التي تنال إعجابه
		%	ك	
0.001	27.816	39	89	تدفعني دائماً للبحث
		43.9	100	تدفعني أحياناً للبحث
		17.1	39	لا تدفعني للبحث
		100	228	الجملة

مدى دفع مشاهدة القنوات الثقافية باليوتيوب للبحث أكثر عن المعرفة في الموضوعات التي تُعجبك



تُشير نتائج الجدول السابق إلى أن نسبة 39% من أفراد العينة في رأيهم أن مشاهدة القنوات الثقافية باليوتيوب تدفعهم دائماً للبحث أكثر عن المعرفة في الموضوعات التي تُعجبهم، ونسبة 43.9% منهم تدفعهم المُشاهدة أحياناً للبحث، ونسبة 17.1% منهم لا تدفعهم المُشاهدة للبحث، كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في مدى إسهام مشاهدة القنوات الثقافية باليوتيوب في تحفيز الفرد للبحث أكثر عن المعرفة حول الموضوعات التي تلقى اهتمامه، حيث كانت قيمة $Z = 27.816$ وهي دالة عند مستوى دلالة 0.001.

ومما سبق لاحظت الباحثة وجود ارتفاع في نسبة أفراد العينة الذين يتأثرون بمُشاهدة القنوات الثقافية باليوتيوب، حيث تدفعهم للبحث أكثر عن المعرفة حول الموضوعات التي تنال إعجابهم، مما يدل على تأثيرها المعرفي على المُشاهد وقدرتها على حث الفرد نحو البحث والاستكشاف المعرفي نحو الموضوعات التي يهتم بها وذلك يُدعم الهدف الأساسي الخاص بالبحث الحالي.

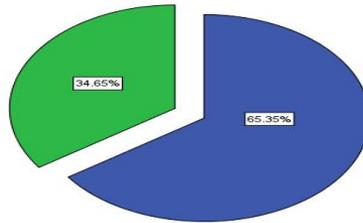
- طبيعة المعرفة التي يتعرض لها الفرد أثناء مشاهدة القنوات الثقافية باليوتيوب

جدول (11)

طبيعة المعرفة التي يتعرض لها الفرد أثناء مشاهدة القنوات الثقافية باليوتيوب

مستوى المعنوية د ح 1	كا 2	الإجمالي		طبيعة المعرفة التي يتعرض لها الفرد أثناء مشاهدة القنوات الثقافية باليوتيوب
		ك %	ك	
0,001	21,491	65.4	149	أُتعرض للمعرفة بشكلٍ عام
		34.6	79	أُتعرض للمعرفة ذات الصلة بتخصص دراستي
		100	228	الجملة

مدى التعرض للمعارف بشكل عام أم ذات الصلة بتخصص دراستك أثناء مشاهدتك للقنوات الثقافية باليوتيوب



تُشير نتائج الجدول السابق إلى أن نسبة 65.4% من أفراد العينة تعرضوا للمعارف بشكلٍ عام أثناء مشاهدة القنوات الثقافية باليوتيوب، ونسبة 34.6% منهم تعرضوا للمعارف ذات الصلة بتخصصهم الدراسي أثناء مشاهدة القنوات الثقافية باليوتيوب، كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في طبيعة المعرفة التي تعرضوا إليها بالقنوات الثقافية باليوتيوب، حيث كانت قيمة $\chi^2 = 21.491$ وهي دالة عند مستوى دلالة 0.001.

ومما سبق لاحظت الباحثة ارتفاع نسبة أفراد العينة الذين هدفوا إلى التعرض للمعرفة بشكلٍ عام أثناء مشاهدة القنوات الثقافية باليوتيوب، مما يدل على قدرة

القنوات الثقافية باليوتيوب على دفع المُشاهد إلى الاطلاع والاستكشاف المعرفي عامة حُبًا بالمعرفة ذاتها وليس فقط لإنجاز فرض دراسي أو غيره من الأمور الدراسية.

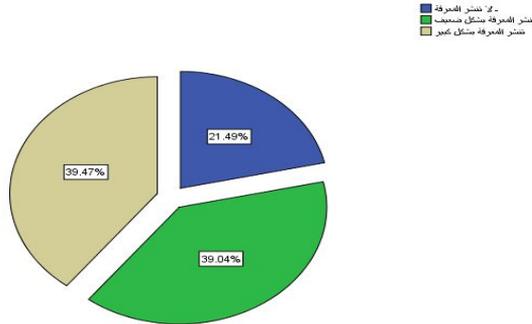
– مدى فائدة القنوات الثقافية باليوتيوب في نشر المعرفة

جدول (12)

مدى فائدة القنوات الثقافية باليوتيوب في نشر المعرفة

مستوى المعنوية دح	كا	الإجمالي		مدى فائدة القنوات الثقافية باليوتيوب في نشر المعرفة
		%	ك	
0.001	14.395	39.5	90	تنشر المعرفة بشكل كبير
		39	89	تنشر المعرفة بشكل ضعيف
		21.5	49	لا تنشر المعرفة
		100	228	الجملة

مدى فائدة القنوات الثقافية باليوتيوب في نشر المعرفة



تُشير نتائج الجدول السابق إلى أن نسبة 39.5% من أفراد العينة في رأيهم أن القنوات الثقافية باليوتيوب تنشر المعرفة بشكل كبير، ونسبة 39% منهم في رأيهم أنها تنشر المعرفة بشكل ضعيف، ونسبة 21.5% منهم في رأيهم أنها لا تنشر المعرفة، كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في مدى فائدة القنوات الثقافية باليوتيوب في نشر المعرفة، حيث كانت قيمة كا = 14.395 وهي دالة عند مستوى دلالة 0.001.

ومما سبق لاحظت الباحثة ارتفاع نسبة أفراد العينة الذين لمسوا أثر القنوات الثقافية باليوتيوب في تحقيق المعرفة ونشرها بين الأفراد، وقد يعود ذلك إلى تنوع محتواها

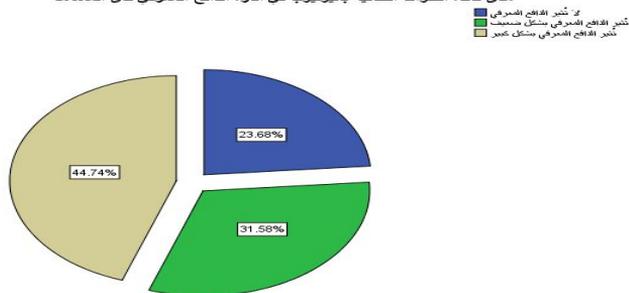
المعريف وتميزه بالسمات والخصائص الجاذبة للجمهور بما يسهم في يسر تلقيهم للمعرفة واستيعابها .

- مدى فائدة القنوات الثقافية باليوتيوب في إثارة الدافع المعرفي لدى المشاهد جدول (13)

مدى فائدة القنوات الثقافية باليوتيوب في إثارة الدافع المعرفي لدى المشاهد

مستوى المعنوية د ح 2	كا 2	الإجمالي		مدى فائدة القنوات الثقافية باليوتيوب في إثارة الدافع المعرفي لدى المشاهد
		%	ك	
0.001	15.474	44.7	102	تُثير الدافع المعرفي بشكل كبير
		31.6	72	تُثير الدافع المعرفي بشكل ضعيف
		23.7	54	لا تُثير الدافع المعرفي
		100	228	الجملة

مدى فائدة القنوات الثقافية باليوتيوب في إثارة الدافع المعرفي لدى المشاهد



تُشير نتائج الجدول السابق إلى أن مشاهدة القنوات الثقافية باليوتيوب تعمل على إثارة الدافع المعرفي بشكل كبير لدى نسبة 44.7% من أفراد العينة، وإثارة الدافع المعرفي بشكل ضعيف لدى نسبة 31.6% من أفراد العينة، كما أنها لا تثير الدافع المعرفي لدى نسبة 23.7% من أفراد العينة، كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في مدى فائدة القنوات الثقافية باليوتيوب في إثارة الدافع المعرفي لدى المشاهد، حيث كانت قيمة كا 2 = 15.474 وهي دالة عند مستوى دلالة 0.001.

ومما سبق لاحظت الباحثة أن القنوات الثقافية باليوتيوب تُثير الدافع المعرفي بشكل كبير لدى نسبة مرتفعة إلى حد ما من الطلاب، مما يدل على أن المحتوى المعرفي والثقافي بتلك القنوات يستطيع جذب المشاهد إلى الرغبة في المزيد من المعرفة بل أيضًا البحث والتقصي حولها، وذلك يؤكد الهدف الأساسي للبحث الحالي المتمثل في دور القنوات الثقافية باليوتيوب في تنمية الدافع المعرفي لدى المشاهدين.

– مقترحات العينة حول تطوير القنوات الثقافية باليوتيوب لتحقيق المعرفة بشكل أفضل
جدول (14)

مقترحات العينة حول تطوير القنوات الثقافية باليوتيوب لتحقيق المعرفة بشكل أفضل

الدلالة دح 1	كا 2	الترتيب	إجمالي ن=228		مقترحات العينة حول تطوير القنوات الثقافية باليوتيوب لتحقيق المعرفة بشكل أفضل
			ك	%	
0.001	35.526	1	69.7	159	تقديم معلومات سهلة يستطيع الجميع فهمها
0.001	20.281	2	64.9	148	اختيار أساليب وطرق شرح متناسبة مع فئات الجمهور المختلفة
0.508 غير دالة	0.439	4	47.8	109	تجنب الفيديوهات الأجنبية المُقتبسة من القنوات والبرامج الأجنبية
0.001	10.965	5	39	89	اختيار موضوعات من عمق الحياة المعتادة للفرد
0.0.596 غير دالة	0.281	3	48.2	110	التنوع في مُقدمي المعلومة وعدم الاقتصار على أشخاص بعينهم
0.001	21.491	7	34.6	79	تقديم موضوعات تعليمية مُرتبطة بتخصصات الطلاب
0.001	53.070	8	25.9	59	الاعتماد على اللغة العربية حتى تُتناسب كل المستويات
0.001	20.281	6	35.1	80	عرض نماذج من الحياة لتكون أكثر واقعية

تُشير نتائج الجدول السابق إلى أن نسبة 69.7% من أفراد العينة اقترحوا "تقديم معلومات سهلة يستطيع الجميع فهمها" لتطوير القنوات الثقافية باليوتيوب حتى تُحقق المعرفة بشكل أفضل، ونسبة 64.9% منهم اقترحوا "اختيار أساليب وطرق شرح متناسبة مع فئات الجمهور المختلفة"، ونسبة 48.2% منهم اقترحوا "التنوع في مُقدمي المعلومة وعدم الاقتصار على أشخاص بعينهم"، ونسبة 47.8% منهم اقترحوا "تجنب الفيديوهات الأجنبية المُقتبسة من القنوات والبرامج الأجنبية"، ونسبة 39% اقترحوا "اختيار موضوعات من عمق الحياة المعتادة للفرد"، ونسبة 35,1% اقترحوا "عرض نماذج من الحياة لتكون أكثر واقعية"، ونسبة 34,6% اقترحوا "تقديم موضوعات تعليمية مُرتبطة بتخصصات الطلاب"، ونسبة 25,9% اقترحوا "الاعتماد على اللغة العربية حتى تُتناسب كل المستويات".

كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة بالنسبة لمقترحاتهم حول تطوير القنوات الثقافية باليوتيوب لتُحقق المعرفة بشكل أفضل، حيث كانت قيم كا2 دالة عند مستوى دلالة 0.001، بينما لم يكن بينهم فروق في المقترحات "تجنب الفيديوهات الأجنبية المُقتبسة من القنوات والبرامج الأجنبية والتنوع في مُقدمي المعلومة وعدم الاقتصار على أشخاص بعينهم"، حيث كانت قيم كا2 غير دالة عند مستوى 0.05.

ومما سبق لاحظت الباحثة أن "تقديم معلومات سهلة يستطيع الجميع فهمها" احتلت قائمة مقترحات العينة لتطوير القنوات الثقافية باليوتيوب، وقد يدل ذلك إلى حاجة الأفراد إلى المعرفة ولكن بشكل بسيط الطرح يسير الفهم حتى تُناسب المستويات الثقافية المختلفة للأفراد.

- أسباب عدم مشاهدة القنوات الثقافية باليوتيوب جدول (15)

أسباب عدم مشاهدة القنوات الثقافية باليوتيوب

الدلالة دح 1	كا2	الترتيب	إجمالي ن=172		أسباب عدم مشاهدة القنوات الثقافية باليوتيوب
			ك	%	
0.001	31.837	1	123	71.5	معلوماتها معقدة وصعبة لا أستطيع فهمها
0.286 غير دالة	1.140	3	79	45.9	طريقة تقديم المعلومة لا تتناسب معي
0.446 غير دالة	0.581	2	81	47.1	معارفها عادية تُوجد في برامج أخرى
0.001	16.953	6	59	34.3	تُقدم معلومات ليست جديدة
0.05	3.930	4	73	42.4	ليس لدى وقت لمشاهدتها
0.001	26.884	7	52	30.2	أغلب ما تقدمه باللغة الأجنبية
0.05	5.233	5	71	41.3	أشاهد فقط ما يتعلق بتخصصي الدراسي
0.001	45.023	9	42	24.4	أشعر أنها ليست حقيقية ومُقتبسة من برامج أجنبية
0.001	28.488	8	51	29.7	أرى أنها تحتاج إلى أشخاص ثقافتهم أعلى

تُشير نتائج الجدول السابق إلى أن نسبة 71.5% من أفراد العينة لا يُقبلوا على مشاهدة القنوات الثقافية باليوتيوب بسبب "معلوماتها معقدة وصعبة لا يستطيعون فهمها"، ونسبة 47.1% منهم بسبب "معارفها عادية تُوجد في برامج أخرى"، ونسبة

45.9% منهم بسبب "طريقة تقديم المعلومة لا تتناسب معهم"، ونسبة 42.4% منهم بسبب "ليس لديهم وقت لمشاهدته"، ونسبة 41,3% بسبب "أشاهد فقط ما يتعلق بتخصصي الدراسي"، ونسبة 34,3% بسبب "تقديم معلومات ليست جديدة، ونسبة 30,2% بسبب "أغلب ما تقدمه باللغة الأجنبية"، ونسبة 29,7% بسبب "أنها تحتاج إلى أشخاص ثقافتهم أعلى"، ونسبة 24,4% بسبب "أنها ليست حقيقية ومُقتبسه من برامج أجنبية".

كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في أسباب عدم مشاهدة القنوات الثقافية باليوتيوب، حيث كانت قيم كا² دالة عند مستوى دلالة أقل من 0.05، بينما لم يكن بينهم فروق في الأسباب "طريقة تقديم المعلومة لا تتناسب معي، ومعارفها عادية تُوجد في برامج أخرى"، حيث كانت قيم كا² غير دالة عند مستوى 0.05.

ومما سبق لاحظت الباحثة أن النسبة الأغلب من الأفراد الذين لا يشاهدون القنوات الثقافية باليوتيوب كان السبب في عدم مشاهدتهم أن "معلوماتها معقدة وصعبة لا يستطيعون فهمها"، وذلك يُعد بمثابة نداء إلى القائمين على تلك القنوات بضرورة العمل على إرضاء كل المستويات الثقافية وتقديم المعلومات والمعارف بطرق مُتعددة مُتنوعة حتى تستطيع كل الفئات المُشاهدة فهمها واستقبالها.

- مقياس المعرفة العميقة (من إعداد الباحثة)

للقوف على واقع مستوى المعرفة العميقة لدى الطلاب جراء تعرضهم للمحتوى المقدم من قبل القنوات الثقافية باليوتيوب.

جدول (16)

مقياس المعرفة العميقة لدى الطلاب ن=228

الاتجاه	المتوسط المرجح	غير موافق		الى حد ما		موافق		الاستجابة	العبارات
		%	ك	%	ك	%	ك		
المحور الأول:- فهم واستيعاب المحتوى									
موافق	2.43	8.8	20	39.5	90	51.8	118	استطيع من خلالها تكوين حصيلة معرفية متطورة	
موافق	2.48	8.3	19	35.1	80	56.6	129	أعيد بناء المعرفة الخاصة بي وفق ما أتعرض له في القنوات	
موافق	2.48	8.8	20	34.2	78	57	130	أركز في المحتوى المُفضل لدى لتحقيق الاستمتاع المعرفي	
موافق	2.69	8.8	20	13.2	30	78.1	178	أعمل على تحويل المحتوى إلى أشكال قابلة للتعلم	
الى حد ما	2.21	17.5	40	43.4	99	39	89	أتأمل المحتوى لتحقيق أعلى استفادة	
موافق	2.48	4.4	10	43.4	99	52.2	119	استيعابي للمحتوى يُنمي لدي حب البحث عن المعرفة	
موافق	2.39	13.2	30	35.1	80	51.8	118	أطبق بعض المعارف الجذابة على سبيل التجربة	
المحور الثاني:- معرفة أهداف وسياق المحتوى									
الى حد ما	2.29	17.5	40	35.1	80	47.4	108	أتعرف على الطرق الصحيحة لإنجاز بعض الأمور	
موافق	2.48	8.8	20	34.6	79	56.6	129	أستخلص الهدف الأساسي من تقديم المحتوى	
موافق	2.39	17.5	40	26.3	60	56.1	128	أتعرف على أغلب الجوانب المتعلقة بالمحتوى المقدم	
موافق	2.44	8.3	19	39.5	90	52.2	119	أهتم بتقويم المحتوى الذي تُقدمه القنوات الثقافية	
الى حد ما	2.26	26.3	60	21.5	49	52.2	119	ساعدتني على تصويب العديد من المفاهيم والمعارف	
موافق	2.65	8.8	20	17.5	40	73.7	168	أحصل على تفسيرات منطقية لبعض الظواهر المحيطة	
الى حد ما	2.61	8.8	20	21.9	50	69.3	158	أدون أهم المعلومات وأبحث حولها للاستفادة أكثر	
المحور الثالث:- استخلاص الأفكار من المحتوى									
الى حد ما	2.13	21.9	50	43.4	99	34.6	79	أستخلص الأفكار المهمة وأحتفظ بها للرجوع إليها وقت الحاجة	
الى حد ما	2.25	17.5	40	39.5	90	43	98	أعمل على ترجمة المحتوى إلى أفكار نافعه	
موافق	2.35	12.7	29	39.5	90	47.8	109	أحصل من خلالها على أدوات فكرية تساعدني في حلّ المشكلات بطرق منطقية	
الى حد ما	2.18	21.5	49	39	89	39.5	90	أحصل على أفكار عديدة من المحتوى المُتأغم مع اهتماماتي	
موافق	2.43	13.2	30	30.7	70	56.1	128	أحاول استنباط أفكار تساعدني في مجال دراستي	
موافق	2.43	13.2	30	30.7	70	56.1	128	أهتم بتحليل المحتوى لاستنتاج أفكار تُسهم في حلّ المشكلات التي واجهتني	
الى حد ما	2.30	8.8	20	52.2	119	39	89	أهتم بالتدقيق في كل تفاصيل المحتوى وعناصره	

تابع جدول (16)

مقياس المعرفة العميقة لدى الطلاب ن=228

الاتجاه	المتوسط المرجح	غير موافق		الى حد ما		موافق		الاستجابة العبارات
		%	ك	%	ك	%	ك	
المحور الرابع:- توزيع المحتوى في المواقف المختلفة								
موافق	2.53	8.3	19	30.7	70	61	139	أصنع خططاً لتعلم المعلومات الجديدة بشكلٍ أكثر فاعلية
الى حد ما	2.21	17.5	40	43.4	99	39	89	أعمل على تكييف المحتوى بطريقة تتيج لي الاستفادة منه
موافق	2.78	1.8	4	18.4	42	79.8	182	أستفيد من المحتوى بما يتناسب مع قدراتي وميولي
موافق	2.56	8.8	20	26.3	60	64.9	148	أحرص على تنظيم المحتوى وتمثيله بشكلٍ يُمكن الاستفادة منه
موافق	2.52	4.4	10	39.5	90	56.1	128	أهتم باكتساب خبرة ومنفعة قد تفيد في مواقف مُشابهة
الى حد ما	2.31	4.4	10	60.5	138	35.1	80	أحاول الاستفادة من المحتوى في الدراسة والعملية التعليمية
الى حد ما	2.25	17.5	40	39	89	43.4	99	أصنع خططاً لتعلم المعلومات الجديدة بشكلٍ أكثر فاعلية
المحور الخامس:- الاطلاع على مصادر المحتوى								
موافق	2.48	4.4	10	43.4	99	52.2	119	أسعى للتأكد من مصداقية مصادر المحتوى
موافق	2.57	4.4	10	34.6	79	61	139	أهتم بالحصول على المزيد من المعرفة من مراجعها الأصلية
الى حد ما	2.17	17.5	40	47.8	109	34.6	79	أسعى للاستزادة المعرفية حول الموضوعات من مصادر أخرى
الى حد ما	2.26	17.5	40	39	89	43.4	99	أهتم بمتابعة المصادر للتعلم في المعارف ومتابعة تطورها
الى حد ما	2.17	21.9	50	39	89	39	89	أحتاج لمعرفة مصدر المحتوى للتحقق من المعلومات المُقدّمة
الى حد ما	2.21	17.5	40	43.4	99	39	89	أهتم بالاطلاع على المصادر لأنها تقيدني في البحث عن المعرفة
الى حد ما	2.29	21.9	50	26.3	60	51.8	118	أسعى للتأكد من مصداقية مصادر المحتوى

تُشير نتائج الجدول السابق إلى أن أعلى استجابات لأفراد العينة على عبارات مقياس المعرفة العميقة بالنسبة لمحور (فهم واستيعاب المحتوى) كانت الموافقة على العبارات "أعمل على تحويل المحتوى إلى أشكال قابلة للتعلم" في الترتيب الأول بمتوسط

2.69، و "أعيد بناء المعرفة الخاصة بي وفق ما أتعرض له في القنوات، وأركز في المحتوى المُفضل لدى لتحقيق الاستمتاع المعرفي، واستيعابي للمحتوى يُنمي لدي حب البحث عن المعرفة" في الترتيب الثاني بمتوسط 2.48، و "أستطيع من خلالها تكوين حصيلة معرفية متطورة" في الترتيب الثالث بمتوسط 2.43، و "أطبق بعض المعارف الجذابة على سبيل التجربة" في الترتيب الرابع بمتوسط 2.39، وكانت استجابات العينة الموافقة إلى حد ما على العبارة "أتأمل المحتوى لتحقيق أعلى استفادة" بمتوسط 2.21.

