

دور اليوتيوب في تشكيل الوعي التاريخي لدى الجمهور المصري

أ/ سمية طارق سليم*

إشراف/ أ.د. وسام نصر**

إشراف مشارك: د. سهر أحمد**

ملخص الدراسة:

استهدفت الدراسة التعرف على دور اليوتيوب في تشكيل الوعي التاريخي لدى الجمهور المصري، من خلال إجراء دراسة ميدانية على عينة عمدية قوامها ٤٢٧ مشارك من الجمهور المصري المستخدم للمحتوى التاريخي على اليوتيوب، وذلك خلال شهر أكتوبر من عام ٢٠٢٣، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج من أهمها:

➤ غالبية العينة بنسبة ٥٨,٤% تتابع المحتوى التاريخي على اليوتيوب أحياناً، ونسبة ٢٩,٧% نادرًا ما تتابع المحتوى التاريخي على اليوتيوب، ونسبة ١١,٩% فقط تتابع المحتوى التاريخي بصفة دائمة.

➤ جاءت أكثر من نصف العينة بنسبة ٥٥,٥% تعتمد على اليوتيوب كمصدر للمعرفة التاريخية، ونسبة ٤٤,٥% لا تعتمد عليه كمصدر للمعرفة التاريخية.

➤ أظهرت نتائج الدراسة أن الدوافع النفعية جاءت منخفضة بنسبة ٥١,٤%، ومتوسطة بنسبة ٤٢,٣%، ومرتفعة بنسبة ضئيلة جدًا ٦,٣%. كما أظهرت أن الدوافع الطقوسية جاءت منخفضة بنسبة ٥٠,٢% >

➤ غالبية العينة بنسبة ٦٥% تثق في اليوتيوب كمصدر للمعلومات التاريخية بدرجة متوسطة، ونسبة ٢٨,٣% تثق في اليوتيوب بدرجة كبيرة، ونسبة ٦,٨% تثق في اليوتيوب بدرجة منخفضة.

➤ غالبية العينة بنسبة ٥٧,٦% لديها مستوى متوسط من الوعي التاريخي، ونسبة ٢٧% من المشاركين لديهم مستوى منخفض من الوعي التاريخي، بينما نسبة ١٥,٥% لديها مستوى وعي تاريخي مرتفع.

➤ تثبت صحة الفرض الأول القائل إن هناك علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين درجة اعتماد مستخدمي اليوتيوب على المحتوى التاريخي المقدم عليه من ناحية ومستوى الوعي التاريخي لديهم من ناحية أخرى.

➤ الكلمات المفتاحية: تشكيل الوعي- التاريخ- اليوتيوب.

* باحث دكتوراه/ بقسم الإذاعة والتلفزيون/ كلية الإعلام/ جامعة القاهرة.

** الأستاذ/ بقسم الإذاعة والتلفزيون/ ووكيل كلية الإعلام جامعة القاهرة لشئون الدراسات العليا والبحوث.

المدرس/ بقسم الإذاعة والتلفزيون/ كلية الإعلام/ جامعة القاهرة

The Role of YouTube in Shaping Historical Awareness among the Egyptian Public

Ms. Somaya tariq selim*

Prof Dr.Wessam Nasr**

Dr.Saher Ahmed ***

Abstract:

The study aimed to identify the role of YouTube in shaping historical awareness among the Egyptian public, by conducting a field study on a deliberate sample of 427 participants from the Egyptian public who use historical content on YouTube, during the month of October 2023. The study reached a number of results, the most important of which are:

- The majority of the sample, at a rate of 58.4%, sometimes follow historical content on YouTube, 29.7% rarely follow historical content on YouTube, and only 11.9% follow historical content on YouTube on a permanent basis.
- More than half of the sample, at a rate of 55.5%, relies on YouTube as a source of historical knowledge, and 44.5% does not rely on it as a source of historical knowledge. The rate of 55.5% is a high rate, which means that YouTube is a strong source of historical culture and knowledge.
- The results of the study showed that utilitarian motives were low at 51.4%, medium at 42.3%, and very high at 6.3%. It also showed that ritual motives were low at 50.2%, medium at 41.9%, and very high at 7.9%.
- The majority of the sample, 65%, trust YouTube as a source of historical information to a moderate degree, 28.3% trust YouTube to a great degree, and 6.8% trust YouTube to a low degree.
- The majority of the sample, 57.6%, has an average level of historical awareness, 27% of the participants have a low level of historical awareness, while 15.5% have a high level of historical awareness.
- The validity of the first hypothesis, which states that there is a statistically significant correlation between the degree of YouTube users' reliance on the historical content presented on it on the one hand and their level of historical awareness on the other hand, is proven.

➤**Keywords: Formation of consciousness - History - YouTube.**

* PhD Researcher at the Faculty of Mass Communication- Cairo University.

** Professor at Radio & Television Department Faculty of Mass Communication- Cairo University

*** Assistant professor at Radio & Television Department Faculty of Mass communication, Cairo University

مقدمة

يعد اليوتيوب من أكثر تطبيقات الويب ٢,٠ استخدامًا على شبكة الانترنت؛ حيث نشر موقع العربية نت في نوفمبر ٢٠٢٣م أن يوتيوب يتمتع بشعبية كبيرة بعدد مستخدمين نشيطين يقترب من ٢,٥ مليار مستخدم^(٥)، ويقدم موقع اليوتيوب خدمات ومزايا كبيرة بصورة غير منقطعة وخدمة نموذجية للزائر، حيث يعرض مقاطع فيديو متنوعة المدة الزمنية، ويسمح للجميع بمشاهدة هذه الفيديوهات بصورة مجانية تمامًا، ويستطيع الفرد مشاهدة ما يريده في أي وقت، وأن يجد محتوى متنوعًا في كافة المجالات، سياسية، صحية، اقتصادية، دينية، رياضية، تاريخية (موضوع الدراسة)، حيث إن موقع يوتيوب غني بالكثير من القنوات التي تتناول موضوعات تاريخية مختلفة.

وبما إن علم التاريخ هو ذاكرة الأمة، وهو العلم الذي يُعنى بدراسة التجربة الإنسانية في الماضي بكل جوانبها بهدف فهم الحاضر للتمكن من حسن إدارته والانطلاق الرشيد نحو المستقبل على بصيرة؛ إذ إن التاريخ لا يكتسب أهميته الإيجابية إلا حين يُنخذ ميدانًا للدراسة تُستخلص منه القيم والقوانين التي لا تستقيم أي برمجة للحاضر والمستقبل إلا على هداها. يعد المجال التاريخي على اليوتيوب واحدًا من أهم المجالات التثقيفية المتاحة عليه، وتكمن أهمية الثقافة التاريخية في المقولة الشهيرة "من لا تاريخ له لا حاضر له"، فالتاريخ دومًا هو الحافز الدافع للإنسان أن يتقدم ويحرز شيئًا، كما إن علم التاريخ يفيد في التخطيط المستقبلي على مستوى الفرد والمجتمع.

مشكلة الدراسة:

أصبح اليوتيوب مصدر غني بالثقافة التاريخية، حيث يضم الكثير من القنوات التي تتناول عصور التاريخ المختلفة القديمة والوسطى والحديثة، وتتناول شخصيات تاريخية بارزة كان لها أدوار سياسية أو عسكرية أو علمية أو اجتماعية أو دينية أو فنية أو اقتصادية، ومن هنا تتحدد مشكلة الدراسة في التعرف على درجة اعتماد مستخدمي اليوتيوب عليه، وعلاقته بمستوى وعيهم التاريخي.

أهمية الدراسة:

- ١- أهمية الوعي التاريخي بشكل عام، حيث يشكل شخصية الفرد وانتمائه ووعيه.
- ٢- حداثة تناول البحثي للعلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي والتاريخ وإضافة للتراكم العلمي والبحثي في هذين المجالين.
- ٣- اختبار متغيرات جديدة مثل مستوى الوعي التاريخي الناتج على الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي لاكتساب هذا الوعي.

أهداف الدراسة

- ١- التعرف على معدلات استخدام الباحثين لقنوات اليوتيوب المتخصصة في المجال التاريخي.
- ٢- قياس درجة اعتماد مستخدمي اليوتيوب على المحتوى التاريخي المقدم عليه، ومستوى الوعي التاريخي الناتج عن هذا الاعتماد.
- ٣- التعرف على دوافع تعرض المستخدمين لهذه القنوات، والإشباع المتحققة لهم.

* <https://www.alarabiya.net/aswaq/special-stories>

٤- الوقوف على إيجابيات هذه القنوات وسلبياتها من وجهة نظر المستخدمين لها ودرجة ثقتهم فيما تقدمه.

٥- رصد أنواع الثقافة التاريخية التي يفضل الجمهور متابعتها: قديم/ إسلامي/ حديث ومعاصر.

الدراسات السابقة:

توصلت دراسة (Lajevardi, et al, 2022) التي استهدفت التعرف على إذا ما كان الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر إخباري أساسى مرتبطاً بدعم السياسات العنصرية إلى وجود علاقة قوية ومتسقة بين الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي ودعم مجموعة من السياسات المعادية للمسلمين، وأن الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي مرتبط بالمواقف السياسية، وفيما توصلت إليه دراسة (Andrew, 2022) أن غالبية المشاركين يعتمدون على المنصات الاجتماعية للحصول على الأخبار.

سعت دراسة (علام بو بكر، ٢٠٢١) إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في هندسة الوعي السياسي في الجزائر بعد ٢٢ فبراير ٢٠١٩. وتوصلت إلى أن وسائل الاتصال الحديثة لها دور في إعادة صياغة الوعي السياسي من خلال التعبير عن الرأي الرافض للواقع السياسي، اتفقت معها دراسة (شعاع عبدالرحمن، ٢٠٢٠) التي سعت للتعرف على دور وسائل الإعلام الجديد في تشكيل وعي الشباب السعودي الجامعي تجاه القضايا السياسية، وتوصلت إلى أن متابعة هذه المنصات أثرت على تشكيل الوعي السياسي لدى المشاركين، كما زادت بشكل كبير من رغبتهم في تنمية معرفتهم السياسية ودفعتهم نحو المشاركة بأرائهم حيال الموضوعات السياسية، وأتاح لهم حرية التعبير عن هذه الآراء، كما أظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباطية إيجابية ذات دلالة إحصائية بين كل من درجة ودوافع اعتماد أفراد العينة على هذه الحسابات الإخبارية وتشكيل الوعي السياسي لديهم، في حين وُجدت فروق ذات دلالة إحصائية في الدور الذي تؤديه الحسابات الإخبارية في تشكيل الوعي السياسي لدى أفراد العينة وفقاً لاختلاف بعض متغيراتهم الديموغرافية، ودارسة (علي بن سعيد، ٢٠٢٠) التي توصلت إلى وجود آثار معرفية ووجدانية وسلوكية متوسطة تحققت لدى الشباب الجامعي العماني نتيجة اعتمادهم على مواقع الإعلام الجديد في متابعة القضايا السياسية، ودراسة (داليا إبراهيم، ٢٠١٤) التي توصلت إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في رفع الوعي بالقضايا السياسية، ودراسة (Gad, 2015) أن حملات الترويج السياسي لها تأثير كبير على الوضع السياسي في مصر، وأن المصريين يتعاملون بإيجابية مع حملات الترويج السياسي، لكن حملات الترويج السياسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي لها تأثير ضئيل على توجهات وخيارات المصريين السياسية.

