

## تأثير متابعة الشباب لصفحات المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي على سمات نموذج القدوة لديهم

د. نيرة أحمد المجد شبايك\*

### ملخص البحث:

يهدف هذا البحث إلى رصد تأثير متابعة محتوى صفحات المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي على تبنى سمات نموذج القدوة لدى الشباب المصري. ورصد مدى رضا الشباب المصري عن واقعه المعيش في ظل هذا الزخم من المعايير المختلفة لجودة الحياة التي تعرضها صفحات المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي. والمؤثرون عبر مواقع التواصل الاجتماعي نماذج من الأشخاص يقدمون محتوى معيناً في مجالات مختلفة من الحياة عبر صور وفيديوهات قصيرة ومقالات وتدوينات تحصل على أعداد كبيرة جداً من المتابعين تصل لبضع ملايين.

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تستهدف دراسة ظاهرة متابعة الشباب المصري لصفحات المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي، كـ (يوتيوب، فيس بوك، الإنستجرام)، واعتمدت الدراسة على منهج المسح، ونظرية التعلم الاجتماعي؛ و تم إجراء مسح بالعينة؛ وذلك لكبر حجم مجتمع الدراسة، وصعوبة حصره حصراً شاملاً.

تمثل مجتمع الدراسة الميدانية في مستخدمي صفحات المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي من الشباب جيل (Z)؛ حيث تم سحب عينة عمدية من الشباب المصري من مواليد ١٩٩٩ حتى ٢٠٠٦، وهو سن الجامعة وبداية التحكم الكامل في اختيارات المستقبل للشباب، قوامها ٢٧٥ فرداً.

خلصت الدراسة الى ان دوافع وأسباب متابعة المبحوثين لصفحات المؤثرين هي التسلية وقت الفراغ كدافع أول، ثم كانت الرغبة في الإلمام بما يحدث على مواقع التواصل الاجتماعي، ثم كان دافع الاستفادة في الأمور الشخصية حسب المحتوى الذي يقدمه المؤثر وجاء دافع تقليد نمط حياة المؤثر في المرتبة الأخيرة. أشار المبحوثون إلى أن رؤيتهم الأولى لمحتوى صفحات المؤثرين ولمواقع التواصل الاجتماعي تتمثل في كونه مجتمعاً مزيقاً وغير صادق فيما يقدمه. أشار أكثر من نصف العينة إلى أن متابعة صفحات المشاهير على مواقع التواصل الاجتماعي تجعلهم يفكرون في تغيير حياتهم وتشعرهم بعدم الرضا عن مستواهم المعيشي والمادي. أشارت نتائج الدراسة إلى أن النسبة الكبرى من المبحوثين لم تقم بتقليد أفعال المؤثرين من قبل، وهي نسبة تزيد عن نصف العينة بقليل، في حين النصف الآخر قام بتقليد أفعالهم من قبل، وكانت أكثر الأفعال التي قاموا بتقليدها هي تجربة ملابس وأزياء أعلنوا عنها وكذلك

\* مدرس بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة

مطاعم وأكلات، ومنتجات مختلفة تم دعمها من أكثر من مؤثر، إضافة إلى أن البعض حاول تصوير فيديوهات شبيهة بتلك التي يقوم بها المؤثرون، في حين تأثر البعض الآخر من نظرة المؤثرين للحياة، فحاول أن يظهر بنفس القوة التي يصدرونها والنظرة الإيجابية للحياة وطريقتهم في الحديث. كان السبب الأول للمبحوثين لتقليد أفعال المؤثرين هو الاستفادة في حياتهم الشخصية مما يقدمونه من محتوى، ثم لأنهم يقدمون أموراً جديدة ومثيرة، ثم لرغبتهم بأن يظهروا مواكبين للجديد، وأشارت النتائج إلى أن أكثر من نصف العينة بقليل يرفض اتخاذ المؤثرين كقدوة لهم، وقد حصروا أسباب ذلك في أنهم لا يمكن أن يتخذوا شخصاً لا يعرفونه شخصياً قدوة لهم.

**الكلمات المفتاحية:** مواقع التواصل الاجتماعي – مؤثرون مواقع التواصل – سوشيال ميديا – القدوة - الشباب

## The effect of following influencers's pages on social media on the characteristics of youth's role models

Dr. Naiera Ahmed Shabaiek \*

### Abstract:

This research has aimed to examine the effect of following the content of influencers's pages on social media on adopting the characteristics of role models among Egyptian youth. and has monitored the extent of Egyptian youth's satisfaction with their living reality in light of this various standards of quality of life presented by the pages of influencers on social media.

This research is considered a descriptive research that has aimed to study the phenomenon of Egyptian youth following the pages of influencers on social networking sites, such as (YouTube, Facebook, Instagram). The study has relied on the survey method and social learning theory. A sample survey was conducted; on sample of 275 individuals from Egyptian youth born from 1999 to 2006, which is university age and the beginning of full control over the youth's future choices. The study concluded that the motives and reasons for respondents following influencers' pages were entertainment as the first motive, then the desire to be aware of what is happening on social

media, The respondents indicated that their first view of the content of influencers' pages is that it is a fake community that is not honest in what it offers. More than half of the sample indicated that following the pages of celebrities on social media makes them think about changing their lives and makes them feel dissatisfied with their standard of living reality. The results of the study indicated that the

\* Lecturer at radio and television department, faculty of mass communication cairo university

largest percentage of respondents had not imitated the actions of influencers before, while the other half had imitated their actions before, and the most common actions they imitated were about (trying clothes and fashions that they advertised, as well as restaurants and food. And various products were supported by more than one influencer, in addition to trying to film videos similar to those made by influencers, while others were influenced by the influencers' look on life, so they tried to appear with the same strength , the positive look on life, and their way of speaking. The reason for respondents to imitate the actions of influencers is to benefit in their personal lives from the content they provide, then because they offer new and exciting things, then because they want to appear up-to-date.

The results indicated that slightly more than half of the sample refuses to take influencers as their role models, and they limited the reasons for this they cannot take someone they do not know personally as their role model.

**Keywords:** Social media – Youth – role model

## مقدمة:

في ظل الانتشار والتنوع الكبير لاستخدامات مواقع التواصل الاجتماعي، وخروج مصطلحات تواجهنا بشكل شبه يومي ك مصطلحات "المؤثر Influencer، وصانع المحتوى Content Creator، وصاحب مدونة Blogger، وصانع فيديوهات YouTuber" وغيرها من المصطلحات التي تشير إلى نماذج من الأشخاص يقدمون محتوى معيناً في مجالات مختلفة من الحياة عبر صور وفيديوهات قصيرة ومقالات وتدوينات على مواقع التواصل الاجتماعي. وفي ظل انتشار وشهرة هؤلاء الأشخاص والصفحات وحصولهم بأعداد كبيرة جداً من المتابعين تصل لبضعة ملايين، ظهرت العديد من التساؤلات حول تأثير ما يقدمه هؤلاء المؤثرون على متابعيهم، سواء أكان سلبيًا أم إيجابيًا، هل يغيرون من نظرة متابعيهم للحياة وجودتها، ويضعون شروطًا لذلك، وكذلك يضعون نموذجًا من خلال طبيعة المحتوى المقدم وشكله يؤثر على مواصفات نموذج القدوة لدى الشباب المصري. فقد أعلنت ثقافة المشاهير لفترة طويلة جدًا عن أهميتها، وعلى الرغم من تغير الشخصيات، فإنها تظل ظاهرة اجتماعية وثقافية واقتصادية، وربما أيضًا ظاهرة سياسية. فثقافة المشاهير لا تنتشر فقط عبر ثقافتنا، إنها تهاجر أو بالأحرى تغزو وأحيانًا دون أي مقاومة من الحدود واللغات. فالمشاهير يتواصلون مع هوياتنا الخاصة وإحساسنا بأنفسنا، وتستمر تلك الثقافة عبر الإنترنت على الأجهزة المحمولة، ووسائل التواصل الاجتماعي تتعامل مع المشاهير باعتبارهم أداة لجذب الانتباه وتوجيه المستخدم الذي يبحث عبر جميع أنواع المحتوى والقصص<sup>(1)</sup>. وفي العصر الحديث أصبح الموضوع أشبه بالصناعة، فالأمر لم يعد فرديًا، ولكن أصبحت هناك مجموعات من الأشخاص تقوم على صناعة هؤلاء المشاهير عبر الإنترنت، كأنها حولتهم إلى سلعة يتم الترويج لها، ويتم استخدام قوة الإنترنت في تلك الصناعة وإنتاج وتعليق قيمة المشاهير من خلاله، بالاعتماد على موهبة هؤلاء المشاهير وعملهم المستمر<sup>(2)</sup>. وأي ترويج لأية سلعة أو فكرة أو شخص فهي في النهاية في حاجة لجمهور "مستهلك" لها، وكذلك الأمر بالنسبة للمشاهير وما يقدمونه من محتوى، فبدون الجمهور الذي يشاهد ويقراً ويتفاعل مع ما هو مقدم لما نجحت عملية الاتصال.

وتشير البحوث التي أجريت على جيل الشباب العربي وعلاقته بالتقنية إلى كثافة "تفاعل" جيل الشباب على الإنترنت، واستخدام الأجهزة المحمولة والهواتف الذكية في الوصول إلى الإنترنت، ومواقع التواصل الاجتماعي في الزمان والمكان الذي يريدونه. وأن الشباب يرون في هذه التقنية قوة عظيمة تدمر بـ "التحرر"، وتمكنهم من "حرية التعبير" عن أفكارهم تجاه ذواتهم، وتجاه المجتمع والسلطة بكل أنواعها. وأن الجيل الشاب ينظر للمؤسسات التقليدية مثل الأسرة والمدرسة ودور العبادة ووسائل الإعلام التقليدية على أنها "تحد" من طموحاتهم، وانتهت بعض الدراسات إلى توصية مفادها: ضرورة النظر إلى هذه التغيرات الناتجة عن

تكنولوجيا التواصل وما قد تحدثه في التقاليد الاجتماعية والثقافية والأوضاع السياسية حتى لا تقضي إلى نتائج غير مرغوب فيها تهدد استقرار المجتمعات العربية<sup>(٣)</sup>.

فالتفاعلية المستمرة التي أتاحتها وسائل الإعلام عبر الإنترنت مكنت الجمهور -وبخاصة الشباب الذي هو أكثر تفاعلاً وإقبالاً على التكنولوجيا- من استخدام الميزات التفاعلية في سرعة الحصول على المعلومات، وزيادة التواصل، فأصبحت الصحافة الشخصية مصممة حسب رغبة الفرد. وأتاحت تقارب وسائل الإعلام عبر الإنترنت أيضاً للجمهور تجربة القصص الإخبارية من خلال قنوات متعددة<sup>(٤)</sup>. فأصبح وكأن متابعة صفحات هؤلاء المؤثرين هي جزء من حياة الأفراد وبخاصة الشباب، يتلقون منهم العديد من التجارب، يرون من خلالهم ما لم يتمكنوا من تحقيقه بعد، يسافرون معهم حول العالم، يشاهدون أغرب الأماكن والأزياء وشكل الحياة، يتابعون معهم أحدث الأساليب في كل شيء من المأكل والملبس والمشرب والتعاملات مع الآخرين وتربية الأبناء، فأصبحت وسائل التواصل الاجتماعي بما عليها من شخصيات تقف جنباً إلى جنب مع نماذج القدوة التقليدية التي اعتاد عليها الفرد كالوالدين والمعلم والمدرّب ورجل الدين، فجيل مواقع التواصل الاجتماعي وتقنيات التكنولوجيا يقضون ساعات ليست بالقليلة من يومهم في متابعة صفحات المؤثرين وما عليها من محتوى قد يتخطى الوقت الذي يقضونه يتحدثون مع والديهم أو معلمهم، ولا يمكن إنكار أن ظهور المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي يتم بأفضل شكل مقصود؛ مما يجعل محتوَاهم يصدر بشكل مثالي نوعاً ما في أسلوب تقديمه؛ حيث يعتمدون على آليات لإدارة نواتهم ليصبح محتوَاهم أكثر تأثيراً. وتقوم إدارة الذات بهذا المفهوم على مجموعة من الآليات المهمة، منها الحرص على الظهور كقدوة حسنة في جميع مواقف الحياة اليومية<sup>(٥)</sup>. وعملية الاتصال لا يمكن أن تتم بشكل فعال إلا حين تصل للمتلقّي ويتبنى الرسالة المقدمة بشكل إيجابي، وهو الأمر المتعلق بسمات الرسالة، وكذلك سمات الجمهور المستهدف؛ حيث شهدت الألفية الجديدة توسعاً كبيراً في مجالات دراسات الجمهور، وتداخلت بين الدراسات الثقافية والاجتماعية والنفسية والإعلامية في ظل عصر الإعلام الجديد، ما جعل الباحثين يستمرون في دراسة سلوكيات استقبال الجمهور للرسالة، وقد شدد الباحث والبروفيسور البريطاني (Nick Cloudry) على دراسة الخصائص الديموغرافية المختلفة للجمهور؛ لأنها تشكل تفسير الجمهور للعمل الذي يرونه<sup>(٦)</sup>. ويظل لجيل الإنترنت والإعلام الرقمي خصائصه وهويته الخاصة، وأن مرحلة الشباب هي أكثر المراحل قلماً فيما يتعلق بفضول الاكتشاف ومحاولة فهم الذات والآخرين؛ بحثاً عن نواتهم في تحقيق التميز والتفرد في كل شيء، إذ يلجأ الشباب باستخدامه لتلك التكنولوجيا بطريقته الخاصة لرفض الوصاية والتهميش والنسيان، ولتحقيق الذات في عالمهم الخاص، بعيداً عن النقد والقمع الذي

يمارسه الكبار<sup>(٧)</sup>. وصنفت الدراسات الحديثة أجيال مواقع التواصل الاجتماعي وكذلك الإعلام الرقمي إلى جيلين، هما:

١- **جيل (Z):** يقصد بهم مواليد الفترة من ١٩٩٦: ٢٠١٠، وهو جيل السوشيال ميديا والهواتف الذكية، وأكثر ما يميز هذا الجيل شغفهم الشديد بالتكنولوجيا وإتقانهم لبرامجها، وتوسعهم الكبير في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وتعد هذه الوسائل من أبرز المصادر وأكثرها تأثيراً في تشكيل الوعي الثقافي والسياسي لهذا الجيل. يصف ٨٠% من هذا الجيل نفسه بأنه يفكر في الآخرين بشكل متعمق، وهم عكس جيل الألفية، فإنهم يفهمون المشاكل المختلفة التي يواجهها الناس، سواء اجتماعية أو سياسية، وتتمحور رؤيتهم عن العالم بالتفكير في كيفية حل هذه المشاكل. ويصف هذا الجيل نفسه أنه متقبل ومنفتح تجاه الآخرين. ويتسمون بكونهم متجانسين في تعاملاتهم إلى حد كبير.

٢- **الجيل الرقمي جيل ألفا (α):** يشمل هذا الجيل بداية من مواليد عام ٢٠١١، فحياة هذا الجيل ستكون مختلفة للغاية، وذلك فيما يتعلق باستخدامات التكنولوجيا، فهو جيل رقمي بنسبة ١٠٠% سيشهد استحداث وظائف لم تكن موجودة من قبل كوظائف تطوير التطبيقات وغيرها الكثير؛ لذا وجب على أولياء الأمور الحذر في التعامل معهم واختيار الأسلوب المناسب لذلك، ومن أهم النصائح التي يسديها المختصون في هذا المجال هي: مشاركتهم في الأنشطة الاجتماعية، وتعزيز وعيهم حول وسائل التواصل الاجتماعي، ووضع قيود محددة في التعامل مع الشاشات والأجهزة الإلكترونية، وعدم ممارسة الأسلوب المستبد في التربية، والتعاطف معهم<sup>(٨)</sup>؛ وذلك حتى يمكن للأباء أن يحتفظوا بدورهم كموجهين وقدوة لهذا الجيل الذي يواجه تحديات، هي بالفعل أكبر بكثير من الأجيال التي سبقتهم، وحتى يمكن الحد من تأثير ما يتعرض له الشباب من مؤثرات قد تسهم في التأثير عليهم، فالقدوة والمثل الأعلى جميعها مفاهيم يمكن أن تسهم في بناء الفرد بشكل إيجابي، أو أنها تسهم في عكس ذلك، إذا أخطأ الفرد في اختيار نموذج القدوة الذي ينتمي إليه.

ومع انتشار التعرض لصفحات المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي جاءت أهمية النظر في تلك الظاهرة، والوقوف على تأثيراتها على الشباب المصري الذي هو نواة بناء المستقبل؛ إذ تأتي أهمية الدراسة من:

### أهمية مجتمعية:

تربط الدراسة بين استخدامات وسائل الإعلام الحديثة متمثلة في صفحات المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهات الشباب المصري، ومدى تأثيره باستخدام تلك الوسائط وما يقدم فيها من محتوى.

### أهمية تطبيقية:

- تمكين المبدعين من صناعة محتوى يناسب الشباب في ظل هذه التطورات بما يخدم ويعزز دور القدوة الصالحة لديهم؛ من الوصول إلى ملامح التغيرات الحادثة في اتجاهات الشباب ونظرتهم للواقع الاجتماعي الخاص بهم، ومدى تأثرهم بصفحات المؤثرين وما فيها من محتوى.
- إمكانية الاستفادة مما سطره البحث من توصيات من أجل الاستخدام الأنسب لمواقع التواصل الاجتماعي.

### أهداف الدراسة:

#### تسعى الدراسة لهدفين رئيسيين، هما:

- رصد تأثير متابعة محتوى صفحات المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي على تبني سمات نموذج القدوة لدى الشباب المصري.
- رصد مدى رضا الشباب المصري عن واقعه المعيش في ظل هذا الزخم من المعايير المختلفة لجودة الحياة التي تعرضها صفحات المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

### المشكلة البحثية:

تتحدد المشكلة البحثية لتلك الدراسة في تساؤل رئيس هو: ما تأثير متابعة الشباب المصري لمحتوى صفحات المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي على تبني سمات نموذج القدوة لديه؟

### الدراسات السابقة:

الإطلاع على أدبيات المجال التي سبق أن أجراها باحثون آخرون يتيح مزيداً من الفهم لموضوع الدراسة، إلى جانب تفادي تكرار طرح ما تمت الإجابة عنه من جهة، والسعي لسد الفجوات التي لم تشملها الدراسات السابقة من جهة أخرى. وفيما يأتي عرض للدراسات السابقة الأجنبية والعربية؛ حيث تم البحث في ثلاث نقاط هي: آلية عرض الذات لمشاهير مواقع التواصل الاجتماعي، وآلية اختيار الجمهور لمتابعة صفحات وشخصيات بعينها على مواقع التواصل الاجتماعي، والتأثيرات السلبية والإيجابية لاستخدام الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي.

