

# المجلة العربية لبحوث الاتصال والإعلام الرقمي

## مجلة نصف سنوية محكمة

العدد السابع  
يناير ٢٠٢٥  
(الجزء الثاني)

دور محتوى موقع اليوتيوب في تكوين الصورة الذهنية  
للشباب المصري

أ.نورهان ياسر

باحثة ماجستير - كلية الإعلام بالجامعة الحديثة

أ.أية أسامة

باحثة ماجستير - كلية الإعلام بالجامعة الحديثة

**المقدمه :**

في عصر التكنولوجيا والإعلام الرقمي أصبح للإنترنت أهمية كبيرة لدى الناس سواء كان جمهوراً أو علامة تجارية أو دولة، فالآن أصبحت الدول والعلامات التجارية الكبرى تستخدم الإنترنت و خاصة مواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت الوسيلة التي تساهم في تكوين الصورة الذهنية لدى الشباب المصري، و كان التركيز الأكبر في هذا البحث علي موقع اليوتيوب حيث من خلاله يمكن الوصول الي أكبر عدد من الشباب المصري و تكوين صورته ذهنيه لديهم خصوصاً أنه يستخدم خاصية الفيديوالذي يتناسب مع معظم أو جميع فئات المجتمع، ولكن يمكن أن تكون هذه الصورة الذي تم تكوينها لدى الشباب أما أن تكون لها تأثير إيجابي أو تأثير سلبي مما يؤثر علي ادارته السمعة لدى الدولة او العلامة التجارية مما يؤثر علي تفاعل الشباب بشكل إيجابي وإذا كان التأثير سلبي ينعكس ذلك علي السمعة لدى الشباب المصري مما يجعله يفقد المصداقية ولكن أيضاً يأتي السؤال هنا هل موقع اليوتيوب يؤثر بشكل كبير علي تكوين الصورة و ادارته السمعة و يحتاج الي المصداقيه الكبيره من الشباب المصري ؟ و هذا ما سوف نعلمه في ذلك البحث.

**الكلمات المفتاحيه:** تكوين الصورة الذهنية \_ موقع اليوتيوب \_ مواقع التواصل الاجتماعي \_ الجمهور المصري \_ العلامة التجارية \_ التأثير السلبي \_ التأثير الإيجابي

**Abstract:**

“In the era of technology and digital media, the internet has gained significant importance among people, whether as an audience, a brand, or a state. Today, countries and major brands rely on the internet, particularly social media platforms, which have become a key tool in shaping the mental image of Egyptian youth. This research focuses primarily on YouTube, as it provides access to a large number of Egyptian youth and plays a crucial role in forming their mental image. This is especially significant because it utilizes video content, which resonates with most, if not all, segments of society.

However, the mental image formed through this platform can either have a positive or negative impact, influencing the reputation management of a state or brand. This, in turn, affects how youth engage positively with the content. If the impact is negative, it could harm the reputation among Egyptian youth, leading to a loss of credibility.

This raises an important question: Does YouTube significantly affect the formation of mental images and reputation management? And does it require greater credibility from Egyptian youth? This is what this research aims to explore.”\*\*

**Keywords:** Shaping the Mental Image - YouTube Platform - Social Media Platforms - Egyptian Audience - Brand - Negative Impact - Positive Impact

### المشكلة البحثية:

رغم ان اليوتيوب يحتل المرتبة الثالثة في تصنيف اليكساللمواقع العالميه و يتيح يوميا الملايين من مقاطع الفيديو التي يقوم المستخدم بانتاجها و حيث أصبحت هذه المنصة مصدراً رئيسياً للمعلومات والترفيه، مما جعلها تلعب دوراً محورياً في تشكيل آراء الشباب المصري وصورهم الذهنية تجاه القضايا المختلفة. ومع ذلك، تتفاوت درجة مصداقية المحتوى المقدم عبر المنصة، كما تختلف التأثيرات الناتجة عنه بناءً على نوع المحتوى، مدة استخدام الأفراد، والعوامل الديموغرافية كالسن والجنس.

لذلك، تبرز إشكالية الدراسة في تساؤل رئيسي:

”إلى أي مدى يؤثر محتوى منصة يوتيوب على تكوين الصورة الذهنية لدى الشباب المصري، وما طبيعة هذا التأثير؟“

### الدراسات السابقة:

المحور الأول:

دور وسائل التواصل الاجتماعي في تكوين الصورة الذهنية لدى الشباب

1) دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الصورة الذهنية لمؤسسات المجتمع المدني لدى الشباب الجامعي  
الفييس بوك نموذجاً

