

مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدرها كلية الإعلام بجامعة الأزهر



رئيس مجلس الإدارة: أ.د/ محمد المحرصاوي - رئيس جامعة الأزهر.

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

نائب 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

د/ إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

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

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

مدقق لغوي: أ/ عمر غنيم - مدرس مساعد 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 الرابع والخمسون - الجزء السادس - ذو القعدة ١٤٤١هـ - يوليو ٢٠٢٠م

● رقم الإيداع بدار الكتب المصرية ٦٥٥٥

● الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٢٦٨٢-٢٩٢ X

● الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: 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 العبدالله (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

٣٥٨٧

■ دور صحافة الهاتف المحمول في توعية الجمهور السعودي بتطورات أزمة
جائحة كورونا- دراسة ميدانية أ.م.د. أيمن محمد إبراهيم بريك

٣٦٨٣

■ دور مهارات التفكير الناقد لدى طلاب الجامعات المصرية في دحض
الأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي - دراسة في إطار نظرية
الانفعال المعرفي أ.م.د. أبو بكر حبيب الصالحي

٣٧٤٥

■ تصور مقترح للارتقاء بمنظومة التعليم الإعلامي بالجامعات المصرية:
دراسة كيفية في ضوء مهارات القرن الحادي والعشرين
أ.م.د. أميرة محمد محمد سيد أحمد

٣٧٨٧

■ اعتماد الشباب الجامعي على قنوات اليوتيوب في متابعة قضايا الرأي
وعلاقته بالأمن الفكري لهم أ.م.د. سكرة علي حسن البريدي

٣٨٢٧

■ المعارض الإعلامية وعلاقتها بالقدرة التنافسية والسجاي العقلية
المنتجة لدى الطلاب أ.م.د. إيمان عزالدين محمد دوابه

٣٨٩١

■ الأطر الخبرية للشائعات بالمواقع الإلكترونية وتأثيرها على الأمن
القومي المصري (دراسة تحليلية مقارنة)
أ.م.د. عبد الخالق إبراهيم عبد الخالق زقزوق

٣٩٧٩

■ معالجة اليوتيوبرز (Youtubers) لتطورات أزمة التدخل التركي في
ليبيا «دراسة تحليلية» د. إيمان محمود محمد أحمد

- المسؤولية الاجتماعية للبرامج الحوارية في التلفزيون البحريني
في تناول أداء السلطة التشريعية
٤٠٣٥ د. حسين خليفة - محمد شكري أحمد
-
- التوجيه البصري وأثره على إدراك المضمون الاخباري في
المواقع الصحفية «دراسة شبه تجريبية»
٤٠٩١ د. منال محمد أبوالمجد - د. عبدالله عبدالرحيم محمد
-
- اتجاهات المرأة المصرية نحو معالجة البرامج الحوارية بالقنوات
الفنائية لقضية ارتفاع الأسعار د. ولاء إبراهيم حسان
٤١٣٧
-
- استشراف مستقبل الإعلام المرئي الموجه للطفل عبر القنوات
الفنائية المصرية في ضوء كتيب المعايير الإعلامية « كود المحتوى
الإعلامي الموجه للطفل» د. يمنى محمد عاطف عبد النعيم
٤١٩٥
-
- الإعلام المصري ودوره في تشكيل معارف طلاب الجامعات نحو قضايا
مكافحة الإرهاب وتأثيرها على الأمن القومي
٤٢٥١ د. سارة سعيد عبد الجواد دسوقي
-
- Digital threats for the Egyptian journalists and their
awareness of the techniques used to attain their safety:
A qualitative study
٤٢٩٩ Assist. Prof. Dr. Nermeen Nabil Alazrak

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

اعتماد الشباب الجامعي على قنوات اليوتيوب في متابعة قضايا الرأي وعلاقته بالأمن الفكري لهم

- The dependence of college youth on YouTube channels to follow public opinion cases and its relation to their Intellectual security

أ.م.د / سكرة علي حسن البريدي

أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد بقسم الإعلام التربوي بكلية التربية
النوعية جامعة المنوفية

sokra.elboredi@sed.menofia.edu.eg

ملخص الدراسة

جاءت الدراسة لمعرفة مدى اعتماد الشباب الجامعي على قنوات اليوتيوب في متابعة قضايا الرأي وعلاقته بالأمن الفكري لهم، والتعرف على دوافع وأنماط التعرض لقنوات اليوتيوب، وأهداف ودوافع الاعتماد، ومدى الثقة بقنوات اليوتيوب، ودوافع التعرض للآراء المعارضة عبر هذه القنوات، وطبقت الدراسة الوصفية على 300 من شباب الجامعة باستخدام صحيفة الاستقصاء، وجاءت أهم نتائج الدراسة في ارتفاع مستوى متابعة الشباب لقنوات اليوتيوب بنسبة 65%، وارتفاع نسبة ثقة الشباب في قنوات اليوتيوب، وجاء الحصول على معلومات عن جوانب الموضوع المختلفة كأهم أهداف تعرض الشباب للآراء المعارضة للاتجاه العام، وكان للتوجهات السياسية للشباب تأثير كبير في المحتوى الذي يتعرضون له؛ فهم يتعرضون للمضمون الذي يدعم آراءهم وتوجهاتهم، وتبين وجود علاقة ارتباطية بين درجة اعتماد الشباب على قنوات اليوتيوب للحصول على معلومات عن قضايا الرأي (ومستوى الثقة بالقنوات، وأهداف الاعتماد، والتأثيرات الناتجة عن الاعتماد على قنوات اليوتيوب، والأمن الفكري للشباب).

الكلمات المفتاحية: قنوات اليوتيوب، قضايا الرأي، الأمن الفكري

Abstract

This study aims to define how much the dependence of college youth on YouTube channels to follow opinion cases affects their intellectual security. And define the motives of the college youth to open these YouTube channels, the goals and motives to trust these YouTube channels, and the motives to know the opposing opinions through these channels. The survey was applied to 300 of college youth. The most important result of the survey is that, there is an increase among youth in following YouTube channels by 60% also the level of trust in YouTube channels among youth has increased. This increase happens because the youth want to know about the different aspects of the subjects and that is what YouTube channels offer them. Also the political opinions of the youth have a great effect on the content which they are exposed to as they are exposed to the content which supports their opinions. It is thought that there is a correlation between the dependency level of youth on YouTube channels to get information about the opinion cases and the level of trust in channels, the motivation of dependence on these channels, the resulting effect of dependence on YouTube channels and the intellectual security of youth.

Keywords: YouTube channels, Opinion cases, Intellectual security

إن حماية الفكر الإنساني من التأثيرات الوافدة التي تسعى إلى توصيل أفكار معينة بطرق مختلفة، سواء كانت مشروعة أو غير مشروعة، من خلال مؤسسات أو جماعات مختلفة، هي مهمة صعبة تحتاج إلى استراتيجيات عديدة للحفاظ على الأمن الفكري للجماهير عامة والشباب خاصة.

وقد مكّن اليوتيوب، كغيره من مواقع التواصل، العديد من الشباب للتعبير عن آرائهم بحرية من خلال قنوات يوتيوب أنشأها مجموعة من الشباب في الآونة الأخيرة، فجعلت من الشباب مذيعةً ومصورًا ومخرجًا في نفس الوقت، وتناولت هذه القنوات بحلقاتها غير المتسلسلة مجموعة من القضايا الشائعة التي تهم الرأي العام في مختلف الميادين الاقتصادية والسياسية والاجتماعية.

لذا، أصبحت المادة الإعلامية الموجهة من الشباب وللشباب، من أخطر الصناعات الإعلامية في العصر الحالي ولها تأثير على البيئة الاجتماعية والأمن الفكري لهم، وعند القيام بأي مقارنات بين إقبال الشباب على الإنترنت وإطلاعهم على محتوياته وأفكاره وبين التأثير بمنشوراته ومواده الفيديوية والعلمية المنبثقة عنه، سندرك أثره في حياة الشباب وانعكاس ذلك على الأمن الفكري للشباب سلبيًا وإيجابيًا⁽¹⁾.

أولاً: مشكلة الدراسة:

يعتبر اليوتيوب من أكثر الوسائل الإعلامية التي يقبل الشباب المصري على متابعتها⁽²⁾، وجاء تفضيل الشباب لمشاهدة اليوتيوب بنسبة 65.6% في مقابل التلفزيون بنسبة 23.6%⁽³⁾، حيث برزت في السنوات الماضية مجموعة من القنوات على اليوتيوب برؤى شبابية تنتقد المجتمع وطرق الحياة السياسية في العالم العربي، اعتمدت هذه القنوات على أساليب إقناعية مختلفة، لعل أنجحها الأسلوب الكوميدي الساخر، مما جعل بعض البرامج بتلك القنوات تملك جماهيرية ونسبة مشاهدة أكثر مما تملكه برامج التلفزيون العادية، وقد لمعت نجومية بعض الشبان الموهوبين من خلال

تلك الفيديوهات البسيطة التي نشرت على موقع اليوتيوب، تحمل هذه الفيديوهات مواضيع ساخرة حول الأوضاع الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والتنمية، وحظيت هذه الفيديوهات بإقبال قطاعات واسعة من المشاهدين، خاصة أوساط الشباب، كما تحمل في طياتها العديد من الانتقادات للأوضاع الاجتماعية والسياسية والاقتصادية في المجتمع، إضافة إلى السخرية من بعض الرموز السياسية للدولة مما قد يؤثر على انتمائهم وولائهم لوطنهم.

وتزداد الخطورة نتيجة للإقبال المتزايد على هذا النوع من الفن، خاصة أنه متاح عبر قنوات اليوتيوب في كل وقت ولكل الأفراد، ولم يعد مقتصرًا على أوقات محددة ضمن فضائيات معينة على شاشة التلفاز، بل أصبح في الوقت الحالي يتم نشر مقاطع الفيديو بأنواعها المختلفة بكل يسر وسهولة عبر جميع مواقع التواصل الاجتماعي وأهمها الفيس بوك، مع إمكانية الاشتراك في قناة اليوتيوب المفضلة ومتابعة إشعارات القناة عند تحميل أي مقطع جديد على القناة التي تم الاشتراك بها⁽⁴⁾.

لذا، أصبح الأمن الفكري للشباب في ظل هذا العالم الافتراضي المفتوح مطلبًا وطنيًا ملغًا يسهم بشكل كبير في تحقيق الأمن والاستقرار المجتمعي، من خلال خلو العقول من الأفكار والمعتقدات التي تهدم حياة الشعوب، حيث إن تصرفات الفرد ومواقفه واتجاهاته وإنجازاته واهتماماته إنما هي ترجمة لأفكاره ومعتقداته؛ لذا جاءت الدراسة لمعرفة مدى اعتماد الشباب الجامعي على قنوات اليوتيوب في متابعة قضايا الرأي وعلاقته بالأمن الفكري لهم.

ثانيًا: أهمية الدراسة:

- تأتي أهمية الدراسة من التزايد المستمر لقنوات اليوتيوب بدون رقابة لمضامينها مما يزيد من خطورة هذا المضمون على الشباب، مما يجعلنا نقف أمام حرب إلكترونية تغزو عقول الشباب.
- تعتبر حماية فكر الشباب مناهجًا مهمًا وضروريًا لأنه الجدار الذي تتحطم عنده عوامل الاختراق الثقافي والاستلاب الحضاري.
- يسهم الكشف عن طبيعة وحجم وتأثير قنوات الفن الساخر (اليوتيوب) على فكر الشباب واتجاهاته في التوصل لصياغة سياسات وخطط تهدف إلى مواجهة مخاطر مثل هذه القنوات على الشباب.

ثالثاً: أهداف البحث:

يسعى البحث في إطار المنهج والأساليب والأدوات البحثية المستخدمة فيه إلى تحقيق الأهداف الآتية:

- 1- تحديد درجة اعتماد الشباب على قنوات اليوتيوب في الحصول على المعلومات عن قضايا الرأي المختلفة.
- 2- معرفة الأهداف (الفهم- التوجيه- التسلية) التي يتابع شباب الجامعة من أجلها قنوات اليوتيوب.
- 3- رصد التأثيرات (المعرفية- الوجدانية - السلوكية) الناتجة عن متابعة شباب الجامعة لقنوات اليوتيوب.
- 4- تفسير دوافع التعرض للآراء المعارضة للاتجاه العام عبر هذه القنوات.
- 5- تحديد مدى ثقة الشباب في مضامين قنوات اليوتيوب.
- 6- التعرف على تأثير متابعة قضايا الرأي عبر هذه القنوات على الأمن الفكري للشباب.

رابعاً: الإطار النظري للدراسة:

1- نموذج الاعتماد على وسائل الإعلام: Media Dependency

تعددت دراسات الإنترنت باستخدام مداخل نظرية مختلفة هي في الأساس مداخل لدراسة وسائل الإعلام التقليدية، ودفعت النتائج المختلفة حول شبكة الإنترنت وتأثيراتها المتعددة الباحثين للاهتمام بمداخل نظرية أكثر شمولاً لتقديم نتائج علمية تسهم في فهم طبيعة العلاقة بين الجمهور وتلك الشبكات.

وتفرض حالة الصراع أو الاستقرار في المجتمع دوافع الاعتماد على وسائل الاتصال، وقد تأخذ هذه الدوافع بعداً ذاتياً أو بعداً اجتماعياً، ويتولد عن هذا الاعتماد تأثير على الجوانب المعرفية والوجدانية والسلوكية⁽⁵⁾.

لذا، استندت هذه الدراسة إلى نظرية الاعتماد لمحاولة التعرف على مستوى ودوافع اعتماد الشباب على قنوات اليوتيوب وتأثير الاعتماد على الأمن الفكري للشباب.

وتقوم نظرية اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام على ركيزتين أساسيتين هما⁽⁶⁾:

- 1- الأهداف: أي أن هناك أهدافاً للأفراد يسعون إلى تحقيقها من خلال المعلومات التي توفرها وسائل الإعلام المختلفة، سواء كانت هذه الأهداف شخصية أو اجتماعية.
- 2- المصادر: تعد وسائل الإعلام نظاماً معلوماتياً يسعى إليه الأفراد من أجل بلوغ أهدافهم، وتتحكم وسائل الإعلام في ثلاثة أنواع من مصادر المعلومات هي: جمع المعلومات، وتنسيق المعلومات، ونشرها لكي تصل إلى جمهور غير محدد.