في دراسة عن إدارة المشاهير لذواتهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتقدير الذات لدى الجمهور المصري (أحمد عثمان، ٢٠٢٢)، استهدف هذا البحث التعرف على كثافة استخدام الجمهور لصفحات المشاهير عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ثم التعرف على العلاقة بين كثافة هذا الاستخدام ومستوى تقدير الذات لدى الجمهور المصري، ويعد هذا البحث من



البحوث الوصفية التي استخدمت منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي، وذلك بتحليل مضمون عينة من المنشورات على صفحات المشاهير الثلاثة (الممثل محمد رمضان، والممثل محمد هنيدي، ولاعب الكرة محمد صلاح) على موقع الفيس بوك خلال الفترة الممتدة من ٢٠٢٢/٣/٣١ م إلى ٢٠٢٢/٣/٣١ م، وتضمنت ١٤٢ منشورًا، وإجراء استبيان رأي عينة من مستخدمي صفحات هؤلاء المشاهير عبر مواقع التواصل الاجتماعي من الجمهور المصري بلغت ٤٠٠ فرد، وخلصت نتائج البحث إلى وجود علاقة ارتباطية بين متغيري: كثافة استخدام الجمهور المصري لصفحات المشاهير على مواقع التواصل الاجتماعي، ومستوى تقدير الذات لديه، كما تبين أن هذه العلاقة عكسية ضعيفة<sup>(١)</sup>. في حين استهدفت دراسة (وداد. حسين، ٢٠٢١) الكشف عن إستراتيجيات تقديم الذات النسائية المصرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؛ من أجل رصد وتحليل وتفسير كيفية إدارة المرأة المصرية لهويتها الرقمية في ظل سياق اتصالي واجتماعي وثقافي مختلف عما اعتادت عليه في العقود الماضية؛ إذ درست الفترة من أول مايو ٢٠١٩ إلى ٣١ يوليو ٢٠١٩، بالتطبيق على عينة عمدية ممثلة لمختلف صفحات فئات مجتمع الدراسة قوامها ١٢٠ فردًا؛ بهدف الوصول إلى نتائج دقيقة وتفصيلية تُسهم في توفير فهم أعمق لكيفية بناء الهوية النسائية الرقمية وإدارتها على شبكة الفيسبوك، وقد أسفرت نتائج الدراسة عن أن المرأة غالبًا ما تلجأ إلى أساليب التودد والنموذج المثالي في ترويج وتقديم ذاتها<sup>(٢)</sup>. وفي دراسة كيفية استعرضت انعكاس تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب في الـ ٢٠ عامًا الأخيرة (Muhammad Junaid Ahmed, Umar Farouq 2021)، تم إجراء الدراسة على عينة قوامها ١٥١ فردًا فُسموا بنسبة ٥٦.٣% ذكور و ٤٧.٧% إناث، وباستخدام مقياس ليكرت والمعاملات الإحصائية المختلفة توصلت الدراسة إلى أن هناك تأثيرات وتطورات أحدثتها الإنترنت في المجالات المختلفة جعلت العالم أكثر عولمة في مجالات عدة من التعليم إلى الرعاية الصحية، ومن الرياضة إلى الموضة وعالم الأزياء، وارتبط الشباب بشدة بمواقع التواصل الاجتماعي، وفتحت لهم مجالات أكبر للازدهار. وتوصلت الدراسة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي لا تجبر أحدًا على إيمان منتج معين أو فكرة محددة، بل هي تعطيهم كل الخيارات وتترك لهم حرية الاختيار، وأن بعض المحتوى والإعلانات التي تخاطب اهتمامات الناس يتم عملها بالشكل الذي يثير جنون الجمهور لهذا المنتج، ولكن تظل مواقع السوشيال ميديا مرنة ومساحة واسعة لتقديم للجمهور ما يناسب ويعزز ذوقه<sup>(٣)</sup>. واستهدفت دراسة (Ashavidya Kusuma, 2020) رصد تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب باعتبار أنها أصبحت جزءًا مهمًا في الحياة، وأصبح من الضروري تعلم الشباب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لتعزيز الذات وتحسين حياتهم المهنية، ومن خلال تجربة امتدت ١٤ يومًا على استخدام الشباب للمواقع الإلكترونية، تم رصد العديد من السمات منها أن استخدام الشاشات الرقمية قبل النوم أدى إلى تقطعات واضطرابات في النوم، وأن الإناث أكثر استخدامًا لمواقع التواصل الاجتماعي عن الذكور، وأن المستخدمين الذين المصنفين بكثرة استخدام مواقع

التواصل لديهم قرارات تجاه تحسين مظهرهم الخارجي، وأن قضاء ساعات قليلة على مواقع التواصل الاجتماعي ينعكس على نظرة الرضا للإنسان عن نفسه، وسعادة الحياة واحترام الذات<sup>(١٢)</sup>. وأما عن أثر متابعة المراهقين لصفحات المشاهير الرسمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي على التفاعل شبه الاجتماعي لديهم، فجاءت دراسة (ياسمين محمد، ٢٠١٩) التي تناولت التفاعلات الرياضية، والإعلامية، والغنائية، والسينمائية، وقد اعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح، وتمثلت أدوات الدراسة في صحيفة الاستقصاء، ومجموعات المناقشة المركزة، وتم تطبيقها على عينة عمدية قوامها (٢٤) فرداً من المراهقين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي الذين تتراوح أعمارهم من (١١-٢٥) عاماً، وتوصلت إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي لها قدرة على جعل المتابعين يشعرون بأنهم قريبون من هؤلاء المشاهير، وتعزز التفاعلات شبه الاجتماعية بينهم، فيقبل المتابعون على حسابات وصفحات المشاهير على مواقع التواصل الاجتماعي لمتابعة أي شخصية ذاع صيتها في أي مجال، ويفضلون متابعة الجديد والغريب عنهم ويقلدونهم بشكل جعلهم مهوسين بهؤلاء المشاهير وما يقدمونه، فتضيع هويتهم الشخصية وتختفي لديهم العادات والتقاليد، ويتعلمون ألفاظاً لا معنى لها، ويقومون بتقاليد غريبة<sup>(١٣)</sup>. وجاءت دراسة (Ana Carolina, 2018) عن العلاقة بين مؤثري السوشيال ميديا وأتباعهم، واستهدفت رصد الكيفية التي يحافظ بها مؤثرو السوشيال ميديا على علاقتهم بأتباعهم، بحيث تكون هذه العلاقة مبنية على الثقة على الرغم من المحتوى الممول الذي يقدمونه، وتم تحليل ١٣ مقابلة بناء على ثلاثة أبعاد أساسية هي: أسباب قبول المؤثرين للشرائط المختلفة مع المعلنين، وتجربة المنتج، والتفاعل المباشر لهم مع المتابعين. وخلصت هذه الدراسة إلى أن البعد الرئيسي لعلاقة الثقة يعتمد على القبول الانتقائي للشرائط من قبل المؤثرين، الشراكة المناسبة فقط هي التي تسمح بتواصل سلس وشفاف، وأنه ينبغي على المؤثرين للحفاظ على الثقة بينهم وبين الجمهور التوازن فيما يقدمونه من محتوى بين ما هو ممول وغير ذلك<sup>(١٤)</sup>.

وهناك دراسة في جامعة الأردن (طلال القادة وآخرون، ٢٠١٨) كانت عن أثر خصائص مواقع التواصل الاجتماعي في القيم المختلفة لدى الشباب في المجتمع الأردني، هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مستوى القيم المختلفة (الاجتماعية والسياسية والدينية) لدى الشباب في المجتمع الأردني، والتعرف على أكثر خصائص مواقع التواصل الاجتماعي أهمية حسب وجهة نظر الباحثين، وأثر تلك الخصائص في القيم (الاجتماعية والسياسية والدينية) لدى شباب المجتمع الأردني، ولتحقيق هذا الهدف تم عمل دراسة ميدانية على عينة ٣٨٦ من الشباب الأردني بما يناسب المجتمع الكلي باستخدام صحيفة الاستبيان المكونة من ٣٩ سؤالاً، وتوصلت الدراسة إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي تؤثر على القيم الاجتماعية والسياسية والدينية السائدة بين أوساط الشباب الأردني، وأن محتوى المواقع الاجتماعية يمارس تأثيراً معنوياً على القيم الاجتماعية والقيم الدينية، وأنها قد تمتلك تأثيراً أيضاً على القيم السياسية لديهم<sup>(١٥)</sup>.

وثمة ورقة بحثية (Akram, W., & Kumar, R. (2017)) عن إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي في المجتمع، استهدفت الوقوف على سلبيات وإيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي على الفرد، وأشارت إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت روتيناً لدى الأفراد والجماعات التي تعتمد على هذه التكنولوجيا بشكل مستمر، رغم وجود مميزات لذلك كتسهيل التواصل والتعاون بين الطلاب ومن ثم توفير الوقت والجهد لديهم في العمل ورفع مستوى جودة العمل، ويمكن لرجال الأعمال أن يعلوا من قيمة عملهم أيضاً وجودته، يمكن من خلاله البحث عن فرص عمل وتسويق الأعمال المختلفة، ولكن في الوقت نفسه فإن مواقع التواصل الاجتماعي لها تأثيرات سلبية كبيرة كتقديم المعلومات الخاطئة وغير الدقيقة التي من الممكن أن تؤثر على بيئة العمل والمجتمع؛ حيث إن الترويج الكاذب للمنتجات في الشركات المختلفة سيؤثر بالسلب على المجتمع، كذلك مشكلات مهاجمة أمن الأفراد وبعض جرائم الإنترنت وتقديم أنشطة وسلوكيات خاطئة للشباب؛ لذا يجب أن يكون هناك وعي لدى المجتمع للاستفادة من إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي وتجنب الجوانب السلبية لها<sup>(17)</sup>.

وتتفق مع ذلك ورقة بحثية لكل من (Tajinder Shabnoor Siddiqui, 2016) و (Singh, Singh) في أن الجوانب السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي على الشباب تتمثل في سهولة جرائم القتل والخطف عبر السوشيال ميديا، وإضاعة الشباب لكثير جداً من الوقت عبر السوشيال ميديا، وتأثر الشباب ببعض المدونات التي قد تدفعهم للتصرفات غير اللائقة، أما الجوانب الإيجابية لتأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الشباب، فكانت القدرة على التواصل الأسهل مع الآخرين، وتبادل المعلومات بينهم بسهولة، وكذلك إمكانية وصولهم لمعلومات تدعمهم وتساعدهم في تحقيق أهدافهم في حياتهم العملية<sup>(17)</sup>. ودراسة بحثت سبب اتجاه المستهلكين للاتصال بالمشاهير عبر الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي (Christine M. Kowalczyk, Kathryn R. Ponders-2016)؛ حيث تم عمل مجموعات نقاش مركزة، إضافة لدراسة ميدانية على عينة قوامها ١٩٦ من طلاب الجامعة الحكومية بجنوب الولايات المتحدة الأمريكية، تضمنت مجموعات النقاش المركزة مجموعتين، كل مجموعة فيها ١٠ من الفتيات المسجلات في كلية الإعلام والاتصال في جنوب الولايات المتحدة الأمريكية، وأكدت الدراسة أن المستهلكين يتابعون المشاهير على وسائل التواصل الاجتماعي للحصول على معلومات مهنية وشخصية عن المشاهير، وأن الارتباط العاطفي بالمشاهير من أسباب متابعة الجمهور لهم<sup>(18)</sup>.

واستهدفت دراسة (أسماء مصطفى، ٢٠١٦) معرفة تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على تشكيل القيم الاجتماعية والأسرية والنفسية والسلوكية والأخلاقية لدى الشباب الجامعي، واعتمدت هذه الدراسة على عينة عمدية قوامها ٢٠٠ فرد من طلاب جامعة جنوب الوادي تتراوح أعمارهم من (١٨: ٢١ عاماً)، وهو ما يتوافق مع السنوات العمرية لطلبة الجامعة من الفرقة الأولى للرابعة، وباستخدام صحيفة الاستبيان كأداة لجمع

البيانات توصلت الدراسة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر بشكل كبير في تشكيل قيم الشباب واتجاهاتهم بنسبة ١٠٠%، وأظهرت الدراسة أن التأثيرات الاجتماعية والأسرية جاءت في الترتيب الأول، تليها التأثيرات الثقافية والمعرفية، ثم التأثيرات الأخلاقية، وأخيراً التأثيرات النفسية على الشباب نتيجة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث أثبتت الدراسة أن معدلات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر سلبياً على قيم الشباب واتجاهاته، إذ تؤكد المعدل العالي في استخدام هذه المواقع وانعكاسها على تشكيل اتجاهات الشباب وقيمهم الدينية والاجتماعية والسياسية<sup>(١٩)</sup>. وثمة دراسة في جامعة العربي بن مهيدي الجزائرية لـ (كاتب فارس، عقون دنيا، ٢٠١٦) عن أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب الجزائري، هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن أثر استخدام الشبكات الاجتماعية على سلوك الشباب الجامعي؛ حيث تم إجراء دراسة مسحية على عينة من شباب مدينة "أم البواقي" قوامها ٨٠ فرداً باستخدام أداة الاستبيان، وتوصلت هذه الدراسة إلى أن الجوانب القيمية لمضامين الشبكات تسهم في تعديل سلوك الشباب الجزائري الاجتماعية والدينية، كما تسهم مضامين الشبكات الاجتماعية في خلق سلوكيات جديدة لدى الشباب لا تتماشى مع قيم المجتمع الجزائري، وهذا يؤدي إلى زعزعة الهوية الوطنية لديهم، ونقص الرغبة في حب وطنهم<sup>(٢٠)</sup>. وجاءت دراسة (آسيا شكير، ٢٠١٦) عن أثر شبكات التواصل الاجتماعي في تغيير أنماط العلاقات الأسرية، تم فيها إجراء دراسة ميدانية على عينة عشوائية بسيطة قوامها ١٣٢ فرداً من مختلف فئات المجتمع الجزائري؛ ذكوراً وإناثاً، متزوجين وعزاًباً، جميعهم من مرتادي مواقع التواصل الاجتماعي، وباستخدام صحيفة الاستبيان توصلت هذه الدراسة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي احتلت مكانة مهمة بالنسبة لمرتاديها من مختلف الأعمار، وأنها بالفعل كان لها أثر على العلاقات الأسرية؛ حيث أثرت بدرجات متفاوتة على الحوار داخل الأسرة بين الزوجين أو بين الوالدين والأبناء، حيث أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي تستجيب لبعض ميول الأزواج الثقافية أكثر من حوارهم مع شريك الحياة، وأثبتت الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي أثرت في تقليص الحوار داخل الأسرة، وأنها لم تؤثر على تعاملات الأسرة مع المحيط الخارجي، بينما اقتصر الحوار على العلاقات الأسرية الداخلية<sup>(٢١)</sup>.

### بعد عرض الدراسات السابقة نستخلص الآتي:

- ١- هناك اتفاق على أن المشاهير عبر مواقع التواصل الاجتماعي -ويدخل تحت مظلة المشاهير (المؤثرون)- لديهم آليات لإدارة الذات والترويج لأنفسهم لتظهر بشكل مثالي وقدوة للآخرين فيما يقدمونه.
- ٢- تقدير مستخدمي مواقع التواصل لذواتهم ليس شرطاً أن تتأثر بمتابعة المشاهير عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- ٣- أن الشباب أصبحوا مرتبطين بمتابعة مواقع التواصل الاجتماعي ارتباطاً كبيراً.

- ٤- أن محتوى مواقع التواصل الاجتماعي لم يقدم أي وسائل إجبار للآخرين على القيام بأفعال معينة، وأن هناك تأثيرات إيجابية لتلك المواقع كتبادل المعلومات وسهولة التواصل.
- ٥- وسائل التواصل الاجتماعي لها قدرة على جعل المتابعين يشعرون بأنهم قريبون من المشاهير.
- ٦- بعض المستخدمين مهوسون بتقليد المشاهير.
- ٧- العلاقة بين المؤثرين والمستخدمين تنشأ نتيجة الثقة والمصادقية التي يقدمها المؤثر للجمهور من خلال محتواه.
- ٨- وسائل التواصل الاجتماعي قد تؤثر على القيم الاجتماعية والسياسية والدينية السائدة.
- ٩- معدلات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي قد تؤثر سلبياً على قيم الشباب واتجاهاتهم.
- ١٠- مواقع التواصل الاجتماعي أثرت في تقليص الحوار داخل الأسرة، وأثرت على العلاقات الأسرية الداخلية.

إذاً فأدبيات المجال أوضحت أن هناك تأثيراً لمتابعة مواقع التواصل الاجتماعي وما عليها من محتوى لمشاهير ومؤثرين، وذلك لمستخدمي تلك المواقع وخاصة الشباب الذين هم أكثر ارتباطاً بها عن غيرهم، ومكن مسح أدبيات المجال من بلورة المشكلة البحثية، فجعلها أكثر وضوحاً وزادت من أهمية البحث في تلك النقطة، فمع الاتفاق على وجود تأثيرات لمتابعة مواقع التواصل الاجتماعي على قيم الشباب وسلوكهم وعلاقتهم بأسرهم، ومع خصائص هذا الجيل (جيل Z) الذي يتسم بتجانس في الأفكار والأفعال، أكدت أهمية البحث في تلك المشكلة البحثية.

#### الإطار النظري للبحث (نظرية المحاكاة):

يعتمد البحث الحالي على نظرية "المحاكاة"، وهي نظرية التعلم الاجتماعي لـ ألبرت باندورا *Albert Bandura* \*، في هذه النظرية يؤكد ألبرت باندورا على دور التعلم الاجتماعي من خلال الملاحظة، ويعتقد أن الناس يتبنون السلوك من خلال مراقبة الآخرين، فيرى أنه "يتم تعلم معظم السلوك البشري من خلال الملاحظة من خلال النمذجة، فمن خلال مراقبة الآخرين يشكل المرء فكرة عن كيفية تنفيذ السلوكيات الجديدة، وفي المناسبات اللاحقة تعمل هذه المعلومات المشفرة كدليل للعمل؛ حيث يمكن اكتساب سلوكيات جديدة من خلال مراقبة الآخرين وتقليد<sup>(٢٢)</sup>.

(\*) عالم كندي بارز في مجال علم النفس التنموي وعلم النفس التربوي. وتعتبر نظرية التعلم الاجتماعي إحدى إسهاماته البارزة في مجال علم النفس.

