

الآثار الاجتماعية والثقافية لظاهرة اليوتيوبرز على الأطفال في المجتمع المصري دراسة ميدانية على عينة من طلاب المرحلة الابتدائية بمدينة المنصورة

إعداد دكتورة

نيفين إبراهيم محمد فتحي إبراهيم أبو على

مدرس بقسم العلوم التأسيسية

بالمعهد العالي للخدمة الاجتماعية بالمنصورة

ملخص البحث:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الآثار الاجتماعية والثقافية لظاهرة اليوتيوبرز على الأطفال في المجتمع المصري، وذلك من خلال دراسة ميدانية على عينة من طلاب المرحلة الابتدائية بمدينة المنصورة، استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتم جمع البيانات بواسطة استبانة موزعة على 300 طالب وطالبة من مدارس ابتدائية بمدينة المنصورة، بالإضافة إلى مقابلة مع 15 فرد من معلمين وأولياء أمور ويوتيوبرز، وتم تحليل البيانات باستخدام الإحصاء الوصفي والاستدلالي بواسطة برنامج SPSS.

أظهرت نتائج الدراسة أن محتوى اليوتيوب يسبب في تغيير السلوك والمواقف والقيم لدى الأطفال، وأن الأطفال يحاولون تقليد سلوكيات اليوتيوبرز في حياتهم اليومية، وأن الأطفال قد يواجهوا بعض التحديات في مشاهدة ومتابعة اليوتيوبرز، مثل الإدمان والأفراط في الاستهلاك والخداع والتضليل من قبل بعض اليوتيوبرز والانتقاد والسخرية من قبل الأصدقاء أو المجتمع، وأوصت الدراسة بضرورة توعية الأطفال والآباء والمعلمين بالجوانب الإيجابية والسلبية لظاهرة اليوتيوبرز، وتشجيع الأطفال على مشاهدة المحتوى الهادف والمفيد، وتنمية قدراتهم النقدية والإبداعية.

الكلمات المفتاحية: اليوتيوب، اليوتيوبرز، الأطفال، المجتمع المصري.



The social and cultural impacts of the YouTube phenomenon on children in Egyptian society. A field study on a sample of primary school students in Mansoura.

Research Summary:

This study aimed to identify the social and cultural effects of the phenomenon of YouTubers on children in the Egyptian society, through a field study on a sample of primary school students in Mansoura city. The study used the descriptive analytical approach, and data were collected by a questionnaire distributed to 300 male and female students from primary schools in Mansoura city, in addition to an interview with 15 individuals from teachers, parents and YouTubers. Data were analyzed using descriptive and inferential statistics by SPSS program.

The results of the study showed that YouTube content causes changes in the behavior, attitudes and values of children, and that children try to imitate the behaviors of YouTubers in their daily lives, and that children may face some challenges in watching and following YouTubers, such as addiction, overconsumption, deception and misleading by some YouTubers, and criticism and ridicule by friends or society. The study recommended the need to raise the awareness of children, parents and teachers about the positive and negative aspects of the phenomenon of YouTubers, and to encourage children to watch the purposeful and useful content, and to develop their critical and creative abilities.

Keywords: YouTube, YouTubers, children, Egyptian society.

تعتبر ظاهرة اليوتيوبز أو محتوى الفيديو عبر الإنترنت من بين الظواهر الاجتماعية المعاصرة التي لا يمكن إغفال تأثيرها الكبير على الأطفال في المجتمع المصري، يعد اليوتيوب أحد أكبر وسائل الاتصال في العصر الحديث، وقد أصبح اليوتيوبز جزءًا لا يتجزأ من حياة الكثير من الأطفال الذين يستخدمون هذه القنوات للترفيه والتعلم والتفاعل مع المحتوى، تتراوح فئة اليوتيوبز من الشخصيات الشهيرة في ألعاب الفيديو والموسيقى والرسوم المتحركة إلى الأشخاص الذين يقدمون محتوى تعليمي وثقافي، إن وجود هذه الشخصيات والمحتوى المتنوع يعزز قدرات الأطفال على اكتساب المعرفة وتنمية مهاراتهم في مختلف المجالات، ومع ذلك، فإن لهذه الظاهرة آثارًا اجتماعية وثقافية قد تكون إيجابية أو سلبية على الأطفال في المجتمع المصري.

من الناحية الإيجابية، يمكن لليوتيوبز أن يلعبوا دورًا هامًا في بناء شخصية الطفل وتعزيز قدراته الإبداعية والتفكير النقدي، كما يمكن أن تكون القنوات التعليمية والتثقيفية مصدرًا قيمًا للمعرفة والثقافة، وتشجع الأطفال على استكشاف مجالات جديدة وتوسيع دائرة معارفهم، مع ذلك، تظهر أيضًا آثارًا سلبية محتملة لهذه الظاهرة على الأطفال في المجتمع المصري، فمع تنوع المحتوى، قد يتعرض الأطفال للإرهاق البصري والتشتت الذهني بسبب وجود كمية هائلة من الفيديوهات المتاحة، قد يتأثر أداء الأطفال في المدارس والعلاقات الاجتماعية بسبب استغراقهم الكثير في مشاهدة الفيديوهات وانخفاض وقت اللعب والتفاعل الحقيقي مع الآخرين.

علاوة على ذلك، قد يتعرض الأطفال لبعض المحتوى غير المناسب لعمرهم والذي يحتوي على عناصر عنفية أو جنسية أو إعلانات مواد غذائية غير صحية، يعد التحكم عند تصفح اليوتيوب أمرًا صعبًا، حيث يمكن للأطفال أن يتعرضوا لمحتوى غير مناسب بسهولة ودون مراقبة من الأهل، لذا، يجب على المجتمع المصري أن يكون على دراية بالآثار الاجتماعية والثقافية لظاهرة اليوتيوبز على الأطفال. يجب على الأهل أن يكونوا على اتصال وثيق مع أبنائهم ويشجعونهم على مشاهدة المحتوى الملائم لعمرهم والانخراط في نشاطات أخرى خارج الإنترنت، كما يجب توفير التوجيه والإشراف للأطفال أثناء تصفحهم لليوتيوب لتجنب التعرض للمحتوى الغير مناسب.

كما يجب على الجهات المعنية كالمدارس والمؤسسات التعليمية والمجتمع المحلي، تعزيز الوعي حول الاستخدام السليم لليوتيوب وتعليم الأطفال كيفية تحليل وفهم المحتوى الذي يشاهدونه، يمكن تنظيم ورش عمل وندوات ومناقشات حول هذا الموضوع لتوعية الأطفال وإعطائهم الأدوات اللازمة لاتخاذ القرارات الصحيحة في استهلاك المحتوى، باختصار، يمكن أن تكون ظاهرة اليوتيوبز ذات تأثير اجتماعي وثقافي هام على الأطفال في المجتمع المصري، من خلال الاهتمام اللازم والتوجيه السليم، يمكن الاستفادة من فوائدها وتجنب الآثار السلبية، يجب علينا جميعًا العمل سويًا لضمان أن الأطفال يستفيدون من اليوتيوب بشكل صحي وآمن ومفيد في نموهم الاجتماعي والثقافي.

مشكلة البحث:

تشهد الفترة الحديثة تحولات هائلة في طبيعة التواصل والتأثير الاجتماعي، حيث أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي ومنصات الفيديو عبر الإنترنت تلعب دورًا رئيسيًا في تشكيل وجدان الأفراد، خاصة الأطفال الذين يشكلون جزءًا حيويًا من المجتمع، تعد ظاهرة اليوتيوبز من بين هذه الظواهر الفريدة التي تستحوذ على اهتمام الشبان والشابات، وخاصة في المجتمع المصري الذي يشهد تزايدًا ملحوظًا في استهلاك المحتوى الرقمي، يعد موقع [يوتيوب هو أحد أكبر مواقع الفيديو في العالم، حيث يستخدمه أكثر من 2.5 مليار شخص شهريًا، يوتيوب متاح في 100 دولة ويدعم 80 لغة\(1\)](#)، يوتيوب يقدم فرصة للمبدعين لمشاركة محتواهم مع الجمهور وكسب المال من الإعلانات والرعايات والمبيعات. في مصر، يبلغ عدد مستخدمي الإنترنت [59.19 مليون نسمة\(2\)](#)، ومن المحتمل أن يكون معظمهم يستخدمون يوتيوب، وفقًا لموقع ["Data Reportal"](#)، فإن نسبة الاستخدام الشهري ليوتيوب في مصر

هي 93% (3)، مما يعني أن حوالي 55 مليون مصري يشاهدون يوتيوب كل شهر، من بين مستخدمي يوتيوب في مصر، هناك فئة كبيرة من الأطفال الذين يستمتعون بمشاهدة مقاطع الفيديو التعليمية والترفيهية، وفقاً لإحصائية عالمية، فإن 80% من الآباء الذين نقل أعمار أطفالهم عن 12 عاماً في الولايات المتحدة قالوا أن أطفالهم يشاهدون يوتيوب (4)، ومن المحتمل أن تكون هذه النسبة مشابهة في مصر، أما عن عدد اليوتيوبرز في مصر، فلا يوجد رقم رسمي معروف، لكن هناك العديد من القنوات المصرية التي تحقق شهرة ونجاحاً على المنصة، وفقاً لموقع "Social Blade"، فإن أكثر القنوات المصرية مشاهدة على يوتيوب هي قناة "Nastya"، التي تقدم محتوى للأطفال، ولها أكثر من 78 مليون مشترك و 43 مليار مشاهدة (5).

يهدف هذا البحث إلى استكشاف الآثار الاجتماعية والثقافية لظاهرة اليوتيوبرز على الأطفال في المجتمع المصري، حيث تعتبر هذه الظاهرة ظاهرة تواصل رقمي تأخذ أشكالاً متنوعة تتراوح بين مقاطع الفيديو التعليمية إلى تلك ذات الطابع الترفيهي، يعد الأطفال جمهوراً هاماً لمحتوى اليوتيوب، وتعتمد شعبيتهم على قدرتهم على جذب وترفيه الشباب بأسلوب فريد ومبتكر، يأتي هذا البحث ليلقي الضوء على تأثير اليوتيوبرز على الأطفال المصريين، وكيفية تشكيل هذا التأثير لرؤى اجتماعية وثقافية قد تكون ذات أثر عميق، سيتناول البحث تفاعل الأطفال مع محتوى اليوتيوب والتأثير الذي يمكن أن يتركه على معتقداتهم وسلوكهم، كما سينظر البحث أيضاً في كيفية تأثير هذه الظاهرة على التقاليد والقيم في المجتمع المصري، ومدى تكاملها أو تعارضها مع البيئة الاجتماعية والثقافية للأسر المصرية، يأتي هذا البحث في سعينا لفهم التحولات الاجتماعية التي يمر بها المجتمع المصري وتأثير الابتكارات الرقمية على الأجيال الصاعدة، سيكون التركيز على الأطفال كفئة عمرية حساسة، حيث تشكل فهمهم للعالم من خلال هذه الوسائل الرقمية جزءاً أساسياً من تشكيل ثقافتهم وهويتهم المستقبلية. مما سبق تتبلور مشكلة الدراسة في التعرف على الآثار الاجتماعية والثقافية لظاهرة اليوتيوبرز على الأطفال في المجتمع المصري.

أهمية البحث:

يمكن تقسيم أهمية البحث إلى أهمية نظرية وأهمية تطبيقية:

الأهمية النظرية:

تعتبر هذه الدراسة ذات أهمية نظرية كبيرة في إطار فهم التأثيرات الاجتماعية والثقافية لظاهرة اليوتيوبرز على الأطفال في المجتمع المصري، من خلال تحليل هذه التأثيرات، يمكن تسليط الضوء على طبيعة التغييرات في الديناميات الاجتماعية والثقافية في مجتمع يشهد تطورات تكنولوجية سريعة، كما توفر إطار نظري لفهم كيفية تفاعل الأطفال مع محتوى اليوتيوبرز وكيف يتشكلون تحت تأثيره، ويسهم في إثراء الأدبيات الاجتماعية والثقافية المتعلقة بالأطفال وواقعهم الرقمي.

الأهمية التطبيقية:

تتمثل الأهمية التطبيقية للبحث الحالي في الآتي:

1. توجيه السياسات التربوية: يقدم البحث إسهامات قيمة لصنع القرار التربوي، حيث يمكن استخدام نتائجه لتوجيه سياسات التعليم والتربية لتعزيز استخدام وسائل التواصل الرقمي بطريقة تساعد في تطوير قدرات ومهارات الأطفال.
2. فهم تحديات المجتمع الرقمي: يساهم البحث في فهم تحديات المجتمع الرقمي وكيف يتفاعل الأطفال معها، مما يمكن من تحسين استراتيجيات التواصل مع الأطفال في ظل هذا التحول الرقمي.
3. تحسين العلاقات الأسرية: يمكن أن يساعد البحث في توجيه الأسر والأهل حول كيفية التفاعل مع اهتمامات الأطفال الرقمية وكيفية تحقيق التوازن بين الحياة الرقمية والحياة اليومية.
4. دعم الجهود الرقمية الإيجابية: يمكن للبحث توجيه المبادرات الرقمية بشكل إيجابي، مثل إنتاج محتوى تربوي على الإنترنت يستفيد منه الأطفال.

5. المساهمة في بحوث المستقبل: يمثل هذا البحث أساساً للبحوث المستقبلية حول تأثير التكنولوجيا على الأطفال، وتوفير إطار للباحثين لفهم التطورات الاجتماعية والثقافية المستمرة.

أهداف البحث:

- يسعى البحث الحالي إلى التعرف على الآثار الاجتماعية والثقافية لظاهرة اليوتيوبز على الأطفال في المجتمع المصري، ويندرج من هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية وهي:
- 1- التعرف على خصائص اليوتيوبز وأهميتهم في الإعلام الجديد.
 - 2- التعرف على العوامل التي تؤثر على اختيار ومشاهدة ومتابعة الأطفال لليوتيوبز.
 - 3- التعرف على الآثار الاجتماعية والثقافية لليوتيوبز على سلوكيات ومواقف وقيم ومهارات ومعارف الأطفال.
 - 4- التعرف على التحديات والإيجابيات المتعلقة بظاهرة اليوتيوبز وتأثيرها على الأطفال في المجتمع المصري.
 - 5- التعرف على الرؤية المستقبلية للتحفيز من تأثيرات اليوتيوبز على الأطفال.

تساؤلات البحث:

- 1- ما الخصائص التي تحدد اليوتيوبز وأهميتهم في الإعلام الجديد؟
- 2- ما العوامل التي تؤثر على اختيار ومشاهدة ومتابعة الأطفال لليوتيوبز؟
- 3- ما الآثار الاجتماعية والثقافية لليوتيوبز على سلوكيات ومواقف وقيم ومهارات ومعارف الأطفال؟
- 4- ما التحديات والإيجابيات المتعلقة بظاهرة اليوتيوبز وتأثيرها على الأطفال في المجتمع المصري؟
- 5- ما الرؤية المستقبلية للتحفيز من تأثيرات اليوتيوبز على الأطفال؟

الدراسات السابقة:

1- دراسة محمد سليم الزبون وضيف الله عودة أبو صعيك (2014) بعنوان الآثار الاجتماعية والثقافية لشبكات التواصل الاجتماعي على الأطفال في سن المراهقة في الأردن.⁽⁶⁾

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الآثار الاجتماعية والثقافية لشبكات التواصل الاجتماعي على الأطفال في سن المراهقة في الأردن من وجهة نظرهم، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي والاستبيان كأداة لجمع البيانات من عينة مكونة من 400 طالب وطالبة من مدارس الأردن، وتوصلت هذه الدراسة إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي لها آثار اجتماعية وثقافية متعددة على الأطفال في سن المراهقة في الأردن، ومنها: تعزيز العلاقات الاجتماعية والتواصل مع الآخرين، تنمية المهارات والمعارف والقيم، تعرض للتأثيرات السلبية والمخاطر، تغيير الهوية والانتماء والثقافة، وتأثير على الأداء الأكاديمي والصحة النفسية والجسدية.

