

استخدام الشباب المصري لصفحات مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بجودة الحياة لديهم "دراسة ميدانية"

The Egyptian Youth's Use of Social Media Influencer Pages and Its Relationship to Their Quality of Life: A Field Study

إعداد الباحثة/

وفاء مصطفى عبد المقتدر جمال الدين

ملخص الدراسة:

سعت الدراسة إلى الكشف عن علاقة استخدام الشباب المصري لصفحات مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، يوتيوب، إنستجرام، تيك توك، كواي) بجودة الحياة لديهم، والدوافع والإشباع المتحققة منها. واعتمدت الدراسة على نظرية الاستخدامات والإشباع ونظرية التوقعات الاجتماعية. وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية واستخدمت منهج المسح الإعلامي والتي طبقت على ٤٥٥ مبحوثا من محافظات (القاهرة - الإسكندرية - الدقهلية - بني سويف).

وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج منها: كثافة تعرض المبحوثين لصفحات المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي فجاء فيس بوك في المرتبة الأولى، وجاء اليوتيوب في المرتبة الثانية يليه الإنستجرام ثم التيك توك وأخيرا كواي، كما كشفت النتائج وجود علاقة موجبة بين تأثيرات صفحات المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي وبين عناصر جودة الحياة (التفاعل الاجتماعي - القناعة - التفاؤل - الثبات الانفعالي - التقدير الاجتماعي - الحماية).

الكلمات المفتاحية: المؤثرون - مواقع التواصل الاجتماعي - الشباب - جودة الحياة.

Abstract

Social networking sites have become an essential component of the communication scene for media audiences, especially young people, and with the diversity of social networking platforms, the forms of use and roles that their users see have also varied, and among them have roles that go beyond receiving the communication message, but those who participate in its design and promotion through Social circles that follow him, which is what he called the influencers who have a large presence on social networking sites, which are characterized by capabilities that made him their favorite alternative as well as attracting followers, whose number is increasing day by day due to the multiplicity of functions that influencers perform, as well as their ability to produce and publish content, which in turn leads to many social effects. Therefore, the study sought to reveal the relationship of Egyptian youth's use of social media influencers' pages (Facebook, YouTube, Instagram, TikTok, Kwai) with their quality of life, And the motives and satisfactions achieved from them. The study relied on the theory of uses and gratifications and the theory of social expectations. This study is one of the descriptive studies and used the survey approach, both descriptive and analytical, which was applied to ٤٥٥ respondents from the governorates (Cairo _ Alexandria _ Dakahlia _ Beni Suef).

The study reached many results, including: the intensity of exposure of the respondents to the pages of influencers on social networking sites, so Facebook came in the first place, and YouTube came in the second place, followed by Instagram, then TikTok, and finally Quai, and the results also revealed a positive relationship between the effects of the influencers' pages on the communication sites

and between the elements of quality of life (social interaction - contentment - optimism - emotional stability - social appreciation - protection).

Keywords: influencers _ social media _ youth _ quality of life.

مقدمة

يشهد العالم المعاصر مجموعة من التغيرات المتسارعة في مجال الاتصال وتقنية المعلومات، مما جعل العالم قرية كونية تنتقل فيها المعلومات إلى جميع أنحاء الكرة الأرضية في أجزاء من الثانية، وتعد شبكة الإنترنت من أحد أهم مظاهر تكنولوجيا الاتصال التي أحدثت تحولات هامة في عالم الاتصال، وفتحت الطريق للمجتمعات كافة للتقارب والتعاون وتبادل الآراء، واستفاد كل متصفح لهذه الشبكة من الوسائط المتعددة المتاحة فيها.

وتعد فئة الشباب من أكثر الفئات استخدامًا وتأثرًا بالثورة الرقمية، الأمر الذي جعل الكثيرين يطلقون على الشباب "جيل الإنترنت" فهم أكثر ميلاً لكل ما هو جديد وغريب، ولم يعد ما يجمع الشباب في العصر الرقمي الجلوس طويلاً في المقاهي الشعبية، بل أصبح التوجه الأساسي لهم هو الجلوس مطولاً أمام الشبكة العنكبوتية، والتنافس في الدخول إلى مواقع التواصل الاجتماعي لإشباع حاجاتهم وتحقيق متطلباتهم، وظهر جيل من مشاهير التواصل الاجتماعي الذين يحرص هؤلاء الشباب على متابعتهم بشكل مستمر، في حين أن الكثير منهم لا يقدم سوى الغث من المعلومات والمقاطع التي قد يكون ضررها أكبر من نفعها، وهذا أحد المظاهر السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي التي يمتطيها الكثير من أجل الشهرة على حساب الإضرار بالناس بصورة متعددة.

ولا تعتبر جودة الحياة سمة نفسية فقط، وإنما طموح وتطلع للارتقاء في كل مجالات الحياة التعليمية، والصحية، والعملية... إلخ، وتتكون لدى الفرد من خلال تقييمه لنوعية الحياة التي يعيشها في ضوء ما لديه من مشاعر وأحاسيس واتجاهات وقدرة على التعامل مع البيئة المحيطة به وما يشعر به من حماية وتلبية لحاجاته بصورة مرضية له ولقناعاته وإحساسه بالتقدير والاعتراف، ويعد الدافع الخفي الذي يحرك الإنسان ويقوده للحياة وهو حالة شعور داخلي بالرضا عن النفس

والحياة بصفة عامة ومن ثم يختلف هذا الشعور باختلاف سمات وخصائص الشخصية وأسلوب حياته ومدى توافقه وتفاعله مع أسرته وأصدقائه والمحيطين به.

أولاً: الإجراءات المنهجية للدراسة:

أولاً: مشكلة الدراسة:

تتبلور مشكلة الدراسة في أنه في السنوات الأخيرة ازداد الاهتمام بتأثير المؤثرين على المجتمع حيث يحتل المؤثرون عناوين الأخبار في الوسائل التقليدية والجديدة ومع تزايد الاهتمام بدراسة تأثير المؤثرين على الجماهير، ازدادت الحاجة إلى نموذج لدراسة هذه الظاهرة^(١)، هذا إلى جانب تنامي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في السنوات الأخيرة للدرجة التي أصبح من الصعب أن تجد شخصاً تعدى عمره العشر سنوات، دون أن يكون قد تحول إلى مستخدم نشط لأحد تلك الوسائل؛ حيث كشفت أحدث تقارير الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء عن ارتفاع عدد مستخدمي الإنترنت عن طريق الهاتف المحمول ليسجل ٦٩,٥ مليون مستخدم حتى نهاية أكتوبر ٢٠٢٢، مقابل ٦١,٨ مليون مستخدم خلال نفس الفترة من عام ٢٠٢١، بنسبة ارتفاع قدرها ١٢,٥%^(٢). وهو ما يؤكد تصاعد تأثيرها ودورها في المجتمع^(٣)، ويعكس الدور المهم الذي باتت تقوم به تلك الوسائل في حياة المجتمع، ومن ثم الآثار المحتملة التي يمكن لتلك الوسائل إحداثها في المجتمع، ولذلك ازدادت الحاجة لدراسة هذه الظاهرة.

وفي ضوء ما سبق تتحدد مشكلة الدراسة في:

التعرف على العلاقة بين استخدام الشباب المصري لصفحات مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي، وعلاقته بجودة الحياة لديهم، فضلاً عن دراسة تأثير كل من دوافع استخدام الشباب المصري لصفحات مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي، مستوى الانتباه أثناء استخدام الشباب المصري لصفحات مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي، مدى مصداقية صفحات مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي، المتغيرات الديمغرافية للمبشرين وتأثيرها على هذه العلاقة.

ثانيا: أهمية الدراسة:

تحدد أهمية الدراسة في ضوء بعض الاعتبارات تتمثل فيما يلي:

أ_ الأهمية النظرية:

١- ترجع أهمية الدراسة إلى زيادة الاهتمام بوسائل التواصل الاجتماعي خاصة بعد أن احتلت مكان وسائل الإعلام التقليدية وأصبح عدد مستخدميها بالمليارات وهو ما جعل هؤلاء الأشخاص يبحثون عن نماذج لمساعدتهم في اتخاذ قراراتهم خاصة أن المؤثرين في وسائل التواصل الاجتماعي هم أشخاص بنوا سمعة طيبة لمعرفة خبراتهم في موضوعات معينة.

٢- أهمية المرحلة العمرية التي تناولها الدراسة حيث يعد قطاع الشباب من القطاعات المهمة في المجتمع بدوره من ناحية ونسبته الكبيرة في المجتمع من ناحية أخرى؛ كما يقع على عاتقها التحديث والتنمية باستمرار.

٣- أغلب الدراسات السابقة في هذا المجال التي تناولت صفحات المؤثرين لم تركز على علاقتها بجودة الحياة، ولذا تعد دراسة صفحات المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك - اليوتيوب - الإنستجرام - التيك توك - كيواي) وعلاقتها بجودة الحياة على الشباب المصري إضافة جديدة في هذه الدراسة؛ إذ تتيح فرصة رصد التغيرات التي طرأت على الشباب بعد التعرض لهذه الصفحات.