تنص النظرية على أن التعلم هو عملية معرفية تحدث في سياق اجتماعي، ويمكن أن تحدث فقط من خلال الملاحظة أو التوجيه المباشر، حتى في غياب التكاثر الحركي أو التعزيز المباشر<sup>(٢٣)</sup>.

بالإضافة إلى مراقبة السلوك، يحدث التعلم أيضاً من خلال ملاحظة المكافآت والعقوبات، وهي عملية تعرف باسم **التعزيز غير المباشر**، فعندما تتم مكافأة سلوك معين بانتظام، فمن المرجح أن يستمر، على العكس من ذلك، إذا تمت معاقبة سلوك معين باستمرار، فمن المرجح أن يتوقف<sup>(٢٤)</sup>.

تنطلق تلك النظرية من افتراض رئيسي هو أن **التعلم بالملاحظة مصدر رئيسي للتعلم**، فالإنسان كائن اجتماعي يعيش مع مجموعات من الأفراد يتفاعل معهم ويؤثر ويتأثر بهم، فهو يلاحظ سلوكيات وعادات واتجاهات الأفراد الآخرين ويتعلمها بالملاحظة والتقليد؛ إذ يعتبر الفرد هؤلاء الآخرين بمثابة نماذج يتم الاقتداء بسلوكهم. وأن عملية الملاحظة تتأثر بثلاثة عناصر هي: النموذج، الشخص الملاحظ، الظروف المحيطة.

**النموذج:** إن تأثير النموذج على انتباه الشخص الملاحظ يتوقف على الجاذبية المتبادلة بينهما وعلى خصائص النموذج، مثل: (الدفء في المشاعر – التقبل – كفاءة النموذج – التشابه في العمر والجنس والمستويات الاقتصادية والاجتماعية).

**الشخص الملاحظ:** يؤثر الشخص الملاحظ على عملية الملاحظة من خلال الخصائص التي يتصف بها، مثل: (المكانة الاقتصادية والاجتماعية – العمر – الجنس – الخبرات التعليمية والاجتماعية السابقة).

**الظروف المحيطة:** لها تأثير على عملية الملاحظة، فهي إما أن تدعم عملية الملاحظة، أو على عكس ذلك تعوق هذه العملية.

### خلفية النظرية التاريخية<sup>(٢٥)</sup>:

يمكن إرجاع أصل نظرية التعلم الاجتماعي إلى أعمال ميلر ودولارد Miller and Dollard اللذين قاما بمحاولة تطوير نظرية تشمل النظرية الديناميكية النفسية ونظرية التعلم وتأثير العوامل الاجتماعية والثقافية؛ إذ افترض ميلر ودولارد Miller and Dollard أن الدافع والحاجة يمكن أن تقود الناس إلى تعلم سلوكيات معينة من خلال الملاحظات والتقليد، ويتم تعزيز هذا بشكل إيجابي من خلال التفاعلات الاجتماعية لاحقاً، وأضاف روتر Rotter بتمديد النظريات السلوكية ودرس الشخصية كتفاعل بين الفرد والبيئة، هكذا كان ينظر إليه على أنه الخطوة الأولى في الأساليب المعرفية للتعلم. وهكذا ألمح عمل روتر Rotter إلى أن هذا التعلم يعتمد أيضاً على العوامل المعرفية. بالإضافة إلى ذلك، يعتقد أن النظريات السلوكية للمحفزات والاستجابة وحدها لم تكن كافية لشرح اكتساب اللغة، وهكذا كانت أعمال كل من

روتر ودولارد هي المحاولات الأولى لإظهار أن الأساليب السلوكية لم تكن قوية بما يكفي لتفسيرها، كانوا يعتقدون أن العوامل المعرفية لعبت دوراً في تعلم الناس. وفي عام ١٩٧٧، كانت هناك مراجعة كبيرة للنظرية، وكانت المبادئ الأساسية للنظرية في ذلك الوقت هي:

- ١- التعلم ليس سلوكياً بحثاً؛ بل هو عملية معرفية تحدث في سياق اجتماعي.
- ٢- يمكن أن يحدث التعلم من خلال ملاحظة السلوك وملاحظة عواقب السلوك (التعزيز غير المباشر).
- ٣- التعلم يتضمن الملاحظة، واستخلاص المعلومات من تلك الملاحظات، واتخاذ القرارات بشأن أداء السلوك (التعلم بالملاحظة أو النمذجة). وبناء عليه، يمكن أن يحدث التعلم دون تغيير ملحوظ في السلوك.
- ٤- يلعب التعزيز دوراً في التعلم، ولكنه ليس مسؤولاً بالكامل عن التعلم.
- ٥- المتعلم ليس متلقياً سلبياً للمعلومات. الإدراك والبيئة والسلوك كلها تؤثر بشكل متبادل بعضها على بعض (الحتمية المتبادلة).

#### السمات الأساسية لنظرية التعلم والنمذجة (٢٦):

تشتمل النظرية على جانبين مهمين هما: (التعلم بالملاحظة، والنمذجة)، ويسمى أيضاً بالتعلم غير المباشر. وفيما يتعلق بالتعلم بالملاحظة، فهو لا يحد نفسه لمراقبة نموذج حي (شخص آخر يعرض أو يتصرف السلوك)، ولكن يمكن أن يتضمن أيضاً نموذجاً "تعليمياً لفظياً" (أوصافاً وتفسيرات للسلوك)، أو نموذجاً "رمزياً" (الذين يراقبون الشخصيات التي تظهر السلوك في الكتب أو الأفلام أو التلفزيون أو وسائل الإعلام الأخرى، وعلى المدى يمكن أن تتضمن النمذجة في نظرية التعلم الاجتماعي النموذج الذي يوضح سلوك للمتعلم أو قيام المتعلم بملاحظة وتقليد السلوك المعروف).

وقد تم التمييز أيضاً بين مصطلحي "التقليد" و"النمذجة"، فالتقليد هو قدرة المتعلم على تكرار السلوك الذي تمت ملاحظته مراراً وتكراراً، في حين أن النمذجة هي عملية أكثر تعقيداً تتضمن أربعة أمور مهمة هي:

- ١- الانتباه والاهتمام Attention: يجب أن يعطي المتعلم الانتباه والاهتمام للسلوك المعروف.
- ٢- التذكر والاحتفاظ Retention: حيث يكون لدى المتعلم القدرة على تذكر السلوك الذي تم رصده مع ضرورة الاحتفاظ به.



٣- إعادة الإنتاج/ النسخ **Reproduction**: وهو أن يكون الشخص لديه القدرة على ترجمة سلوك الآخرين إلى سلوكه الخاص، أي يجب أن يكون لديه القدرة على إعادة إنتاج نفس هذا السلوك.

٤- الدافع **Motivation**: يجب أن يكون لدى المتعلم حافز أو دافع ليقوم بإعادة إنتاج السلوك الذي تعلمه.

وإذا كان أي من هذه الخطوات مفقودة، فلن يتم تنفيذ التعلم بالملاحظة والنمذجة.

يجب على المتعلم الانتباه إلى نموذج التعلم بالملاحظة الذي سيتم تنفيذه، ومن غير المرجح أن تؤدي مراقبة النموذج دون أي اهتمام وانتباه خاص من المتعلم إلى التعلم. علاوة على ذلك، يجب تخزين المعلومات وتذكرها (الاحتفاظ بها)، وهذا يعني أنه عند الحاجة يجب أن يكون المتعلم قادراً على استرجاع المعلومات وإعادة تمثيل أو إعادة إنتاج السلوك الملحوظ والمتعلم (إعادة الإنتاج). أخيراً لإكمال عملية النمذجة، يجب أن يشعر المتعلم بالحاجة إلى إعادة إنتاج السلوك الملاحظ والمتعلم. بمعنى آخر، يجب أن يكون هناك حافز أو سبب (دافع) للتعلم لإعادة إنتاج السلوك الملاحظ، ويمكن أن يكون الدافع في صورة تعزيز أو عقاب، ومن ثم فإن هذا الجانب التحفيزي في نظرية التعلم يعدّ من أهم العوامل التي تدفع المتعلم إلى أداء السلوك المتعلم. وقد أبلغ ستيرنبرغ وويليامز عن ثلاثة أنواع من التعزيز، هي:

(١) التعزيز المباشر الذي يتضمن مكافأة الشخص على تفعيل أو نمذجة السلوك المتعلم.

(٢) التعزيز غير المباشر عندما يتم تحفيز المتعلمين من خلال ملاحظة النموذج الذي تتم مكافأته على سلوكه الذي يعرضه.

(٣) التعزيز الذاتي الذي يعني ضمناً أن المتعلمين يكافئون أنفسهم على تفعيل السلوك المتعلم.<sup>(٢٧)</sup>

هناك مجموعة من العوامل التي تتعلق بعملية التعلم، بعضها للملاحظ والبعض الآخر للنموذج، هي<sup>(٢٨)</sup>:

١- من عوامل التعلم التي تتعلق بالملاحظ:

- الاستعداد العقلي، العمر الزمني، اتجاهه نحو النموذج.
- تقدير القيمة العلمية، والمكانة الاجتماعية، وأهم ما يصدر عن النموذج.
- الجاذبية الشخصية أو الارتياح النفسي القائم على التفاعل مع النموذج.

٢- عوامل التعلم الاجتماعي التي تتعلق بالنموذج:

- المكانة الاجتماعية للنموذج.



- الاستجابات الصادرة عن النموذج وتأثيره على الفرد، ودرجة موضوعيته في العرض.
  - جنس النموذج.
  - ومن هنا فإن نظرية التعلم الاجتماعي هي نظرية مناسبة لدراسة الموضوع الحالي؛ حيث تؤكد نظرية التعلم الاجتماعي الآتي:
  - ١- التفاعل حتمي ومستمر بين المعرفة والسلوك والبيئة، وأن السلوك الإنساني والمحددات الشخصية والبيئة تشكل نظاماً متشابكاً من التأثيرات المتفاعلة والمتبادلة.
  - ٢- يشير التعلم بالملاحظة إلى أن معظم السلوك الإنساني متعلم (أي ملاحظة النموذج ثم تقليده).
  - ٣- معظم السلوك البشري متعلم من خلال الملاحظة (بالصدفة أو بالقصد).
  - ٤- يستطيع المتعلم حل المشاكل بشكل صحيح، حتى وإن كان النموذج فاشلاً في حل تلك المشاكل، فالمتعلم يتعلم من أخطاء القدوة، مثلما يتعلم من إيجابياته ونجاحاته.
  - ٥- هناك ثلاث عوامل تؤثر في التعلم بالملاحظة (المحاكاة) هي:
    - أ- خصائص القدوة: كالعمر، والنوع، والمركز الاجتماعي، والوظيفة، والكفاءة، والسلطة.
    - ب- صفات الملاحظ: الناس الاتكاليون والذين ينقصهم الاحترام الذاتي يكونون أكثر ميلاً لتقليد القدوة أو النموذج.
    - ج- نتائج المكافأة المرتبطة بالسلوك: إن النتائج المرتبطة بالسلوك تؤثر في فاعلية المحاكاة، فالسلوك قد يتأثر بالثواب والعقاب، فقد يتوقف المتعلم عن تقليد النموذج إذا كانت نتائج الثواب غير كافية، على الرغم من أن النموذج يماثله في المستوى والخصائص.
- فالأمر مناسب جداً لتطبيقه على علاقة الجمهور بمؤثري مواقع التواصل الاجتماعي؛ لبحث تأثيرهم عليهم من حيث نظرة الشباب لهم وتقليدهم لأفعالهم واتخاذهم قدوة لهم، وتأثيرهم على مواصفات القدوة لديهم، وخاصة أن عملية التعزيز المباشر وغير المباشر هي عمليات شديدة الوضوح في مجتمع مواقع التواصل الاجتماعي، فأى فعل يقابل مباشرة بردود أفعال لحظية من المتابعين والأصدقاء، حيث رجع الصدى السريع والفوري.

### تساؤلات الدراسة وفروضها:

- تساؤلات الدراسة:

- ١- ما معدل ونمط تعرض الشباب المصري لمضامين صفحات المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي؟

- ٢- ما دوافع متابعة الشباب المصري لمضامين صفحات المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ٣- ما الأفكار التي تتكون لدى الشباب المصري بعد التعرض لمضامين صفحات المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ٤- ما اتجاهات الشباب المصري نحو المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ٥- ما السمات التي يعتمد عليها الشباب لتبني نموذج قدوة من مؤثري صفحات التواصل الاجتماعي؟
- ٦- ما تأثير الخبرة السابقة في التعامل مع نماذج القدوة (الوالدين) في تبني الشباب لنموذج القدوة من المؤثرين؟
- ٧- ما الذي يدفع الشباب المصري إلى القيام بأفعال قام بها المؤثر على مواقع التواصل الاجتماعي؟

#### - فروض الدراسة:

- الفرض الأول:** يؤثر مستوى التفاعل مع المحتوى المقدم على كل من مستوى الاستجابة لنموذج القدوة وتقليد نموذج القدوة من المؤثرين.
- الفرض الثاني:** تؤثر طبيعة الخبرات السابقة مع الوالدين على كل من:
- سمات نموذج القدوة لدى المبحوثين.
  - مستوى التفاعل مع المحتوى المقدم على صفحات المؤثرين.
  - الاستجابة لنموذج القدوة من المؤثرين.
  - تقليد نموذج القدوة من المؤثرين.
- الفرض الثالث:** تؤثر سمات نموذج القدوة لدى المبحوثين على كل من:
- مستوى الاستجابة لنموذج القدوة من المؤثرين.
  - تبني نماذج القدوة من المؤثرين.
- الفرض الرابع:** يؤثر مستوى الاستجابة لنموذج القدوة على تقليد المبحوثين لنموذج القدوة من المؤثرين على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي.

## - متغيرات الدراسة:

### جدول رقم (١)

#### المتغيرات المستقلة والتابعة للدراسة

المتغير التابع	المتغير المستقل	الفروض
- مستوى الاستجابة لنموذج القدوة. - تقليد نموذج القدوة.	مستوى التفاعل مع المحتوى المقدم	الفرض الأول
- سمات نموذج القدوة لدى المبحوثين. - مستوى التفاعل مع المحتوى المقدم. - الاستجابة لنموذج القدوة. - تقليد نموذج القدوة.	طبيعة الخبرات السابقة مع والدين	الفرض الثاني
- مستوى الاستجابة لنموذج القدوة. - تبني نماذج القدوة من المؤثرين.	سمات نموذج القدوة لدى المبحوثين	الفرض الثالث
تقليد نموذج القدوة	مستوى الاستجابة لنموذج القدوة	الفرض الرابع

## مقاييس الدراسة:

### ١- مقياس مستوى التفاعل للمحتوى المقدم:

تم تصميم المقياس من السؤال رقم (٨) المكون من عشر عبارات يجب عنها المبحوثون باختيارات (دائمًا، أحيانًا، نادرًا)، وقد كان الحد الأدنى له ٩، والحد الأقصى ٢٥، وثبات ألفا ٠.٥٨٤، ومعامل الصدق الداخلي ٠.٧٦٤، والمتوسط الحسابي للمبحوثين عليه ١٥.٠٧٣. وهذه العبارات هي:

- ١- أكتفي بالمشاهدة.
- ٢- أقوم بمشاركة (نشر) ما شاهدته.
- ٣- أشاهد ثم أكتب تعليقًا على ما يعجبني أو لا يعجبني.
- ٤- أبعث برسائل على الخاص لصاحب الصفحة.
- ٥- أكتفي بعمل علامات الإعجاب وعدم الإعجاب ك (like /Unlike) أو غيره حسب موافقي.
- ٦- أقرأ تعليقات الآخرين.
- ٧- أكتب ردودًا على تعليقات الآخرين لصاحب الصفحة.
- ٨- أقوم بالتنويه بالمحتوى لأصدقائي في التعليقات Mention .
- ٩- أقوم بالإبلاغ عما لا يعجبني من محتوى Report.
- ١٠- أقوم بحظر صاحب الصفحة في حال لم يعجبني محتواه Block.

## ٢- مقياس مستوى الاستجابة لنموذج القدوة:

تم تصميم المقياس من السؤال رقم (١١) المكون من ثماني عبارات يجيب عنها المبحوثون باختيارات (موافق إلى حد كبير، موافق إلى حد ما، غير موافق)، وقد كان الحد الأدنى له ٨، والأقصى ٢٤، وثبات ألفا ٠.٨١٧، ومعامل الصدق ٠.٩٠٤، والمتوسط الحسابي للمبحوثين ١٣.٣٦. وهذه العبارات هي:

- ١- أريد أن أكون مشهوراً.
- ٢- في حاجة لتغيير طبيعة عملي ليصبح مرتبطاً بمواقع التواصل الاجتماعي.
- ٣- بحاجة لتغيير مظهري ليكون مشابهاً للمؤثرين على صفحات التواصل الاجتماعي.
- ٤- بحاجة لكسب المزيد من المال لأحقق مظاهر الترف التي أشاهدها على مواقع التواصل.
- ٥- أريد أن أكون مكان المؤثر وأعيش مثله.
- ٦- مهنة المؤثر تضمن مستقبلاً مادياً جيداً.
- ٧- أشعر بالإحباط من مستواي المادي نتيجة مشاهدتي المستوى الاقتصادي الذي يعيشه المؤثر.
- ٨- أشعر بعدم الرضا عما وصلت إليه من خطوات في حياتي.

## ٣- مقياس تقليد النموذج:

تم تصميم المقياس من ١٠ عبارات في السؤال رقم (١٤)، يجيب عنها المبحوثون من خلال اختيارات (موافق إلى حد كبير، موافق إلى حد ما، غير موافق)، وقد كان الحد الأدنى له ١٠، والأقصى ٢٨، وثبات ألفا ٠.٨٠٣، ومعامل الصدق ٠.٨٩٦، والمتوسط الحسابي للمبحوثين ١٧.٢٣. وهذه العبارات هي:

- ١- أقلدهم لأنهم يقدمون أموراً ممتعة ومثيرة.
- ٢- أقلدهم لأنهم مثل أعلى لي.
- ٣- أقلدهم لأظهر في نفس المستوى الاجتماعي والمادي الذي يقدمونه.
- ٤- أقلدهم حتى أستفيد من محتوهم في أموري الشخصية.
- ٥- لا أقلدهم تماماً في أي فعل.
- ٦- أقلدهم لأنني أريد أن أكون مؤثراً.
- ٧- أقلدهم من باب الترفيه والتسلية.
- ٨- أقلدهم لأشعر بالحرية والاستقلالية التي أراها لديهم.
- ٩- أقلدهم لأستمتع بحياتي مثلما أرى في محتوهم.

١٠- أقلدهم لأبدو مواكبًا للجديد مثلهم Trendy.