توصلت دراسة (Altahat, 2020) التي سعت إلى تحليل دور موقع تويتر كمصدر للمعلومات السياسية لمستخدميه إلى أن Twitter مصدر مفضل للمعلومات والمشاركة السياسية، كما توصلت دراسة (أسماء أحمد، ٢٠١٦) التي سعت للتعرف على دور وسائل الإعلام الجديد في تنمية الوعي بمخاطر الإرهاب أن لوسائل الإعلام الجديد دوراً في تنمية الوعي بمخاطر الإرهاب من خسارة الأرواح والإساءة للإسلام من قبل بعض الحكومات الغربية ونشر للخوف والرعب وانعدام الأمن، وضرب الاقتصاد الوطني، واستخدام الأحياء الفقيرة لتجنيد أعضاء الجماعات الإرهابية، ودراسة (Reuter, Szakonyi, 2015) التي سعت للتعرف على ما إذا كانت وسائل التواصل الاجتماعي على الإنترنت تقوض الاستبداد

إلى أن استخدام تويتر وفيس بوك اللذين تم تسييسهما من قبل نخب المعارضة زاداً بشكل كبير من تصورات المستجيبين للتزوير الانتخابي، في حين أن استخدام منصات التواصل الاجتماعي المحلية في روسيا VKontakte و Odnoklassniki ، والتي لم يتم تسييسها من قبل نشطاء المعارضة لم يكن لها أي تأثير على التصورات بالتزوير.

توصلت دراسة (ميرفت السيد، ٢٠٢١) التي سعت للتعرف على الدور الذي تؤديه وسائل الإعلام الجديد من خلال المؤثرين في نبذ الفتنة الطائفية أو تأجيحها وتوصلت إلى أهمية دور وسائل التواصل الاجتماعي-من خلال المؤثرين-في القضاء على الفتنة الطائفية ونشر التسامح والإخاء الإنساني، كما توصلت دراسة (فرج عياش، ٢٠٢١) التي سعت للتعرف على اتجاهات الجمهور الليبي نحو دور الصحف الإلكترونية في نشر ثقافة التسامح أن معالجة الصحف الإلكترونية لقضايا التسامح الاجتماعي تنبهم لخطورة وضع البلاد في حالة لم يتحقق التسامح والابتعاد عن العنف والتعصب بنسبة ٤٢%، كما توصلت دراسة (Hamzah, et al, 2021) التي سعت للتعرف على مستوى وعي طلبة الجامعة بالجرائم الإلكترونية، أن مستوى وعي طلاب الجامعات بالجرائم الإلكترونية متوسط.

توصلت دراسة (صونية عديش، ٢٠٢٢) التي سعت للتعرف على دور الوسائط الرقمية في نشر ثقافة حقوق الإنسان بين النخب الأكاديمية الإعلامية إلى أن النخب الأكاديمية الإعلامية في ليبيا والجزائر يعتقدون أن الوسائط الرقمية ساهمت بشكل محدود في تنمية ثقافة حقوق الإنسان بنسبة ٥٣,٦%، بينما توصلت دراسة (منى جابر، ٢٠١٧) التي سعت للتعرف على مصداقية تناول صحافة المواطن لقضايا الصراع ودورها في تشكيل الثقافة السياسية للشباب إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين تعرض الشباب المصري لصحافة المواطن وبين زيادة ثقافتهم السياسية تجاه قضايا الصراع العربي، اتفقت معها دراسة (عبد الله مسفر، ٢٠٢١) التي سعت للتعرف على دور الإعلام الحديث في نشر الوعي بقضايا ذوي الإعاقة وتوصلت إلى أن للإعلام الحديث دوراً في تثقيف وتوعية المواطن، والكشف عن الفساد، والمساهمة في خلق المثل الاجتماعية والنموذج الإيجابي في كافة مجالات الحياة، والمساهمة في نشر ثقافة الحرية والمساواة، ودراسة (سمية فتحي، ٢٠١٦) التي أظهرت أن المواقع لم تعد تؤدي دور نقل المعلومات وإرسالها فقط وإنما أصبحت ظاهرة عالمية واسعة لها العديد من الانعكاسات الثقافية والاجتماعية مما أتاح إفراز فضاءات جديدة للتعبير الحقوقي وتوجيه ديناميكية الحراك السياسي، واتفقت مع هذه النتائج ما توصلت إليه دراسة (محمد صبحي، ٢٠٢١) التي سعت لرصد وتحليل وتفسير اتجاهات الجمهور المصري نحو دور الصحف الإلكترونية في نشر ثقافة الوسطية والاعتدال أن ارتفاع نسبة الذين "يعرفون مفهوم الاعتدال والوسطية" من خلال الصحف الإلكترونية بنسبة ٨١%، ودراسة (أسامة بن غازي، ٢٠١٩) التي أظهرت أن للإعلام الجديد دوراً في نشر ثقافة أو مفهوم التربية الإعلامية لدى الشباب الجامعي السعودي.

الإطار النظري للدراسة

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام (Media system dependency theory)

نظرية الاعتماد على النظام الإعلامي (Media system dependency theory, MSD)، أو الاعتماد على وسائل الإعلام، ظهرت على يد الباحثين بول - روكينش وديفلور (BaLL-Rokeach, Defleur) في عام ١٩٧٩، اللذين طرحا فكرة أنه ينبغي دراسة وسائل الإعلام وجمالياتها ضمن سياق أكبر وأشمل للأنظمة الاجتماعية (Rössler, 2017).

(p.893، ويستخدم مؤسس النظرية مصطلح المعلومات في نظرية الاعتماد للإشارة إلى إنتاج وتوزيع كل أنواع الرسائل التي تقدمها وسائل الإعلام (حسن مكاي، ليلي السيد، ١٩٩٨، ص.٣١٥).

يفسر الكثير من الخبراء في الغرب العلاقة بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية ومؤسساتها في المجتمع على أساس من الاعتماد المتبادل وهو ما يتفق مع الأسس الخاصة بالبنائية الوظيفية، فيرى بول - روكيتش وديفلور BaLL-Rokeach, Defleur أن العلاقات القائمة على الحاجة المتبادلة بينهما يمكن تفسيرها في إطار مفهوم الاعتماد المتبادل Interdependence؛ فكل من وسائل الإعلام والمؤسسات الأخرى في المجتمع لا تستطيع إنجاز أعمالها وتحقيق أهدافها دون الاعتماد على بعضهم البعض، الأمر الذي أصبح ملزماً في العصر الحديث (محمد عبد الحميد، ٢٠٠٤، ص.٢٠٢)، لذا تعد العلاقة بين الجمهور والمجتمع مفتاحاً لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، حيث يُنظر إلى المجتمع على أنه هيكلي يتربط فيه الأفراد والجماعات والمنظمات والأنظمة الاجتماعية الأخرى، ويتأثر الجمهور ليس فقط بالمحتوى الإعلامي ولكن أيضاً بالبيئة التي يستهلكون فيها هذا المحتوى (Stephen W, et al, 2021, p.166).

وتفترض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام أنه كلما زاد اعتماد الفرد على وسائل الإعلام لتلبية احتياجاته ورغباته، زاد ذلك من أهمية وسائل الإعلام في حياة ذلك الفرد (Karen S & Gary A, 1997, p.99)، كما تفترض أن درجة الاعتماد على وسائل الإعلام تتأثر باختلاف خصائص الجمهور الديموغرافية (السكانية) والخاصة (كمال الحاج، ٢٠٢٠، ص.١٤٦).

وتقوم علاقات الاعتماد على وسائل الإعلام على ركيزتين أساسيتين هما:

١- **الأهداف:** لكي يحقق الأفراد والجماعات والمنظمات المختلفة أهدافهم الشخصية والاجتماعية، فإن عليهم أن يعتمدوا على موارد يسيطر عليها أشخاص أو جماعات أو منظمات أخرى، والعكس صحيح.

٢- **المصادر:** يسعى الأفراد والمنظمات إلى المصادر المختلفة التي تحقق أهدافهم، وتعد وسائل الإعلام نظام معلومات يسعى إليه الأفراد والمنظمات من أجل بلوغ أهدافهم (Li, 2016).

أهداف اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام:

١- **الفهم:** بهدف فهم ما يدور في البيئة المحيطة ومعرفة، ويشمل ذلك التعليم والحصول على خبرات معينة لتحقيق الانسجام بين الفرد والوسط المحيط به.

٢- **التوجيه:** تقوم وسائل الإعلام بتوجيه الجمهور في إطار أخلاقيات المجتمع وضوابطه.

٣- **التسلية:** يعتمد الأفراد على وسائل الإعلام لتلقي موضوعات ترفيهية تساهم في تحقيق الاسترخاء والتخلص من الملل والهروب من المشاكل (كمال الحاج، ٢٠٢٠، ص.١٤٦).

تساؤلات الدراسة الميدانية:

١- ما معدل استخدام المبحوثين لقنوات اليوتيوب ذات المحتوى التاريخي؟ وما طبيعة المحتوى الذي يفضلونه؟

٢- ما درجة اعتماد مستخدمي اليوتيوب على المحتوى التاريخي المقدم عليه؟

٣- ما دوافع استخدام المبحوثين لقنوات اليوتيوب التاريخية؟

- ٤- ما درجة تفضيل المستخدمين لقنوات اليوتيوب كمصدر للثقافة التاريخية ودرجة ثقتهم فيما يقدم من خلالها؟
 ٥- ما أنماط الثقافة التاريخية التي يفضل الجمهور متابعتها قديم/ إسلامي/ حديث ومعاصر؟
 ٦- ما مستوى الوعي لدى المبحوثين المستخدمين لقنوات اليوتيوب التاريخية؟
 ٧- ما درجة ونوع التفاعل مع ما يقدم على القنوات التاريخية على اليوتيوب (إعجاب/ تعليق/ مشاركة)؟

فروض الدراسة الميدانية:

- ١- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين درجة اعتماد مستخدمي اليوتيوب على المحتوى التاريخي المقدم عليه، ومستوى الوعي التاريخي لديهم.
 ٢- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين درجة اعتماد مستخدمي اليوتيوب على المحتوى التاريخي المقدم عليه، ودوافعهم لهذا الاستخدام.
 ٣- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين درجة اعتماد مستخدمي اليوتيوب على المحتوى التاريخي المقدم عليه، والثقة فيه كمصدر للمعلومات التاريخية.
 ٤- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين درجة اعتماد مستخدمي يوتيوب على المحتوى التاريخي المقدم عليه وحجم التفاعل مع الفيديوهات التاريخية المقدمة عليه.
 ٥- تختلف درجة اعتماد مستخدمي اليوتيوب على المحتوى التاريخي المقدم عليه، ومستوى الوعي التاريخي المتحقق لديهم باختلاف المتغيرات الديموغرافية مثل: (النوع، السن، مستوى التعليم، المستوى الاجتماعي الاقتصادي).

الإجراءات المنهجية للدراسة:

نوع الدراسة ومنهجها: تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية المسحية التي تستهدف التعرف على درجة اعتماد مستخدمي اليوتيوب عليها كمصدر للوعي التاريخي، ومدى ثقتهم بها، ودوافعهم لهذا الاستخدام، وتأثيرها على مستوى الوعي والثقافة التاريخية لديهم.
مجتمع الدراسة الميدانية وعينتها: يتمثل مجتمع الدراسة في الجمهور المصري المستخدم لليوتيوب كأحد أهم وسائل الإعلام الرقمي، أما عينة الدراسة فتتمثل في عينة عمدية قوامها ٤٢٧ مشارك من الجمهور المصري المستخدم للمحتوى التاريخي على اليوتيوب، وذلك خلال شهر أكتوبر من عام ٢٠٢٣.
أداة الدراسة: استبيان.

متغيرات الدراسة: المتغير المستقل في الدراسة هو درجة اعتماد مستخدمي اليوتيوب على المحتوى التاريخي المقدم عليه، أما المتغير التابع فهو مستوى الوعي التاريخي لديهم الناتج عن هذا الاعتماد والثقة فيه كمصدر للمعلومات التاريخية، أما المتغيرات الوسيطة فهي دوافعهم لهذا الاستخدام، والمتغيرات الديموغرافية مثل: (النوع، السن، مستوى التعليم، المستوى الاجتماعي والاقتصادي).

جدول رقم (١) متغيرات الدراسة

المتغير التابع	المتغيرات الوسيطة	المتغير المستقل
مستوى الوعي التاريخي لديهم.	دوافعهم لهذا الاستخدام. - المتغيرات الديموغرافية مثل: (النوع، السن، مستوى التعليم، المستوى الاجتماعي الاقتصادي). - الثقة فيه كمصدر للمعلومات التاريخية.	- درجة اعتماد مستخدمي اليوتيوب على المحتوى التاريخي المقدم عليه.