2- دراسة عزيز أحمد عبد الرشيد (2015) بعنوان وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على الفرد والمجتمع.⁽⁷⁾

هدفت الدراسة إلى التعرف على وسائل التواصل الاجتماعي وأنواعها ونشأتها وتطورها، وكشف آثارها الاجتماعية والثقافية والسياسية والاقتصادية والدينية والإعلامية والأمنية والصحية والتعليمية على الفرد والمجتمع، وتقديم مقترحات لتعزيز الآثار الإيجابية وتقليل الآثار السلبية، واعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي، كما استخدمت أداة الاستبيان لجمع البيانات لعينة من طلبة الجامعة السلفية في الهند مكونة من 200 طالب وطالبة من مختلف الكليات والتخصصات، وأظهرت الدراسة أن وسائل التواصل الاجتماعي لها آثار متعددة على الفرد والمجتمع، بعضها إيجابي وبعضها سلبي، وأن هناك عوامل مؤثرة في درجة التأثير بتلك الآثار، مثل الجنس والعمر والتخصص والمستوى الدراسي والمدة والوقت والغرض من استخدام تلك الوسائل.

3- دراسة Hanan Ezzat (2020) بعنوان المؤثرون على وسائل التواصل الاجتماعي والهوية الإلكترونية للشباب المصري.⁽⁸⁾

هدفت الدراسة إلى استكشاف العلاقة بين المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي والهوية الإلكترونية للشباب المصري، وكان سياق الدراسة هو مصر، وهي دولة نامية في العالم العربي شهدت ثورة غيرت مجرى تاريخها في عام 2011، وكان الشباب، الذين يمثلون حوالي 60 في المائة من السكان، من أكثر الفئات تأثراً في المجتمع، وهم أكثر مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي، ويمثلون أكبر عدد من المعجبين بالمؤثرين، وركزت الدراسة على العلاقة بين المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي وبناء الهوية الإلكترونية لمعجبيهم من الشباب، استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي والمنهج النوعي، وتكونت عينة الدراسة من تسعة مؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي وثمانية عشر من معجبيهم من الشباب، استخدمت الدراسة مقابلات شخصية نصف مهيكلت مع المؤثرين ومعجبيهم، وأظهرت نتائج الدراسة أن المؤثرين يلعبون دوراً غير مباشر في تفاوض وبناء الهوية الإلكترونية لمعجبيهم من الشباب، وأظهرت الدراسة أيضاً أن الشباب المصري يتبنون بعض السمات والخصائص والقيم والهوية التي ينشرونها المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي، ويتفاعلون معهم ويشاركونهم آرائهم ومواقفهم الاجتماعية والسياسية.

4- دراسة Daniel Zimmermann, et al. (2020) بعنوان المؤثرون على اليوتيوب: دراسة كمية حول استخدام الشباب وتصوراتهم لمقاطع الفيديو حول مواضيع سياسية واجتماعية. (9)

هدفت الدراسة إلى دراسة التقييمات التحليلية والنقدية للشباب مستخدمي YouTube ومقاطع الفيديو الخاصة بهم حول الموضوعات السياسية والاجتماعية (فيديوهات YTPS)، وكيف تتأثر بعمر الشباب وجنسهم، واعتمدت على أداة الاستبيان لـ 562 مشاركاً وقسمتهم إلى ثلاث فئات عمرية، وتم اختيارهم من مختلف المدارس والجامعات في ألمانيا، وكانت العينة متوازنة من حيث الجنس والفئة العمرية، وأظهرت النتائج أن المشاركين أبلغوا عن معدل مشاهدة معتدل لمقاطع فيديو YTPS، كما قاموا بتصنيف مقاطع فيديو YTPS على أنها ذات مصداقية إلى حد ما، واعتبروا أن الخصائص المحددة لمقاطع فيديو YTPS ومنتجها تشير إلى حد ما للأخبار المزيفة، عند مقارنتها بأخبار التلفزيون التقليدية، كان يُنظر إلى مقاطع فيديو YTPS على أنها أكثر تسلية وعاطفية ومضحكة ومثيرة وحديثة وتحفيزية ولكنها أيضاً أكثر ذاتية وتلاعياً. وفيما يتعلق بمستخدمي اليوتيوب، أسند إليهم المشاركون وظيفة قذرة مهمة، لكنهم انتقدوهم للتعامل معها بشكل غير مسؤول إلى حد ما، وفيما يتعلق بعمليات تكوين الرأي، أفاد المشاركون عن دور غير مهم إلى حد ما لمقاطع فيديو YTPS في تعلمهم حول الموضوعات السياسية والاجتماعية، كما أنهم ينظرون إلى أنفسهم على أنهم أقل تأثراً من أقرانهم الآخرين والشباب، ومع ذلك، فهم يفضلون التحدث مع الأصدقاء بدلاً من المعلمين حول مقاطع فيديو YTPS، وكان للعمر والجنس أيضاً تأثيرات على مستويات مختلفة.

5- دراسة Cihat Yaşaroğlu, Mehmet Ali Boylu (2020) بعنوان تأثير مشاهير اليوتيوب على قيم الأطفال: آراء الآباء. (10)

هدفت الدراسة التعرف على آراء الآباء حول تأثير مشاهير اليوتيوب على قيم أطفالهم، ومدى اعتبارهم مشاهير اليوتيوب كنماذج أو قذوات لأطفالهم، واعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي والمنهج الاستقصائي، كما استخدمت الدراسة أداة الاستبيان موجه للآباء لمعرفة آرائهم حول تأثير مشاهير اليوتيوب على قيم أطفالهم، وتكونت عينة الدراسة من 365 ولي أمر من تركيا، وأظهرت نتائج الدراسة أن الآباء لا يعتبرون مشاهير اليوتيوب كنماذج أو قذوات لأطفالهم، وأن لديهم موقف سلبي تجاه مشاهير اليوتيوب، وأنهم يقلقون من الوقت الذي يقضيه أطفالهم على اليوتيوب، كما أظهرت الدراسة أن مشاهير اليوتيوب يؤثران على قيم الأطفال بشكل سلبي أكثر من إيجابي.

6- دراسة لولوة على البسيسبي (2020) بعنوان تأثير مشاهير التواصل الاجتماعي على سلوك الأطفال: دراسة ميدانية على عينة من الآباء والأمهات بمدينة جدة: برنامجي السناب شات واليوتيوب نموذجاً. (11) هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على تأثير مشاهير التواصل الاجتماعي على سلوك الأطفال والتعرف على مدى تأثير هؤلاء المشاهير على السلوك الاجتماعي واللغوي للأطفال، وقد اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي، من خلال الأدب النظري للوقوف على تأثير مشاهير التواصل الاجتماعي على سلوك الأطفال، والمنهج التحليلي في الجزء الميداني من خلال استبانة أعدت لأغراض هذه الدراسة، وشمل مجتمع الدراسة الأسر بمدينة جدة، وقد أجريت هذه الدراسة بطريقة العشوائية، وقد كان عدد الذين استجابوا للدراسة (500) مستجيباً ذكورا وإناث، وقد توصلت نتائج الدراسة إلى: بالنسبة لعمر الطفل، تم التوصل إلى أن نسبة (27.4 %) هم الأطفال من الفئة العمرية (9-11 سنة)، وأن نسبة (27.0 %) من الفئة العمرية (3-5 سنوات)، وأن نسبة (23.0 %) هم من (6-8 سنوات)، وأن نسبة (22.6 %) هم من الفئة العمرية (13-12 سنة)، بالنسبة لعدد الساعات التي يقضيها الطفل في مشاهدة برنامج اليوتيوب والسناب شات، فقد تم التوصل إلى أن نسبة (40.0 %) من الأطفال يقضون (3-5 ساعات) في مشاهدة برنامج اليوتيوب والسناب شات، وأن نسبة (29.2 %) يقضون (ساعة - ساعتين)، وأن نسبة (18.0 %) من الأطفال يقضون (6 ساعات فأكثر)، وكانت أقل نسبة (12.8 %) يقضون (ساعة فأقل) في مشاهدة برنامج اليوتيوب والسناب شات، كما توصلت النتائج إلى أن تأثير مشاهير التواصل الاجتماعي على السلوك الاجتماعي واللغوي للأطفال كانت بدرجة متوسطة.

7- دراسة **Afnan A. Qutub, Alaa A. Muhammad (2022)** بعنوان أثر تعرض الأطفال لقناة مشاية العائلة على منصة اليوتيوب في التنشئة الاجتماعية للطفل السعودي فيما يتعلق بالرضا عن الحياة. (12)

هدفت هذه الدراسة قياس آثار التعرض لمنصة اليوتيوب، قناة مشاية العائلة، على التنشئة الاجتماعية للأطفال، ورصد الباحثون المحتوى الذي تقدمه القناة ومدى تأثير الأطفال به من الناحية الأخلاقية والسلوكية، وتحديد آثار تعرضهم المتكرر للبرامج على رضاهم عن الحياة، واستخدم هذا البحث المنهج المسحي، وتم استخدام استبيان إلكتروني للحصول على معلومات من عينة الدراسة المكونة من 338 أم سعودية يشاهد أطفالها "قناة المشاية العائلية"، وتتراوح أعمار الأطفال من 5 إلى 13 سنة، وتم اختيار العينة باستخدام تقنية أخذ العينات كرة الثلج، والتي تعتمد على الإحالات من الأشخاص الأوليين لإنشاء مواضيع إضافية، وتوصلت الدراسة إلى أن نسبة كبيرة من الأطفال لديهم وعي بمصطلحات مثل الاشتراك والمشاركة والإعجاب والمشاهدة، ويعود السبب في ذلك إلى تأثيرهم بفكرة الشعبية ورغبتهم في إنشاء قناة خاصة بهم على اليوتيوب، كما توصل البحث إلى أن نسبة كبيرة من الأطفال يفضلون محتوى المقال في القناة ووصفوه بالمثير، مما دفعهم لتقليد هذه المقال في حياتهم، توصل البحث إلى أن معظم الأمهات لا يحبين أن يشاهد أطفالهن القناة لأنها تحث الطفل على المزاح مع الآخرين وتحفز سلوك الشراء لدى الأطفال، وهذا يؤكد الدور الذي تلعبه منصات الإعلام الجديد، وخاصة اليوتيوب، والذي ينتج عنه اكتساب الأطفال قيماً ليس للترفيه فحسب، بل أيضاً أداة للتعلم والتواصل والترفيه.

8- دراسة رانيا رمزي حليم (2022) بعنوان دور المؤثرين الاجتماعيين في الحياة اليومية للشباب المصري "دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي". (13)

سعت الدراسة إلى التعرف على دور المؤثرين الاجتماعيين في الحياة اليومية للشباب الجامعي، وذلك من خلال الكشف عن أسباب إنتشار ظاهرة المؤثرين الاجتماعيين بين الأوساط الشبابية، كذلك الكشف عن طبيعة القضايا والموضوعات المفضلة عند الشباب فيما يقدمه المؤثرين والوقوف على الإنعكاسات الاجتماعية المترتبة على متابعة الشباب الجامعي للمؤثرين، تعد هذه الدراسة بمثابة دراسة وصفية تحليلية اعتمدت على أسلوب المسح الاجتماعي بالعينة، واعتمدت على الاستبيان الإلكتروني

كأداة لجمع البيانات، كما اعتمدت الباحثة على عينة كرة الثلج "الشبكية"، وقد بلغ عدد مفردات العينة 562 مفردة، وقد كشفت الدراسة عن تنوع دوافع متابعة الشباب لمواقع المؤثرين ما بين دوافع طقوسية مثل التسلية والترفية والمتعة والاسترخاء، تضيئة الوقت بسبب الفراغ، الهروب من المشكلات الحياتية اليومية، الرغبة في السفر لأجمل الأماكن حول العالم، الصداقة والألفة مع الانفلونسر، التعرف على الذات، ودوافع منفعية مثل الرغبة في الحصول على معلومات جديدة (علمية- تاريخية - دينية - طبية- غذائية - عملية)، واكتساب خبرات حياتية ومعرفة عامة بمشاهدة المنشورات، وتعلم أشياء محددة، وإيجاد فرص عمل، كما كشفت نتائج الدراسة عن كيفية استخدام فئة الشباب لمواقع المؤثرين حيث اتضح أن الشباب جمهوراً نشطاً يستطيع أن يختار ويستخدم ويتابع منصات المؤثرين بطريقة تشبع حاجاته وتلبي توقعاته وورغباته، كما اتضح وجود علاقة بين خصائص مرحلة الشباب التي تتميز بالنشاط والرغبة في اكتساب الجديد من المعارف والمهارات وبين الإشباع المتحققة من متابعة صناعات المحتوى من بناء المعارف (المعلومات الجديدة) واكتساب الخبرات الحياتية وتعلم المهارات وتكوين وتغيير الإتجاهات وتوجيه السلوكيات واتخاذ القرارات وتسويق المنتجات والخدمات.

التعقيب على الدراسات السابقة:

الدراسات السابقة التي ذكرتها ترتبط بالبحث الحالي بطرق مختلفة، حيث يركز بعضها على التأثيرات الاجتماعية والثقافية لليوتيوب على الأطفال بشكل عام، مثل دراسة (محمد سليم الزبون وضيف الله عودة أبو صعيك ، 2014)، مما يوفر سياقاً أوسع ومنظوراً مقارناً للبحث الحالي، ويمكنهم أيضاً المساعدة في تحديد العوامل المشتركة والفريدة التي تؤثر على التنشئة الاجتماعية وتكوين هوية الأطفال من خلال YouTube، مثل المحتوى واللغة والثقافة والقيم والأقران والآباء ومحو الأمية الإعلامية للأطفال، بالنسبة للمنهج، فإن البحث الحالي يتفق مع بعض الدراسات السابقة التي استخدمت المنهج الوصفي التحليلي كدراسة (عزيز أحمد عبد الرشيد، 2015)، ودراسة (Hanan Ezzat، 2020)، ودراسة (رائيا رمزي حليم، 2022)، كما اختلف البحث الحالي مع بعض الدراسات السابقة من حيث أداة الدراسة حيث أن البحث الحالي يعتمد على أدوات الاستبيان والمقابلة، إلا أن الدراسات السابقة لم تزوج بين أدوات الاستبيان والمقابلة، فبعضهم استخدم الاستبيان كدراسة (Daniel، 2020)، وبعضهم استخدم مقابلة كدراسة (Hanan Ezzat، 2020).