أما استجابات العينة بالنسبة لمحور (معرفة أهداف وسياق المحتوى) فكانت الموافقة على العبارات "أحصل على تفسيرات منطقية لبعض الظواهر المحيطة" في الترتيب الأول بمتوسط 2.65، و "استخلص الهدف الأساسي من تقديم المحتوى" في الترتيب الثاني بمتوسط 2.48، و "أهتم بتقويم المحتوى الذي تُقدمه القنوات الثقافية" في الترتيب الثالث بمتوسط 2.44، و "أتعرف على أغلب الجوانب المُتعلقة بالمحتوى المُقدم" في الترتيب الرابع بمتوسط 2.39، وكانت الاستجابة الموافقة إلى حد ما على العبارات "أتعرف على الطرق الصحيحة لإنجاز بعض الأمور بمتوسط 2.29، وساعدتني على تصويب العديد من المفاهيم والمعارف بمتوسط 2.26، أدون أهم المعلومات وأبحث حولها للاستفادة أكثر بمتوسط 2.61".

أما استجابات العينة بالنسبة لمحور (استخلاص الأفكار من المحتوى) فكانت الموافقة على العبارات "أحاول استنباط أفكار تساعدني في مجال دراستي، وأهتم بتحليل المحتوى لاستنتاج أفكار تُسهم في حل المشكلات التي واجهتني" في الترتيب الأول بمتوسط 2.43، و "أحصل من خلالها على أدوات فكرية تساعدني في حلّ المشكلات بطرق منطقية" في الترتيب الثاني بمتوسط 2.35، وكانت الاستجابة الموافقة إلى حد ما على العبارات "أهتم بالتدقيق في كل تفاصيل المحتوى وعناصره بمتوسط 2.30، و"أعمل على ترجمة المحتوى إلى أفكار نافعه" بمتوسط 2.25، و"أحصل على أفكار عديدة من المحتوى المُتناغم مع اهتماماتي، بمتوسط 2.18، و"أستخلص الأفكار المهمة وأحتفظ بها للرجوع إليها وقت الحاجة" بمتوسط 2.13.

أما استجابات العينة بالنسبة لمحور (توظيف المحتوى في المواقف المختلفة) فكانت الموافقة على العبارات "أستفيد من المحتوى بما يتناسب مع قدراتي وميولي" في الترتيب الأول بمتوسط 2.78، و"أحرص على تنظيم المحتوى وتمثيله بشكل يُمكن الاستفادة منه في أي وقت" في الترتيب الثاني بمتوسط 2.56، و"أصنع خططاً لتعلم المعلومات الجديدة بشكل أكثر فاعلية" في الترتيب الثالث بمتوسط 2.53، و"أهتم باكتساب خبرة ومنفعة قد

تفيد في مواقف مُشابهة" في الترتيب الرابع بمتوسط 2.52، وكانت الاستجابة الموافقة إلى حد ما على العبارات "أحاول الاستفادة من المحتوى في الدراسة والعملية التعليمية" بمتوسط 2,31، و"أضع خططاً لتعلم المعلومات الجديدة بشكلٍ أكثر فاعلية" بمتوسط 2,25، و"أعمل على تكييف المحتوى بطريقة تتيح لي الاستفادة منه" بمتوسط 2,12.

أما استجابات العينة بالنسبة لمحور (الاطلاع على مصادر المحتوى) فكانت الاستجابة بالموافقة على العبارات "أهتم بالحصول على المزيد من المعرفة من مراجعها الأصلية" في الترتيب الأول بمتوسط 2.57، و"أسعى للتأكد من مصداقية مصادر المحتوى" في الترتيب الثاني بمتوسط 2.48، وكانت الاستجابة بالموافقة إلى حد ما على العبارات "أسعى للتأكد من مصداقية مصادر المحتوى" بمتوسط 2,29، و"أهتم بمتابعة المصادر للتعلم في المعارف ومتابعة تطورها وتجدها" بمتوسط 2,26، و"أهتم بالاطلاع على المصادر لأنها تقيدني في البحث عن المعرفة" بمتوسط 2,21، و"أسعى للاستزادة المعرفية حول موضوعات معينة من مصادر أخرى، أحتاج لمعرفة مصدر المحتوى للتحقق من المعلومات المُقدّمة" بمتوسط 2,17.

ومما سبق لاحظت الباحثة أن العبارات "أعمل على تحويل المحتوى إلى أشكال قابلة للتعلم"، و"أستفيد من المحتوى بما يتناسب مع قدراتي وميولي" تربعت أعلى قائمة استجابات موافقة العينة على عبارات مقياس المعرفة العميقة، وذلك يدل على فاعلية محتوى القنوات الثقافية باليوتيوب على تنمية المعرفة العميقة لدى الطلاب حتى تُعدهم لمواجهة عصر المعرفة والانفتاح المعلوماتي.

- مقياس الدافع المعرفي (من إعداد الباحثة)

لرصد مستوى الدافع المعرفي لدى الطلاب جراء تعرضهم للمحتوى المقدم من قبل القنوات الثقافية باليوتيوب.

جدول (17)

مقياس الدافع المعرفي لدى الطلاب ن=228

الاتجاه	المتوسط المرجح	غير موافق		إلى حد ما		موافق		الاستجابة العبارات
		%	ك	%	ك	%	ك	
المحور الأول: - الرغبة في المعرفة								
موافق	2.35	17.1	39	30.7	70	52.2	119	أتعرف على كل جديد في مجالات اهتمامي
الى حد ما	2.12	21.9	50	43.4	99	34.6	79	أجتهد حتى أتقن المعلومة التي تُثير انتباهي
موافق	2.43	21.9	50	13.2	30	64.9	148	أستمع كلما اطلعت على جديد لم أكن أعرفه
موافق	2.52	4.4	10	39	89	56.6	129	أقرأ كثيراً عن أي معرفة جديدة
موافق	2.43	8.8	20	39	89	52.2	119	أتعلم في المعلومات المتضاربة لأصل إلى الصواب
موافق	2.39	4.4	10	52.2	119	43.4	99	أنجذب نحو الموضوعات المعرفية الغامضة
الى حد ما	2.22	17.1	39	43.9	100	39	89	أستمع حينما أظهر قدراتي العلمية والمعرفية
موافق	2.39	13.2	30	34.6	79	52.2	119	أشعر بالرضا عندما أتحقق انتصاراً علمياً معيماً
موافق	2.39	13.2	30	34.6	79	52.2	119	أستمع بالبحث عن حل للمشكلات المعقدة
موافق	2.48	4.4	10	43.4	99	52.2	119	أرغب دائماً في الحصول على المعلومات
موافق	2.38	21.9	50	17.5	40	60.5	138	أتابع الجديد في كل نواحي المعرفة ولا أتقيد بمجال دراستي
الى حد ما	2.21	13.2	30	52.2	119	34.9	79	أفكر كثيراً حول المعارف والمعلومات التي أتعرض إليها
المحور الثاني: - السعي إلى المعرفة								
موافق	2.43	8.8	20	39	89	52.2	119	أشعر بالسعادة حينما أجد إجابة حول معلومة غامضة
موافق	2.57	8.8	20	25.9	59	65.4	149	أبحث عن المعرفة أينما كانت
موافق	2.53	8.3	19	30.7	70	61	139	أطلع على مصادر المعرفة التي تخص اهتماماتي المعرفية
موافق	2.43	13.2	30	30.3	69	56.6	129	أناقش مع المحيطين في معلومات وموضوعات ثقافية عدة
موافق	2.52	4.4	10	39	89	56.6	129	أبحث عن أحدث الموضوعات العلمية
موافق	2.39	17.5	40	25.9	59	56.6	129	أدون المعلومات التي تحتاج إلى بحث أكثر للفهم والتوضيح

الاتجاه	المتوسط المرجح	غير موافق		إلى حد ما		موافق		الاستجابة العبارات
		%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	2.39	13.2	30	35.1	80	51.8	118	أفضل مقابلة المتخصصين وذوي العلم وأستمع إليهم بنفسى
موافق	2.44	8.3	19	39.5	90	52.2	119	أسعى إلى البحث عن أي موضوع يطرأ بتفكيرى
الى حد ما	2.29	30.7	70	8.8	20	60.5	138	أبحث عن النادر والغريب في العلوم
موافق	2.43	8.8	20	39	89	52.2	119	أقضي أغلب وقت فراغى في البحث والاطلاع
الى حد ما	2.25	21.9	50	30.7	70	47.4	108	أتطلع إلى إكمال دراستى حبًا للمعرفة
الى حد ما	2.29	13.2	30	43.9	100	43	98	أشترك في النشاطات والمسابقات العلمية
المحور الثالث:- الاستكشاف وحب الاستطلاع								
الى حد ما	2.18	21.5	49	39.5	90	39	89	أتواصل دائمًا مع المثقفين ممن حولى
موافق	2.39	21.9	50	17.5	40	60.5	138	أطرح الكثير من الأسئلة حول مالا أفهمه
الى حد ما	2.30	17.5	40	34.6	79	47.8	109	أفكر كثيرًا في الموضوعات الغامضة صعبة الفهم
موافق	2.35	13.2	30	39	89	47.8	109	تُراودنى دائمًا الرغبة في اكتشاف الجديد
موافق	2.35	13.2	30	39	89	47.8	109	أُبادر في الاستفسار عندما أقابل معلومة صعبة ومعقدة
موافق	2.61	4.4	10	30.3	69	65.4	149	أسأل عن الإبداعات والأفكار العلمية الجديدة
الى حد ما	2.30	17.5	40	34.6	79	47.8	109	يُح علي الفضول عندما أسمع عن معلومة لا أعرفها
موافق	2.39	13.2	30	35.1	80	51.8	118	أشارك دائمًا في الرحلات العلمية والثقافية
الى حد ما	2.22	25.9	59	26.3	60	47.8	109	أتطلع إلى مستقبل علمي متميز
الى حد ما	2.17	17.5	40	47.8	109	34.6	79	أتمنى الحصول على براءة اختراع يومًا ما
الى حد ما	2.26	8.8	20	56.6	129	34.6	79	أستكشف المحيط بي وما يدور حولى
موافق	2.57	8.3	19	26.3	60	65.4	149	أتواصل دائمًا مع المثقفين والمهتمين بالمعرفة