٤- تستمد هذه الدراسة الحالية أهميتها من اختيارها للمتغيرات الوسيطة التي لم تحظى بنصيب كاف من التحليل والتفسير والتعمق المعرفي في إطار الدراسات العربية بالتطبيق على الشباب المصري.

٥- على المستوى الأكاديمي تضيف الدراسة الحالية رصيد معرفيا حول موقع التيك توك و فيسبوك و اليوتيوب و إنستجرام و كيواي وطبيعة استخدامهم والتعرض لهم من جانب الشباب المصري والأدوار التي يقوم بها في حياتهم والتأثيرات التي يحملها على الشباب

المصري، وفي ظل التطورات الحالية في الإعلام الاجتماعي الإلكتروني يصبح من المهم دراسة تأثير هذه الوسائل على الشباب.

ب_ الأهمية التطبيقية:

- ١- تتمثل الأهمية التطبيقية في القيام بدراسة صفحات المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي الآتية (الفيسبوك - اليوتيوب - الإنستجرام - التيك توك - كيواي) لتعرف على طبيعة الموضوعات التي تهم الشباب المصري وتوضيح الدور التي تقوم به.
- ٢- تكمن أهمية البحث في استكشاف مدى التأثيرات الاجتماعية لصفحات المؤثرين التي تبث عبر مواقع التواصل الاجتماعي عينة الدراسة على الشباب المصري ونظرتهم لجودة الحياة لديهم.
- ٣- تسليط الضوء على دور صفحات المؤثرين في نقل المعرفة والمعلومات ومدى قدرتها الفعالة في التأثير في الشباب المصري.

ثالثا: أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة إلى التحقق من الهدف الرئيسي وهو الوقوف على علاقة استخدام الشباب المصري لصفحات مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، يوتيوب، إنستجرام، تيك توك، كيواي) بجودة الحياة لديهم، وينبثق من الهدف الرئيسي للدراسة الأهداف الفرعية التالية:

- ١- مدى كثافة تعرض الشباب المصري لصفحات مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، يوتيوب، إنستجرام، تيك توك، كيواي).
- ٢- الكشف عن دوافع استخدام الشباب المصري لصفحات مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، يوتيوب، إنستجرام، تيك توك، كيواي).
- ٣- تحديد الإشباع المتحققة من تعرض الشباب المصري لصفحات مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، يوتيوب، إنستجرام، تيك توك، كيواي).

- ٤- الوصول إلى أهم صفحات مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، يوتيوب، إنستجرام، تيك توك، كيواي) التي يتابعها الشباب المصري.
- ٥- التحقق من مستوى إدراك واقعية ومصداقية مضمون صفحات مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، يوتيوب، إنستجرام، تيك توك، كيواي).
- ٦- الكشف عن اتجاهات الشباب المصري نحو تقييم دور صفحات مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، يوتيوب، إنستجرام، تيك توك، كيواي).
- ٧- تحديد مستوى التوقعات الاجتماعية لدى الشباب المصري نتيجة تعرضهم لصفحات مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، يوتيوب، إنستجرام، تيك توك، كيواي).
- ٨- الكشف عن مستوى جودة الحياة لدى الشباب المصري.
- ٩- اختبار تأثير المتغيرات الديموجرافية (السن - النوع - المستوى التعليمي - الإقامة - المستوى الاقتصادي الاجتماعي) على العلاقة بين استخدام الشباب المصري لصفحات مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، يوتيوب، إنستجرام، تيك توك، كيواي) بجودة الحياة لديهم.

رابعاً: فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين كثافة تعرض الشباب المصري لصفحات المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، يوتيوب، إنستجرام، تيك توك، كيواي) وجودة الحياة لديهم.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين دوافع تعرض الشباب المصري لصفحات المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، يوتيوب، إنستجرام، تيك توك، كيواي) وجودة الحياة لديهم.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين اتجاهات تقييم الشباب المصري لصفحات مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، يوتيوب، إنستجرام، تيك توك، كيواي) وجودة الحياة لديهم.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين تأثيرات التعرض لصفحات المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، يوتيوب، إنستجرام، تيك توك، كيواي) وجودة الحياة لدى الشباب المصري.

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين التوقعات الاجتماعية للشباب المصري وجودة الحياة لديهم.

الفرض السادس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين عينة الدراسة في جودة الحياة لديهم بحسب خصائصهم الديموغرافية (النوع، والسن، ومحل الإقامة، ومستوى التعليم، والمهنة، والمستوى الاقتصادي).

الفرض السابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض المبحوثين لصفحات مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات الناتجة من هذا العرض.

خامساً: مفاهيم الدراسة:

وسائل التواصل الاجتماعي:

"هي الشبكات الاجتماعية التي تتيح للمستخدمين أن يقوموا بخلق ملاحظهم الشخصية من خلال البيانات التي يكتسبوها، وعرض الصور، والاتصال بالأصدقاء الذين التقوهم على الإنترنت أو في الواقع بعيداً عن الإنترنت، ومشاهدة البيانات الشخصية للآخرين، وعرض قائمة الأصدقاء والاتصالات وتبادلها مع الآخرين بشكل عام وعلني شكل القاعدة الأساسية للتفاعل حتى لو اختلفت وتنوعت المواقع."^(٤)

إجرائياً:

هي مجموعة من مواقع التواصل الفعالة على شبكة الإنترنت في ظل عالم افتراضي يتخطى فيه الفاعلون حدود الزمان والمكان، ويسمح فيها ببناء علاقات وتقاسم التجارب وتبادل الأخبار والمعارف وتشارك المعلومات والأنشطة التي تستخدم لأغراض عديدة ذات تأثيرات مختلفة إيجابية وسلبية تتوقف على طبيعة الاستخدام، خاصة من قبل الشباب^(٥).

المؤثرون:

هم الأشخاص الذين يتم متابعتهم من عدد كبير من الناس عبر وسائط اجتماعية مختلفة بناء على مشاركة منشورات نصية وصوتية وصور وفيديو حول مجموعة من الموضوعات^(٦)، ولديهم القدرة على التأثير في قرارات الآخرين نتيجة لقدراهم أو معلوماتهم أو علاقتهم بمتابعيهم^(٧).

إجرائياً:

هم مجموعة من الأشخاص يتابعهم عدد كبير من الجمهور ولديهم القدرة على التأثير علي متابعيهم.

جودة الحياة:

قامت منظمة الصحة العالمية بتعريفها بأنها "إدراك الفرد لمكانته في الوجود في سياق ثقافته ونظامه القيمي المرتبط بأهدافه وتوقعاته ومعايير ومخاوفه"، ويعبر مصطلح جودة الحياة أساساً عن الحالة السياسية والاقتصادية، وارتبط في بداية هذا القرن بالمستوى المادي للمعيشة عن طريق مؤشرات الدخل القومي وحصص الفرد منه، ويشيع استعمال مصطلح "جودة الحياة" في البحوث العربية كترجمة للمصطلح المركب quality of life، ويتداخل مفهوم جودة الحياة مع عدة مصطلحات مثل الرضا عن الحياة والسعادة وهناء العيش^(٨).

إجرائياً:

يتحدد التعريف إجرائياً في هذه الدراسة على أنه شعور الفرد بالرضا عن (التفاعل الاجتماعي _ القناعة _ التفاؤل _ الثبات الانفعالي _ التقدير الاجتماعي _ الحماية).

سادساً: نوع ومنهج الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تهتم بوصف ظاهرة معينة، وهي في هذه الدراسة ظاهرة استخدام الشباب المصري لصفحات مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بجودة الحياة لديهم، واستخدمت منهج المسح الإعلامي من خلال الإجابة على تساؤلات الدراسة والتي تصف متغيراتها، واختبار فروض الدراسة التي تهتم بتحليل العلاقة بين متغيراتها.

سابعاً: مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في الشباب المصري في جمهورية مصر العربية من أربع محافظات ممثلة للمجتمع المصري (الدقهلية _ القاهرة _ الإسكندرية _ بني سويف) في الفترة العمرية من ١٨ عام إلى أقل من ٣٥ عام من مستخدمي صفحات مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي على مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، يوتيوب، إنستجرام، تيك توك، كواي).

ثامناً: عينة الدراسة:

تم الاعتماد على العينة العمدية في اختيار الباحثين وهم ممن يتابعون صفحات مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي على مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، يوتيوب، إنستجرام، تيك توك، كواي)، تم تطبيق استمارة الاستبيان ميدانياً في الفترة الزمنية من ١ أغسطس وحتى ٣١ أغسطس ٢٠٢٢ على عينة قوامها ٤٦٠ مفردة وتم استبعاد خمس استمارات غير صالحة ليكون عدد العينة ٤٥٥ مفردة خضعت للتحليل الإحصائي.

