

استخدامات الشباب المصري لليوتيوب وعلاقته باتجاهاتهم نحو جائحة كورونا

استخدامات الشباب المصري لليوتيوب وعلاقته باتجاهاتهم نحو جائحة كورونا

"دراسة تطبيقية"

الباحثة/بسة عبد الحي أحمد البلاط

لدرجة الدكتوراه- قسم الإعلام شعبة إذاعة وتلفزيون تخصص تكنولوجيا الفن الإذاعي)
جامعة المنصورة

أسماء المشرفين

أ.د. محمد معوض إبراهيم- أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الدراسات العليا للطفولة
والإعلام- جامعة عين شمس

أ.م.د. منى طه محمد طه - أستاذ الصحافة والإعلام المساعد- كلية الآداب- جامعة
المنصورة

مقدمة:

انتقل دور الإنترنت بشكل عام واليوتيوب بشكل خاص من الاستخدام من أجل الترفيه فقط إلى الاستخدام من أجل الحصول على المعلومات إلى جانب الترفيه أيضاً، وقد ساهم اليوتيوب بشكل خاص في نقل مجريات الأمور والعديد من المعلومات الخاصة بالأحداث المستجدة على المجتمعات.

ولقد أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي وسيلة رئيسية في تبادل الأخبار والمعلومات بين المستخدمين، وباتت وسيلة مهمة يلجأ المستخدمون إليها من أجل التعرف على أبرز الأحداث التي تدور في المجتمع وتشغل بال الجماهير، ومن أكثر رواد مواقع التواصل الاجتماعي الشباب؛ والذين يعتبروا عماد المجتمعات وعصبها في التقدم والنمو.

وظهر فيروس كورونا المستجد في نهاية عام 2019 والذي كان له تأثير كبير على العالم بشكل عام ومصر بشكل خاص، حيث كان له تأثير على المجتمع المصري سواء على الجانب الاقتصادي أو الصحي أو غيره من جوانب الحياة شأنه في ذلك شأن باقي المجتمعات على مستوى العالم، حيث تصدرت جائحة كورونا

الباحثة/بسمة عبد الحي أحمد البلاط

قائمة الأخبار في وسائل الإعلام التقليدية والإلكترونية ومن أبرزها اليوتيوب، كما تصدرت الحديث عن جائحة كورونا المناقشات العامة بين الأفراد العاديين.

الدراسات السابقة:

المحور الأول: استخدامات الشباب لليوتيوب وتأثيراته المختلفة

1-دراسة Aylin Bozkurt and Isil Aras (2020) عن محتوى فيديوهات اليوتيوب ومدى فائدتها، واستهدفت الدراسة الحالية وصف محتوى مقاطع الفيديو الموجود على اليوتيوب، وتحليل مشاعر المشاهدين من خلال التعليقات ذات الصلة على الفيديوهات، وتوصلت الدراسة إلى أن نسبة 25% من مقاطع الفيديو بواسطة الجامعات والمستشفيات، حيث كانت 22% من الفيديوهات تخص معلومات صحية، وحوالي 49% تجارب مرضى موثقة وفيديوهات تعليمية.

2- دراسة Priyanka Khatri and et.al (2020) عن اليوتيوب كمصدر للمعلومات عن جائحة كورونا، واستهدفت الدراسة الحالية التعرف تحليل محتوى مقاطع الفيديوهات على اليوتيوب والتي تنشر معلومات عن جائحة كورونا، وتوصلت الدراسة إلى أن نسبة 67% من المقاطع المنشورة باللغة الإنجليزية كانت صحيحة، بينما بلغت نسبة الفيديوهات الصحيحة بلغة الماندرين 50%.

3- دراسة أحمد عمران (2019) عن استخدامات المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي ، واستهدفت الدراسة الحالية التعرف على استخدامات طلاب جامعة عين شمس لمواقع التواصل الاجتماعي وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة دالة إحصائية بين كثافة استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل وبين مدى اكتسابهم لمهارات التواصل.

4-دراسة Hang Shin and et.al (2018) عن تأثير مواقع التواصل الاجتماعي (اليوتيوب) على جمهور المستخدمين، واستهدفت الدراسة الحالية التعرف على

استخدامات الشباب المصري لليوتيوب وعلاقته باتجاهاتهم نحو جائحة كورونا
مدى تأثير سلوكيات عينة الدراسة بتجاربهم على موقع اليوتيوب باعتباره منصة
اجتماعية تؤثر على سلوكيات ومواقف الجيل وقيمهم وشخصياتهم وقيمهم
واعتقاداتهم وأسلوب حياتهم، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك علاقة مهمة بين
تأثيرات اليوتيوب لعينة الدراسة وجنس المستجيبين.

5- دراسة أسماء شبل (2018) عن تأثير اليوتيوب على الاتجاهات السياسية
للشباب، واستهدفت الدراسة الحالية التعرف على دور اليوتيوب في مصر في
ثورتي 25 يناير و30 يونيو وما تبعهما من أحداث، وتوصلت الدراسة إلى أن
القنوات الإخبارية الموجودة على اليوتيوب تؤثر على مواقف الرأي العام خلال
الأحداث الهامة وفترة الأزمات تأثير متوسط.