وتركز نظرية الاعتماد على أن العلاقات بين وسائل الإعلام والجمهور والنظام الاجتماعي تتسم بخصائص اجتماعية من الاعتماد المتبادل الذي تفرضه سمات المجتمع الحديث، حيث يعتمد الجمهور كنظام فرعي لإدراك وفهم نظام فرعي آخر هو المحيط الاجتماعي؛ فوسائل الإعلام مصادر رئيسة يعتمد عليها الجمهور في استقاء المعلومات عن الأحداث الجارية، وتتزايد درجة الاعتماد بتعرض المجتمع لحالات من عدم الاستقرار والتحول الذي يدفع الجمهور لاستقاء المزيد من المعلومات لفهم الواقع الاجتماعي من حوله⁽⁷⁾.

ويستفيد البحث من نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام من خلال:

1- دراسة الوسائل الرقمية، حيث تركز النظرية على وسائل الإعلام ودرجة أهمية كل وسيلة عند الجمهور، وقد اهتم البحث بمعرفة مستوى استخدام الشباب الجامعي لقنوات اليوتيوب وأسباب الاعتماد على القنوات في الحصول على المعلومات عن قضايا الرأي المختلفة، حيث يعتمد الأفراد على وسائل الإعلام لتحقيق الأهداف الآتية⁽⁸⁾:

أ- الفهم: ويشمل معرفة ما يدور بالبيئة المحيطة والحصول على الخبرات بما يساعد على معرفة أشياء عن العالم الخارجي والمحلي وتفسيرها.

ب- التوجيه: حيث تقوم وسائل الإعلام باتخاذ القرارات المناسبة والمشاركة السياسية وتوجيه تفاعلي تبادلي للحصول على دلالات عن كيفية التعامل مع المواقف الجديدة.

ت- التسلية: حيث تقوم وسائل الإعلام بتقديم التسلية التي تسهم في تحقيق الاسترخاء والتخلص من الملل والهروب من مشكلات الحياة.

ويشير "ملفين دي فلور" و"ساندرا بول روكيش" إلى الآثار المحتملة نتيجة اعتماد الفرد على وسائل الإعلام من خلال ثلاث فئات أساسية هي الآثار المعرفية والآثار الوجدانية والآثار السلوكية⁽⁹⁾.

- تأثيرات معرفية Cognitive Effect وهي خاصة بالتغيير في المعلومات والمعارف.
- تأثيرات وجدانية Affective Effect وهي خاصة بالنواحي العاطفية كالقلق والخوف والاتجاهات الأخلاقية والمعنوية.
- تأثيرات سلوكية Behavioral Effect وهي خاصة بالتغيير في السلوك نتيجة للتغيير في المعارف والوجدان.

وقد استفاد البحث من النموذج الخاص بالتأثيرات المعرفية لمعرفة إلى أي مدى يعتمد الشباب الجامعي على قنوات اليوتيوب في استقاء معلوماته عن قضايا الرأي، كما استفاد من التأثيرات الوجدانية بمعرفة مشاعر وعواطف واستجابات الشباب تجاه القنوات، ومن

التأثيرات السلوكية في معرفة تأثير اعتماد الشباب على قنوات اليوتيوب علي اتجاهاتهم وسلوكهم، كما يساعد تطبيق هذا النموذج في التعرف على لماذا يعتمد الشباب الجامعي على قنوات اليوتيوب ذات الصبغة التفاعلية؟ وعلى حجم التأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد، واختبار مدى ثقة الشباب الجامعي في مضمون قنوات اليوتيوب؛ لذا قامت الباحثة بتوظيف هذا المدخل في الدراسة للكشف عن دوافع اعتماد الشباب الجامعي على قنوات اليوتيوب وعلى مدى تفاعله والتأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد.

نموذج التلقي: Reception Model

يقوم الفرض الرئيس لنموذج التلقي على أن الفرد المتلقي للمعلومات في أي موقف يعتمد بشكل أساسي على وسائل الاتصال في استقبال المعلومات، ويتأثر في ذلك بعدد من العوامل، مثل نمط استخدام الوسيلة، ونوع المضمون، واهتمامات المتلقي، واتفاق المضمون مع اتجاهاته الراهنة، وترتبط عملية التلقي مباشرة بفكرة تكوين المعنى عند الجمهور المتلقي من خلال التعامل مع النصوص المقروءة والمرئية⁽¹⁰⁾.

وتقترح نظرية الاستقبال أن العوامل السياقية تؤثر بشكل أقوى على طريقة مشاهدة الجمهور للخطاب الإعلامي أكثر من النص المكتوب وتشمل العوامل السياقية، هوية المشاهد وكذلك الظروف المحيطة بالمتفرج أثناء العرض، والأفكار بشأن القضايا المطروحة ونوع الموسيقى والإنتاج، حتى القضايا السياسية والاجتماعية والتاريخية العامة، باختصار فإن نظرية الاستقبال تضع المشاهد في السياق، مع مراعاة جميع العوامل المختلفة التي قد تؤثر على كيفية قراءة وخلق المعنى داخل النص⁽¹¹⁾.

وتتعدد دوافع التلقي لمضمون وسائل الإعلام لدي الجمهور، ويأتي في مقدمتها أهمية المضمون بجانب تأثير عمليات الفهم والإدراك والخبرات السابقة للمتلقي⁽¹²⁾.

كما يقوم نموذج "زيلر" على مجموعة من الافتراضات حول كيفية اكتساب الأفراد للمعلومات وتحويلها إلى إجابات تعبر عن اتجاهاتهم، ويضع في سبيل ذلك ثلاث خطوات رئيسة لمعالجة المعلومات تتمثل في: تلقي الفرد للمعلومات، ثم قبوله لها أو رفضها، ثم اعتماده عليها لتكوين حكم أو اتجاه يكون مرتبط بهذه المعلومات التي تلقاها⁽¹³⁾.

ووفقاً لهذا النموذج يمر الفرد بثلاث مراحل أساسية منذ تعرضه للوسيلة الإعلامية وهي:

المرحلة الأولى: تلقي الرسالة الإعلامية: وتقوم هذه المرحلة على عاملين أساسيين هما التلقي والفهم، وعلى الرغم من أن العمليات الانتقائية في التعرض للرسالة الإعلامية قد

تمثل حائلًا لحدوث التأثير، إلا أن تلك العمليات لا يمكن أن تحدث في حالة انتشار الأفكار السياسية المهمة، ومن ثم فإن العمليات الانتقائية في التعرض للرسالة الإعلامية لا تؤثر على هذا النموذج للأسباب الآتية:

- يعتمد معظم الأفراد في الحصول على المعلومات من وسائل الإعلام الأكثر انتشارًا.
 - تمتاز الأحداث الهامة التي تجذب الباحثين لإجراء استطلاعات حولها بسعة الانتشار؛ الأمر الذي يوفر الحد الأدنى من الاهتمام لدى الفرد بالشؤون العامة حتى ولو لم يكونوا متابعين مستمرين.
 - يتطلب التلقي الانتقائي قدرًا كبيرًا من اليقظة والتركيز في المعلومات المقدمة، وهو أمر لا يتوافر لمعظم الأفراد الذين يتسمون بعدم الاهتمام بالشؤون العامة.
- المرحلة الثانية: (القبول/ عدم القبول) للرسالة: وتعتمد هذه المرحلة على المرحلة السابقة؛ فالقبول يحدث إذا تم التعرض للرسالة وفهمها، ولكن يتم مقاومة الرسائل الإقناعية في حالات معينة مثل تعارض المضمون مع الميول السياسية للفرد أو الاعتبارات المسبقة لديه، أو تلقي الفرد لرسائل مضادة للمضمون.
- المرحلة الثالثة: تغير الاتجاه: وذلك عندما يتقبل الفرد لرسالة معارضة أو يرفض أخرى مؤيدة.

تستفيد الدراسة من نموذج التلقي في التعرف على العوامل المؤثرة في تلقي الشباب الرسائل الاتصالية من قنوات اليوتيوب، ومدى قبول أو رفض المضمون وفقًا لتوجهاته أو ميوله السياسية، والتأثيرات الناتجة عن التعرض على الأمن الفكري لهم.

خامسًا: مفاهيم الدراسة:

- 1- قنوات اليوتيوب: هي قنوات تسمح لمستخدمي الإنترنت رفع ملفات الفيديو التي يصورونها أو ينتجونها إلى الموقع لتصبح متاحة للعالم كله، وظهرت العديد من القنوات الخاصة بالشباب التي غالبًا ما تحمل الاسم الخاص به، يعتبرها الشباب فضاء للحرية أو قناة لإيصال الأفكار ومناقشة العديد من القضايا الفكرية التي تهم الرأي العام عامة والشباب بصفة خاصة.
- 2- قضايا الرأي: هي القضايا التي تثير جدلاً ونقاشًا على المستوى السياسي والاقتصادي والاجتماعي ويهتم بها الرأي العام.

3- الأمن الفكري: سلامة فكر الإنسان وعقله وفهمه من الانحراف والخروج عن الوسطية والاعتدال في فهمه للأمور الدينية والسياسية وتصوره للكون بما يؤول به إلى الغلو والتشدد⁽¹⁴⁾.

فالأمن الفكري هو عبارة عن حماية فكر الإنسان من الانحراف والتشدد والبعد عن الوسطية والاعتدال في فهمه للقضايا المختلفة، مما يؤدي إلى حفظ النظام العام وتحقيق الأمن والطمأنينة وحب الوطن والدفاع عنه وغيرها من مقومات الأمن الفكري.

سادساً: الدراسات السابقة: تم تقسيم الدراسات إلى محورين: دراسات تناولت وسائل التواصل بشكل عام والأمن الفكري، ودراسات تناولت قنوات اليوتيوب وتأثيرها على الشباب.

أولاً: دراسات تناولت وسائل التواصل الاجتماعي والأمن الفكري بشكل عام:

أ- الدراسات العربية:

1- دراسة سمير عبد القادر خطاب (2019): "انعكاسات شبكات التواصل الاجتماعي على الأمن الفكري لدى طلاب كليات التربية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس"⁽¹⁵⁾: هدفت الدراسة إلى الكشف عن انعكاسات شبكات التواصل الاجتماعي السلبية والإيجابية على الأمن الفكري لدى الطلاب من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس، واتبعت الدراسة المنهج الوصفي وطبقت استبانة على عينة طبقية عشوائية بلغ قوامها 83 طالباً، وبينت النتائج أن الانعكاسات السلبية لشبكات التواصل على الأمن الفكري لدى الطلاب جاءت بدرجة كبيرة على أبعاد الدراسة (الاجتماعي والنفسي والاقتصادي والسياسي والديني والأخلاقي)، وتمثلت الانعكاسات السلبية في تسويق القيم الاستهلاكية، والإدمان الرقمي، والانقياد وراء الآخرين وتصوراتهم الخطأ، أما بالنسبة للانعكاسات الإيجابية فتمثلت في حرية الرأي، وتعزيز القيم المرتبطة بمفاهيم المواطنة.

2- دراسة نورة بنت ناصر الهزاني (2018): "الشبكات الاجتماعية وأثرها على تعزيز الأمن الفكري لدى طالبات جامعة الأميرة نورة"⁽¹⁶⁾: هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر الشبكات الاجتماعية على تعزيز الأمن الفكري لدى الطالبات، واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي من خلال عينة عمدية قوامها 348 مفردة، وبينت النتائج أن أثر الشبكات الاجتماعية جاء بدرجة متوسطة على الطالبات، وجاءت أعلى نسب الموافقة في الآثار السياسية بنسبة 85.3%، والآثار الاجتماعية النفسية بنسبة 74.4%، والآثار الدينية والأخلاقية بنسبة 72.4%.

كما كشفت الدراسة عن رغبة الطالبات في خلق الجامعة بيئة اجتماعية تعنى بتعزيز الأمن الفكري.

3- دراسة منصور بن زايد الخثلان (2017): "تصور مقترح لتوظيف أدوات التواصل الإلكتروني في تحقيق الأمن الفكري للشباب بمؤسسات التعليم العالي"⁽¹⁷⁾: هدف البحث إلى وضع تصور لتأمين الشباب إلكترونياً في المرحلة الجامعية ضد أفكار التطرف الفكري الذي ينتشر بين الشباب، واستخدم الباحث الاستبيانات للحصول على البيانات، وتم التطبيق على الخبراء للتعرف على الآليات التربوية اللازمة لتقنين استخدام تلك الأدوات بما يحقق الأمن الفكري للشباب ضد الأفكار المتطرفة، وجاءت نتائج البحث كمبادرات لكل من الأسرة والجامعة والمجتمع للتغلب على الآثار السلبية لأدوات التواصل الإلكتروني، وأوصى الباحث بالقيام ببعض الدراسات المستقبلية للتوعية بأخطار أدوات التواصل على الأبناء في المجتمع السعودي.

4- محمد محمد بكير (2016): "التأثيرات الاتصالية لشبكات التواصل الاجتماعي على الأمن الفكري في المجتمع كما تراها النخب السعودية"⁽¹⁸⁾: هدفت الدراسة المسحية إلى معرفة ماهية التأثيرات الاتصالية لشبكات التواصل كما تراها النخب السعودية، وطبق الباحث استمارة استبيان على 250 مفردة من النخب السعودية، وأظهرت النتائج أن 100% من النخب السعودية تتفاعل في مجال الأمن الفكري بالاطلاع والمشاركة، ووجود علاقة دالة إحصائية بين تأثيرات التفاعل الاجتماعي الناتجة عن تعرض النخب السعودية لشبكات التواصل الاجتماعي ومستوى الأمن الفكري لديهم.

5- دراسة ريم عبد الله المعيزر (2015): "أثر شبكات التواصل الاجتماعي على الأمن الفكري لدى طالبات المستوى الجامعي"⁽¹⁹⁾: هدفت الدراسة إلى معرفة الآثار التربوية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الأمن الفكري للطالبات، وطبقت الدراسة الوصفية على عينة قوامها 297 مفردة، وبينت النتائج أن الآثار التربوية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الأمن الفكري كبيرة، وشددت على ضرورة وضع ضوابط لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وإنشاء فرق إلكترونية لمراقبة انتشار الشائعات ومكافحتها.

6- دراسة السيد أبو خطوة وأحمد نصحي الباز (2014): "شبكة التواصل الاجتماعي وآثارها على الأمن الفكري لدى طلبة التعليم الجامعي بمملكة

البحريين⁽²⁰⁾: استهدفت الدراسة التعرف على انعكاسات شبكة التواصل على الأمن الفكري لدى طلبة التعليم الجامعي، واستخدمت الدراسة الوصفية استمارة استبيان على عينة قوامها 104 طلاب وطالبات، وبينت النتائج أن شبكات التواصل تؤثر بدرجة متوسطة على الأمن الفكري مما يستوجب ضرورة توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في تفعيل الأمن الفكري لدى طلبة الجامعة.

