

The Impact of Social Sites Advertisements on Creating Mass Culture of Arab Youth (Advertisements on YouTube as a model)

Murtada Elbasheir Osman Elamin

Faculty of Islamic and Arabic Studies, Nile Valley University

murtadaosman772@gmail.com

Abstract

The importance of the study is clearly observed by looking at you tube advertisements as a communication activity that negatively and positively affects the values of society. It aims to find out about advertisements on social media platforms, and to learn how they can create mass culture among Arab youth. It is a study that falls within the qualitative research matrix, and uses the observation tool to determine the impact of advertisements on the mass culture industry. The study found that social media platforms use celebrities in advertisements to influence Arab youth which they seek, through movie ads on YouTube, to inculcate new concepts and ideas such as (violence, promoting terrorism, stubbornness and acting recklessly). YouTube ads depend on the methods of suggestion and tricks in displaying products and promoting superficial concepts in which entertainment methods are used, It lures Arab youth into a culture of utility by promoting hate speech and demolishing fair competition. Therefore, the study recommends achieving a balance in social media advertisements and limiting the mechanisms of creating a declining mass culture, by producing ads with meaningful content away from the falsity of fashion and methods of excitement and fun that do not meet the real requirements of Arab society, but rather seeks to increase consumerism that has become a component of mass culture.

Keywords: Advertisements, social sites, mass culture, Arab you tube.

المحور الأول

الإطار المنهجي

مقدمة

أضحت مواقع التواصل الاجتماعي محركاً فاعلاً للحراك الذي يسود المجتمعات المختلفة، حيث تربط وبسرعة مدهشة وغير مسبوقة بين الأشخاص من مناطق متعددة في العالم وجمعهم في شكل جماعات افتراضية تربط بينهم مصالح مشتركة، ومع الانتشار الواسع لمواقع التواصل الاجتماعي في المجتمع وخاصة بين فئات الشباب الذين يقضون أوقاتاً طويلة في تصفح المواقع بحثاً عن برامج يتم الإعلان لها عبر هذه المواقع تستخدم فيها تقنيات حديثة وأساليب الترفيه والتسلية لتشكيل ثقافة جماهيرية تفرض نفسها على واقع الشباب، ويقول ماك دولاند (الثقافة الجماهيرية فرضت من الأعلى حيث يتم تصميم برامجها والإعلان عنها في مواقع التواصل الاجتماعي بواسطة التقنيين، واستئجارها من جانب رجال الأعمال، أما المتلقين لها فهم من المستهلكين الانفعاليين والسليبيين، حيث إن هؤلاء كانت مشاركتهم مقيدة بالاختيار بين الشراء أو عدمه. والمسوقون لهذه الثقافة إنما يستغلون الحاجات الثقافية للجماهير لغرض جني الأرباح