6- دراسة نهلة محمود (2018) عن التفاعلية في صحافة الفيديو وتأثيرها في تشكيل
الوعي الاجتماعي لدى الشباب المصري، واستهدفت الدراسة الحالية التعرف على
مدى تفاعل الشباب المصري مع صحافة الفيديو وتأثير ذلك على مستوى الوعي
الاجتماعي لدى الشباب المصري، وتوصلت الدراسة إلى استخدام المبحوثين
للخدمات التفاعلية خلال تصفحهم لموقع اليوتيوب، وذلك عن طريق التحكم في
مشاهدة الفيديو.

المحور الثاني استخدامات اليوتيوب في القضايا الصحية:

1- دراسة Kapil Narain and et.al (2022) عن تحليل المعلومات الموجودة عن
فيروس كورونا على اليوتيوب، استهدفت الدراسة تحليل الفيديوهات الموجودة عن
كورونا على اليوتيوب، وتوصلت الدراسة إلى أن نسبة ضئيلة من فيديوهات كورونا
كانت مضللة، بينما كانت معظم مقاطع الفيديو موثوقة إلى حد ما.

2- دراسة Muhammad Ali & Rubina Bhatti (2020) عن الاعتماد
على وسائل التواصل الاجتماعي ومن بينها اليوتيوب كمصدر للمعلومات خلال وباء

الباحثة /بسمة عبد الحي أحمد البلاط

كورونا، واستهدفت الدراسة الحالية تسليط الضوء على مصادر المعلومات الهامة على الإنترنت التي يتم الاعتماد عليها من أجل التوعية الصحية العامة خلال وباء كورونا، وتوصلت الدراسة إلى أن الاعتماد على فيديوهات على اليوتيوب وغيرها من المواقع من أجل مشاركة خبراء الأمراض المعدية مقاطع فيديو حول أعراض فيروس كورونا وعلاجها وإمكانية حدوثها، ونشر العديد من التدابير لتجنب ذلك الوباء.

3-دراسة (2020) Ömer Ataç and et.al عن اليوتيوب كمصدر للمعلومات خلال جائحة كورونا، واستهدفت الدراسة الحالية عمل تقييم لليوتيوب باعتباره مصدرا للمعلومات، وتأثيرات ذلك، وتوصلت الدراسة إلى أن نسب مشاهدات الفيديوهات المضللة أعلى من نسب مشاهدات الفيديوهات المفيدة.

تعقيب عام وملاحظات على الدراسات السابقة :

من خلال العرض السابق للدراسات وثيقة الصلة بموضوع الدراسة يمكننا أن نستخلص مجموعة من الملاحظات والاستنتاجات كما يلي:

- أكدت غالبية الدراسات السابقة على زيادة استخدام الشباب لليوتيوب من جانب، وزيادة اعتمادهم على اليوتيوب من أجل الحصول على المعلومات من جانب آخر، وأشارت معظم الدراسات السابقة إلى تأثير اليوتيوب على اتجاهات المستخدمين من خلال الفيديوهات التي يقومون بمتابعتها عليه.
- كما أكدت العديد من الدراسات السابقة على زيادة استخدام اليوتيوب من أجل حصول المستخدمين على معلومات فيما يخص القضايا الصحية، حيث لم يعد اليوتيوب مصدرا للترفيه فقط، وأشارت الدراسات إلى وجود العديد من الفيديوهات المضللة عن كورونا على اليوتيوب.

استخدامات الشباب المصري لليوتيوب وعلاقته باتجاهاتهم نحو جائحة كورونا -
ويؤخذ على الدراسات السابقة بشكل عام أنها قد أغفلت جانب تحليل مضمون
الأدوات التفاعلية التي يستخدمها الجمهور خلال تصفحه لليوتيوب مثل التعليقات
وغيرها من الأدوات التفاعلية.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة في الدراسة الحالية

ساعدت الدراسات السابقة الباحثة تحديد وصياغة المشكلة البحثية بشكل
محدد وواضح، كما ساهمت الدراسات السابقة في تحديد الإطار النظري الذي يتوافق
مع موضوع الدراسة الحالية، وساعدت الدراسات السابقة في صياغة واعداد فروض
وتساؤلات الدراسة الحالية، كما ساهمت الدراسات السابقة في تفسير نتائج الدراسة
الحالية وعقد مقارنة بين نتائج الدراسة الحالية وما توصلت إليه الدراسات السابقة.
مشكلة الدراسة:

يتضح لنا من خلال عرض الدراسات السابقة خطورة الأمر المتمثل في وجود
العديد من الفيديوهات المضللة على اليوتيوب من جانب، واعتماد العديد من الشباب
على اليوتيوب في استقاء أخبارهم من اليوتيوب من جانب آخر، ويزداد خطورة ذلك
الأمر في ظل الأزمات، حيث أكدت نتائج دراسة (Kapil Madathil and et.al, 2015)
إلى وجود العديد من المعلومات الصحية المضللة بشكل مرتفع نسبيا على
اليوتيوب، وهو ما يمكن أن يتسبب في نتائج كارثية، وهو ما أكدته دراسة كلا من
(Priyanka Khatri and et.al,2020) و دراسة (Ömer Ataç and et.al,2020)
والتي أشارت نتائجها إلى وجود العديد من الفيديوهات المضللة عن
كورونا على اليوتيوب، وكانت نسب المشاهدة على الفيديوهات المضللة أعلى من
نسب المشاهدة على الفيديوهات الصادقة.

ومن هنا تبرز مشكلة الدراسة الحالية، والتي تتمثل في التعرف على استخدامات
الشباب المصري لليوتيوب، وعلاقته باتجاهاتهم نحو جائحة كورونا.