تاسعاً: أدوات جمع البيانات:**صحيفة الاستبيان:**

اعتمدت الباحثة على صحيفة الاستبيان في جمع البيانات من مستخدمي صفحات مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي من الشباب المصري عن طريق توزيع صحيفة الاستبيان عليهم، وذلك للتعرف على مستوى التوقعات الاجتماعية التي تحدث بعد التعرض لصفحات مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بجودة الحياة لديهم وتتضمن الاستمارة عدة محاور تحتوي على عدة أسئلة ومقاييس (مقياس التوقعات الاجتماعية _ مقياس جودة الحياة) للحصول على قياسات واضحة لمتغيرات الدراسة والتي تعبر عنها تساؤلاتها.

عاشراً: اختبارات الثبات والصدق:

- تم التأكد من ثبات استمارة الاستبيان من خلال إجراء اختبار ألفا كرون باخ لمقاييس الاستمارة كل على حدى، ثم للاستمارة لكل مقاييسها مجمعة.

- تم التحقق من صدق المقياس الظاهري من خلال إخضاع استمارة الاستبيان لمجموعة من المحكمين^(٩) للتأكد من أن الاستمارة تقيس بالفعل ما صممت لقياسه، ثم تم التحقق من صدق المحتوى من خلال إجراء التحليل العاملي لمقاييس الاستمارة.

أحد عشر: المعالجة الإحصائية للبيانات:

اعتمدت الباحثة على برنامج التحليل الإحصائي (SPSS)، وذلك لتحليل بيانات الدراسة الميدانية، ويتمثل مستوى الدلالة المعتمدة في الدراسة الحالية في كافة اختبارات الفروض والعلاقات الارتباطية ومعامل الانحدار في قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة ٩٥٪ فأكثر، أي عند مستوى معنوية ٠,٠٥ فأقل، أما عن المعاملات الإحصائية المستخدمة بالدراسة، فجاء ما يلي:

- التكرارات البسيطة والجداول المزدوجة للمتغيرات ذات الإجابة الواحدة.
- ضم فئات الإجابات التي تحتاج إلى تجميع Grouping والتي يطلق عليها الأسئلة متعددة الإجابات لإعداد جداول تكرارية وجداول مزدوجة لها.
- المتوسط الحسابي والانحراف المعياري.
- يتم حساب الوزن النسبي للبنود المقاسة على مقياس ليكرت، وذلك عن طريق حساب المتوسط الحسابي لها، ثم ضرب النتائج $\times 100$ ، ثم قسمة النتائج على الحد الأقصى لدرجات المقياس.
- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة (or ratio interval)، أي تكون هذه العلاقة خطية أي يمكن تمثيلها بخط مستقيم يصف العلاقة في جانبيين منها.

- اختبار (ت) للمجموعات المستقلة (Independent-Samples T-Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين متوسطين حسابيين لمجموعتين مستقلتين من الحالات المدروسة في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (interval or ratio).
- تحليل الانحدار والذي يهتم بقياس تأثير متغير مستقل على المتغير التابع، هو تقنية تحليل تقوم بحساب العلاقة المقدرة بين متغير تابع ومتغير مستقل واحد أو أكثر، باستخدام تحليل الانحدار، وكذلك لإثبات صحة العلاقة بين المتغيرات المختارة وكذلك التنبؤ بالقيم بناء على النموذج الذي استخدمته الباحثة.
- تحليل التباين ذو البعد الواحد (One way Analysis of Variance) المعروف اختصاراً باسم ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من الحالات المدروسة في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval or Ratio).

ثانياً: الإطار النظري للدراسة:

تستمد هذه الدراسة إطارها النظري من نظرية التوقعات الاجتماعية، ومدخل الاستخدامات والإشباع، وذلك بما يناسب موضوع البحث ومشكلته البحثية، وذلك كما يلي:

أولاً: نظرية التوقعات الاجتماعية:

تمثل نظرية التوقعات الاجتماعية مجالاً بحثياً هاماً لدراسة دور وسائل الإعلام في بناء الواقع الاجتماعي، فهذه النظرية تعد من نظريات بناء الواقع الاجتماعي^(١٠)، وترتكز نظريته التوقعات الاجتماعية فيما يتعلق بوسائل الإعلام بشكل كبير على كيفية عرض المشكلات الاجتماعية والتفاعلات الاجتماعية في وسائل الإعلام وكيفية تأثيرها على توقعات الجمهور وتخفيف سلوكهم.^(١١)

ويمكن تلخيص الفكرة الأساسية لنظرية التوقعات الاجتماعية فيما يلي^(١٢):

- ١- إن نماذج التنظيم الاجتماعي التي تظهر على شكل: معايير، وأدوار، ورتب، وعقوبات أو مكافآت، تتعلق بجماعات معينة، ويتم غالبا تصويرها في المضمون الإعلامي.
- ٢- قد يكون هذا التصوير الإعلامي لنماذج التنظيم الاجتماعي حقيقيا أو مشوها، جديرا بالثقة أو مضللا.
- ٣- مهما كانت علاقة هذه الصور بالحقيقة والواقع، فإن جماهير المستقبلين يستوعبون هذه التحديدات، وتصبح هذه الصور هي مجموعة التوقعات الاجتماعية التي تعلموها كنماذج للسلوك.
- ٤- تعتبر هذه التوقعات جزءا مهما من فهم الناس المسبق للسلوك المطلوب أن يتبعه المشاركون في الجماعات التي سوف يصبحون أعضاء فيها.
- ٥- تعتبر هذه النماذج الإعلامية جزءا مهما من معلومات الجماهير عن النظام الاجتماعي السائد.
- ٦- تنفيذ التوقعات الاجتماعية الأفراد في تحديد كيف يتصرفون شخصا تجاه الآخرين الذين يلعبون أدوارا في جماعات معينة، وكيف يتصرف الآخرون تجاههم في مختلف الظروف الاجتماعية.

ثانيا: نظرية الاستخدامات والإشباع:

تعتمد الدراسة في إطارها النظري على مدخل الاستخدامات والإشباع، ونشأ هذا المدخل في فترة سيادة الاعتقاد في التأثيرات المتوسطة لوسائل الإعلام، و يعتبر هذا المدخل نقطة تحول هامة في دراسات الإعلام^(١٣)، وقد ظهر هذا المدخل كأحد مراحل تطور مدخل الاستخدامات والإشباع^(١٤)، ويرى مدخل الاستخدامات والإشباع أن المضمون الاتصالي يؤدي إلى حدوث تأثيراته من خلال عوامل وسيطة قد تخرج عن عملية الاتصال نفسها مثل: دوافع الاستخدام، ومستوى الانتباه أثناء الاستخدام، ومستوى إدراك واقعيه المضمون، والمتغيرات الديمغرافية^(١٥).

ويعتبر مدخل الاستخدامات والإشباعات مناسباً لدراسة استخدام الشباب المصري لصفحات مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بجودة الحياة لديهم، وذلك باعتبار جودة الحياة لدى الشباب المصري أحد التأثيرات المتوقعة لاستخدام الشباب المصري لصفحات مواقع التواصل الاجتماعي لأحد المضامين الاتصالية المقدمة من وسائل التواصل الاجتماعي، وهذا ما يهتم به مدخل الاستخدامات والتأثيرات الذي يعني بجمهور الوسيلة الإعلامية من خلال دراسة الوسائل التي تشبع رغباته وتلبي احتياجاته.

ويحقق منظور الاستخدامات والإشباعات ثلاثة أهداف رئيسية هي: ^(١٦)

- ١- السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته.
- ٢- شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال، والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.
- ٣- التأكد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.

ثالثاً: الاستفادة من النظريات في إطار الدراسة:

- وتتم الاستفادة من التطبيق المستحدث لنظرية التوقعات الاجتماعية في دراسة استخدام الشباب المصري لصفحات مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بجودة الحياة لديهم، وذلك كما يلي:
- تحديد مستوى التوقعات الاجتماعية لدى الشباب المصري والنتيجة عن استخدامهم لصفحات مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي.
 - دراسة تأثير التوقعات الاجتماعية لدى الشباب المصري كمتغير يتوسط العلاقة بين كثافة استخدام الشباب المصري لصفحات مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي وجودة الحياة لديهم.
 - كما تتم الاستفادة من مدخل الاستخدامات والإشباعات في دراسة استخدام الشباب المصري لصفحات مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بجودة الحياة لديهم في الوقوف على تأثير

بعض المتغيرات الوسيطة على العلاقة بين استخدام الشباب المصري لصفحات مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي، وجودة الحياة لديهم، وهي:

- دوافع استخدام الشباب المصري لصفحات مواقع التواصل الاجتماعي.
- ومستوى الانتباه أثناء الاستخدام.
- ومستوى إدراك واقعية وصدق مضمون صفحات مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي. والمتغيرات الديمغرافية للمستخدمين.