### أهم نتائج الدراسة:

- أن الصورة الذهنية لمؤسسات المجتمع المدني تتأثر بما ينشر على صفحاتها على مواقع التواصل الإجتماعى وخاصة الفييس كنموذج
- وأتضح ذلك من خلال تحليل مضامين صفحات المؤسسات على الفييس بوك وتم إختيار مؤسسات (أهل مصر - مصر الخير - رسالة )
- وجاءت النتائج مؤكدة على أن المضمون الإجتماعى أهم محتويات الصفحات
- وأن رصد وتسجيل الوقائع والأحداث كان الهدف الأول من عرض مضامين الصفحات وكانت الفكرة أو الموضوع متفوقة على الحدث أو الشخصيات في محاور ارتكاز المضمون
- وكان معدل التفاعل بالإعجاب أو التعليق هو مقياس تفاعل الجمهور ومدى رضاه والتواصل مع جمهور المؤسسة من خلال الصفحة

- أكد على أن الصورة الذهنية لمؤسسات المجتمع المدني تتأثر بمضمون الصفحات على وسائل التواصل الإجتماعي

## 2) دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الصورة الذهنية تجاه قضية قيادة المرأة السعودية للسيارة أهم نتائج الدراسة:

- يزداد تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الصورة الذهنية للمبحوثات مع زيادة معدلات استخدامهن لهذه المواقع.
- يزداد تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الصورة الذهنية للمبحوثات مع زيادة اهتمامهن بما تنشره هذه المواقع.
- عدم وجود تأثير لدور مواقع التواصل الاجتماعي في رسم الصورة الذهنية تجاه قيادة المرأة للسيارة تبعاً للمتغيرات الديموجرافية.
- ترى المبحوثات أن مواقع التواصل الاجتماعي أدت دوراً فعالاً في تشكيل صورتهم الذهنية تجاه قضية قيادة المرأة السعودية للسيارة.
- جاء موقع «تويتر Twitter» كأهم موقع تواصل اجتماعي من حيث الصورة المحابية لدى المبحوثات، ومن حيث المهنية والموضوعية المهنية والاتصالية.
- جاءت التغريدات كأكثر المصادر التي تعتمد عليها المبحوثات في متابعتها لقضية قيادة المرأة السعودية للسيارة عبر موقع «تويتر Twitter»، تليها رسائل واتس آب WhatsApp»، ثم الاضطلاع على الصور أو الحالات عبر موقعي «Facebook» و «فيسبوك، Snap chat» سناب شات».

## 3) تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في تكوين الصورة الذهنية عن الدول الأوروبية «بريطانيا، السويد، النرويج» وفقا لعينة من الشباب السعودي ملخص النتائج:

- أن أكثر المواضيع المطروحة بحسابات الدول الأوروبية على شبكات التواصل الاجتماعي جذباً للشباب الجامعي، جاءت في الترتيب الأول «الموضوعات السياحية» بنسبة 35.5%، تليها «الأخبار» بنسبة 23.5%، ثم «الموضوعات الاجتماعية» بنسبة 12.8%، ثم «الموضوعات السياسية» بنسبة 11%، ثم «التاريخ والثقافة» بنسبة 7%، ثم «الموضوعات الثقافية» بنسبة 6.8%.

طبيعة المعلومات التي ساهمت تلك الحسابات في تقديمها للشباب الجامعي المتابع لحسابات الدول الأوروبية على شبكات التواصل الاجتماعي، جاء في الترتيب الأول « التعرف على الأخبار وآخر الأحداث في البلد الأوروبي» بنسبة 33، يليه « التعرف على مستوى التعليم والصحة في هذه الدول» بنسبة 23.3%، ثم « التعرف على ثقافة ذلك البلد الأوروبي»، بنسبة 17%، ثم « التعرف على التراث وتاريخ البلد الأوروبي»، بنسبة 12.5%، ثم « زيادة في معلومات العامة حول البلد الأوروبي»، بنسبة 6.8%.

- وجود تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في تكوين الصورة الذهنية لدى الشباب السعودي عن بعض الدول الأوروبية، وقد جاءت أعلى العبارات المتعلقة بالصورة الذهنية للشباب على النحو التالي:

- أرى بأن على البلدان العربية التطور لتكون شبيهة بتلك الدول الأوروبية.
- تقدم تلك الحسابات معلومات جديدة بالنسبة لي عن تلك الدول.
- أساعدني حسابات الدول الأوروبية في التعرف على ثقافة وتراث تلك الدول

4) دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الصورة الذهنية للقادة السياسيين والمؤسسات السياسية: دراسة مسحية على الشباب المصري  
ومن أهم نتائج الدراسة :

- كان ٥٣.٢% من عينة الشباب ترى أن المؤسسات السياسية تحتاج إلى مزيد من الجهد للتواصل مع الجمهور من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، فمازالت تلك الصفحات لا تقدم في الغالب سوى الأنشطة التي تقوم بها، ولا تهتم في العادة بالرد على تعليقات الجمهور أو التحديث المستمر للصفحة.