التعريفات الإجرائية لمفاهيم الدراسة:

الوعي التاريخي: الإلمام بقدر من المعلومات والمعارف والمفاهيم والحقائق التاريخية التي تشكل معرفة تاريخية للفرد بأبرز القضايا التاريخية، وتحسن قدرته على فهم وتفسير القضايا المختلفة، والعلاقات التي تربط بينها.

اختبار الصدق والثبات لصحيفة الاستبيان:

اختبار الصدق: ويقصد به أن تكون الاستمارة تقيس بدقة الموضوع الذي تم تصميمها لقياسه/ وتم اتباع الخطوات الآتية:

- ١- عرض استمارة الاستقصاء الإلكتروني على مجموعة من الأساتذة المحكمين (٥).
- ٢- إجراء التعديلات التي أقرها الأساتذة المحكمون.
- ٣- صياغة الصحيفة في شكلها النهائي.
- ٤- كما تم حساب معدل الصدق العام ألفا كرونباخ = ٠,٩١٢.

اختبار الثبات

معادلة ثبات ألفا كرونباخ = ٠,٨٣٢
بلغت نسبة الثبات العام ٠,٨٣٢ وهي قيمة مرتفعة تدل على ثبات أداة الاستبيان، وإمكانية البناء على ما تظهره من نتائج.

أولاً: خصائص عينة الدراسة

جدول رقم (٢) خصائص عينة الدراسة

خصائص العينة		ك	%
النوع	ذكر	٥٦	١٣.١%
	أنثى	٣٧١	٨٦.٩%
السن	من ١٥ إلى أقل من ٢٥ سنة	٢٥٦	٦٠%
	من ٢٥ إلى أقل من ٣٥ سنة	١٢١	٢٨.٣%
	من ٣٥ إلى أقل من ٤٥ سنة	٣٥	٨.٢%
	٤٥ سنة فأكثر	١٥	٣.٥%

السادة المحكمون وفق الترتيب الأبجدي لأسمائهم:

الأساتذة

- أ.د. إنجي طه الأستاذ المساعد بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة سيناء.
- أ.د. سوزان عبد الجابر سليم مدرس التاريخ الإسلامي بقسم التاريخ بكلية الآداب جامعة المنوفية.
- أ.د. سيد زكي مكاوي مدرس التاريخ الحديث والمعاصر بقسم التاريخ بكلية الآداب جامعة المنوفية.
- أ.د. عادل فهمي الأستاذ المساعد بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
- أ.د. محمود زكي الأستاذ المساعد بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة سيناء.
- أ.د. منى الحديدي الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
- أ.د. هشام مصباح الأستاذ المساعد بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
- أ.د. وليد فتح الله الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة.

المدرسون

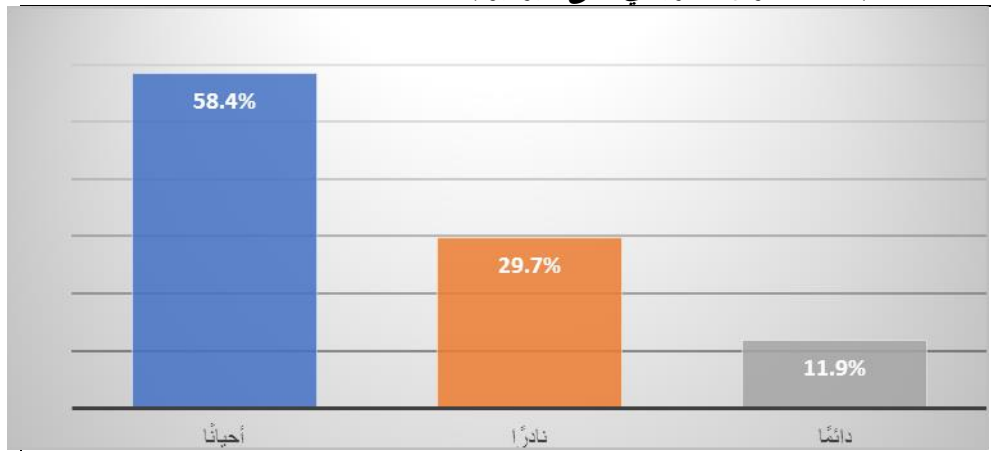
- د. طارق سليم مدرس التاريخ الحديث والمعاصر بقسم التاريخ بكلية الآداب جامعة المنوفية.

خصائص العينة		ك	%
المستوى التعليمي	مؤهل متوسط	٢٦	٦.١%
	فوق المتوسط	٣٣	٧.٧%
	جامعي	٣١٩	٧٤.٧%
	دراسات عليا	٤٩	١١.٥%
المستوى الاقتصادي الاجتماعي	منخفض	٩٣	٢١.٨%
	متوسط	٢٥٢	٥٩%
	مرتفع	٨٢	١٩.٢%

ثانيًا: النتائج العامة للدراسة الميدانية

المحور الأول: درجة الاعتماد على اليوتيوب كمصدر للوعي التاريخي

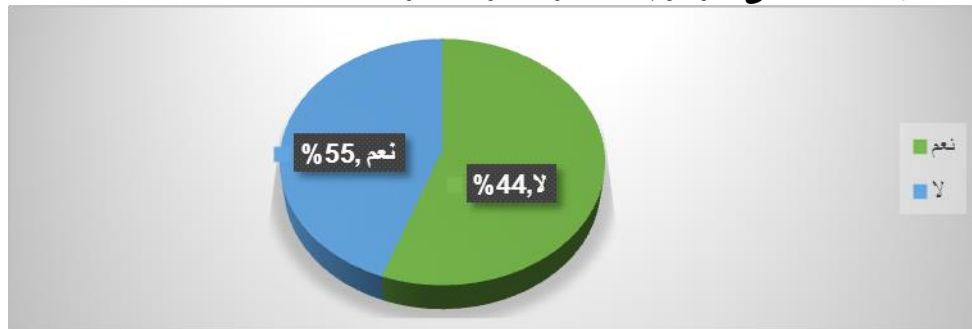
١ - معدل متابعة المحتوى التاريخي على اليوتيوب



شكل رقم (١) معدل متابعة المحتوى التاريخي على يوتيوب

توضح بيانات الشكل السابق معدل متابعة المحتوى التاريخي على اليوتيوب، حيث كانت غالبية العينة بنسبة ٥٨,٤% تتابع المحتوى التاريخي على اليوتيوب أحيانًا، ونسبة ٢٩,٧% نادرًا ما تتابع المحتوى التاريخي على اليوتيوب، ونسبة ١١,٩% فقط التي تتابع المحتوى التاريخي على اليوتيوب بصفة دائمة.

٢ - مدى الاعتماد على اليوتيوب كمصدر للمعرفة التاريخية

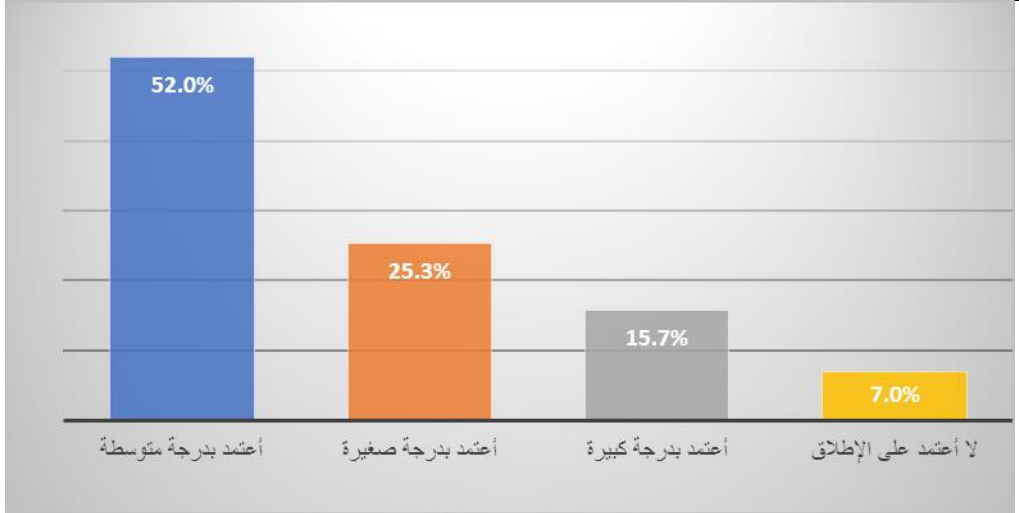


شكل رقم (٢): مدى الاعتماد على يوتيوب كمصدر للمعرفة التاريخية

توضح بيانات الشكل السابق مدى الاعتماد على اليوتيوب كمصدر للمعرفة التاريخية، حيث جاءت أكثر من نصف العينة بنسبة ٥٥,٥% تعتمد على اليوتيوب كمصدر للمعرفة

التاريخية، ونسبة ٤٤,٥% لا تعتمد عليه كمصدر للمعرفة التاريخية، تعد نسبة ٥٥,٥% نسبة عالية إلى حد ما مما يعني أن اليوتيوب يعد مصدراً كبيراً من مصادر الثقافة والمعرفة التاريخية.

٣- درجة الاعتماد على اليوتيوب كمصدر للمعرفة التاريخية

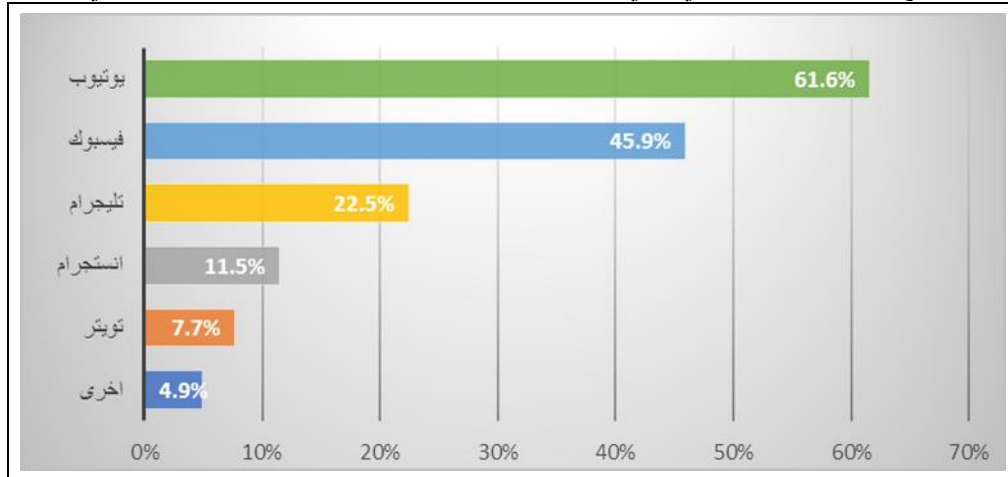


شكل رقم (٣): مدى الاعتماد على اليوتيوب كمصدر للمعرفة التاريخية

توضح بيانات الشكل السابق درجة الاعتماد على اليوتيوب كمصدر للمعرفة التاريخية، حيث جاءت غالبية العينة بنسبة ٥٢% تعتمد عليه بدرجة متوسطة، ونسبة ٢٥,٣% تعتمد عليه بدرجة صغيرة، ونسبة ١٥,٥٧ فقط هي التي تعتمد عليه بدرجة كبيرة، بينما نسبة ٧% من المشاركين لا يعتمدون عليه إطلاقاً.