الفصل الثاني: الدراسات السابقة:

يكتنز التراث العلمي في مجال الدراسة بالعديد من الدراسات السابقة، والتي تم الرجوع إليها للاستفادة ببعض الجوانب التي تناولتها في إجراء هذه الدراسة، ويمكن تقسيم هذه الدراسات إلى محورين تم عرض الدراسات من خلالها، وذلك كما يلي:

- **المحور الأول:** دراسات سابقة اهتمت بمؤثري مواقع التواصل الاجتماعي.
- **المحور الثاني:** دراسات سابقة اهتمت بالتأثيرات الاجتماعية لوسائل الإعلام الجديد.

الأول:

المحور

دراسات سابقة اهتمت بمؤثري مواقع التواصل الاجتماعي:

١_ دراسة أحمد أحمد عثمان (٢٠٢٢)^(١٧): بعنوان تحليل خطاب المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي في بحوث ودراسات الإعلام الجديد، وينتمي هذا البحث إلى البحوث الوصفية، ويعتمد على منهج التحليل من المستوى الثاني Meta-Analysis، للبحوث المنشورة في الدوريات العربية والأجنبية وكذلك رسائل الدكتوراه العربية والأجنبية، خلال الفترة الزمنية الممتدة من بداية عام ٢٠١٦م وحتى نهاية عام ٢٠٢١م، وذلك باستثناء رسائل الماجستير، والدراسات التي لا ترتبط بهدف العرض التحليلي، والدراسات التي لا تقدم معلومات كاملة عن القضية البحثية أو التصميم المنهجي، وبلغ عددها ١٠٢ دراسة. وخلصت نتائج البحث إلى ضرورة توجيه الاهتمام العربي نحو إجراء دراسات حول آليات الإقناع المستخدمة في خطاب المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي،

ومدى مصداقية هذا الخطاب لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، وإجراء دراسات تشمل تحليل خطاب المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي في مختلف المجالات، ودراسات تتناول بالعرض والتحليل سمات المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، الشكلية والشخصية، ومدى ملائمة هذه السمات للمجتمعات العربية، فضلاً عن إجراء أبحاث ودراسات تتناول بالرصد والتحليل المسؤولية الاجتماعية لخطاب المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ومدى مراعاة هؤلاء المؤثرين لقيم الثقافة العربية في خطابهم.

٢_ دراسة رانيا رمزي حليم (٢٠٢٢)^(١٨): "دور المؤثرين الاجتماعيين في الحياة اليومية للشباب المصري" دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي، تسعى الدراسة الحالية إلى التعرف على دور المؤثرين الاجتماعيين في الحياة اليومية لشباب الجامعة، من خلال الكشف عن أسباب انتشار ظاهرة المؤثرين الاجتماعيين بين أوساط الشباب، وكذلك الكشف عن طبيعة القضايا والموضوعات التي يفضلها الشباب. فيما تقدمه المؤثرات والوقوف على الانعكاسات الاجتماعية لمتابعة الشباب كلية المؤثرين كأداة لجمع البيانات.

استخدم الباحث (الاستبيان Web) تعتبر هذه الدراسة دراسة وصفية تحليلية اعتمدت على أسلوب المسح الاجتماعي في العينة، واعتمدت على الاستبيان الإلكتروني، وكان عدد العينة ٥٦٢، وكشفت الدراسة عن تنوع دوافع الشباب لمتابعة مواقع المؤثرين، بين دوافع طقسية مثل التسلية والمرح والاسترخاء، وقضاء الوقت بسبب أوقات الفراغ، والهروب من مشاكل الحياة اليومية، والرغبة في السفر إلى أجمل الأماكن حولها. العالم والصدقة والتعود على الانفلونزا ومعرفة الذات. والدوافع النفعية مثل الرغبة في الحصول على معلومات جديدة (علمية وتاريخية ودينية وطبية وغذائية وعملية) واكتساب الخبرات الحياتية والمعرفة العامة من خلال عرض المنشورات وتعلم أشياء محددة وإيجاد فرص عمل.

٣_ دراسة حسام علي علي سلامة (٢٠٢١)^(١٩): بعنوان العوامل المؤثرة في متابعة الجمهور العربي لحسابات المؤثرين على إنستجرام: دراسة في ضوء نظرية التبادل الاجتماعي، سعت الدراسة إلى تحديد العوامل المؤثرة في متابعة الجمهور العربي لحسابات المؤثرين على واحدة من المنصات التي تحظى بنشاط كبير لهم من خلالها وهي إنستجرام، ومعرفة ما قد يبذله المتابعون من تكاليف وما

يحققونه من مكاسب سواء كانت مادية أو معنوية، واعتمدت الدراسة على نظرية التبادل الاجتماعي Social Exchange Theory، ومفهومها هو التكلفة والمكاسب، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج منها أن "الاستمتاع والترفيه" في مقدمة دوافع المتابعين للمؤثرين على إنستجرام أما عن التكاليف التي يبذلها المتابعون للمؤثرين على إنستجرام والتي جاء في مقدمتها: "استقطع من الوقت الخاص بعلاقاتي الاجتماعية في الحياة المعتادة حتى أستطيع متابعة ما ينشره المؤثرون على إنستجرام أن المواد التي يعرضها المؤثرون على الإنستجرام زادت معرفتي بثقافات جديدة"، جاءت في مقدمة المكاسب المعرفية وأخيراً "مناقشة المؤثرين لقضايا من منظور مختلف زاد من قدراتي على التحليل والنقد لمختلف الموضوعات"، جاءت في مقدمة مكاسب الفاعلية الاجتماعية.

٤_ دراسة (٢٠٢١) Sun, Leung, & Bai.: بعنوان كيف يغير تأييد حدث مؤثر على وسائل التواصل الاجتماعي مواقف المتابعين: التأثير المعتدل لجنس المتابعين، هدفت إلى دراسة كيفية تأثير تأييد المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي (SMI) على موقف المتابعين في الأحداث ونواياهم السلوكية. والأهم من ذلك، أنها تبحث نسبياً دور نوع المتابعين في فعالية تسويق SMI. بناءً على نظرية التطابق لتغيير الموقف، طورت الدراسة الحالية إطاراً متكاملًا لتسويق SMI. في المجموع، تم جمع ٣٣٥ استطلاعاً عبر الإنترنت، وأظهرت النتائج أن موقف المتابع ونواياه السلوكية تجاه الحدث تتأثر بموقف المؤثر.

توصلت الدراسة الحالية أيضاً إلى أن موقف المتابعين من وسائل التواصل الاجتماعي يلعب دوراً وسيطاً، علاوة على ذلك، تتأثر المتابعات بشكل مباشر أكثر بموقفهن المؤثر، بينما يتأثر المتابعون الذكور بشكل غير مباشر أكثر من خلال موقفهم تجاه منشورات وسائل التواصل الاجتماعي.

٥_ دراسة (Jin, Ryu, & Muqaddam) (٢٠٢١): بعنوان التأثيرات المعتدلة للتفاعل الاجتماعي والحضور الاجتماعي في تسويق المؤثرين للأزياء، والتي أوضحت أنه عادة ما تعتمد حملات وسائل التواصل الاجتماعي التي تقوم بها العلامات التجارية على نوعين من الحسابات: حسابات العلامات التجارية الرسمية وحسابات المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي. قاموا بإجراء تجربة عبر الإنترنت (عدد الإناث = ١٩٥) استخدمت التجربة (نوعين منشورات

Instagram: منشورات المنتج فقط مقابل منشورات المنتج ذات المحتوى الشخصي) و(نوعين حساب Instagram: حساب علامة تجارية للأزياء مقابل حساب مؤثر للموضة)، وكشفت النتائج تأثيرات التفاعل ثلاثي الاتجاهات بين نوع حساب Instagram ونوع منشورات / Instagram التواجد الاجتماعي على الجدارة بالثقة المتصورة للعلامة التجارية. تشير هذه النتائج إلى أن منشورات Instagram التي يتم الترويج لها من قبل المؤثرين في الموضة سيكون لها تأثيرات مماثلة لـ PSI والحضور الاجتماعي، حتى لو لم تظهر نفسها في المحتوى المرتبط بعلامة تجارية.

الخور الثاني:

دراسات سابقة اهتمت بتأثيرات الاجتماعية لوسائل الإعلام الجديد:

٦_ سلمان سعد سلمان محمد حمادة (٢٠٢٢)^(٢٢): "واقع إيجابي لمواقع التواصل الاجتماعي على النسق القيمي المجتمعي لطلاب المرحلة الثانوية بدولة الكويت "دراسة ميدانية"، هدفت الدراسة إلى الكشف عن حقيقة الآثار السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي على منظومة القيم المجتمعية لطلاب المرحلة الثانوية في دولة الكويت، ولتحقيق الهدف تم استخدام منهج الوصفي مع الاعتماد على الاستبانة في جمع البيانات وطبقت الدراسة على عينة بلغت (٢٣٧) طالباً وطالبة بالمرحلة الثانوية موزعين وفق متغيرات النوع (ذكور / إناث) والمنطقة (الأحمدي / حولي)، وأسفرت النتائج عما يلي: أن حقيقة الآثار السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي على منظومة القيم الاجتماعية لطلاب المرحلة الثانوية في دولة الكويت كانت عالية، وأن موافقة عينة الدراسة على الطرق المقترحة للحد من الآثار السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي على نظام القيمة الاجتماعية لطلاب المرحلة الثانوية في دولة الكويت كانت عالية، وأنه لا توجد فروق في استجابات عينة الدراسة تعزى لمتغيرات النوع أو المنطقة.