- نسبة كبيرة من عينة الدراسة رفضت جميع العبارات الإيجابية بشأن المؤسسات السياسية مما يشير إلى تكوين صورة سلبية لديهم عن تلك المؤسسات السياسية إذ جاءت في مقدمة العبارات التي رفضها الشباب "السعي لحماية مصالح الجمهور" بنسبة ٥١.٥% بمتوسط حسابي ١.٧ ووزن نسبي ٥٦.٧.

- وجدت علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعرض لصفحات القادة السياسيين والاتجاه نحو صورة القادة السياسيين حيث كانت قيمة معامل بيرسون ٠.٢٦٦ عند مستوى معنوية ٠.٠١ ودرجة ثقة ٩٩% وبرزت بعض العبارات لدلالاتها الإحصائية مثل عبارة "وعدود وتصريحات القادة السياسيين أكثر من أفعالهم لصالح الدولة حيث كانت قيمة معاه بيرسون=٠.٢٢٣\*\* عند مستوى معنوية ٠.٠١ ودرجة ثقة ٩٩% ، وكذلك عبارة" يخلق السياسيون تحالفاً مع الدول الأجنبية ضد مصالح الدولة" حيث كانت قيمة معامل بيرسون ٠.١٤٥.

- وجدت علاقة دالة إحصائية بين العمر ومعامل التعرض لصفحات القادة والمؤسسات السياسية حيث كانت سمة ف=٩,٩٥٦ عند مستوى معنوية ٠.٠١ مما يدل على وجود علاقة ارتباطية بين العمر للمبحوثين ومعامل التعرض لصفحات القادة والمؤسسات السياسية.

- باختبار معامل ارتباط بيرسون تبين وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين كثافة التعرض لصفحات السياسيين والمؤسسات السياسية واتجاهات الشباب نحو تلك الصفحات حيث بلغت قيمة معامل بيرسون ٠.٣٢٤ وهى دالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠.٠١ بدرجة ثقة ٩٩%. وبرزت بعض العبارات التي كانت ذات دلالة إحصائية

قوية مثل عبارة "الصفحة وسيلة للرد على الشائعات حول الشخصية السياسية والتي بلغت قيمة معامل بيرسون فيها ٠.١٤٣

#### 5) دَوْرُ الكاريكاتيرِ عِبْرَ مَوَاقِعِ التَّوَاصُلِ الإِجْتِمَاعِيِّ فِي تَشْكِيلِ إِدْرَاكِ الشَّبَابِ المُصْرِيِّ تَجَاهَ القَضَايَا السِّيَاسِيَّةِ أهم نتائج الدراسة التحليلية:

- تعددت الوسائط المستخدمة في عرض الأطروحات السياسية الساخرة بين المرسومات بيد الفنان والمزج بين الصور الفوتوغرافية والمركبة مع المضمون والنصوص المكتوبة فقط ومقاطع فيديو

- أوضحت نتائج التحليل لعينة الأطروحات السياسية الساخرة لصفحات التحليل عن ثراء الأطروحات من حيث الوسائل المختلفة المستخدمة في تقديم وعرض الأطروحات وتنوعت القضايا السياسية التي تناولتها مضامين صفحات التحليل بين القضايا التي تتعلق بإنهاء حقوق الإنسان وقضايا التطرف والقضايا التي تتعلق بالقرارات الدولية وذكرى 25 يناير

#### . أهم نتائج الدراسة الميدانية:

- أثبتت نتائج الدراسة أن أعلى معدل استخدام للفيديو من قبل الباحثين هو الاستخدام اليومي بنسبة 90.7 % من إجمالي عينة الدراسة.
- كانت أكثرية الباحثين بنسبة 49.4 % من إجمالي عينة الدراسة يتابعون هذه المضامين من إجمالي عينة الدراسة.
- كانت أكثرية الباحثين بنسبة 43.2 % من إجمالي عينة الدراسة تجذبهم المضامين السياسية الساخرة.

#### المحور الثاني:

#### تأثير موقع اليوتيوب علي سلوكيات واتجاهات الشباب

1) تأثير برنامج اليوتيوب YouTube على اتجاهات الطلاب في جامعة الكويت وتوصلت النتائج إلى:

- ذكور العينة أقل تقبلاً للتأثير السلبي لبرنامج اليوتيوب YouTube مقارنة بالاناث.
- الاناث أكثر معارضة للتأثير الإيجابي لبرنامج اليوتيوب YouTube مقارنة بالذكور.
- برنامج اليوتيوب YouTube يفتح لي مجال المعرفة بمستجدات القضايا المهمة في المجتمع الكويتي.
- يلبي برنامج يوتيوب YouTube مطالب فئة كبيرة من الشباب الجامعي.
- يشجع برنامج يوتيوب YouTube الطلبة في أن يصبحوا بوردكاستور
- أيدت الإناث قدرة برنامج اليوتيوب YouTube على تقديم حلول واقتراحات لحل بعض المشاكل.
- أيد كل من الذكور والإناث مدى مساعدة برنامج اليوتيوب YouTube في معرفة ما يجري من أحداث وطنية.