#### ٤- مقياس طبيعة الخبرات السابقة مع نموذج القدوة:

تم تصميم المقياس من ١٠ عبارات في السؤال رقم (١٦)، يجيب عنها المبحوثون باختيارات (دائمًا، أحيانًا، نادرًا)، وقد كان الحد الأدنى له ١٣، والأقصى ٣٠، وثبات ألفا ٠.٨٦٥، ومعامل الصدق ٠.٩٣، والمتوسط الحسابي للمبحوثين ٢٥.٠٩. وهذه العبارات هي:

- ١- علاقة تتسم بالدعم والنقاش الهادئ.
- ٢- علاقتي بهم عبارة عن قرارات فوقية منهم وأنا الطرف الأضعف.
- ٣- علاقة تتسم بالخلاف والعند وتضارب الآراء.
- ٤- علاقة ليس لها شكل واضح لا أستطيع التنبؤ بأفعالهم.
- ٥- أستطيع التعبير بحرية عن نفسي معهم دون خوف.
- ٦- يهددوني بشكل دائم بالحرمان من الأمور التي أحبها إذا لم أسمع لهم أو أخطأت.
- ٧- أحب الحديث معهم ويحبون الاستماع إلى حكاياتي.
- ٨- أقابل بعبارات التأنيب المستمر واللادع حين أخطئ.
- ٩- يسألونني عن آرائي في الأمور التي تخص الأسرة.
- ١٠- لا يسمعون رأيي أو يعطونني فرصة للتعبير.

#### ٥- مقياس سمات نموذج القدوة لدى الشباب:

تم تصميم المقياس ليتكون من ثماني عشرة عبارة في السؤال رقم (١٧)، يجيب عنها المبحوثون باختيارات (مهم إلى حد كبير، مهم إلى حد ما، غير مهم) وقد كان الحد الأدنى له ٢٧، والأقصى ٥٤، وثبات ألفا ٠.٧٩٨، ومعامل الصدق ٠.٨٩٣، والمتوسط الحسابي للمبحوثين ٤٦.١٥. وهذه العبارات هي:

- ١- أن يكون حسن المظهر.
- ٢- أن يكون واثقًا من نفسه بشكل معتدل.
- ٣- أن يكون ناجحًا في عمله.
- ٤- أن يكون صادقًا.
- ٥- أن يكون منصفًا.
- ٦- أن يكون غنيًا.
- ٧- أن يكون متديبًا.
- ٨- أن يقبل جميع الثقافات.

- ٩- أن يكون غير مؤذٍ.
- ١٠- أن يكون حازماً.
- ١١- أن يكون داعماً.
- ١٢- أن يكون مشهوراً.
- ١٣- أن يكون صاحب خبرة كبيرة.
- ١٤- أن يكون صاحب رأي واضح.
- ١٥- أن يكون قائداً.
- ١٦- أن يكون مواكباً للجديد باستمرار.
- ١٧- أن يكون متفاهماً ويقبل الرأي المخالف.
- ١٨- أن يكون مستمعاً جيداً.

#### ٦- مقياس تبني نماذج القدوة من المؤثرين على صفحات التواصل الاجتماعي:

تم تصميم المقياس من إحدى عشرة عبارة في السؤال رقم (٢٠)، يجيب عنها المبحوثون باختيارات (موافق إلى حد كبير، موافق إلى حد ما، غير موافق)، وقد كان الحد الأدنى له ١١، والأقصى ٣٣، وثبات ألفا ٠.٩١٥، ومعامل الصدق ٠.٩٥٦، والمتوسط الحسابي للمبحوثين ٢٩.٣٩. وهذه العبارات هي:

- ١- أن يكون صادقاً فيما يقدمه من محتوى وليس مجرد إعلانات.
- ٢- أن يعبر عن المستوى الاجتماعي لغالبية الشباب.
- ٣- أن يعبر عن المستوى الاقتصادي لغالبية الشباب.
- ٤- أن توافق كلماته أفعاله ومظهره الذي يقدمه.
- ٥- أن يتسم بعدم التعالي على الجمهور.
- ٦- أن يتوافق مظهره مع قيم المجتمع والدين.
- ٧- ألا يعتمد إظهار مستواه الاقتصادي بشكل مبالغ فيه.
- ٨- أن يكون محفزاً للشباب على ما هو نافع.
- ٩- أن يحترم متابعيه ويعرف مسؤوليته الاجتماعية نحوهم.
- ١٠- أن يكون له رأي واضح في الأحداث المهمة الجارية.
- ١١- أن يكون ذكياً وقادراً على جذب الجمهور إليه.

## الإطار المنهجي للدراسة:

### أولاً- نوع ومنهج الدراسة:

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تستهدف دراسة ظاهرة متابعة الشباب المصري لصفحات المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي، ك (يوتيوب، فيس بوك، الإنستجرام)، ورصد تأثير متابعة تلك الصفحات، وما ينشر عليها من محتوى يمثل طبيعة الحياة الاجتماعية والاقتصادية التي يقدمها هؤلاء المشاهير على نظرة الشباب لنموذج القدوة لديهم، وشكل الحياة والمستقبل الذي يسعون له. واعتمدت الدراسة على منهج المسح؛ حيث تم إجراء مسح بالعينة؛ وذلك لكبر حجم مجتمع الدراسة، وصعوبة حصره حصراً شاملاً.

### ثانياً- مجتمع الدراسة الميدانية وعينتها:

يتمثل مجتمع الدراسة الميدانية في مستخدمي صفحات المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي من الشباب جيل (Z)؛ حيث تم سحب عينة عمدية من الشباب المصري من مواليد ١٩٩٩ حتى ٢٠٠٦، وهو سن الجامعة وبداية التحكم الكامل في اختيارات المستقبل للشباب، قوامها ٢٧٥ فرداً.

### ثالثاً- أداة جمع البيانات:

هذه الأداة هي صحيفة الاستبيان، وقد تم تصميمها إلكترونياً ونشر الرابط الخاص بها على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي.

### اختبار الصدق والثبات للدراسة الميدانية:

تم إجراء اختبار الصدق في هذه الدراسة من خلال عرض صحيفة الاستقصاء على مجموعة من المحكمين المتخصصين(\*) في مجال البحث؛ لتحكيمها وإبداء ملاحظاتهم فيها، وتم إجراء التعديلات والملاحظات التي تخدم الدراسة وتحقيق أهدافها بشكل أفضل، كما تم حساب ثبات استمارة الاستبيان الخاصة بالدراسة الميدانية من خلال معامل ألفا كرونباخ، وتبين أن قيمة المعامل = ٠.٨٧١.

### (\*) أسماء السادة المحكمين الذين تفضلوا بتحكيم الاستبيان:

- ١- أ.د. أشرف جلال - أستاذ الإعلام بكلية الإعلام - جامعة القاهرة.
- ٢- أ.د. عادل فهمي - أستاذ الإعلام بكلية الإعلام - جامعة القاهرة.
- ٣- أ.د. منى الحديدي - أستاذ الإعلام بكلية الإعلام - جامعة القاهرة.
- ٤- أ.د. وليد فتح الله بركات - أستاذ الإعلام بكلية الإعلام - جامعة القاهرة.
- ٥- أ.د. نشوى عقل - أستاذ الإعلام بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
- ٦- أ.م.د. بسنت مراد - أستاذ مساعد الإعلام بكلية الإعلام - جامعة القاهرة.
- ٧- أ.م.د. فاطمة شعبان - أستاذ مساعد الإعلام بكلية الإعلام - جامعة القاهرة.

تمت المراجعة المكتبية للاستمارات واستبعاد غير الصالح منها للتطبيق، وكذلك المعالجة الكمية، وتفريغ البيانات، واستخراج الجداول البسيطة والمركبة، واستخدام الوسط الحسابي والوزن النسبي والوزن المرجح، بالإضافة إلى المعاملات الإحصائية معامل الارتباط بيرسون، اختبارات للعينات المستقلة، اختبار أنوفا أحادي الاتجاه، والاختبار البعدي (أقل فرق معنوي)، وLSD معامل الانحدار الخطي، وألفا كرونباخ؛ وذلك للتوصل إلى النتائج العامة والتفصيلية واختبار الفروض الإحصائية.

### اختبار صياغة الاستمارة:

تم تطبيق الاستمارة على عينة ٢٠% من المبحوثين للتأكد من وضوح الأسئلة وفهم المبحوثين لها، وتم حساب معامل ألفا كرونباخ للنتائج وكان ٠.٨٨٣، ثم صياغة الاستمارة في صورتها النهائية.

### أسلوب التوثيق العلمي:

تتبع الدراسة مدرسة APA في التوثيق العلمي للمراجع مع بعض التصرف الذي يناسب طبيعة الدراسات العربية في العلوم الاجتماعية.

### تعريفات الدراسة:

١- جيل (Z): يقصد بهم الشباب من مواليد الفترة من ١٩٩٦: ٢٠١٠.

٢- المؤثرون عبر مواقع التواصل الاجتماعي: نماذج من الأشخاص يقدمون محتوى معيناً في مجالات مختلفة من الحياة عبر صور وفيديوهات قصيرة ومقالات وتديونات على مواقع التواصل الاجتماعي تحصل على أعداد كبيرة جداً من المتابعين تصل لملايين.

### تعريفات متغيرات الدراسة:

- نموذج القدوة: القدوة هو الشخص والمثال الأعلى الذي يُقتدى به والنموذج المثالي في تصرفاته وأفعاله وسلوكه، بحيث يُطابق قوله عمله ويُصدّقه، ويكون القدوة بالنسبة لأتباعه مثلاً سامياً وراقياً، فيعملون على تقليده وتطبيق نهجه والحدو حذوه، وينبع تقليدهم إياه من الإرادة والقناعة الشخصية للمقتدي، لا بالضغط الخارجي أو الإلزام من جهة القدوة بذلك، والهدف من اتباع القدوة الرقي لأعلى مستوى من الأخلاق والتعامل والعلم.

- الاستجابة لنموذج القدوة من المؤثرين: يقصد بها الأفكار التي قد تتكون لدى المبحوثين من متابعة أفعال المؤثرين، وهي المرحلة التي تسبق القيام بـ (تقليد) الفعل.

- تبني نماذج للقدوة من المؤثرين: هو الصفات والسمات التي في حالة توافرها في المؤثر من الممكن أن يتخذها المبحوثون قدوة لهم.



- طبيعة الخبرات السابقة مع الوالدين: يقصد بها طبيعة العلاقة بين المبحوثين من جيل Z وآبائهم، سواء أكانت علاقات آمنة تتسم بالتفاهم والود أم غير آمنة تتسم بالخلاف والصدام.

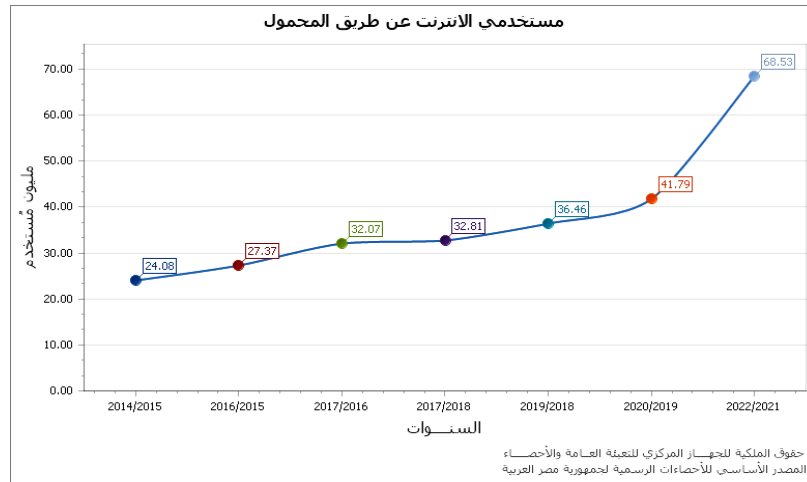
**نتائج الدراسة:**

### جدول رقم (٢)

معدلات تعرض عينة الدراسة لصفحات المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي

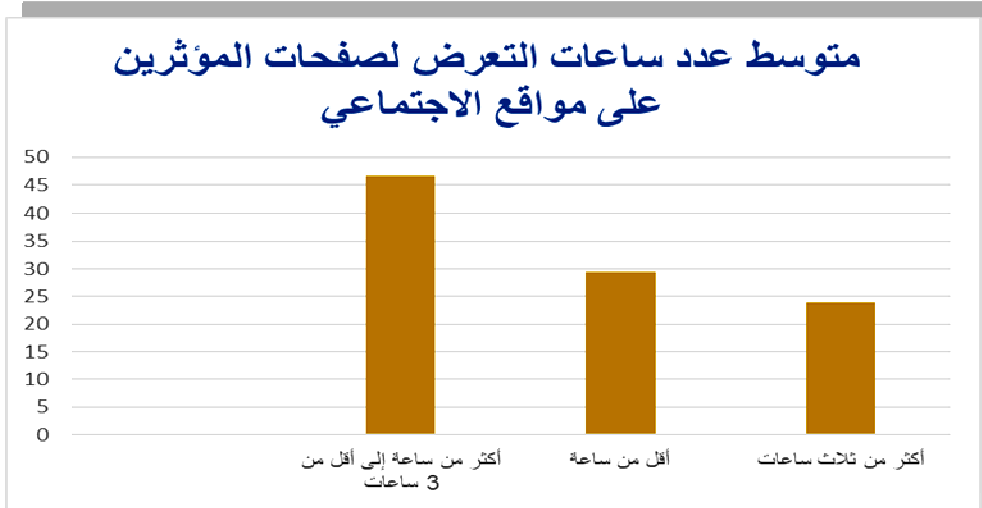
معدلات التعرض	ك	%
كل أيام الأسبوع	١٧٧	٦٤.٤
من يومين لثلاثة أيام	٧٥	٢٧.٣
يوم واحد في الأسبوع	٢٣	٨.٤
المجموع	٢٧٥	١٠٠

يوضح الجدول (٢) معدلات تعرض المبحوثين عينة الدراسة لصفحات المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي، ويتضح أن أغلبية المبحوثين بنسبة ٦٤.٤% يتعرضون لتلك الصفحات كل أيام الأسبوع، وهو الأمر الذي يتناسب مع سمات العصر الذي نعيشه من انتشار تلك الصفحات، وكذلك انتشار الاشتراك في خدمات الهاتف المحمول التي وصلت إلى ٩٩ مليون مشترك مصري وفقاً لإحصائيات وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات لعام ٢٠٢٢، وكذلك لإحصائيات استخدام الإنترنت من خلال المحمول التي وصلت إلى ما يقارب ٦٩ مليون مستخدم عام ٢٠٢٢<sup>(٢٩)</sup>. وهو الأمر الذي يشير إلى كثافة استخدام الهواتف الذكية في الاتصال بالإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، وكذلك أتاح للشباب على وجه الخصوص باعتبارهم أكثر اتصالاً بالتكنولوجيا واستخداماً لها لأن يتواصلوا مع العالم الخارجي في المكان والزمان الذي يريدونه بلا قيود، وزاد قدرتهم في التعبير عن أنفسهم في أي وقت وأي مكان.



شكل رقم (١)

وقد بررت الدراسات كثافة الاستخدام إلى أن الشباب العربي يرون في تقنية الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي قوة عظيمة تمدهم بـ "التحرر"، وتمكنهم من "حرية التعبير" عن أفكارهم تجاه ذواتهم، وتجاه المجتمع والسلطة بكل أنواعها.



شكل رقم (٢)

يوضح الشكل رقم (٢) متوسط عدد ساعات تعرض الباحثين عينة الدراسة لصفحات المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي، ويبين أن أقل من نصف عدد العينة ٤٦.٥% يتعرض لصفحات التواصل الاجتماعي ما بين ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات، في حين ما يقرب من ثلث حجم العينة ٢٩.٥% يتعرض لمدة لا تزيد عن الساعة، ونسبة تقترب من الربع ٢٤% تتعرض لمدة تزيد عن ثلاث ساعات يومياً.

جدول رقم (٣)

أوقات متابعة صفحات المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي خلال اليوم

أوقات متابعة صفحات المؤثرين	ك	%
أتابعها بشكل متقطع طوال اليوم	١٩٤	٧٠.٥
أتابعها فقط بالليل قبل النوم	٥٩	٢١.٥
أتابعها في كل وقت حتى إذا استيقظت أثناء النوم	١٣	٤.٧
أتابعها في الصباح الباكر قبل أداء المهام اليومية	٩	٣.٣
المجموع	١٩٤	٧٠.٥

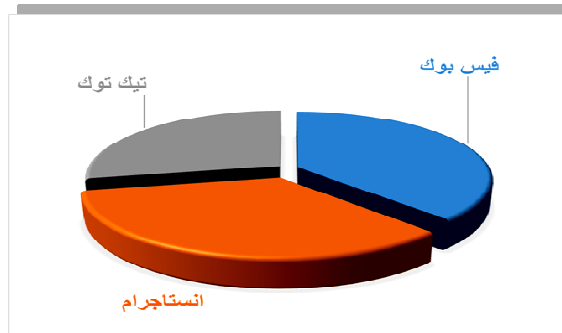
يوضح الجدول (٣) أن الغالبية العظمى من المبحوثين بنسبة ٧٠.٥% يتابع صفحات المؤثرين بشكل متقطع طوال اليوم، وهو الأمر الذي يتفق مع طبيعة نمط حياة فئة الشباب عينة الدراسة التي ترتبط بمتطلبات الدراسة أو العمل، فتجعل تصفحهم للهاتف المحمول أمراً متقطعاً طوال اليوم، في حين أن نسبة ٢١.٥% أوضحوا أنهم يتابعون تلك الصفحات في الليل فقط، وهو الأمر الذي يتفق أيضاً مع طبيعة العينة المرتبطة بدراسة أو عمل، فبعضهم قد لا يتوافر له الاتصال بالإنترنت طوال اليوم خارج المنزل، أو لا يتوافر له فائض الوقت لذلك.