المحور الثاني: استخدام اليوتيوب كمصدر للوعي التاريخي

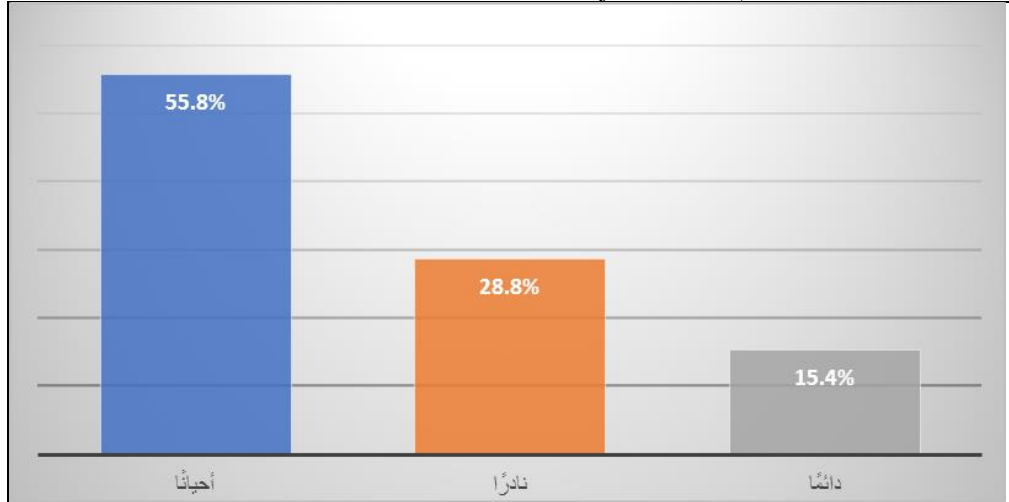
٤- مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها المشاركون لمتابعة المحتوى التاريخي



شكل رقم (٤): مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها المبحوثون لمتابعة المحتوى التاريخي

توضح بيانات الشكل السابق مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها المبحوثون لمتابعة المحتوى التاريخي، حيث جاء اليوتيوب في المرتبة الأولى بنسبة ٦١,٦%، تلاه الفيس بوك في المرتبة الثانية بنسبة ٤٥,٩%، تلاه في المرتبة الثالثة التليجرام بنسبة ٢٢,٥%، ثم في المرتبة الرابعة انستجرام بنسبة ١١,٥%، وأخيرًا في المرتبة الخامسة تويتر بنسبة ٧,٧%.

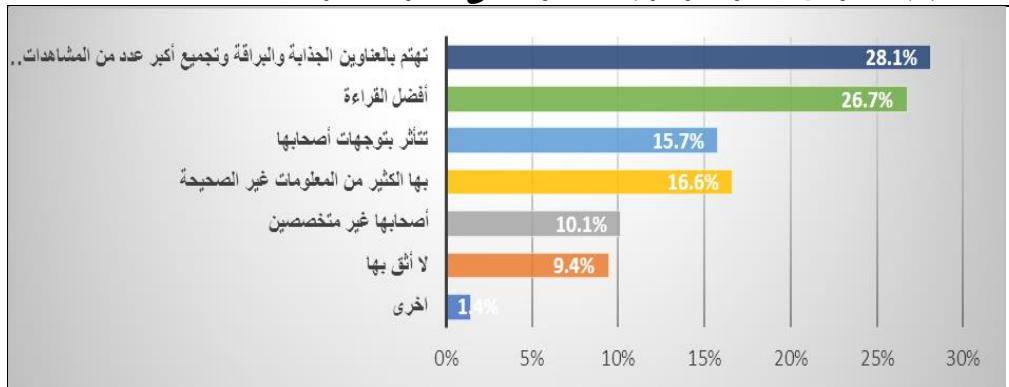
٥- مدى تفضيل استخدام اليوتيوب في اكتساب معلومات وثقافة تاريخية



شكل رقم (٥): معدل متابعة المحتوى التاريخي على اليوتيوب

توضح بيانات الشكل السابق مدى تفضيل المشاركين لليوتيوب في اكتساب معلومات وثقافة تاريخية، حيث جاءت غالبية العينة بنسبة ٥٥,٨% تفضل اليوتيوب أحيانًا، ونسبة ٢٨,٨% نادرًا ما تفضل اليوتيوب، ونسبة ١٥,٤% تفضل اليوتيوب دائمًا في اكتساب معلومات وثقافة تاريخية. اتفقت نتائج الدراسة مع دراسة (عينة صوالحية، ٢٠٢٠) التي توصلت إلى أن أغلبية المشاركين يعتمدون أحيانًا على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات.

٦- أسباب التعرض النادر لليوتيوب للحصول على المعرفة التاريخية



شكل رقم (٦): أسباب التعرض النادر لليوتيوب للحصول على المعرفة التاريخية

توضح بيانات الشكل السابق أسباب تعرض بعض المشاركين النادر لليوتيوب للحصول على معرفة تاريخية، حيث جاء في مقدمة الأسباب بنسبة ٢٨% لأنها تهتم بالعناوين الجذابة والبراقة وتجميع أكبر عدد من المشاهدات أكثر من اهتمامها بصحة ما تقدمه من معلومات، ثم في المرتبة الثانية بنسبة ٢٦,٧% لأنهم يفضلون القراءة، ثم في المرتبة الثالثة بنسبة ١٦,٦% لأن بها الكثير من المعلومات غير الصحيحة، ثم في المرتبة الرابعة بنسبة ١٥,٥% لأنها تتأثر بتوجهات أصحابها، ثم في المرتبة الخامسة بنسبة ١٠% لأن أصحابها غير متخصصين، ثم في المرتبة الأخيرة بنسبة ٩,٤% أنهم لا يثقون بها كمصدر للمعلومات التاريخية.

٧- القنوات التاريخية التي يفضلها المبحوثون على اليوتيوب

جدول رقم (٣) القنوات التاريخية التي يفضلها المبحوثون على اليوتيوب (ن=٢٧٤)

القنوات	ك	%
قناة راغب السرجاني	١٣٠	٣٠.٤%
قناة زاوية التاريخ	١١١	٢٦%
قناة ريهام عياد	٧٠	١٦.٤%
قناة تاريخ في حدوتة	٥٩	١٣.٨%
قناة جهاد الترباني	٥٦	١٣.١%
قناة تاريخنا	٤٦	١٠.٨%
قناة د. علي بشير أحمد	٤١	٩.٦%
قناة حياة بوك	٣٨	٨.٩%

توضح بيانات الجدول السابق القنوات التاريخية التي يفضل المشاركون متابعتها على اليوتيوب، حيث جاء في المرتبة الأولى قناة راغب السرجاني بنسبة ٣٠,٤%، يليها في المرتبة الثانية قناة زاوية التاريخ بنسبة ٢٦%، يليها في المرتبة الثالثة قناة ريهام عياد بنسبة ١٦,٤%. يتضح من الجدول السابق أن القنوات التي تقدم محتوى تاريخياً على اليوتيوب كثيرة جداً ويختار منها الجمهور ما يتناسب مع ذوقه.

٨- أسباب تفضيل موقع اليوتيوب كمصدر للمعرفة التاريخية

جدول رقم (٤) أسباب تفضيل موقع اليوتيوب كمصدر للمعرفة التاريخية

المدى	دائماً	ك	%	أحياناً	ك	%	نادراً	ك	%	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
أفضل القنوات التي تقدم محتوى تاريخياً على اليوتيوب لمصاحبة المعلومات بالصور والفيديوهات	٢٠٩	٤٨.٩%	١٧٣	٤٠.٥%	٤٥	١٠.٥%				٢.٣٨	٧٩.٥%
أفضل القنوات التي تقدم محتوى تاريخياً على اليوتيوب لأنها تلخص الأحداث الكبيرة والتفاصيل الكثيرة ويقدم الخلاصة	١٨٢	٤٢.٦%	١٧٧	٤١.٥%	٦٨	١٥.٩%				٢.٢٧	٧٥.٦%
أفضل القنوات التي تقدم محتوى تاريخياً على اليوتيوب لأنها تقدم المعلومات التاريخية بأسلوب عرض جذاب وممتع وشيق	١٥٢	٣٥.٦%	٢٢٠	٥١.٥%	٥٥	١٢.٩%				٢.٢٣	٧٤.٢%

دور اليوتيوب في تشكيل الوعي التاريخي لدى الجمهور المصري

المدى	العبارة	دائمًا		أحيانًا		نادرًا		المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
		ك	%	ك	%	ك	%		
أفضل القنوات التي تقدم محتوى تاريخيًا على اليوتيوب لأنني أفضل التعلم سماعًا	١٣٣	٣١.١%	٢٠٢	٤٧.٣%	٩٢	٢١.٥%	٢.١٠	٦٩.٩%	
أفضل القنوات التي تقدم محتوى تاريخيًا على اليوتيوب لأنني أحب مقارنة محتواها مع محتوى المصادر العلمية التاريخية	٨٨	٢٠.٦%	١٩٨	٤٦.٤%	١٤١	٣٣%	١.٨٨	٦٢.٥%	
أفضل القنوات التي تقدم محتوى تاريخيًا على اليوتيوب لأنني أصير على القراءة وهي بديل عنها	٩٤	٢٢%	١٧٥	٤١%	١٥٨	٣٧%	١.٨٥	٦١.٧%	

تقدم بيانات الجدول السابق أسباب تفضيل المشاركين لليوتيوب كمصدر للمعرفة التاريخية؛ حيث جاء في مقدمة الأسباب بنسبة ٧٩,٥% لأنها تقدم المحتوى التاريخي مصحوبًا بالصور والفيديوهات، وبنسبة ٥٧,٦% لأنها تلخص الأحداث الكبيرة والتفاصيل الكثيرة وتقدم الخلاصة، وبنسبة ٧٤,٢% لأنها تقدم المعلومات بأسلوب عرض جذاب وممتع وشيق، وبنسبة ٦٩,٦% لأنهم يفضلون التعلم سماعًا، وبنسبة ٦٢,٥% لأنهم يحبون مقارنة محتواها مع محتوى المصادر العلمية التاريخية، وبنسبة ٦١,٧% لأنهم لا يصبرون على القراءة وهذه القنوات بديلًا عنها.

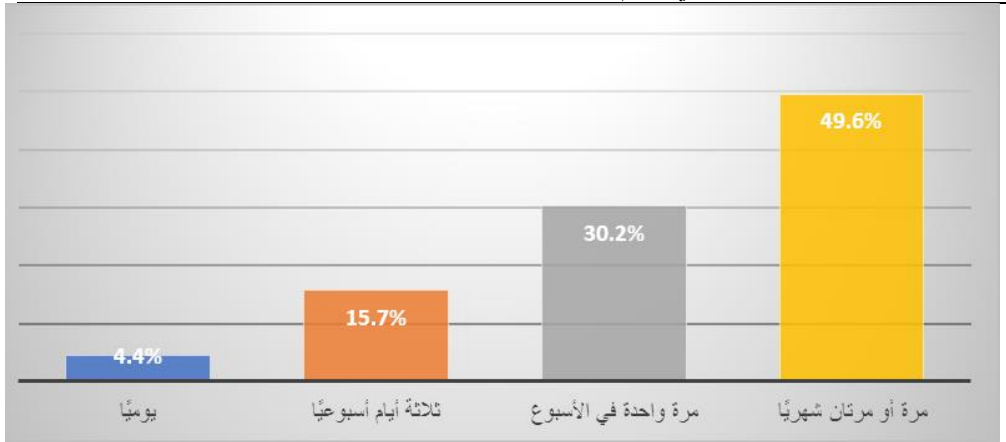
٩- المدة الزمنية للمحتوى التاريخي المفضل مشاهدته



شكل رقم (٧): المدة الزمنية للمحتوى التاريخي المفضلة مشاهدته

توضح بيانات الشكل السابق المدة الزمنية للمحتوى التاريخي الذي يفضل المشاركون مشاهدته على اليوتيوب، حيث يفضل نصف العينة بنسبة ٥٠% المحتوى التاريخي الذي تتراوح مدته من ١٥ إلى ٣٠ ق، ونسبة ٣١,٤% تفضل المحتوى التاريخي الذي تكون مدته أقل من ربع ساعة، ونسبة ١٠,٨% من المشاركين يفضلون المحتوى التاريخي الذي تتراوح مدته من ٣٠ إلى ٦٠ دقيقة، بينما نسبة ٧,٧% فقط من المشاركين الذين يفضلون المحتوى التاريخي الذي تتجاوز مدته الساعة.