- توصلت النتائج إلى أن ثلث العينة (ذكور وإناث) يستخدم برنامج اليوتيوب لتمضية الوقت أو الترفيه عن النفس.
- تفوق ذكور العينة على الاناث في امتلاك قناة على موقع اليوتيوب YouTube.

## 2) تأثير إعلانات اليوتيوب على السلوك الشرائي للشباب الجامعي: دراسة ميدانية

### اظهرت النتائج:

- أن مستوى حرص أفراد عينة الدراسة للإعلانات في موقع اليوتيوب كانت بدرجة قليلة، بنسبة (54.8%).
- وأن استخدام الرسوم المتحركة في إعلان اليوتيوب يثير انتباه الشباب الجامعي بنسبة بلغت (34.8%).
- وأن الإبداع في فكرة الإعلان يثير اهتمام الشباب الجامعي بنسبة بلغت (59.3%).
- وأن معرفة العروض والتنزيلات على السلع والخدمات تولد الرغبة في الشراء لدى الشباب الجامعي بنسبة بلغت (52.5%).
- وأن أفراد عينة الدراسة يقومون بالسلوك الشرائي عند مشاهدتهم إعلان اليوتيوب بنسبة بلغت (55.5%).
- وأن أفراد عينة الدراسة يتأثرون بإعلانات اليوتيوب بنسبة (34.8%).

### اهميه الدراسه:

### الاهميه العلميه :

- 1) ان اهميه هذه الدراسه تكمن في مناقشتها لموضوع مهم و السعي لابرار مدي تأثير محتوى موقع اليوتيوب و قدرته علي تكوين الصوره الذهنيه للشباب المصري
- 2) تعطى فرصة امام الباحثين لدراسة تاثير المراقع الرقمية الاخرى على الثقافة والمجتمعات الاخرى

### الاهميه العمليه:

- 1) امكانيه التوصل الي مجموعه من التوصيات و المقترحات التي يمكن ان تساعد علي دراسه الشباب المصري
- 2) تزويد صناع المحتوى علي يوتيوب بمعلومات تساعدهم علي إنتاج محتوى فعال
- 3) توجيه انظار المسؤولين للاشراف علي قوانين تطبيق اليوتيوب
- 4) مواكبه التطورات السريعه علي تطبيق اليوتيوب
- 5) تساعد علي فهم و اكتشاف دور محتوى موقع اليوتيوب علي تأثير في تكوين الصوره الذهنيه للشباب المصري.

### أهداف الدراسه:

- لكل دراسه او بحث علمي مجموعه من الاهداف التي يسعى الباحث الي تحقيقها و قد تم تحديد اهداف هذه الدراسه في النقاط التاليه :

- 1) تحليل التأثير العام ليووتيوب على تكوين الصورة الذهنية لدى الشباب المصري.
- 2) معرفه كيفية التعامل مع الجانب السلبي لليوتيوب الذي يؤثر علي السمعه
- 3) قياس ادراك مستوي معرفه الشباب المصري لمفهوم المؤثرين عبر اليوتيوب
- 4) رصد الايجابيات التي تقدمها تطبيق اليوتيوب علي الشباب المصري

### التساؤلات البحثية:

1. ما هي أبرز الصور الذهنية التي يُكوّنها الشباب المصري من خلال استخدام يوتيوب؟
2. ما دور موقع اليوتيوب في تكوين الصورة الذهنية لدى الشباب المصري عن القضايا الاجتماعية والسياسية؟
3. كيف يؤثر المحتوى الذي يقدمه المؤثرون على قرارات الشباب المصري وسلوكياتهم؟
4. ما هي أبرز الفوائد التعليمية أو المهنية التي يحصل عليها الشباب المصري من خلال يوتيوب؟

### الفروض البحثية:

1. هناك علاقة إيجابية بين التعرض المكثف لمحتوى اليوتيوب وتكوين الصورة الذهنية للشباب المصري.
2. يؤثر المحتوى المقدم على اليوتيوب بشكل مباشر في تكوين القيم والمعتقدات لدى الشباب المصري.
3. يؤثر تنوع المحتوى على اليوتيوب في تشكيل صورة ذهنية متعددة الأبعاد لدى الشباب المصري عن القضايا المحلية والعالمية.
4. يساهم محتوى اليوتيوب الترفيهي بشكل أكبر في تكوين الصورة الذهنية مقارنة بالمحتوى التعليمي أو الثقافي.
5. تلعب جودة المحتوى والمصداقية دوراً حاسماً في تأثير اليوتيوب على الصورة الذهنية للشباب المصري.
6. تختلف درجة تأثير موقع اليوتيوب على تكوين الصورة الذهنية بناءً على الفئة العمرية والجنس.
7. يتأثر تكوين الصورة الذهنية عبر اليوتيوب بالسياق الثقافي والاجتماعي للشباب المصري.