#### جدول رقم (٤)

##### أهم مواقع التواصل الاجتماعي لمتابعة صفحات المؤثرين

الوزن المرجح	النقاط المرجحة	ترتيب الخامس		ترتيب الرابع		ترتيب الثالث		ترتيب الثاني		ترتيب الأول		مواقع التواصل الاجتماعي
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٢٥.٧	١١١٤	٤.٠	١١	٨.٠	٢٢	١٣.٨	٣٨	٢٧.٣	٧٥	٤٦.٩	١٢٩	١- فيس بوك
٢٤.٥	١٠٦١	٥.١	١٤	٩.٥	٢٦	١٩.٦	٥٤	٢٦.٢	٧٢	٣٩.٦	١٠٩	٢- إنستجرام
٢٠.٠	٨٦٥	١٣.٥	٣٧	٢١.٥	٥٩	٢١.٨	٦٠	٢٣.٦	٦٥	١٩.٦	٥٤	٣- تيك توك
١٧.٨	٧٧٠	١٢.٠	٣٣	٣٥.٣	٩٧	٢٦.٢	٧٢	١٣.٨	٣٨	١٢.٧	٣٥	٤- يوتيوب
١٢.١	٥٢٤	٤٥.٨	١٢٦	٣٢.٠	٨٨	١١.٣	٣١	٧.٦	٢١	٣.٣	٩	٥- تويتر (x)
١٠٠.٠	٤٣٣٤	إجمالي النقاط المرجحة										

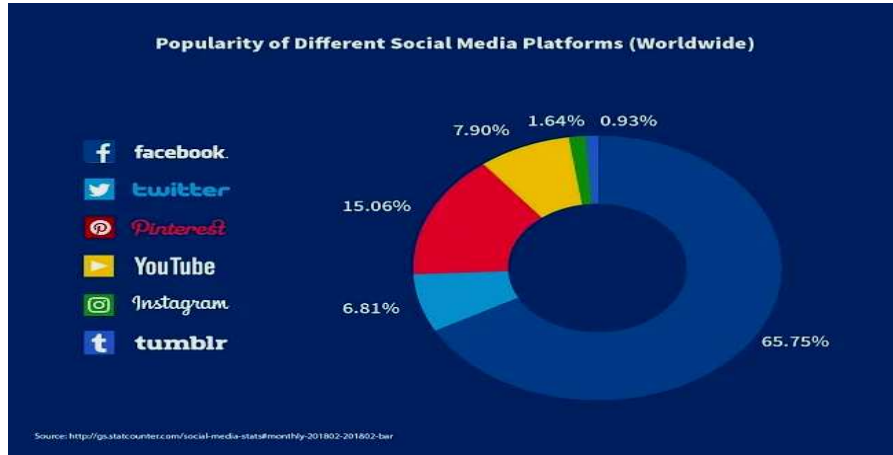
يوضح الجدول رقم (٤) أن المبحوثين يتابعون المؤثرين عبر مواقع أساسية للتواصل الاجتماعي جاء في مقدمتها موقع فيس بوك بوزن مرجح ٢٥.٧%، يليه بوزن مرجح مقارب موقع إنستجرام بنسبة ٢٤.٥%، ثم موقع تيك توك بوزن مرجح ٢٠%، ثم جاء في الترتيب الرابع موقع يوتيوب بوزن مرجح ١٧.٨%، ثم موقع تويتر بوزن مرجح ١٢%.



شكل رقم (٣)

تأثير متابعة الشباب لصفحات المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي على سمات نموذج القدوة لديهم

يوضح الشكل (٣) أن مثلث أهم ثلاثة مواقع للتواصل الاجتماعي لمتابعة صفحات المؤثرين أضلاعه هي بالترتيب موقع فيس بوك، وإنستجرام، وموقع تيك توك. ويتفق ذلك بالنسبة لموقع فيس بوك مع الإحصائيات العالمية التي ذكرها مهندس البيانات جاري ويليامز؛ حيث احتل موقع فيس بوك أكبر موقع على مستوى العالم يتم استخدامه من قِبل ما يزيد عن مليار شخص حول العالم<sup>(٣٠)</sup>.



شكل رقم (٤)

يوضح الشكل (٤) أن موقع فيس بوك يحتل صدارة مواقع التواصل الاجتماعي من حيث عدد المستخدمين.

جدول رقم (٥)

سبب اختيار متابعة صفحات بعينها للمؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي

سبب المتابعة	ك	%
١- طبيعة المحتوى الذي يقدمونه	٢٢٦	٨٢.٢%
٢- شخصيته وآراؤه	١٦١	٥٨.٥%
٣- السمعة العامة	٧٦	٢٧.٦%
٤- شكل الحياة التي يظهرها (Life Style)	٧٤	٢٦.٩%
٥- توصية الآخرين	٣٩	١٤.٢%
٦- سماته الشكلية (مظهره)	٣٦	١٣.١%
٧- المعرفة المسبقة	٣٣	١٢.٠%
٨- عدد متابعيهم	١٦	٥.٨%
المجموع	٢٧٥	

يوضح الجدول (٥) أن اختيارات الباحثين لمتابعة محتوى المؤثرين كان أساسه طبيعة المحتوى الذي يقدمونه بشكل أساسي؛ حيث جاء كأعلى اختيار للمبشرين بنسبة ٨٢.٢%، ثم كان شخصية المؤثر وآراؤه في الموضوعات المختلفة هو الاختيار الثاني للمبشرين بنسبة تعدت نصف عدد العينة ٥٨.٥%، ثم جاء في المرتبة الثالثة بفارق كبير السمعة الطيبة للمؤثر وذلك بنسبة ٢٧.٦%، ونسبة متقاربة تخطت ربع عدد العينة ٢٦.٩% كان اختيار شكل حياة المؤثر، وبديل ذلك على أن جمهور مواقع التواصل الاجتماعي هو جمهور واع لما يشاهده ويختاره بإدراك ويقظة؛ حيث إن الاختيارات الأساسية له ذهبت لطبيعة المحتوى المقدم ثم لشخصية وآراء المؤثر، ويتفق ذلك مع طبيعة جيل z الذي يتسم بالتجانس في اختياراته وأفعاله، ويتسم أيضاً بالتفهم للعديد من مواقف الحياة.

### جدول رقم (٦)

#### تفضيلات الباحثين لأنواع محتوى صفحات المؤثرين

تفضيلات الباحثين لأنواع محتوى صفحات المؤثرين	ك	%
١- صفحة المؤثر الذي يقدم محتوى عن الجمال والعناية الشخصية	١٥٦	٥٦.٧%
٢- صفحة المؤثر الذي يقدم محتوى ديني	١٤٤	٥٢.٤%
٣- صفحة المؤثر الذي يقدم محتوى عن الموضة والأزياء	١٣٦	٤٩.٥%
٤- صفحة المؤثر الذي يقدم محتوى عن السفر (تعليم/ سياحة)	١٢١	٤٤.٠%
٥- صفحة المؤثر الذي يقدم محتوى "كوميدي/ساخر" تعليق على أي أحداث	١١٤	٤١.٥%
٦- صفحة المؤثر الذي يقدم محتوى عن (الطبخ / آراء المؤثرين في أكلات المطاعم المختلفة)	١٠٥	٣٨.٢%
٧- صفحة المؤثر الذي يقدم محتوى متنوعاً في أكثر من مجال	١٠٣	٣٧.٥%
٨- صفحة المؤثر الذي يقدم موضوعات التنمية البشرية وتحسين جودة الحياة	٨٨	٣٢.٠%
٩- صفحة المؤثر الذي يقدم معلومات علمية والجديد في التكنولوجيا	٧٤	٢٦.٩%
١٠- صفحة المؤثر الذي يقدم معلومات طبية في أي مجال	٦٥	٢٣.٦%
١١- صفحة المؤثر الذي يقدم محتوى تاريخياً	٦٢	٢٢.٥%
١٢- صفحة المؤثر الذي يقدم تعليقات ونقدًا للأعمال الفنية والدرامية والرياضية	٥٥	٢٠.٠%
١٣- صفحة المؤثر الذي يقدم محتوى سياسياً	٤٧	١٧.١%
١٤- صفحة المؤثر الذي يقدم محتوى غير مألوف وموضوعات جدلية وجريئة	٤٠	١٤.٥%
أخرى تذكر	٧	٢.٥%
	٢٧٥	

يوضح الجدول (٦) أن تفضيلات الباحثين لطبيعة المحتوى المقدم كانت الصفحات التي تقدم محتوى عن الجمال والعناية الشخصية، وذلك بنسبة فاقت نصف عدد العينة ٥٦.٧%، ويتفق ذلك مع الدراسات التي جاءت نتائجها تقول إن المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي الذين تم تصنيفهم لديهم فرط في استخدام مواقع التواصل لديهم قرارات تجاه تحسين مظهرهم

الخارجي (Ashavidya Kusuma,2020)، ثم كان اختيار الصفحات التي تقدم المحتوى الديني بنسبة تخطت نصف عدد العينة أيضا ٥٢.٤%، ثم الصفحات التي تقدم محتوى عن الموضة والأزياء وذلك بنسبة اقتربت من نصف عدد العينة ٤٩.٥%، ثم كانت الصفحات التي تقدم محتوى خاصاً بالسفر والسياحة بنسبة ابتعدت عن نصف عدد العينة ٤٤.٠%، ثم كانت الصفحات التي تقدم محتوى ساخرًا تعليقًا على الأحداث وذلك بنسبة ٤١.٥%، وقد يرجع اتفاق نسبة كبيرة من المبحوثين في اختياراتهم الأولى إلى خصائص الجمهور المستهدف من الشباب (جيل z).

### جدول رقم (٧)

#### مستوى الانتباه للمحتوى المقدم على صفحات المؤثرين

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	نادراً		أحياناً		دائماً		مستوى الانتباه
			%	ك	%	ك	%	ك	
٧١.٥	٠.٥١	٢.١٥	٦.٥	١٨	٧٢.٤	١٩٩	٢١.١	٥٨	أشاهد بتركيز كامل للمحتوى المقدم
٦٨.١	٠.٦٠	٢.٠٤	١٥.٦	٤٣	٦٤.٤	١٧٧	٢٠.٠	٥٥	أقوم بأعمال أخرى أثناء المشاهدة
٦٢.٧	٠.٦٥	١.٨٨	٢٧.٦	٧٦	٥٦.٧	١٥٦	١٥.٦	٤٣	لا بد أن (أشاهد/ أقرأ) المحتوى حتى آخره
٦١.٥	٠.٦٧	١.٨٤	٣١.٦	٨٧	٥٢.٤	١٤٤	١٦.٠	٤٤	أشاهد/ أقرأ بدايته فقط لمعرفة موضوعه ثم أتركه
٥٩.٠	٠.٦٨	١.٧٧	٣٧.١	١٠٢	٤٨.٧	١٣٤	١٤.٢	٣٩	أعود لاحقاً لاستكمال المحتوى الذي لم أنته منه
٥٨.٩	٠.٦٢	١.٧٧	٣٣.٥	٩٢	٥٦.٤	١٥٥	١٠.٢	٢٨	لا أستطيع استكمال محتوى حتى نهايته

يوضح الجدول (٧) مستوى الانتباه للمحتوى المقدم، ويشير إلى تقارب الأوزان النسبية لمستويات الانتباه المختلفة؛ حيث ارتفاع مستوى الانتباه الكامل للمحتوى المقدم، فقد جاء هذا الاختيار بوزن نسبي ٧١.٥%، ثم كان القيام بأعمال أخرى أثناء المشاهدة وذلك بوزن نسبي مقارب ٦٨.١%، ثم وجوب مشاهدة المحتوى أو قراءته حتى آخره بوزن نسبي ٦٢.٧% وبوزن نسبي مقارب كان هؤلاء من يشاهدون أو يقرأون بداية المحتوى فقط ٦١.٥%، ثم كان اختيار العودة لاستكمال المحتوى الذي لم ينته منه ٥٩.٠%، ثم كان جاء مستوى عدم القدرة على استكمال المحتوى حتى نهايته بوزن نسبي ٥٨.٩%. ويتضح من النتيجة السابقة ما أكدته الدراسات السابقة (W.Akram, R.Kuma,2018) من ارتباط الجمهور بما يقدم من محتوى

على مواقع التواصل الاجتماعي والاطلاع عليه بانتباه جيد، وأن الاطلاع على محتوى تلك المواقع أصبح روتيناً يومياً لدى المستخدمين؛ حيث جاء اختيار أنهم لا يستكملون المحتوى حتى نهايته أقل في الوزن النسبي من اختيارات المبحوثين.

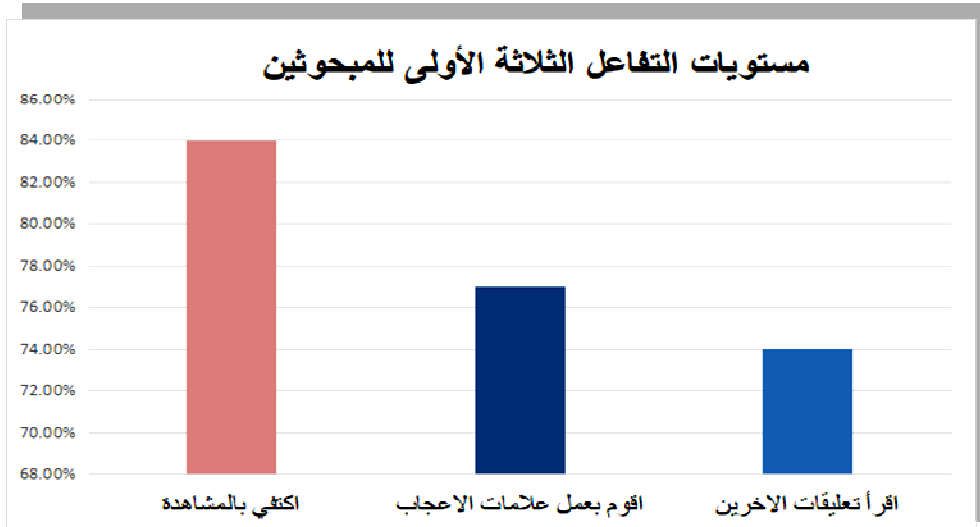
### جدول رقم (٨)

#### تفاعل المبحوثين مع المحتوى على صفحات المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	نادرًا		أحيانًا		دائمًا		مستوى التفاعل
			%	ك	%	ك	%	ك	
٨٣.٩	٠.٥٨	٢.٥٢	٤.٤	١٢	٣٩.٦	١٠٩	٥٦.٠	١٥٤	أكتفي بالمشاهدة
٧٧.١	٠.٧١	٢.٣١	١٤.٢	٣٩	٤٠.٤	١١١	٤٥.٥	١٢٥	أكتفي بعمل علامات الإعجاب (unlike /like) أو غيره حسب موقفي
٧٣.٩	٠.٦٦	٢.٢٢	١٣.١	٣٦	٥٢.٠	١٤٣	٣٤.٩	٩٦	أقرأ تعليقات الآخرين
٥٩.٦	٠.٨٢	١.٧٩	٤٦.٢	١٢٧	٢٨.٧	٧٩	٢٥.١	٦٩	أقوم بحظر صاحب الصفحة في حال لم يعجبني محتواه Block
٥٧.٦	٠.٦٥	١.٧٣	٣٨.٢	١٠٥	٥٠.٩	١٤٠	١٠.٩	٣٠	أقوم بالتعليق بالمحتوى لأصدقائي في التعليقات Mention
٥٤.٨	٠.٧٦	١.٦٤	٥٣.١	١٤٦	٢٩.٥	٨١	١٧.٥	٤٨	أقوم بالإبلاغ عما لا يعجبني من محتوى Report
٥٢.٨	٠.٥٨	١.٥٩	٤٥.٨	١٢٦	٤٩.٨	١٣٧	٤.٤	١٢	أقوم بمشاركة (نشر) ما شاهدته
٤٥.٨	٠.٦١	١.٣٧	٦٩.٥	١٩١	٢٣.٦	٦٥	٦.٩	١٩	أشاهد ثم أكتب تعليقاً على ما يعجبني أو لا يعجبني
٤٢.١	٠.٥٢	١.٢٦	٧٧.٥	٢١٣	١٨.٩	٥٢	٣.٦	١٠	أكتب ردوداً على تعليقات الآخرين لصاحب الصفحة
٣٨.٧	٠.٤١	١.١٦	٨٥.٥	٢٣٥	١٣.١	٣٦	١.٥	٤	أبعث برسائل على الخاص لصاحب الصفحة

يوضح الجدول (٨) تفاعل المبحوثين مع محتوى صفحات المؤثرين، ويشير إلى أن تفاعل المبحوثين بالمشاهدة فقط للمحتوى المقدم كان أعلى وزن نسبي ٨٣.٩%، ثم كان الاكتفاء بعلامات الإعجاب أو غيره بوزن نسبي ٧٧.١%، ثم كان التفاعل بقراءة التعليقات الخاصة بالآخرين بوزن نسبي ٧٣.٩%، ثم كان التفاعل بحظر صاحب الصفحة في حالة كان المحتوى المقدم غير مرغوب فيه ٥٩.٦%، وجاء مستوى التفاعل بإرسال رسائل شخصية لصاحب

الصفحة بأقل وزن نسبي ٣٨.٧%، وتشير تلك النتائج إلى أن جمهور مواقع التواصل من الجيل (Z) مقل في ردود أفعاله على ما يشاهد من محتوى مقدم، وأن الغالبية تكتفي بالمشاهدة فقط أو بالقيام بعلامات الإعجاب على ما يشاهدونه أو قراءة تعليقات الآخرين، وبالطبع يعود ذلك إلى طبيعة خصائص هذا الجيل الذي يهتم بالإلمام بما يحدث حوله ليصبح على دراية به، وليس شرطاً أن يعطي رد فعل كبيراً على ما يشاهده.