٧_ دراسة جيهان سعد عبده المعبي (٢٠٢٠)^(٢٣): عن التحرش الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي وآثاره النفسية والاجتماعية لدى عينة من المراهقات، وتهدف الدراسة إلى مناقشة مدى تعرض المراهقات المصريات للتحرش الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي وما هي التأثيرات

النفسية والاجتماعية الناتجة عنه لديهن، تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، واعتمدت على منهج المسح الميداني على عينة عشوائية بسيطة قوامها ٤٠٠ مفردة من طلاب المرحلة الثانوية والجامعية في محافظتي القاهرة والدقهلية في المدارس والجامعات الخاصة والحكومية، وانتهت الدراسة لمجموعة من النتائج منها أنه عندما تتعرض الفتيات للمضايقات على مواقع التواصل الاجتماعي، فإنها تقلل من تفاعلها مع صديقاتها، وأن من أهم الآثار السلبية للتحرش هي أنه قد يدفع بعض الفتيات إلى ممارسة بعض العادات الجنسية غير السليمة نتيجة لرؤيتهن لمحتويات جنسية غير سليمة، والذي يسبب أضرار صحية على الفتاة وأضرار اجتماعية على المجتمع ككل، ومن أهم آثار التحرش الاجتماعية أنه يؤدي إلى انهيار لبعض أنظمة الثقافة في المجتمع ومن الآثار الاجتماعية الأكثر حدوثاً بسبب التحرش أنه يسبب الوقوع في مشكلات العائلة وذلك في حالة معرفة الأب أو الأم به، كما أنه يمكن أن يؤدي إلى انخفاض مستوى التحصيل الدراسي، وترى أن التحرش عبر الإنترنت يمكن أن يؤدي إلى الاغتصاب أو القتل أحياناً في إشارة لمدى الخطر الذي قد يسببه مثل هذه الممارسات الخاطئة.

٨_ دراسة سمير سليمان الجمل (٢٠٢٠)^(٢٤): بعنوان الآثار السلبية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي على عدد من القيم، هدفت الدراسة إلى التعرف على الآثار السلبية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي على عدد من القيم من وجهة نظر طلبة جامعة الاستقلال، والكشف عن وجود اختلافات بين الطلبة وفقاً لمتغيرات: (الجنس، المستوى الدراسي، الكلية، مكان السكن). وقد اتبعت الدراسة المنهج المسحي. وتكونت عينة الدراسة من (٩٠) طالبا وطالبة، وتم استخدام الاستبانة لجمع البيانات، أشارت نتائج الدراسة إلى وجود آثار سلبية متوسطة لمواقع التواصل الاجتماعي على القيم، وقد تجلّى التأثير السلبي لمواقع التواصل الاجتماعي بالترتيب على القيم الآتية: (القيم الثقافية، القيم الدينية، القيم الشخصية، القيم الأخلاقية، القيم الاجتماعية).

كما تبين أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يبيث في نفس الطالب حب الأفكار الغربية، وتجعله لا يؤدي الصلوات على أوقاتها، كما تشغل الطالب عن قراءة القرآن الكريم. وأظهرت النتائج عدم وجود فروق دالة إحصائية وفق متغيرات: الجنس، والمستوى الدراسي، ومكان السكن، في حين تبين وجود فروق دالة إحصائية حسب متغير الكلية ولصالح كليات العلوم الإدارية والعلوم الإنسانية والقانون.

٩_ دراسة (Liu, Wright, & Hu)^(٢٥): اهتمت ببحث العلاقة بين استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية والحصول على الدعم الاجتماعي، وتقوم هذه الدراسة على مراجعة الأبحاث العلمية السابقة التي تناولت استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالحصول على الدعم الاجتماعي، وخلصت إلى التأكيد على دور هذه المواقع في تعزيز قدرة الطلاب على تبادل المعلومات العاطفية والإعلامية والحصول على الدعم الاجتماعي.

١٠_ دراسة (Bucholtz)^(٢٦): بحثت تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية بين المهاجرين وبعضهم البعض وبين المهاجرين والسكان المحليين في لاتفيا، واعتمدت الدراسة على إجراء مجموعة من المقابلات المتعمقة مع ٢٠ مهاجرًا، وكذلك استبيان رأي عينة من المهاجرين بلغت في حجمها النهائي ١٤,٠٦٨ مهاجر، وخلصت الدراسة إلى أن المنصات التي توفرها مواقع التواصل الاجتماعي يمكن أن تعزز اندماج المهاجرين في البلد الجديد، وتدعم علاقاتهم الاجتماعية.

وقد استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في هذه الدراسة من خلال:

- تحديد النظريات العلمية.
- تحديد المشكلة، الأهداف، مجتمع الدراسة، أدوات الدراسة.
- مقارنة نتائج الدراسة الحالية بما توصلت إليه الدراسات السابقة مما يثري هذه الدراسة.

ثالثا: أهم النتائج العامة للدراسة ومناقشتها:

يعد هذا الجزء تفسيراً لنتائج الدراسة، التي توصلت إليها الباحثة عن موضوع الدراسة وهو "استخدام الشباب المصري لصفحات مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بجودة الحياة لديهم"، وربط نتائج الدراسة بعدد من النظريات في مقدمتها نظرية الاستخدامات والإشباع، والتي تمثل استخدامات الشباب المصري لشبكات التواصل الاجتماعي من أجل إشباع رغباتهم، ونظرية التوقعات الاجتماعية، إلى جانب مقارنتها مع نتائج الدراسات السابقة سألقة الذكر، وجاءت أهم النتائج علي النحو التالي:-

١_ أظهرت المتوسطات الحسابية التي قامت بقياس كثافة تعرض الباحثين لصفحات المؤثرين على موقع فيس بوك كانت مرتفعة والتي جاءت بنسبة (٤٤,٦٪)، وجاء في المرتبة الثانية اليوتيوب بنسبة (٣٣,٧٪)، ثم الإنستجرام في المرتبة الثالثة بنسبة (٣٢,١٪)، وجاء تيك توك في المرتبة الرابعة بنسبة (٢٦,٦٪)، وأخيراً كيواي في المرتبة الخامسة بنسبة (٩,٢٪). وهذا يدل على أن عينة الدراسة من الشباب المصري يتعرضون بكثافة ذات فروق إحصائية مختلفة بين مواقع التواصل الاجتماعي، حيث إن العينة تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي بشكل يومي ومستمر، وهو ما يكشف أن الشباب يتجهون في أغلب أوقاتهم نحو مواقع التواصل الاجتماعي، وهذه النتيجة تتفق مع دراسة محمد الدهراوي (٢٠١٩) التي أكدت ارتفاع معدل تعرض الشباب العربي لصفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي، كما أظهرت وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموغرافية للشباب العربي وكثافة تعرضهم لصفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي.

٢_ أظهرت المتوسطات الحسابية التي قامت بقياس دوافع استخدام الشباب المصري لصفحات مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي أن الدوافع النفعية لتعرض الباحثين لصفحات المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي جاءت في المرتبة الأولى بدرجة مرتفعة بنسبة (٥١,٢٪)، وجاء في المرتبة الثانية الدوافع الطقوسية بنسبة (٣٨,٢٪)، وهو ما يخالف النتائج التي خلصت لها دراسة حسام سلامة (٢٠٢١) أن من ضمن الدوافع التي يتعرض لها الشباب لاستخدام صفحات مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي هي “الاستمتاع والترفيه” في مقدمة دوافع المتابعين للمؤثرين على إنستجرام، وهو ما يعني أن الدوافع الطقوسية كانت في المرتبة الأولى.

٣_ أظهرت المتوسطات الحسابية التي قامت بقياس الإشباعات المتحققة من تعرض الشباب المصري لصفحات مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، يوتيوب، إنستجرام، تيك توك، كيواي)، فقد جاءت التأثيرات المعرفية لمستوى تأثيرات صفحات المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي في المرتبة الأولى بدرجة مرتفعة بنسبة (٥٣,١٪)، وجاء في المرتبة الثانية التأثيرات السلوكية بنسبة (٤٢,٤٪)، وجاءت في المرتبة الثالثة التأثيرات الوجدانية بنسبة (٢٥,٥٪)، وقد توافقت هذه النتيجة مع دراسة

محمد عوض الرشيدى (٢٠١٩) التي أكدت أن المؤثر هو فرد ذو وصول اجتماعي كبير ولديه القدرة على "التأثير" على القرارات التي يتخذها جمهوره. نظرًا لأنه أنشأ جمهورًا نشطًا يتابعه عبر قنوات التواصل الاجتماعي، وأصبحت توصيات المؤثر واقتراحاته وما يجبه يمكن أن يؤثر على قرارات الناس في العالم الحقيقي، وصار لدى المؤثرين قوة ماثلة إذا لم تكن أكبر بكثير من معظم المشاهير.