١٠ - معدل متابعة القنوات التي تقدم محتوى تاريخيًا على اليوتيوب



شكل رقم (٨): معدل متابعة القنوات التي تقدم محتوى تاريخي على اليوتيوب

توضح بيانات الشكل السابق معدل متابعة القنوات التي تقدم محتوى تاريخيًا على اليوتيوب، حيث جاءت نسبة المشاركين الذين يتابعون القنوات التي تقدم محتوى تاريخيًا على اليوتيوب مرة أو مرتان شهريًا في المرتبة الأولى بنسبة ٤٩,٦%، يليهم في المرتبة الثانية المشاركون الذين يتابعون القنوات التي تقدم محتوى تاريخيًا على اليوتيوب مرة واحدة في الأسبوع بنسبة ٣٠,٢%، يليهم في المرتبة الثالثة المشاركون الذين يتابعون القنوات التي تقدم محتوى تاريخيًا على اليوتيوب ثلاثة أيام أسبوعيًا بنسبة ١٥,٧%، يليهم في المرتبة الرابعة والأخيرة المشاركون الذين يتابعون القنوات التي تقدم محتوى تاريخيًا على اليوتيوب يوميًا بنسبة ٤,٤%، وتفسر الباحثة هذه المتابعة غير الكثيفة للجمهور ثقل المحتوى التاريخي واحتياجه لمجهود ذهني وتركيز لاستيعاب ما يقال من معلومات، فهو ليس محتوى ترفيهيًا يمكن مشاهدته في كل الأوقات، وإن كان يُقدّم أحيانًا بطريقة فكاهية وبلغّة شعبية كما تقدم ريهام عياد.

المحور الثالث: أنماط الثقافة التاريخية المفضلة على اليوتيوب

١١ - أنماط الثقافة التاريخية المفضلة على اليوتيوب

جدول رقم (٦) أنماط الثقافة التاريخية المفضلة على اليوتيوب

المدى	تنطبق إلى حد كبير		تنطبق إلى حد ما		لا تنطبق علي		المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%		
أفضل مشاهدة القنوات التي تقدم تاريخ الأنبياء والصحابه والتابعين	٢٨٩	٦٧.٧%	١٢٣	٢٨.٨%	١٥	٣.٥%	٢.٦٤	٨٨.١%
أفضل مشاهدة القنوات التي تقدم تاريخ القضايا المهمة لمصر وللأمة العربية والإسلامية كالقضية الفلسطينية	٢٦٤	٦١.٩%	١٣٠	٣٠.٤%	٣٣	٧.٧%	٢.٥٤	٨٤.٧%
أفضل مشاهدة القنوات التي تقدم تاريخ المصريين والعرب والمسلمين وأماجدهم التي تعزز الولاء والانتماء والهوية	١٨٨	٤٤%	١٨٩	٤٤.٣%	٥٠	١١.٧%	٢.٣٢	٧٧.٤%

دور اليوتيوب في تشكيل الوعي التاريخي لدى الجمهور المصري

المدى	تطبيق إلى حد كبير		تطبيق إلى حد ما		لا تتطبق على		الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%	
أفضل مشاهدة القنوات التي تقدم تاريخ استعمار الدول العربية وثوراتها وكفاحها للاستقلال	١٣٧	٣٢.١%	٢١٢	٤٩.٦%	٧٨	١٨.٣%	٧١.٣%
أفضل مشاهدة القنوات التي تقدم تاريخ البلاد المختلفة وعاداتها وتقاليدها	١٠٩	٢٥.٥%	٢١٦	٥٠.٦%	١٠٢	٢٣.٩%	٦٧.٢%
أفضل مشاهدة القنوات التي تقدم تاريخ البلاد المختلفة في العالم	٩٠	٢١.١%	٢١١	٤٩.٤%	١٢٦	٢٩.٥%	٦٣.٩%
أفضل مشاهدة القنوات التي تقدم تاريخ الرؤساء والحكام والرموز السياسية	٩٨	٢٣%	١٩٤	٤٥.٤%	١٣٥	٣١.٦%	٦٣.٨%
أفضل مشاهدة القنوات التي تقدم تاريخ الدول التي حكمت لمدة طويلة كالدولة الأموية والعباسية والعثمانية، والإمبراطورية الرومانية	٩٥	٢٢.٢%	١٩٣	٤٥.٢%	١٣٩	٣٢.٦%	٦٣.٢%
أفضل مشاهدة القنوات التي تقدم تاريخ القبائل والقوميات والفرق المختلفة كالعرب والترك والفرس والهنود الحمر والسنة والشيعية	٦٩	١٦.٢%	١٩١	٤٤.٧%	١٦٧	٣٩.١%	٥٩%
أفضل مشاهدة القنوات التي تقدم تاريخ بعض الفنانين والمغنيين المشهورين	٤١	٩.٦%	١١٨	٢٧.٦%	٢٦٨	٦٢.٨%	٤٨.٩%

توضح بيانات الجدول السابق أنماط الثقافة التاريخية التي يفضلها المشاركون على اليوتيوب، حيث يفضلون في المرتبة الأولى مشاهدة القنوات التي تقدم تاريخ الأنبياء والصحابة والتابعين بنسبة ٨٨%، ثم في المرتبة الثانية بنسبة ٨٤,٧% القنوات التي تقدم تاريخ القضايا المهمة لمصر وللأمة العربية والإسلامية كالقضية الفلسطينية، ثم في المرتبة الثالثة بنسبة ٧٧,٤% القنوات التي تقدم تاريخ المصريين والعرب والمسلمين وأمجادهم وتعزز الولاء والانتماء والهوية، ثم في المرتبة الرابعة بنسبة ٧١.٣% القنوات التي تقدم تاريخ استعمار الدول العربية وثوراتها وكفاحها للاستقلال، ثم في المرتبة الخامسة القنوات التي تقدم تاريخ البلاد المختلفة وعاداتها وتقاليدها بنسبة ٦٧,٢%، يليها في المرتبة السادسة القنوات التي تقدم تاريخ البلاد المختلفة في العالم بنسبة ٦٣,٩%، يليها في المرتبة السابعة القنوات التي تقدم تاريخ الرؤساء والحكام والرموز السياسية بنسبة ٦٣,٨%، يليها في المرتبة الثامنة القنوات التي تقدم تاريخ الدول التي حكمت لمدة طويلة كالدولة الأموية والعباسية والعثمانية والإمبراطورية الرومانية بنسبة ٦٣,٢%، يليها في المرتبة التاسعة القنوات التي تقدم تاريخ القبائل والقوميات والفرق المختلفة كالعرب والترك والفرس والهنود الحمر والسنة والشيعية بنسبة ٥٩%، يليها في المرتبة الأخيرة القنوات التي تقدم تاريخ بعض

الفنانين والمغنيين المشهورين بنسبة ٤٨%، وهذا يعني حب اطلاع الجمهور على مختلف أنماط الثقافة التاريخية وتفضيلهم للتاريخ الإسلامي والعربي في المقام الأول.

المحور الرابع: دوافع استخدام يوتيوب كمصدر للوعي التاريخي

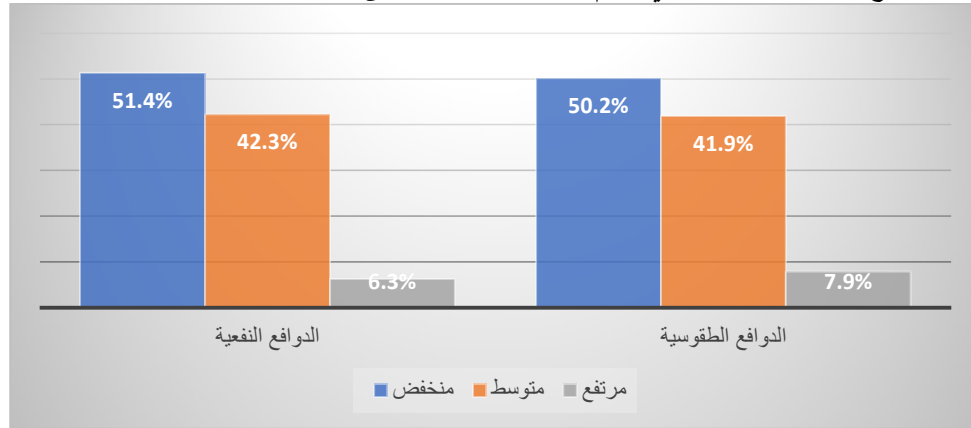
١٢ - دوافع متابعة القنوات التي تقدم محتوى تاريخياً على اليوتيوب

جدول رقم (٧) دوافع متابعة القنوات التي تقدم محتوى تاريخياً على اليوتيوب

المدى العبارات	تنطبق علي حد كبير		تنطبق علي حد ما		لا تنطبق علي		المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%		
الاقتداء بالأنبياء والرسل وسير الصالحين والناجحين	٣١٢	٧٣.٢%	٩٩	٢٣.٢%	١٥	٣.٥%	٢.٧٠	٨٩.٩%
اكتساب المعرفة والثقافة التي تساعدني في بناء شخصية قوية مثقفة	٢٦٧	٦٢.٥%	١٣٨	٣٢.٣%	٢٢	٥.٢%	٢.٥٧	٨٥.٨%
العبرة والعظة بقصص الأمم السابقة	٢٦٣	٦١.٦%	١٣٨	٣٢.٣%	٢٦	٦.١%	٢.٥٦	٨٥.٢%
التعرف على القدوات التاريخية الإسلامية والعربية	٢٥١	٥٨.٨%	١٤٧	٣٤.٤%	٢٩	٦.٨%	٢.٥٢	٨٤%
حبي للمعرفة والثقافة بشكل عام	٢٢٣	٥٢.٣%	١٧٤	٤٠.٧%	٣٠	٧%	٢.٤٥	٨١.٧%
الثقافة التاريخية تساعدني على فهم الأحداث السياسية المعاصرة	٢٢٠	٥١.٥%	١٦٥	٣٨.٧%	٤٢	٩.٨%	٢.٤٢	٨٠.٦%
التعرف على تاريخ وأحوال الدول والبلاد من حولنا حتى لا أشعر بالانعزال عن العالم	١٨٥	٤٣.٣%	١٩٤	٤٥.٤%	٤٨	١١.٢%	٢.٣٢	٧٧.٤%
أحب الثقافة التاريخية ولا أصبر على القراءة ووجدت القنوات التاريخية بديلاً جيداً لها، حيث تغنيني عن قراءة الكتب التاريخية	١٢٤	٢٩%	١٨٤	٤٣.١%	١١٩	٢٧.٩%	٢.٠١	٦٧.١%
أشاهد القنوات التاريخية عندما أجلس للاسترخاء في نهاية اليوم بعد إنجاز مهام اليومية	٩٥	٢٢.٢%	١٨٧	٤٣.٨%	١٤٥	٣٤%	١.٨٨	٦٢.٨%
أتابع قنوات يوتيوب التاريخية للتسلية وتمضية الوقت	٧٠	١٦.٤%	١٧٥	٤١%	١٨٢	٤٢.٦%	١.٧٤	٥٧.٩%

توضيح بيانات الجدول السابق دوافع متابعة المشاركين للقنوات التي تقدم محتوى تاريخياً على اليوتيوب؛ حيث جاءت النفعية في مقدمة الأسباب والدوافع، فجاء دافع الاقتداء بالأنبياء والرسل وسير الصالحين والناجحين في المرتبة الأولى بنسبة ٩٠%، وجاءت الدوافع الطقوسية في المراتب الأخيرة، حيث جاء دافع وسيلة للاسترخاء في نهاية اليوم بعد إنجاز المهام اليومية في المرتبة التاسعة بنسبة ٦٢,٨%، ترجع الباحثة تقدم الدوافع النفعية على الدوافع الطقوسية إلى أن المحتوى التاريخي محتوى ثقيل يحتاج جهداً ذهنياً وتركيزاً كبيراً لاستيعاب ما يطرح من معلومات.

١٣ - دوافع متابعة القنوات التي تقدم محتوى تاريخيًا على يوتيوب



شكل رقم (٩): دوافع متابعة القنوات التي تقدم محتوى تاريخيًا على يوتيوب
يتضح من الشكل السابق إن: الدوافع النفسية جاءت منخفضة بنسبة ٥١,٤%، ومتوسطة بنسبة ٤٢,٣%، ومرتفعة بنسبة ضئيلة جدًا ٦,٣%، بينما الدوافع الطقوسية جاءت منخفضة بنسبة ٥٠,٢%، ومتوسطة بنسبة ٤١,٩%، ومرتفعة بنسبة ضئيلة جدًا ٧,٩%.