تُشير نتائج الجدول السابق إلى أن أعلى استجابات لأفراد العينة على عبارات مقياس الدافع المعرفي بالنسبة لمحور (الرغبة في المعرفة) كانت الموافقة على العبارات "أقرأ كثيرًا عن أي معرفة جديدة" في الترتيب الأول بمتوسط 2.52، و"أرغب دائمًا في الحصول على المعلومات" في الترتيب الثاني بمتوسط 2.48، و"أستمع كلما اطلعت على جديد لم أكن أعرفه، أتعلم في المعلومات والموضوعات المتضاربة لأصل إلى الصواب" في الترتيب الثالث

بمتوسط 2.43، و"أنجذب نحو الموضوعات المعرفية الغامضة، أشعر بالرضا عندما أحقق انتصارًا علميًا معيًّا، أستمتع بالبحث عن حل للمشكلات المعقدة" في الترتيب الرابع بمتوسط 2.39، و"أتابع الجديد في كل نواحي المعرفة ولا أتقيد بمجال دراستي" في الترتيب الخامس بمتوسط 2.38، و"أتعرف على كل جديد في مجالات اهتمامي" في الترتيب السادس بمتوسط 2.35، وتمثلت استجابات الموافقة إلى حدما على العبارات "أستمتع حينما أظهر قدراتي العلمية والمعرفية" بمتوسط 2,22، و"أفكر كثيرًا حول المعارف والمعلومات التي أتعرض إليها" بمتوسط 2,21، و"أجتهد حتى أتقن المعلومة التي تُثير انتباهي" بمتوسط 2,12.

أما استجابات العينة بالنسبة لمحور (السعي إلى المعرفة) فكانت الموافقة على العبارات "أبحث عن المعرفة أينما كانت" في الترتيب الأول بمتوسط 2.57، و"أطلع على مصادر المعرفة التي تخص اهتماماتي المعرفية" في الترتيب الثاني بمتوسط 2.53، و"أبحث عن أحدث الموضوعات العلمية" في الترتيب الثالث بمتوسط 2.52، و"أسعى إلى البحث عن أي موضوع يطرأ بتفكيرٍ" في الترتيب الرابع بمتوسط 2.44، و"أشعر بالسعادة حينما أجد إجابة حول معلومة غامضة" و"أتناقش مع المحيطين في معلومات وموضوعات ثقافية عديدة" و"أقضي أغلب وقت فراغي في البحث والاطلاع" في الترتيب الخامس بمتوسط 2.43، و"أدون المعلومات التي تحتاج إلى بحث أكثر للفهم والتوضيح، وأفضل مقابلة المتخصصين وذوي العلم وأستمع اليهم بنفسٍ" في الترتيب السادس بمتوسط 2.39، وتمثلت استجابات الموافقة إلى حدما على العبارات "أبحث عن النادر والغريب في العلوم، وأشارك في النشاطات والمسابقات العلمية" بمتوسط 2,29، و"أتطلع إلى إكمال دراستي حبًا للمعرفة" بمتوسط 2,25٪.

أما استجابات العينة بالنسبة لمحور (الاستكشاف وحب الاستطلاع) فكانت الموافقة على العبارات "أسأل عن الإبداعات والأفكار العلمية الجديدة" في الترتيب الأول بمتوسط 2.61، و"أتواصل مع المثقفين والمهتمين بالمعرفة" في الترتيب الثاني بمتوسط 2.57، و"أطرح الكثير من الأسئلة حول ما لا أفهمه، وأشارك دائمًا في الرحلات العلمية والثقافية" في الترتيب الثالث بمتوسط 2.39، و"تراودني دائمًا الرغبة في اكتشاف الجديد، وأبادر فورًا في الاستفسار عندما أقابل معلومة صعبة ومعقدة" في الترتيب الرابع بمتوسط 2.35، وتمثلت استجابات الموافقة إلى حدما على العبارات "أفكر كثيرًا في الموضوعات الغامضة صعبة الفهم، ويُلح علي الفضول عندما أسمع عن معلومة لا أعرفها" بمتوسط 2,30، و"أستكشف المحيط بي وما يدور حولي" بمتوسط 2,26،

وأتطلع إلى مستقبل علمي متميز" بمتوسط 2,22، و"أتواصل دائمًا مع المثقفين ممن حولي" بمتوسط 2,18، و" أتمنى الحصول على براءة اختراع يومًا ما" بمتوسط 2,17.

ومما سبق لاحظت الباحثة أن العبارات "أبحث عن المعرفة أينما كانت، أسأل عن الإبداعات والأفكار العلمية الجديدة، أتواصل مع المثقفين ممن حولي" قد تربعت أعلى قائمة استجابات موافقة العينة على عبارات مقياس الدافع المعرفي، وذلك يدل على وجود الدافع المعرفي لدى أفراد العينة التي طُبق عليهم المقياس، مما يُشير إلى فاعلية التعرض للقنوات الثقافية باليوتيوب في تربية الدافع المعرفي والرغبة في السعي حول المعلومات.

نتائج اختبار فروض البحث:-

الفرض الأول:-

= توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تعرض الطلاب للقنوات الثقافية باليوتيوب والمعرفة العميقة لديهم.

جدول (18)

العلاقة بين تعرض الطلاب للقنوات الثقافية باليوتيوب والمعرفة العميقة لديهم

مستوى الدلالة	القوة	الاتجاه	معامل الارتباط	الانحراف المعياري	المتوسط	المتغير
0.01	متوسط	طردي	0.485***	0.785	2.3	تعرض الطلاب للقنوات الثقافية باليوتيوب
				9.838	84.9	المعرفة العميقة

يُشير الجدول السابق إلى وجود علاقة طردية متوسطة بين تعرض الطلاب للقنوات الثقافية باليوتيوب وبين مستوى المعرفة العميقة لديهم، حيث كانت ($0.3 > r > 0.7$) وهي دالة عند مستوى 0.01.

ورأت الباحثة أن ذلك يدل على وجود تأثير فعلي لمحتوى القنوات الثقافية باليوتيوب على تشكيل المعرفة العميقة لدى أفراد العينة ورفع مستواها لديهم، وبالتالي تحقق الفرض.

== توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تعرض الطلاب للقنوات الثقافية باليوتيوب والدافع المعرفي لديهم.

جدول (19)

العلاقة بين تعرض الطلاب للقنوات الثقافية باليوتيوب والدافع المعرفي لديهم

مستوى الدلالة	القوة	الاتجاه	معامل الارتباط	الانحراف المعياري	المتوسط	المتغير
0.01	قوية	طردي	*0.754	0.785	2.3	تعرض الطلاب للقنوات الثقافية باليوتيوب
				7.926	85.4	الدافع المعرفي

يُشير الجدول السابق إلى وجود علاقة طردية قوية بين تعرض الطلاب للقنوات الثقافية باليوتيوب وبين الدافع المعرفي لديهم، حيث كانت ($r < 0.7$) وهي دالة عند مستوى 0.01.

ولاحظت الباحثة مما سبق أن المحتوى الثقافي المُقدم عبر القنوات الثقافية باليوتيوب ظهرت ملامحه على الدافع المعرفي لدى أفراد العينة، حيث إن التعرض لذاك المحتوى رفع مستوى الدافع المعرفي لدى الأفراد وزاد من حماسهم نحو البحث عن المزيد من المعرفة، وبالتالي تحقق الفرض.

الفرض الثاني:-

== توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الطلاب في حجم التعرض للقنوات الثقافية باليوتيوب وفقاً للمتغيرات (النوع - محل الإقامة - طبيعة الدراسة).

(أ) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الطلاب (الذكور والإناث) في حجم التعرض للقنوات الثقافية باليوتيوب.

جدول (20)

قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات الطلاب (الذكور والإناث) في حجم التعرض للقنوات الثقافية باليوتيوب

الدلالة	ت	إناث(ن=88)		ذكور(ن=140)		النوع
		ع	م	ع	م	
د.ح226						المتغير
0.001	7.959	0.756	1.8	0.625	2.6	حجم التعرض للقنوات الثقافية باليوتيوب

يُشير الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الذكور والإناث في حجم التعرض للقنوات الثقافية باليوتيوب لصالح الذكور، حيث كانت قيمة (ت) دالة عند مستوى دلالة 0.001.

ولاحظت الباحثة مما سبق أن أغلب جمهور القنوات الثقافية باليوتيوب من الذكور، وقد يرجع ذلك إلى طبيعة محتوى أغلب تلك القنوات التي تُقدم كل ما يتعلق بالمعرفة الإلكترونية والحاسوبية وذلك يتلاءم مع اهتمامات أغلب الشباب.

(ب) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الطلاب (الريف والحضر) في حجم التعرض للقنوات الثقافية باليوتيوب

جدول (21)

قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات الطلاب (الريف والحضر) في حجم التعرض للقنوات الثقافية باليوتيوب

الدلالة د.ج.226	ت	الثقافية باليوتيوب				محل الإقامة المتغير
		حضر(ن=119)		ريف(ن=109)		
		ع	م	ع	م	
0.001	4.693-	0.791	2.5	0.706	2	حجم التعرض للقنوات الثقافية باليوتيوب

يُشير الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات أفراد العينة (الريف والحضر) في حجم التعرض للقنوات الثقافية باليوتيوب لصالح الحضر، حيث كانت قيمة (ت) دالة عند مستوى دلالة 0.001.

ولاحظت الباحثة مما سبق أن أغلب جمهور القنوات الثقافية باليوتيوب من الحضر، وقد يرجع ذلك إلى طبيعة الحياة في المدينة والتي ترتبط بثقافة الانفتاح على التكنولوجيا وثورة المعلومات بشكل أكبر من الحياة في الريف وبالتالي فإن مقيمي الحضر يتعرضون للإنترنت وقنواته ووسائل الإعلام الجديد أكثر من قاطني الريف.