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

تساهم الدراسات السابقة في إثراء البحث الحالي، وزيادة فهمه لظاهرة اليوتيوبرز وأثارها على الأطفال، وذلك من خلال:

- توفير إطار نظري للبحث: تقدم الدراسات السابقة إطاراً نظرياً للبحث، يحدد المفاهيم والنظريات التي يمكن استخدامها لدراسة ظاهرة اليوتيوبرز وأثارها على الأطفال.
- توفير معلومات أساسية عن ظاهرة اليوتيوبرز: تقدم الدراسات السابقة معلومات أساسية عن ظاهرة اليوتيوبرز، مثل تعريفها وخصائصها وانتشارها.
- توفير نتائج بحثية سابقة: تقدم الدراسات السابقة نتائج بحثية سابقة حول الآثار الاجتماعية والثقافية لظاهرة اليوتيوبرز، يمكن استخدامها لمقارنة نتائج البحث الحالي وتحليلها.

التوجه النظري للبحث:**نظرية التعلم الاجتماعي:**

نظرية التعلم الاجتماعي هي نظرية نفسية تفسر كيف يتعلم الأفراد من خلال مشاهدة وتقليد وتجريب وتقويم السلوكيات والمهارات والمعارف التي يقدمها الآخرون، وكيف يتأثر هذا التعلم بالعوامل الاجتماعية والثقافية والبيئية والتحفيزية، وتعتبر هذه النظرية من أهم النظريات التي تحاول شرح ظاهرة المؤثرين على اليوتيوب والآثار الاجتماعية والثقافية لها على الأطفال في المجتمع المصري.

مفهوم نظرية التعلم الاجتماعي:

يندرج مفهوم نموذج التعلم بالملاحظة ضمن حقل سوسولوجيا التربية، ويقوم على افتراض مفاده أن الإنسان ككائن اجتماعي، يتأثر باتجاهات الآخرين ومشاعرهم وتصرفاتهم وسلوكياتهم، أي أن باستطاعته التعلم منهم عن طريق ملاحظة استجاباتهم وتقليدها وإمكانية التأثير بالثواب والعقاب على نحو بديلي (غير مباشر)، وهذا ما يعطي التعليم طابعاً تربوياً لأن التعلم لا يتم في فراغ بل في محيط اجتماعي (14)، وتعرف هذه النظرية بأسماء أخرى مثل نظرية التعلم بالملاحظة والتقليد، أو نظرية التعلم بالتمذجة، أو نظرية التعلم الاجتماعي، وهي من النظريات التوفيقية؛ لأنها حلقة وصل بين النظريات السلوكية والنظريات المعرفية، ففي التعلم الاجتماعي يتم استخدام كل من التعزيز الخارجي والتفسير الداخلي للتعلم. (15)

جذور نظرية التعلم الاجتماعي:

جذور نظرية التعلم الاجتماعي تعود إلى القرن العشرين، حيث طورها عدد من علماء النفس السلوكيين والاجتماعيين، من أبرزهم ألبرت باندورا وجولييان روتر وجون دولارد ونيل ميلر وليون فيستنجر، وقد انتقد هؤلاء العلماء النظريات السلوكية التي تركز على التعزيز والعقاب كعوامل رئيسية في التعلم، وأظهروا أن الأفراد يمكنهم تعلم السلوكيات من خلال مجرد مشاهدة الآخرين وملاحظة نتائج سلوكهم، وقد أجروا العديد من التجارب الشهيرة لإثبات هذه الفكرة، مثل تجربة باندورا لدمية بوبو وتجربة روتر للتعلم النموذجي وتجربة دولارد وميلر للتعلم الاجتماعي والاقتداء. (16)

فروض نظرية التعلم الاجتماعي:

- فروض نظرية التعلم الاجتماعي تقوم على أساس أن التعلم هو عملية اجتماعية ومعرفية تحدث في سياق اجتماعي، وتشمل هذه الفروض ما يلي:
- الأفراد يتعلمون من خلال مشاهدة السلوكيات والمهارات والمعارف التي يقدمها الآخرون، سواء كانوا أشخاصاً حقيقيين أو رمزيين.
 - الأفراد يتعلمون من خلال تقليد وتجريب وتقويم السلوكيات والمهارات والمعارف التي يشاهدونها، ويستخدمونها في مواقف مختلفة.
 - الأفراد يتعلمون من خلال ملاحظة النتائج والعواقب التي تترتب على السلوكيات والمهارات والمعارف التي يشاهدونها، ويستخدمونها كمعايير لتقييم سلوكهم الخاص.
 - الأفراد يتعلمون من خلال التحفيز والتشجيع والتقدير والانتقاد والتصحيح والتوجيه الذي يتلقونه من الآخرين، ويستخدمونه كدوافع لتعلم وتطبيق السلوكيات والمهارات والمعارف التي يشاهدونها.
 - الأفراد يتعلمون من خلال العوامل الاجتماعية والثقافية والبيئية والنفسية التي تؤثر على انتباههم وذاكرتهم وتفكيرهم وتخيلهم ومشاعرهم واتجاهاتهم وقيمهم وهويتهم وشخصيتهم. (17)

مساهمة نظرية التعلم الاجتماعي في البحث الحالي:

مساهمة نظرية التعلم الاجتماعي في البحث الحالي عن الآثار الاجتماعية والثقافية لظاهرة اليوتيوبرز على الأطفال في المجتمع المصري تكمن في توفير إطار نظري ومنهجي لفهم وتحليل هذه

الظاهرة وتأثيرها على تعلم وتنشئة وتشكيل وتغيير السلوكيات والمهارات والمعارف والقيم والمواقف والاتجاهات والهوية والشخصية للأطفال، فهي تساعد على فهم كيفية تأثر الناس بالمحتوى الذي يشاهدونه على وسائل الإعلام المختلفة، وكيفية تغيير سلوكهم ومواقفهم ومعتقداتهم بناء على ذلك، كما تساعد على تصميم برامج تعليمية وتدريبية وتوعوية تستخدم النماذج الفعالة والتعزيزات المناسبة لتحقيق الأهداف المرجوة، أما عن الآثار الاجتماعية والثقافية لظاهرة اليوتيوبز على الأطفال في المجتمع المصري، فهي متباينة بين إيجابية وسلبية، حسب نوعية المحتوى الذي يقدمه اليوتيوبز والمستوى النفسي والثقافي والاجتماعي للأطفال المشاهدين، من الآثار الإيجابية أن بعض اليوتيوبز يقدمون محتوى تعليمي أو ترفيهي هادف أو مفيد، يساعد الأطفال على تنمية مهاراتهم ومعارفهم وقدراتهم وقيمهم ومواهبهم، كما يمكن أن يكون اليوتيوبز مصدر إلهام وتحفيز للأطفال لتحقيق أحلامهم وطموحاتهم والتعبير عن ذواتهم بشكل إبداعي، ومن الآثار السلبية أن بعض اليوتيوبز يقدمون محتوى سلبي أو مضلل أو مخالف للقيم والمبادئ والأخلاق، يؤثر على سلوك ومواقف ومعتقدات الأطفال بشكل سلبي، كما يمكن أن يسبب اليوتيوبز إدمان وتشننت وتضييع للوقت والجهد والمال للأطفال، إذا لم يكن هناك رقابة أو توجيه من الأهل أو المعلمين، لذلك، يجب على الأهل والمعلمين والمجتمع أن يكونوا حذرين ومسؤولين في التعامل مع ظاهرة اليوتيوبز، وأن يراقبوا وينتقوا المحتوى الذي يشاهده الأطفال، وأن يوجهوهم ويناقشوهم ويتفقوهم بشأن ما يشاهدونه، وأن يحثوهم على الاستفادة من الجوانب الإيجابية والابتعاد عن الجوانب السلبية.

مفاهيم البحث:

مفهوم اليوتيوبز:

اليوتيوبز هم أشخاص ينشئون وينشرون محتوى فيديو على منصة اليوتيوب، والتي تعتبر واحدة من أشهر وسائل الإعلام الاجتماعي والرقمي في العالم، اليوتيوبز يقدمون محتوى متنوع ومبتكر ومؤثر في مجالات مختلفة مثل الترفيه والتعليم والرياضة والفن والسياسة والدين وغيرها، اليوتيوبز يتمتعون بشعبية كبيرة وتأثير قوي على جمهورهم، وخاصة الأطفال، الذين يمثلون نسبة كبيرة من المشاهدين والمتابعين والمشاركين في منصة اليوتيوب.

عرفت (زينب البقري) اليوتيوبز بأنهم "هم صغار المشاهير، وهم أقرب للناس أو أكثر قبولاً أمام الكاميرا، الذين يقدمون محتوى جيداً أو غير جيد، قد يتناول هذا المحتوى تطوير الذات ونقد المجتمع أو يعرض الممارسات اليومية الاعتيادية والطقوس شديدة الذاتية، وقد يدمج بين الإعلانات والتسويق لمنتجات معينة، وبلغ تأثيرها حداً كبيراً عن الإعلانات التقليدية، وأحدث تغييراً في طريقة التسويق، وقد أصبح مهنة للبعض". (18)

وعرف (محمد الحمود ومحمد العمري) اليوتيوبز بأنهم هم "المنتجون والمستهلكون للمحتوى الرقمي على منصة يوتيوب، والذين يشكلون مجتمعات افتراضية تعتمد على المشاركة والتعاون والتعلم، والذين يلعبون دوراً مهماً في نشر المعرفة والثقافة والترفيه". (19)

كما عرفت (سارة العنزي) اليوتيوبز بأنهم هم "المعلمون الجدد على الإنترنت، الذين يقدمون محتوى تعليمي متنوع ومبتكر على منصة يوتيوب، والذين يستخدمون استراتيجيات تعليمية مثل القصص، والألعاب، والتجارب، والذين يحققون نجاحاً وشعبية كبيرين بين الطلاب والمتعلمين". (20)

التعريف الإجرائي لمفهوم اليوتيوبز وفق البحث الحالي هم "أشخاص ينشئون قنوات على موقع اليوتيوب وينتجون وينشرون محتوى رقمي متنوع يتعلق بمجالات مختلفة مثل الترفيه والتعليم والرياضة والفن والسياسة والدين وغيرها، ويستهدفون جمهوراً محدداً أو عاماً، وينفاعلون معه من خلال التعليقات والإعجابات والمشاركات، ويحصلون على دخل مادي أو معنوي من ذلك".

مفهوم الأطفال:

الأطفال هم الفئة العمرية التي تتراوح بين الولادة وسن البلوغ، والتي تعتبر مرحلة حرجة في تكوين الشخصية والهوية والقيم والمهارات والمعارف، الأطفال يتعرضون للعديد من المؤثرات الاجتماعية والثقافية في بيئتهم المحيطة، مثل الأسرة والمدرسة والأصدقاء والمجتمع والإعلام، الإعلام بمختلف أنواعه يلعب دورًا هامًا في تشكيل وتغيير سلوكيات ومواقف وميول وتوجهات الأطفال، ويقدم لهم معلومات ومعارف ومتعة وترفيه وتواصل وتفاعل.

عرف (عبد الله النجار) الأطفال بأنهم "الفئة العمرية التي تمتد من الولادة إلى نهاية المرحلة الابتدائية، والتي تتميز بخصائص نفسية وجسدية واجتماعية وتربوية مميزة، تحتاج إلى رعاية وتنشئة وتعليم خاصين". (21)

وعرفت (سميرة السيد) الأطفال بأنهم "المرحلة الإنسانية التي تشمل الفترة من الولادة إلى سن البلوغ، والتي تتسم بالتغير والتطور المستمر في جميع جوانب الشخصية، والتي تتأثر بالعوامل الوراثية والبيئية والتربوية". (22)

كما عرف (محمود الشريف) الأطفال بأنهم "المجموعة الإنسانية التي تعيش في مرحلة الطفولة، والتي تمثل أهم مرحلة في حياة الإنسان، والتي تحدد مستقبله وشخصيته ودوره في المجتمع، والتي تحتاج إلى حماية وحقوق وواجبات خاصة". (23)

التعريف الإجرائي لمفهوم الأطفال وفق البحث الحالي هم "الأشخاص الذين تتراوح أعمارهم بين 6 و12 سنة، ويتميزون بمرحلة نمو نفسي وجسدي واجتماعي وثقافي مهمة، ويتعلمون من خلال اللعب والمحاكاة والتجربة والاستكشاف، ويتأثرون بالمحيط الذي يعيشون فيه والنماذج التي يتابعونها".
مفهوم المجتمع المصري:

المجتمع المصري هو المجتمع الذي يعيش في جمهورية مصر العربية، والذي يتميز بتنوعه وتعددته وترباطه وتماسكه، المجتمع المصري يحمل تراثاً حضارياً وثقافياً ودينيًا غنيًا ومتميزًا، ويواجه تحديات ومشاكل وفرص وتغيرات اجتماعية واقتصادية وسياسية وتكنولوجية، المجتمع المصري يتأثر بالظواهر والاتجاهات العالمية والإقليمية والمحلية، ويحاول التكيف والتفاعل والتأثير معها.

عرف (سعيد عبد الفتاح عاشور) المجتمع المصري بأنه "المجتمع الذي يتألف من مجموعة من الأفراد والجماعات الاجتماعية التي تربطها علاقات تفاعلية وتبادلية، وتحدد هويتها بمجموعة من العناصر الثابتة والمتغيرة، مثل اللغة والدين والتراث والجغرافيا والسياسة والاقتصاد والتعليم والفن والرياضة". (24)

وعرفت (نادية مصطفى) المجتمع المصري بأنه "المجتمع الذي ينتمي إليه الأفراد والجماعات الاجتماعية التي تعيش في مصر، وتشارك في تكوين ثقافتها وقيمها ومعاييرها، وتتأثر بالعوامل الداخلية والخارجية التي تؤثر على حياتها ومستقبلها، وتساهم في تحقيق رؤيتها وأهدافها". (25)

كما عرف (محمد عبد الله) المجتمع المصري بأنه "المجتمع الذي يتكون من مجموعة من الأفراد والجماعات الاجتماعية التي تمتلك هوية مصرية مميزة، وتتمتع بتاريخ عريق وحضارة عظيمة، وتتميز بقيم العدل والحرية والديمقراطية والتضامن والتنمية، وتواجه التحولات والتطورات بالحفاظ على هويتها والانفتاح على الآخر". (26)

التعريف الإجرائي لمفهوم المجتمع المصري وفق البحث الحالي هو "مجموعة الأشخاص الذين يعيشون في جمهورية مصر العربية، ويتميزون بالتنوع العرقي والديني والثقافي واللغوي، ويتشاركون في التاريخ والجغرافيا والسياسة والاقتصاد والفن والرياضة والعادات والتقاليد والقيم الاجتماعية".