- تتمثل أهمية الدراسة العلمية في حداثة جائحة كورونا، والتي انتشرت كالنار في الهشيم، وتسببت في العديد من المخاطر على المستوى الصحي والاقتصادي وغيرها من المستويات، وبالتالي أهمية دراسة الفيديوهات المنشورة عن جائحة كورونا على موقع اليوتيوب والذي يلقي رواج كبير بين مستخدمي الإنترنت في دولة مصر، والذين تخطى عددهم أكثر من نصف سكان الشعب المصري.
- كما تتمثل أهمية الدراسة على أرض الواقع في انتشار العديد من المعلومات المضللة على اليوتيوب وفقا لما أشارت إليه الدراسات السابقة، كذلك تأكيد الدراسات الأجنبية التي تناولت فيديوهات كورونا على اليوتيوب على وجود معلومات مضللة عن كورونا على اليوتيوب، وهو ما قد يتسبب في كارثة صحية؛ نتيجة للوضع المتأزم الذي تشهده مصر والعالم نتيجة لجائحة كورونا.

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة لتحقيق عدد من الأهداف كما يلي:

- التعرف على دوافع استخدامات الشباب المصري "عينة الدراسة" الوظيفية والنفعية لليوتيوب.
- التعرف على النشاط المدعم "الانتقائية، الانتباه، الاستغراق" للشباب المصري مستخدمي اليوتيوب "عينة الدراسة".
- التعرف على النشاط المعوق "التجنب، تحويل الانتباه، الشك" للشباب المصري مستخدمي اليوتيوب "عينة الدراسة".
- التعرف على اتجاهات الشباب المصري "عينة الدراسة" (المكون المعرفي - الوجداني - الميل السلوكي - احتمالية اعمال العقل) نحو جائحة كورونا.

تساؤلات الدراسة:

- استخدامات الشباب المصري لليوتيوب وعلاقته باتجاهاتهم نحو جائحة كورونا
- ما دوافع استخدامات الشباب المصري "عينة الدراسة" الوظيفية والنفعية لليوتيوب؟
 - ما النشاط المدعم "الانتقائية، الانتباه، الاستغراق" للشباب المصري مستخدم اليوتيوب "عينة الدراسة"؟
 - ما النشاط المعوق "التجنب، تحويل الانتباه، الشك" للشباب المصري مستخدم اليوتيوب "عينة الدراسة"؟
 - ما اتجاهات الشباب المصري "عينة الدراسة" (المكون المعرفي - الوجداني - الميل السلوكي - احتمالية اعمال العقل) نحو جائحة كورونا؟
- الإطار النظري للدراسة:**

تعتمد هذه الدراسة على نظرية الاستخدامات والتأثيرات، ومدخل الاتجاهات على النحو التالي:

أولا نظرية الاستخدامات والتأثيرات Uses and Effects:

جاءت نظرية الاستخدامات والتأثيرات لسد الفجوة بين مدخلي الاستخدامات والإشباع، والتأثيرات التقليدي (نسمة سليمان، 2019، ص 164)، وقد قام كلا من روبين وكيم بتقديم نموذج خاص بالاستخدامات والتأثيرات، والذي تعتمد عليه الدراسة الحالية، وقد تم المزج من خلاله بن المدخل الخاص بالتأثيرات الإعلامية المباشرة وبين مدخل الاستخدامات والإشباع بشكله التقليدي، حيث يفترض ذلك النموذج أن الدوافع النفعية التي تدفع لاستخدامات المضمون وأنماط النشاط المدعم ترتبط بشكل إيجابي بتأثيرات ذلك المضمون على الجمهور المستخدم، في حين إن الدوافع الطقوسية وأنماط النشاط المعوق ترتبط بشكل سلبي بتأثيرات المضمون على جمهور المستخدمين (سماح محمدي، 2015، ص 236).

الباحثة/بسمة عبد الحي أحمد البلاط

ووفقا لنظرية الاستخدامات والتأثيرات فإن الجمهور المستخدم للوسيلة الإعلامية هو جمهور نشط، حيث يعد الجمهور أحد المتغيرات الهامة في وسائل الاتصال، ووفقا لبلومر (1979) فإن الجماهير نشطة بشكل متنوع وفقا لعدة أبعاد وفي أوقات مختلفة من عملية استخدام وسائل الإعلام (Alan Rubin & Elizabeth Perse, 1987, p 59-70).

ووفقا لذلك فينقسم نشاط الجمهور إلى نشاط مدعم يتمثل في الدوافع المنفعية التي تدفع الفرد لاستخدام الوسيلة الإعلامية مثل الانتقائية **Selectivity** (Jungkee Kim & Alan Rubin, 1997, p 9 -13) ، والانتباه **Attention** (Daechun An & et.al , 2018, p 52-53) ، والاستغراق **Involvement** (Alan Rubin & Elizabeth Perse, 1987, p 59-70) ، والتجنب **Avoidance** (Jungkee Kim & Alan Rubin, 1997, p 9- 13). ، وتحويل الانتباه **Distraction** (Alan Rubin & Elizabeth Perse, 1987, p 70). والشك **Media Skepticism** (سماح محمدي، 2015، ص 238).