(ج) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الطلاب ذوي (الدراسة العملية والدراسة النظرية) في حجم التعرض للقنوات الثقافية باليوتيوب

جدول (22)

قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات الطلاب ذوي (الدراسة العملية والدراسة النظرية) في حجم التعرض للقنوات الثقافية باليوتيوب

الدلالة د.ج.226	ت	الطلاب ذوي الدراسة النظرية (ن=98)		الطلاب ذوي الدراسة العملية (ن=130)		طبيعة الدراسة المتغير
		ع	م	ع	م	
0.798 غير داله	0.256	0.739	2.3	0.821	2.3	حجم التعرض للقنوات الثقافية باليوتيوب

يُشير الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الطلاب ذوي الدراسة العملية والدراسة النظرية في حجم التعرض للقنوات الثقافية باليوتيوب، حيث كانت قيمة (ت) غير دالة عند مستوى دلالة 0.05، وبالتالي تحقق الفرض جزئياً.

ولاحظت الباحثة من تلك النتيجة أن أغلب جمهور القنوات الثقافية باليوتيوب من أفراد العينة كانوا من الطلاب ذوي الدراسة العملية والنظرية أيضاً، وقد يرجع ذلك إلى أن الحياة الدراسية الأكاديمية للطلاب عامة تتناسب مع محتوى معظم القنوات الثقافية بحيث يُقبل طلاب الكليات العملية والنظرية على مشاهدة القنوات الثقافية لتشابه العديد من موضوعاتها مع المحتوى التعليمي لتخصصاتهم.

= توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الطلاب في مستوى الدافع المعرفي وفقاً للمتغيرات (النوع - محل الإقامة - طبيعة الدراسة)

(أ) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الطلاب (الذكور والإناث) في الدافع المعرفي.

جدول (23)

قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات الطلاب (الذكور والإناث) في الدافع المعرفي

الدلالة د.ج.226	ت	إناث(ن=88)		ذكور(ن=140)		النوع المتغير
		ع	م	ع	م	
0.210 غير دالة	1.256-	2.454	28.6	3.125	28.1	الرغبة في المعرفة
0.001	3.275-	2.209	29.8	3.122	28.5	السعي إلى المعرفة
0.671 غير دالة	0.425-	3.321	28.2	3.350	28	الاستكشاف وحب الاستطلاع
0.072 غير دالة	1.805-	7.148	86.6	8.316	84.6	الدافع المعرفي

يُشير الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الطلاب (الذكور والإناث) على مقياس الدافع المعرفي كدرجة كلية وكأبعاد فرعية (الرغبة في المعرفة، الاستكشاف وحب الاستطلاع)، حيث كانت قيم (ت) غير دالة عند مستوى دلالة 0.05.

ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الطلاب (الذكور والإناث) في (السعي إلى المعرفة) لصالح الإناث، حيث كانت قيمة (ت) دالة عند مستوى دلالة 0.001.

ولاحظت الباحثة مما سبق أن الدافع المعرفي لا يختلف مستواه بشكل كبير بين الذكور والإناث المشاهدين للقنوات الثقافية باليوتيوب حيث يتمتع كلاهما بحب المعرفة وخاصة التي تنتمي إلى ميولهم واهتماماتهم، وقد يعود ذلك إلى أن المحتوى الثقافي بتلك القنوات الثقافية يتمتع بقابلية للفهم لدى الجنسين لا فرق، مما يسهم في تتبع المعلومات واستكمالها .

(ب) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر في الدافع المعرفي
جدول (24)

قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات الطلاب (الريف والحضر) في الدافع المعرفي

المتغير	الإقامة	ريف(ن=109)		حضر(ن=119)		ت	الدلالة دح226
		ع	م	ع	م		
الرفعة في المعرفة		3.304	28	2.436	28.6	1.533-	0.127 غير دالة
السعي إلى المعرفة		3.006	28.6	2.699	29.3	1.865-	0.063 غير دالة
الاستكشاف وحب الاستطلاع		3.259	28.5	3.371	27.7	1.753	0.081 غير دالة
الدافع المعرفي		8.511	85.1	7.377	85.6	0.493-	0.622 غير دالة

يُشير الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الطلاب بالريف والحضر على مقياس الدافع المعرفي كدرجة كلية وكأبعاد فرعية (الرفعة في المعرفة، السعي إلى المعرفة، الاستكشاف وحب الاستطلاع)، حيث كانت قيمة (ت) غير دالة عند مستوى دلالة 0.05 .

ولاحظت الباحثة مما سبق أن مستوى الدافع المعرفي لا يختلف بين طلاب الريف والحضر المشاهدين للقنوات الثقافية باليوتيوب، وقد يعود ذلك إلى أن المحتوى الثقافي بتلك القنوات الثقافية يتمتع بالقبول لدى الطلاب بالريف والحضر، مما يسهم في تلقيهم للمعرفة بشكل يُنمي الدافع المعرفي لديهم .

(ج) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الطلاب ذوي (الدراسة العملية والنظرية) في الدافع المعرفي

جدول (25)

قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات الطلاب ذوي (الدراسة العملية والنظرية) في الدافع المعرفي

الدلالة د. 226	ت	نظرية(ن=98)		عملية(ن=130)		طبيعة الدراسة المتغير
		ع	م	ع	م	
0.364 غير دالة	909.-	2.920	28.1	2.873	28.5	الرغبة في المعرفة
0.132 غير دالة	1.511	2.904	28.7	2.822	29.2	السعي إلى المعرفة
0.001	4.186-	2.571	29.1	3.629	27.3	الاستكشاف وحب الاستطلاع
0.412 غير دالة	0.822-	7.619	85.9	8.158	85	الدافع المعرفي

يُشير الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الطلاب ذوي الدراسة العملية والدراسة النظرية في الدافع المعرفي كدرجة كلية، وكأبعاد فرعية (الرغبة في المعرفة، الاستكشاف وحب الاستطلاع)، حيث كانت قيمة (ت) غير دالة عند مستوى دلالة 0.05.

ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الطلاب ذوي الدراسة العملية والنظرية في (السعي إلى المعرفة) لصالح الطلاب ذوي الدراسة النظرية، حيث كانت قيمة (ت) دالة عند مستوى دلالة 0.001، وبالتالي تحقق الفرض جزئياً.

ولاحظت الباحثة مما سبق أن مستوى الدافع المعرفي لدى الطلاب ذوي الدراسة النظرية مرتفع بالنسبة لبعده (السعي إلى المعرفة) بعكس الطلاب ذوي الدراسة العملية، وقد يرجع ذلك إلى طبيعة الدراسة النظرية التي تتطلب تكليف الطلاب ببحوث نظرية معرفية تتطلب منهم دخول المكتبة العلمية والبحث في المراجع ومصادر المعرفة كالقنوات الثقافية، وبالطبع ذلك يُربي لديهم الدافع المعرفي وحب السعي إلى المعرفة.

= توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الطلاب في مستوى المعرفة العميقة وفقاً للمتغيرات (النوع - محل الإقامة - طبيعة الدراسة).

(أ) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الطلاب (الذكور والإناث) في مستوى المعرفة العميقة جدول (26)

قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات الطلاب (الذكور والإناث) في مستوى المعرفة العميقة

المتغير	ذكور (ن=140)		إناث (ن=88)		ت	الدلالة د.ج.226
	ع	م	ع	م		
فهم واستيعاب المحتوى	18.2	16.72	16.9	2.869	2.365	0.05
معرفة أهداف وسياق المحتوى	18.4	2.505	16.7	2.211	2.932	0.05
استخلاص الأفكار من المحتوى	16.6	1.597	15.2	2.889	4.328	0.001
توظيف المحتوى في المواقف المختلفة	20.7	10.048	17.1	1.757	4.209	0.001
الاطلاع على مصادر المحتوى	18.2	1.941	16.1	2.23	3.354	0.01
مقياس المعرفة العميقة	92.1	6.823	82	13.289	4.569	0.001

يُشير الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الطلاب (الذكور والإناث) في مستوى المعرفة العميقة كدرجة كلية وكأبعاد فرعية (استخلاص الأفكار من المحتوى، توظيف المحتوى في المواقف المختلفة) لصالح الذكور، حيث كانت قيمة (ت) دالة عند مستوى دلالة 0.001.

ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الطلاب (الذكور والإناث) في الأبعاد التالية (فهم واستيعاب المحتوى، معرفة أهداف وسياق المحتوى) لصالح الذكور، حيث كانت قيمة (ت) دالة عند مستوى دلالة 0.05.

ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الطلاب (الذكور والإناث) في البعد (الاطلاع على مصادر المحتوى) لصالح الذكور، حيث كانت قيمة (ت) دالة عند مستوى دلالة 0.05.

ولاحظت الباحثة مما سبق أن مستوى المعرفة العميقة لدى الطلاب الذكور المشاهدين للقنوات الثقافية باليوتيوب أعلى من الإناث، وقد يرجع ذلك إلى اهتمام الطلاب الإناث بالمعرفة الخاصة بالدراسة بعكس الطلاب الذكور الذين تتوسع دائرة بحثهم عن معلومات تهتم احتياجاتهم الحياتية وميولهم واتجاهاتهم.

(ب) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الطلاب (الريف والحضر) في مستوى المعرفة العميقة

جدول (27)

قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات الطلاب (الريف والحضر) في مستوى المعرفة العميقة

الدلالة دج.226	ت	حضر(ن=119)		ريف(ن=109)		محل الإقامة المتغير
		ع	م	ع	م	
0.001	- 3.448	1.807	17.6	2.489	16.7	فهم واستيعاب المحتوى
0.01	- 2.434	2.115	17.5	2.649	16.7	معرفة أهداف وسياق المحتوى
0.01	- 2.428	1.554	16.4	814.	15.7	استخلاص الأفكار من المحتوى
0.01	- 2.732	8.693	19.7	3.512	17.4	توظيف المحتوى في المواقف المختلفة
0.01	2.565	2.047	18.1	2.588	16.2	الاطلاع على مصادر المحتوى
0.001	- 3.542	6.131	89.3	11.745	82.7	مقياس المعرفة العميقة

يُشير الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الطلاب (الريف والحضر) في مستوى المعرفة العميقة كدرجة كلية وكأبعاد فرعية (فهم واستيعاب المحتوى) لصالح الطلاب بالحضر، حيث كانت قيمة (ت) دالة عند مستوى دلالة 0.001.

ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الطلاب (الريف والحضر) في الأبعاد (معرفة أهداف وسياق المحتوى، استخلاص الأفكار من المحتوى، توظيف المحتوى في المواقف المختلفة، الاطلاع على مصادر المحتوى) لصالح المقيمين بالحضر، حيث كانت قيمة (ت) دالة عند مستوى دلالة 0.01.