### العينات المستخدمة هي:

- عينات عمدية غير احتمالية فالعينات المطلوبة هم شباب مصري يتراوح اعمارهم بين ١٦ الى 35 سنة  
الدراسة تحتاج الى ١٥٠ عينة من الشباب (ذكر وانثى)  
سبب اختيار هذه العينه:  
الشباب هم الفئة الأكثر استخداماً ليووتيوب ومن المتوقع أن تتأثر صورهم الذهنية بالمحتوى المقدم عليه.

### الاطار النظري :

في هذا البحث تم استخدام نظريه الاستخدامات و الاشباعات بهدف دراسه تأثير استخدام موقع اليوتيوب و مشأهده فيديوهات المؤثرين علي الاشباعات المتحققه لتكوين الصورة الذهنيه لدي الشباب المصري



## الاداه المستخدمه في هذا البحث:

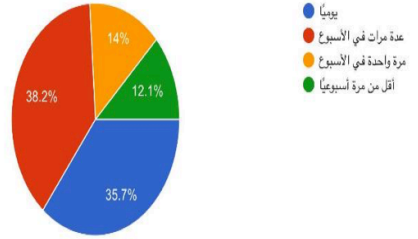
نموذج الاستبيان يحتوي علي عده اسئله تشمل مدي استخدام الشباب موقع اليوتيوب و مدي تأثيرهم عليهم

## النتائج :

1) لاحظنا ان النسبه الاكبر من الاجوبه هي أن يتم استخدام موقع اليوتيوب (عده مرات في الاسبوع ) ثم في المرتبه التي تاتي بعده (يوميًا)

كم مرة تستخدم موقع يوتيوب أسبوعياً؟

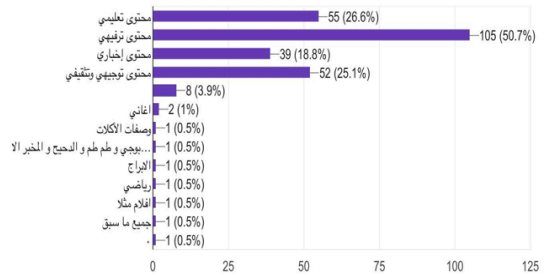
207 responses



2) لاحظنا ان النسبه الاكبر من النوع المحتوي الذي يفضلونه علي اليوتيوب (محتوي الترفيهي ) ثم تاتي في المرحله الثانيه ( محتوى التعليمي ) ثم المرحله الثالثه (محتوي توجيهي و تثقيفي)

ما هو نوع المحتوى الذي تفضله على يوتيوب؟

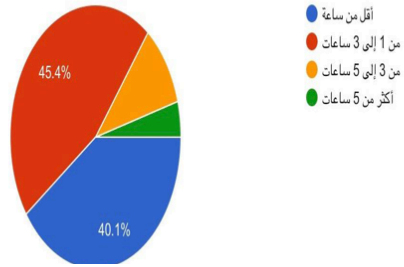
207 responses



3) لاحظنا من نتائج هذا السؤال ان متوسط عدد الساعات التي يقضيها الشباب علي اليوتيوب في اليوم ( من 1 الي 3 ساعات)

ما هو متوسط عدد الساعات التي تقضيها على يوتيوب

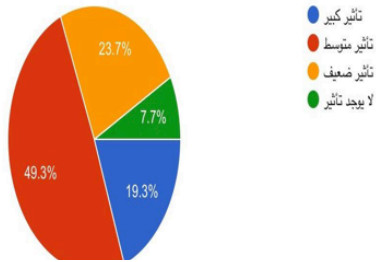
ses



و في المرحله الثانيه التاثير ( اقل من ساعه )

ما مدى تأثير المحتوى الذي تشاهده على يوتيوب على آرائك حول القضايا الاجتماعيه

s



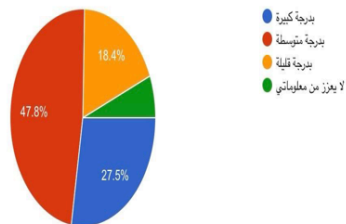
4) لاحظنا ان نتائج السؤال عن "ما مدى تأثير المحتوى الذي يشاهده الشباب علي يوتيوب علي ارائه حول

القضايا الاجتماعيه و السياسيه؟"

النسبه الكبيره تعود الى (تأثير متوسط)

إلى أي مدى تشعر أن يوتيوب يعزز من معلوماتك ووعيك حول القضايا المختلفه؟

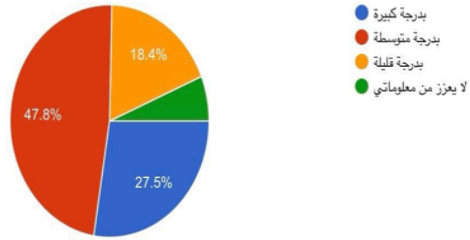
207 responses



5) لاحظنا من نتائج السؤال ”إلى أي مدى يشعر الشباب ان اليوتيوب يعزز من معلوماته ووعيه حول القضايا المختلفه؟“