ب: الدراسات الأجنبية:

1- دراسة (Burnley, Benjamin R) (2020): "تأثير استخدام وسائل التواصل على سلوكيات التصويت"⁽²¹⁾: هدفت الدراسة إلى معرفة آثار استخدام وسائل التواصل على المشاركة والسلوكيات الديمقراطية وآثارها على سلوك التصويت، وتم استخدام بيانات مركز بيو للبحوث التي تم جمعها أثناء انتخابات 2016، وبيّنت الدراسة أن كل منصة من منصات التواصل لديها شكل مختلف من سلوك التصويت.

2- دراسة (Lee, Sangwon) (2020): "تأثير استخدام وسائل التواصل على المعرفة السياسية"⁽²²⁾: هدفت الدراسة إلى معرفة تأثير منصات التواصل الاجتماعي على المعرفة السياسية، وبينت النتائج أن استخدام منصات التواصل يعوق معرفة الفرد وفهمه للسياسة، كما جاء الأفراد الأقل استخدامًا للمنصات والأكثر استخدامًا للوسائل التقليدية أقل تأثرًا من حيث إعاقة المعرفة السياسية.

3- دراسة (Curry, Kevin Everett) (2018): "المشاركة السياسية خلال انتخابات الرئاسة الأمريكية 2016"⁽²³⁾: اهتمت الدراسة بدراسة تأثير وسائل التواصل على المشاركة السياسية للفرد وخروجه للتصويت في الانتخابات، وبينت النتائج أن استخدام الفرد لوسائل التواصل ليس له علاقة بالتصويت والمعرفة السياسية، كما أن الأفراد الأقل سنًا أكثر استخدامًا لوسائل التواصل، كما أن استخدامها للترفيه ليس بالضرورة يزيد معلوماتهم السياسية.

4- دراسة (Adhikari, Shaurav, Raj) (2016): "الهوية ومشاركة المعلومات في وسائل التواصل الاجتماعي، دراسة في الهوية السياسية ودورها في وسائل التواصل الاجتماعي"⁽²⁴⁾: تهتم هذه الدراسة بمعرفة تأثير هوية المستخدمين لوسائل التواصل الاجتماعي على المحتوى الذي يشاركون به، وكيفية تأثير الهوية السياسية الذاتية على مشاركة المحتوى السياسي في وسائل التواصل، وكيف تؤثر الهوية الذاتية على مشاركة المحتوى السياسي في وسائل التواصل الاجتماعي؟ وأظهرت

النتائج أن المشاركين الذين اتخذوا مواقف أكثر تطرفاً (إيجابي/ سلبي) يظهرون على الأرجح مشاركة هذا الموقف على وسائل التواصل الاجتماعي للمساعدة في تعزيز هويتهم السياسية، ولم يلاحظ أي اختلاف وفق الهوية الذاتية.

5- دراسة Iordachem Dragos, Lamanuskas, Vincentas (2013):

"استخدام مواقع شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل المفاهيم السياسية والرأي العام لدى الشباب الجامعي"⁽²⁵⁾: اهتمت الدراسة بمعرفة دور شبكات التواصل في تشكيل المفاهيم السياسية لدى الشباب في رومانيا، وجاء الفيسبوك واليوتيوب على رأس مواقع التواصل التي يحرص الشباب على استخدامها، كما ظهرت علاقة ارتباط موجبة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية وتوجيه الرأي العام الطلابي نحو القضايا في رومانيا.

ثانياً: دراسات تناولت اليوتيوب وتأثيره على الشباب:

أ- الدراسات العربية

1- دراسة هشام البرجي(2020): "دوافع مشاهدة الشباب المصري للبرامج المقدمة من خلال اليوتيوب"⁽²⁶⁾: اهتمت الدراسة بمعرفة دوافع مشاهدة الشباب لقنوات اليوتيوب، وتم تطبيق صحيفة استقصاء على عينة من الشباب المصري ممن يتابعون البرامج عبر قنوات اليوتيوب، وأظهرت النتائج حصول البرامج الترفيهية على الصدارة بنسبة 72.4%، كما جاء سهولة التعرض للمحتوى أكثر دوافع تعرض الشباب للبرامج، وجاءت فترة تعرض الشباب لقنوات اليوتيوب من ساعة إلى ساعتين في الترتيب الأول بنسبة 47,8%.

2- دراسة أسماء أحمد السيد شبل(2018): "تأثير اليوتيوب على الاتجاهات السياسية للشباب بعد أحداث 30 يونيو 2013 (رصد- اليوم السابع- الأهرام) نموذجاً"⁽²⁷⁾: اهتمت الدراسة بمعرفة تأثير قنوات اليوتيوب الإخبارية لمواقع (رصد- اليوم السابع- الأهرام) على اتجاهات الشباب السياسية، وطبقت الدراسة الميدانية على عينة قوامها 400 مفردة من شباب الجامعة، وطبقت الدراسة التحليلية على قنوات المواقع الثلاث السابقة، واتفقت نتائج الدراسة الميدانية مع نتائج الدراسة التحليلية، حيث جاءت قناة اليوم السابع في مقدمة القنوات التي تهتم بعرض ومتابعة الأخبار والمعلومات حول القضايا السياسية المثارة في مصر بعد ثورة 30 يونيو، كما أظهرت أن القنوات الإخبارية تؤثر على الرأي العام خلال فترة الأزمات والأحداث الهامة، ووجدت فروق ذات دلالة

إحصائية بين معدل متابعة القنوات الإخبارية واتجاهات المبحوثين تجاه القضايا السياسية.

3- دراسة رندا محمد مصطفى عبد الجليل (2017): "الإعلام التقليدي والجديد: تحليل مقارن للقنوات الفضائية وموقع اليوتيوب"⁽²⁸⁾: هدفت الدراسة إلى التعرف على قدرة القنوات الفضائية وموقع اليوتيوب على تشكيل الرأي العام تجاه القضايا المختلفة، وعمل مقارنة بينهم من حيث الوسيلة والمستقبل، وطبقت الدراسة الميدانية على 320 مفردة من الشباب، وقد تم تحليل مضمون برنامج الحياة اليوم على قناة الحياة الفضائية، وبرنامج جوتيوب على اليوتيوب لمدة ثلاثة أشهر، وبينت نتائج الدراسة أن اليوتيوب حظي على نسبة مشاهدة عالية بين الشباب بنسبة 92,5%، بينما حصلت القنوات الفضائية على 84%، وقد شارك الشباب بأرائهم بنسبة أكبر من خلال موقع اليوتيوب أكثر من التلفزيون، كما ساهمت وسائل الإعلام الجديدة في خلق آراء مختلفة وقمع استبداد المؤسسة التقليدية، حيث ساعدت على تزايد عملية التفاعل والتواصل السياسي، خاصة بين الفئات المهمشة التي لا تستطيع التعبير عن آرائها.

4- نهلة عبد المنعم المحروق (2016): "دور اليوتيوب في إمداد المراهقين بالمعرفة حول القضايا العربية"⁽²⁹⁾: هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى استخدام المراهقين لموقع اليوتيوب وإدراكه للمعلومات والقضايا العربية التي تتناولها فيديوهات اليوتيوب، انتمت الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وطبقت الباحثة أداة الاستبيان على عينة قوامها 400 مفردة، وجاءت أهم النتائج في أن الحصول على المعلومات من أهم أسباب حرص المراهقين على مشاهدة اليوتيوب، وجاءت مشاهدة الفيديوهات الخاصة بوكالات الأنباء العالمية في الترتيب الأول، ثم الفيديوهات الخاصة بالمواقع الإخبارية، ويزداد التعرض لليوتيوب كلما زاد مستوى الثقة فيه.

5- دراسة ناصر المجيبيل (2014): "تأثير قنوات اليوتيوب السعودية في القضايا الرئيسية على المشاهد في السعودية"⁽³⁰⁾: هدفت الدراسة إلى معرفة ما إذا كانت قنوات اليوتيوب هي أحد المؤثرات في تشكيل الرأي العام وتغيير السلوك في المجتمع؟ واستخدمت الدراسة أداة الاستبيان لجمع البيانات على عينة مقدارها 2099 مفردة، وجاءت أهم النتائج أن قنوات اليوتيوب هي ثاني أكبر مؤثر بعد

الأيدولوجية في التأثير على الأفكار والآراء في القضايا الرئيسية، وجاء أن مشاهدي قنوات اليوتيوب السعودية الأكثر رغبة في رفض الوضع القائم.

ب- الدراسات الأجنبية

1-دراسة (2020)Cho, Jaeho et al): "تأثير خوارزمية البحث على الديمقراطية: دراسة تجريبية على تأثير خوارزمية البحث على الاستقطاب السياسي"⁽³¹⁾: هدفت الدراسة إلى دراسة تأثيرات الفيديوهات المقترحة على رأي المستخدم، وهل التعرض للمحتوى الموصى به خوارزمياً يستقطب الآراء السياسية؟ وبيّنت النتائج أن الاستقطاب السياسي تزداد شدته من خلال مقاطع الفيديو الموصى بها بناءً على تفضيلات البحث الخاصة بالمشاركين.

2-دراسة (2020) Reis, Ruth): "دور اليوتيوب في المشهد السياسي البرازيلي"⁽³²⁾: هدفت الدراسة إلى التعرف على دور اليوتيوب كمنصة لنشر الأفكار، وتم عمل دراسة استقصائية لأهم مقاطع الفيديو الموصى بها على اليوتيوب خلال انتخابات البرازيل، واستراتيجيات الفاعلين وتأثيرهم في المشهد السياسي خلال انتخابات البرازيل 2018، وبيّنت النتائج سيادة الحضور القوي للخطاب المحافظ لحملة يائير بولسونارو الرئاسية الذي ميّز مساره إلى رئاسة البرازيل.

3-دراسة (2018) Raby, Rebecca et al): "مدونات الفيديو على موقع اليوتيوب: المشاركة السياسية للشباب الكندي عبر الإنترنت"⁽³³⁾: هدفت الدراسة إلى إلقاء الضوء على المشاركة السياسية النشطة والتفاعلية للشباب من خلال الإنترنت، حيث تم دراسة الموضوعات الموجهة من قبل قنوات اليوتيوب الموجهة نحو التغيير الاجتماعي لثمانية عشر شاباً كندياً، وبيّنت الدراسة أن اليوتيوب أصبح مكاناً مهماً لإنتاج ونشر وجهات نظر الشباب.

4-دراسة (2016) Njegomir, Nicholas M): "تأثير الفيس بوك وتويتر واليوتيوب على السلوك السياسي لجيل الألفية"⁽³⁴⁾: تلعب وسائل التواصل الاجتماعي دوراً بارزاً في حياة الجيل الحالي؛ فالغالبية العظمى يستخدمون شكلاً من أشكال وسائل التواصل المختلفة، وفي ظل المحتوى السياسي على مواقع التواصل، جاءت الدراسة لمعرفة تأثير وسائل التواصل على السلوك السياسي للجيل ومدى نشاطهم السياسي، وهل تأثر سلوكهم السياسي بالحصول على معلومات سياسية من وسائل التواصل الاجتماعي؟ وبيّنت الدراسة أن الفيس بوك مليء بالمعلومات السياسية؛ مما قد يؤثر بالسلب على

مستوى المشاركة السياسية الرسمية، ويعتبر الشباب أن مشاركتهم على الفيس بوك مشاركة سياسية رسمية.

5-دراسة Rauf Arif (2014): "الحركات الاجتماعية: اليوتيوب والنشاط السياسي في البلدان الاستبدادية"⁽³⁵⁾: تحليل مقارنة للتغير السياسي في باكستان وتونس ومصر، اهتمت الدراسة بمعرفة دور وسائل الإعلام في النشاط السياسي في المجتمعات الاستبدادية باستخدام اليوتيوب كأحد وسائل الإعلام، وقام الباحث بتحليل مقاطع الفيديو الأكثر مشاهدة على اليوتيوب الخاصة بالاحتجاجات السياسية في البلدان الثلاثة، وتم اختيار 6 مواقع بطريقة عمدية للفيديوهات الخاصة بالاحتجاجات الأكثر مشاهدة، وأكدت الدراسة أن مواقع اليوتيوب ساهمت في الحريات المدنية من خلال تحدي الأنظمة الاستبدادية في المجتمعات الثلاث.

من خلال استعراضنا للدراسات السابقة نجد أن كثيرًا من الاتجاهات البحثية اهتمت بتأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الأمن الفكري للشباب، وتوصلت معظم الدراسات إلى أنها تهدد الأمن الفكري لهم، على الجانب الآخر، اهتمت بعض الرؤى البحثية بالعمل على تنمية الأمن الفكري عن طريق توظيف وسائل التواصل في تنمية الأمن الفكري للشباب من خلال برامج تجريبية، وأكدت الدراسات التي تناولت اليوتيوب أنه أكثر الوسائل مشاهدة لدى الشباب، كما أن قنوات اليوتيوب لها تأثير قوي على اتجاهات الشباب، كما أنها تعتبر ساحة خصبة للتعبير عن آرائهم، ولم تربط أي دراسة على حد علم الباحثة بين قنوات اليوتيوب بصفة خاصة وتأثيرها على الأمن الفكري للشباب، وقد استفادت الدراسة من الدراسات السابقة في تحديد مفاهيم الدراسة وبناء استمارة الاستقصاء ومقياس الأمن الفكري.

سابعًا: تساؤلات الدراسة وفروضها:

- 1- ما معدل تعرض الشباب لقنوات اليوتيوب؟
- 2- ما مدى اعتماد الشباب على قنوات اليوتيوب في الحصول على المعلومات عن قضايا الرأي؟
- 3- ما مدى ثقة الشباب في عرض قنوات اليوتيوب لقضايا الرأي؟
- 4- ما دوافع تعرض الشباب للآراء المعارضة للاتجاه العام عبر هذه القنوات؟
- 5- ما اتجاه الشباب نحو الآراء المعارضة للاتجاه العام بهذه القنوات؟

- 6- ما أهداف اعتماد الشباب على قنوات اليوتيوب في الحصول على معلومات عن قضايا الرأي؟
- 7- ما التأثيرات الناتجة عن اعتماد الشباب على القنوات كمصدر للمعلومات عن قضايا الرأي المختلفة؟
- 8- ما تأثير متابعة القضايا المختلفة عبر هذه القنوات على الأمن الفكري للشباب؟
- فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية بين معدل التعرض لقنوات اليوتيوب (ومستوى الثقة، والأهداف التي يتابع من أجلها الشباب قضايا الرأي، والتأثيرات الناتجة عن الاعتماد على قنوات اليوتيوب).