ولاحظت الباحثة مما سبق أن مستوى المعرفة العميقة لدى الطلاب المُشاهدين للقنوات الثقافية باليوتيوب بالحضر أعلى من الريف، وقد يرجع ذلك إلى اهتمام الطلاب بالحضر بالمعارف المتعلقة بميادين مختلفة من المعرفة وليس المعرفة الخاصة بدراساتهم فقط وقد يعود ذلك إلى طبيعة حياتهم بالمدينة بعكس طبيعة الحياة الريفية.

(ج) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الطلاب ذوي (الدراسة العملية والدراسة النظرية) في مستوى المعرفة العميقة

جدول (28)

قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات الطلاب ذوي (الدراسة العملية والدراسة النظرية) في مستوى المعرفة العميقة

الدلالة د. 226	ت	نظرية (ن=98)		عملية (ن=130)		طبيعة الدراسة المتغير
		ع	م	ع	م	
0.001	3.232	2.313	16.6	2.049	17.6	فهم واستيعاب المحتوى
0.001	10.078	2.168	15.6	1.876	18.3	معرفة أهداف وسياق المحتوى
0.001	6.542	1.956	16.0	2.487	18.1	استخلاص الأفكار من المحتوى
0.01	2.637	4.274	17.5	8.664	19.8	توظيف المحتوى في المواقف المختلفة
0.001	5.558	2.029	15.2	2.283	16.9	الاطلاع على مصادر المحتوى
0.001	6.356	10.551	80.9	9.083	90.7	مقياس المعرفة العميقة

يُشير الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الطلاب ذوي (الدراسة العملية والدراسة النظرية) في مستوى المعرفة العميقة كدرجة كلية وكأبعاد فرعية (معرفة أهداف وسياق المحتوى، استخلاص الأفكار من المحتوى، الاطلاع على مصادر المحتوى) لصالح الطلاب ذوي الدراسة العملية، حيث كانت قيمة (ت) دالة عند مستوى دلالة 0.001.

ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الطلاب ذوي (الدراسة العملية والدراسة النظرية) في (توظيف المحتوى في المواقف المختلفة) لصالح الطلاب ذوي الدراسة العملية، حيث كانت قيمة (ت) دالة عند مستوى دلالة 0.01، وبالتالي تحقق الفرض.

ولاحظت الباحثة مما سبق أن مستوى المعرفة العميقة لدى الطلاب ذوي الدراسة العملية المُشاهدين للقنوات الثقافية باليوتيوب أعلى من ذوي الدراسة النظرية، وقد يعود ذلك إلى الطبيعة المُتشعبة المركبة للدراسة العملية، مما يدعوا طلابها إلى الاهتمام بالمعارف المتعلقة بميادين مختلفة من المعرفة قريبة العلاقة من تخصصاتهم وليس فقط المعرفة الخاصة بدراساتهم.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى المعرفة العميقة والدافع المعرفي لدى الطلاب.

جدول (29)

قيم معاملات الارتباط بين مستوى المعرفة العميقة والدافع المعرفي لدى الطلاب

الدرجة الكلية	المعرفة العميقة					الدرجة الكلية
	الاطلاع على مصادر المحتوى	توظيف المحتوى في المواقف المختلفة	استخلاص الأفكار من المحتوى	معرفة أهداف وسياق المحتوى	فهم واستيعاب المحتوى	
**0.692	**0.532	**0.652	**0.438	**0.372	**0.583	الدرجة الكلية
**0.667	**0.358	**0.480	**0.518	**0.329	**0.528	الدافع المعرفي
**0.434	**0.397	**0.562	**0.424	**0.349	**0.399	الدرجة الكلية
**0.692	**0.652	**0.648	**0.329	**0.317	**0.529	الدافع المعرفي

بالنسبة لمستوى الدلالة تكون (ر) *دالة عند مستوى 0.05 **دالة عند مستوى 0.01

يُشير الجدول السابق إلى وجود علاقة طردية متوسطة بين درجات العينة بالنسبة لبعدها (الدرجة في المعرفة) ودرجاتهم على مقياس المعرفة العميقة كدرجة كلية، وكأبعاد فرعية (معرفة أهداف وسياق المحتوى، استخلاص الأفكار من المحتوى، توظيف المحتوى في المواقف المختلفة، الاطلاع على مصادر المحتوى)، وكانت قيم ($0.3 < r < 0.7$) وهي دالة عند مستوى 0.01.

ووجود علاقة طردية ضعيفة بين درجات أفراد العينة بالنسبة لبعدها (السعي إلى المعرفة) ودرجاتهم على مقياس المعرفة العميقة كدرجة كلية وكأبعاد فرعية (معرفة أهداف وسياق المحتوى، استخلاص الأفكار من المحتوى، توظيف المحتوى في المواقف المختلفة، الاطلاع على مصادر المحتوى)، حيث كانت قيم ($0.3 < r < 0.7$) وهي دالة عند مستوى 0.01.

ووجود علاقة طردية متوسطة بين درجات العينة بالنسبة لبعدها (الاستكشاف وحب الاستطلاع) ودرجاتهم على مقياس المعرفة العميقة كدرجة كلية وكأبعاد فرعية (معرفة أهداف وسياق المحتوى، استخلاص الأفكار من المحتوى، توظيف المحتوى في المواقف

المختلفة، الاطلاع على مصادر المحتوى)، حيث كانت قيم ($0.3 > r > 0.7$) وهي دالة عند مستوى 0.01، وبالتالي وضع الجدول وجود علاقة طردية متوسطة بين درجات أفراد العينة على مقياس الدافع المعرفي ودرجاتهم على مقياس المعرفة العميقة، وبهذا تحقق الفرض.

وتُرجع الباحثة ذلك إلى أن الفرد إذا أحب المعرفة أراد السعي إليها والتزود منها مما يُعمق خزينة معلوماته ويثريها وبهذا تتشكل لديه المعرفة العميقة، والعكس أيضًا حيث إن الفرد إذا امتلك معرفة عميقة ثرية فإنه يتطلع إلى دعمها بالمزيد من المعلومات والمعرفة وذلك يتحقق إذا توافرت لديه الرغبة المعرفية والدافع المعرفي.

عرض لأهم النتائج التي توصل إليها البحث الحالي:-

- يُمكن في التالي تقديم مُلخص لأهم النتائج التي توصل إليها البحث الحالي:-
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في مدى مشاهدة القنوات الثقافية باليوتيوب، حيث كانت قيمة $K=2=7.840$ وهي دالة عند مستوى دلالة 0.01.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في معدل مشاهدة القنوات الثقافية باليوتيوب، حيث كانت قيمة $K=2=27.658$ وهي دالة عند مستوى دلالة 0.001.
- نسبة 61.4% من أفراد العينة كان من أهم أسبابهم لمشاهدة القنوات الثقافية باليوتيوب "أن معلوماتها غير موجودة في برامج أخرى"، ونسبة 43.9% منهم كانت أسبابهم "أنها تلبي احتياجاتي المعرفية المختلفة".
- قناة "المحترف" كانت على قائمة القنوات الثقافية المُفضلة لدى أفراد العينة بنسبة 78.9%، يليها قناة "شمعة يوتيوب" في الترتيب الثاني بنسبة 67.5%، ثم قناتي "متع عقلك وثامر الرميح" في الترتيب الثالث بنسبة 61%.
- 64.04% من أفراد العينة تفاعلوا مع المحتوى بالمشاركة أو التنزيل أو التعليق أو تسجيل الإعجاب، ونسبة 35.96% لم يتعاملوا مع المحتوى بشكلٍ تفاعلي بل اكتفوا بالمشاهدة فقط.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في مدى تزايد المعارف جراء مشاهدة القنوات الثقافية باليوتيوب، حيث كانت قيمة $K=2=26.000$ وهي دالة عند مستوى دلالة 0.001.

- نسبة 74.1% من أفراد العينة المُشاهدين للقنوات الثقافية باليوتيوب في رأيهم أن مشاهدتها ساعدتهم على فهم بعض الأمور التي كانت صعبة عليهم من قبل.
- نسبة 39% من أفراد العينة في رأيهم أن مشاهدة القنوات الثقافية باليوتيوب تدفعهم دائماً للبحث أكثر عن المعرفة في الموضوعات التي تُعجبهم.
- نسبة 39.5% من أفراد العينة كان رأيهم أن القنوات الثقافية باليوتيوب تُسهم في نشر المعرفة بشكلٍ كبير.
- مشاهدة القنوات الثقافية باليوتيوب تعمل على إثارة الدافع المعرفي بشكلٍ كبير لدى نسبة 44.7% من أفراد العينة.
- وجود علاقة طردية متوسطة بين تعرض الطلاب للقنوات الثقافية باليوتيوب وبين مستوى المعرفة العميقة لديهم، حيث كانت ($0.3 > r > 0.7$) وهي دالة عند مستوى 0.01.
- وجود علاقة طردية قوية بين تعرض الطلاب للقنوات الثقافية باليوتيوب وبين الدافع المعرفي لديهم، حيث كانت ($r < 0.7$) وهي دالة عند مستوى 0.01.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الطلاب (الذكور والإناث) على مقياس الدافع المعرفي كدرجة كلية وكأبعاد فرعية (الرغبة في المعرفة، الاستكشاف وحب الاستطلاع)، حيث كانت قيم (ت) غير دالة عند مستوى دلالة 0.05.
- وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى المعرفة العميقة ومستوى الدافع المعرفي لدى الطلاب.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الطلاب (الذكور والإناث) في مستوى المعرفة العميقة كدرجة كلية وكأبعاد فرعية (استخلاص الأفكار من المحتوى، توظيف المحتوى في المواقف المختلفة) لصالح الذكور، حيث كانت قيمة (ت) دالة عند مستوى دلالة 0.001.

مناقشة النتائج والتعليق على الدراسات السابقة، وبيان مدى الاتفاق والاختلاف مع نتائج

البحث الحالي:-

- من حيث الأهداف تباينت الدراسات السابقة، فأغلب الدراسات الخاصة بالمعرفة العميقة هدفت إلى الوقوف على مدى تأثيرها على المستوى التحصيلي للطلاب مثل دراسة (رباب أحمد محمد، 2019)، ومنها ما حاول التوصل إلى علاقتها بجودة المؤسسة التعليمية وجودة التعليم مثل دراسات (Doleck, Tenzin, Lemay David) (John, 2020)، (Ding, Xinyi, Larson, Eric C, 2019)، (Ai, Fangzhe, Chen, (Yishuai, Guo, 2019)، وبالنسبة للدراسات الخاصة بالدافع المعرفي فقد تباينت أهدافها أيضاً حيث هدف بعضها إلى دراسة الوعي بضعف الدافع المعرفي مثل دراسة (Alice M. Saperstein, David A. Lynch, 2020)، وأخرى حاولت دراسة علاقة الدافع المعرفي بتطوير الأداء وعلاج التشوهات المعرفية مثل دراسات (Gary J. Henscheid,)، (Axel M. Burgera, Stefan Pfattheicher, 2020) (2015)

وذلك اتفق مع نتائج البحث الحالي.