ويمكننا الاستفادة من النظرية الحالية في الدراسة الحالية من خلال التعرف على أنواع استخدامات الوسيلة الإعلامية، حيث ينقسم استخدام الجماهير للوسائل الإعلامية إلى استخدام نشط مدعم والذي يتمثل في الدوافع المنفعية التي تدفع الفرد لاستخدام الوسيلة الإعلامية، واستخدام معوق يتمثل في الدوافع الطقوسية. يمكن أن تستفيد الدراسة الحالية من نظرية الاستخدامات والتأثيرات من حيث اهتمام تلك النظرية بالأفراد المستخدمين لعمليات الاتصال الجماهيري والتي من بينها اليوتيوب الذي يعتبر منصة جماهيرية، وخاصة وإن نظرية الاستخدامات والتأثيرات تحترم اذكاء وقدرة مستخدمي وسائل الإعلام الجديدة، كما تمكننا نظرية الاستخدامات

استخدامات الشباب المصري لليوتيوب وعلاقته باتجاهاتهم نحو جائحة كورونا
والتأثيرات من دراسة استخدام اليوتيوب كجزء من التفاعل اليومي لجماهير الإنترنت،
وهو ما يفيد الدراسة في الوصول إلى نتائجها، وتحقيق أهدافها على الوجه الأمثل.
ثانيا مدخل الاتجاهات:

يتمثل المكون الأول من الاتجاهات في المكون المعرفي (Daniel Katz, 1960, p 170).
في حين يتمثل المكون الثاني من الاتجاهات في المكون الوجداني أو العاطفي (Geoffrey Haddock & Gregory Maio, 2008, p 115).
ويتمثل المكون الثالث الخاص بمدخل الاتجاهات في مكون الميل السلوكي (Peter Schmidt & Krebs (Schrader & Lawless, 2004, p 10- 11).
Dagmar, 1993, p42).

وقد تم إضافة نموذج احتمالية اعمال العقل لمدخل الاتجاهات، والذي
يضيف اتجاه آخر من اتجاهات الجماهير، حيث يشير نموذج احتمالية اعمال العقل
إلى إن هناك طريقتين لإقناع المتلقي أو مستخدم الرسالة أولاهما الطريق المركزي
ويعتمد على اجتهاد الشخص نتيجة لتفكيره في المعلومات المقدمة إليه، حيث يقوم
الفرد باستخدام معارفه وخبراته السابقة من أجل التدقيق في المعلومات التي تقدمها
الرسالة وذلك من أجل تقييمها، (Bradford Yates, 2001, p8-9) كما يجعل ذلك
الجمهور صامدا أمام أي معلومات مغايرة للمضمون "الرسائل المضادة" الذي تعرض
له حتى لو كان ذلك المضمون المعاكس يبدو مقنع (R. Holbert, R. Garrett, & Laurel Gleason, 2010, p 25).

وثانيهما الطريقة الهامشية وتعتمد على تلقي الجمهور المعلومة بدون جهد
في تقييمها أو التفكير بها بعقله، وبالتالي فإن معالجة الفرد هنا للمعلومات المقدمة له
تكون منخفضة. (Bradford Yates, 2001, p9-10)

ويمكننا الاستفادة من مدخل الاتجاهات من خلال التعرف على المكون المعرفي
والوجداني والميل السلوكي لاتجاهات الشباب المصري المستخدمين لليوتيوب نحو

الباحثة/بسمة عبد الحي أحمد البلاط

جائحة كورونا، كما يمكننا الاستفادة من مدخل الاتجاهات في التعرف على احتمالية أعمال الشباب عينة الدراسة للعقل في الفيديوهات التي يقوموا بمشاهدتها عن جائحة كورونا على اليوتيوب، حيث يمكننا التعرف على إذا ما اعتمد عينة الدراسة على الطريق المركزي الذي يقوم على اجتهادهم والتفكير في المعلومات التي تقوم فيديوهات اليوتيوب بتقديمها عن جائحة كورونا، أم يقومون بالاعتماد على الطريق الهامشي الذي يعتمد على تلقي الأفراد عينة الدراسة للمعلومات الخاصة بجائحة كورونا على اليوتيوب بدون بذل جهود في تقييمها أو التفكير فيها بعقولهم.

الربط بين نظرية الاستخدامات والتأثيرات ومدخل الاتجاهات في الدراسة الحالية

يمكن أن يتم الربط بين نظرية الاستخدامات والتأثيرات ومدخل الاتجاهات في الدراسة الحالية؛ حيث يمكننا الاستفادة من نظرية الاستخدامات والتأثيرات في تمييز استخدامات الشباب المصري عينة الدراسة لليوتيوب، وذلك من خلال التعرف على الاستخدام المدعم والمعوق لعينة الدراسة لفيديوهات كورونا على اليوتيوب. ومن جانب آخر يمكننا التعرف على اتجاهات الشباب المصري "عينة الدراسة" نحو جائحة كورونا والنتيجة عن استخدام الشباب المصري، حيث يمكن من خلال مدخل الاتجاهات التعرف على اتجاهات الشباب المصري "عينة الدراسة" على المكون المعرفي والمكون الوجداني ومكون الميل السلوكي للشباب المصري "عينة الدراسة"، وكذلك احتمالية أعمال الشباب المصري "عينة الدراسة" للعقل في الفيديوهات التي يشاهدونها عن جائحة كورونا على موقع اليوتيوب.

وبذلك فإن نظرية الاستخدامات والتأثيرات ومدخل الاتجاهات يتكاملان في خدمة أهداف الدراسة الحالية وصياغة فروضها بشكل علمي، وهو ما يؤدي في النهاية إلى الوصول إلى نتائج علمية تخدم الدراسة الحالية بشكل عام.