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية بين درجة اعتماد الشباب على قنوات اليوتيوب (ومستوى الثقة بالقنوات، وأهداف الاعتماد، والتأثيرات الناتجة عن الاعتماد على قنوات اليوتيوب).

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية بين الأمن الفكري للشباب (ومستوى ثقة الباحثين في مضامين قنوات اليوتيوب ودوافع تعرضهم للآراء المعارضة، وموقفهم من هذه الآراء، ومدى الاقتناع بهذه الآراء).

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الريف والحضر في (مستوى الثقة- معدل التعرض- درجة الاعتماد على القنوات- التأثيرات الناتجة عن الاعتماد- أهداف الاعتماد- الاتجاه نحو الآراء المعارضة- الأمن الفكري).

الفرض الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في (مستوى الثقة- معدل التعرض- درجة الاعتماد على القنوات- التأثيرات الناتجة عن الاعتماد- أهداف الاعتماد- الاتجاه نحو الآراء المعارضة- الأمن الفكري).

ثامناً: الإجراءات المنهجية:

أ- نوع الدراسة: تعد هذه الدراسة دراسة وصفية، تستهدف رصد المواقف والظواهر وجمع البيانات والمعلومات والحقائق، وتفسيرها وتحليلها تحليلاً شاملاً واستخلاص نتائج ودلالات معينة منها تؤدي إلى إمكانية إصدار تعميمات بشأن المشكلة البحثية.

ب- منهج الدراسة: في هذه الدراسة تم استخدام منهج المسح، الذي يهدف إلى وصف الأوضاع وتفسيرها؛ لذا تم استخدام هذا المنهج لدراسة مدى اعتماد شباب الجامعة على

قنوات اليوتيوب، ودوافع وأهداف التعرض، والتأثيرات الناتجة عن التعرض، ومدى الثقة بهذه القنوات، والاتجاه نحو الآراء المعارضة عبر هذه القنوات، وتأثير التعرض لهذه القنوات على الأمن الفكري للشباب.

ج-مجتمع الدراسة: تحدد مجتمع البحث وفقاً لأهدافه في الشباب الجامعي، وتم اختيار عينة عمدية من شباب جامعة المنوفية ممن يتابعون قنوات اليوتيوب بلغت 300 طالب وطالبة، حيث أن الشباب هم الفئة الأكثر متابعة لقنوات اليوتيوب، التي أصبحت منصة مهمة لإنتاج ونشر وجهات نظر الشباب⁽³⁶⁾، حيث قامت الباحثة بتوزيع صحيفة الدراسة من خلال توجيه سؤال في بداية صحيفة الاستقصاء يبين حرص المبحوثين على متابعتهم لقنوات اليوتيوب للحصول على المعلومات بشكل متعمق.

د-أداة جمع البيانات: اعتمدت هذه الدراسة على "صحيفة الاستقصاء" التي تعتبر من أكثر أدوات جمع البيانات استخداماً في منهج المسح، وتضمنت الصحيفة عدداً من المقاييس معدة لقياس متغيرات الدراسة ولتحقيق أهدافها واختبار الفروض الخاصة بها في ظل نموذج الاعتماد على وسائل الإعلام ونموذج التلقي، وتم إعداد صحيفة الاستقصاء وفقاً للمحددات الآتية: اشتملت الصحيفة على مقياس للتعرض لقنوات اليوتيوب، ومقياس لتأثيرات الاعتماد (معرفية - وجدانية - سلوكية)، ومقياس أهداف الاعتماد (الفهم - التوجيه - التسلية)، ومقياس تأثير التعرض لقنوات اليوتيوب على الأمن الفكري للشباب، وقد استفادت الباحثة من الدراسات السابقة التي استخدمت مقاييس الأمن الفكري لبناء مقياس الأمن الفكري لهذه الدراسة بما يتوافق مع أهدافها، وقد اشتمل المقياس على 25 عبارة، انقسمت إلى 14 عبارة إيجابية وعدد 11 عبارة سلبية، وكان المقياس ثلاثي الاستجابات (موافق - محايد - معارض) أخذت العبارات الإيجابية درجات 3-2-1 على الترتيب، والعبارات السلبية درجات 3-2-1 على الترتيب، وفي حالة حصول الطالب على درجات مرتفعة فهو يتمتع بمستوى عالٍ من الأمن الفكري، واشتملت الصحيفة أيضاً على مقياس لمستوى الثقة بقنوات اليوتيوب، ومقياس للتعرض للآراء المعارضة للاتجاه العام بقنوات اليوتيوب، كما اشتملت الاستمارة على البيانات الشخصية التي تحدد المتغيرات الوسيطة للدراسة.

※الصدق Validity: اتفق الخبراء أن المقياس (أو الأداة) تتسم بالصدق Validity متى كان صالحاً لتحقيق الهدف الذي أعد من أجله، وأنه يقيس بالفعل ما ينبغي قياسه⁽³⁷⁾، واعتمدت الباحثة على الصدق الظاهري Face Validity الذي يعبر عن اتفاق المحكمين على أن المقياس (أو الأداة) صالح فعلاً لتحقيق الهدف الذي أعد من أجله⁽³⁸⁾، وقامت

الباحثة بعرض الاستمارة على مجموعة من الأكاديميين (***) في الإعلام لمراجعتها منهجيًا وعلميًا بهدف التعرف على مدى تحقيق الاستمارة لأهداف الدراسة، وبعد إبداء بعض الملاحظات عليها تم إجراء التعديلات اللازمة وفق الملاحظات وإعدادها في شكلها النهائي.

※الثبات *Stability*: اعتمدت الدراسة على إعادة الاختبار، حيث تم تطبيق الاستمارة على 30 مبحوث بنسبة 10% من عينة الدراسة وكانت قيمة معامل بيرسون تدل على ثبات الاستمارة حيث بلغت نسبته 96،

هـ- الأساليب الإحصائية: استخدمت الدراسة عدة طرق إحصائية للتأكد من صحة البيانات من خلال استخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS، وتم استخدام المعاملات الإحصائية لتوضيح مدى مدلولية تأثير المتغيرات الخاصة بالدراسة مثل: التكرارات البسيطة، والنسب المئوية، والوسط الحسابي، والانحراف المعياري، ك²، واختبار Z-Test لدراسة معنوية الفروق بين نسبتين مئويتين لمجموعتين من المبحوثين، واختبار T-test لاختبار الدلالة الإحصائية للفروق بين متوسطين حسابيين لمجموعتين من المبحوثين، ومعامل ارتباط بيرسون لدراسة العلاقة بين متغيرين.

تاسعًا: نتائج الدراسة:

أولًا: النتائج الخاصة بالجداول التكرارية

جدول رقم (1) يوضح مستوى متابعة الشباب لقنوات اليوتيوب

الإجمالي		إناث		ذكور		العينة مستوى المتابعة
%	ك	%	ك	%	ك	
65	195	56.3	80	72.8	115	أتابعها بدرجة مرتفعة
28	84	35.2	50	21.5	34	أتابعها بدرجة متوسطة
7	21	8.5	12	5.7	9	أتابعها بدرجة منخفضة
100	300	100	142	100	158	الإجمالي

ك² 8,93 درجة الحرية 2 مستوى المعنوية 0.012 معامل التوافق 0.170

تبين من الجدول السابق أن نسبة 65% من العينة يتابعون اليوتيوب بدرجة مرتفعة، في حين جاءت نسبة 28% يتابعونه بدرجة متوسطة، وجاءت نسبة 7% من الطلاب يتابعون اليوتيوب بدرجة منخفضة، واتفقت الدراسة مع دراسة نهلة المحروق⁽³⁹⁾، فجاء اليوتيوب أحد أهم وسائل التواصل الاجتماعي التي يتابعها الشباب المصري بصفة دائمة بنسبة 69.50%، ومن الملاحظ ارتفاع مستوى متابعة الذكور عن الإناث في متابعة قنوات اليوتيوب، حيث اتفقت النتيجة مع دراسة Hsiu-Sen Chian et al.⁽⁴⁰⁾، التي توصلت

إلى أن الذكور كانوا أكثر استخدامًا لمقاطع اليوتيوب مقارنة بالإناث، ولمعرفة أثر النوع (ذكور- إناث) على مستوى متابعة اليوتيوب تم حساب قيمة χ^2 ووجد أنها 8.93 وهي دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية 0.012 بمعامل توافق 0.017، وبذلك يتبين وجود علاقة بين متغير الجنس ومستوى المتابعة.

جدول (2) يوضح مدة تعرض الشباب لقنوات اليوتيوب يوميًا

الاجمالي		إناث		ذكور		العينة مدة التعرض
%	ك	%	ك	%	ك	
22	66	29.6	42	15.1	24	أقل من ساعة
40	120	42.2	60	38	60	من ساعة إلى ساعتين
14	42	13.4	19	14.6	23	من ساعتين إلى أربع
24	72	14.8	21	32.3	51	أكثر من أربع ساعات
100	300	100	142	100	158	الإجمالي

كما $\chi^2 = 16.98$ درجة الحرية 2 مستوى المعنوية 0.001 معامل التوافق 0,231

يتبين من الجدول السابق أن نسبة 40% من الشباب يتابعون قنوات اليوتيوب من ساعة إلى ساعتين يوميًا بينما 24% يتابعونه أكثر من أربع ساعات، ثم أقل من ساعة بنسبة 22%، ثم جاءت فئة من ساعتين إلى أربع ساعات في الترتيب الأخير بنسبة 14%، وقد اختلفت هذه الدراسة مع دراسة نورهان محمد أحمد⁽⁴¹⁾ حيث جاءت النسبة الأكبر لمتوسط متابعة الباحثين يوميًا أقل من ساعة بنسبة 55%، وقد يرجع ذلك لاختلاف الحقبة الزمنية بين الدراستين حيث أنه بتطور الزمن وتطور التكنولوجيا والأجهزة الرقمية وانتشارها بين معظم الشباب وسهولة استخدامها، وانتشار قنوات اليوتيوب وتنوعها، يؤدي ذلك إلى زيادة إقبال الشباب على هذه القنوات، إلا أن الدراسة قد اتفقت مع دراسة هشام البرجي⁽⁴²⁾، حيث حصل معدل التعرض يوميًا من ساعة إلى ساعتين على الترتيب الأول مما يدل على ارتفاع نسبة الشباب المتابعين لمثل هذه القنوات بتطور الزمن، حيث أجريت الدراسة في 2020، ولمعرفة أثر النوع (ذكور- إناث) على مدة التعرض لليوتيوب يوميًا وبحساب قيمة χ^2 وجد أنها 16.98 وهي دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية 0.001 بمعامل توافق 0.231، وبذلك يتبين وجود علاقة دالة إحصائيًا بين متغير الجنس ومدة التعرض يوميًا.

جدول (3) يوضح مدى اعتماد الشباب على قنوات اليوتيوب للحصول على معلومات عن قضايا الرأي

الإجمالي		إناث		ذكور		العينة مدى الاعتماد
%	ك	%	ك	%	ك	
26.7	80	15.5	22	36.7	58	أعتمد بدرجة مرتفعة
63.3	190	66.9	95	60.1	95	أعتمد بدرجة متوسطة
10	30	17.6	25	3.2	5	أعتمد بدرجة منخفضة
100	300	100	142	100	158	الإجمالي

كا² 28.76 درجة الحرية 2 مستوى المعنوية 0.000 معامل التوافق 0.296

ويتبين من بيانات الجدول السابق أن الشباب يعتمدون على قنوات اليوتيوب للحصول على معلومات عن قضايا الرأي بدرجة متوسطة بنسبة 63.3%، بينما جاء نسبة 26.7% يتابعونها بشكل مرتفع، وجاء نسبة 10% يتابعونها بدرجة منخفضة، واتفقت الدراسة مع دراسة رحاب طلعت محمد علي⁽⁴³⁾ حيث جاء اعتماد الشباب على اليوتيوب للحصول على المعلومات التي تساعدهم في التعليق على القضايا المختلفة بدرجة متوسطة بنسبة 56.2%، وبلغت قيمة كا² 28.76 وهي دالة عند مستوى معنوية 0.000، وبمعامل توافق 0.296 يبين وجود علاقة دالة إحصائية بين النوع (ذكور-إناث) والاعتماد على القنوات للحصول على معلومات عن قضايا الرأي، ومن الملاحظ ارتفاع نسبة الذكور عن الإناث في الاعتماد على قنوات اليوتيوب للحصول على معلومات عن قضايا الرأي، حيث بلغت النسبة 36.7% للذكور في مقابل 15.5% للإناث.

جدول (4) يوضح القنوات التي يعتمد عليها الشباب في الحصول على معلومات عن قضايا الرأي

الدالة	Z	الإجمالي		إناث		ذكور		العينة قنوات التعرض	
		%	ك	%	ك	%	ك		
دالة	0,001	3.02	76.3	229	68.9	109	84.5	120	السليط الإخباري
دالة	0.000	4.34	77	231	66.2	94	86.7	137	جو شو
دالة	0,001	3,15	56.3	169	47.4	75	66.2	94	فيديو 7
دالة	0,000	3.34	50.6	152	40.1	57	60.1	95	قناة بوابة فيتو
دالة	0,000	5.24	57	171	40.8	58	71.5	113	قناة المصري اليوم
دالة	0,001	2.98	34	102	42.2	62	25.3	40	قناة جريدة الوطن
غير دالة	0,235	1.19	32.6	98	29.5	40	36.7	58	قناة بوابة أخبار اليوم
دالة	0,028	2,18	45	135	38	54	51.2	81	قنوات البث المباشر
دالة	0,000	5.54	18.3	55	4.9	7	30.3	48	أخرى تذكر
			100	300	100	142	100	158	(ن متاح اختيار أكثر من بديل)

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن أهم القنوات التي يعتمد عليها الشباب في الحصول على معلومات عن قضايا الرأي هي "جو شو" بنسبة 77%، والسليط الإخباري

بنسبة 76.3%، ثم قناة المصري اليوم بنسبة 57%، ثم قناة فيديو 7 بنسبة 56.3%، ثم قناة بوابة فيتو بنسبة 50.6%، ثم قنوات البث المباشر بنسبة 45%، ثم حصلت قناة جريدة الوطن على نسبة 34%، ثم قناة بوابة أخبار اليوم بنسبة 32.6%، ثم قنوات أخرى تم ذكرها كالقنوات الكوميديا مثل (شادي سرور، والش خانة، وقنوات دينية) بنسبة 18.3%، ومن الملاحظ حصول قناتي جو شو والسليط الاخباري على نسبة مشاهدة عالية، وقد اتفقت الدراسة مع دراسة كل من رندا عبد الجليل⁽⁴⁴⁾ ونورهان محمد⁽⁴⁵⁾، حيث حصل برنامج اليوتيوب يوسف حسين على أعلى نسبة مشاهدة بين الشباب، فهو برنامج سياسي كوميدي ساخر يتألف من فقرات تتناول الأوضاع السياسية في العالم العربي عن طريق عرض المتناقضات المختلفة بأسلوب ساخر بعيداً عن الأسلوب التقريري المعتاد الذي تتبعه بعض القنوات الأخرى التابعة لصحف أو مواقع رسمية، ويتضح من اختبار Z تباعد نسب المشاركة بين الذكور والإناث، حيث إنها دالة إحصائياً عند مستوى 0.05 باستثناء قنوات المواقع الإخبارية، فالفرق بينهم غير دال.