الإطار المعرفي للبحث:

[موقع اليوتيوب هو أحد أشهر المنصات الرقمية التي تتيح للمستخدمين مشاركة ومشاهدة وتعليق وتقييم مقاطع الفيديو عبر الإنترنت، يوتيوب هو أيضاً مصدر هام للمعرفة والتعلم والترفيه والتأثير، تأسس موقع اليوتيوب في شهر فبراير من عام 2005م من قبل ثلاثة موظفين سابقين في شركة باي](#)

بال هم ستيف تشين وتشارد هيرلي وجاويد كريم، الفكرة الأساسية للموقع كانت تقديم خدمة لتبادل ومشاركة مقاطع الفيديو الشخصية عبر الإنترنت، أول فيديو تم رفعه على الموقع كان بعنوان " Me at the zoo" وهو فيديو قصير لجاويد كريم وهو يتحدث عن الفيلة في حديقة حيوانات سان دييغو، ونما موقع اليوتيوب بسرعة كبيرة وأصبح محط اهتمام العديد من الشركات والمؤسسات والمستخدمين، في عام 2006م، اشترت شركة جوجل الموقع بمبلغ 1.65 مليار دولار أمريكي، منذ ذلك الحين، أضافت جوجل العديد من الميزات والخدمات للموقع، مثل يوتيوب بريميموم ويوتيوب ميوزك ويوتيوب كيدز ويوتيوب تي في ويوتيوب جيمنج ويوتيوب لايف ويوتيوب شورتس وغيرها، كما أصبح موقع اليوتيوب مصدراً للربح للعديد من المبدعين والمؤثرين والشركات والمنظمات التي تستخدمه لنشر محتواها والتفاعل مع جمهورها، فموقع اليوتيوب هو الآن ثاني أكثر موقع زيارة على الإنترنت بعد موقع جوجل، يحتوي الموقع على مليارات الفيديوهات في مختلف المجالات والمواضيع واللغات، يزور الموقع أكثر من مليار مستخدم شهرياً ويشاهدون أكثر من مليار ساعة من الفيديوهات يومياً، يوتيوب هو أيضاً واحد من أكبر مواقع التواصل الاجتماعي على الإنترنت، حيث يمكن للمستخدمين التعليق والإعجاب والمشاركة والاشتراك والتواصل مع بعضهم البعض.⁽²⁷⁾

مميزات وخصائص موقع يوتيوب:

- تنوع الفيديوهات: يمكن للمستخدمين العثور على محتوى يشمل كل المجالات، من التعليم إلى الترفيه، ومن الأخبار إلى الفنون.
- سهولة الوصول: يتيح اليوتيوب للمستخدمين الوصول إلى الفيديوهات بسهولة عبر مختلف الأجهزة، مما يجعله وجهة مفضلة للعديد من الناس.
- التفاعل والمشاركة: يمكن للمستخدمين التفاعل مع الفيديوهات من خلال إعجاب الفيديو، التعليق عليه، والاشتراك في قنوات معينة.
- برامج الشراكة والربح: توفر اليوتيوب برامج شراكة تمكن المبدعين من كسب العائد المالي من قنواتهم عبر الإعلانات والرعايات.⁽²⁸⁾
- يسهل موقع اليوتيوب نشر ورفع مقاطع الفيديو من قبل الهواة والمحترفين والمؤسسات والمنظمات ل يتيح للمستخدمين مشاهدة مقاطع متنوعة ومشاركتها مع الآخرين من خلال الموقع أو مواقع التواصل الاجتماعي.
- يقدم موقع اليوتيوب محتوى فيديو غني ومتعدد الفئات والمواضيع واللغات، مثل الأفلام والمسلسلات والوثائقيات والبرامج التعليمية والترفيهية والرياضية والدينية والسياسية والاجتماعية والفنية والعلمية وغيرها.
- يعرض موقع اليوتيوب مقاطع الفيديو بجودة عالية وبدقة تصل إلى 4K وبسرعة تحميل سريعة، كما يتيح للمستخدمين تعديل جودة الفيديو وسرعته وحجمه وزاوية الرؤية والترجمة والتفاعل معه.
- يمكن للمستخدمين من خلال موقع اليوتيوب إنشاء قنوات خاصة بهم ورفع مقاطع الفيديو التي يريدون عرضها والترويج لها والحصول على الإيرادات منها، كما يمكنهم الاشتراك في قنوات أخرى ومتابعة آخر الفيديوهات والتعليق عليها والإعجاب بها ومشاركتها.
- يوفر موقع اليوتيوب خدمات وميزات إضافية للمستخدمين، مثل يوتيوب بريميموم ويوتيوب ميوزك ويوتيوب كيدز ويوتيوب تي في ويوتيوب جيمنج ويوتيوب لايف ويوتيوب شورتس وغيرها، التي تزيد من تجربة المشاهدة والاستمتاع والتعلم والتفاعل.⁽²⁹⁾

منشؤ المحتوى على موقع اليوتيوب (اليوتيوبرز):

منشؤ المحتوى على موقع يوتيوب هم الأشخاص الذين ينشئون وينشرون ويروجون لمقاطع الفيديو الخاصة بهم على المنصة الرقمية الأكثر شهرة في العالم، يوتيوبرز هو مصطلح يطلق على منشئي المحتوى الذين يحققون شهرة ونجاحاً وتأثيراً كبيراً على جمهورهم ومجتمعهم ومجالهم، منشؤ المحتوى على موقع يوتيوب يتنوعون في مجالاتهم ومواضيعهم وأساليبهم وأهدافهم، يمكن أن يكونوا مدونين أو موسيقيين أو فنانيين أو رياضيين أو ممثلين أو معلمين أو ناشطين أو مؤثرين أو مضحكين أو غيرهم، يمكن أن ينشئوا محتوى تعليمي أو ترفيهي أو إبداعي أو إخباري أو اجتماعي أو سياسي أو ديني أو ثقافي أو علمي أو غيره، منشؤ المحتوى على موقع يوتيوب يستخدمون مجموعة من الأدوات والخدمات التي توفرها المنصة لإنشاء وتحرير وتحسين وتحميل وتوزيع وتحليل وتحقيق الربح من مقاطع الفيديو الخاصة بهم. يمكنهم أيضاً التواصل مع جمهورهم ومتابعيهم ومشاهديهم ومعجبيهم ومنشئي المحتوى الآخرين عبر التعليقات والرسائل والمجموعات والبيث المباشر والمشاركات والاستطلاعات وغيرها.⁽³⁰⁾

منشؤ المحتوى على موقع يوتيوب يتبعون مجموعة من المعايير والمبادئ والقواعد التي تحدد ما يمكنهم وما لا يمكنهم فعله على المنصة. هذه المعايير تشمل:

- الالتزام بسياسات وشروط وإرشادات المجتمع الخاصة بيوتيوب، والتي تحظر المحتوى المخالف للقانون أو المسيء أو المضلل أو المسيء أو المهين أو المتطرف أو العنيف أو الجنسي أو غيره.
- الإحترام لحقوق الطبع والنشر والملكية الفكرية والخصوصية والسمعة والشخصية وغيرها، وعدم استخدام أو نسخ أو تعديل أو توزيع أو بث أو عرض أو ترويج أو بيع أو استغلال أي محتوى لا يملكون حقوقه أو إذنه أو ترخيصه.

- الالتزام بمعايير الجودة والمهنية والأخلاقية والإبداعية والتفاعلية والتنوع والشمولية والتعاون والابتكار والتطوير والتحسين المستمر لمحتواهم وقنواتهم وجمهورهم ومجتمعاتهم.⁽³¹⁾

أنواع منشئي المحتوى (اليوتيوبرز) على وسائل التواصل الاجتماعي:

منشؤ المحتوى (اليوتيوبرز) يتنوعون في مجالاتهم ومواضيعهم وأساليبهم وأهدافهم، يمكن تصنيفهم إلى أنواع مختلفة بناء على محتواهم وجمهورهم وتأثيرهم، بعض الأنواع الشائعة هي:

1. المؤثرون: هم منشؤ المحتوى الذين يمتلكون قاعدة جماهيرية كبيرة ومخصصة، ويستخدمون نفوذهم لترويج لمنتجات أو خدمات أو قضايا أو رسائل معينة، يمكن أن يكونوا من مشاهير الفن أو الرياضة أو السياسة أو الدين أو غيرها، أو من أشخاص عاديين اكتسبوا شهرة عبر يوتيوب.

وينقسم المؤثرون على وسائل التواصل الاجتماعي إلى ثلاث أنواع هما:

أ- المؤثرون العمالقة: هم المشاهير أو نجوم التواصل الاجتماعي الذين لديهم أكثر من مليون متابع على وسائل التواصل الاجتماعي.

ب- المؤثرون الكليون: هم أولئك المهنيون أو المدونون أو الخبراء الذين لديهم 10000 إلى 1 مليون متابع، ولهم خبرتهم وتأثيرهم في فئات محددة مثل نمط الحياة أو الموضة أو الأعمال.

ج- المؤثرون الجزئيون: هم أولئك المستهلكون الذين لديهم ما بين 500 و 1000 متابع، لهم جمهور متخصص ومستويات عالية من الثقة والتفاعل مع المتابعين.

2. المعلمون: هم منشؤ المحتوى الذين يقدمون معلومات أو تعليمات أو نصائح أو إرشادات عن مواضيع مختلفة، مثل اللغات أو العلوم أو الفنون أو الصحة أو الجمال أو الطبخ أو السفر أو غيرها، يمكن أن يكونوا من متخصصين أو خبراء أو هواة في مجالاتهم، ويهدفون إلى نشر المعرفة والمهارة والفائدة.

3. المبدعون: هم منشئو المحتوى الذين ينشئون ويعرضون أعمالاً فنية أو إبداعية أو ترفيهية، مثل الأفلام أو المسلسلات أو الوثائقيات أو الرسوم المتحركة أو الألعاب أو الأغاني أو النكات أو القصص أو غيرها، يمكن أن يكونوا من موهوبين أو محترفين أو مبتدئين في مجالهم، ويهدفون إلى التعبير عن أنفسهم وإمتاع الآخرين.⁽³²⁾

الآثار الاجتماعية لظاهرة اليوتيوبز على الأطفال في المجتمع المصري:

ظاهرة اليوتيوبز هي ظاهرة حديثة نسبياً في العالم العربي، وخاصة في مصر، حيث ينشئ العديد من الشباب والشابات قنوات على موقع يوتيوب لنشر مقاطع فيديو تتناول مواضيع مختلفة، مثل الكوميديا والتعليم والجمال والرياضة والسفر وغيرها، يحظى بعض هؤلاء اليوتيوبز بشعبية كبيرة وتفاعل عالي من قبل الجمهور، وخاصة الأطفال والمراهقين، الذين يتابعونهم بانتظام ويستوحون منهم أفكاراً وسلوكيات واتجاهات، هذه الظاهرة لها آثار اجتماعية متعددة على الأطفال في المجتمع المصري، بعضها إيجابي وبعضها سلبي، من الآثار الإيجابية:

- توفير مصدر للتعليم والتثقيف والتنوير عن مواضيع مفيدة ومهمة، مثل اللغات والعلوم والفنون والثقافات والقيم والمبادئ، بطريقة مبسطة وممتعة ومشوقة.
- توفير مصدر للترفيه والمتعة والاسترخاء والتخفيف من الضغوط والمشاكل النفسية والاجتماعية التي يواجهها الأطفال في ظل الظروف الصعبة والمعقدة التي يعيشون فيها.
- توفير مصدر للإلهام والحوافز والدافعية للأطفال لتطوير مواهبهم وقدراتهم ومهاراتهم وإبداعهم وابتكارهم في مجالات مختلفة، وتحقيق طموحاتهم وأحلامهم.
- ومن الآثار السلبية لظاهرة اليوتيوبز على الأطفال في المجتمع المصري:
- تعرض الأطفال لمحتوى غير مناسب أو مضلل أو مسيء أو مخالف للقيم والأخلاق والتقاليد والعادات والمعتقدات السائدة في المجتمع المصري، مما يؤثر على شخصيتهم وهويتهم وسلوكهم واتجاهاتهم.
- إدمان الأطفال على مشاهدة الفيديوهات والتفاعل معها، مما يستهلك وقتهم وجهدهم ومواردهم، وينعكس سلباً على أدائهم الدراسي والصحي والاجتماعي والأسري.
- تعرض الأطفال للتأثير والتحكم والاستغلال من قبل بعض اليوتيوبز الذين يستخدمون شهرتهم ونفوذهم لترويج لمنتجات أو خدمات أو قضايا أو رسائل معينة، دون مراعاة لمصلحة الأطفال أو حقوقهم أو مسؤوليتهم.⁽³³⁾

الآثار الثقافية لظاهرة اليوتيوبز على الأطفال في المجتمع المصري:

ظاهرة اليوتيوبز هي ظاهرة لها آثار ثقافية متعددة على الأطفال في المجتمع المصري، بعضها إيجابي وبعضها سلبي، من الآثار الإيجابية:

- تنمية الوعي والمعرفة والمهارات الثقافية للأطفال بمواضيع مختلفة، مثل اللغات والعلوم والفنون والثقافات والتاريخ والجغرافيا وغيرها، من خلال مشاهدة مقاطع فيديو تعليمية وثقافية وترفيهية.
- تعزيز الهوية والانتماء والفخر الوطني للأطفال بمصر وتراثها وحضارتها وقيمها وإنجازاتها، من خلال مشاهدة مقاطع فيديو تبرز جوانب مختلفة من الواقع والتاريخ والمستقبل المصري.
- تشجيع الإبداع والابتكار والموهبة والتميز للأطفال في مجالات مختلفة، مثل الأدب والموسيقى والرسم والتمثيل والرياضة والاختراع وغيرها، من خلال مشاهدة مقاطع فيديو تعرض أعمالاً فنية وإبداعية وترفيهية لمنشئي المحتوى المصريين.
- ومن الآثار الثقافية السلبية لظاهرة اليوتيوبز على الأطفال في المجتمع المصري:

- تضعف اللغة العربية والهجة المصرية لدى الأطفال بسبب تأثرهم باللغات واللهجات الأجنبية أو العربية الأخرى التي يستخدمها بعض منشئي المحتوى أو يتعلمونها من خلال مشاهدة مقاطع الفيديو.
- تنخفض القيم والأخلاق والتقاليد والعادات والمعتقدات السائدة في المجتمع المصري لدى الأطفال بسبب تعرضهم لمحتوى غير مناسب أو مخالف أو مسيء أو مضلل أو مهين أو متطرف أو عنيف أو جنسي أو غيره.
- تتأثر الشخصية والسلوك والاتجاهات والقرارات والطموحات والأحلام للأطفال بسبب تأثرهم بمنشئي المحتوى الذين يقدمون نماذج أو أدوار أو رسائل أو قضايا أو منتجات أو خدمات معينة، دون مراعاة لمصلحة الأطفال أو حقوقهم أو مسؤوليتهم.⁽³⁴⁾

الإطار المنهجي للبحث:

1. نوع البحث: تعد الدراسة من الدراسات الوصفية، حيث تعد الدراسة الوصفية من الأساليب البحثية الفعالة التي تهدف إلى وصف الظواهر والأحداث كما هي، دون التركيز على التلاعب أو التحليل الإحصائي، تعمل هذه الطريقة على توفير رؤية تفصيلية وشاملة للموضوع المدروس، مما يساعد في فهم عمق وتعقيد الظواهر الاجتماعية والثقافية، حيث توفر رؤية تفصيلية وواقعية للتأثيرات الاجتماعية والثقافية لظاهرة اليوتيوبرز على الأطفال، وإعطاء المجتمع ومتخذين القرار فهماً أفضل حول كيفية تأثير هذه الظاهرة على الطفولة في المجتمع المصري، وتقديم إشارات واقتراحات للسياسات التي قد تكون ذات جدوى للحفاظ على صحة وتطور الطفل في ظل تلك الظروف.

2. منهج البحث: اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، حيث يعد المنهج الوصفي التحليلي أحد أساليب البحث التي تجمع بين التوصيف الدقيق والتحليل العميق، مما يتيح للباحثة فهماً شاملاً ومعماً للظواهر المدروسة، حيث يمنح المنهج الفهم العميق للظاهرة وتأثيراتها على الأطفال، ويتيح للباحثة التفاعل مع البيئة والأفراد بشكل شخصي، مما يعزز دقة النتائج، ويسهم في تحليل التفاعلات بشكل شامل وتوفير رؤية متكاملة حول التأثيرات الاجتماعية والثقافية لليوتيوبرز على الأطفال في المجتمع المصري.