الإطار المنهجي للدراسة:

استخدامات الشباب المصري لليوتيوب وعلاقته باتجاهاتهم نحو جائحة كورونا

منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة الحالية على منهج المسح الإعلامي بشقيه الوصفي والتحليلي، حيث يعتبر منهج المسح الإعلامي منهج منظم يساهم في الحصول على البيانات والمعلومات (مهيرة السباعي، 2018، ص 43)، (هالة الحسيني، 2016، ص 42).

عينة الدراسة:

اعتمدت الباحثة على عينة قوامها 404 مفردة من الشباب المصري من مستخدمي اليوتيوب، والذين تتباين أعمارهم من 18 إلى 29 عام، وتم تطبيق استمارة استبيان إلكترونية عليهم، في الفترة من سبتمبر 2021 وحتى يناير 2022.

أدوات جمع البيانات

اعتمدت الدراسة على استمارة الاستبيان.

اختبارات الصدق والثبات:

وتعني اختبار صدق أداة جمع البيانات، بحيث لو تم استخدام الاستمارة مرة أخرى ستعكس نفس النتائج التي توصلت إليها في المرة الأولى، وتم التحقق من صدق أداة الدراسة من بطريقتين تتمثل الطريقة الأولى في قياس الصدق الظاهري للدراسة وذلك من خلال عرض الأداة على المحكمين، كما تم الاعتماد على معامل ألف كرونباخ طريقة ثانية من أجل التحقق من ثبات المحتوى، وذلك كما في الجدول التالي: رقم (1)

جدول (1) ثبات معامل الصدق الذاتي = الجذر التربيعي لمعامل ألفا كرونباخ

م	م	الانحراف المعياري	المتوسط	عدد العبارات	معامل
1	مصادر فيديوهات كورورنا	0.74	1.99	6	0.52
2	دوافع المتابعة لفيدويوهات كورورنا	0.71	2.14	6	0.6

الباحثة /بسمة عبد الحي أحمد البلاط

71	7	0.74	1.9	النشاط المدعم لاستخدام الشباب لفيدويوهات	3
64	6	0.71	2.05	النشاط المعوق لاستخدام الشباب لفيدويوهات كورونا	4
95	6	0.75	2.1	درجة الثقة في فيديويوهات كورونا	5
38	7	0.72	1.81	مدي تفاعل الشباب المصري مع فيديويوهات كورونا	6
41	6	0.67	2.37	الاتجاهات نحو فيديويوهات كورونا	7
59	5	0.7	2.23	احتمالية إعمال العقل	8
01	49	الاستبيان ككل			

النتائج العامة للدراسة:

1-دوافع متابعة الشباب المصري "عينة الدراسة" لفيدويوهات كورونا على اليوتيوب "دوافع نفعية وطقوسية".

جدول (2): دوافع متابعة الشباب المصري لفيدويوهات كورونا على اليوتيوب

نمطي الدوافع	العبرة	نادرا	أحيانا	دائما	المتوسط	الانحراف المعياري
الدوافع النفعية	للتعرف على المزيد المعلومات عن فيروس كورونا	38	117	249	2.52	0.66
		9.4	29.0	61.6		
	للتعرف على الإجراءات	46	158	200	2.38	0.68
		11.4	39.1	49.5		

استخدامات الشباب المصري لليوتيوب وعلاقته باتجاهاتهم نحو جائحة كورونا

		الحكومية				
0.67	2.38	198	162	44	ت	للتعرف على أبرز مستجدات لقاح كورونا
		49.0	40.1	10.9	%	
0.76	1.87	94	162	148	ت	لأنني تعودت على مشاهدة الفيديوهات على اليوتيوب
		23.3	40.1	36.6	%	
0.75	1.64	67	126	211	ت	للتسلية وتقضية أوقات فراغي
		16.6	31.2	52.2	%	
0.71	2.04	110	199	95	ت	حينما أجدها بالصدفة في المقترحات
		27.2	49.3	23.5	%	
0.71	2.14	أسباب متابعتك لفيديوهات كورونا على اليوتيوب				

من خلال الجدول السابق يتضح أن:

- اتسمت آراء عينة الدراسة حول محور "أسباب متابعتك لفيديوهات كورونا على اليوتيوب" بالحيادية؛ ويتضح كذلك أن أكثر دوافع عينة الدراسة لمتابعة اليوتيوب كانت نفعية في المرتبة الأولى، حيث جاءت عبارة للتعرف على المزيد من المعلومات عن فيروس كورونا في المرتبة الأولى بمتوسط 2,52.
- ويتفق ذلك مع أكدته دراسة كلا من (Muhammad Ali & Rubina Bhatti,) و (Corey Basch and et.al,) و (Ömer Ataç and et.al,2020)، و (Caroline Foster,) و (Kapil Madathil and et.al, 2015)، و (2016).

الباحثة/بسمة عبد الحي أحمد البلاط
2013) حيث أكدت نتائجهم على اعتماد مستخدمي الانترنت على اليوتيوب كمصدر
للمعلومات بشكل عام.

- كما يتفق ذلك مع دراسة كلا من (Muhammad Ali & Rubina Bhatti,)
(2020)، و(Ömer Ataç and et.al,2020) ، و (EunKyo Kang and
et.al,2020) حيث أكدت نتائج تلك الدراسات على اعتماد المستخدمين على
اليوتيوب للتعرف على المزيد من المعلومات عن فيروس كورونا "وهي بذلك دوافع
نفعية".