شكل رقم (٥)

يوضح الشكل (٥) أهم ثلاث مستويات لتفاعل الجمهور مع محتوى صفحات المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (٩)

**دوافع وأسباب متابعة صفحات المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي**

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق		موافق إلى حد ما		موافق إلى حد كبير		دوافع وأسباب المتابعة
			%	ك	%	ك	%	ك	
٨٤.٦	٠.٥٨	٢.٥٤	٤.٤	١٢	٣٧.٥	١٠٣	٥٨.٢	١٦٠	التسلية في وقت الفراغ
٨١.٦	٠.٦٣	٢.٤٥	٧.٦	٢١	٤٠.٠	١١٠	٥٢.٤	١٤٤	الإلمام بما يحدث على مواقع التواصل الاجتماعي
٧٩.٦	٠.٦٤	٢.٣٩	٨.٧	٢٤	٤٣.٦	١٢٠	٤٧.٦	١٣١	الاستفادة في أموري الشخصية حسب المحتوى الذي يقدمه المؤثر
٧٩.٠	٠.٦٩	٢.٣٧	١٢.٠	٣٣	٣٨.٩	١٠٧	٤٩.١	١٣٥	الإمتاع البصري بالأمكن غير المألوفة التي يصورونها



تأثير متابعة الشباب لصفحات المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي على سمات نموذج القدوة لديهم

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق		موافق إلى حد ما		موافق إلى حد كبير		دوافع وأسباب المتابعة
			%	ك	%	ك	%	ك	
٧٦.٠	٠.٧٣	٢.٢٨	١٦.٧	٤٦	٣٨.٥	١٠٦	٤٤.٧	١٢٣	الهروب من الروتين والاسترخاء
٦٧.٥	٠.٦٦	٢.٠٣	٢٠.٤	٥٦	٥٦.٧	١٥٦	٢٢.٩	٦٣	التعرف على آراء المؤثر في الموضوعات المختلفة
٦٣.٠	٠.٦٦	١.٨٩	٢٨.٠	٧٧	٥٤.٩	١٥١	١٧.١	٤٧	مشاهدة المؤثرين تجعلني أشعر بأنني مواكب للجدید وأني مميز
٥٨.٥	٠.٧٥	١.٧٦	٤٣.٣	١١٩	٣٧.٨	١٠٤	١٨.٩	٥٢	التعرف على الجديد في حياة المؤثر
٥٦.٢	٠.٧٥	١.٦٩	٤٨.٤	١٣٣	٣٤.٥	٩٥	١٧.١	٤٧	التعود على متابعة هذه الصفحات بغير سبب
٥٠.١	٠.٦٦	١.٥٠	٥٩.٣	١٦٣	٣١.٣	٨٦	٩.٥	٢٦	تقليد نمط حياة المؤثر ومحاوله شراء نفس مقتنياته

يوضح الجدول (٩) دوافع وأسباب متابعة المبحوثين لصفحات المؤثرين، وأشار إلى أن التسلية وقت الفراغ كانت الدافع الأول لمتابعة صفحات المؤثرين، وذلك بوزن نسبي ٨٤.٦%، وبوزن نسبي مقارب كان دافع الإلمام بما يحدث على مواقع التواصل الاجتماعي ٨١.٦%، ثم كان دافع الاستفادة في الأمور الشخصية حسب المحتوى الذي يقدمه المؤثر بوزن نسبي متقارب أيضاً ٧٩.٦%، وكذلك بوزن نسبي متقارب كان دافع المتابعة من أجل الامتاع البصري بالأماكن غير المألوفة ٧٩.٠%، والهروب من الروتين اليومي ٧٩.٠%، في حين كان دافع تقليد نمط حياة المؤثر في المرتبة الأخيرة بوزن نسبي ٥٠.١%، ويتضح من الجدول السابق التنوع بين الدوافع الطقوسية والنفعية للمبحوثين في تعاملهم مع محتوى صفحات المؤثرين؛ حيث كان الدافع الأول التسلية في وقت الفراغ، وهو من الدوافع الطقوسية، ثم الإلمام بما يحدث من أحداث على مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا يدل أن مواقع التواصل أصبحت وسيطاً مهماً للأخبار والأحداث يعتمد عليها المبحوثون في استقاء معلوماتهم ومشاهدة الأحداث المختلفة، ويتفق ذلك مع نتائج دراسة (Shabnoor Siddiqui, 2016, Tajinder Singh) التي أشارت إلى الجوانب الإيجابية التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي للشباب، وهي: القدرة على التواصل الأسهل مع الآخرين، وتبادل المعلومات بينهم بسهولة، وكذلك إمكانية وصولهم لمعلومات تدعهم وتساعدهم في تحقيق أهدافهم في حياتهم العملية. وتؤكد كذلك النتيجة السابقة في الجدول (٨)؛ حيث أشار المبحوثون إلى أنهم يكتفون فقط بالمشاهدة أو وضع علامات الإعجاب أو غيره كاختيارات أولى لتفاعلهم عند المشاهدة.

جدول رقم (١٠)

اتجاه المبحوثين نحو مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق		موافق إلى حد ما		موافق إلى حد كبير		اتجاه المبحوثين
			%	ك	%	ك	%	ك	
٧٧.٣	٠.٦٤	٢.٣٢	٩.٥	٢٦	٤٩.١	١٣٥	٤١.٥	١١٤	أشعر أن مجتمع مواقع التواصل الاجتماعي مزيف
٦٦.٤	٠.٦٧	١.٩٩	٢٢.٩	٦٣	٥٤.٩	١٥١	٢٢.٢	٦١	أشعر أنهم غير صادقين ومحتوَاهم لأغراض تجارية فقط
٦٢.٩	٠.٦٤	١.٨٩	٢٦.٩	٧٤	٥٧.٥	١٥٨	١٥.٦	٤٣	أراهم قادرين على تغيير المجتمع للأفضل
٥٦.٥	٠.٦٧	١.٦٩	٤٢.٢	١١٦	٤٦.٢	١٢٧	١١.٦	٣٢	أشعر أنهم نموذج وقدوة لغيرهم
٥٤.٤	٠.٦٨	١.٦٣	٤٨.٤	١٣٣	٤٠.٠	١١٠	١١.٦	٣٢	أشعر أنني أريد أن يكون لدي أصدقاء مثلهم
٥٣.٣	٠.٧١	١.٦٠	٥٣.١	١٤٦	٣٣.٨	٩٣	١٣.١	٣٦	أشعر أنهم أقوياء لأن لديهم عددًا ضخمًا من المتابعين
٥٠.٧	٠.٦٦	١.٥٢	٥٧.١	١٥٧	٣٣.٨	٩٣	٩.١	٢٥	أشعر أنهم قريبون مني كأحد أفراد عائلتي
٤٧.٣	٠.٦٥	١.٤٢	٦٦.٩	١٨٤	٢٤.٤	٦٧	٨.٧	٢٤	أشعر أنني مفتقد جزءًا كبيرًا من استمتاعى اليومي حين لا أشاهد المؤثرين ومحتوَاهم

يوضح الجدول (١٠) أن اتجاه المبحوثين نحو مواقع التواصل الاجتماعي بكونها مجتمعًا مزيفًا هو أعلى اتجاه؛ حيث جاء بوزن نسبي ٧٧.٣%، وجاء اتجاه كونهم غير صادقين ومحتوَاهم لأغراض تجارية في المرتبة الثانية بوزن نسبي ٦٦.٤%، في حين أن الاتجاه الإيجابي نحوهم بكونهم قادرين على تغيير المجتمع للأفضل وجاء بوزن نسبي ٦٢.٩%، وأما إمكانية أن يكون مؤثرو مواقع التواصل الاجتماعي قدوة لغيرهم، فجاءت في المرتبة الرابعة

بوزن نسبي ٥٦.٥%، ونفى أكثر من نصف عدد المبحوثين شعورهم بافتقار جزء مهم من حياتهم في حالة أنهم لم يتابعوا صفحات المؤثرين حيث جاء بوزن نسبي ٤٧.٣%. تدل النتيجة السابقة أن هناك حلقة مفقودة في العلاقة بين المبحوثين والمحتوى المقدم على صفحات المؤثرين فبالرغم من المتابعة اليومية فإن هناك حالة من عدم الثقة والمصادقية تشوب تلك العلاقة بين المستخدمين والمؤثرين، ويدعم ذلك نتيجة دراسة (Ana Carolina, 2018) التي خلصت إلى أنه ينبغي على المؤثرين للحفاظ على الثقة بينهم وبين الجمهور التوازن فيما يقدمونه من محتوى بين ما هو ممول وغير ذلك.

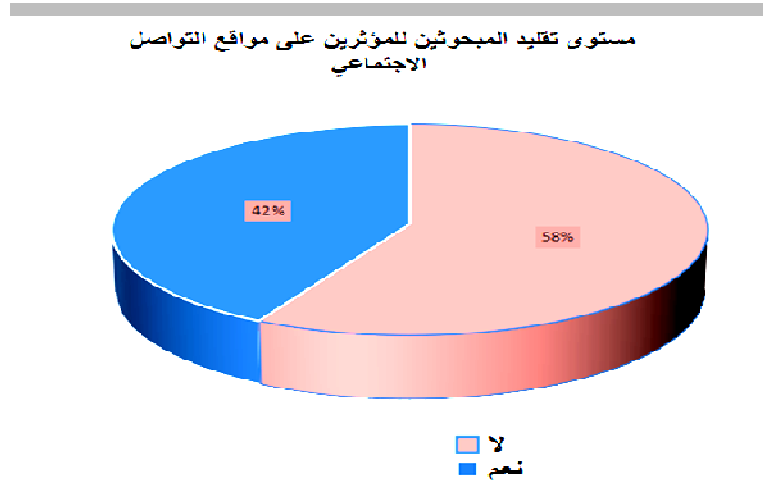
### جدول رقم (١١)

#### الأفكار التي يمكن أن تتكون لدى المبحوثين بعد التعرض لصفحات المؤثرين

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق		موافق إلى حد ما		موافق إلى حد كبير		الأفكار التي يمكن أن تتكون لدى المبحوثين بعد التعرض لصفحات المؤثرين
			%	ك	%	ك	%	ك	
٦٥.١	٠.٧٥	١.٩٥	٣٠.٢	٨٣	٤٤.٤	١٢٢	٢٥.٥	٧٠	مهنة المؤثر تضمن مستقبلاً مادياً جيداً
٦٣.٣	٠.٧٥	١.٩٠	٣٣.٥	٩٢	٤٣.٣	١١٩	٢٣.٣	٦٤	أريد أن أكون مشهوراً
٥٨.٥	٠.٧٣	١.٧٦	٤١.٥	١١٤	٤١.٥	١١٤	١٧.١	٤٧	في حاجة لتغيير طبيعة عملي ليصبح مرتبطاً بمواقع التواصل الاجتماعي
٥٧.٨	٠.٧٥	١.٧٣	٤٤.٧	١٢٣	٣٧.١	١٠٢	١٨.٢	٥٠	بحاجة لكسب المزيد من المال لأحقق مظاهر الترف التي أشاهدها على مواقع التواصل
٥٠.٤	٠.٧١	١.٥١	٦١.١	١٦٨	٢٦.٥	٧٣	١٢.٤	٣٤	أريد أن أكون مكان المؤثر وأعيش مثله
٥٠.٣	٠.٧٢	١.٥١	٦٢.٥	١٧٢	٢٤.٠	٦٦	١٣.٥	٣٧	أشعر بالإحباط من مستوي المادي نتيجة مشاهدتي المستوى الاقتصادي الذي يعيشه المؤثر
٥٠.١	٠.٧٣	١.٥٠	٦٣.٦	١٧٥	٢٢.٥	٦٢	١٣.٨	٣٨	أشعر بعدم الرضا عما وصلت إليه من خطوات في حياتي
٤٩.٧	٠.٦٧	١.٤٩	٦١.١	١٦٨	٢٨.٧	٧٩	١٠.٢	٢٨	بحاجة لتغيير مظهري ليكون مشابهاً للمؤثرين على صفحات التواصل الاجتماعي

يوضح الجدول (١١) أن نظرة المبحوثين لمؤثري السوشيال ميديا بأن مهنتهم تضمن لهم مستقبلاً مادياً جيداً هي أول فكرة تتكون لديهم وذلك بوزن نسبي ٦٥%، وبوزن نسبي مقارب جاءت رغبة المبحوثين في أن يكونوا مشاهير ٦٣%، ثم جاءت حاجة البعض لتغيير طبيعة عملهم لتصبح مرتبطة بمواقع التواصل الاجتماعي بوزن نسبي ٥٨.٥%، ثم كانت فكرة الحاجة لكسب المزيد من المال بوزن نسبي مقارب ٥٧.٨%، وجاءت أفكار الرغبة في أن يكون مثل

المؤثر، وكذلك الشعور بالإحباط من المستوى المادي وعدم الرضا عن خطوات الحياة بأوزان نسبية متساوية هي ٥٠%، وبوزن نسبي متقارب كانت الحاجة لتغيير المظهر ليكون مشابهًا للمؤثرين على صفحات التواصل الاجتماعي بوزن نسبي ٤٩.٧%. توضح النتائج السابقة أن هناك تأثيرًا فعليًا لما يشاهده الشباب على صفحات المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي على نظرتهم لحياتهم؛ حيث إن محتوى هذه الصفحات يجعل نسبة ليست بالقليلة من إجمالي المبحوثين يشعرون أن هذه وظيفة جيدة تتيح مستوى ماديًا مرتفعًا، وأنهم يريدون أن يكونوا مشاهير مثل المؤثرين، ويشعر أكثر من نصفهم بعدم الرضا عن حياته ومستواه المادي؛ نتيجة ما يشاهده على صفحات المؤثرين على مواقع التواصل، وأنهم في حاجة لتغيير طبيعة عملهم لتصبح مرتبطة بمواقع التواصل الاجتماعي لكسب المزيد من المال، وهو ما يتفق مع نتائج (Ashavidya Kusuma,2020) في أن الشباب كثيفي المتابعة لمواقع التواصل كان رضاهم عن أنفسهم أقل ممن هم أقل متابعة.



شكل رقم (٦)

يوضح الشكل (٦) أن النسبة الكبرى من المبحوثين لم تقم بتقليد أفعال المؤثرين من قبل، وهي نسبة ٥٨% من المبحوثين، في حين ٤٢% قاموا بتقليد أفعال لهم من قبل، وكانت أكثر الأفعال التي قاموا بتقليدها هي تجربة ملابس وأزياء أعلنوا عنها، وكذلك مطاعم وأكلات، ومنتجات مختلفة تم دعمها من أكثر من مؤثر، إضافة إلى أن البعض حاول تصوير فيديوهات (vlogs) شبيهة بتلك التي يقوم بها المؤثرون، في حين تأثر البعض الآخر من نظرة المؤثرين للحياة، فحاول أن يظهر بنفس القوة التي يصدرونها، والنظرة الإيجابية للحياة وطريقتهم في الحديث، وهو ما يتفق مع نتائج الدراسات السابقة من تأثير مواقع التواصل على اتجاهات وقيم الشباب المختلفة.

## جدول رقم (١٢)

## أسباب تقليد المبحوثين لأفعال المؤثرين على صفحات التواصل الاجتماعي

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق		موافق إلى حد ما		موافق إلى حد كبير		أسباب التقليد
			%	ك	%	ك	%	ك	
٧٣.٦	٠.٧٥	٢.٢١	١٩.٨	٢٣	٣٩.٧	٤٦	٤٠.٥	٤٧	أقلدهم حتى أستفيد من محتواهم في أمور الشخصية
٦٦.٧	٠.٧٧	٢.٠٠	٢٩.٣	٣٤	٤١.٤	٤٨	٢٩.٣	٣٤	لا أقلدهم تمامًا في أي فعل
٦٠.٣	٠.٨٢	١.٨١	٤٤.٨	٥٢	٢٩.٣	٣٤	٢٥.٩	٣٠	أقلدهم لأنهم يقدمون أمور ممتعة ومثيرة
٥٩.٥	٠.٧٦	١.٧٨	٤١.٤	٤٨	٣٨.٨	٤٥	١٩.٨	٢٣	أقلدهم لأبدو مواكبًا للجديد مثلهم Trendy
٥٨.٦	٠.٧٨	١.٧٦	٤٤.٨	٥٢	٣٤.٥	٤٠	٢٠.٧	٢٤	أقلدهم من باب الترفيه والتسلية
٥٦.٩	٠.٧٩	١.٧١	٥٠.٠	٥٨	٢٩.٣	٣٤	٢٠.٧	٢٤	أقلدهم لأستمتع بحياتي مثلما أرى في محتواهم
٥٥.٢	٠.٧٥	١.٦٦	٥٠.٩	٥٩	٣٢.٨	٣٨	١٦.٤	١٩	أقلدهم لأنني أريد أن أكون مؤثرًا
٥٢.٠	٠.٧٤	١.٥٦	٥٨.٦	٦٨	٢٦.٧	٣١	١٤.٧	١٧	أقلدهم لأشعر بالحرية والاستقلالية التي أراها لديهم
٤٦.٣	٠.٥٩	١.٣٩	٦٦.٤	٧٧	٢٨.٤	٣٣	٥.٢	٦	أقلدهم لأنهم مثل أعلى لي
٤٥.٤	٠.٦٠	١.٣٦	٦٩.٨	٨١	٢٤.١	٢٨	٦.٠	٧	أقلدهم لأظهر في نفس المستوى الاجتماعي والمادي الذي يقدمونه

يوضح الجدول (١٢) أسباب تقليد المبحوثين للمؤثرين، وأشار إلى أن أغلبية المبحوثين قد اختاروا التقليد من أجل الاستفادة من محتوى المؤثرين في أمورهم الشخصية، وذلك بوزن نسبي ٧٣.٦%، وهذا ما يؤكد فكرة أن الجيل Z جيل واع، فتقليد النموذج هنا جاء من أجل الحصول على استفادة أياً كانت هذه الاستفادة، وهذا يدعم ما جاء في مبادئ نظرية التعلم الاجتماعي من تعزيز غير مباشر؛ حيث إن هناك شيئاً إيجابياً يعود على الفرد من عملية التقليد، في حين جاء تقليدهم لأنهم يقدمون أموراً ممتعة ومثيرة كسبب ثان بوزن نسبي ٦٠.٣%، وذلك بفارق ملحوظ عن الاختيار الأول، ثم من يقلدون لبيدوا مواكبين لما هو جديد وذلك بوزن نسبي ٥٩.٥%. وتعد تلك النتيجة أيضاً في غاية الأهمية وهي أن الجيل Z من الممكن أن يفعل أشياء

لمجرد الظهور بأنه مواكب لكل ما هو حديث، وهو الأمر الذي يحتاج لرقابة حقيقية عاقلة ومتفهمة من الأسرة. ثم من يقلد من أجل الترفيه والتسلية بنسبة ٥٨.٦%، ثم كان للاستمتاع بالحياة بوزن نسبي مقارب وهو ٥٦.٩%.