٤_ أظهرت المتوسطات الحسابية التي قامت بقياس مدى الثقة بدرجة متوسطة في مصداقية وواقعية المضمون المقدم من خلال صفحات مؤثرين مواقع التواصل الاجتماعي إلى حد ما بنسبة (٢٣٢) مفردة، والبالغ نسبتها (٥١٪) وجاءت نسبة الثقة بدرجة ضعيفة عن تلك الصفحات بنسبة (٣٤,٧٪) والبالغ عددها (١٥٨) مفردة، وأخيرًا جاءت نسبة أثق بدرجة كبيرة (٦٥) مفردة والبالغ نسبتها (١٤,٣٪)، وهو ما يخالف دراسة **مروى السعيد (٢٠١٨)** التي أشارت إلى أن المؤثر مصدر موثوق به، وبالتالي هم على استعداد لتجربة المنتجات التي يقوم بعرضها والمصادقة عليها، فجاءت اتجاهات المبحوثين نحو أبعاد مصداقية المشاهير إيجابية بشكل عام.

٥_ أظهرت المتوسطات الحسابية التي قامت بقياس اتجاهات الشباب المصري نحو تقييم دور صفحات مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، يوتيوب، إنستجرام، تيك توك، كيواي) المحابذ لصفحات مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي في المرتبة الأولى بدرجة مرتفعة بنسبة (٨١,١٪)، وجاء في المرتبة الثانية التقييم الإيجابي بنسبة (١٤,٧٪)، وجاء التقييم السلبي في المرتبة الثالثة بنسبة (٤,٢٪)، وقد اتفقت نتائج الدراسة الحالية مع دراسة **عقيل تحسين فتح الله، محمد حسن العامري (٢٠٢٠)**، والتي كشفت نتائجها إلى أن السبب الرئيس الذي يدفع الجمهور لمتابعة إعلانات المشاهير في مواقع التواصل الاجتماعي هو الحصول على مزيد من المعلومات والبيانات حول المنتجات، تراوحت اتجاهات المبحوثين نحو مصداقية إعلانات المشاهير في مواقع التواصل الاجتماعي ما بين متوسطة بنسبة (٦,٥١٪) وعالية بنسبة (٠,٢٢٪).

٦_ أظهرت المتوسطات الحسابية التي قامت بقياس مستوى الرضا عن صفحات مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب المصري، حيث جاءت درجة الرضا عن صفحات مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي إلى حد ما بنسبة (٢٥٢) مفردة، والبالغ نسبتها (٥٥,٤٪)، وجاءت نسبة الرضا عن تلك الصفحات بنسبة (٢٥,٧٪)، وأخيراً جاءت نسبة غير راضي (٨٦) مفردة والبالغ نسبتها (١٨,٩٪). ولعل السبب في ذلك يرجع إلى أن بعض هذه الصفحات أحياناً تستخف بعقول متابعيها وأحياناً تنشر قيم وعادات لا تناسب المجتمع.

٧_ أظهرت المتوسطات الحسابية التي قامت بقياس التوقعات الاجتماعية على مستوى الأصدقاء بدرجة مرتفعة بنسبة (٤٣,٥٪)، وجاء في المرتبة الثانية التوقعات على مستوى الأسرة والتي جاءت بنسبة (٣٠,٣٪)، وجاءت في المرتبة الثالثة التوقعات على مستوى المجتمع بنسبة (٢٩,٥٪)، وهو ما اتفق مع دراسة خالد حسن علي الحريري (٢٠١٩) والتي كشفت أن الأصدقاء وزملاء العمل والدراسة ومشاهير الرياضة والفن - المفضلين لدى أفراد العينة - هم أكثر الفئات المؤثرة في مواقف واتجاهات أفراد العينة.

٨_ أظهرت المتوسطات الحسابية التي قامت بقياس مستوى جودة الحياة لدى الشباب المصري، حيث جاءت درجات جودة الحياة بدرجات متفاوتة، ولكن جاء التقدير الاجتماعي متساوياً في نسبته مع التفاعل الاجتماعي بدرجة مرتفعة والذي بلغ نسبتها في المرتبة الأولى (٤٤,٨٪)، وجاء في المرتبة الثانية التفاعل والتي جاءت بنسبة (٤٠,٢٪)، وجاءت في المرتبة الثالثة الثبات الانفعالي بنسبة (٣٧,٨٪)، وجاءت في المرتبة الرابعة الحماية والتي بلغت نسبتها (٣٤,٩٪)، وجاءت في المرتبة الأخيرة القناعة والتي بلغت نسبتها (٣٤,٥٪)، وهو ما يخالف نتائج دراسة منال محمد مراد عبده (٢٠١٨) حيث خلصت نتائج الدراسات العربية والأجنبية إلى أن التأثيرات السلبية للإنترنت تتمثل في زيادة الاكتئاب والعزلة والتوتر وأضعاف التفاعل الاجتماعي واستثارة وتعزيز التوترات داخل الأسرة، في حين خلصت نتائج الدراسات العربية إلى ارتفاع معدل تعرض أفراد الأسرة وبالأخص المراهقين والشباب على المواقع الاجتماعية بشبكة الإنترنت، وتؤكد الدراسة على أن هناك ارتباط سلبي

بين معدل استخدام المواقع الاجتماعية ومستوى التفاعل الاجتماعي داخل الأسرة وبين الأهل عموماً.

وقد وافقت الدراسة الحالية دراسة كل من (Ortiz & Ostertag, ٢٠١٧) ودراسة (Li, Chang & Chiou, ٢٠١٧) والتي خلصت نتائجها إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي قادرة على تحقيق حالة من التفاعل الاجتماعي بما يتيح لمستخدميها فرصة كاملة لبناء علاقات اجتماعية رقمية قوية، وأن التواصل عبر مواقع الشبكات الاجتماعية قد يسهل عملية تكوين وإصلاح العلاقات الاجتماعية.

نتائج فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بدرجة مرتفعة بين كثافة تعرض الباحثين لصفحات المؤثرين على صفحات الإنستغرام وعناصر جودة الحياة (التفاعل الاجتماعي - القناة - التفاعل - الحماية - الثبات الانفعالي - التقدير الاجتماعي) عند دالة ٠,٠١ من مستوى المعنوية، بينما لا توجد علاقة بين كثافة تعرض الباحثين لصفحات (الفيسبوك - اليوتيوب - التيك توك - كيواي).

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بدرجة مرتفعة بين دوافع تعرض الباحثين لصفحات المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي وجودة الحياة عند دالة ٠,٠١ من مستوى المعنوية.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية موجبة بين مستوى انتباه الباحثين أثناء متابعة صفحات المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي وجودة الحياة عند دالة ٠,٠١ من مستوى المعنوية.

الفرض الرابع: تبين النتائج وجود علاقة موجبة بين تقييم الباحثين صفحات مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة مرتفعة وبين عناصر جودة الحياة (التفاعل الاجتماعي - القناة - التفاعل - الحماية) عند دالة ٠,٠١ من مستوى المعنوية، بينما تبين عدم وجود علاقة بين تقييم الباحثين صفحات مؤثري مواقع

التواصل الاجتماعي وبين (الثبات الانفعالي - التقدير الاجتماعي) عند دالة ٠,٠١، من مستوى المعنوية.

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية موجبة بين تأثيرات صفحات المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي وجودة الحياة عند دالة ٠,٠١ من مستوى المعنوية.

الفرض السادس: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية موجبة بين التوقعات الاجتماعية للمبشرين وجودة الحياة عند دالة ٠,٠١ من مستوى المعنوية.

الفرض السابع: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية موجبة بين مستوى ثقة المبشرين في مصداقية صفحات مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي للمبشرين وجودة الحياة عند دالة ٠,٠١ من مستوى المعنوية.