3. مجتمع وعينة الدراسة:

- أ- **مجتمع البحث:** طبقت الدراسة في مدرسة الشهيد جواد حسني الابتدائية ومدرسة الإمام محمد متولي الشعراوي الابتدائية بمدينة المنصورة .
- ب- **عينة البحث:** طبقت الدراسة على 30٠ طالب/ة في المرحلة الابتدائية، كما طبقت الدراسة على ٥ أولياء أمور و٥ معلمين بالمدارس و٥ يوتيوبرز، وتم اختيارهم بطريقة عشوائية.

خصائص العينة:
أ- خصائص حالات المقابلة:
جدول رقم (1) خصائص حالات المقابلة

الرقم	الجنس	العمر	المؤهل العلمي	محل الإقامة	المهنة
1	ذكر	28	جامعي	حضر	معلم
2	ذكر	35	جامعي	حضر	ولي أمر
3	ذكر	33	جامعي	حضر	معلم
4	أنثى	29	متوسط	حضر	ولية أمر
5	ذكر	27	جامعي	حضر	يوتيوبر
6	أنثى	38	جامعي	ريف	معلمة
7	أنثى	45	جامعي	حضر	معلمة
8	ذكر	34	فوق الجامعي	حضر	معلم
9	ذكر	29	جامعي	حضر	ولي أمر
10	أنثى	30	جامعي	ريف	يوتيوبر
11	ذكر	36	جامعي	حضر	يوتيوبر
12	أنثى	28	جامعي	حضر	يوتيوبر
13	ذكر	39	متوسط	حضر	ولي أمر
14	ذكر	40	جامعي	حضر	يوتيوبر
15	ذكر	33	جامعي	حضر	ولي أمر

ب- خصائص عينة البحث:
جدول رقم (2) خصائص عينة البحث

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	34.0%
	أنثى	66.0%
	الإجمالي	100%
الصف التعليمي	الصف الخامس	41.3%
	الصف السادس	58.7%
	الإجمالي	100%
محل الإقامة	حضر	100%
	ريف	0.0%
	الإجمالي	100%
المستوي الاقتصادي للأسرة	مرتفع	34.7%
	متوسط	39.7%
	منخفض	25.6%
	الإجمالي	100%

4. أدوات جمع البيانات:

أ- دليل مقابلة: في سعينا للكشف عن الآثار الاجتماعية والثقافية لظاهرة اليوتيوبرز على الأطفال في المجتمع المصري، اعتمدت الباحثة على دليل المقابلة كأحد الوسائل الفعالة في جمع البيانات، حيث يُعتبر الحوار المفتوح مع الأهل والمعلمين واليوتيوبرز مصدرًا قيمًا للتحليل والفهم العميق.

ب- استثمار استبيان: لفهم تأثير ظاهرة اليوتيوبز على الأطفال في المجتمع المصري من الناحية الاجتماعية والثقافية، اعتمدت الدراسة على الاستبيان كأحد الوسائل البحثية الفعالة، هذا يسمح بجمع آراء وتفصيل من عينة واسعة من الطلاب في المرحلة الابتدائية، حيث تكونت استثمار الاستبيان من (20) سؤال، وتم تطبيقها من شهر أغسطس إلى شهر ديسمبر 2023.

تحليل نتائج الدراسة الميدانية ومناقشتها:

المحور الأول: التعرف على خصائص اليوتيوبز وأهميتهم في الإعلام الجديد.

جدول رقم (3)

توزيع أفراد العينة وفق نوع المحتوى الذي يستمتعون بمشاهدته على اليوتيوب

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية %
ألعاب	157	52.3%
تعليم	44	14.7%
ترفيهية	68	22.7%
آخر	31	10.3%
المجموع	300	100%

المتوسط الحسابي = 2.33
الانحراف المعياري = 1.41
قيمة $\chi^2 = 20.991$ ، مستوى المعنوية = 0.01، دالة

تشير نتائج الجدول السابق إلى نوع المحتوى الذي يستمتع أفراد العينة بمشاهدته على اليوتيوب، وذلك بمتوسط حسابي 2.33 وانحراف معياري 1.41، فجاء في الترتيب الأول ألعاب بنسبة 52.3% من عينة الدراسة، كما جاء في الترتيب الثاني ترفيهية بنسبة 22.7%، وجاء في الترتيب الثالث تعليم بنسبة 14.7%، وجاء في الترتيب الرابع والأخير آخر بنسبة 10.3%.

كما تشير النتائج أعلاه أن الأطفال يميلون إلى اللعب منذ ولادتهم، فهو نشاط أساسي لهم ينمي قدراتهم العقلية والجسدية والعاطفية، اللعب يوفر للأطفال فرصة للتسلية والاسترخاء، كما يساعدهم على تعلم مهارات جديدة وتطوير قدراتهم الاجتماعية، وأن هناك العديد من قنوات اليوتيوب التي تقدم محتوى ألعاب للأطفال، مما يسهل عليهم الوصول إلى هذا المحتوى، يمكن للأطفال مشاهدة محتوى الألعاب على اليوتيوب في أي وقت وفي أي مكان، مما يجعله خيارًا جذابًا بالنسبة لهم، وأن هناك العديد من أنواع الألعاب المختلفة التي يمكن للأطفال مشاهدتها على اليوتيوب، مما يلبي اهتماماتهم المختلفة، يمكن للأطفال مشاهدة ألعاب الفيديو، وألعاب البناء، وألعاب التلوين، وألعاب الموسيقى، وغيرها الكثير، هذا التنوع يوفر للأطفال فرصة لاكتشاف ألعاب جديدة ومتنوعة.

وفق هذا الإطار، أكدت ذلك ولية أمر قائلة (أكثر حاجة الأولاد بيقعدوا بتفرجوا عليها هي فيديوهات الألعاب سواء اللي بتشرح الألعاب ويعودوا مراحل صعبة إزاي، وكمان الفيديوهات اللي اليوتيوبز بيلعبوا فيها ألعاب جديدة).

كما تشير نتائج الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في نوع المحتوى الذي يستمتعون بمشاهدته على اليوتيوب، حيث أن قيمة $\chi^2 = 20.991$ وهي دالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.01.

جدول رقم (4)

توزيع أفراد العينة وفق مدى متابعة قنوات اليوتيوب التي تقدم محتوى تعليمي

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية %
نعم	44	14.7%
لا	61	20.3%
أحياناً	195	65.0%
المجموع	300	100%

المتوسط الحسابي = 1.56
الانحراف المعياري = 0.82
قيمة كا² = 15.608 ، مستوى المعنوية = 0.01 ، دالة

تشير نتائج الجدول السابق إلى مدى متابعة أفراد العينة قنوات اليوتيوب التي تقدم محتوى تعليمي، وذلك بمتوسط حسابي 1.56 وانحراف معياري 0.82 ، فجاء في الترتيب الأول أحياناً بنسبة 65.0% من عينة الدراسة، كما جاء في الترتيب الثاني لا بنسبة 20.3%، وجاء في الترتيب الثالث والأخير نعم بنسبة 14.7%.

كما تشير النتائج أعلاه إلى عدم اهتمام أفراد العينة بجميع أنواع المحتوى التعليمي، فقد يهتم أفراد العينة ببعض أنواع المحتوى التعليمي أكثر من أنواع أخرى، مما يجعلهم يفضلون متابعة هذه الأنواع بشكل متقطع، وقد يرجع ذلك لعدم إيجاد أفراد العينة محتوى تعليمي يلبي احتياجاتهم التعليمية، مما يجعلهم يفضلون متابعة أنواع أخرى من المحتوى.

وفق هذا السياق أشار إحدى المعلمين (فيه بعض القنوات التعليمية على اليوتيوب والتي يقدم محتواها مدرسين ومدرسات ممتازين، وشايف إن عليها إقبال سواء من طلبه وأولياء أمور ومتابعتهم لكل الفيديوهات التي بتنزلها القنوات دي).

كما تشير نتائج الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في مدى متابعة قنوات اليوتيوب التي تقدم محتوى تعليمي، حيث أن قيمة كا² = 15.608 وهي دالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.01.

جدول رقم (5)

توزيع أفراد العينة وفق مدى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لمتابعة أخبار اليوتيوب

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية %
نعم	64	21.3%
لا	111	37.0%
أحياناً	125	41.7%
المجموع	300	100%

المتوسط الحسابي = 1.80
الانحراف المعياري = 0.79
قيمة كا² = 17.298 ، مستوى المعنوية = 0.01 ، دالة

تشير نتائج الجدول السابق إلى مدى استخدام أفراد العينة وسائل التواصل الاجتماعي لمتابعة أخبار اليوتيوب، وذلك بمتوسط حسابي 1.80 وانحراف معياري 0.79 ، فجاء في الترتيب الأول

أحياناً بنسبة 41.7% من عينة الدراسة ، كما جاء في الترتيب الثاني لا بنسبة 37.0%، وجاء في الترتيب الثالث والأخير نعم بنسبة 21.3% .

كما تشير النتائج أعلاه إلى سهولة الوصول إلى أخبار اليوتيوبرز عبر وسائل التواصل الاجتماعي حيث يمكن لأفراد العينة الوصول إلى أخبار اليوتيوبرز بسهولة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، مثل فيسبوك وتويتر وإنستغرام، مما يجعلهم يفضلون استخدام هذه الوسائل لمتابعة أخبارهم، كما تقدم وسائل التواصل الاجتماعي مجموعة متنوعة من الأخبار عن اليوتيوبرز، مثل الأخبار الشخصية والأخبار المهنية والأخبار الترفيهية، مما يجعلها مصدرًا مناسبًا لأفراد العينة الذين لديهم اهتمامات متنوعة عن اليوتيوبرز، كما يمكن لأفراد العينة التفاعل مع اليوتيوبرز عبر وسائل التواصل الاجتماعي، مثل التعليق على مقاطع الفيديو والرد على التغريدات، مما يجعلهم يفضلون استخدام هذه الوسائل لمتابعة أخبارهم. وفق هذا السياق أكد إحدي اليوتيوبرز قائلًا (وسائل التواصل الاجتماعي مهمة لأي يوتيوبرز والفانز يتوعدنا بيتابعونا وبيتبعوا أخبارنا على أي موقع تواصل اجتماعي إحدنا عليه، سواء إنستغرام أو فيسبوك أو يوتيوب أو تيك توك أو كواي أو سناب شات).

كما تشير نتائج الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في مدى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لمتابعة أخبار اليوتيوبرز، حيث أن قيمة $\chi^2 = 17.298$ وهي دالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.01.

جدول رقم (6)

توزيع أفراد العينة وفق الأسباب التي تجعلهم يتابعون اليوتيوبرز (أكثر من إستجابة)

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية %
للتسلية والمرح	178	59.3%
للتعلم والتثقيف	96	32.0%
للتفاعل والمشاركة	23	7.7%
للتعرف على آراء وتجارب الآخرين	57	19.0%
للحصول على نصائح وإرشادات	12	4.0%
للتعبير عن الذات والهوية	6	2.0%
للانتماء والتواصل	28	9.3%
للتأثير والتغيير	88	29.3%

المتوسط الحسابي = 2.55
الانحراف المعياري = 1.76
قيمة $\chi^2 = 33.672$ ، مستوى المعنوية = 0.01 ، دالة

تشير نتائج الجدول السابق إلى الأسباب التي تجعل أفراد العينة يتابعون اليوتيوبرز، وذلك بمتوسط حسابي 2.55 وانحراف معياري 1.76 ، فجاء في الترتيب الأول للتسلية والمرح بنسبة 59.3% من عينة الدراسة، كما جاء في الترتيب الثاني للتعليم والتثقيف بنسبة 32.0%، وجاء في الترتيب الثالث للتأثير والتغيير بنسبة 29.3%، أما في الترتيب الرابع جاء للتعرف على آراء وتجارب الآخرين بنسبة 19.0%، وفي الترتيب الخامس جاء للانتماء والتواصل بنسبة 9.3%، يليه في الترتيب السادس للتفاعل والمشاركة بنسبة 7.7%، وفي الترتيب السابع جاء للحصول على نصائح وإرشادات بنسبة 4.0%، أما في الترتيب الثامن والأخير جاء للتعبير عن الذات والهوية بنسبة 2.0% .



كما تشير النتائج أعلاه أن من الأسباب التي تجعل أفراد العينة يتابعون اليوتيوبز هي التسلية والمرح حيث يقدم اليوتيوب مجموعة متنوعة من المحتوى الترفيهي والمرح، مثل الفيديوهات المضحكة، والتحديات، والألعاب، والمقالب، يمكن لهذه الأنواع من المحتوى أن تساعد الأطفال في الاسترخاء والترويح عن النفس بعد يوم طويل، وتوفير جرعة من الضحك والمرح في حياتهم. كما تشير نتائج الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في الأسباب التي تجعلهم يتابعون اليوتيوبز، حيث أن قيمة $\chi^2 = 33.672$ وهي دالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.01.

المحور الثاني: التعرف على العوامل التي تؤثر على اختيار ومشاهدة ومتابعة الأطفال لليوتيوبز.

جدول رقم (7)

توزيع أفراد العينة وفق المعايير التي استخدموها لاختيار اليوتيوبز الذين يشاهدوهم (أكثر من إستجابة)

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية %
الشهرة والشعبية	132	44.0%
الجودة والإبداع	109	36.3%
الصدق والموضوعية	84	28.0%
الفكاهة والترفيه	195	65.0%
العلم والمعرفة	51	17.0%
القيم والمبادئ	20	6.7%
الشبه والتطابق	11	3.7%
الاختلاف والتنوع	7	2.3%

المتوسط الحسابي = 2.81
الانحراف المعياري = 1.87
قيمة $\chi^2 = 47.232$ ، مستوى المعنوية = 0.01 ، دالة

تشير نتائج الجدول السابق إلى المعايير التي استخدمها أفراد العينة لاختيار اليوتيوبز الذين يشاهدوهم، وذلك بمتوسط حسابي 2.81 وانحراف معياري 1.87 ، فجاء في الترتيب الأول الفكاهة والترفيه بنسبة 65.0% من عينة الدراسة، كما جاء في الترتيب الثاني الشهرة والشعبية بنسبة 44.0%، يليها في الترتيب الثالث الجودة والإبداع بنسبة 36.3%، وفي الترتيب الرابع جاء الصدق والموضوعية بنسبة 28.0%، يليها في الترتيب الخامس العلم والمعرفة بنسبة 17.0%، وفي الترتيب السادس القيم والمبادئ بنسبة 6.7%، ثم في الترتيب السابع الشبه والتطابق بنسبة 3.7%، وفي الترتيب الثامن والأخير الاختلاف والتنوع بنسبة 2.3%.

كما تشير النتائج أعلاه إلى أن الفكاهة والترفيه هما المعيار الأساسي الذي يستخدمه الأطفال في اختيار اليوتيوبز الذين يشاهدوهم، حيث أن الأطفال يبحثون عن محتوى ممتع ومسلي على اليوتيوب، فالبيوتيوبز الذين يقدمون محتوى فكاهي ومرح يستطيعون جذب انتباه الأطفال والحفاظ على اهتمامهم، قد يحتوي هذا المحتوى على مقاطع كوميدية، تحديات مثيرة، مقالب، أو أنشطة ممتعة تشد الأطفال.

كما تشير نتائج الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في المعايير التي يستخدموها لإختيار اليوتيوبرز الذين يشاهدوهم، حيث أن قيمة $K^2 = 47.232$ وهي دالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.01.