### جدول رقم (١٣)

#### طبيعة العلاقة الوالدية بين المبحوثين ووالديهم

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	نادرًا		أحيانًا		دائمًا		طبيعة العلاقة الوالدية
			%	ك	%	ك	%	ك	
٨٢.٢	٠.٧٠	٢.٤٧	١١.٦	٣٢	٣٠.٢	٨٣	٥٨.٢	١٦٠	أحب الحديث معهم ويحبون الاستماع إلى حكاياتي.
٨٢.١	٠.٦٢	٢.٤٦	٦.٥	١٨	٤٠.٧	١١٢	٥٢.٧	١٤٥	علاقة تنسم بالدعم والنقاش الهادئ
٨١.٦	٠.٦٩	٢.٤٥	١١.٦	٣٢	٣٢.٠	٨٨	٥٦.٤	١٥٥	يسألونني عن آرائي في الأمور التي تخص الأسرة
٨١.٢	٠.٦٨	٢.٤٤	١٠.٩	٣٠	٣٤.٥	٩٥	٥٤.٥	١٥٠	أستطيع التعبير بحرية عن نفسي معهم دون خوف
٥٧.٣	٠.٧٥	١.٧٢	٤٥.٨	١٢٦	٣٦.٤	١٠٠	١٧.٨	٤٩	أقابل بعبارات التأنيب المستمر واللاذع حين أخطئ
٥١.٢	٠.٦٨	١.٥٣	٥٧.٥	١٥٨	٣١.٦	٨٧	١٠.٩	٣٠	علاقة تنسم بالخلاف والعند وتضارب الآراء
٤٨.٦	٠.٦٧	١.٤٦	٦٤.٠	١٧٦	٢٦.٢	٧٢	٩.٨	٢٧	علاقة ليس لها شكل واضح لا أستطيع التنبؤ بأفعالهم
٤٦.٩	٠.٥٩	١.٤١	٦٤.٧	١٧٨	٢٩.٨	٨٢	٥.٥	١٥	علاقتي بهم عبارة عن قرارات فوقية منهم وأنا الطرف الأضعف.
٤٤.٧	٠.٦٢	١.٣٤	٧٣.٥	٢٠٢	١٨.٩	٥٢	٧.٦	٢١	لا يسمعون رأبي أو يعطونني فرصة للتعبير
٤١.٨	٠.٥٥	١.٢٥	٨٠.٠	٢٢٠	١٤.٥	٤٠	٥.٥	١٥	يهددونني بشكل دائم بالحرمان من الأمور التي أحبها إذا لم أسمع لهم أو أخطأت

يشير الجدول (١٣) إلى طبيعة العلاقة الوالدية للمبحوثين، وأشار إلى ارتفاع الوزن النسبي لطبيعة العلاقة الوالدية الآمنة بين المبحوثين ووالديهم؛ حيث جاءت العبارات الأربع الأولى بوزن نسبي متقارب ما بين ٨٢% و ٨١%، وذلك بفارق كبير عن طبيعة العلاقة الوالدية غير الآمنة التي تراوح فيها الوزن النسبي بين ٤١.٨% إلى ٥١%. وهو الأمر الإيجابي الذي قد يتعارض مع بعض نتائج الدراسات السابقة التي توضح أن جيل (z) يرفض سيطرة الكبار من المحيط القريب منهم كالوالدين والمعلمين، ويسعون إلى الاستقلال والشعور بالحرية بعيدًا

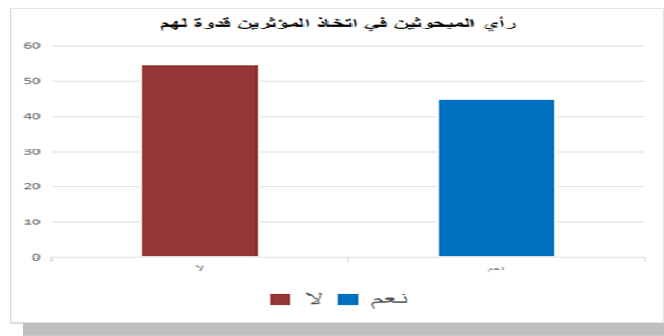
عنهم، وأن المتابعة الكبيرة لمواقع التواصل الاجتماعي تؤثر سلبًا على العلاقات الأسرية الداخلية (آسيا شكيرب، ٢٠١٦)، ولكن تظل نسبة من المبحوثين من النصف إلى ما هو أقل تعاني من علاقات غير آمنة مع الأسرة، وهو الأمر الذي يتفق مع نتائج الدراسات السابقة التي دعت الوالدين إلى مزيد من التعاطف مع هذا الجيل وتفهمه؛ للحفاظ على علاقة أسرية آمنة ولحمايتهم من التأثيرات السلبية التي قد تواجههم.

#### جدول رقم (١٤)

##### أهم صفات القدوة لدى المبحوثين

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير مهم		مهم إلى حد ما		مهم إلى حد كبير		أهم صفات القدوة
			%	ك	%	ك	%	ك	
٩٧.٧	٠.٢٨	٢.٩٣	٠.٧	٢	٥.٥	١٥	٩٣.٨	٢٥٨	أن يكون صادقًا
٩٦.٥	٠.٣٥	٢.٨٩	١.٥	٤	٧.٦	٢١	٩٠.٩	٢٥٠	أن يكون منصفًا
٩٦.٤	٠.٣٥	٢.٨٩	١.١	٣	٨.٧	٢٤	٩٠.٢	٢٤٨	أن يكون مستمعًا جيدًا
٩٦.١	٠.٣٣	٢.٨٨	٠.٤	١	١٠.٩	٣٠	٨٨.٧	٢٤٤	أن يكون صاحب رأي واضح
٩٥.٩	٠.٣٦	٢.٨٨	١.١	٣	١٠.٢	٢٨	٨٨.٧	٢٤٤	أن يكون متفاهمًا ويقبل الرأي المخالف
٩٥.٨	٠.٣٩	٢.٨٧	٢.٢	٦	٨.٤	٢٣	٨٩.٥	٢٤٦	أن يكون داعمًا
٩٤.٧	٠.٤٩	٢.٨٤	٥.١	١٤	٥.٨	١٦	٨٩.١	٢٤٥	أن يكون غير مؤذٍ
٩٣.٩	٠.٤٤	٢.٨٢	٢.٢	٦	١٣.٨	٣٨	٨٤.٠	٢٣١	أن يكون ناجحًا في عمله
٩٣.٣	٠.٤٤	٢.٨٠	١.٥	٤	١٧.١	٤٧	٨١.٥	٢٢٤	أن يكون واثقًا من نفسه بشكل معتدل
٨٩.٦	٠.٥٤	٢.٦٩	٣.٦	١٠	٢٤.٠	٦٦	٧٢.٤	١٩٩	أن يكون صاحب خبرة كبيرة
٨٨.١	٠.٥٦	٢.٦٤	٤.٠	١١	٢٧.٦	٧٦	٦٨.٤	١٨٨	أن يقبل جميع الثقافات
٨٤.٨	٠.٦١	٢.٥٥	٦.٢	١٧	٣٣.١	٩١	٦٠.٧	١٦٧	أن يكون مواكبًا للجديد باستمرار
٨٤.٦	٠.٥٩	٢.٥٤	٤.٧	١٣	٣٦.٧	١٠١	٥٨.٥	١٦١	أن يكون متديبًا
٨٤.٥	٠.٦٣	٢.٥٣	٧.٦	٢١	٣١.٣	٨٦	٦١.١	١٦٨	أن يكون قائدًا
٧٦.٨	٠.٦٨	٢.٣١	١٢.٤	٣٤	٤٤.٧	١٢٣	٤٢.٩	١١٨	أن يكون حازمًا
٦٩.٧	٠.٧٠	٢.٠٩	٢٠.٠	٥٥	٥٠.٩	١٤٠	٢٩.١	٨٠	أن يكون حسن المظهر
٥١.٤	٠.٦٨	١.٥٤	٥٦.٤	١٥٥	٣٣.١	٩١	١٠.٥	٢٩	أن يكون مشهورًا
٤٨.٦	٠.٦٥	١.٤٦	٦٢.٥	١٧٢	٢٩.١	٨٠	٨.٤	٢٣	أن يكون غنيًا

يشير الجدول (١٤) إلى اختيار المبحوثين لصفات القدوة بشكل عام، واتضح ارتفاع الوزن النسبي لاختيار المبحوثين للصفات النفسية والعقلية والروحية كصفات للقدوة؛ حيث تراوحت بين ٩٦% إلى ٨٤%، وذلك على حساب الصفات الجسدية كحسن المظهر التي جاءت بوزن نسبي ٦٩.٧%، في حين جاءت صفات الغنى والشهرة بأقل أوزان نسبية هي ٥١.٤% و٤٨.٦%. وتشير تلك النتائج إلى مؤشرات إيجابية تجاه جيل Z الذي يبحث في القدوة بشكل أساسي على الصفات الحسنة نفسياً وعقلياً وروحياً، وأن الأمور الشكلية والمادية تأتي بعد ذلك.



شكل رقم (٧)

يشير الشكل (٧) إلى أن أكثر من نصف عدد العينة بقليل ٥٤.٩% يرفض أن يتخذ مؤثري صفحات مواقع التواصل الاجتماعي قدوة لهم، في حين أن ٤٥% أجابوا بإمكانية ذلك. وقد أشار المبحوثون الذين رفضوا إلى مجموعة الأسباب تتلخص في كونهم لا يعرفون هؤلاء المؤثرين معرفة شخصية، وأنهم يرونهم مزيفين لأنهم يُظهرون عبر الشاشات أجزاء معينة فقط من حياتهم، إضافة إلى شعورهم أنهم يسعون إلى المثالية الشديدة فيما يقدمونه، وهذا أمر غير الحقيقي، وهو الذي يتفق مع الدراسات السابقة التي تشير إلى أن آليات عرض الذات على مواقع التواصل الاجتماعي تستلزم محاولات إظهار أنفسهم كقدوة حسنة وبشكل مثالي. (أحمد عثمان، ٢٠٢١) و(وداد حسين، ٢٠٢١)

جدول رقم (١٥)

#### صفات المؤثر كنموذج قدوة للمبحوثين

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق		موافق إلى حد ما		موافق إلى حد كبير		صفات المؤثر كنموذج لقدوة
			%	ك	%	ك	%	ك	
٩٤.٢	٠.٤٦	٢.٨٣	٣.٣	٩	١٠.٩	٣٠	٨٥.٨	٢٣٦	أن يكون صادقاً فيما يقدمه من محتوى وليس مجرد إعلانات



تأثير متابعة الشباب لصفحات المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي على سمات نموذج القدوة لديهم

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق		موافق إلى حد ما		موافق إلى حد كبير		صفات المؤثر كنموذج لقدوة
			%	ك	%	ك	%	ك	
٩٣.٢	٠.٤٩	٢.٨٠	٣.٦	١٠	١٣.١	٣٦	٨٣.٣	٢٢٩	أن يحترم متابعيه ويعرف مسؤوليته الاجتماعية نحوهم
٩٢.٧	٠.٤٨	٢.٧٨	٢.٩	٨	١٦.٠	٤٤	٨١.١	٢٢٣	أن يكون محفزاً للشباب على ما هو نافع
٩٢.٢	٠.٥٤	٢.٧٧	٥.٥	١٥	١٢.٤	٣٤	٨٢.٢	٢٢٦	أن يتسم بعدم التعالي على الجمهور
٩٠.٢	٠.٥٥	٢.٧١	٤.٧	١٣	٢٠.٠	٥٥	٧٥.٣	٢٠٧	أن توافق كلماته أفعاله ومظهره الذي يعرضه
٨٩.٦	٠.٥٦	٢.٦٩	٥.١	١٤	٢١.١	٥٨	٧٣.٨	٢٠٣	أن يكون له رأي واضح في الأحداث المهمة
٨٩.٥	٠.٥٨	٢.٦٨	٦.٢	١٧	١٩.٣	٥٣	٧٤.٥	٢٠٥	أن يكون ذكياً وقادراً على جذب الجمهور إليه
٨٩.٢	٠.٥٧	٢.٦٨	٥.١	١٤	٢٢.٢	٦١	٧٢.٧	٢٠٠	الآ يتعمد إظهار مستواه الاقتصادي بشكل مبالغ فيه
٨٨.١	٠.٦٠	٢.٦٤	٦.٥	١٨	٢٢.٥	٦٢	٧٠.٩	١٩٥	أن يتوافق مظهره مع قيم المجتمع والدين
٨١.٧	٠.٦٦	٢.٤٥	٩.١	٢٥	٣٦.٧	١٠١	٥٤.٢	١٤٩	أن يعبر عن المستوى الاجتماعي لغالبية الشباب
٧٩.٢	٠.٦٨	٢.٣٧	١١.٦	٣٢	٣٩.٣	١٠٨	٤٩.١	١٣٥	أن يعبر عن المستوى الاقتصادي لغالبية الشباب

يشير الجدول (١٥) إلى الصفات التي حددها المبحوثون كي يتخذوا المؤثر قدوة لهم، والتي جاءت بأوزان نسبية متقاربة تشير إلى ضرورة أن يكون جوهر محتوى المؤثر هو تقديم المفيد وليس فقط أموراً إعلانية وتجارية من مجتمع مواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاء صدق المؤثر في المرتبة الأولى بوزن نسبي ٩٤.٢%، و بوزن نسبي مقارب كان احترامه لمتابعيه، وأن يعرف مسؤوليته الاجتماعية نحوهم وذلك بنسبة ٩٣.٢%، ثم أن يكون محفزاً للشباب بوزن نسبي ٩٢.٧%، في حين جاءت المؤشرات الخاصة بمستواه الاجتماعي والاقتصادي بأوزان نسبية أقل؛ حيث جاء أن يعبر عن المستوى الاجتماعي للشباب بنسبة ٨١.٧%، في حين جاء تعبيره عن المستوى الاقتصادي لغالبية الشباب عن ٧٩.٢%، وهو ما يؤكد أيضاً اتساق اختيارات المبحوثين لنموذج القدوة بشكل عام، والذي تفوقت فيه اختيارات الصفات الروحية والعقلية والنفسية على الأمور المادية والشكلية.

ثانياً- نتائج اختبارات الفروض:

الفرض الأول: يؤثر مستوى التفاعل مع المحتوى المقدم على صفحات المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي على كل من مستوى الاستجابة لنموذج القدوة منهم وكذلك تقليد نموذج القدوة منهم.

أ- العلاقة بين مستوى التفاعل مع المحتوى ومستوى الاستجابة لنموذج القدوة:

قامت الباحثة باستخدام اختبار تحليل "الانحدار" كالاتي:

النموذج	المتغيرات	معامل الارتباط	معامل التحديد	معامل الانحدار	قيمة ت	معنوية ت	درجة الحرية	قيمة ف	معنوية ف
مستوى الاستجابة	معامل الثبات			١١.٣٨٢	٥٣.١١	٠.٠٠.٠	١		
	مستوى التفاعل مع المحتوى المقدم	٢٣٨.٠	٠.٥٧.٠	٢٥٥.٠	٠.٥١.٤	٠.٠٠.٠	٢٧٣	٤٠٧.١٦	٠.٠٠.٠
مستوى الاستجابة لنموذج القدوة = ٢٥٥.٠ + ١١٣٨٢ (مستوى التفاعل)									

اتضح بعد إجراء اختبار "الانحدار" لبيان تأثير مستوى التفاعل مع المحتوى المقدم وهو المتغير المستقل على مستوى الاستجابة لنموذج القدوة وهو المتغير التابع، أن المتغير المستقل يؤثر على المتغير التابع تأثيراً ضعيفاً؛ حيث بلغت قيمة معامل التحديد (٠.٠٥٧)، وهذا يعني أن مستوى التفاعل مع المحتوى المقدم على صفحات المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي مسئول عن مستوى استجابة المبحوثين لنموذج القدوة وذلك بنسبة ٥.٧%، وكذلك يتبين من الجدول السابق أن قيمة ت (٤.٠٥١) عند مستوى معنوية (٠.٠٠٠)، وهي قيمة دالة إحصائياً، ويعني ذلك أن المتغير المستقل له تأثير في تفسير المتغير التابع. كما بلغ معامل الارتباط (٠.٢٣٨)، وهذا يعني أن العلاقة خطية، وهي علاقة ارتباطية طردية ضعيفة؛ مما يقبل معه صحة الفرض الفرعي (١-أ) الذي ينص على أنه يؤثر مستوى التفاعل مع المحتوى المقدم على صفحات المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي على مستوى الاستجابة لنموذج القدوة منهم. وتشير نتائج هذا الفرض إلى أن مستوى الانتباه ليس بالضرورة يؤثر على تبني المبحوثين لأفكار في اتجاه تقليد نموذج القدوة، ولكن يظل لذلك تأثير ولو كان ضعيفاً.

ب - العلاقة بين مستوى التفاعل مع المحتوى وتقليد نموذج القدوة منهم:

النموذج	المتغيرات	معامل الارتباط	معامل التحديد	معامل الانحدار	قيمة ت	معنوية ت	درجة الحرية	قيمة ف	معنوية ف
مستوى الاستجابة	معامل الثبات			٢٢٢.١٥	٠.٣٨.٨	٠.٠٠.٠	١		
	مستوى التفاعل مع المحتوى المقدم	٢٠٤.٠	٠.٤٢.٠	٢٦.٠	٢٢٦.٢	٠.٠٠.٠	١١٤	٩٥.٤	٠.٢٨.٠
مقياس تقليد النموذج = ٢٦.٠ + ٢٢٢.١٥ (مستوى التفاعل)									

اتضح بعد إجراء اختبار "الانحدار" لبيان تأثير مستوى التفاعل مع المحتوى المقدم وهو المتغير المستقل على تقليد نموذج القدوة منهم وهو المتغير التابع، أن المتغير المستقل يؤثر على المتغير التابع؛ حيث بلغت قيمة معامل التحديد (٠.٠٤٢)، وهذا يعني أن مستوى التفاعل مع المحتوى المقدم على صفحات المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي مسؤل عن تقليد المبحوثين لهم كنموذج قدوة وذلك بنسبة ٤.٢%، وهو تأثير ضعيف، وكذلك يتبين من الجدول السابق أن قيمة ت (٢.٢٢٦) عند مستوى معنوية (٠.٠٠٠)، وهي قيمة دالة إحصائياً. كما بلغ معامل الارتباط (٠.٢٠٤)، وهذا يعني أن العلاقة خطية، وهي علاقة ارتباطية طردية ضعيفة؛ مما يقبل معه صحة الفرض الفرعي (١-ب) الذي ينص على أنه يؤثر مستوى التفاعل مع المحتوى المقدم على صفحات المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي على تقليد المبحوثين لهم كنموذج قدوة. وهذا يعني أنه كلما استغرق المبحوثون في التفاعل مع ما يرونه أمامهم، فإن هذا قد يؤثر على قيامهم بفعل التقليد. ويتفق ذلك مع ما أشارت إليه الدراسات السابقة من أن هناك مبحوثين يصل بهم الأمر للهوس في تقليد المشاهير، فشدّة المتابعة قد تصل بالبعض إلى الرغبة في أن يكونوا مثل هذا النموذج، وتتعدى للقيام بأفعال حقيقية في هذا الاتجاه. (ياسمين محمد، ٢٠١٩)

الفرض الثاني: تؤثر طبيعة الخبرات السابقة مع الوالدين على كل من:

أ- سمات نموذج القدوة لدى المبحوثين.

ب- مستوى التفاعل مع المحتوى المقدم.

ج- الاستجابة لنموذج القدوة من المؤثرين.

د- تقليد نموذج القدوة من المؤثرين.