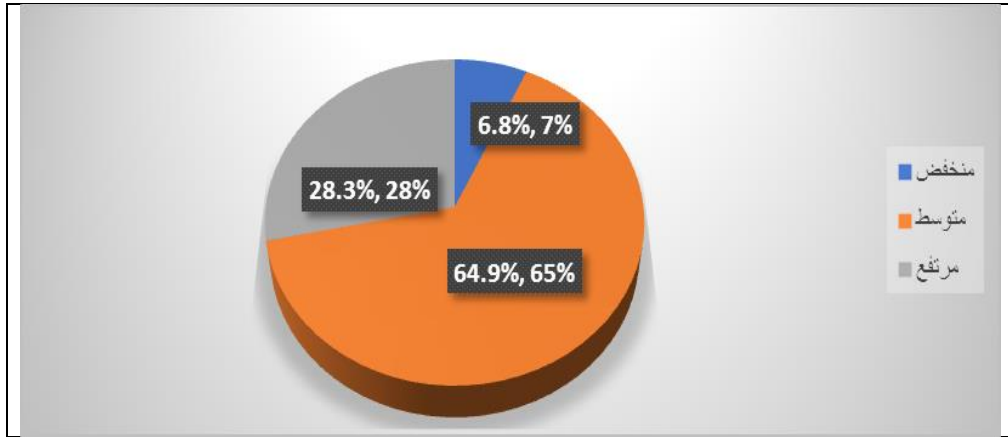
المحور الخامس: مستوى الثقة في اليوتيوب كمصدر للوعي التاريخي

١٣ - مستوى الثقة في اليوتيوب كمصدر للوعي التاريخي

جدول رقم (٢٤) مستوى ثقة المشاركين في اليوتيوب كمصدر للوعي التاريخي

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		الموقف
		%	ك	%	ك	%	ك	
٧٨.٥%	٢.٣٦	١١.٢%	٤٨	٤١.٩%	١٧٩	٤٦.٨%	٢٠٠	لا يمكن مساواتها بالمصادر العلمية الموثوقة من الكتب والمراجع
٧٧%	٢.٣١	٧.٣%	٣١	٥٤.٥%	٢٣٣	٣٨.٢%	١٦٣	تقدم هذه القنوات معلومات تاريخية قيمة وممتازة
٧٤.٦%	٢.٢٤	١٠.٥%	٤٥	٥٥%	٢٣٥	٣٤.٥%	١٤٧	تحمل اتجاه صاحبها في كثير من الأحيان ولا يمكن الوثوق بها
٧٣.٩%	٢.٢٢	١٥.٩%	٦٨	٤٦.٤%	١٩٨	٣٧.٧%	١٦١	تهتم بالعناوين الجذابة والبراقة وتجميع أكبر عدد من المشاهدات أكثر من اهتمامها بصحة ما تقدمه من معلومات
٦٨.٥%	٢.٠٦	١٩%	٨١	٥٦.٤%	٢٤١	٢٤.٦%	١٠٥	تقدم معلومات غير صحيحة علميًا في أحيان كثيرة
٦٨.١%	٢.٠٤	١٢.٤%	٥٣	٧٠.٧%	٣٠٢	١٦.٩%	٧٢	المعلومات التاريخية التي تقدمها قنوات يوتيوب دقيقة وذات موثوقية
٦٣.٩%	١.٩٢	٢٥.١%	١٠٧	٥٨.١%	٢٤٨	١٦.٩%	٧٢	معالجة الموضوعات التاريخية على قنوات اليوتيوب سطحية ومشوهة
٦٣.٧%	١.٩١	٢٢.٧%	٩٧	٦٣.٥%	٢٧١	١٣.٨%	٥٩	أصحابها غير متخصصين وغير مؤهلين للحدوث عن التاريخ

توضح بيانات الجدول السابق تفسيراً لثقة بعض المشاركين في اليوتيوب كمصدر للوعي التاريخي؛ حيث يرى المشاركون بنسبة ٧٧% أنها تقدم معلومات تاريخية قيمة وممتازة، ونسبة ٦٨% من المشاركين يرون أن المعلومات التي تقدمها دقيقة وذات موثوقية. **كما توضح بيانات الجدول السابق تفسيراً لضعف ثقة بعض المشاركين في اليوتيوب كمصدر للوعي التاريخي؛** حيث يرى نسبة ٧٨,٥% من المشاركين أن هذه القنوات لا يمكن مساواتها بالمصادر العلمية الموثوقة من الكتب والمراجع، ونسبة ٧٤,٦% من المشاركين يرون أنها تحمل اتجاه أصحابها في كثير من الأحيان لذا لا يمكن الوثوق بها،



شكل رقم (١٠) مستوى الثقة في اليوتيوب كمصدر للوعي التاريخي
كما يتضح من الشكل السابق أن غالبية العينة بنسبة ٦٥% تثق في اليوتيوب كمصدر للمعلومات التاريخية بدرجة متوسطة، ونسبة ٢٨,٣% تثق في اليوتيوب بدرجة كبيرة، ونسبة ٦,٨% تثق في اليوتيوب بدرجة منخفضة.

المحور السادس: مستوى الوعي التاريخي

١٤ - مستوى الوعي التاريخي

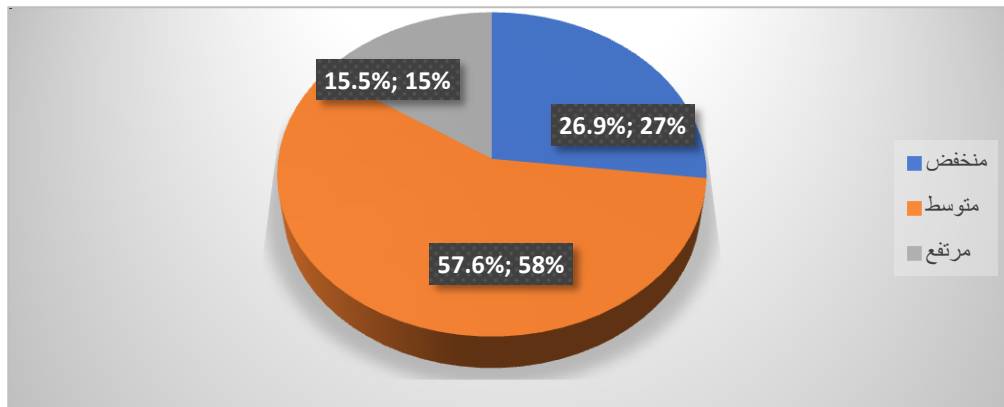
جدول رقم (٨) مستوى الوعي التاريخي

لم يعرف		عرف		مستوى الوعي	العبارة
%	ك	%	ك		
٢٥.٦%	١٠٩	٧٤.٤%	٣١٦	لا بعد الغزو الفكري بنفس خطورة الغزو العسكري	
٢٩.٤%	١٢٥	٧٠.٦%	٣٠٠	لم يكن لفتح القسطنطينية أهمية كبيرة على مجريات التاريخ كما يزعم الأتراك	
٣٣.٢%	١٤١	٦٦.٨%	٢٨٤	الدول العظمى يهملها المبادئ والقيم أكثر من المصالح الخاصة	
٤٠.٧%	١٧٣	٥٩.٣%	٢٥٢	يتناول أكثر المؤرخين الغربيين تاريخنا ورموزه البارزة بموضوعية وإنصاف	
٤٤.٩%	١٩١	٥٥.١%	٢٣٤	بيع الفلسطينيون أراضيهم لليهود من أسباب ضياع فلسطين	
٤٩.٦%	٢١١	٥٠.٤%	٢١٤	لم يكن للزعماء كأفراد دور يوازي دور الشعوب في إحداث التغييرات الكبيرة في التاريخ	
٥٥.١%	٢٣٤	٤٤.٩%	١٩١	يعد التاريخ الرسمي الذي يتم تقديمه للطلاب والشعوب في كثير من البلدان العربية وغير العربية جيذاً بشكل كبير	

دور اليوتوب في تشكيل الوعي التاريخي لدى الجمهور المصري

العبارة	مستوى الوعي		عرف		لم يعرف	
	ك	%	ك	%	ك	%
المنظمات الدولية لها دور كبير في إجبار القوى العظمى على الالتزام بالقوانين الدولية	١٧٦	٤١.٤%	٢٤٩	٥٨.٦%		
لو لم يقيم صلاح الدين الأيوبي بتحرير بيت المقدس من يد الصليبيين لحرره غيره	١٥٣	٣٦%	٢٧٢	٦٤%		
ثمة أوجه للشبه بين سقوط بغداد أمام هجمات التتار وسقوطها أمام الأمريكان	١٤٧	٣٤.٦%	٢٧٨	٦٥.٤%		
فرط السلطان عبد الحميد الثاني في أراضي الدولة العثمانية مما سبب عزله عن الخلافة	١٣١	٣٠.٨%	٢٩٤	٦٩.٢%		
يعد كولومبس المكتشف الحقيقي لأمريكا	١٢٩	٣٠.٤%	٢٩٦	٦٩.٦%		
كان لليهود الدور البارز في إسقاط الخلافة العثمانية	١٠٣	٢٤.٢%	٣٢٢	٧٥.٨%		
قصة حرق طارق بن زياد للسفن في فتح الأندلس قصة حقيقية	٨٤	١٩.٨%	٣٤١	٨٠.٢%		

يتضح من بيانات الجدول السابق إن نسبة المشاركين الذين يرون أن الغزو الفكري لا يقل خطورة عن الغزو العسكري ٧٤,٤%، ونسبة ٧٠,٦% من المشاركين يرون أنه كان لفتح القسطنطينية أهمية كبيرة على مجريات التاريخ وليس كما يزعم الأتراك.



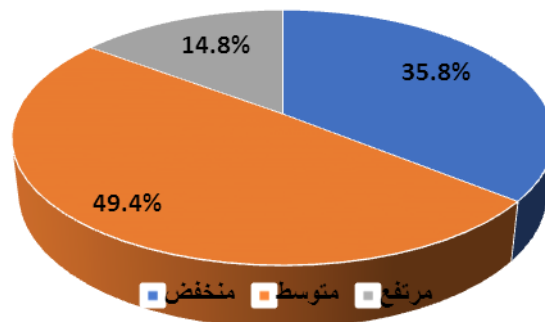
شكل رقم (١١) مستوى الوعي التاريخي

يتضح من الشكل السابق إن غالبية العينة بنسبة ٥٧,٦% لديها مستوى متوسط من الوعي التاريخي، ونسبة ٢٧% من المشاركين لديهم مستوى منخفض من الوعي التاريخي، بينما نسبة ١٥,٥% فقط لديها مستوى وعي تاريخي مرتفع. اتفقت نتائج الدراسة مع ما توصلت إليه نتائج الورقة البحثية ل (الشيخ لكحل، ٢٠١٦) في أن وسائل الإعلام الجديد قد ساهمت بشكل كبير في إشاعة الثقافة التاريخية عند عامة الناس بحيث أصبح بمقدور أي شخص أن يطالع بكل سهولة فصولاً من السيرة النبوية أو من التاريخ الإسلامي أو العالمي من خلال مواقع الإنترنت أو صفحات التواصل الاجتماعي.