أما الدراسات الخاصة بالقنوات الثقافية فقد لاحظت الباحثة توافر العديد من الدراسات السابقة العربية والأجنبية التي هدفت إلى تناول المحتوى الثقافي باليوتيوب مثل دراسات (Zhang, Leticia-Tian; Zhao, Sumin, 2020)، (Waterman Ben, (Laramee Alisha, 2018 ، وقلة من الدراسات التي تناولت القنوات العلمية باليوتيوب مثل دراسات (Mariana Martinho, Yuliya Kuznetsova, 2012) (Bryan Mueller, 2013).

- من حيث الأدوات تنوعت الأدوات التي استخدمتها الدراسات السابقة في الجانب التطبيقي، حيث اعتمدت بعض الدراسات على استخدام صحف الاستقصاء، واتفقت تلك الدراسات مع البحث الحالي في استخدامه لأداة الاستقصاء في جمع البيانات والتوصل إلى النتائج، ودراسات أخرى استخدمت المقاييس والاختبارات، وبعضها اعتمد على الملاحظة والمقابلات المُنقنة في جمع البيانات.

- من حيث المنهج اتجهت بعض الدراسات السابقة إلى الاعتماد على المنهج الوصفي، وذلك ما اعتمد عليه البحث الحالي أيضاً، مع وجود بعض الدراسات السابقة التي اعتمدت على المنهج شبه التجريبي القائم على مجموعتين ضابطة وتجريبية.

- من حيث حجم العينة فقد اختلفت الدراسات والبحوث السابقة، فبعض البحوث تعاملت مع عينات كبيرة الحجم والبعض الآخر تعامل مع عينات صغيرة الحجم خاصة البحوث التي اتجهت إلى تطبيق برامج تدريبية.

- من حيث النتائج فقد تعددت النتائج التي توصلت إليها الدراسات السابقة، حيث إن الدراسات الخاصة بالمعرفة العميقة من أهم النتائج التي توصلت إليها إثبات وجود العلاقة بين الجودة التعليمية وتنمية المعرفة العميقة مثل دراسة (Lohr, Sharon I, 2015)، ووجود علاقة بين تنمية المعرفة العميقة لدى الطلاب وتحسين المستوى التحصيلي لديهم مثل دراسة (Ding, Xinyi, Larson, Eric C, 2019)، كما أثبتت النتائج وجود الترابط بين تنمية المعرفة العميقة وتحقيق التعلّم الذاتي مثل دراسة (Doleck, Tenzin, Lemay David John, 2020) واتفقت تلك النتيجة مع نتائج البحث الحالي، أما الدراسات السابقة الخاصة بالدافع المعرفي، فمن أهم النتائج التي توصلت إليها وجود علاقة بين الإدراك بضعف المعرفة والإدراك بالحاجة إلى تنمية الدافع المعرفي مثل دراسة (Alice M. Saperstein, David A. Lynch, 2020)، وإثبات العلاقة بين وجود الدافع المعرفي لدى الشباب وبين تطوير الأداء المعرفي مثل دراسة (Axel M. Burgera, Stefan Pfattheicher, 2020).

وبالنسبة إلى الدراسات المتعلقة بالمحتوى الثقافي باليوتيوب، فمن أهم النتائج التي توصلت إليها وجود العلاقة بين استخدام التقنية الحديثة وتقديم المعرفة اليسيرة الفهم مثل دراسة (Waterman Ben, Laramee Alisha, 2018)، وإثبات العلاقة بين المحتوى الثقافي وتكوين المعرفة الشاملة مثل دراسة (Jessica A. Zanatta, 2017)، وذلك اتفق مع نتائج البحث الحالي من حيث إثبات العلاقة بين المحتوى الثقافي وتشكيل الدافع المعرفي.

التوصيات:-

من خلال العمل على موضوع البحث الحالي ودراسة متغيراته استطاعت الباحثة التوصل إلى بعض التوصيات التي قد تُفيد الدارسين والمعنيين بالمعرفة والثقافة والتعلّم، ويُمكن استعراضها في التالي:-

- توجيه أنظار الباحثين والأكاديميين إلى جعل القنوات الثقافية محل بحث ودراسة لاستشراف آفاق تطويرها والنهوض بها، وتفعيلها لدعم عمليتي الثقافة والتعلّم.

- القاء الضوء على أهمية البحوث والدراسات المهمة بتنمية الرغبة في إثراء المعرفة وإشباع الفضول الثقافية.
- الحث على مراجعة الخطط البرمجية للقنوات الثقافية ودعمها بما يحقق المعرفة العميقة وبما يتوافق مع متطلبات عصر المعرفة.
- إثارة انتباه القائمين على الإعلام والتعليم بأهمية المعرفة العميقة والدور الحيوي الذي يؤديه اليوتيوب في نشر وغرس القيمة والمعلومة.
- إعداد بحوث علمية تُرسخ أهمية الرسالة الإعلامية الثقافية المعرفية لتحقيق التوازن النفسي والاجتماعي على مستوى الفرد والمجتمع.
- توجيه أنظار الدارسين والباحثين إلى الاهتمام بتنمية المعرفة العميقة بوصفها إحدى المعارف التي تؤثر في تلقي المستقبل للرسالة الإعلامية المعلوماتية والمعرفية.
- ضرورة توعية القائمين على التعليم الجامعي بأهمية الدافع المعرفي والسعي إلى المعرفة، لما لذلك من دور فعال في تنمية التلقي الإيجابي للمعلومة وفرزها والبحث حولها للتأكد من صحتها أو استكمالها أو متابعتها.
- وضع خطط إعلامية مُستندة على أسس منهجية لتطوير الواقع الثقافى والمعرفي المُقدم من خلال اليوتيوب أو وسائل الإعلام.
- ضرورة اهتمام المسؤولين بتنمية الدافع المعرفي لأفراد المجتمع عامة والطلاب خاصة، والإشادة بأهميته الفاعلة في دفع عجلة التقدم العقلي والمعرفي.
- الإشارة إلى ضرورة إدراك أهمية البحوث العلمية والدراسات الأكاديمية المهمة بالمعرفة والثقافة ودورها الرئيس في تقدم وتطور المجتمعات.
- المناداة بالعمل الدائم على تطوير القنوات الثقافية بما يُواكب التطورات والمستحدثات المُتسارعة للإسهام في تحسين ورفع معدل الكفايات المعرفية للجُمهور المُشاهد والمتابع لها.
- تلبية الاتجاهات المعاصرة العالمية للاهتمام ببيت المعرفة العميقة؛ لقوة تأثيرها على أداء الفرد عامة والطالب خاصة، حيث ترفع من مستواه التحصيلي والعلمي والمهني.
- ضرورة حث طلاب الجامعة على اكتساب المعرفة العميقة؛ لما لها من دور فعال في تحسين المستوى المعرفي والفكري والتحصيلي لديهم.

- ضرورة توفير بيئة إعلامية معرفية مناسبة تعمل على رفع مستوى الدافع المعرفي وتقويته لدى الجمهور المُتلقي.

الخاتمة:-

المعرفة هي الثروة الحقيقية للفرد حيث تتجسد في أعماله وتظهر بوضوح في تفكيره، وعلى الفرد السعي نحو مصادر المعرفة الشاملة الثرية، والاجتهاد في استقاء المعلومات منها وتحقيق الاستفادة البناءة التي تُثقل بناءة الثقايف والمعرفي، ويُمكن للفرد من خلال المعرفة دعم ذاته، واستكشاف المحيط حوله وتسخير ما ينفع منها لتلبية اهتماماته وخدماته، فالمعرفة تُمكن الفرد من المضي قدماً في طريق التعلُّم المستمر.

وتُقدم القنوات الثقافية باليوتيوب سيلاً غامراً من المعرفة والثقافة في كافة المجالات، وأن استيعاب المُشاهد للمادة المعرفية والعلمية وتنظيمها بما يتلاءم مع المواقف الحياتية أو التعليمية يُعد خطوة مهمة في بناء الحياة المعرفية، حيث إن المعرفة بالمحتوى وكيفية تعلُّم وتلقيه واستيعابه يمد الفرد بالفائدة على أصعده متعددة، فالمعلومات والمعارف حجر أساس التقدم والتطور للفرد والمجتمعات.

وتُعد المعرفة العميقة بمثابة الجسر الذي يربط بين المحتوى والممارسة الفهمية له وتكوين الطريقة الأفضل لفهم الرسالة وفهم ما يجعل المحتوى صعب أو سهل التعلُّم، كما أن الفهم العميق للمعلومة والمعرفة وتتبعها واستثمارها لا يتحقق بدون دافع معرفي قوي يُحفز الفرد دائماً إلى السعي خلف المعلومة دون كلل أو ملل.

وذلك ما حاول البحث الحالي الإشارة إليه من خلال دراسة المعرفة العميقة والدافع المعرفي في بيئة إعلامية، حيث توصل إلى أن مشاهدة القنوات الثقافية باليوتيوب تعمل على إثارة الدافع المعرفي بشكل كبير لدى نسبة 44.7% من العينة، علاوة على وجود علاقة طردية متوسطة بين تعرض الطلاب للقنوات الثقافية باليوتيوب وبين مستوى المعرفة العميقة لديهم، ووجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى المعرفة العميقة والدافع المعرفي لدى الطلاب.

وانتهى البحث إلى تقديم بعض التوصيات لعلها تُقدم الفائدة ولو بالقدر الضئيل وتُثير تفكير الباحثين إلى مزيد من الدراسات والبحوث حول المعرفة ومصادرها.