إلى أي مدى تشعر أن يوتيوب يعزز من معلوماتك ووعيك حول القضايا المختلفة؟

207 responses



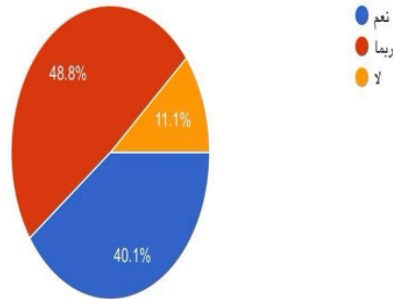
المرحلة الاولي ( بدرجة متوسطة )

المرحلة الثانيه ( بدرجة كبيره )

6) لاحظنا من نتائج السؤال ”هل تعتقد ان اليوتيوب يساهم في تشكيل صورته الشباب الذهنيه حول ثقافات وشعوب اخرى؟“

هل تعتقد أن يوتيوب يساهم في تشكيل صورتك الذهنية حول ثقافات وشعوب أخرى؟

207 responses



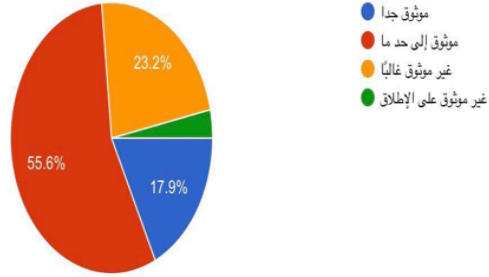
المرحلة الاولي ( ربما )

المرحلة الثانيه ( نعم )

7) لاحظنا من نتائج السؤال "كيف يقيّم الشباب مصداقية المحتوى الذي يشاهده على اليوتيوب؟"

كيف تقيم مصداقية المحتوى الذي تشاهده على يوتيوب؟

207 responses



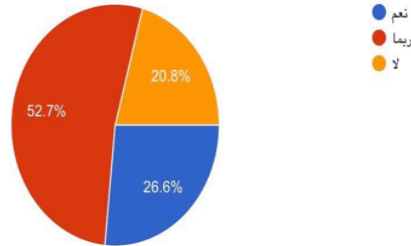
المرحلة الاولى ( موثوق الي حد ما )

المرحلة الثانية ( غير موثوق غالباً )

8) لاحظنا من نتائج السؤال "هل يتأثر الشباب برأى صناع المحتوى ( اليوتيوبرز ) في القضايا المختلفة؟"

هل تتأثر برأى صناع المحتوى (اليوتيوبرز) في القضايا المختلفة؟

207 responses



المرحلة الاولى ( ربما )

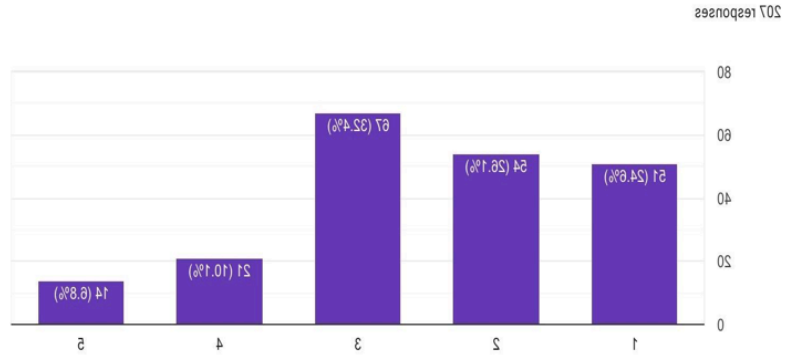
المرحلة الثانية ( نعم )

9) لاحظنا من نتائج السؤال "الي اي مدي يشعر الشباب ان المحتوى الذي يشاهده علي يوتيوب يغير من نظرتك

تجاه مجتمعك او ثقافتك؟"

Figure 10

هل تعتقد أنه يلعب دوراً هاماً في حياتنا اليومية مثل ما فعلت يومنا هذا؟



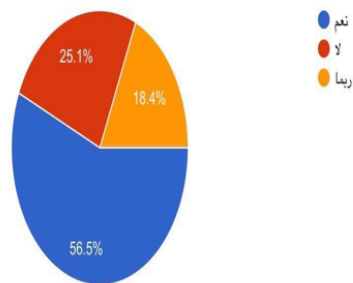
المرحلة الاولى ( نسبة متوسطه رقم 3)

10) لاحظنا من نتائج السؤال ”برأيك، هل يؤثر بشكل ايجابي او سلبي على الصورة الذهنية لدى الشباب؟“