جدول رقم (8)

توزيع أفراد العينة وفق المصادر التي يستخدموها للعثور على اليوتيوبرز الجدد (أكثر من إستجابة)

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية %
البحث على يوتيوب	190	63.3%
الاقتراحات من يوتيوب	134	44.7%
الإعلانات على يوتيوب	120	40.0%
الشبكات الاجتماعية الأخرى	105	35.0%
الأصدقاء والأقارب	183	61.0%
المعلمين والمرشدين	101	33.7%
الوسائل الإعلامية التقليدية	117	39.0%
لا أستخدم أي مصادر	33	11.0%

المتوسط الحسابي = 3.67
الانحراف المعياري = 2.01
قيمة $K^2 = 1.057$ ، مستوى المعنوية = 0.01 ، دالة

تشير نتائج الجدول السابق إلى المصادر التي يستخدمها أفراد العينة للعثور على اليوتيوبرز الجدد، وذلك بمتوسط حسابي 3.67 وانحراف معياري 2.01 ، فجاء في الترتيب الأول البحث على يوتيوب بنسبة 63.3% من عينة الدراسة، كما جاء في الترتيب الثاني الأصدقاء والأقارب بنسبة 61.0%، يليها في الترتيب الثالث الاقتراحات من يوتيوب بنسبة 44.7%، ثم يليها في الترتيب الرابع الإعلانات على يوتيوب بنسبة 40.0%، وفي الترتيب الخامس جاء الوسائل الإعلامية التقليدية بنسبة 39.0%، وفي الترتيب السادس جاء الشبكات الاجتماعية الأخرى بنسبة 35.0%، أما في الترتيب السابع جاء المعلمين والمرشدين بنسبة 33.7%، بينما جاء في الترتيب الثامن والأخير لا أستخدم أي مصادر بنسبة 11.0%.

كما تشير النتائج أعلاه إلى أن البحث على يوتيوب هو المصدر الأساسي الذي يستخدمه الأطفال للعثور على اليوتيوبرز الجدد، فعند استخدام البحث على يوتيوب، يمكن للأطفال أن يكونوا على علم بالمحتوى الذي يرغبون في مشاهدته وأن يتحكموا في اختيار الفيديوهات التي تتناسب مع اهتماماتهم، ويمكنهم استخدام الكلمات الرئيسية المناسبة لإيجاد الفيديوهات التي يرغبون في مشاهدتها، كما أن البحث على يوتيوب يتيح للأطفال فرصة اكتشاف يوتيوبرز جدد ومحتوى جديد يمكن أن يكون مثيراً ومفيداً لهم، يمكنهم استكشاف مواضيع مختلفة والعثور على يوتيوبرز يقدمون محتوى يتناسب مع اهتماماتهم المتغيرة.

كما تشير نتائج الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في المصادر التي يستخدموها للعثور على اليوتيوبرز الجدد، حيث أن قيمة $K^2 = 1.057$ وهي دالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.01.

جدول رقم (9)

توزيع أفراد العينة وفق العوامل التي تجعلهم يواصلوا مشاهدة ومتابعة اليوتيوبرز (أكثر من إستجابة)

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية %
التحديث والتجديد المستمر	185	61.7%
التفاعل والتواصل مع المشاهدين	199	66.3%
التنوع والتغيير في المحتوى	204	68.0%
التطور والتحسين في الأداء	106	35.3%
الالتزام والثبات في الجدول الزمني	125	41.7%
الاستجابة والتعاون مع الطلبات	103	34.3%
الاحترام والتقدير للآراء	77	25.7%
لا يوجد عوامل محددة	16	5.3%

المتوسط الحسابي = 2.66
الانحراف المعياري = 1.97
قيمة كا² = 1.143 ، مستوى المعنوية = 0.01 ، دالة

تشير نتائج الجدول السابق إلى العوامل التي تجعل أفراد العينة يواصلوا مشاهدة ومتابعة اليوتيوبرز، وذلك بمتوسط حسابي 2.66 وانحراف معياري 1.97 ، فجاء في الترتيب الأول التنوع والتغيير في المحتوى بنسبة 68.0% من عينة الدراسة، كما جاء في الترتيب الثاني التفاعل والتواصل مع المشاهدين بنسبة 66.3%، وجاء في الترتيب الثالث التحديث والتجديد المستمر بنسبة 61.7%، يليه في الترتيب الرابع الالتزام والثبات في الجدول الزمني بنسبة 41.7%، يليه في الترتيب الخامس التطور والتحسين في الأداء بنسبة 35.3%، ثم يليه في الترتيب السادس الاستجابة والتعاون مع الطلبات بنسبة 34.3%، وفي الترتيب السابع الاحترام والتقدير للآراء بنسبة 25.7%، وفي الترتيب الثامن والأخير لا يوجد عوامل محددة بنسبة 5.3%.

كما تشير النتائج أعلاه إلى أن التنوع والتغيير في المحتوى هما العامل الرئيسي الذي يجعل أفراد العينة يواصلون مشاهدة ومتابعة اليوتيوبرز، فعندما يقدم اليوتيوبر محتوى متنوعًا ومتغيرًا، فإنه يحافظ على اهتمام الأطفال ويجعلهم يرغبون في متابعته بشكل مستمر، التنوع في المحتوى يعني أن اليوتيوبر يقدم مواضيع ومقاطع فيديو جديدة ومختلفة بشكل منتظم، مما يساعد في تجنب الملل والروتينية، كما أن الأطفال يمتلكون اهتمامات واختلافات مختلفة، عندما يقدم اليوتيوبر محتوى متنوعًا، فإنه يستطيع تلبية احتياجات واهتمامات مختلفة للمشاهدين، قد يغطي المحتوى مواضيع مثل الألعاب، الطعام، الترفيهية، الفن، وغيرها، ما يجعله جاذبًا لجمهور متنوع من الأطفال.

كما تشير نتائج الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في العوامل التي تجعلهم يواصلوا مشاهدة ومتابعة اليوتيوبرز، حيث أن قيمة كا² = 1.143 وهي دالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.01.

جدول رقم (10)
توزيع أفراد العينة وفق العوامل التي تجعلهم يتوقفوا عن مشاهدة ومتابعة اليوتيوبرز
(أكثر من إستجابة)

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية %
الكرر والملل في المحتوى	211	70.3%
الانقطاع والتأخر في النشر	206	68.7%
الجدل والخلاف مع المشاهدين	102	34.0%
التدهور والانخفاض في الجودة	191	63.7%
التغيير والانحراف في الرسالة	122	40.7%
الاستغلال والتجارة بالمشاهدين	150	50.0%
الإساءة والتجريح في الآخرين	184	61.3%
لا يوجد عوامل محددة	61	20.3%

المتوسط الحسابي = 2.08
الانحراف المعياري = 1.17
قيمة $\chi^2 = 1.305$ ، مستوى المعنوية = 0.01 ، دالة

تشير نتائج الجدول السابق إلى العوامل التي تجعل أفراد العينة يتوقفوا عن مشاهدة ومتابعة اليوتيوبرز، وذلك بمتوسط حسابي 2.08 وانحراف معياري 1.17 ، فجاء في الترتيب الأول الكرر والملل في المحتوى بنسبة 70.3% من عينة الدراسة، كما جاء في الترتيب الثاني الانقطاع والتأخر في النشر بنسبة 68.7%، يليها في الترتيب الثالث التدهور والانخفاض في الجودة بنسبة 63.7%، ثم يليها في الترتيب الرابع الإساءة والتجريح في الآخرين بنسبة 61.3%، وفي الترتيب الخامس جاء الاستغلال والتجارة بالمشاهدين بنسبة 50.0%، وجاء في الترتيب السادس التغيير والانحراف في الرسالة بنسبة 40.7%، بينما جاء في الترتيب السابع الجدل والخلاف مع المشاهدين بنسبة 34.0%، وفي الترتيب الثامن والأخير جاء لا يوجد عوامل محددة بنسبة 20.3%.

كما تشير النتائج أعلاه إلى أن الكرر والملل في المحتوى هما العامل الرئيسي الذي يجعل أفراد العينة (الأطفال) يتوقفون عن مشاهدة ومتابعة اليوتيوبرز، فعندما يقدم اليوتيوبر محتوى متكرر ومكرر بشكل مستمر، فإنه يمكن أن يصبح مملاً ومنقرضاً لدى الجمهور، قد يشعر الأطفال بالملل والكراهة تجاه اليوتيوبر إذا كان يقدم نفس الأفكار والمواضيع بشكل متكرر دون تجديد أو تنويع، فإذا لم يقدم اليوتيوبر محتوى جديداً ومبتكراً، فقد يفقد الجمهور اهتمامه ويتوقف عن متابعته، يرغب الأطفال في رؤية أشياء جديدة ومثيرة، وإذا كان اليوتيوبر غير قادر على تقديم ذلك، فقد يؤدي ذلك إلى الكراهة والملل.

وفق هذا السياق أشار إحدى اليوتيوبرز قائلاً (إلى يخسر أي يوتيوبرز متابعينه أنه يعيد ويزيد في المحتوى الذي يبقده أو أن المحتوى يبقا ممل مفهبوش حماس ونشاط وتجديد وإبداع، فدا هيخلي المتابعين يشيلوا المتابعة ويشوفوا غيره)

كما تشير نتائج الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في العوامل التي تجعلهم يتوقفوا عن مشاهدة ومتابعة اليوتيوبرز، حيث أن قيمة $\chi^2 = 1.305$ وهي دالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.01.



المحور الثالث: التعرف على الآثار الاجتماعية والثقافية لليوتيوبز على سلوكيات ومواقف وقيم ومهارات ومعارف الأطفال.

جدول رقم (11)

توزيع أفراد العينة وفق مدى ملاحظة تغيير في السلوك بناءً على محتوى اليوتيوبز الذي يشاهدونه

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية %
نعم	108	36.0%
لا	73	24.3%
أحياناً	119	39.7%
المجموع	300	100%

المتوسط الحسابي = 1.85
الانحراف المعياري = 0.78
قيمة $\chi^2 = 1.482$ ، مستوى المعنوية = 0.01 ، دالة

تشير نتائج الجدول السابق إلى مدى ملاحظة أفراد العينة تغيير في السلوك بناءً على محتوى اليوتيوبز الذي يشاهدونه، وذلك بمتوسط حسابي 1.85 وانحراف معياري 0.78 ، فجاء في الترتيب الأول أحياناً بنسبة 39.7% من عينة الدراسة، كما جاء في الترتيب الثاني نعم بنسبة 36.0%، ويليهما في الترتيب الثالث والأخير لا بنسبة 24.3%.

كما تشير النتائج أعلاه إلى أن سلوك الأطفال يتأثر أحياناً بناءً على محتوى اليوتيوبز، حيث قد يشاهد الأطفال محتوى اليوتيوبز الذي يحثهم على تغيير سلوكهم إلى الأفضل، قد يكون هذا المحتوى يعزز القيم الإيجابية مثل الشجاعة، الصبر، العمل الجاد، التعاون، أو يشجعهم على اتباع نمط حياة صحي، قد يكون لليوتيوبز تأثير إيجابي على تحفيز الأطفال وتحفيزهم للتغيير، فإذا كان اليوتيوبز يعتبر نموذجاً إيجابياً للأطفال، فقد يكونوا مستعدين لتغيير سلوكهم بناءً على محتوى اليوتيوبز، إذا قدم اليوتيوبز سلوكاً صالحاً ومثالياً وكان مصدر إلهام وتأثير إيجابي على الأطفال، فقد يتبعون سلوكاً مماثلاً أحياناً، وقد يقدم اليوتيوبز محتوى تعليمياً يساعد الأطفال على فهم أهمية التغيير في السلوك، إذا قدم اليوتيوبز معلومات مفيدة حول تأثير السلوك على الصحة أو العلاقات أو البيئة، فقد يتغير سلوك الأطفال لمواكبة هذه المعرفة الجديدة، كما إذا كان اليوتيوبز الذي يشاهدهم الأطفال محبوبين ومشهورين، فقد يحاولون محاكاة سلوكهم ليكونوا جزءاً من المجتمع أو ليحظوا بالقبول الاجتماعي، قد يكون هناك ضغط على الأطفال للتغيير بسبب تأثير المجتمع ورغبتهم في الملاءمة.

وفق هذا الإطار أشار إحدى أولياء الأمور قائلاً (طبعاً اليوتيوبز واليوتيوبز بيأثروا على سلوكيات أطفالنا لأنهم بيقلدوا كل اللي بيشفوه وبيسمعوه، فلو كانوا بيتابعوا حد كويس أكيد هيكتسبوا صفات كويسة، والعكس صحيح).

كما تشير نتائج الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في مدى ملاحظة تغيير في السلوك بناءً على محتوى اليوتيوبز الذي يشاهدونه، حيث أن قيمة $\chi^2 = 1.482$ وهي دالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.01.

جدول رقم (12)
توزيع أفراد العينة وفق مدى محاولتهم تقليد سلوكيات اليوتيوبرز في حياتهم اليومية

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية %
نعم	114	38.0%
لا	50	16.7%
أحياناً	136	45.3%
المجموع	300	100%

المتوسط الحسابي = 1.71
الانحراف المعياري = 0.79
قيمة كا² = 3.206 ، مستوى المعنوية = 0.01 ، دالة

تشير نتائج الجدول السابق إلى مدى محاولة أفراد العينة تقليد سلوكيات اليوتيوبرز في حياتهم اليومية، وذلك بمتوسط حسابي 1.71 وانحراف معياري 0.79 ، فجاء في الترتيب الأول أحياناً بنسبة 45.3% من عينة الدراسة، كما جاء في الترتيب الثاني نعم بنسبة 38.0%، وجاء في الترتيب الثالث والأخير لا بنسبة 16.7%.

كما تشير النتائج أعلاه إلى أن الأطفال يقلدون أحياناً سلوكيات اليوتيوبرز في حياتهم اليومية هو التقليد أحياناً، حيث يمكن أن يرجع ذلك كون اليوتيوبر نموذجاً اجتماعياً قوياً للأطفال، قد يشعرون برغبة في أن يكونوا مثل اليوتيوبر المشهور الذي يتابعونه ويحاولون تقليد سلوكياته وأسلوب حياته، هذا يمكن أن يكون بسبب الرغبة في الانتماء إلى المجتمع الذي يحب اليوتيوبر أو لأنهم يرون في تقليده فرصة للتعبير عن شخصيتهم والتأثير على الآخرين، وقد يلهم اليوتيوبر الأطفال بسلوكياته الإيجابية وتحفيزهم على تقليدها في حياتهم اليومية، إذا كان اليوتيوبر يعرض أفكاراً وقيماً إيجابية ويشجع على العمل الجاد، الإبداع، العطاء، فقد يحاول الأطفال تقليده وتطبيقه في حياتهم.

وفق هذا السياق أشار إحدى المعلمين قائلاً (إننا بنشوف العجب في سلوكيات الطلبة في المدرسة وبنلاحظ تأثير كبير على سلوكيات الطلبة من اللي بيتابعوه وبيتابعوه على أي وسيلة سواء يوتيوب أو تيك توك أو التليفزيون من أفلام ومسلسلات).

كما تشير نتائج الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في مدى محاولتهم تقليد سلوكيات اليوتيوبرز في حياتهم اليومية، حيث أن قيمة كا² = 3.206 وهي دالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.01.

