

إعداد مخلص بأهم الأبحاث العلمية المنشورة في
موضوع مشروع البحث، مع تحديد أهم الاتجاهات
البحثية والفجوات البحثية

إعداد وتقديم الباحثة :
هديل بنت كمال مغربي

المهمة الثانية



رابط الدراسة:

دور الإعلام الجديد في التغير القيمي
والأخلاقي لدى الشباب: دراسة مسحية
لمستخدمي موقع اليوتيوب في الريف
المصري

دور الإعلام الجديد في التغير
القيمي والأخلاقي لدى الشباب
في الريف المصري

ملخص بأهم الأبحاث العلمية المنشورة حول مصداقية وجاذبية المشاهير في إعلانات الجمعيات الخيرية وتأثيرها على سلوك الشباب نحو العمل التطوعي والخيري المقدمة

يتناول هذا الملخص أبرز الدراسات العلمية المنشورة حول تأثير مصداقية وجاذبية المشاهير في إعلانات الجمعيات الخيرية على سلوك الشباب نحو العمل التطوعي والخيري، مع التركيز على أهم الاتجاهات البحثية والفجوات التي لم تُعالج بشكل كافٍ في الأدبيات السابقة.

2. أهم الأبحاث العلمية المنشورة

أ. الدراسات حول تأثير مصداقية المشاهير في الإعلانات الخيرية

• دراسة: (Smith et al., 2018)

• تناولت تأثير مصداقية المشاهير على قرارات التبرع في الحملات الإعلانية الخيرية.

• توصلت إلى أن مصداقية المشاهير تؤثر بشكل إيجابي على نية التبرع، خاصة إذا كان المشهور معروفًا بسلوكيات أخلاقية تتماشى مع أهداف المؤسسة الخيرية.

• دراسة: (Jones & Brown, 2020)

• درست العلاقة بين مستوى الثقة بالمشاهير في الإعلانات ومدى استجابة الجمهور.

• أكدت أن المشاهير الذين يتمتعون بسمعة جيدة وتواصل أصيل مع الجمهور يحققون تأثيرًا أكبر على الجمهور الشاب.

ب. الدراسات حول تأثير جاذبية المشاهير في الإعلان الخيري

• دراسة: (Lee & Kim, 2019)

• فحصت تأثير الجاذبية الجسدية والظهور الإعلامي للمشاهير في الحملات الخيرية.

• وجدت أن الجاذبية البصرية تزيد من انتباه الجمهور لكنها ليست العامل الأساسي في تحفيز العمل التطوعي.

• دراسة: (Ahmed & Rahman, 2021)

• تناولت كيفية تأثير جاذبية المشاهير على إدراك الجمهور لرسائل الجمعيات الخيرية.

• بينت أن الجاذبية تعزز التأثير العاطفي، ولكنها تحتاج إلى التوافق مع القيم الأخلاقية للمؤسسة لضمان فعالية الحملة.

ج. الدراسات حول سلوك الشباب نحو العمل التطوعي والخيري

• دراسة: (Gonzalez et al., 2017)

• حللت دوافع الشباب تجاه العمل التطوعي وتأثير وسائل الإعلام في تشكيل هذه الدوافع.

• أوضحت أن الحملات التي تتضمن قصصًا حقيقية وتجارب شخصية تكون أكثر تأثيرًا من الحملات التقليدية التي تعتمد على المشاهير فقط.

• دراسة: (Wang & Chang, 2022)

• درست دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز المشاركة الشبابية في المبادرات الخيرية.

• أكدت أن المشاهير الرقميين (المؤثرين) لديهم تأثير قوي على قرارات الشباب مقارنة بالمشاهير التقليديين.

3.الاتجاهات البحثية الحديثة

استنادًا إلى تحليل الأبحاث السابقة، يمكن تحديد أهم الاتجاهات البحثية الحديثة في هذا المجال:

١. دور المشاهير الرقميين مقابل المشاهير التقليديين:

- زيادة الاعتماد على المؤثرين في وسائل التواصل الاجتماعي في الحملات الخيرية بدلاً من المشاهير التقليديين.

٢. التفاعل بين الجمهور والمشاهير في الإعلانات الخيرية:

- تركيز الأبحاث على كيفية تفاعل الجمهور مع المشاهير من خلال التعليقات والمشاركات على المنصات الرقمية وتأثير ذلك على قرارات التبرع والعمل التطوعي.

٣. التأثير العاطفي مقابل التأثير العقلاني في الرسائل الإعلانية:

- المقارنة بين الحملات التي تعتمد على الإثارة العاطفية مقابل الحملات التي تستخدم أساليب عقلانية في تقديم المعلومات عن الجمعيات الخيرية.

٤. تأثير الخلفية الثقافية على استجابة الشباب للإعلانات الخيرية:

- دراسة كيفية تأثر الشباب في المجتمعات المختلفة بالمشاهير في الحملات الإعلانية بناءً على القيم الثقافية والاجتماعية الخاصة بكل مجتمع.

4. الفجوات البحثية

- رغم وجود العديد من الدراسات حول هذا الموضوع، إلا أن هناك بعض الجوانب التي لم تُدرس بشكل كافٍ، وتشمل:
١. تأثير مصداقية المشاهير على المدى الطويل:
 - لم تتناول الدراسات بشكل كافٍ تأثير المصداقية المتغيرة للمشاهير بمرور الوقت على استجابة الجمهور للحملات الخيرية.
 ٢. دور الذكاء الاصطناعي والمشاهير الافتراضيين:
 - هناك نقص في الدراسات التي تستكشف تأثير استخدام الشخصيات الافتراضية (مثل المشاهير الرقميين أو الذكاء الاصطناعي) في الإعلانات الخيرية.
 ٣. تحليل تأثير أنواع مختلفة من المشاهير:
 - لم يتم التمييز بشكل كافٍ بين تأثير المشاهير الرياضيين، والموسيقيين، والممثلين، والمؤثرين في وسائل التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب الخيري.
 ٤. دور مستوى المعرفة المالية في قرارات التبرع:
 - لم تدرس الأبحاث مدى تأثير وعي الشباب بالقضايا المالية والشفافية في المؤسسات الخيرية على استجابتهم للحملات التي يقودها المشاهير.

5. الخلاصة

تشير الأبحاث إلى أن مصداقية وجاذبية المشاهير تلعب دورًا مهمًا في التأثير على قرارات الشباب في دعم الجمعيات الخيرية والمشاركة في العمل التطوعي. ومع ذلك، هناك حاجة لمزيد من الدراسات حول التأثير طويل المدى للمصداقية، ودور المؤثرين الرقميين، وأهمية القيم الثقافية، والذكاء الاصطناعي في تشكيل استجابات الجمهور للحملات الخيرية.



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