2-النشاط المدعم لاستخدام الشباب المصري "عينة الدراسة" لفيدويوهات كورونا على
اليوتيوب "الانتقائية والانتباه والاستغراق".

جدول (4): النشاط المدعم لاستخدام الشباب المصري لفيدويوهات كورونا على
اليوتيوب

الانحراف المعياري	المتوسط	دائماً	أحياناً	نادراً	العبارة	
0.79	1.90	107	149	148	ت	أبحث عن فيديوهات كورونا على اليوتيوب
		26.5	36.9	36.6	%	
0.69	2.09	116	208	80	ت	يلفت انتباهي فيديوهات كورونا التي تعرض من
		28.7	51.5	19.8	%	

استخدامات الشباب المصري لليوتيوب وعلاقته باتجاهاتهم نحو جائحة كورونا

						يوتيوبر "أشخاص" معروفين
0.70	2.09	119	201	84	ت	يلفت انتباهي فيديوهات
		29.5	49.8	20.8	%	كورونا التي حازت على نسب مشاهدة كبيرة
0.74	2.00	109	184	111	ت	يلفت انتباهي فيديوهات
		27.0	45.5	27.5	%	كورونا التي يرشحها لي أصدقائي
0.76	1.75	79	145	180	ت	أقوم باستكمال فيديوهات
		19.6	35.9	44.6	%	كورونا حتى لو كان الفيديو مدته طويلة
0.74	1.63	62	129	213	ت	أقوم بحفظ أو تحميل
		15.3	31.9	52.7	%	فيديوهات كورونا لإعادة مشاهدة الفيديو مرة أخرى
0.74	1.85	84	176	144	ت	أقوم بعرض فيديوهات
		20.8	43.6	35.6	%	كورونا على باقي أفراد أسرتي
0.74	1.90	وصف طريقة استخدامك لليوتيوب لمشاهدتك فيديوهات عن كورونا				

من الجدول السابق يتضح أن:

- أكدت النتائج أن أكثر النشاطات التي تدعم متابعة الشباب المصري عينة الدراسة لفيدويوهات كورونا على اليوتيوب كانت " يلفت انتباهي فيديوهات كورونا التي تعرض من يوتيوبر "أشخاص" معروفين" و " يلفت انتباهي فيديوهات كورونا التي حازت على نسب مشاهدة كبيرة" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي "2,09"، ويليهما في

الباحثة /بسمة عبد الحي أحمد البلاط
المرتبة الثانية " يلفت انتباهي فيديوهات كورونا التي يرشحها لي أصدقائي " بمتوسط حسابي "1,75".

3-النشاط المعوق لاستخدام الشباب المصري "عينة الدراسة" لفيدويوهات كورونا على اليوتيوب "التجنب وتحويل الانتباه والشك".

جدول (5): النشاط المعوق لاستخدام الشباب المصري لفيدويوهات كورونا على اليوتيوب

الانحراف المعياري	المتوسط	دائما	أحيانا	نادرا	العبارة
0.67	2.24	150	201	53	ت أشعر بالملل من كثرة تعرضي
		37.1	49.8	13.1	% لأخبار عن فيروس كورونا
0.69	1.82	65	202	137	ت من الصعب فهم فيديوهات
		16.1	50.0	33.9	% كورونا على اليوتيوب لوجود الأرقام والإحصائيات
0.80	1.82	99	134	171	ت أقوم بقراءة التعليقات أو
		24.5	33.2	42.3	% إضافة تعليق على الفيديو في نفس وقت المشاهدة
0.75	2.12	142	170	92	ت أشعر بالملل نتيجة بطء
		35.1	42.1	22.8	% عرض الفيديو نتيجة لضعف سرعة الإنترنت
0.72	2.31	188	155	61	ت أشعر بالملل تجاه كثرة
		46.5	38.4	15.1	% الإعلانات التي تظهر على

استخدامات الشباب المصري لليوتيوب وعلاقته باتجاهاتهم نحو جائحة كورونا

		فيديوهات كورونا				
0.67	1.97	84	225	95	ت	أعتقد أن ما يتم تقديمه عن فيروس كورونا على اليوتيوب معلومات غير علمية
		20.8	55.7	23.5	%	
0.71	2.05	وصف طريقة استخدامك لليوتيوب أثناء مشاهدتك فيديوهات عن كورونا				

من الجدول السابق يتضح ما يلي:

- اتسمت آراء عينة الدراسة حول محور " وصف طريقة استخدامك لليوتيوب أثناء مشاهدتك فيديوهات عن كورونا " بالحيادية؛ ويختلف ذلك مع نتائج دراسة كلا من (Priyanka Khatri and et.al,2020) ودراسة (Ömer Ataç and et.al,2020) والتي أشارت نتائجها إلى أن عينة الدراسة ترى أن الفيديوهات المقدمة عن كورونا لا تحتوي على معلومات علمية بل هي فيديوهات مضللة.

4-درجة ثقة الشباب المصري "عينة الدراسة" في فيديوهات كورونا على اليوتيوب. جدول (6): يوضح مستوي الثقة في فيديوهات كورونا على اليوتيوب

مستوي الثقة		
النسبة	التكرار	
13.6	55	منخفض
60.1	243	متوسط
26.2	106	مرتفع
100.0	404	الاجمالي

من الجدول السابق يتضح أن:

الباحثة /بسمة عبد الحي أحمد البلاط

- 13.6% من إجمالي أفراد العينة كان مستوى الثقة لديهم (منخفض)، و60.1% منهم كان مستوى الثقة لديهم (متوسط)، بينما 26.2% منهم كان مستوى الثقة لديهم (مرتفع).