المحور السابع: حجم التفاعل**١٥ - حجم التفاعل مع قنوات اليوتيوب التاريخية****جدول رقم (٩) حجم التفاعل مع قنوات اليوتيوب التاريخية**

العبارة	المدى	تنطبق علي إلى حد كبير		تنطبق علي إلى حد ما		لا تنطبق علي		المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
		ك	%	ك	%	ك	%		
أتفاعل بالإعجاب مع ما يعجبني من الفيديوهات التاريخية	١٨٤	٤٣.١%	١٤٨	٣٤.٧%	٩٥	٢٢.٢%	٢.٢١	٧٣.٦%	
أقرأ التعليقات على الفيديوهات	١٣٧	٣٢.١%	٢٠١	٤٧.١%	٨٩	٢٠.٨%	٢.١١	٧٠.٤%	
أمل من الفيديوهات التاريخية التي تطول مدتها	١٣٩	٣٢.٦%	١٨٥	٤٣.٣%	١٠٣	٢٤.١%	٢.٠٨	٦٩.٥%	
لدي اشتراك في قناة تاريخية أو أكثر على اليوتيوب	١١٤	٢٦.٧%	١٨١	٤٢.٤%	١٣٢	٣٠.٩%	١.٩٦	٦٥.٣%	
أفعل زر الجرس للقنوات التاريخية التي أفضّلها على اليوتيوب	١٠٧	٢٥.١%	١٥٦	٣٦.٥%	١٦٤	٣٨.٤%	١.٨٧	٦٢.٢%	
أشارك الفيديوهات التاريخية التي تعجبني على حساباتي الشخصية ومع الأصدقاء والمقربين	٨٥	١٩.٩%	١٦٠	٣٧.٥%	١٨٢	٤٢.٦%	١.٧٧	٥٩.١%	
أثني على ما يحظى بإعجابي من الفيديوهات في التعليقات	٨٧	٢٠.٤%	١٣٧	٣٢.١%	٢٠٣	٤٧.٥%	١.٧٣	٥٧.٦%	
أدعو أصدقائي لمتابعة هذه القنوات	٨٠	١٨.٧%	١٢٥	٢٩.٣%	٢٢٢	٥٢%	١.٦٧	٥٥.٦%	
أتفاعل مع بعض التعليقات على الفيديوهات التاريخية وأقوم بالرد عليها	٥٣	١٢.٤%	١٢٥	٢٩.٣%	٢٤٩	٥٨.٣%	١.٥٤	٥١.٤%	
أنتقد ما يتعارض مع وجهة نظري في التعليقات	٥١	١١.٩%	١١٤	٢٦.٧%	٢٦٢	٦١.٤%	١.٥١	٥٠.٢%	

توضيح بيانات الجدول السابق حجم تفاعل المشاركين مع قنوات اليوتيوب التاريخية؛
حيث أوضحت النتائج إن نسبة ٧٣,٦% يتفاعل بالإعجاب مع ما يعجبه من الفيديوهات التاريخية، ونسبة ٧٠,٤% يقرءون التعليقات على الفيديوهات، ونسبة ٦٥,٣% لديهم اشتراك في قناة تاريخية أو أكثر على اليوتيوب.

**شكل رقم (١٢) حجم التفاعل مع قنوات يوتيوب التاريخية**

توضح بيانات الشكل السابق إن حجم التفاعل المتوسط مع قنوات اليوتيوب التاريخية جاء في المرتبة الأولى بنسبة ٤٩,٤%، يليه حجم التفاعل المنخفض في المرتبة الثانية بنسبة ٣٥%، يليه حجم التفاعل المرتفع في المرتبة الثالثة بنسبة ١٤,٨%، وهذا تفسره الباحثة بأن غالب الجمهور لا يهتم بالتفاعل قدر اهتمامه بما يحصل عليه من معرفة وثقافة.

ثالثاً: نتائج اختبارات الفروض

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين درجة اعتماد مستخدمي اليوتيوب على المحتوى التاريخي المقدم عليه، ومستوى الوعي التاريخي لديهم.

جدول رقم (١٠) معنوية العلاقة الارتباطية بين درجة اعتماد مستخدمي اليوتيوب على المحتوى التاريخي المقدم عليه، ومستوى الوعي التاريخي لديهم

معامل بيرسون	مستوى المعنوية
*٠.١٠٥	٠.٠٣٠
* دال عند مستوى معنوية ٠.٠٥	

توضح بيانات الجدول السابق ثبوت صحة الفرض الأول القائل إن هناك علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين درجة اعتماد مستخدمي اليوتيوب على المحتوى التاريخي المقدم عليه من ناحية ومستوى الوعي التاريخي لديهم من ناحية أخرى؛ حيث بلغت قيمة معامل الارتباط بيرسون ٠.١٠٥، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠.٠٥)، وهي علاقة طردية ضعيفة، أي إنه كلما زاد اعتماد مستخدمي اليوتيوب على المحتوى التاريخي المقدم عليه زاد مستوى الوعي التاريخي لديهم، وهذا بسبب إنه كلما زاد الاعتماد على المحتوى التاريخي على اليوتيوب وكثرت مشاهدات الفرد لهذه الفيديوهات في مختلف الموضوعات والقضايا التاريخية كان أكثر قدرة على الإلمام بقدر من المعلومات والمعارف والمفاهيم والحقائق التاريخية التي تشكل معرفته بأبرز القضايا التاريخية، وتحسنت قدرته على فهم القضايا المختلفة وتفسيرها، والعلاقات التي تربط بينها.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين درجة اعتماد مستخدمي اليوتيوب على المحتوى التاريخي المقدم عليه، ودوافعهم لهذا الاستخدام.

جدول رقم (١١) معنوية العلاقة الارتباطية بين درجة اعتماد مستخدمي اليوتيوب على المحتوى التاريخي المقدم عليه ودوافعهم لهذا الاستخدام

معامل بيرسون	مستوى المعنوية
**٠.٤٠٣	٠.٠٠٠
** دال عند مستوى معنوية ٠.٠١	

توضح بيانات الجدول السابق ثبوت صحة الفرض الثاني القائل إن هناك علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين درجة اعتماد مستخدمي اليوتيوب على المحتوى التاريخي المقدم عليه من ناحية، ودوافعهم لهذا الاستخدام من ناحية أخرى، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط بيرسون ٠.٤٠٣، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠.٠٠٠)، وهي علاقة طردية متوسطة، أي إنه كلما زاد اعتماد مستخدمي اليوتيوب على المحتوى التاريخي المقدم عليه كانت دوافعهم لهذا الاستخدام قوية، وهذا لأن الدوافع القوية من حب العلم والثقافة بشكل عام، وحب التعرف على تاريخ وأحوال الدول والبلاد لفهم الأحداث السياسية المعاصرة، تجعل الفرد يصبر على دسامة مشاهدة كثير من المحتويات التاريخية لتحقيق هذه الدوافع.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين درجة اعتماد مستخدمي اليوتيوب على المحتوى التاريخي المقدم عليه والثقة فيه كمصدر للمعلومات التاريخية.

جدول رقم (١٢) معنوية العلاقة الارتباطية بين درجة اعتماد مستخدمي اليوتيوب على المحتوى التاريخي المقدم عليه والثقة فيه كمصدر للمعلومات التاريخية

معامل بيرسون	مستوى المعنوية
٠.٢٧٤**	٠.٠٠٠
** دال عند مستوى معنوية ٠.٠١	

توضيح بيانات الجدول السابق ثبوت صحة الفرض الثالث القائل إن هناك علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين درجة اعتماد مستخدمي اليوتيوب على المحتوى التاريخي المقدم عليه من ناحية والثقة فيه كمصدر للمعلومات التاريخية من ناحية أخرى، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط بيرسون ٠.٢٧٤، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠.٠١)، وهي علاقة طردية ضعيفة، أي إنه كلما زاد اعتماد مستخدمي اليوتيوب على المحتوى التاريخي المقدم عليه زادت الثقة فيه كمصدر للمعلومات التاريخية، وهذا بسبب أن كثرة متابعة محتوى معين لأشخاص معينة على مواقع التواصل الاجتماعي ينشئ نوعاً من العلاقة والثقة بين القائم بالاتصال والمتلقي، كما إنه كلما زادت ثقة الجمهور بالقائم بالاتصال زاد اعتماده عليه في اكتساب معرفة وثقافة تاريخية.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين درجة اعتماد مستخدمي اليوتيوب على المحتوى التاريخي المقدم عليه وحجم التفاعل مع الفيديوهات التاريخية المقدمة عليه.

جدول رقم (١٣) معنوية العلاقة الارتباطية بين درجة اعتماد مستخدمي اليوتيوب على المحتوى التاريخي المقدم عليه وحجم التفاعل مع الفيديوهات التاريخية المقدمة عليه

معامل بيرسون	مستوى المعنوية
٠.١٢٥**	٠.٠١٠
** دال عند مستوى معنوية ٠.٠١	

توضيح بيانات الجدول السابق ثبوت صحة الفرض الرابع القائل إن هناك علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين درجة اعتماد مستخدمي اليوتيوب على المحتوى التاريخي المقدم عليه من ناحية، وحجم التفاعل مع الفيديوهات التاريخية المقدمة عليه من ناحية أخرى، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط بيرسون ٠.١٢٥، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠.٠١)، وهي علاقة طردية ضعيفة، أي إنه كلما زاد اعتماد مستخدمي اليوتيوب على المحتوى التاريخي المقدم عليه زاد حجم التفاعل مع الفيديوهات التاريخية المقدمة عليه، وهذا حيث إنه كلما زاد اعتماد الفرد على هذه القنوات كمصدر للمعلومات التاريخية وكانت مشاهداته ومتابعاته لها كبيرة كَوْن وجهة نظر بشأن القضايا التاريخية المختلفة، مما يجعله يدلي برأيه على ما يشاهد سواء بالثناء أو بالمدح أو بتصحيح معلومات خاطئة ذكرت في ما يشاهده من فيديوهات تاريخية.

الفرض الخامس: تختلف درجة اعتماد مستخدمي اليوتيوب على المحتوى التاريخي المقدم عليه باختلاف المتغيرات الديموغرافية (النوع، السن، مستوى التعليم، المستوى الاقتصادي الاجتماعي).

جدول رقم (١٤) معنوية الفروق بين المبحوثين في درجة اعتماد مستخدمي اليوتيوب على المحتوى التاريخي المقدم عليه باختلاف المتغيرات الديموغرافية (النوع، السن، مستوى التعليم، المستوى الاقتصادي)

المتغيرات	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	إحصائي الاختبار	درجة الحرية	مستوى المعنوية
النوع	ذكر	٥٦	١.٧٩	T= ٠.١٧٦	٤٢٥	٠.٨٦٠
	أنثى	٣٧١	١.٧٧			
المستوى التعليمي	مؤهل متوسط	٢٦	١.٦٥	F= ١.٠٩٠	٣ ٤٢٣	٠.٣٥٣
	فوق المتوسط	٣٣	١.٨٨			
	جامعي	٣١٩	١.٧٩			
	دراسات عليا	٤٩	١.٦١			
المستوى الاجتماعي الاقتصادي	منخفض	٩٣	١.٨٦	F= ٠.٧٨٨	٢ ٤٢٤	٠.٤٥٥
	متوسط	٢٥٢	١.٧٤			
	مرتفع	٨٢	١.٧٤			
السن	من ١٥ لأقل	٢٥٦	١.٨٢	F= ١.٧٦٧	٣ ٤٢٣	٠.١٥٣
	من ٢٥ سنة	١٢١	١.٧٢			
	من ٣٥ سنة	٣٥	١.٥١			
	من ٤٥ سنة فأكثر	١٥	١.٨٠			

توضح بيانات الجدول السابق معنوية الفروق بين المبحوثين في درجة اعتماد مستخدمي يوتيوب على المحتوى التاريخي المقدم عليه باختلاف المتغيرات الديموغرافية:

– بالنسبة لمتغير النوع فقد أوضحت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المشاركين بحسب النوع في اعتماد مستخدمي اليوتيوب على المحتوى التاريخي المقدم عليه حيث بلغت قيمة T ٠.١٧٦، وهي قيمة غير دالة إحصائية، حيث إن مستوى المعنوية أعلى من ٠,٠٥.

– بالنسبة لمتغير السن فقد أوضحت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المشاركين بحسب السن في اعتماد مستخدمي اليوتيوب على المحتوى التاريخي المقدم عليه حيث بلغت قيمة F ١.٧٦٧، وهي قيمة غير دالة إحصائية، حيث إن مستوى المعنوية أعلى من ٠,٠٥.

– بالنسبة لمتغير مستوى التعليم فقد أوضحت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المشاركين بحسب مستوى التعليم في اعتماد مستخدمي اليوتيوب على المحتوى التاريخي المقدم عليه حيث بلغت قيمة F ١.٠٩٠، وهي قيمة غير دالة إحصائية، حيث إن مستوى المعنوية أعلى من ٠,٠٥.