الفرض الثامن: وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دالة ٠,٠٥، وقيمة (T) بين فروق الجنس وبين التفاؤل والتي بلغت متوسط حسابها لنسبة الذكور أعلى من نسبة الإناث حيث بلغت نسبة الذكور (٤,٣٠)، بينما الإناث (٤,٠٧)، ودرجتي حرية (٤٥٣)، ومستوى معنوية (٠,٠٤٩)، بينما لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دالة ٠,٠٥، وقيمة (T) بين فروق الجنس وبين (التفاعل الاجتماعي والقناعة والثبات الانفعالي والتقدير الاجتماعي والحماية)، وأوضح النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دالة ٠,٠٥، وقيمة (T) بين فروق محل الإقامة وبين عناصر جودة الحياة، وتوصلت النتائج أيضاً إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دالة ٠,٠٥، وقيمة (F) حيث بلغت درجتها (١١,٩٢٤) بين فروق السن وبين التفاعل الاجتماعي، لصالح فئة من (٣٠ إلى ٣٥)، والتي بلغت متوسطها الحسابي (٤,٣٣)، بينما بلغ متوسط فئة (من ٢٤ لأقل من ٣٠) قيمة (١,١٠٠)، وأخيراً بلغت نسبة فئة (من ١٨ لأقل من ٢٤) نسبة (١,٠٩٤)، والتي بلغت درجتي الحرية بينهم (٢, ٤٥٢)، بينما لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دالة ٠,٠٥، وقيمة (F) بين الفروق وبين (القناعة - التفاؤل - الثبات

الانفعالي - التقدير الاجتماعي - الحماية)، وأوضحت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دالة ٠,٠٥ وقيمة (T) بين فروق مستوى التعليم وبين عناصر جودة الحياة، وتوصلت النتائج إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دالة ٠,٠٥ وقيمة (T) بين فروق المهنة وبين عناصر جودة الحياة، وأخيراً توصلت النتائج إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دالة ٠,٠٥ وقيمة (T) بين فروق المستوى الاقتصادي وبين التقدير الاجتماعي، والتي بلغت متوسط حسابها لنسبة الثبات الانفعالي بدرجة منخفضة، حيث بلغت نسبة الثبات الانفعالي بدرجة منخفضة (١,٢٥٥)، بينما نسبة الثبات مرتفعة (١,١٩٦)، بينما الثبات الانفعالي بدرجة متوسطة بلغت (١,١٣٢)، ودرجتي حرية (٢,٤٥٢)، ومستوى معنوية (٠,٠٢٧)، بينما لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دالة ٠,٠٥ وقيمة (T) بين فروق مستوى التعليم وبين (التفاعل الاجتماعي - القناة - التفاوض - الثبات الانفعالي - الحماية).

الفرض التاسع: يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دالة ٠,٠٥ بين كثافة تعرض الباحثين وبين تعرض الباحثين لصفحات المؤثرين على موقع الإنستغرام، بينما لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض الباحثين لصفحات المؤثرين على (الفيسبوك - اليوتيوب - التيك توك - كيواي).

الهوامش

(١) ياسمين محمد إبراهيم السيد، تأثير متابعة صفحات وحسابات المشاهير الرسمية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي على التفاعل شبه الاجتماعي لدى المراهقين، جامعة القاهرة - كلية الإعلام - مركز بحوث الرأي العام، المجلة المصرية لمركز بحوث الرأي العام، ٢٠١٩م، ١٨م، ع ٣، ص ٦١٥.

(٢) تقرير الجهاز المركزي للتعبئة والإحصاء عام ٢٠٢٢ متاح على الرابط <https://www.gomhuriaonline.com/Gomhuria/1192465.html> تاريخ الدخول ١٢/٥/٢٠٢٢

(٣) نورا طلعت إسماعيل رمضان، اللامعيارية في استخدام المرأة لمواقع التواصل الاجتماعي، مجلة كلية الآداب والعلوم الإنسانية جامعة قناة السويس، ديسمبر ٢٠١٩، ع ٣١، ص ٦٣.

(٤) شريف درويش اللبان، مداخلات في الإعلام الجديد والنشر الإلكتروني على الإنترنت، القاهرة، دار العالم العربي، ٢٠١١م، ط ١، ص ١٢٠.

(٥) Williams, J., Social Networking Applications in Health Care: On Threats to the Privacy and Security of Health Information., ICSE Workshop Software Engineering in Health Proceedings ,Care. Cape Town, South Africa of ٢٠١٠, pp. ٣٩ — ٤٩.

(٦) K Freberg, K Graham, K McCaughey, Who influencers? A study of are the social media

personality. Public public perceptions of

٣٧, P ٩٠-٩٢, Relations Review ٢٠١١

A Gulamali & J Person. **The Social Media** (٧)**Switching. MSc in Influencer and Brand**

Brand Management International Marketing &

٢٠١٦/٢٠١٧ p ٢١.

(٨) زغطوط رمضان، **نوعية الحياة لدى المرضى المزمنين وعلاقته ببعض****المتغيرات**، جامعة قاصدي مرباح - ورقلة - كلية العلوم الاجتماعية

والإنسانية، قسم العلوم الاجتماعية، رسالة دكتوراه غير منشورة، ٢٠١٨، ص

.١٦:٢٥

(٩) **قام بتحكيم استمارة الاستبيان كل من: الأسماء مرتبه ألقابها:**

١_ أ.د. ثروت الديب، أستاذ الاجتماع بجامعة المنصورة وكييل كلية السياحة والفنادق

السابق.

٢_ أ.د. دينا السعيد أبو العلا، أستاذ ورئيس قسم علم الاجتماع بكلية الآداب جامعة

المنصورة.

٣_ أ.د. سامي السعيد النجار، أستاذ ورئيس قسم الإعلام بكلية الآداب جامعة المنصورة.

٤_ أ.د. شريف درويش اللبان، أستاذ ورئيس قسم الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة.

٥_ أ.د. عبد الهادي أحمد النجار، أستاذ الصحافة بكلية الآداب جامعة المنصورة.

٦_ أ.د. مجدي ضياء سويدان، أستاذ الاجتماع ووكيل المعهد العالي للخدمة الاجتماعية

بالمنصورة.

٧_ أ.د. محمد أحمد غنيم، أستاذ الأنثروبولوجيا بقسم اجتماع كليه الآداب جامعة المنصورة

وعميد كلية آداب المنصورة السابق.

٨_ أ.م.د. نهلة زيدان الحوراني، أستاذ مساعد العلاقات العامة بكلية الآداب جامعة المنصورة.

(١٠) أحمد أحمد عثمان: تعرض الشباب المصري لدراما التلفزيون وعلاقته بمستوى الرضا الاجتماعي لديهم، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، ٢٠١٩، ص ٢٥٥.

Edward W., Transformative Learning Theory, New Direction for Adult and P ٥., Continuing Education, ٢٠٠٨

(١٢) ملفين ل. ديفلير، وساندرا بول - روكيتش، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة كمال عبد الرؤوف، القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع، ١٩٩٣، ص ٣١٤.

(١٣) وهى كنه، استخدام الشباب لتطبيق التيك توك والإشباع المحققة منه دراسة ميدانية على عينة من شباب مدينة المسيلة، رساله ماجستير، جامعة محمد بوضياف المسيلة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، ٢٠٢٠م، ص ٨.

Boyd, D. M., and N. B. Ellison, Social Network Sites: Definition, and Scholarship. (١٤)
Journal Mediated Journal of Computer
Vol. ١٣, No.١, Article ٢٠٠٧ Communication,
١١. Available At :
<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html.jhvdo>
٢٠٢١/٧/٢١ تاريخ الدخول

(١٥) هيئة التنمية وتكنولوجيا المعلومات، التقرير السنوي السابع عن رؤى للتسويق الإلكتروني الصادر في التاسع من نوفمبر من عام ٢٠٠١م.

<http://www.itida.gov.eg/En/Media/Reports/Pages/default.aspx>
تاريخ الدخول ٢٠٢١/٨/٥

(١٦) حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية للطبع والنشر، ١٩٩٨، ط٢، ص٢٤١.

(١٧) أحمد أحمد عثمان، تحليل خطاب المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي في بحوث ودراسات الإعلام الجديد، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، إبريل ٢٠٢٢، ٧٩٤، الصفحة ٣٦٨-٢٩٧.

(١٨) رانيا رمزي حلیم: "دور المؤثرين الاجتماعيين في الحياة اليومية للشباب المصري" دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي، مجلة الدراسات الإنسانية والأدبية، يناير ٢٠٢٢، المقال ١١، م٢٦، ع١، ص٥٥٦ - ٥٩١.

(١٩) حسام علي علي سلامة: العوامل المؤثرة في متابعة الجمهور العربي لحسابات المؤثرين على إنستجرام: دراسة في ضوء نظرية التبادل الاجتماعي. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ٢٠٢١، ٧٧٤، ١٨٥-٢٤٦.

(٢٠) J. Sun, X.Y. Leung, and B.Bai, "**How social media influencer's event endorsement changes attitudes of followers: the moderating effect of followers' gender**", International Journal of Contemporary Hospitality Management, ٢٠٢١. Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print, <https://doi.org/10.1108/IJCHM-09-2020-0959> تاريخ الدخول ٢٠٢١/٨/١٠

S.V.Jin, E.Ryu, and A.Muqaddam, "I trust what she's #endorsing on Instagram: moderating effects of parasocial interaction and social presence in fashion influencer marketing", Journal of Fashion Marketing and Management, ٢٠٢١, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print.