جدول (5) أسباب اعتماد الشباب على قنوات اليوتيوب لمتابعة قضايا الرأي

الدلالة	Z	الإجمالي		إناث		ذكور		العينة	
		%	ك	%	ك	%	ك		
غير دالة	0,19	0.86	47.3	142	44.3	63	50	79	مساحة الحرية التي تتمتع بها القنوات في عرض القضايا
غير دالة	0,73	0,33	36	108	37.3	53	34.8	55	تحيز القنوات التلفزيونية في عرض القضايا
غير دالة	0.69	0.40	30.3	91	28.8	41	31.6	50	الإبهار في التصوير والإخراج بقنوات اليوتيوب
دالة	0.01	2.55	30	90	22.5	32	36.7	58	بساطة الأسلوب التي تتميز به قنوات اليوتيوب في عرض القضايا
دالة	0.00	4.62	35.6	107	21.83	31	48.1	76	رتابة القنوات التلفزيونية في عرض القضايا
			100	300	100	142	100	158	(ن متاح اختيار أكثر من بديل)

من بيانات الجدول السابق يتضح أن مساحة الحرية التي تتمتع بها القنوات في عرض القضايا في مقدمة أسباب اعتماد الشباب على قنوات اليوتيوب بنسبة 47,3%، ثم تحيز القنوات التلفزيونية في عرض القضايا بنسبة 36%، ثم رتابة القنوات التلفزيونية في عرض القضايا بنسبة 35.6%، ثم الإبهار في التصوير والإخراج بنسبة 30.3%، ثم بساطة الأسلوب الذي تتميز به قنوات اليوتيوب بنسبة 30%.

وقد اتفقت الدراسة مع دراسة محمد عبد البديع السيد⁽⁴⁶⁾، التي توصلت إلى أن من أسباب اعتماد الشباب على اليوتيوب أنه أتاح درجة كبيرة من الحرية والديمقراطية لهم،

ويتضح من خلال اختبار Z تقارب نسب أسباب اعتماد الذكور والإناث على قنوات اليوتيوب، فالفرق بينهم غير دال فيما عدا عبارتي بساطة الأسلوب، ورتابة القنوات فنسب Z تؤكد على وجود فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث على هاتين العبارتين. جدول (6) يوضح قضايا الرأي التي تثير جدلاً عبر هذه القنوات من وجهة نظر الشباب

الدلالة	Z	الإجمالي		إناث		ذكور		العينة القضايا	
		%	ك	%	ك	%	ك		
دالة	0.01	2.39	46.3	139	38.7	55	53.1	84	الإصلاح السياسي
دالة	0.00	6.26	55.3	166	74.6	106	37.9	60	التيارات المعارضة
دالة	0.00	2.78	40.3	121	31.6	45	48.1	76	الإرهاب
دالة	0.00	4.61	29.3	88	16.2	23	41.1	65	الديون
غير دالة	0.07	1.77	69.3	208	74.6	106	64.5	102	التنمية
غير دالة	0.34	0.95	37	111	40.1	57	34.1	54	الغلاء
غير دالة	0.13	1.48	24.6	74	20.4	29	28.4	45	البطالة
دالة	0.000	5.74	46.6	140	28.8	41	62.6	99	التفكك الأسري
دالة	0.000	4,83	36.3	109	21.8	31	49.3	78	تطوير التعليم
غير دالة	0.131	1.51	32.6	98	37.3	53	28.4	45	الإهمال الطبي
			100	300	100	142	100	158	(ن اختيار أكثر من بديل)

يتضح من بيانات الجدول السابق أن قضية التنمية جاءت كأهم القضايا التي تثير جدلاً عبر هذه القنوات وفقاً لاستجابات العينة بنسبة 69.3%، ثم التيارات المعارضة بنسبة 55.3%، ثم التفكك الأسري بنسبة 46.6%، ثم الإصلاح السياسي بنسبة 46.3%، ثم الإرهاب بنسبة 40.3%، ثم الغلاء بنسبة 37%، ثم تطوير التعليم بنسبة 36.3%، ثم الإهمال الطبي بنسبة 32.6%، ثم الديون بنسبة 29.3%، ثم البطالة بنسبة 24.6%، ومن خلال اختبار Z اتضح وجود فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث حول آرائهم عن القضايا التي تثير جدلاً كالإصلاح السياسي، والإرهاب، والتيارات المعارضة، والديون والتفكك الأسري، وتطوير التعليم، كما بين اختبار Z عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث نحو آرائهم في بعض القضايا مثل الغلاء والتنمية والبطالة والإهمال الطبي.

جدول رقم (7) يوضح مدى ثقة الشباب في هذه القنوات

الإجمالي		إناث		ذكور		العينة	
%	ك	%	ك	%	ك	مدى الثقة	
16	48	11.2	16	20.3	32	أثق فيها بشدة	
69.6	209	76.8	109	63.2	100	أثق فيها إلى حد ما	
14.4	43	12	17	16.5	26	لا أثق	
	300		142	100	158	الإجمالي	

كا² 6.77 درجة الحرية 2 مستوى المعنوية 0.034 معامل التوافق 0.149

يتضح من بيانات الجدول السابق أن الشباب يثقون إلى حد ما في قنوات اليوتيوب بنسبة 69.6%، ثم يثقون فيها بشدة بنسبة 16%، ثم لا يثقون بنسبة 14.4%، وقد اتفقت الدراسة مع دراسة محمد أحمد الشريف⁽⁴⁷⁾، حيث بلغت نسبة الشباب الذين يثقون إلى حد ما 72.8%، وبلغت قيمة كا² 6.77 وهي دالة عند مستوى معنوية 0.034 وبمعامل توافق 0.149، الذي يبين وجود علاقة دالة إحصائية بين النوع (ذكور- إناث) ومدى الثقة في القنوات.

جدول رقم (8) أسباب ثقة الشباب في هذه القنوات

الدلالة	كا ²	الوسط الحسابي	لا		أحياناً		دائماً		النوع	الاستجابة العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك		
0.001 دالة	14.0	2.44	0.7	1	53.8	71	45.5	60	ذكور	يوفر اليوتيوب الحرية في إبداء الرأي بالتعليق
		2.20	3.2	4	72.8	91	24	30	إناث	
0.000 دالة	17.6	2,53	5.3	7	35.6	47	59.1	78	ذكور	تدعم القنوات القضايا التي تعرضها بالأرقام والوثائق والأدلة
		2.26	12.8	16	53.6	67	33.6	42	إناث	
0.001 دالة	14.4	2.40	3	4	53	70	43.9	58	ذكور	تعرض القنوات القضايا المختلفة بموضوعية دون تحيز أو تغيير
		2.13	10.4	13	65.6	82	24	30	إناث	
0.000 دالة	24.4	2.28	14.4	19	43.2	57	42.4	56	ذكور	لأنها توفر عنصر الصوت والصورة مما يزيد من مصداقيتها وواقعية الحدث
		1.79	39.2	49	40	50	20.8	26	إناث	
0.000 دالة	44.8	2.42	4.5	6	48.5	64	47	62	ذكور	يعرض اليوتيوب الآراء المتعددة حول القضايا مما يجعلني أقف على جوانبها المختلفة
		1.84	33.6	42	48	60	18.4	23	إناث	
0.000 دالة	28.0	2.48	16.7	22	18.2	24	65.2	86	ذكور	تلتزم القنوات بفصل الرأي عن المعلومة
		2.24	13.6	17	48.8	61	37.6	47	إناث	
0.026 دالة	7.3	2.19	12.9	17	54.5	72	32.6	43	ذكور	لا تتوجه هذه المقاطع لصالح جهة رسمية فهي تعبر عن المواطن
		1.98	25.6	32	50.4	63	24	30	إناث	
			100	125	إناث	100	132	ذكور	الإجمالي	

من الملاحظ من بيانات الجدول السابق أن من أهم أسباب ثقة الذكور والإناث في قنوات اليوتيوب أنها تدعم القضايا التي تعرضها بالأرقام والوثائق والأدلة، ثم جاء في الترتيب الثاني أنها تلتزم بفصل الرأي عن المعلومة، ثم الترتيب الثالث أن اليوتيوب يوفر الحرية وإبداء الرأي بالتعليق في كل من الذكور والإناث، ثم جاء في الترتيب الرابع بالنسبة للذكور أن اليوتيوب يعرض الآراء المتعددة حول القضايا مما يجعل الشباب يقفون على جوانبها المختلفة، وبالنسبة للإناث عرض القضايا بموضوعية ودون تحيز، وجاء في الترتيب الخامس بالنسبة للذكور عرض القضايا بموضوعية ودون تحيز، وبالنسبة للإناث أن اليوتيوب يعبر عن المواطن فهو لا يتوجه لجهة رسمية، ثم في الترتيب السادس بالنسبة للذكور عنصر الصوت والصورة الذي يزيد من واقعية المضمون، وبالنسبة للإناث أنه يعرض الآراء المتعددة حول القضايا مما يجعلني أقف على جوانبها المختلفة، وفي الترتيب الأخير بالنسبة للذكور أن اليوتيوب يعبر عن المواطن فهو لا يتوجه لجهة رسمية، وبالنسبة للإناث عنصر الصوت والصورة الذي يزيد من واقعية المضمون، وبحساب قيمة كا² وجد أنها دالة في جميع العبارات السابقة بين الذكور والإناث، وبذلك يتبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث على مستوى جميع العبارات الخاصة بأسباب الثقة.

جدول رقم (9) يوضح أسباب عدم ثقة الشباب في قنوات اليوتيوب

الدالة	كا	الوسط الحسابي	لا		أحيانا		دائما		النوع	الاستجابة	العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك			
0.01 دالة	8.69	2.42	19.2	5	19.2	5	61.6	16	ذكور	نشر الإشاعات والأفكار الخاطئة	
		2.41	0	0	58.8	10	41.2	7			إناث
0.45 غير دالة	1.57	2.57	0	0	42.3	11	57.7	15	ذكور	الإساءة والتشهير بجهات وأفراد دون دليل	
		2.47	5.9	1	41.2	7	52.9	9			إناث
0.24 غير دالة	2.84	2.88	0	0	11.5	3	88.5	23	ذكور	تخضع لميول صاحبها وانتماءاته الفكرية	
		2.64	5.9	1	23.5	4	70.6	12			إناث
0.00 دالة	17.61	2.61	11.5	3	23.5	4	73	19	ذكور	تكوين رأي عام حول قضية ما دون التأكد من صحتها	
		2	11.8	2	76.4	13	11.8	2			إناث
0.00 دالة	19.15	2.76	0	0	23.1	6	76.9	20	ذكور	تعتمد على أسلوب التهكم والسخرية في عرض القضايا	
		1.88	23.5	4	64.7	11	11.7	2			إناث
0.01 دالة	8.12	1.96	38.5	10	26.9	7	34.6	9	ذكور	تعتمد في كثير من الأحيان على معلومات مجهولة المصدر	
		2.05	11.8	2	70.6	12	17.6	3			إناث
0.14 غير دالة	3.92	2.19	34.6	9	17.6	3	53.8	14	ذكور	شغل الشباب وعقولهم بأمور تافهة وشحن طاقاتهم فيما لا يفيد المجتمع	
		2.29	17.7	3	35.3	6	47	8			إناث
			100	17	100	26	الإجمالي				

من الملاحظ في الجدول السابق أن من أهم أسباب عدم ثقة الشباب في قنوات اليوتيوب أنها تخضع لميول صاحبها وانتماءاته الفكرية لكل من الذكور والإناث، ثم أسلوب التهكم والسخرية بالنسبة للذكور، والإساءة والتشهير بدون وجه حق بالنسبة للإناث، ثم تكوين رأي عام حول قضية ما دون التأكد من صحتها بالنسبة للذكور، ونشر الإشاعات والأفكار الخاطئة بالنسبة للإناث، ثم الإساءة والتشهير بجهات وأفراد بدون وجه حق للذكور، ثم شغل الشباب بأمور لا تفيد المجتمع للإناث، وقد اتفقت هذه الدراسة مع دراسة رندا محمد مصطفى⁽⁴⁸⁾، حيث جاءت عبارة تخضع فيديوهات اليوتيوب لميول صاحبها أو مصورها في الترتيب الأول.

ومن خلال قيمة كا² وجدت فروق دالة بين الذكور والإناث على عبارات نشر الإشاعات والأفكار الخاطئة، وتكوين رأي عام حول القضية دون التأكد من صحتها، واعتمادها على أسلوب التهكم والسخرية، واعتمادها على معلومات مجهولة المصدر، كما بينت قيمة كا² عدم وجود فروق بين الذكور والإناث على الإساءة والتشهير بجهات وأفراد بدون دليل، وتخضع لميول صاحبها وانتماءاته الفكرية، وشغل الشباب وعقولهم بأمور تافهة.