Figure 11

برأيك، هل يؤثر يوتيوب بشكل ايجابي أو سلبي على الصورة الذهنية لدى الشباب؟

207 responses



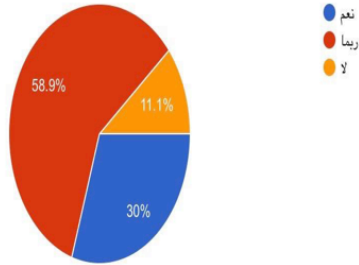
المرحلة الاولى ( نعم)

المرحلة الثانية ( لا )

11) لاحتضان نتائج السؤال "هل يرى الشباب ان المحتوى المقدم على اليوتيوب يعزز من القيم الايجابية؟"

هل ترى أن المحتوى المقدم على يوتيوب يعزز من القيم الإيجابية في المجتمع؟

207 responses



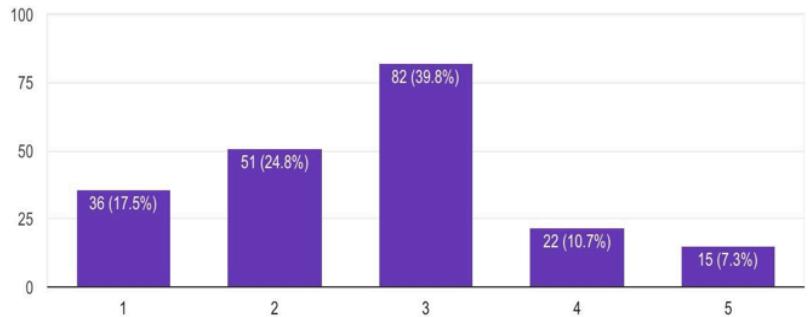
المرحلة الاولى ( ربما )

المرحلة الثانية ( نعم )

12) لاحتضان نتائج السؤال " ما هو رأيك العام حول دور يوتيوب في تكوين الصورة الذهنية للشباب المصري؟"

ما هو رأيك العام حول دور يوتيوب في تكوين الصورة الذهنية للشباب المصري؟

206 responses

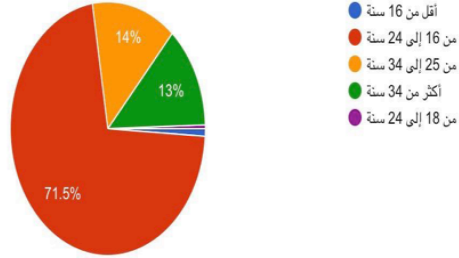


المرحلة الاولى ( متوسط : رقم 3 )

13) لاحظنا من نتائج السؤال "عمر الشباب؟"

العمر

207 responses

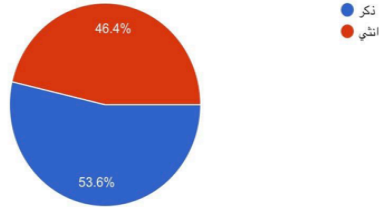


المرحلة الاولى : من 16 إلى 24 سنة

14) لاحظنا من نتائج السؤال "جنس الشباب؟"

الجنس

207 responses

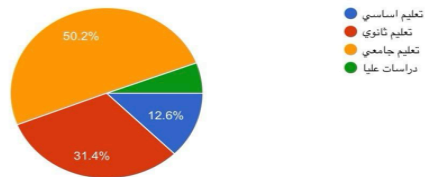


المرحلة الاولى : ذكر

15) لاحظنا من نتائج السؤال "المستوى التعليمي لدى الشباب؟"

المستوى التعليمي

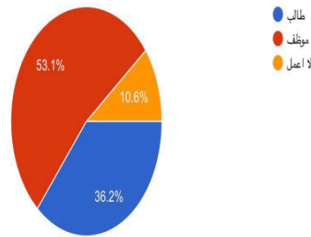
207 responses



المرحلة الاولى ( تعليم جامعي )

16) لاحظنا من نتائج السؤال ”الوضع الوظيفي لدى الشباب؟“

الوضع الوظيفي  
207 responses



المرحلة الاولى ( موظف )

الملخص :

1) تأثير يوتيوب على الصورة الذهنية للشباب

- النسبة الأكبر التي ترى ان التأثير الإيجابي (56.5%) تعكس أهمية يوتيوب كمنصة تقدم محتوى له دور في تشكيل تصورات الشباب وتوجيههم نحو أفكار إيجابية.
- مع ذلك، تشير نسبة 25.1% إلى أن هناك قلقاً بشأن نوعية المحتوى أو الرسائل التي قد تؤثر سلباً، مما يدعو إلى أهمية تنظيم المحتوى الذي يشاهده الشباب، خاصة فيما يتعلق بالقيم والأخلاقيات

2) مدى تأثير محتوى يوتيوب على نظرة الفرد لمجتمعه وثقافته

- هذه النتائج تعكس تبايناً في تأثير المحتوى بين الأفراد. يمكن تفسير التأثير المحدود الذي أشار إليه الأغلبية (50.7%) بأن يوتيوب قد لا يكون المصدر الرئيسي لتشكيل وجهات النظر الثقافية والاجتماعية، أو أن نوعية المحتوى المستهلكة قد لا تركز بشكل كبير على هذه القضايا.
- من جهة أخرى، تشير نسبة 16.9% إلى أن هناك شريحة من الشباب تتأثر بشكل كبير، وهو ما قد يكون مرتبطاً بمتابعتهم لمحتوى يدعم التغيير الاجتماعي أو يعزز التفاعل الثقافي.