تاريخ <https://doi.org/10.1108/JFMM-04-2020-0059>

الدخول ٢٠٢١/٨/١٠

(٢٢) سلمان سعد سلمان محمد حمادة: "واقع إيجابي لمواقع التواصل الاجتماعي على النسق القيمي المجتمعي لطلاب المرحلة الثانوية بدولة الكويت" دراسة ميدانية، مجلة كلية التربية بالمنصورة، يناير ٢٠٢٢، المادة ٢٣، م ١١٧، ع ١، ص ١٠٩٧ - ١١٤٠.

(٢٣) جيهان سعد عبده المعني، التحرش الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي وآثاره النفسية والاجتماعية لدى عينة من المراهقات، دراسة ميدانية، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، أبريل / يونيو ٢٠٢٠، ع ٢٧، ص ٣٨٥ - ٤٤٧.

(٢٤) سمير سليمان الجمل، الآثار السلبية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي على عدد من القيم: دراسة ميدانية على طلبة جامعة الاستقلال في أريحا مجلة شؤون اجتماعية جمعية الاجتماعيين في الشارقة، ٢٠٢٠، مج ٣٧، ع ١٤٥، ص ٣٩ - ٧٩.

Liu, D., Wright, K. B., & Hu, B. A meta-analysis of Social Network Site use and

٢٠١٩, social support, Computers & Education

vol .١٢٧, p ٢٠١-٢١٣

Bucholtz, I. Bridging Bonds: Latvian (٢٦)

Migrants' Interpersonal Ties on Social

Networking Sites, Media, Culture &

٢٠١٨, vol. ٤, p ١-١٦, Society

المصادر والمراجع

- (١) أحمد أحمد عثمان، تحليل خطاب المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي في بحوث ودراسات الإعلام الجديد، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، إبريل ٢٠٢٢، ٧٩٤، الصفحة ٣٦٨-٢٩٧.
- (٢) أحمد أحمد عثمان: تعرض الشباب المصري لدراما التلفزيون وعلاقته بمستوى الرضا الاجتماعي لديهم، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، ٢٠١٩، ص ٢٥٥.
- (٣) تقرير الجهاز المركزي للتعبئة والإحصاء عام ٢٠٢٢ متاح على الرابط <https://www.gomhuriaonline.com/Gomhuria/11.html> ٩٢٤٦٥ تاريخ الدخول ٢٠٢٢/١٢/٥.
- (٤) جيهان سعد عبده المعبي، التحرش الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي وآثاره النفسية والاجتماعية لدى عينة من المراهقات، دراسة ميدانية، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، أبريل/يونيو ٢٠٢٠، ٢٧٤، ص ٣٨٥-٤٤٧.
- (٥) حسام علي علي سلامة، العوامل المؤثرة في متابعة الجمهور العربي لحسابات المؤثرين على إنستجرام: دراسة في ضوء نظرية التبادل الاجتماعي. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ٢٠٢١، ٧٧٤، ١٨٥-٢٤٦.
- (٦) حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية للطبع والنشر، ١٩٩٨، ط٢، ص ٢٤١.
- (٧) رانيا رمزي حلیم: "دور المؤثرين الاجتماعيين في الحياة اليومية للشباب المصري" دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي، مجلة الدراسات الإنسانية والأدبية، يناير ٢٠٢٢، المقال ١١، م٢٦، ع ١، ص ٥٥٦ - ٥٩١.

(٨) زغوط رمضان، نوعية الحياة لدى المرضى المزمنين وعلاقته ببعض المتغيرات، جامعة قاصدي مرباح - ورقلة - كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الاجتماعية، رسالة دكتوراه غير منشورة، ٢٠١٨م، ص ١٦:٢٥.

(٩) سلمان سعد سلمان محمد حمادة: "واقع إيجابي لمواقع التواصل الاجتماعي على النسق القيمي المجتمعي لطلاب المرحلة الثانوية بدولة الكويت" دراسة ميدانية، مجلة كلية التربية بالمنصورة، يناير ٢٠٢٢، المادة ٢٣، م ١١٧، ع ١، ص ١٠٩٧ - ١١٤٠.

(١٠) سمير سليمان الجمل، الآثار السلبية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي على عدد من القيم: دراسة ميدانية على طلبة جامعة الاستقلال في أريحا، مجلة شؤون اجتماعية جمعية الاجتماعيين في الشارقة، ٢٠٢٠، مج ٣٧، ع ١٤٥، ص ٣٩-٧٩.

(١١) شريف درويش اللبان، مداخلات في الإعلام الجديد والنشر الإلكتروني على الإنترنت، القاهرة، دار العالم العربي، ٢٠١١، ط ١، ص ١٢٠.

(١٢) ملفين ل. ديفلير، وساندرا بول - روكيتش، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة كمال عبد الرؤوف، القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع، ١٩٩٣، ص ٣١٤.

(١٣) نورا طلعت إسماعيل رمضان، اللامعيارية في استخدام المرأة لمواقع التواصل الاجتماعي، مجلة كلية الآداب والعلوم الإنسانية جامعة قناة السويس، ديسمبر ٢٠١٩، ع ٣١، ص ٦٣.

(١٤) هيئة التنمية وتكنولوجيا المعلومات، التقرير السنوي السابع عن رؤى للتسويق الإلكتروني الصادر في التاسع من نوفمبر من عام ٢٠٠١

<http://www.itida.gov.eg/En/Media/Reports/Pages>

[default.aspx](http://www.itida.gov.eg/En/Media/Reports/Pages/default.aspx) تاريخ الدخول ٢٠٢١/٨/٥

(١٥) ولهى كنز، استخدام الشباب لتطبيق التيك توك والإشباع الحقة منه دراسة

ميدانية على عينة من شباب مدينة المسيلة، رساله ماجستير، جامعة محمد بوضياف المسيلة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، ٢٠٢٠، ص ٨.

(١٦) ياسمين محمد إبراهيم السيد، تأثير متابعة صفحات وحسابات المشاهير

الرسمية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي على التفاعل شبه الاجتماعي

لدى المراهقين، جامعة القاهرة - كلية الإعلام - مركز بحوث الرأي العام، المجلة المصرية لمركز بحوث الرأي العام، ٢٠١٩، م ١٨، ع ٣، ص ٦١٥.

A Gulamali & J Persson. The Social Media (١٧)

Switching. MSc in Influencer and Brand

Brand Management International Marketing &

٢٠١٦/٢٠١٧ p ٢١.

Boyd, D. M., and N. B. Ellison, Social (١٨)

Network Sites: Definition, and Scholarship.

Journal Mediated Journal of Computer

Vol. ١٣, No.١, Article ١١. ٢٠٠٧ Communication,

<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue> Available At :

[1/boyd.ellison.html.jhvdo](http://boyd.ellison.html.jhvdo) تاريخ الدخول ٢٠٢١/٧/٢١

Bucholtz, I. Bridging Bonds: Latvian (١٩)

Migrants' Interpersonal Ties on Social

Networking Sites, Media, Culture &

٢٠١٨, vol. ٤, p ١-١٦, Society

Edward W., Transformative Learning (٢٠)
Theory, New Direction for Adult and
 P ٥., Continuing Education, ٢٠٠٨

J. Sun, X.Y. Leung, and B.Bai, "How social (٢١)
media influencer's event endorsement
changes attitudes of followers: the
moderating effect of followers' gender",
 International Journal of Contemporary Hospitality
 Management, ٢٠٢١. Vol. ahead-of-print No.
 ahead-of-print, [https://doi.org/10.1108/IJCHM-](https://doi.org/10.1108/IJCHM-2021/8/10)
 ٢٠٢١/٨/١٠ تاريخ الدخول ٠٩-٢٠٢٠-٠٩٥٩

K Freberg, K Graham, K McGaughey, Who (٢٢)
influencers? A study of are the social media
personality. Public public perceptions of
 ٣٧, P ٩٠-٩٢, Relations Review ٢٠١١

Liu, D., Wright, K. B., & Hu, B. A meta- (٢٣)
analysis of Social Network Site use and social
 vol .١٢٧, ٢٠١٩, support, Computers & Education
 p ٢٠١-٢١٣

S.V.Jin, E.Ryu, and A.Muqaddam, "I trust (٢٤)
what she's #endorsing on Instagram:
moderating effects of parasocial interaction
and social presence in fashion influencer

marketing", Journal of Fashion Marketing and Management, ٢٠٢١, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. [https://doi.org/10.1108/JFMM-](https://doi.org/10.1108/JFMM-2021/8/10)

٢٠٢١/٨/١٠ تاريخ الدخول [٠٤-٢٠٢٠-٠٠٥٩](https://doi.org/10.1108/JFMM-2021-08-0059)

Williams, J., **Social Networking Applications** (٢٥) **in Health Care: On Threats to the Privacy and Security of Health Information.**, ICSE Workshop Software Engineering in Health Care. Proceedings of ٢٠١٠ , ,Cape Town, South Africa pp. ٣٩ — ٤٩.