- ويتفق ذلك مع دراسة (Kapil Madathil and et.al, 2015) والتي أشارت إلى وجود العديد من المعلومات الصحية المضللة بشكل مرتفع نسبيا على اليوتيوب، وهو ما يمكن أن يتسبب في نتائج كارثية، وهو ما أكدته دراسة كلا من (Priyanka Khatri and et.al,2020) ودراسة (Ömer Ataç and et.al,2020) والتي أشارت نتائجها إلى وجود العديد من الفيديوهات المضللة عن كورونا على اليوتيوب.

5-الاتجاهات "المعرفية والوجدانية والميل سلوكية" لدى الشباب المصري "عينة الدراسة" نحو فيديوهات كورونا على اليوتيوب.

جدول (7): الاتجاهات المعرفية والوجدانية والميل السلوكية

نوع الاتجاه	العبارة	معارض	محايد	مؤيد	المتوسط	الانحراف المعياري
الاتجاه المعرفي	أعرف المزيد من المعلومات عن فيروس كورونا	23	113	268	2.61	0.59
		5.7 %	28.0	66.3		
	أعرف المزيد عن طرق التعامل السليمة	28	145	231	2.50	0.62
		6.9 %	35.9	57.2		

استخدامات الشباب المصري لليوتيوب وعلاقته باتجاهاتهم نحو جائحة كورونا

						في حال إصابتي	
0.74	2.07	127	180	97	ت	أشعر بالقلق والخوف من المستقبل	الاتجاه الوجداني
		31.4	44.6	24.0	%		
0.71	2.19	146	189	69	ت	أشعر بأهمية الحصول على لقاح كورونا	الاتجاه الميل السلوكي
		36.1	46.8	17.1	%		
0.69	2.39	206	149	49	ت	تدفعني لضرورة تغيير العادات السلبية - التدخين -	الاتجاه الميل السلوكي
		51.0	36.9	12.1	%		
0.67	2.48	236	127	41	ت	تدفعني لضرورة الالتزام بالإجراءات الاحترازية	الاتجاه الميل السلوكي
		58.4	31.4	10.1	%		
0.67	2.37	من واقع مشاهدتك لفيدويوهات عن جائحة كورونا على اليوتيوب					

من الجدول السابق يتضح أن:

- اتسمت آراء عينة الدراسة حول محور الاتجاهات المعرفية والوجدانية والميل السلوكي " بالحيادية"؛ حيث كانت قيمة متوسط المحور هي "2,37".

الباحثة/بسمة عبد الحي أحمد البلاط

- ويتضح أن أكثر الاتجاهات ظهوراً كان الاتجاه المعرفي، حيث ظهرت عبارة " أعرف المزيد من المعلومات عن فيروس كورونا مثل "طرق نقل العدوى"، ويتفق ذلك مع دراسة (Nada Alzara، 2019) والتي أشارت إلى أن اليوتيوب بات جزءاً رئيسياً من حياة العديد من المراهقين اليومية، وهو الأمر الذي أثر على سلوكهم، كما أكدت دراسة (V.A Goodyear & K.M Armour & H Wood, 2018) على تأثير وسائل التواصل الاجتماعي ومن بينها اليوتيوب بشكل إيجابي على سلوكيات 46% من الشباب عينة الدراسة فيما يتعلق بالصحة.

6- احتمالية إعمال العقل لدى الشباب المصري "عينة الدراسة" تجاه فيديوهات كورونا على اليوتيوب.

جدول (8): احتمالية إعمال العقل تجاه فيديوهات كورونا على اليوتيوب

النسبة	التكرار	
6.2	25	منخفضة
48.0	194	متوسطة
45.8	185	مرتفعة
100.0	404	الإجمالي

من الجدول السابق يتضح ما يلي:

- غالبية عينة الدراسة احتمالية إعمالها للعقل تجاه فيديوهات كورونا لديها متوسطة بنسبة 48%، يليها مباشرة احتمالية عالية في الإعمال بنسبة 45.8%، بينما يحل في المرتبة الأخيرة احتمالية إعمال العقل المنخفضة بنسبة 6.2%.

مناقشة نتائج الدراسة:

تم التوصل إلى عدد من النتائج مثل 13,6% من إجمالي أفراد العينة كان مستوى الثقة لديهم (منخفض)، و60.1% منهم كان مستوى الثقة لديهم (متوسط)، بينما 26.2% منهم كان مستوى الثقة لديهم (مرتفع)، كما يتضح أن أكثر الاتجاهات ظهوراً كان الاتجاه المعرفي، ويليه اتجاه الميل السلوكي في المرتبة الثانية، وفي المرتبة الرابعة جاء الاتجاه الوجداني، كما أوضحت نتائج الدراسة أن غالبية عينة الدراسة احتمالية إعمالها للعقل تجاه فيديوهات كورونا لديها متوسطة بنسبة 48%، يليها مباشرة احتمالية عالية في الإعمال بنسبة 45.8%، بينما يحل في المرتبة الأخيرة احتمالية إعمال العقل المنخفضة بنسبة 6.2%.