جدول رقم (13)

توزيع أفراد العينة وفق السلوكيات والمواقف والقيم التي يتأثروا بها من اليوتيوبرز (أكثر من استجابة)

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية %
اللباس والمظهر	194	64.7%
الحركة والتعبير	227	75.7%
التواصل واللغة	216	72.0%
الاستهلاك والشراء	100	33.3%
المشاركة والتفاعل	118	39.3%
التعاون والتنافس	23	7.7%
الابتكار والإبداع	90	30.0%
التأثير والتغيير	77	25.7%
القيم والمبادئ	202	67.3%
الهوية والانتماء	73	24.3%
لا توجد سلوكيات أو مواقف أو قيم متأثرة	46	15.3%

المتوسط الحسابي = 2.64
الانحراف المعياري = 1.17
قيمة $t = 2.637$ ، مستوى المعنوية = 0.01 ، دالة

تشير نتائج الجدول السابق إلى السلوكيات والمواقف والقيم التي يتأثر بها أفراد العينة من اليوتيوبرز، وذلك بمتوسط حسابي 2.64 وانحراف معياري 1.17 ، فجاء في الترتيب الأول الحركة والتعبير بنسبة 75.7% من عينة الدراسة، كما جاء في الترتيب الثاني التواصل واللغة بنسبة 72.0%، ويليهما في الترتيب الثالث القيم والمبادئ بنسبة 67.3%، وجاء في الترتيب الرابع اللباس والمظهر بنسبة 64.7%، كما جاء في الترتيب الخامس المشاركة والتفاعل بنسبة 39.3%، ويليهما في الترتيب السادس الاستهلاك والشراء 33.3%، وجاء في الترتيب السابع الابتكار والإبداع بنسبة 30.0%، وجاء في الترتيب الثامن التأثير والتغيير بنسبة 25.7%، يليها الهوية والانتماء في الترتيب التاسع بنسبة 24.3%، وفي الترتيب العاشر جاء لا توجد سلوكيات أو مواقف أو قيم متأثرة بنسبة 15.3%، وجاء في الترتيب الحادي عشر والأخير التعاون والتنافس بنسبة 7.7%.

كما تشير النتائج أعلاه إلى أن العامل الرئيسي الذي يؤثر على سلوك الأطفال ويتأثر به من اليوتيوبرز هو الحركة والتعبير، فيمكن أن يكون اليوتيوبر مصدر إلهام للأطفال عن طريق عرض سلوكيات حركية محددة، قد يقدم اليوتيوبر محتوى يشجع الأطفال على ممارسة التمارين الرياضية أو الحركات البدنية المبتكرة أو الرقص أو الحركات الإبداعية الأخرى، يمكن أن يقوم الأطفال بتقليد هذه الحركات والتعبير عنها في حياتهم اليومية، وقد يحاول الأطفال تقليد سلوكيات اليوتيوبرز في التعبير عن أنفسهم وإظهار شخصيتهم، قد يقدم اليوتيوبر محتوى يشجع الأطفال على التعبير عن أفكارهم ومشاعرهم والتعبير عنها بطرق إبداعية، قد يحاول الأطفال تقليد هذه الطرق واستخدامها في تعبيرهم الشخصي.

كما تشير نتائج الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في السلوكيات والمواقف والقيم التي يتأثروا بها من اليوتيوبرز، حيث أن قيمة $\chi^2 = 2.637$ وهي دالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.01.

المحور الرابع: التعرف على التحديات والإيجابيات المتعلقة بظاهرة اليوتيوبرز وتأثيرها على الأطفال في المجتمع المصري.

جدول رقم (14)

توزيع أفراد العينة وفق التحديات التي يواجهونها في مشاهدة ومتابعة اليوتيوبرز

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية %
الرقابة والتحكم من قبل الأهل أو المدرسة	39	13.0%
الانتقاد والسخرية من قبل الأصدقاء أو المجتمع	43	14.3%
الإدمان والإفراط في الاستهلاك	72	24.0%
الضغط والتأثر بالرأي العام	34	11.3%
الخداع والتضليل من قبل بعض اليوتيوبرز	50	16.7%
الاستغلال والاختراق من قبل بعض الجهات	30	10.0%
لا يوجد تحديات	32	10.7%
المجموع	300	100%

المتوسط الحسابي = 3.64
الانحراف المعياري = 1.84
قيمة $\chi^2 = 1.976$ ، مستوى المعنوية = 0.01 ، دالة

تشير نتائج الجدول السابق إلى التحديات التي يواجهها أفراد العينة في مشاهدة ومتابعة اليوتيوبرز، وذلك بمتوسط حسابي 3.64 وانحراف معياري 1.84 ، فجاء في الترتيب الأول الإدمان والأفراط في الاستهلاك بنسبة 24.0% من عينة الدراسة، كما جاء في الترتيب الثاني الخداع والتضليل من قبل بعض اليوتيوبرز بنسبة 16.7%، وجاء في الترتيب الثالث الانتقاد والسخرية من قبل الأصدقاء أو المجتمع بنسبة 14.3%، بينما جاء في الترتيب الرابع الرقابة والتحكم من قبل الأهل أو المدرسة بنسبة 13.0%، يليها في الترتيب الخامس الضغط والتأثر بالرأي العام بنسبة 11.3%، وجاء في الترتيب السادس لا يوجد تحديات بنسبة 10.7%، بينما جاء في الترتيب السابع والأخير الاستغلال والاختراق من قبل بعض الجهات بنسبة 10.0%.

كما تشير النتائج أعلاه إلى أن العامل الرئيسي الذي يواجهه أفراد العينة (الأطفال) في مشاهدة ومتابعة اليوتيوبرز هو الإدمان والأفراط في الاستهلاك، فقد يكون للمحتوى الذي يقدمه اليوتيوبرز تأثير قوي على الأطفال ويثير اهتمامهم بشكل كبير، قد يجد الأطفال المحتوى المقدم مثيلاً ومسلية لدرجة أنهم يشعرون بالإدمان على متابعته والاستمرار في استهلاكه بشكل مفرط، وقد يؤدي المحتوى الذي يقدمه اليوتيوبرز إلى توليد استجابة عاطفية قوية لدى الأطفال، قد يشعرون بالسعادة أو الحماس أو الحزن أو الانتماء أثناء مشاهدة المحتوى، وهذه الاستجابات العاطفية يمكن أن تدفعهم للاستمرار في متابعة اليوتيوبرز والاستهلاك المفرط، كما يعتبر اليوتيوبرز منصة سهلة الوصول ومتاحة بشكل واسع للأطفال، يمكنهم الوصول إلى المحتوى بسهولة عبر الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية والكمبيوترات، هذا



الوصول السهل والتوفر الكبير للمحتوى يمكن أن يؤدي إلى الإفراط في الاستهلاك والبقاء متصلين بالمنصة بشكل مستمر. كما تشير نتائج الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في التحديات التي يواجهونها في مشاهدة ومتابعة اليوتيوبرز، حيث أن قيمة $\chi^2 = 1.976$ وهي دالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.01.

جدول رقم (15)

توزيع أفراد العينة وفق الإجابيات التي حصلوا عليها من مشاهدة ومتابعة اليوتيوبرز

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية %
الترفيه والمتعة	95	31.7%
التعلم والتثقيف	83	27.7%
التفاعل والمشاركة	52	17.3%
التعرف والتواصل	24	8.0%
التعبير والإبداع	12	4.0%
التأثير والتغيير	15	5.0%
الانتماء والتطابق	9	3.0%
لا يوجد إجابيات	10	3.3%
المجموع	300	100%

المتوسط الحسابي = 2.47
الانحراف المعياري = 1.87
قيمة كا² = 12.767 ، مستوى المعنوية = 0.01 ، دالة

تشير نتائج الجدول السابق إلى الإجابيات التي حصل عليها أفراد العينة من مشاهدة ومتابعة اليوتيوبرز، وذلك بمتوسط حسابي 2.47 وانحراف معياري 1.87 ، فجاء في الترتيب الأول الترفيه والمتعة بنسبة 31.7% من عينة الدراسة، كما جاء في الترتيب الثاني التعلم والتثقيف بنسبة 27.7%، كما جاء في الترتيب الثالث التفاعل والمشاركة بنسبة 17.3%، وجاء في الترتيب الرابع التعرف والتواصل بنسبة 8.0%، وجاء في الترتيب الخامس التأثير والتغيير بنسبة 5.0%، كما جاء في الترتيب السادس التعبير والإبداع بنسبة 4.0%، أما في الترتيب السابع جاء لا يوجد إجابيات بنسبة 3.3%، وفي الترتيب الثامن والأخير جاء الانتماء والتطابق بنسبة 3.0%.

كما تشير النتائج أعلاه إلى أن الإجابيات الرئيسية التي حصل عليها أفراد العينة (الأطفال) من مشاهدة ومتابعة اليوتيوبرز هي الترفيه والمتعة، حيث يعتبر مشاهدة محتوى اليوتيوب تجربة ترفيهية للأطفال، يمكنهم الاستمتاع بمشاهدة مقاطع الفيديو المسلية والمضحكة والتفاعل مع الشخصيات اليوتيوبرز المحبوبة، قد يشعرون بالسعادة والمرح أثناء مشاهدة هذا المحتوى ويستمتعون بالوقت الذي يقضونه في استهلاكه.

كما تشير نتائج الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في الإجابيات التي حصلوا عليها من مشاهدة ومتابعة اليوتيوبرز، حيث أن قيمة كا² = 12.767 وهي دالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.01.

جدول رقم (16)
توزيع أفراد العينة وفق رأيهم في ظاهرة اليوتيوبرز في المجتمع المصري

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية %
ظاهرة مفيدة ومنشودة	28	9.3%
ظاهرة مقبولة ومحترمة	90	30.0%
ظاهرة مشكوك فيها ومحتاجة للتنظيم	116	38.7%
ظاهرة مضرة ومرفوضة	66	22.0%
المجموع	300	100%

المتوسط الحسابي = 1.99
الانحراف المعياري = 1.03
قيمة كا² = 3.267 ، مستوى المعنوية = 0.01 ، دالة

تشير نتائج الجدول السابق إلى رأي أفراد العينة في ظاهرة اليوتيوبرز في المجتمع المصري، وذلك بمتوسط حسابي 1.99 وانحراف معياري 1.03 ، فجاء في الترتيب الأول ظاهرة مشكوك فيها ومحتاجة للتنظيم بنسبة 38.7% من عينة الدراسة، كما جاء في الترتيب الثاني ظاهرة مقبولة ومحترمة بنسبة 30.0%، يليها في الترتيب الثالث ظاهرة مضرة ومرفوضة بنسبة 22.0%، كما جاء في الترتيب الرابع والأخير أنها ظاهرة مفيدة ومنشودة بنسبة 9.3% . كما تشير النتائج أعلاه إلى أن الأطفال يروا أن ظاهرة اليوتيوبرز في المجتمع المصري كظاهرة مشكوك فيها وتحتاج إلى التنظيم، فقد يكون الانتشار السريع لظاهرة اليوتيوبرز وتوفر المحتوى بشكل غير محدد قد أدى إلى فترة من عدم التنظيم والرقابة، يمكن أن يؤدي هذا الغياب إلى وجود محتوى قد يكون غير مناسب أو غير ملائم للأطفال، كما قد يكون بعض محتوى اليوتيوبرز قد تسبب تأثيراً سلبياً على الأطفال، سواءً من حيث السلوك أو اللغة أو القيم المشاركة، قد يعتبر البعض أن هذا التأثير يجعل الظاهرة تحتاج إلى إرشاد وتنظيم لحماية الأطفال، ويمكن أن يكون هناك مخاوف بشأن سلامة الأطفال على الإنترنت والتعرض لمحتوى غير مناسب أو استغلال الأطفال، هذا يبرز أهمية التنظيم لحماية الأطفال من أي مخاطر قد تنبعث من هذه الظاهرة.

كما تشير نتائج الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في رأيهم في ظاهرة اليوتيوبرز في المجتمع المصري، حيث أن قيمة كا² = 3.267 وهي دالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.01.

المحور الخامس: التعرف على الرؤية المستقبلية للتخفيف من تأثيرات اليوتيوبز على الأطفال. جدول رقم (17)

توزيع أفراد العينة وفق كيفية حماية الأهل لأطفالهم من المحتوى الغير مناسب على اليوتيوب

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية %
بمراقبة وتحديد ما يشاهدونه	71	23.7%
بتفعيل وضع الأطفال أو الحماية الأسرية	84	28.0%
بتوجيههم وتنقيفهم حول المحتوى المناسب	80	26.7%
بتشجيعهم على مشاركة آرائهم وانطباعاتهم	3	1.0%
بتنوع مصادر التعلم والترفيه لهم	10	3.3%
بتحديد وقت معين لمشاهدة اليوتيوب	52	17.3%
المجموع	300	100%

المتوسط الحسابي = 2.38
الانحراف المعياري = 1.24
قيمة كا² = 9.754 ، مستوى المعنوية = 0.01 ، دالة

تشير نتائج الجدول السابق إلى كيفية حماية الأهل لأطفالهم من المحتوى الغير مناسب على اليوتيوب من وجهة نظر أفراد العينة، وذلك بمتوسط حسابي 2.38 وانحراف معياري 1.24 ، فجاء في الترتيب الأول بتفعيل وضع الأطفال أو الحماية الأسرية بنسبة 28.0% من عينة الدراسة، كما جاء في الترتيب الثاني بتوجيههم وتنقيفهم حول المحتوى المناسب بنسبة 26.7%، كما جاء في الترتيب الثالث بمراقبة وتحديد ما يشاهدونه بنسبة 23.7%، وجاء في الترتيب الرابع بتحديد وقت معين لمشاهدة اليوتيوب بنسبة 17.3%، كما جاء في الترتيب الخامس بتنوع مصادر التعلم والترفيه لهم بنسبة 3.3%، وجاء في الترتيب السادس والأخير بتشجيعهم على مشاركة آرائهم وانطباعاتهم بنسبة 1.0%. كما تشير النتائج أعلاه أن توجد عدة أسباب قد تفسر رؤية أفراد العينة لتفعيل وضع الأطفال أو الحماية الأسرية كأداة لحماية أطفالهم من المحتوى غير المناسب على اليوتيوب، يمكن أن يكون هناك قلق من قبل الأهل حيال المحتوى الذي قد يتعرض له الأطفال على اليوتيوب، وقد يكون هذا القلق متعلقاً باللغة، أو المواضيع، أو الصور التي قد تكون غير مناسبة لفئة عمرية صغيرة، كما قد يرغب الكثيرون من الأهل في السيطرة على تجربة مشاهدة الأطفال والتأكد من أنهم يتعرضون إلى محتوى يتناسب مع قيم وتوجهات الأسرة. لذلك، يعتبر تفعيل وضع الأطفال أو الحماية الأسرية وسيلة لتحقيق هذا الهدف، كما يمكن أن يكون هناك رغبة لتحقيق توازن بين منح الأطفال حرية في استكشاف المحتوى على الإنترنت وحمايتهم من المحتوى الضار، تفعيل وضع الأطفال يوفر هذا التوازن بحيث يمكن للأهل مراقبة الأنشطة الرقمية لأطفالهم.

وفق هذا السياق أشار إحدى اولياء الأمور قائلاً (طبعاً لازم يكون فيه رقابة من الوالدين على الأطفال وفيه ميزات حديثة وتحديثات بتظهر كل فترة نقدر نستخدمها لحماية أطفالنا من التعرض لأي محتوى غير لائق سواء على اليوتيوب أو غيره).