جدول رقم (10) يوضح أهداف تعرض الشباب للآراء المعارضة للاتجاه العام

الدالة	كا ²	الوسط الحسابي	لا		أحياناً		دائماً		النوع	الاستجابة العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك		
0.00 دالة	9.37	2.56	2.5	4	38	60	59.5	94	ذكور	للحصول على أكبر قدر من المعلومات عن جوانب الموضوع المختلفة
		2.47	0	0	52.8	75	47.2	67		
0.00 دالة	11.49	2.50	5.6	9	38	60	56.4	89	ذكور	معرفة الآراء المعارضة لرأى
		2.31	5.6	8	57.1	81	37.3	53		
0.00 دالة	23.95	2.44	9.5	15	60.1	57	54.4	86	ذكور	حتى أتعرف على كذب اليوتيوبر وتضليله للآخرين
		2.03	26.1	37	44.3	63	29.6	42		
0.00 دالة	10.71	2.5	3.1	5	43.7	69	53.2	84	ذكور	الحصول على أدلة تدعم معتقداتي حول القضية
		2.35	12.1	19	33.5	53	49.4	70		
0.02 دالة	7.28	2.26	10.1	16	59.2	84	36.7	58	ذكور	لمجرد التسلية فقط
		2.06	19	27	55.6	79	25.4	36		
0.00 دالة	21.01	2.28	8.9	14	53.8	85	37.3	59	ذكور	لأن أفراد أسرتي يتعرضون له
		1.93	25.4	36	55.6	79	19	27		
0.00 دالة	10.51	2.39	5.6	9	49.5	78	44.9	71	ذكور	لعرض اليوتيوبر القضايا بشكل مقنع
		2.16	15.5	22	52.8	75	31.7	45		
			100	142	إناث	100	158	ذكور	الإجمالي	

من بيانات الجدول السابق يتضح أن من أهم أهداف تعرض الشباب للآراء المعارضة الحصول على معلومات عن جوانب الموضوع المختلفة بالنسبة للذكور والإناث، ثم معرفة

الآراء المعارضة لرأيي بالنسبة للذكور، والحصول على أدلة تدعم معتقداتي بالنسبة للإناث، ثم للتعرف على كذب اليوتيوبر بالنسبة للذكور، ومعرفة الآراء المعارضة لرأيي بالنسبة للإناث، ثم عرض اليوتيوبر القضايا بأدلة وبراهين بشكل مقنع بالنسبة للذكور والإناث، واتفقت الدراسة مع دراسة عبد العزيز السيد⁽⁴⁹⁾، حيث جاء في الترتيب الأول أن البرامج الساخرة تزود المبحوث بوجهات نظر مختلفة عن القضايا والأحداث، وبحساب قيمة كا² وجد أنها دالة في جميع العبارات السابقة بين الذكور والإناث، وبذلك يتبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث على مستوى جميع العبارات الخاصة بأهداف تعرض الشباب للآراء المعارضة.

جدول رقم (11) يوضح أشكال تواصل وتفاعل الشباب تجاه القضايا التي يتفق معها في الرأي

الدلالة	Z	الإجمالي		إناث		ذكور		العينة أشكال التواصل	
		%	ك	%	ك	%	ك		
غير دالة	0.06	1.88	76.3	229	71.1	101	81.01	128	النشر
دالة	0.02	2.26	46.6	140	39.4	56	53.1	84	التعليق
دالة	0.01	2.39	73.6	221	66.9	95	579.7	126	الإعجاب
دالة	0.00	4.54	26.6	80	14	20	37.9	60	الرسائل
			100	300	100	142	100	158	(ن اختيار أكثر من بديل)

يتضح من بيانات الجدول السابق أن أهم أشكال تواصل الشباب تجاه القضايا التي يتفق معها في الرأي جاء النشر بنسبة 76.3%، ثم الإعجاب بنسبة 73.6%، ثم التعليق بنسبة 46.6%، ثم الرسائل بنسبة 26.6%، وقد اختلفت الدراسة مع دراسة رندا عبد الجليل⁽⁵⁰⁾، وقد يرجع ذلك لطبيعة القضايا حيث أنها تناولت القضايا بشكل عام، أما هنا فقد تم تخصيص القضايا التي تتفق العينة معها بالرأي، وتبين من خلال قيمة Z وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في أشكال التفاعل المختلفة، كما تبين عدم وجود فروق دالة بين الذكور والإناث في أشكال التفاعل الخاصة بالنشر، ومن الملاحظ حصول كل من النشر والإعجاب على نسب مرتفعة، وقد يرجع ذلك لأنها من أبسط أنواع التفاعل حيث لا تحتاج لمجهود كما أنهم يحبون أن يشاركوا مثل هذه القضايا على صفحات التواصل الخاصة بهم ليطلع أصدقائهم على هذه الصفحات على تلك القضايا.

جدول رقم (12) يوضح أشكال تواصل وتفاعل الشباب نحو القضايا التي لا يتفق معها في الرأي

الدالة	Z	الإجمالي		إناث		ذكور		العينة أشكال التفاعل	
		%	ك	%	ك	%	ك		
غير دالة	0.30	1.02	41.6	125	45.0	64	38.6	121	التعليق
غير دالة	0.07	0.27	10	30	9.1	13	10.7	17	الرسائل
غير دالة	0.691	0.40	1.3	4	0.70	1	1.9	3	النشر مع التعليق
دالة	0.00	3.20	29.6	89	20.4	29	37.9	60	التفاعل بلم يعجني
			100	300	100	142	100	158	(ن اختيار أكثر من بديل)

ومن بيانات الجدول السابق يتضح أن أهم أشكال تواصل الشباب تجاه القضايا التي لا يتفق معها في الرأي جاء التعليق بنسبة 41,6%، ثم التفاعل بلم يعجني بنسبة 29.6%، ثم الرسائل بنسبة 10%، ثم النشر مع التعليق بنسبة 1.3%، واتفقت الدراسة مع دراسة نورة عبد الله⁽⁵¹⁾، التي ارتفعت لديها نسبة كتابة المبحوثين التعليقات على ما يقرأونه أو يشاهدونه، ومن خلال قيمة Z اتضح عدم وجود فروق بين الذكور والإناث في أشكال تواصل وتفاعل الشباب نحو القضايا التي لا يتفق معها في الرأي، فيما عدا عبارة (أتفاعل بلم يعجني) أظهرت وجود فروق دالة بين الذكور والإناث، ومن الملاحظ حصول التعليق على نسبة مرتفعة مما يدل على اهتمام الشباب بتنفيذ الآراء المخالفة في القضايا المعروضة بالقنوات والرد بالتعليق وإبداء الآراء نحو هذه القضايا.

جدول رقم (13) سلبيات الدخول في مناقشات مع الآخر المخالف في الرأي حول قضايا الرأي المختلفة

عبر قنوات اليوتيوب

الدالة	Z	الإجمالي		إناث		ذكور		العينة السلبيات	
		%	ك	%	ك	%	ك		
دالة	0.00	6.76	28	84	9.1	13	44.9	71	السخرية من أفكارى السياسية
دالة	0.00	4.92	39.6	119	24.6	35	53.1	84	الاتهام بعدم الانتماء والوطنية
دالة	0.00	8.54	30	92	6.3	9	52.5	83	تشويه الحقائق وتقديم أدلة مناقضة للواقع
دالة	0.00	5.33	26.6	80	11.9	17	39.8	63	النزعة إلى العداة
دالة	0.00	3.68	38	114	26.7	38	48.1	76	استخدام ألفاظ خارجة عن الآداب العامة
			100	300	100	142	100	158	ن متاح اختيار أكثر من بديل

من بيانات الجدول السابق يتضح أن أهم سلبيات الدخول في مناقشات جدلية مع الآخرين الاتهام بعدم الانتماء والوطنية بنسبة 39.6%، ثم استخدام ألفاظ خارجة عن الآداب العامة بنسبة 38%، ثم تشويه الحقائق وتقديم أدلة مناقضة للواقع بنسبة 30%، ثم السخرية من أفكارى السياسية بنسبة 28%، ثم النزعة إلى العداة والانتقام بنسبة 26,6%، وقد اتفقت الدراسة مع دراسة إيمان محمد حسني⁽⁵²⁾، حيث أظهرت الدراسة حصول تدهور الحوار نتيجة شعور أن الآخر المعارض غير وطني على الترتيب الأول بنسبة 36.7%، ومن خلال قيمة Z اتضح وجود فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في جميع العبارات الخاصة بسلبيات الدخول في مناقشات جدلية مع الآخرين.

جدول (14) مدى اقتناع الشباب بوجهة النظر المعارضة للاتجاه العام بعد متابعة قضايا

الرأى على قنوات اليوتيوب

الإجمالى		إناث		ذكور		العينة	
%	ك	%	ك	%	ك	مدى الاقتناع	
6	18	1.4	2	10.1	16	أقتنع تماماً	
54.6	164	73.9	105	37.3	59	أقتنع أحياناً	
39.4	118	24.6	45	52.5	83	لا أقتنع	
100	300	100	142	100	158	الإجمالى	

كا² 42.58 درجة الحرية 2 مستوى المعنوية 0.00 معامل التوافق 0.353

يتبين من بيانات الجدول السابق أن الشباب يقتنعون بوجهة النظر المعارضة أحياناً بنسبة 54.6%، ثم لا يقتنعون بنسبة 39.4%، ثم يقتنعون تماماً بنسبة 6%، ومن الملاحظ قلة عدد الشباب الذين يقتنعون بوجهة النظر المعارضة، وبلغت قيمة كا² 42.58، وهي دالة عند مستوى معنوية 0.00 بمعامل توافق 0.353 يبين وجود علاقة دالة إحصائية بين النوع (ذكور-إناث) ومدى الإقتناع بوجهة النظر المعارضة.

جدول رقم (15) يوضح أسباب إقتناع الشباب بوجهة النظر المعارضة

الدلالة	Z	الإجمالى		إناث		ذكور		العينة	
		%	ك	%	ك	%	ك	أسباب الإقتناع	
غيردالة	0.20	1.27	84.6	154	81.3	87	89.3	67	لتوافقها مع توجهاتى السياسية
غيردالة	0.56	0.58	91.2	166	89.7	96	93.3	70	لمساحة الحرية الكبيرة التى تتمتع بها في عرض الموضوع
دالة	0.01	2.41	78.5	143	71.9	77	88	66	لعرض القضية بشكل حيادي
دالة	0.00	3.78	53.2	97	41.1	44	70.6	53	لطريقة العرض المنظم والمقنع
			100	182	100	107	100	75	ن (متاح للمبحوث اختبار أكثر من بديل)

يتضح من بيانات الجدول السابق أن من أهم أسباب اقتناع الشباب بوجهة النظر المعارضة مساحة الحرية التي تتمتع بها بنسبة 91.2٪، ثم توافقتها مع توجهاته السياسية بنسبة 84.6٪، ثم عرض القضية بشكل حيادي بنسبة 78.5٪، ثم لطريقة العرض المنظم والمقنع بنسبة 53.2٪، ومن خلال قيمة Z اتضح عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في عبارتي (لتوافقتها مع توجهاتي السياسية، ولمساحة الحرية الكبيرة التي تتمتع بها)، وقد يرجع ذلك لطبيعة اهتمام الذكور عن الإناث بالأمور السياسية، كما بينت قيمة Z عدم وجود فروق على عبارتي (عرض القضية بشكل حيادي، وطريقة العرض).

جدول رقم (16) يوضح أسباب عدم اقتناع الشباب بوجهة النظر المعارضة بعد متابعة

قضايا الرأي عبر قنوات اليوتيوب

الدالة	Z	الإجمالي		إناث		ذكور		العينة عدم الاقتناع
		%	ك	%	ك	%	ك	
دالة	0.00	4	73.7	87	44.4	20	80.7	67
دالة	0.00	3.18	76.3	90	88.8	40	60.2	50
دالة	0.17	1.35	53.4	63	40	18	54.2	45
غير دالة	0.60	0.52	57.6	68	48.8	22	55.4	46
			100	118	100	45	100	83
			ن (متاح للمبحوث اختيار أكثر من بديل)					

يتضح من بيانات الجدول السابق أن من أهم أسباب عدم اقتناع الشباب بوجهة النظر المعارضة اقتناع الشباب بوجهة نظره السابقة نحو القضية بنسبة 76.3٪، ثم لتعارضها مع توجهاته السياسية بنسبة 73.7٪، ثم لأسلوب التهكم والسخرية المستخدم في عرض القضايا بنسبة 57.6٪، ثم لعدم عرض القضية بشكل حيادي بنسبة 53.4٪، ومن خلال قيمة Z اتضح وجود فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في جميع العبارات الخاصة بأسباب عدم اقتناع الشباب بوجهة النظر المعارضة، فيما عدا عبارة أسلوب التهكم والسخرية المستخدم في عرض القضايا فبينت قيمة Z عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث، ومن الملاحظ أن الشباب رغم مشاهدتهم لمقاطع اليوتيوب إلا أن قناعاته السابقة عن القضية وتوجهاته السياسية تلعب دورًا كبيرًا في مدى اقتناعه بالرأي المثار من خلال قنوات اليوتيوب من عدمه.

ثانياً: النتائج الخاصة بفروض الدراسة

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية بين معدل التعرض لقنوات اليوتيوب (ومستوى الثقة بها، والأمن الفكري للشباب، والأهداف التي يتابع من أجلها الشباب قضايا الرأي، والتأثيرات الناتجة عن الاعتماد على قنوات اليوتيوب).

جدول (17) يوضح العلاقة الارتباطية بين معدل التعرض لقنوات اليوتيوب ومستوى

الثقة وأهداف وتأثيرات اعتماد الشباب على قنوات اليوتيوب

معدل التعرض		المتغيرات	
الدالة	معامل ارتباط بيرسون		
0.000	0.264	مستوى الثقة	
0.000	0.440	الفهم	أهداف الاعتماد
0.000	0.409	التوجيه	
0.000	0.410	التسلية	
0.000	0.372	المعرفية	تأثيرات الاعتماد
0.000	0.301	الوجدانية	
0.000	0.279	السلوكية	
0,085	0,149	الأمن الفكري	

من خلال بيانات الجدول السابق يتبين صحة الفرض بوجود علاقة ارتباطية بين معدل التعرض ومستوى الثقة، فكلما زادت الثقة في القنوات زاد تعرض الشباب لقنوات اليوتيوب، وقد اتفقت الدراسة مع دراسة نهلة عبد المنعم⁽⁵³⁾، ودراسة هشام البرجي⁽⁵⁴⁾، حيث يزداد التعرض لليوتيوب كلما زاد مستوى الثقة فيه، كما وجدت علاقة ارتباطية بين معدل التعرض وأهداف الاعتماد (فهم- توجيه- تسلية)، وتأثيرات الاعتماد (معرفية- وجدانية- سلوكية) حيث جاءت قيمة (r) دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من 0.001، وبذلك ثبت صحة الفرض، كما ثبت عدم وجود علاقة ارتباطية بين معدل التعرض والأمن الفكري للشباب.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية بين درجة اعتماد الشباب على قنوات اليوتيوب للحصول على معلومات عن قضايا الرأي (ومستوى الثقة بالقنوات، وأهداف الاعتماد، والتأثيرات الناتجة عن الاعتماد على قنوات اليوتيوب، والأمن الفكري).