المراجع:-

- 1 Zhang, Leticia-Tian; Zhao, Sumin. (2020). Diaspora Micro-Influencers and COVID-19 Communication on Social Media: The Case of Chinese-Speaking YouTube Vloggers, **Journal of Cross-Cultural and Interlanguage Communication**, v39, n5, p553-563 Sep.
- 2 Waterman Ben, Laramée Alisha. (2018). Producing Dubbed-Language Videos to Reach Audiences across Cultures, **Journal of Extension**, v56, n5, Article 5IAW4 Sep.
- 3 Jessica A. Zanatta. (2017). "Understanding Y Understanding YouTube Culture and How It Aff e and How It Affects Today's Media", **Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree in Bachelors of Arts in Communications and Media Studies School of Arts, Humanities and Social Sciences, Dominican University of California.**
- 4 Jung, Insung; Lee, Yekyung. (2015). YouTube Acceptance by University Educators and Students: A Cross-Cultural Perspective, **Innovations in Education and Teaching International**, v52, n3, p243-253.
- 5 Piotrowski, Marcelina. (2015). Speaking "Out of Place": YouTube Documentaries and Viewers' Comment Culture as Political Education, **Journal of Curriculum and Pedagogy**, v12, n1, p53-72.
- 6 Bryan Mueller. (2013). Participatory culture on YouTube: a case study of the multichannel network Machinima, **Dissertation submitted to the Department of Media and Communications, London School of Economics and Political Science, August, in partial fulfilment of the requirements for the MSc in Media, Communication.**
- 7 Mariana Martinho, Marta Pinto, Yuliya Kuznetsova. (2012). Scholars' YouTube channels: content analysis of educational videos, **researchgate, Internet latent corpus journal**, Vol. 2, N. 2
- 8 Doleck, Tenzin, Lemay David John. (2020). Predictive Analytics in Education: A Comparison of Deep knowledge Learning Frameworks, ERIC, **Journal of Education and Information Technologies**, V.25, N.3.
- 9 Ding, Xinyi, Larson, Eric C. (2019). Why Deep Knowledge Tracing Has Less Depth than Anticipated, International Educational Data Mining Society, **Paper presented at the International Conference on Educational Data Mining (EDM)**, 12th, Montreal, Canada, Jul 2-5.
- 10 محمد، رباب أحمد. (2019). استراتيجيات تدريسية قائمة على نموذج تعليم الكيمياء رباعي الأوجه (TCE) لتنمية المعرفة العميقة لمفاهيم كيمياء النانو والمعتقدات الإستمولوجية حول الكيمياء لدى طلاب المرحلة الثانوية، **مجلة الدراسات التربوية والإنسانية، كلية التربية، جامعة دمنهور، مج 11، ع 1.**
- 11 Ai, Fangzhe, Chen, Yishuai, Guo. (2019). Concept-Aware Deep Knowledge Tracing and Exercise Recommendation in an Online Learning System, International Educational

Data Mining Society, **Paper presented at the International Conference on Educational Data Mining (EDM)**, 12th, Montreal, Canada, Jul 2-5.

12 Mongkhonvanit, Kritphong, Kanopka, Klint. (2019). Deep Knowledge Tracing and Engagement with MOOCs, **Paper presented at the Learning Analytics and Knowledge Conference (LAK) (9th)**, Tempe, AZ, Mar 4-8.

13 Warm, Eric J. MD, Kinnear. (2019). Transforming Resident Assessment: An Analysis Using Deming's System of Profound Knowledge, **Academic Medicine**: February, V. 94, Issue 2, p 195-201.

14 Lohr, Sharon L. (2015). Red Beads and Profound Knowledge: Deming and Quality of Education, **Education Policy Analysis Archives**, V.23, N.80 Aug.

15 Simon A. Black, Jamieson A. Copsey. (2014). Does Deming's System of Profound Knowledge" Apply to Leaders of Biodiversity Conservation?, **Scientific Research, Journal of Leadership**, Vol.3 No.2.

16 Maguad, ben a. (2011). Deming's 'profound knowledge: implications for higher education, **international Education ebscohost**, Summer2011, V. 131, N.4.

17 Alice M. Saperstein, David A. Lynch. (2020). How does awareness of cognitive impairment impact motivation and treatment outcomes during cognitive remediation for schizophrenia?, **Science Direct**, Volume 218, April.

18 Dale H. Schunk, Maria. K. DiBenedetto. (2020). Motivation and social cognitive theory, **Contemporary Educational Psychology, Science Direct**, Volume 60, January.

19 Axel M. Burgera, Stefan Pfattheicher. (2020). The role of motivation in the association of political ideology with cognitive performance, **Science Direct**, Volume 195, February.

20 مغير، عماد خالد. (2018). الدافع المعرفي لدى طلاب المرحلة الإعدادية، **مجلة ديالي، كلية التربية للعلوم الإنسانية، جامعة ديالي**، ع76.

21 هبازة، مروة. (2018). "مستوى الدافع المعرفي لدى الطالب الجامعي"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة أم البواقي.

22 Gary J. Henscheid. (2015). Cognitive Theory and Motivation in the EFL Classroom, **JALT Publications, researchgate**.

23 Christian Mueller. (2014). Student Cognitive Motivation: The Mediating Role of Self-Reactive Influences on the Relationship Between Negative Feedback and Intended Effort, **Journal of Cognitive Education and Psychology**, V.13, N.3.

24 Norman, L. (2006). Web alignment tool, Wisconsin center of educational research retrieved, higher education, **Wisconsin Center of Educational Research**. University of Wisconsin-Madison. 2 Feb.

25 Bannet, D.H.(2008). **The depth of knowledge: surface, shallow or deep**, The Knowledge Series, MQIPress, Mountain Quest Institute.

26 Hashweh, M.Z. (2005). Teacher Contractions: a Reconfiguration of Content Knowledge. **Teachers and Teaching: Theory and P practice**, N.11, V.3.

27 Kleickmann, T, (etal). (2015). Content knowledge and pedagogical content knowledge in Taiwanese and German Mathematics teachers. **Teaching and teacher education**, NO.46.

28 Petko, D. (2012). Teachers' pedagogical beliefs and their use of digital media in classrooms: Sharpening the focus of the 'will, skill, tool' model and integrating Teachers' constructivist orientations, **computers, education**, V.4, N.58.

29 Atkinson, J. W . (2001) . Motives in Fantasy, action. and Society – New York : V an No strand

30 عريفيج، سامي سلفي. (2000). **مقدمة في علم النفس التربوي**، دار الفكر، عمان.
31 بولمهار، ناجي. (2011). " استخدامات طلبة جامعة سطيف للبرامج الثقافية التليفزيونية والإشباع المحققة"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية أصول الدين والشريعة، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية.

32 Sean P Hagerty.(2008). "An Examination of Uses and Graduations of YOUTUBE", Unpublished Master thesis, Department of Communication, Villanova University.

33 UNESCO institute for statistics. (2009). **cultural development**, Canada: Montreal, Quebec, p.4.

34 سهاليلية، حنان. (2016). "البرامج الثقافية في الفضائيات العربية: دراسة تحليلية لبرنامج روافد بقناة العربية"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي تسيبي.

35 تايه، عبدالله. (2013). **الإعلام الثقافي في الإذاعة والتلفزيون**، دار الماجد للطباعة والنشر، رام الله، فلسطين.
36 <https://www.google.com.eg/>

37 عواد، دعاء أشرف. (2014). "استكشاف أثر برنامج تدريبي في تطوير معرفة معلمي الرياضيات البيداغوجية بمحتوى وحدة الهندسة الفراغية للصف العاشر: دراسة حالة"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الدراسات العليا، جامعة بيرزيت، فلسطين.

38 Hashweh, M.Z. (2005). Teacher Pedagogical Contractions: a Reconfiguration of Pedagogical Content Knowledge. **op. cit.**

39 Hashweh, M. (2005). Teacher pedagogical constructions: a Reconfiguration of pedagogical content knowledge. **Teachers and Teaching: Theory and practice**, 11(3), pp.273-292.

40 Ball, D., Thames, M. & Phelps.(2008). Content Knowledge for Teaching: What makes it special?, **Journal of Teacher Education**, 59(5), p: 389-407.

41 نجوى حسن علي، أمل صالح الشريدة. (2016). فاعلية برنامج تدريبي لتنمية مهارات ما وراء المعرفة وأثره على التحصيل الأكاديمي لدى عينة من طالبات جامعة القصيم، **المجلة التربوية المتخصصة**، مج5، ع10.

42 يحيى، أياد محمد. (2010). **قياس الدافع المعرفي لدى طلبة كلية التربية الأساسية**، مجلة أبحاث كلية التربية الأساسية، جامعة الموصل، مج9، ع3.

43 Woolfolk, Anita. (2013). Educational Psychology,12 edition, The Ohio State University.

44 قاسم، انتصار كمال. (2013). **البيئة الصفية وعلاقتها بالدافع المعرفي والتفكير التأملي والمعرفي لدى طلبة الجامعة**، **Research Gate**، كلية التربية للبنات، جامعة بغداد.

45 <https://www.google.com.eg/>

Journal of Mass Communication Research «J M C R»

A scientific journal issued by Al-Azhar University, Faculty of Mass Communication

Chairman: Prof.Ghanem Alsaaed

Dean of the Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Editor-in-chief:Prof. Reda Abdelwaged Amin

Vice Dean, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Assistants Editor in Chief:

Prof. Arafa Amer

- Professor of Radio,Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Prof.Fahd Al-Askar

- Vice-President of Imam Muhammad bin Saud University for Graduate Studies and Scientific Research (Kingdom of Saudi Arabia)

Prof.Abdullah Al-Kindi

- Professor of Journalism at Sultan Qaboos University (Sultanate of Oman)

Prof.Jalaluddin Sheikh Ziyada

- Dean of the Faculty of Mass Communication, Islamic University of Omdurman (Sudan)

Managing Editor: Dr.Mohamed Fouad El Dahrawy

Lecturer at Public Relations and Advertising Department, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Editorial Secretaries:

Dr. Ibrahim Bassouni: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Mustafa Abdel-Hay: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Ramy Gamal: Assistant Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Language checker: Gamal Abogabal: Demonstrator at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Designed by : Mohammed Kamel - Assistant Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

- Our website: <http://jsb.journals.ekb.eg>

- E-mail: mediajournal2020@azhar.edu.eg

Correspondences

● Issue 55 October 2020 - part 5

● Deposit - registration number at Darelkotob almasrya /6555

● International Standard Book Number "Electronic Edition" 2682- 292X

● International Standard Book Number «Paper Edition»9297- 1110

Rules of Publishing

● Our Journal Publishes Researches, Studies, Book Reviews, Reports, and Translations according to these rules:

- Publication is subject to approval by two specialized referees.
- The Journal accepts only original work; it shouldn't be previously published before in a refereed scientific journal or a scientific conference.
- The length of submitted papers shouldn't be less than 5000 words and shouldn't exceed 10000 words. In the case of excess the researcher should pay the cost of publishing.
- Research Title whether main or major, shouldn't exceed 20 words.
- Submitted papers should be accompanied by two abstracts in Arabic and English. Abstract shouldn't exceed 250 words.
- Authors should provide our journal with 3 copies of their papers together with the computer diskette. The Name of the author and the title of his paper should be written on a separate page. Footnotes and references should be numbered and included in the end of the text.
- Manuscripts which are accepted for publication are not returned to authors. It is a condition of publication in the journal the authors assign copyrights to the journal. It is prohibited to republish any material included in the journal without prior written permission from the editor.
- Papers are published according to the priority of their acceptance.
- Manuscripts which are not accepted for publication are returned to authors.