3) تعزيز القيم الإيجابية في المجتمع من خلال محتوى يوتيوب

- الأغلبية التي ترى أن يوتيوب لا يعزز القيم الإيجابية تعكس قلقاً متزايداً بشأن تأثير المنصة، خاصة مع تزايد



انتشار المحتوى غير الهادف أو السلبي.

· ومع ذلك، النسبة الإيجابية (30%) تشير إلى وجود محتوى هادف وقيم يتم تقديمها، لكنها ليست بالقدر الكافي لتغيير الاتجاه العام.

· يمكن الاستنتاج أن هناك حاجة ماسة إلى تشجيع إنتاج محتوى هادف ومؤثر يعزز من القيم المجتمعية الإيجابية ويحد من انتشار المحتوى الضار.

#### 4) تأثير المؤثرين على يوتيوب:

· يتأثر الشباب بشكل ملحوظ، ولو بدرجات متفاوتة، بأراء المؤثرين على منصة اليوتيوب.

· حيث ان أكثر من نصف المشاركين يعتقدون بأنهم قد يتأثرون بصناع المحتوى، مما يعزز أهمية دورهم كجهات مؤثرة في القضايا المختلفة.

#### المراجع :

1) نهلة عبد المنعم احمد المحروقى، سلام عبده، & هبة حنفي. (2024). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الصورة الذهنية لمؤسسات المجتمع المدني لدى الشباب الجامعي ” الفيس بوك نموذجاً. المجلة المصرية للدراسات المتخصصة، 12(44.4)، 1615-1649.

[https://ejos.journals.ekb.eg/article\\_386860.html](https://ejos.journals.ekb.eg/article_386860.html)

2) عباس، محمد طلال (2019)، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الصورة الذهنية تجاه قضية قيادة المرأة السعودية للسيارة - دراسة ميدانية على عينة من السيدات في مدينة جدة خلال سنة 2019. المجلة المصرية لعلوم الإعلام، ع70، 335 - 391، مسترجع من

[https://ejsc.journals.ekb.eg/article\\_117439.html](https://ejsc.journals.ekb.eg/article_117439.html)

3) عسيري، محمد أحمد. (2022). تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في تكوين الصورة الذهنية عن الدول الأوروبية ”بريطانيا، السويد، النرويج“ وفقا لعينة من الشباب السعودي. المجلة العربية للعلوم ونشر الأبحاث، مسترجع من 38 - 19، ع4، 8مج

<https://0810ggrzd-1104-y-https-search-mandumah-com.mplbci.ekb.eg/Record/1348382>

4) حجازي، نهاد فتحي سليمان، و صلاح الدين، خالد. (2022). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل لصورة الذهنية للقيادة السياسيين والمؤسسات السياسية: دراسة مسحية على الشباب المصري. المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، ع622 - 587، 24. مسترجع من

<https://0810ggrzd-1104-y-https-search-mandumah-com.mplbci.ekb.eg/Record/1356996>

5) محمود، أسماء. ” دور الكاريكاتير عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل ادراك الشباب المصري تجاه القضايا

السياسية "دراسة تحليلية." مجلة بحوث الإعلام وعلوم الاتصال, vol. 7, no. 7, June 2020.  
مسترجع من

<https://0811vgs0j-1104-y-https-repository-ekb-eg.mplbci.ekb.eg/handle/ekb/64037>

(6) الخضري، بدر نادر، رمضان، عيسى حسن، وبوحمدة، علي محمود أحمد. (2018). تأثير برنامج اليوتيوب -  
Tube على اتجاهات الطلاب في جامعة الكويت. مجلة القراءة والمعرفة، ع 57 - 15، 205. مسترجع من

<https://0810ggrzd-1104-y-https-search-mandumah-com.mplbci.ekb.eg/Record/931843>

(7) سلامة، رواء عصام بنس، ونجادات، علي عقلة عبدالرحمن. (2019). تأثير إعلانات اليوتيوب على السلوك الشرائي  
للشباب الجامعي: دراسة ميدانية (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة اليرموك، إربد. مسترجع من

<https://0810ggrzd-1104-y-https-search-mandumah-com.mplbci.ekb.eg/Record/1013562>