كما تشير نتائج الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في كيفية حماية الأهل لأطفالهم من المحتوى الغير مناسب على اليوتيوب، حيث أن قيمة كا² = 9.754 ، وهي دالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.01.

جدول رقم (18)
توزيع أفراد العينة وفق الخطوات التي يمكن اتخاذها من قبل المجتمع لتعزيز الوعي بأهمية اختيار المحتوى المناسب على اليوتيوب

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية %
بإنشاء محتوى موجه ومناسب للأطفال	110	36.7%
بإشراك الأطفال في صناعة المحتوى وتقييمه	24	8.0%
بإنشاء منصات تواصل وحوار بين الأطفال واليوتيوبرز	11	3.7%
بإنشاء مبادرات وحملات توعوية وتنقيفية	33	11.0%
بإنشاء آليات رقابة ومراجعة للمحتوى	27	9.0%
بإنشاء قوانين وضوابط لحماية الأطفال من المحتوى السلبي	95	31.6%
المجموع	300	100%

المتوسط الحسابي = 2.18
الانحراف المعياري = 1.47
قيمة كا² = 12.286 ، مستوى المعنوية = 0.01 ، دالة

تشير نتائج الجدول السابق إلى الخطوات التي يمكن اتخاذها من قبل المجتمع لتعزيز الوعي بأهمية اختيار المحتوى المناسب على اليوتيوب من وجهة نظر أفراد العينة، وذلك بمتوسط حسابي 2.18 وانحراف معياري 1.47 ، فجاء في الترتيب الأول بإنشاء محتوى موجه ومناسب للأطفال بنسبة 36.7% من عينة الدراسة، كما جاء في الترتيب الثاني بإنشاء قوانين وضوابط لحماية الأطفال من المحتوى السلبي بنسبة 31.6%، وجاء في الترتيب الثالث بإنشاء مبادرات وحملات توعوية وتنقيفية بنسبة 11.0%، كما جاء في الترتيب الرابع بإنشاء آليات رقابة ومراجعة للمحتوى بنسبة 9.0%، أما في الترتيب الخامس جاء بإشراك الأطفال في صناعة المحتوى وتقييمه بنسبة 8.0%، بينما قد جاء في الترتيب السادس والأخير بإنشاء منصات تواصل وحوار بين الأطفال واليوتيوبرز بنسبة 3.7%.

كما تشير النتائج أعلاه أن أفراد العينة يرون أن المحتوى الذي يشاهده الأطفال على اليوتيوب يؤثر على سلوكهم وقيمهم، ولذلك يجب أن يكون محتوى موجه ومناسب للأطفال، ويمكن أن يساهم إنشاء مثل هذا المحتوى في تعزيز الوعي بأهمية الاختيار الصحيح للمحتوى وتجنب المحتوى الضار أو المضلل، ويمكن أن يكون المجتمع دور فعال في هذا الإنشاء من خلال دعم المبدعين الذين ينتجون محتوى مفيد وممتع للأطفال، وتشجيع الأطفال على مشاهدة هذا المحتوى والتفاعل معه بشكل إيجابي.

كما تشير نتائج الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في الخطوات التي يمكن اتخاذها من قبل المجتمع لتعزيز الوعي بأهمية اختيار المحتوى المناسب على اليوتيوب، حيث أن قيمة كا² = 12.286 وهي دالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.01.

نتائج الدراسة:

- المحتوى الأكثر مشاهدة على يوتيوب هو الألعاب والترفيه .
- يتابع 65% من الأطفال قنوات يوتيوبرز تقدم محتوى تعليمياً أحياناً.

- يستخدم 41.7% من الأطفال وسائل التواصل الاجتماعي لمتابعة أخبار اليوتيوبرز أحياناً.
- يشاهد الأطفال اليوتيوبرز للتسلية والمرح والتعلم والتأثير والتغيير.
- يختار الأطفال اليوتيوبرز بناءً على الفكاهة والترفيه والشهرة والشعبية والجودة والإبداع.
- يجد الأطفال اليوتيوبرز الجدد من خلال البحث على يوتيوب والأصدقاء والأقارب والاقتراحات من يوتيوب.
- يواصل الأطفال مشاهدة ومتابعة اليوتيوبرز بسبب التنوع والتغيير في المحتوى والتفاعل والتواصل والتحديث والتجديد المستمر.
- يتوقف الأطفال عن متابعة اليوتيوبرز إذا وجدوا أن المحتوى المقدم متكرر وممل.
- قد يتسبب محتوى اليوتيوب في تغيير السلوك والمواقف والقيم لدى الأطفال.
- قد يحاول الأطفال تقليد سلوكيات اليوتيوبرز في حياتهم اليومية.
- قد يتأثر الأطفال باليوتيوبرز في سلوكياتهم ومواقفهم وقيمهم، مثل الحركة والتعبير والتواصل واللغة والقيم والمبادئ.
- يواجه الأطفال بعض التحديات في مشاهدة ومتابعة اليوتيوبرز، مثل الإدمان والأفراط في الاستهلاك والخداع والتضليل من قبل بعض اليوتيوبرز والانتقاد والسخرية من قبل الأصدقاء أو المجتمع.
- يحصل الأطفال على بعض الإيجابيات من مشاهدة ومتابعة اليوتيوبرز، مثل الترفيه والمتعة والتعلم والتثقيف والتفاعل والمشاركة.
- ينظر بعض الأطفال إلى ظاهرة اليوتيوبرز على أنها ظاهرة مشكوك فيها ومحتاجة للتنظيم.
- أن الأهل يمكنهم حماية أطفالهم من المحتوى الغير مناسب على اليوتيوب من خلال تفعيل وضع الأطفال أو الحماية الأسرية.
- أن المجتمع يمكنه تعزيز الوعي بأهمية اختيار المحتوى المناسب على اليوتيوب من خلال إنشاء محتوى موجه ومناسب للأطفال.

كما أظهرت نتائج الدراسة:

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في نوع المحتوى الذي يستمتعون بمشاهدته على اليوتيوب.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في مدى متابعة قنوات اليوتيوبرز التي تقدم محتوى تعليمي.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في مدى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لمتابعة أخبار اليوتيوبرز.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في الأسباب التي تجعلهم يتابعون اليوتيوبرز.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في المعايير التي يستخدمونها لإختيار اليوتيوبرز الذين يشاهدوهم.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في المصادر التي يستخدمونها للعثور على اليوتيوبرز الجدد.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في العوامل التي تجعلهم يواصلوا مشاهدة ومتابعة اليوتيوبرز.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في العوامل التي تجعلهم يتوقفوا عن مشاهدة ومتابعة اليوتيوبرز.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في مدى ملاحظة تغيير في السلوك بناءً على محتوى اليوتيوبرز الذي يشاهدونه.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في مدى محاولتهم تقليد سلوكيات اليوتيوبرز في حياتهم اليومية.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في السلوكيات والمواقف والقيم التي يتأثروا بها من اليوتيوبرز.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في التحديات التي يواجهونها في مشاهدة ومتابعة اليوتيوبرز.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في الإيجابيات التي حصلوا عليها من مشاهدة ومتابعة اليوتيوبرز.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في رأيهم في ظاهرة اليوتيوبرز في المجتمع المصري.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في كيفية حماية الأهل لأطفالهم من المحتوى الغير مناسب على اليوتيوب.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في الخطوات التي يمكن اتخاذها من قبل المجتمع لتعزيز الوعي بأهمية اختيار المحتوى المناسب على اليوتيوب.

توصيات الدراسة:

- ترشيد استخدام الأطفال لليوتيوب: يجب على الآباء والأمهات ترشيد استخدام الأطفال لليوتيوب، ووضع قيود على الوقت الذي يقضونه على هذه المنصة.
- مراقبة محتوى اليوتيوب الذي يشاهده الأطفال: يجب على الآباء والأمهات مراقبة محتوى اليوتيوب الذي يشاهده الأطفال، والتأكد من أنه لا يحتوي على أي مواد ضارة.
- تعزيز القيم والمعايير الاجتماعية لدى الأطفال: يجب على الآباء والأمهات تعزيز القيم والمعايير الاجتماعية لدى الأطفال، مما يساعدهم على التمييز بين المحتوى الجيد والمحتوى السيئ.
- تشجيع الأطفال على التفاعل مع الثقافات المختلفة: يجب على الآباء والأمهات تشجيع الأطفال على التفاعل مع الثقافات المختلفة، مما يساعدهم على تطوير فهمهم للعالم وتقبل الآخر.
- توجيه السياسات التربوية: توجيه السياسات التربوية نحو تكامل دروس حول استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بشكل آمن وفعال في المناهج الدراسية.
- تعزيز الوعي الأسري: تقديم ورش عمل لأولياء الأمور لفهم تأثير اليوتيوب وتحتفيز حوار فعال حول المحتوى المناسب للأطفال.
- توجيه المحتوى الرقمي: دعم المحتوى الذي يساهم في تطوير المهارات الحياتية والتعلم الفعال بشكل إيجابي.
- تنمية المهارات الرقمية: تنظيم دورات تدريبية للأهل والمعلمين لتعزيز مهاراتهم في متابعة وتوجيه استخدام الأطفال لوسائل التواصل.
- تشكيل هيئة إشرافية: إنشاء هيئة تنظيمية للمراقبة وتقييم المحتوى الرقمي الموجه للأطفال، ضماناً لجودة المحتوى وسلامتهم.
- تحفيز المسؤولية الاجتماعية: إطلاق حملات توعية تحفز على المسؤولية الاجتماعية لليوتيوب ودورهم في تشكيل وجدان الأطفال.

مراجع البحث:

1. محمد علي، إحصائيات يوتيوب 2021 إحصائية مذهشة عن يوتيوب، <https://www.web.com/youtube-statistics-2021/>, 2021.
2. مجلس الوزراء، معلومات الوزراء: 59.19 مليون مستخدم للإنترنت في مصر 2021، <https://www.cabinet.gov.eg/Arabic/Pages/default.aspx>, 2021.
3. Data Reportal, Digital 2021: Egypt, <https://datareportal.com/reports/digital-2021-egypt>, 2021.
4. محمد حسن، إحصائيات وحقائق واتجاهات لوسائل التواصل الاجتماعي لعام 2023، <https://www.social.com/social-media-statistics-2023/>, 2023.
5. Nastya, Nastya - YouTube Stats, Channel Statistics & Analytics, Social Blade, <https://socialblade.com/youtube/channel/UCJlp5SjeGSdVdwsfb9Q7IQ>, 2023.
6. محمد سليم الزبون وضيف الله عودة أبو صعلبيك، الأثار الاجتماعية والثقافية لشبكات التواصل الاجتماعي على الأطفال في سن المراهقة في الأردن، المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية، المجلد 7، العدد 2، 2014 .
7. عزيز أحمد عبد الرشيد، وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على الفرد والمجتمع، مجلة صوت الأمة، الجامعة السلفية، دار التأليف والترجمة، الهند، مجلد 47، العدد 6، 2015.
8. Hanan Ezzat, Social media influencers and the online identity of Egyptian youth, Catalan Journal of Communication and Cultural Studies, 12(2), 2020.
9. [Daniel Zimmermann](#), et al., Influencers on YouTube: a quantitative study on young people's use and perception of videos about political and societal topics, [Current Psychology](#), 41(4), 2020.
10. Cihat Yaşaroğlu, Mehmet Ali Boylu, Youtubers' Effect on Children's Values: Parents' Views, European Journal of Educational Studies, Vol. 7, No. 4, 2020.
11. لولوة على البسيسبي، تأثير مشاهير التواصل الاجتماعي على سلوك الأطفال: دراسة ميدانية على عينة من الآباء والأمهات بمدينة جدة: برنامجي السناپ شات واليوتيوب نموذجاً، رسالة ماجستير، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة الملك عبد العزيز، السعودية، 2020.
12. [Afnan A. Qutub](#), [Alaa A. Muhammad](#), The Effect of Children's Exposure to the YouTube Platform Moshaya Family Channel on Socialization of the Saudi Child Regarding Life Satisfaction, [Online Media and Global Communication](#) , 1(2), 2022.
13. رانيا رمزي حليم، دور المؤثرين الاجتماعيين في الحياة اليومية للشباب المصري "دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي"، مجلة الدراسات الإنسانية والأدبية، المجلد 26، العدد 1، 2022.
14. عبد المجيد النشواتي، علم النفس التربوي، مؤسسة الرسالة، بيروت، 2005، ص43.
15. خالد محمد أبو شعيرة وثائر أحمد غباري، سيكولوجيا النمو الإنساني: بين الطفولة والمراهقة، ط1، مكتبة المجتمع العربي، الأردن، عمان ، 2009، ص67.



16. عماد الزغول، نظريات التعلم، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، 2009، ص89.
17. حسني الجبالي، ملامح وقضايا التعليم الاجتماعي في المجتمع العالمي المعاصر، ط1، مكتبة الأنجلو المصرية، 2010، ص16.
18. زينب البقري، الأسرة والمحتوي المرئي في العصر السيبراني، مركز الحضارة للدراسات والبحوث، 2022، ص153.
19. محمد الحمود ومحمد العمري، اليوتيوبرز: مفهومهم وخصائصهم وأثرهم في المجتمع السعودي، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 4، العدد 2، 2020، ص32.
20. سارة العنزي، اليوتيوبرز: مفهومهم ودورهم في نشر الثقافة العلمية، مجلة البحوث التربوية، المجلد 5، العدد 3، 2020، ص15.
21. عبد الله النجار، مدخل إلى علم الطفولة، دار الفكر العربي، القاهرة، 2009، ص13.
22. سميرة السيد، علم نفس الطفل، دار النهضة العربية، القاهرة، 2011، ص27.
23. محمود الشريف، حقوق الطفل في الإسلام والقانون الدولي، دار العاصمة، الرياض، 2012، ص35.
24. سعيد عبد الفتاح عاشور، المجتمع المصري في عصر سلاطين المماليك، دار الثقافة الجديدة، القاهرة، 2008، ص23.
25. نادية مصطفى، المجتمع المصري: الهوية والثقافة والقيم، دار المعارف، الإسكندرية، 2010، ص37.
26. محمد عبد الله، المجتمع المصري: التاريخ والحضارة والقيم، دار الشروق، القاهرة، 2012، ص51.
27. محمد توفيق سلام، التنشئة السياسية وتعزيز قيم الولاء والانتماء عند القائد الصغير، المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2015، ص111.
28. فتحي حسين عامر، صحافة الفيديو: تقنياتها وإشكالياتها، العربي للنشر والتوزيع، 2020، ص120.
29. أحمد العربي طة، الفصل المقلوب، دار البشر، 2023، ص38.
30. محمد الشرقاوي، المؤثرون، ببلومانيا للنشر والتوزيع، 2023، ص117.
31. زينب البقري، الأسرة والمحتوي المرئي في العصر السيبراني، مرجع سبق ذكره، ص154.
32. [Chris Stokel Walker](#), YouTubers: How YouTube Shook Up TV and Created a New Generation of Stars, [Canbury Press](#), 2019, P73.
33. [IGI Global](#), Research Anthology on Usage, Identity, and Impact of Social Media on Society and Culture, Information Resources Management Association, 2022, P1008.
34. Tugba Demir, et al., Handbook of Research on Aestheticization of Violence, Horror, and Power, [IGI Global](#), 2020, P556.