توصيات الدراسة:

- توصي الدراسة بعمل المزيد من الجهود لجعل الجهات الرسمية الصحية هي الملجأ الرئيسي لمستخدمي اليوتيوب من أجل الحصول على المعلومات الطبية.
- كما توصي الدراسة بوضع عقوبات واضحة ومحددة يتم تطبيقها لمن ينشر معلومات صحية مغلوطة بشكل عام، أو معلومات مضللة عن جائحة كورونا بشكل خاص، على أن تكون المرجعية هنا لوزارة الصحة المصرية ومنظمة الصحة العالمية.
- كذلك العمل على تحديث سياسات اليوتيوب بحيث تشترط ذكر المصادر الرسمية التي تم من خلالها أخذ البيانات أو المعلومات الصحية التي تتعلق بمحتوى الفيديوهات على اليوتيوب، وذلك من أجل إجبار صنّاع المحتوى على اليوتيوب من تحري الدقة والبحث عن المصادر الرسمية فيما يتعلق بالقضايا الصحية.

قائمة المراجع:

كتب عربية:

الباحثة/بسمة عبد الحي أحمد البلاط

- مهيرة عماد السباعي (2018) القضايا الأفريقية من المنظور الإعلامي: الأزمات.. المعالجة، ط1، القاهرة، دار العربي للنشر والتوزيع.

- هالة أحمد الحسيني (2016) الخطاب الصحفي في العلاقات المصرية الإيرانية، الأردن، دار المنهل للنشر والتوزيع.

أبحاث أجنبية منشورة:

- Alan Rubin & Elizabeth Perse (1987) Audience Activity and Soap Opera Involvement: A Uses and Effects Investigation, Human Communication Research, Vol14, No 2, p 246- 268.
- Corey H. Basch and et.al (2016) A Content Analysis of YouTube™ Videos Related to Prostate Cancer, American Journal of Men's Health, Vol 11, No 1, P 154–157.
- EunKyo Kang and et.al (2020) The popularity of eating broadcast: Content analysis of “mukbang” YouTube videos, media coverage, and the health impact of “mukbang” on public, Health Informatics Journal, Vol 26, No3, P 2237–2248.
- Jane E. Klobas & Tanya J. McGill and Sedigheh Moghavvemi and Tanuosa Paramanathan (2018) Problematic and extensive YouTube use: first hand reports, The current issue and full text archive of this journal, Vol 44, No 5, P 3-20.
- Jungkee Kim & Alan M. Rubin (1997) The Variable Influence of Audience Activity on Media Effects, Journal Indexing & Metrics, Vol 24, No 2, P 107- 135.
- Kapil Chalil Madathil and et.al (2014). Healthcare information on YouTube: A systematic review, Health Informatics Journal, Vol 21, No 3, P 173–194.
- Muhammad Yousuf Ali & Rubina Bhatti (2020) COVID-19 (Coronavirus) Pandemic: Information Sources Channels for the

استخدامات الشباب المصري لليوتيوب وعلاقته باتجاهاتهم نحو جائحة كورونا
Public Health Awareness, Asia Pacific Journal of Public Health,
Vol 32, No 4, P 168- 169.

- Nada Jamal Alzara (2019). YouTuber's as Role-Models: A Study of the Ways YouTubers Influence Teenagers in the UAE, University of Sharjah Journal for Humanities & Social Sciences, Vol 16, No 2(B), P 53- 79.
- Ömer Ataç and et.al (2020) YouTube as an information source during the Coronavirus disease (COVID-19) pandemic: Evaluation of the Turkish and English content, medRxiv preprint, Retrieved August 30, 2020 from <https://doi.org/10.1101/2020.05.06.20093468>
- P. G Schrader & K. A Lawless (2004) The knowledge, attitudes, & behaviors approach how to evaluate performance and learning in complex environments. Performance Improvement, Vol 43, No 9 , p8-15.
- Priyanka Khatri and et.al (2020) YouTube as source of information on 2019 novel coronavirus outbreak: A cross sectional study of English and Mandarin content, Travel Medicine and Infectious Disease, Vol 35, No 38, P2- 31.
- R. Lance Holbert, R. Kelly Garrett, & Laurel S. Gleason (2010) A New Era of Minimal Effects? A Response to Bennett and Iyengar, Journal of Communication, Vol 60, No 1 , p15-34.
- Kapil Narain and et.al (2022) COVID-19 information on YouTube: analysis of quality and reliability of videos in eleven widely spoken languages across Africa, Accessed on 17 April 2022, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=4034493> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4034493>.

رسائل أجنبية:

- Aylin Pasaoglu Bozkurt & Isil Aras (2020) Cleft Lip and Palate YouTube Videos: Content Usefulness and Sentiment Analysis,

Degree of Doctor, Department of Orthodontics, Faculty of Dentistry, Beykent University.

- Caroline Belser Foster (2013) Mental Health on YouTube: Exploring the potential of interactive media to change knowledge, attitudes and behaviors about mental health, Degree of Doctor of Philosophy, Mass Communications, College of Mass Communications and Information Studies, University of South Carolina.
- V.A Goodyear & K.M Armour & H Wood (2018). The Impact of Social Media on Young People's Health and Wellbeing: Evidence, Guidelines and Actions. Birmingham, UK:University of Birmingham.

كتب أجنبية:

- Bradford L. Yates (2001) Media Literacy and Attitude Change: Assessing the Effectiveness of Media Literacy Training on Children's.
- Geoffrey Haddock & Gregory R. Maio (2008) Attitudes: Content, structure and functions. Hewstone, M. Stroebe, W. & Jonas, K.(Eds.): Introduction to social psychology: A European perspective, p 112-133.
- Peter Schmidt & Krebs Dagmar (1993) New Directions in Attitude Measurement, New York, W. de Gruyter.