جدول رقم (18) يوضح العلاقة الارتباطية بين درجة اعتماد الشباب على قنوات اليوتيوب للحصول على معلومات عن قضايا الرأي ومستوى الثقة وأهداف وتأثيرات اعتماد الشباب على قنوات اليوتيوب

درجة اعتماد الشباب على قنوات اليوتيوب للحصول على معلومات عن قضايا الرأي		المتغيرات	
الدلالة	معامل ارتباط بيرسون		
0.099	0.095	مستوى الثقة	
0.000	0.361	الفهم	أهداف الاعتماد
0.000	0.289	التوجيه	
0.000	0.300	التسلية	
0.000	0.316	المعرفية	تأثيرات الاعتماد
0.000	0.304	الوجدانية	
0.001	0.190	السلوكية	
0.005	0.109	الأمن الفكري	

من بيانات الجدول السابق يتضح عدم وجود علاقة ارتباطية بين درجة اعتماد الشباب على قنوات اليوتيوب ومستوى الثقة، حيث بلغ مستوى الدلالة 0.099، إلا أنه ثبت وجود علاقة ارتباطية بين درجة اعتماد الشباب على قنوات اليوتيوب للحصول على معلومات عن قضايا الرأي وأهداف الاعتماد؛ حيث جاءت قيمة (t) دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من 0.001، وبذلك ثبت صحة الفرض، كما وجدت علاقة ارتباطية بين اعتماد الشباب على قنوات اليوتيوب للحصول على معلومات عن قضايا الرأي والأمن الفكري، حيث جاءت قيمة (t) دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من 0.005، وبذلك ثبت صحة الفرض؛ حيث اعتبرت وسائل التواصل منصات مناسبة للتواصل ومناقشة القضايا العامة، حيث أنها تخلق مجالاً رقمياً عاماً ذا قدرة ووكالة أكبر على التغيير⁽⁵⁵⁾، كما اتفقت النتيجة مع دراسة Montiel, Isolda⁽⁵⁶⁾، حيث بينت أن وسائل التواصل الاجتماعي تؤثر على هويتهم الثقافية والفكرية.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية بين مستوى الثقة بقنوات اليوتيوب، ودوافع تعرض الشباب للآراء المعارضة عبر قنوات اليوتيوب، ومدى الاقتناع بهذه الآراء والأمن الفكري للشباب.

جدول رقم (19) يبين العلاقة بين مستوى الثقة بقنوات اليوتيوب ودوافع التعرض للآراء المعارضة بالقنوات ومدى الاقتناع بالآراء والأمن الفكري

الأمن الفكري		المتغيرات
مستوى الدلالة	معامل ارتباط بيرسون	
,000	,391	مستوى الثقة
,000	,470	أهداف التعرض للآراء المعارضة
0.000	0.378	مدى الاقتناع بالآراء المعارضة

يتضح من بيانات الجدول السابق صحة الفرض بوجود علاقة ارتباطية بين مستوى الثقة والأمن الفكري، كما ثبت وجود علاقة بين الأمن الفكري وأهداف تعرض الشباب للآراء المعارضة للاتجاه العام عبر قنوات اليوتيوب، كما وجدت علاقة ارتباطية بين مدى الاقتناع بالآراء المعارضة للاتجاه العام والأمن الفكري، ومن هنا يتضح خطورة هذه القنوات وما تتضمنه من آراء وأفكار على فكر الشباب واتجاهاته الفكرية، حيث تزداد نسبة الاستقطاب السياسي للشباب من خلال التعرض لمقاطع الفيديو السياسية⁽⁵⁷⁾.

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الريف والحضر في (معدل التعرض لقنوات اليوتيوب - ومستوى الثقة، ودرجة الاعتماد للحصول على معلومات عن قضايا الرأي- وأهداف الاعتماد- والتأثيرات الناتجة عن الاعتماد - والأمن الفكري).

جدول رقم (20) يبين دلالة الفروق بين الريف والحضر في (معدل التعرض- مستوى الثقة-

درجة الاعتماد- أهداف الاعتماد -التأثيرات الناتجة عن الاعتماد - والأمن الفكري)

المتغيرات	المجموعة	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	مستوى الدلالة
معدل التعرض	حضر	160	5.131	1.538	1.849	0.066 غير دالة
	ريف	140	4.807	1.488		
مستوى الثقة	حضر	160	2.12	0.608	3.491	0.001 دالة
	ريف	140	1.90	0.454		
درجة الاعتماد	حضر	160	2.325	1.494	3.481	0.001 دالة
	ريف	140	1.821	0.891		
أهداف الاعتماد	حضر	160	61.912	10.940	2.393	0.017 دالة
	ريف	140	59.114	9.052		
تأثيرات الاعتماد	حضر	160	28.643	5.640	1.88	0.060 غير دالة
	ريف	140	27.485	4.892		

0.04 دالة	2.04	10.309	58.00	160	حضر	الأمن الفكري
		8.728	55.73	140	ريف	

من بيانات الجدول السابق يتضح صحة الفرض جزئيًا، حيث وجدت فروق ذات دلالة إحصائية بين الريف والحضر في مستوى الثقة بقنوات اليوتيوب، كما وجدت فروق دالة بين الريف والحضر في درجة اعتماد الشباب على قنوات اليوتيوب للحصول على معلومات عن قضايا الرأي، كما ثبت وجود فروق دالة إحصائية بين الريف والحضر في أهداف اعتماد الشباب على قنوات اليوتيوب، كما وجدت فروق بين الريف والحضر في تأثير مشاهدة القنوات على الأمن الفكري للشباب، كما تبين عدم وجود فروق بين الريف والحضر في معدل التعرض لقنوات اليوتيوب وتأثيرات الاعتماد على قنوات اليوتيوب.

الفرض الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في (معدل التعرض لقنوات اليوتيوب- مستوى الثقة بقنوات اليوتيوب- درجة الاعتماد على القنوات للحصول على معلومات عن قضايا الرأي- التأثيرات الناتجة عن الاعتماد- أهداف الاعتماد على قنوات اليوتيوب- الأمن الفكري).

جدول رقم (21) الفروق بين الذكور والإناث في (معدل التعرض- مستوى الثقة- درجة الاعتماد على القنوات- التأثيرات الناتجة عن الاعتماد- أهداف الاعتماد- الأمن الفكري)

المتغيرات	المجموعة	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	مستوى الدلالة
معدل التعرض	ذكور	158	5.310	1.496	4.067	0.000 دالة
	إناث	142	4.612	1.467		
مستوى الثقة	ذكور	158	2.04	0.607	0.705	غير دالة
	إناث	142	1.99	0.484		
درجة الاعتماد	ذكور	158	2.512	1.496	6.467	0.000 دالة
	إناث	142	1.619	0.721		
أهداف الاعتماد	ذكور	158	64.33	10.558	7.243	0.000 دالة
	إناث	142	56.45	7.928		
تأثيرات الاعتماد	ذكور	158	30.00	5.533	7.036	0.000 دالة
	إناث	142	25.98	4.185		
الأمن الفكري	ذكور	158	58.47	10.919	2.941	0.004 دالة
	إناث	142	55.23	7.703		

من بيانات الجدول السابق يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في معدل التعرض ودرجة الاعتماد للحصول على معلومات عن قضايا الرأي المختلفة، وأهداف الاعتماد على قنوات اليوتيوب وتأثيرات الاعتماد على قنوات اليوتيوب، وتأثيرات القنوات على الأمن الفكري، وبهذا يتضح وجود أثر لعامل الجنس في درجة وأهداف وتأثيرات الاعتماد والأمن الفكري، كما تبين عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في مستوى الثقة.

مناقشة النتائج:

- ارتفاع مستوى متابعة الشباب لقنوات اليوتيوب بنسبة 65%، وتتفق الدراسة مع دراسة محمد توفيق⁽⁵⁸⁾، حيث حصلت مشاهدة قنوات اليوتيوب على نسبة مشاهدة عالية من قبل الشباب، إلا أنها اختلفت مع دراسة رندا محمد مصطفى⁽⁵⁹⁾، وقد يرجع هذا الاختلاف لطبيعة العينة حيث طبقت الدراسة الحالية على فئة الشباب في بداية المرحلة الجامعية وهم الأكثر متابعة لقنوات اليوتيوب، بينما طبقت دراسة رندا محمد مصطفى على عينة أوسع من الشباب في الفئة العمرية من 18-35، وجاء الذكور أكثر متابعة لقنوات اليوتيوب أكثر من الإناث حيث وجد أن الجنس له علاقة بمستوى المتابعة.
- جاء اعتماد الشباب على القنوات للحصول على معلومات عن قضايا الرأي متوسط، ومن الملاحظ ارتفاع نسبة الذكور عن الإناث في الاعتماد على قنوات اليوتيوب للحصول على معلومات عن قضايا الرأي، كما أنهم أكثر تعرضاً لقنوات اليوتيوب من الإناث، وقد يرجع ذلك لطبيعة الذكور ولشدة اهتمامهم بالشؤون السياسية العامة للبلاد والقضايا التي تهم الرأي العام.
- جاءت قنوات اليوتيوب الخاصة في مقدمة القنوات التي يتابع الشباب من خلالها قضايا الرأي في مقابل القنوات الرسمية للصحف أو المواقع الرسمية، وقد يرجع ذلك لدرجة الحرية التي تتمتع بها هذه القنوات في عرض القضايا بنسبة 47,3%، والأسلوب الكوميدي الساخر في عرض القضايا.
- حصلت قضية التنمية على الترتيب الأول بالنسبة لقضايا الرأي التي تثير جدلاً عبر هذه القنوات، ثم التيارات المعارضة، فالإصلاح السياسي، وقد يرجع ذلك لأن مثل هذه القضايا هي التي تثير الرأي العام وآراءه واتجاهاته.
- حصلت نسبة ثقة الشباب إلى حد ما في قنوات اليوتيوب على ترتيب متقدم، وهذا يدل على أن الشباب قد يستخدم وسائل اتصالية لا يثق بها تمامًا في

مقابل أنها تقدم مساحة من الحرية، وقد وجدت فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث على مستوى جميع العبارات الخاصة بأسباب الثقة، وجاء أهم أسباب عدم الثقة أن قنوات اليوتيوب تخضع لميول صاحبها وانتماءاته الفكرية لكل من الذكور والإناث، ثم حصل أسلوب التهكم والسخرية بالنسبة للذكور على مستوى كبير، كما حصلت الإساءة والتشهير بدون وجه حق بالنسبة للإناث أيضاً على ترتيب متقدم.

- جاء أهم أهداف تعرض الشباب للآراء المعارضة للاتجاه العام الحصول على معلومات عن جوانب الموضوع المختلفة، وتفاعل الشباب بنشر القضية التي يتفق معها بالرأي كأحد أهم وسائل التفاعل مع القنوات، أما بالنسبة للقضايا التي لا يتفق معها في الرأي فجاء تفاعل الشباب معها بالتعليق كأهم أشكال التفاعل، وهذا يدل على اهتمام الشباب بالرد والتعليق ليوضح وجهة نظره في القضايا المختلفة التي لا يتفق معها في الرأي، فالقنوات بطبيعتها تشجع على التعليق والتداول والتشارك في المعلومات، فهي تجذب هؤلاء الشباب إلي ممارسة دور نشيط أكثر من مجرد تلقي المعلومة؛ الأمر الذي أنتج ظاهرة التورط أو الاندماج السياسي⁽⁶⁰⁾، وجاء الاتهام بعدم الانتماء والوطنية أهم سلبيات الدخول في مناقشات أو تعليقات مع الآخرين بنسبة 39.6%، ثم استخدام ألفاظ خارجة عن الآداب العامة.

- جاء الاقتناع بوجهة النظر المعارضة للاتجاه العام أحياناً بنسبة 54.6%، ودائماً بنسبة 6%، ثم لا يقتنعون بنسبة 39.4%، وجاء أهم أسباب الاقتناع مساحة الحرية التي تتمتع بها قنوات اليوتيوب، ثم توافقها مع التوجهات السياسية للشباب، وجاء أهم أسباب عدم اقتناع الشباب بوجهة النظر المعارضة لاقتناعه بوجهة نظره السابقة نحو القضية، ثم لتعارضها مع توجهاته السياسية، حيث جاءت قدرة اليوتيوب على تغيير العادات والتقاليد أكبر من قدرته على تغيير الأفكار السياسية⁽⁶¹⁾، ومن هنا يتضح أن التوجهات السياسية للشباب لها تأثير كبير في المحتوى الذي يتعرضون له؛ فهم يتعرضون للمضمون الذي يدعم آراءهم وتوجهاتهم؛ لذا بات من الضروري الاهتمام بهذا القطاع الكبير من الشباب وما يبيث له من مضامين عبر قنوات الاتصال المختلفة.

- تبين وجود علاقة ارتباطية بين معدل التعرض ومستوى الثقة في القنوات، كما تبين وجود علاقة ارتباطية بين معدل التعرض وأهداف الاعتماد (فهم- توجيه-

تسلية)، وتأثيرات الاعتماد (معرفية- وجدانية- سلوكية)، وعدم وجود علاقة ارتباطية بين معدل التعرض والأمن الفكري للشباب.

• تبين وجود علاقة ارتباطية بين درجة اعتماد الشباب على قنوات اليوتيوب للحصول على معلومات عن قضايا الرأي (ومستوى الثقة بالقنوات، وأهداف الاعتماد، والتأثيرات الناتجة عن الاعتماد على قنوات اليوتيوب، والأمن الفكري).

• تبين وجود علاقة ارتباطية بين الأمن الفكري للشباب (ومستوى الثقة بقنوات اليوتيوب، ودوافع تعرض الشباب للآراء المعارضة عبر قنوات اليوتيوب، ومدى الاقتناع بهذه الآراء).

• وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الريف والحضر في مستوى الثقة بقنوات اليوتيوب، ودرجة الاعتماد عليها، وأهداف الاعتماد عليها، والأمن الفكري، كما تبين عدم وجود فروق بين الريف والحضر في معدل التعرض وتأثيرات الاعتماد على قنوات اليوتيوب.

• وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في معدل التعرض ودرجة الاعتماد للحصول على معلومات عن قضايا الرأي المختلفة، وأهداف الاعتماد وتأثيرات الاعتماد والأمن الفكري، كما تبين عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في مستوى الثقة، واتفقت الدراسة مع دراسة أسماء أحمد السيد⁽⁶²⁾، حيث أثبتت الدراسة وجود فروق ذات دلالة بين إحصائية بين الذكور والإناث في معدل التعرض لقنوات اليوتيوب واتجاهاتهم تجاه القضايا السياسية.