– بالنسبة لمتغير المستوى الاجتماعي الاقتصادي فقد أوضحت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المشاركين بحسب المستوى الاقتصادي في اعتماد مستخدمي

اليوتوب على المحتوى التاريخي المقدم عليه حيث بلغت قيمة $F = 0.788$ ، وهي قيمة غير دالة إحصائية، حيث إن مستوى المعنوية أعلى من 0.05 .

تفسر الباحثة كون اعتماد الجمهور على قنوات اليوتوب التاريخية غير مرتبط بالنوع والعمر أو بالمستوى التعليمي والاجتماعي الاقتصادي بانها ترتبط فقط بدوافع الجمهور وميله لهذا النوع من المعرفة أو الثقافة أو لا.

الفرض السادس: يختلف مستوى الوعي التاريخي لدى الجمهور باختلاف المتغيرات الديموغرافية (النوع، السن، مستوى التعليم، المستوى الاجتماعي الاقتصادي).

جدول رقم (١٥) معنوية الفروق بين المبحوثين في مستوى الوعي التاريخي باختلاف

المتغيرات الديموغرافية (النوع، السن، مستوى التعليم، المستوى الاقتصادي)

المتغيرات	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	إحصائي الاختبار	درجة الحرية	مستوى المعنوية
النوع	ذكر	٥٦	٢١.٠٧	٣.٠٧٤	٤٢٥	٠.٠٧٢
	أنثى	٣٧١	٢٠.٢٨	٣.٠٤٥		
المستوى التعليمي	مؤهل متوسط	٢٦	٢١.٢٣	٢.٨١٩	٤٢٣	٠.٠٤٣
	فوق المتوسط	٣٣	١٩.٣٣	٣.٠٥٨		
	جامعي	٣١٩	٢٠.٣٣	٢.٩٨٠		
	دراسات عليا	٤٩	٢١.٠٢	٣.٤٨٥		
	منخفض	٩٣	٢٠.٨٧	٢.٨٩٥		
المستوى الاجتماعي الاقتصادي	متوسط	٢٥٢	٢٠.٣١	٣.٠٣٨	٤٢٤	٠.٢٠١
	مرتفع	٨٢	٢٠.٠٩	٣.٢٦٣		
	منخفض	٩٣	٢٠.٨٧	٢.٨٩٥		
السن	١٥ من أقل من ٢٥ سنة	٢٥٦	٢٠.٢٧	٣.٠٦٨	٤٢٣	٠.٥٠٣
	٢٥ من أقل من ٣٥ سنة	١٢١	٢٠.٤٠	٢.٩٤٢		
	٣٥ من أقل من ٤٥ سنة	٣٥	٢٠.٨٣	٣.٣٤٧		
	٤٥ من أقل من ٥٥ سنة	١٥	٢١.٢٧	٣.١٥٠		

توضح بيانات الجدول السابق معنوية الفروق بين المبحوثين في مستوى الوعي التاريخي لديهم باختلاف المتغيرات الديموغرافية:

– بالنسبة لمتغير النوع فقد أوضحت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المشاركين بحسب النوع في مستوى الوعي التاريخي لديهم، حيث بلغت قيمة $T = 0.072$ ، وهي قيمة غير دالة إحصائية، حيث إن مستوى المعنوية أعلى من 0.05 .

– بالنسبة لمتغير السن فقد أوضحت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المشاركين بحسب السن في مستوى الوعي التاريخي لديهم حيث بلغت قيمة $F = 0.788$ ، وهي قيمة غير دالة إحصائية، حيث إن مستوى المعنوية أعلى من 0.05 .

- بالنسبة لمتغير مستوى التعليم فقد أوضحت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المشاركين بحسب مستوى التعليم في مستوى الوعي التاريخي لديهم حيث بلغت قيمة F ٢.٧٤١ وهي قيمة دالة إحصائيًا، حيث إن مستوى المعنوية أقل من ٠,٠٥.

- بالنسبة لمتغير المستوى الاجتماعي الاقتصادي فقد أوضحت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المشاركين بحسب المستوى الاجتماعي الاقتصادي في مستوى الوعي التاريخي لديهم حيث بلغت قيمة F ١.٦١٢، وهي قيمة غير دالة إحصائيًا، حيث إن مستوى المعنوية أعلى من ٠,٠٥.

أظهرت النتائج أن مستوى التعليم هو المتغير الديموغرافي الوحيد المؤثر في مستوى الوعي التاريخي، وهذا لأن مستوى التعليم عامل مهم في إدراك أهمية الثقافة التاريخية والوعي التاريخي لفهم الأحداث السياسية المعاصرة، وبناء ثقافة قوية للفرد تجعله قادرًا على فهم القضايا المختلفة وتفسيرها، والعلاقات التي تربط بينها.

المراجع العربية:

- أسماء أحمد جودة الإيشيبي، ٢٠١٦، دور وسائل الإعلام الجديد في تنمية الوعي بمخاطر الإرهاب: دراسة ميدانية، *مجلة البحوث والدراسات الإعلامية*، المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق، ع ١٤، ١٧٧-٢٠٣.
- الشيخ لكحل، ٢٠١٦، وسائل الإعلام ودورها في المعرفة التاريخية: كيف نتفادى السلبيات وتزوير التاريخ، *مجلة الرافد*، حكومة الشارقة — دائرة الثقافة والإعلام، ع ٢٢٩٤، ٦ - ١٥.
- حسن عماد مكاي، ليلي السيد، ١٩٩٨، *الاتصال ونظرياته المعاصرة*، الطبعة الأولى، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.
- داليا إبراهيم المدبولي، ٢٠١٤، التماس المعلومات السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمصادقية المضمون لدى دارسي الإعلام التربوي بالجامعات المصرية، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلد/العدد ٤٩، ٣٨٩ - ٤٣٣.
- سمية فتحي آدم، ٢٠١٦، مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في نشر ثقافة حقوق الإنسان لدى الشباب، *مجلة كلية الآداب*، جامعة سوهاج — كلية الآداب، مج ١، ع ٤١٤، ٣٩٩-٤١٨.
- شعاع عبد الرحمن محمد الحاسر، ٢٠٢٠، الإعلام الجديد والوعي السياسي: دور حسابات الشبكات الإخبارية على وسيلة التواصل الاجتماعي توتير في تشكيل الوعي السياسي للطلبة السعوديين في المرحلة الجامعية، *المجلة العربية للعلوم الإنسانية*، جامعة الكويت — مجلس النشر العلمي، مج ٣٨، ع ١٥١٤، ١٤١-١٨٤.
- صونية عبدش، ٢٠٢٢، دور الوسائط الرقمية في نشر ثقافة حقوق الإنسان بين النخب الأكاديمية الإعلامية، *مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية*، جامعة العربي التبسي تبسة — مخبر الدراسات الإنسانية والأدبية، مج ٧، ع ٤٤، ٩٨٥-٩٦٩.
- عبد الله مسفر العجمي، ٢٠٢١، دور الإعلام الحديث في نشر الوعي في قضايا ذوي الإعاقة، مؤسسة التربية الخاصة والتأهيل، *مجلة التربية الخاصة والتأهيل*، مج ١٢، ع ٣٠٤، ١٠٩-١٣١.
- علام بو بكر، ٢٠٢١، مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في هندسة الوعي السياسي في الجزائر بعد ٢٢ فبراير ٢٠١٩ الفيس بوك نموذجًا: دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة سعيدة، *المجلة الجزائرية للاقتصاد السياسي*، جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي - مخبر الاقتصاد السياسي بين التنمية الاقتصادية والتحديات السياسية للدول العربية والإفريقية، مج ٣، ع ٢٤، ٣٦-٦١.
- علي بن سعيد بن سليم المطري، ٢٠٢٠، دور الإعلام الجديد في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي العماني: جامعة الشرقية بسلطنة عمان أنموذجًا، *مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية*، المركز القومي للبحوث غزة، مج ٤، ع ٨٤، ٢٧-١.
- فرج عياش علي أمعرف، ٢٠٢١، اتجاهات الجمهور الليبي نحو الصحف الإلكترونية في نشر ثقافة التسامح الاجتماعي، *مجلة كلية الفنون والإعلام*، جامعة مصراته — كلية الفنون والإعلام، ع ١١٤، ٢١٣-٢٤١.
- كمال الحاج، ٢٠٢٠، *نظريات الإعلام والاتصال*، المشاع المبدع، الجامعة الافتراضية السورية، <https://pedia.svuonline.org>.
- محمد عبد الحميد، ٢٠٠٤، *نظريات الإعلام واتجاهات التأثير*، الطبعة الثالثة، القاهرة، عالم الكتب.
- منى جابر عبد الهادي هاشم، ٢٠١٧، مصادقية تناول صحافة المواطن لقضايا الصراع ودورها في تشكيل الثقافة السياسية للشباب، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، جامعة القاهرة — كلية الإعلام، ع ٦٠٤، ٣٦٩-٣٤١.
- ميرفت السيد أحمد سليمان، ٢٠٢١، دور الإعلام الجديد في نشر ثقافة التسامح وقبول الآخر، *مجلة البحوث الإعلامية*، كلية الإعلام بالقاهرة - جامعة الأزهر، ع ٥٧٤، ج ٣، ١٤٣٣ - ١٤٨٤.
- محمد صبحي محمد فودة، ٢٠٢١، دور الصحف الإلكترونية في نشر ثقافة الوسطية والاعتدال لدى الجمهور المصري، *مجلة البحوث الإعلامية*، جامعة الأزهر، كلية الإعلام بالقاهرة، ع ٥٧٤، ج ٣، ١٥٣٧-١٥٨٨.

المراجع الأجنبية:

- Altahat, Fuad Mohamad, 2020, Analyzing the Role of Twitter in Spreading Political Corruption Awareness, Texas Southern University, ProQuest Dissertations Publishing, Available At: <https://www.proquest.com>, Date of search: 7/1/2023.
- Andrew, Hutchinson, (Sep 20, 2022), New Report Underlines the Increasing Reliance on Social Platforms for News Content, Including TikTok, *social media*

Today; Washington, Available At: <https://www.proquest.com>, Date of search: 7/1/2023.

Gad, Khaled A, (Feb 2015), The Impact of Political Advertising through Social Networking Sites on Egyptians' Political Orientations and Choices, *International Journal of Information, Business and Management*; Chung-Li Vol. 7, Iss. 1, 1-18, Available At: <https://www.proquest.com>, Date of search: 7/1/2023.

Lajevardi, Nazita& Kassra AR Oskooii& Walker, Hannah, (Dec 2022) Hate, amplified? Social media news consumption and support for anti-Muslim policies, *Journal of Public Policy*; Cambridge Vol. 42, Iss. 4, 656-683. DOI:10.1017/S0143814X22000083, Available At: <https://www.proquest.com>, Date of search: 11/1/2023.

Li, Xigen, 2016, *merging Media: Uses and Dynamics*, third avenue, New York, by Routledge, Available At: <https://books.google.com>, Date of search: 26/12/2022.

Reuter, Ora John& Szakonyi, David, (Jan 2015), Online social media and Political Awareness in Authoritarian Regimes, *British Journal of Political Science*; Cambridge Vol. 45, Iss. 1, 29-51, DOI:10.1017/S0007123413000203, Available At: <https://www.proquest.com>, Date of search: 7/1/2023.

Rössler, Patrick, 2017, *The International Encyclopedia of Media Effects*, 4 Volume Set, ohn Wiley&Sons, Inc, Available At: <https://books.google.com>, Date of search: 25/12/2022.

Stephen W, Littlejohn, Karen A, Foss, John G, Oetzel, 2021, *Theories of Human Communication*, Twelfth Edition, Waveland press, Inc, Available At: <https://books.google.com>, Date of search: 25/12/2022.

Karen S, Johnson-Cartee & Gary A, Copeland, 1997, *Inside Political Campaigns: Theory and Practice*, Library of Congress catalogi-in- publication data, Available At: <https://books.google.com>, Date of search: 24/12/2022.