توصيات الدراسة:

- 1- تضمين المقررات الدراسية وأنشطة الجامعات المختلفة مضامين الأمن الفكري.
- 2- تحديد آليات للتنسيق بين الأجهزة المعنية ومؤسسات وقطاعات المجتمع مع الجامعة لدعم المنظومة القيمية السمحة، وتفنيد النعرات التي تهدم المجتمع.
- 3- تحصين الشباب فكرياً من خلال مؤسسات المجتمع المدني.
- 4- مساهمة الجامعة في محو الأمية الإلكترونية للشباب والتربية الإعلامية لهم، وتوفير أنشطة طلابية داخل الكليات تساعد على تعزيز الأمن الفكري.
- 5- تنظيم ندوات ومحاضرات للتوعية بمضامين الأمن الفكري.
- 6- تدعيم دور الإرشاد الأكاديمي للطلاب في صالح الأمن الفكري لهم.
- 7- تعريف الطلاب بمخاطر التيارات المنحرفة والمعادية على شبكات الإنترنت.

مراجع الدراسة:

- 1- حسين عبد عواد الدليمي، دور الإعلام في تعزيز الأمن الفكري عند الشباب، مجلة جامعة الأنبار للعلوم الإسلامية، العراق مج 6، ع 23، 2015، ص367.
- 2- هشام البرجي، دوافع مشاهدة الشباب المصري للبرامج المقدمة من خلال موقع اليوتيوب، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، ع54، ج1، يوليو2020، ص417.
- 3- محمد أحمد هاشم الشريف، استخدام الشباب السعودي لليوتيوب وتأثيره على علاقتهم بالتلفزيون، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، ع2019، ج24، ص120-153.
- 4-محمود محمد درويش الرنتيسي، القيم الاجتماعية المتضمنة في البرنامج الكوميدي بس يا زلمة على قناة اليوتيوب، مجلة جامعة فلسطين للأبحاث والدراسات، غزة، مج 6، ع3، أكتوبر 2017، ص 283-314.
- 5-عبيد بن سعيد الشقصي، مدى اعتماد الشباب الخليجي على وسائل الاتصال التقليدية والحديثة في أوقات الأزمات- دراسة مسحية على عينة من طلبة الجامعات الخليجية، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية وتليفزيونية، جهاز إذاعة وتليفزيون الخليج: رقم(30) الرياض،1436، ص 68-69.
- 6-حسن عماد مكاوي، ليلي حسن السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 1998، ص 314.
- 7-Ognyanova,K,: Ball-Rokeah, S.J, Political Efficacy on Internet: media System Dependency Approach Communication and Information Technologies Annual: Politics, Participation and Production,(Bingley, UK: Emerald Group Publishing,2014, available at: <http://www.Academia.edu.Rertrieved.com>
- 8-Werner J.Servin& James Wthankrd Jr"Communication Theories Origins, Methods and Uses in the Mass Media"^{3rd} ed(New York London: Longman,1992) p.263.
- 9-Melvin defleur& Sandra rokeach: **theories of mass communication**, 4ed, New York: Longman (1992) p261.
- 10-Mc Williams –Heather -day: Gender equity issues in the depiction of Females- The instrumentalist "Magazine-August 2000-dully2002, Women's **Studies Mass Communication**,Vol. 64-No.3,C.2002,p532
- 11- D Bordwell. Narrative. Apparatus. **Ideology a film theory reader. "Classical Hollywood cinema Nar rational principles and procedures:** (In P. Rosen, New York: Columbia University Press, 1986.
- 12- Duesenberry- Margrat: Fiddle tunes on air: And Study of gat keeping and traditional music at the BBC ub Scotland, **Mass Communication**,Vol. 62,No.1,2000.
- 13- شيماء ذو الفقار، نظريات تشكيل الرأي العام، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2004، ص 67.
- 14- حيدر عبد الرحمن الحيدر، الأمن الفكري في مواجهة المؤثرات الفكرية، ط1، 2002، ص45.
- 15- سمير عبد القادر خطاب، "انعكاسات شبكات التواصل الاجتماعي على الأمن الفكري لدى طلاب كليات التربية في جامعة الأزهر من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس"، **المجلة التربوية**، كلية التربية، جامعة سوهاج، ج58، 2019، ص ص 1-44.

- 16- نورة بنت ناصر الهزاني، "الشبكات الاجتماعية وأثرها على تعزيز الأمن الفكري لدى طالبات جامعة الأميرة نورة"، *مجلة مكتبة فهد الوطنية*، مج 23، ع2، ستمبر 2018، ص ص 181-207.
- 17- منصور بن زايد الخثلان، "تصور مقترح لتوظيف أدوات التواصل الإلكتروني في تحقيق الأمن الفكري للشباب بمؤسسات التعليم العالي" *المجلة الدولية التربوية*، مج6، ع8، 2017، ص ص 65-86.
- 18- محمد محمد بكير، "التأثيرات الاتصالية لشبكات التواصل الاجتماعي على الأمن الفكري في المجتمع كما تراها النخب السعودية: دراسة مسحية، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ع56، سبتمبر 2016، ص ص 505-553.
- 19- ريم عبد الله المعيزر، أثر شبكات التواصل الاجتماعي على الأمن الفكري لدى طالبات المستوى الجامعي، *مجلة كلية التربية*، جامعة الأزهر، ع 164، ج2، يوليو 2015، ص ص 601-634.
- 20- السيد أبو خطوة، وأحمد نصحي الباز، "شبكة التواصل الاجتماعي وأثارها على الأمن الفكري لدى طلبة التعليم الجامعي"، *المجلة العربية لضمان جودة التعليم الجامعي*، المجلد السابع، ع 15، 2014.
- 21- Burnley, Benjamin, Social, Mediated Democracy: Modeling the Effects of Social Media Use and Deliberative Behaviors on Voting, Middle Tennessee State University, **ProQuest Dissertations Publishing**, 2020.
- 22-Lee, Sangwon, Political Knowledge?: Providing an Overarching Framework and Testing Underlying Mechanisms, The University of Wisconsin - Madison, **ProQuest Dissertations Publishing**, 2020.
- 23-Curry, Kevin Everett, Political Participation During the 2016 United States Presidential Election, Portland State University, **ProQuest Dissertations Publishing**, 2018.
- 24-Adhikari, Shaurav Raj, Identity and Information Sharing in Social Media: A study of Political Identity and Social Media Behavior. **Masters Abstracts International**, University of Minnesota, United States, Dissertations & Theses, 2016. <https://search.proquest.com/docview/1853455423?accountid=178282>
- 25-Iordachem Drago's, Lamanauskas, Vincentas "Exploring the Usage of Social Networking Websites: Perception and Public Opinion of Romanian University Student" **Informatics Economica**, 17(4) 2013.
- 26- هشام البرجي، مرجع سابق، ص ص 417-450.
- 27- أسماء أحمد السيد شبل، "تأثير اليوتيوب على الاتجاهات السياسية للشباب بعد أحداث 30 يونيو 2013 (رصد- اليوم السابع- الأهرام) نموذجًا"، رسالة ماجستير، قسم الإعلام شعبة الإذاعة والتلفزيون، جامعة المنصورة، 2018.
- 28- رندا محمد مصطفى عبد الجليل، الإعلام التقليدي والجديد: تحليل مقارنة للقنوات الفضائية وموقع اليوتيوب، رسالة ماجستير، غير منشورة، قسم الاجتماع، شعبة الإعلام، كلية البنات، جامعة عين شمس، 2017.
- 29- نهلة عبد المنعم المحروق، "دور اليوتيوب في إمداد المراهقين بالمعرفة حول القضايا العربية"، مجلة دراسات طفولة، معهد دراسات طفولة، ج19، ع72، سبتمبر، 2016، ص ص 110-105.
- 30- ناصر المجيب، تأثير قنوات اليوتيوب السعودية في القضايا الرئيسية على المشاهد في السعودية، رسالة ماجستير، قسم الإعلام، جامعة الكويت، 2013.

- 31- Cho, Jaeho, et al, Do Search Algorithms Endanger Democracy? An Experimental Investigation of Algorithm Effects on Political Polarization **Journal of Broadcasting & Electronic Media**. May2020, Vol. 64 Issue 2, p150-172.
- 32-Reis, Ruth, et al, The convenience of algorithms: the role of YouTube in the Brazilian political scene, **Revista Compolitica**. 2020, Vol. 10 Issue 1, p35-58.
- 33-Raby, Rebecca et al Vlogging on YouTube: the online, political engagement of young Canadians advocating for social change, **Journal of Youth Studies**. May2018, Vol. 21 Issue 4, p497-512. 18p-.
- 34-Njegomir, Nicholas M, "The impact of Facebook, Twitter, and You Tube on Millennials political behavior" **Masters, Abstracts International**, United States – Washington, Dissertations & Theses
<https://search.proquest.com/docview/1803580439?accountid=178282>
- 35-Rauf Arif "Social Movements, YouTube and political activism in authoritarian countries : A comparative analysis of political change in Pakistan, Tunisia Egypt, **doctor thesis**, The University of Iowa, 2014.
- 36-Raby, Rebecca et al p497
- 37- محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، القاهرة: عالم الفكر، 2000، ص429
- 38- محمد عبد الحميد مرجع سابق، ص43.
- 39- نهلة عبد المنعم المحروق، مرجع سابق، ص 110-105.
- 40- Hsiu-Sen Chain et al, "You Tube stickiness: The Needs, Personal and Environmental Perspective', **Internet Research**, Vol.25, Issue.1,(UK: Emerald Group Publishing ,January,2015,p p,58-106.
- 41- نورهان محمد أحمد "دوافع تعرض الشباب الجامعي للمضامين السياسية الساخرة على مواقع التواصل الاجتماعي والأشباع المتحققة منها، رسالة ماجستير، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة حلوان، 2016.
- 42- هشام البرجي، مرجع سابق، ص ص 417-450.
- 43- رحاب طلعت محمد علي، الانتماء للوطن لدى المراهقين على بعض مواقع التواصل الاجتماعي (الفييس بوك، اليوتيوب)، **دراسات طفولة**، مج 17، ع63، يونيو 2014، ص ص 34-29.
- 44- رندا محمد مصطفى عبد الجليل، اتجاهات الشباب المصري نحو برامج اليوتيوب: دراسة ميدانية، **مجلة البحث العلمي في الآداب**، كلية البنات للآداب والعلوم والتربية، جامعة عين شمس، ع18، ج4، 2017، 231-205.
- 45- نورهان محمد أحمد، مرجع سابق.
- 46- محمد عبد البديع السيد، دور وسائل الإعلام الجديدة في تغيير بعض القيم السياسية لدى الشباب المصري بعد ثورتي 25 يناير 2011 و30 يوليو 2013، **المؤتمر العلمي الدولي الأول لكلية الإعلام**، جامعة فاروس بالإسكندرية (مستقبل الإعلام في ظل التحولات المجتمعية).
- 47- محمد أحمد هاشم الشريف، مرجع سابق، ص120-153.
- 48- رندا محمد مصطفى عبد الجليل، اتجاهات الشباب المصري نحو برامج اليوتيوب، مرجع سابق، ص 215.

- 49- عبد العزيز السيد، دوافع تعرض المراهقين لبرامج الجرافيك الساخرة والإشباع المتحققة منها من س17-18، **مجلة جامعة عين شمس**، كلية الدراسات العليا للطفولة، مج20، ع77، ديسمبر 2017، ص29-36.
- 50- رندا محمد مصطفى عبد الجليل، اتجاهات الشباب المصري نحو برامج اليوتيوب مرجع سابق، ص 214.
- 51- نورة عبد الله محمود، أثر التعرض للشبكات الاجتماعية على الإنترنت في إدراك القضايا والأحداث الجارية لدى عينة من الشباب الجامعي، رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة جنوب الوادي 2014.
- 52- إيمان محمد حسني، التعرض للأراء السياسية المعارضة وعلاقتها بمستوى جودة آراء المواطنين، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، ع47، أبريل- يونيو 2014، ص240.
- 53- نهلة عبد المنعم أحمد، **مرجع سابق**، ص110-105.
- 54- هشام البرجي، **مرجع سابق**، ص ص 417-450.
- 55-Sánchez-Villar, Juan Maria The use of blogs as social media tools of political communication: citizen journalism and public opinion 2.0, *Communication & Society*. Vol. 32 Issue 1, p39-55. 17p, 2019.
- 56-Montiel, Isolda, *Social Media Kaleidoscope: Perception of Social Media as Influential to Transnational Identity*, University of Maryland, Baltimore County, ProQuest Dissertations Publishing, 2019.
- 57-Cho, Jaeho, et.al, op.cit.p 150
- 58- محمد فتحي توفيق، استخدامات الشباب المصري لموقع اليوتيوب والإشباع المتحققة منها، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2015.
- 59- رندا محمد مصطفى، **مرجع سابق**.
- 60- مها عبد المجيد صلاح، مواقع الفيديو التشاركي: واقعها ومستقبلها وتأثيراتها، ورقة عمل مقدمة إلى **الملتقى العربي الأول للصحافة الإلكترونية** بعنوان "مستقبل وسائل الإعلام في العصر الرقمي" 29-27 نوفمبر 2010.
- 61- بدر نادر الخضري، تأثير برنامج اليوتيوب على اتجاهات الطلاب في جامعة الكويت، **مجلة القراءة والمعرفة**، كلية التربية، ع2018، 205، ص 15-57.
- 62- أسماء أحمد السيد شبل، تأثير اليوتيوب على الاتجاهات السياسية للشباب بعد أحداث 3 يونيو 2013 (رصد- اليوم السابع - الأهرام) نموذجاً، رسالة ماجستير، قسم الإعلام شعبة الإذاعة والتلفزيون، جامعة المنصورة، 2018.

** أسماء السادة المحكمين

- أ.م.د/أحمد أحمد زارع- أستاذ الصحافة المساعد- كلية الإعلام- جامعة الأزهر.
- أ.د/ أمينة إبراهيم الشناوي- أستاذ بقسم علم النفس- كلية الآداب- جامعة المنوفية.
- د/رشا عاطف الشيخ، مدرس الإذاعة والتلفزيون- كلية التربية النوعية- جامعة المنوفية
- أ.م.د/ دعاء فكري- أستاذ الصحافة المساعد- بكلية التربية النوعية- جامعة المنوفية.
- أ.م.د/ عبد الخالق زقروق- أستاذ الصحافة المساعد- بكلية التربية النوعية- جامعة المنوفية
- أ.م.د/ هناء السيد محمد- أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد- بكلية التربية النوعية- جامعة المنوفية.
- أ.د/ هيام مصطفى- أستاذ بقسم علم النفس، بكلية التربية النوعية- جامعة المنوفية.
- أ.د/ وليد النجار، أستاذ الصحافة- بكلية التربية النوعية- جامعة المنصورة.