أ- تأثير طبيعة الخبرات السابقة مع الوالدين على سمات نموذج القدوة لدى المبحوثين

قامت الباحثة باستخدام اختبار تحليل "الانحدار" كآلي:

النموذج	المتغيرات	معامل الارتباط	معامل التحديد	معامل الانحدار	قيمة ت	معنوية ت	درجة الحرية	قيمة ف	معنوية ف
سمات نموذج القدوة	معامل الثبات			٤٢.٦٩			١		
	طبيعة الخبرات السابقة مع الوالدين	٠.١٣٧	٠.٠١٩	٠.١٣٨	٢.٢٨١	٠.٠٢٣	٢٧٣	٥.٢٠٣	٠.٠٢٣
مستوى سمات نموذج القدوة لدى المبحوثين = ١٣٨.٠ + ٦٩.٤٢ (طبيعة الخبرات السابقة)									

اتضح بعد إجراء اختبار "الانحدار" لبيان تأثير طبيعة الخبرات السابقة مع الوالدين وهو المتغير المستقل على سمات نموذج القدوة لدى المبحوثين وهو المتغير التابع، أن طبيعة الخبرات السابقة مع الوالدين تؤثر بشكل ضعيف على سمات نموذج القدوة وهو المتغير التابع؛ حيث بلغت قيمة معامل التحديد (٠.٠١٩)، وهذا يعني أن طبيعة الخبرات السابقة مع الوالدين مسؤولة عن سمات نموذج القدوة لدى المبحوثين وذلك بنسبة ١.٩%، وكذلك يتبين من الجدول السابق أن قيمة ت (٢.٢٨١) عند مستوى معنوية (٠.٠٠٠)، وهي قيمة دالة إحصائياً. كما بلغ معامل الارتباط (٠.١٣٧)، وهذا يعني أن العلاقة خطية بين طبيعة الخبرات السابقة مع الوالدين وسمات نموذج القدوة لدى المبحوثين، وهي علاقة ارتباطية طردية ضعيفة؛ مما يقبل معه صحة الفرض الفرعي (٢-أ). ولما كان لطبيعة العلاقة مع الوالدين تأثير ضعيف على تبني جيل Z سمات نموذج القدوة، فتأتي هنا أهمية الاعتراف بأن هذا الجيل أصبح لديه مصادر أخرى للمعرفة والاحتكاك بالحياة تؤثر على قيمه، فكيف يكون لخبرات الوالدين تأثير ضئيل على سمات نموذج القدوة عند المبحوثين، ومن المعروف أن الأب والأم هما أول نموذج يقلده الطفل، ومن المؤكد أن وسائل الإعلام تلعب دوراً كبيراً في ذلك، وعلى رأسها وسائل التواصل الاجتماعي، وهو ما يتفق مع ما جاءت به الدراسات السابقة من أن هناك تأثيراً على قيم الشباب الاجتماعية والدينية واتجاهاته تحدثها مواقع التواصل الاجتماعي. (ياسمين محمد، ٢٠١٩)، (طلال القادة وآخرون، ٢٠١٨)، و(أسماء مصطفى، ٢٠١٦).

#### ب- العلاقة بين طبيعة الخبرات السابقة مع الوالدين على مستوى التفاعل مع المحتوى المقدم.

النموذج	المتغيرات	معامل الارتباط	معامل التحديد	معامل الانحدار	قيمة ت	معنوية ت	درجة الحرية	قيمة ف	معنوية ف
س ٨	معامل الثبات			١٧.١٢٤			١		
	طبيعة الخبرات السابقة مع الوالدين	٠.١٢١	٠.٠١٥	-٠.٠٦٥	-٢.٠١٩	٠.٠٤٤	٢٧٣	٤.٠٧٧	٠.٠٤٤
س٨ = (-٠.٦٥.٠) + ١٧.١٢٤ (طبيعة الخبرات السابقة)									

اتضح بعد إجراء اختبار "الانحدار" لبيان تأثير طبيعة الخبرات السابقة مع الوالدين وهو المتغير المستقل على مستوى التفاعل مع المحتوى المقدم وهو المتغير التابع، أن طبيعة الخبرات السابقة مع الوالدين تؤثر بشكل ضعيف على مستوى التفاعل مع المحتوى المقدم؛ حيث بلغت قيمة معامل التحديد (٠.٠١٥)، وهذا يعني أن طبيعة الخبرات السابقة مع الوالدين مسؤولة عن مستوى التفاعل مع المحتوى المقدم وذلك بنسبة ١.٥%، وكذلك يتبين من الجدول السابق أن قيمة ت (-٢.٠١٩) عند مستوى معنوية (٠.٠٠٠)، وهي قيمة دالة إحصائياً. كما بلغ معامل الارتباط (٠.١٢١)، وهذا يعني أن العلاقة خطية بين طبيعة الخبرات السابقة مع الوالدين ومستوى التفاعل مع المحتوى المقدم، وهي علاقة ارتباطية طردية ضعيفة؛ مما يقبل معه صحة الفرض الفرعي (٢-ب). وتعتبر تلك النتيجة دليلاً على الانفصال الحادث لشباب هذا

الجيل (Z) عن مرجعياته السابقة، فعلاقته بوالديه تقريباً ليس لها أثر على ممارسته وتعاملاته، وكذلك يبرر تلك النتيجة الانفتاح الحادث في التعامل مع الإنترنت في أي وقت وأي مكان، فلم يعد الأمر مقتصرًا فقط على الوجود في المنزل حيث محيط التعامل مع الوالدين، ولكن أصبح التعامل مع الإنترنت يتم في محيط العمل، وأماكن الدراسة وغيرها؛ مما قد يبرر تقلص تأثير العلاقة الوالدية.

ج- العلاقة بين طبيعة الخبرات السابقة مع الوالدين والاستجابة لنموذج القدوة من المؤثرين:

قامت الباحثة باستخدام اختبار تحليل "الانحدار" كالاتي:

النموذج	المتغيرات	معامل الارتباط	معامل التحديد	معامل الانحدار	قيمة ت	معنوية ت	درجة الحرية	قيمة ف	معنوية ف
الاستجابة لنموذج القدوة	معامل الثبات			١٥.١٤١	١٧.١٢	٠.٠٠٠	١		
	طبيعة الخبرات السابقة مع الوالدين	٠.٠١٣	٠.٠٠٠	٠.٠٠٠٨	٢٢٣	٠.٨٢٤	٢٧٣	٠.٠٥	٠.٨٢٤

تضح بعد إجراء اختبار "الانحدار" لبيان تأثير طبيعة الخبرات السابقة مع الوالدين وهو المتغير المستقل على مستوى الاستجابة لنموذج القدوة من المؤثرين وهو المتغير التابع، أن المتغير المستقل لا يؤثر على المتغير التابع؛ حيث بلغت قيمة معامل التحديد (٠.٠٠)، كما بلغ معامل الارتباط (٠.٠١٣)، وهذا يعني عدم وجود علاقة بين المتغير المستقل والتابع؛ مما يرفض معه صحة الفرض الفرعي (٢- ج)، الذي ينص على أن هناك تأثيراً من طبيعة الخبرات السابقة مع الوالدين على مستوى الاستجابة لنموذج القدوة من المؤثرين. وتشير هذه النتائج إلى أن الخبرة الوالدية للمبشرين مع آبائهم لا تؤثر تماماً على أفكارهم التي يكونونها تجاه ما يرونه على صفحات المؤثرين، وي طرح ذلك تساؤلاً مهماً حول ما هي مرجعية جيل Z، هل تلك النتيجة هي إنكار منهم لتبعيةهم لوالديهم ومحاولة للشعور بالاستقلال والحرية بعيداً عن سيطرة الكبار وتدخلهم، أم أنها حقيقة فعلية وأن هذا الجيل بالفعل لديه مرجعيات أخرى تؤثر على قراراتهم تحتاج إلى العديد من الدراسات من أجل فهم هذا الجيل والقدرة على التعامل معه بما يناسبه ويجعله على الطريق السليم.

د- العلاقة بين طبيعة الخبرات السابقة مع الوالدين وتقليد نموذج القدوة من المؤثرين.

قامت الباحثة باستخدام اختبار تحليل "الانحدار" كالاتي:

النموذج	المتغيرات	معامل الارتباط	معامل التحديد	معامل الانحدار	قيمة ت	معنوية ت	درجة الحرية	قيمة ف	معنوية ف
تقليد النموذج	معامل الثبات			٢١.١٦	١٢.٦٧٥	٠.٠٠٠	١		
	طبيعة الخبرات السابقة مع الوالدين	٠.١	٠.٠١	-	١.٠٧٨	٠.٢٨٣	١١٤	١.١٦٢	٠.٢٨٣

اتضح بعد إجراء اختبار "الانحدار" لبيان تأثير طبيعة الخبرات السابقة مع الوالدين وهو المتغير المستقل على تقليد نموذج القدوة من المؤثرين وهو المتغير التابع، أن المتغير المستقل لا يؤثر على المتغير التابع؛ حيث بلغت قيمة معامل التحديد (0.01)، كما بلغ معامل الارتباط (0.1)، وهذا يعني عدم وجود علاقة بين المتغير المستقل والتابع؛ مما يرفض معه صحة الفرض الفرعي (2-د). وهذه النتيجة هي أمر مكمل للنتيجة السابقة، فطبيعة الخبرات الوالدية غير مؤثرة تمامًا على تقليد المبحوثين لأفعال النموذج، فهل يرجع الأمر أيضًا لإنكار هذا الجيل لأي تأثيرات والدية عليهم، أم أن الأمر متعلق بمرجعيات أخرى لهم فعليًا، وهو ما يحتاج مزيدًا من الدراسات القادمة.

الفرض الثالث: تؤثر سمات نموذج القدوة لدى المبحوثين على كل من:

أ- مستوى الاستجابة لنموذج القدوة من المؤثرين.

ب- تبني نماذج القدوة من المؤثرين.

أ- تؤثر سمات نموذج القدوة لدى المبحوثين على مستوى الاستجابة لنموذج القدوة من المؤثرين:

قامت الباحثة باستخدام اختبار تحليل "الانحدار" كالاتي:

النموذج	المتغيرات	معامل الارتباط	معامل التحديد	معامل الانحدار	قيمة ت	معنوية	درجة الحرية	قيمة ف	معنوية ف
مستوى الاستجابة لنموذج القدوة	معامل الثبات			11.889	7.018	0.000	1		
	سمات نموذج القدوة	0.131	0.017	0.075	2.189	0.029	273	4.791	0.029
مستوى الاستجابة لنموذج القدوة = 0.075 + 11.889 (سمات نموذج القدوة)									

بعد إجراء اختبار "الانحدار" لبيان تأثير سمات نموذج القدوة لدى المبحوثين وهو المتغير المستقل على مستوى الاستجابة لنموذج القدوة من المؤثرين وهو المتغير التابع، تم الوصول إلى أن المتغير المستقل يؤثر بشكل ضعيف على المتغير التابع؛ حيث بلغت قيمة معامل التحديد (0.017)، وهذا يعني أن سمات نموذج القدوة لدى المبحوثين مسؤولة عن مستوى استجابة المبحوثين لنموذج القدوة وذلك بنسبة 1.7%، وكذلك يتبين من الجدول السابق أن قيمة ت (2.189) عند مستوى معنوية (0.000)، وهي قيمة دالة إحصائيًا. كما بلغ معامل الارتباط (0.131)، وهذا يعني أن العلاقة خطية بين المتغير المستقل والتابع، وهي علاقة ارتباطية طردية ضعيفة؛ مما يقبل معه صحة الفرض الفرعي (3-أ). وبالطبع ما لدينا من تصورات نحو نموذج القدوة من المفترض أنها تؤثر على تقييمنا لأفعال من نراهم في موضع القدوة، ولكن

يظل هنا التأثير ضعيفاً، وهو الأمر المثير للانتباه والذي يؤكد تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على اتجاهات الشباب وقيمهم.

**ب- تؤثر سمات نموذج القدوة لدى المبحوثين على تبني نماذج للقدوة من المؤثرين:**

النموذج	المتغيرات	معامل الارتباط	معامل التحديد	معامل الانحدار	قيمة ت	معنوية ت	درجة الحرية	قيمة ف	معنوية ف
تبني نماذج القدوة	معامل الثبات			١٠.٩٤٥	٤.١٢٤	٠.٠٠٠	١		
	سمات نموذج القدوة	٠.٣٨٩	٠.١٥٢	٠.٤	٦.٩٨٤	٠.٠٠٠	٢٧٣	٤٨.٧٧٤	٠.٠٠٠
تبني نماذج القدوة = 10.945 + 0.4 (سمات نموذج القدوة)									

اتضح بعد إجراء اختبار "الانحدار" لبيان تأثير سمات نموذج القدوة لدى المبحوثين وهو المتغير المستقل على تبني نماذج للقدوة من المؤثرين وهو المتغير التابع، أن المتغير المستقل يؤثر بشكل متوسط على المتغير التابع؛ حيث بلغت قيمة معامل التحديد (٠.١٥٢)، وهذا يعني أن سمات نموذج القدوة لدى المبحوثين مسؤولة عن تبني نماذج للقدوة من المؤثرين وذلك بنسبة ١٥.٢%، وكذلك يتبين من الجدول السابق أن قيمة ت (٦.٩٨٤) عند مستوى معنوية (٠.٠٠٠)، وهي قيمة دالة إحصائياً. كما بلغ معامل الارتباط (٠.٣٨٩)، وهذا يعني أن العلاقة خطية بين المتغير المستقل والتابع، وهي علاقة ارتباطية طردية متوسطة؛ مما يقبل معه صحة الفرض الفرعي (٣-ب)، وهي نتيجة منطقية لأن يضع المبحوثون أفعال المؤثرين وصفاتهم في مقارنة مع سمات نموذج القدوة في أذهانهم، ويتبنون نموذج القدوة الذي يتفق أو يقترب من تلك السمات التي أشار إليها المبحوثون بأن يكون شخصاً صادقاً، ومحترماً لمتابعيه، ومحفزاً لما نافع، ومتواضعاً.

**الفرض الرابع:** يؤثر مستوى الاستجابة لنموذج القدوة على تقليد المبحوثين لنموذج القدوة من المؤثرين على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي.

قامت الباحثة باستخدام اختبار تحليل "الانحدار" كالاتي:

النموذج	المتغيرات	معامل الارتباط	معامل التحديد	معامل الانحدار	قيمة ت	معنوية ت	درجة الحرية	قيمة ف	معنوية ف
تقليد المبحوثين لنموذج القدوة	معامل الثبات			١٤.٨٦٥	٨.٥٣٨	٠.٠٠٠	١		
	مستوى الاستجابة لنموذج القدوة	٠.٢٣٩	٠.٠٥٧	٠.٢٨٧	٢.٦٣٤	٠.٠١	١١٤	٦.٩٣٦	٠.٠١
تقليد المبحوثين لنموذج القدوة = 14.865 + 0.287 (الاستجابة لنموذج القدوة)									

اتضح بعد إجراء اختبار "الانحدار" لبيان تأثير مستوى الاستجابة لنموذج القدوة المتغير المستقل على تقليد المبحوثين لنموذج القدوة وهو المتغير التابع، أن المتغير المستقل يؤثر بشكل ضعيف على المتغير التابع؛ حيث بلغت قيمة معامل التحديد (٠.٠٥٧)، وهذا يعني أن

مستوى الاستجابة لنموذج القدوة مسئول عن تبني تقليد المبحوثين لنموذج القدوة وذلك بنسبة ٥.٧%، وكذلك يتبين من الجدول السابق أن قيمة ت (٢.٦٣٤) عند مستوى معنوية (٠.٠٠٠)، وهي قيمة دالة إحصائياً. كما بلغ معامل الارتباط (٠.٢٣٩)، وهذا يعني أن العلاقة خطية بين المتغير المستقل والتابع، وهي علاقة ارتباطية طردية ضعيفة؛ مما يقبل معه صحة الفرض الرابع. وتدلل هذه النتيجة على أنه ليس كل الأفكار التي تتولد لدى المبحوثين عند مشاهدة محتوى صفحات المؤثرين سوف تترجم إلى أفعال تقليد لهم، فقد تظل مجرد أفكار في أذهانهم فقط، وهو الأمر الذي يشير إلى أن صانعي المحتوى في حالة رغبتهم في التأثير على المستخدمين والمتابعين أن يكون لهم سياسات منطقية وصادقة وحقيقية كي يتبنى الجمهور المستهدف السلوك المرغوب.

### الخلاصة والنتائج العامة للدراسة

سعت تلك الدراسة إلى البحث في علاقة جيل الشباب من جيل Z بصفحات المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي في ظل هذا الزخم الكبير لتلك الصفحات وهؤلاء المؤثرين في المجالات المختلفة، وكيف يمكن أن تؤثر المشاهدة المستمرة لتلك الصفحات في تبني الجمهور من جيل Z لهؤلاء المؤثرين كنماذج للقدوة، وما تأثير ذلك عليهم هل يغيرون من نظرتهم للحياة التي يعيشونها، هذا الجيل صغير السن مدعي كثرة الخبرة، المقبل على التكنولوجيا كثير الاستخدام لها. وقد تم إجراء دراسة ميدانية على عينة من الشباب جيل Z من مواليد ١٩٩٩ حتى ٢٠٠٦ أي الشباب من سن ١٨ إلى ٢٥ سنة، وهو سن المرحلة الجامعية، وسن بداية الاحتكاك بسوق العمل للشباب؛ إذ كثير منهم يعملون بجانب الدراسة ولديهم تحكم في قراراتهم وأمورهم المادية، وتم إجراء الدراسة على ٢٧٥ فرداً باستخدام صحيفة الاستبيان، وتوصلت الدراسة إلى الآتي:

- ١- أغلبية الشباب من جيل Z يتابعون صفحات المؤثرين كل أيام الأسبوع، وهو الأمر الذي يتناسب مع سمات العصر الذي نعيشه من انتشار لتلك الصفحات، وكذلك انتشار الاشتراك في خدمات الهاتف المحمول، والوصول لتلك الصفحات في أي مكان وأي وقت.
- ٢- غالبية المبحوثين يتابعون صفحات المؤثرين بشكل متقطع طوال اليوم، وهذا الأمر يتفق مع طبيعة نمط حياة فئة الشباب عينة الدراسة التي ترتبط بمتطلبات للدراسة أو العمل فتجعل تصفحهم للهاتف المحمول أمراً متقطعاً طوال اليوم.
- ٣- مثلت أهم ثلاثة مواقع للتواصل الاجتماعي لمتابعة صفحات المؤثرين أضلاعه هي بالترتيب: موقع فيس بوك، وإنستجرام، وموقع تيك توك.
- ٤- أن اختيارات المبحوثين لمتابعة محتوى المؤثرين كان أساسه طبيعة المحتوى الذي يقدمونه بشكل أساسي؛ حيث جاء كأعلى اختيار للمبحوثين، ثم كان شخصية المؤثر وآراؤه



- في الموضوعات المختلفة هو الاختيار الثاني للمبجوثين بفوارق كبيرة عن بقية الاختيارات.
- ٥- تفضيلات المبجوثين لطبيعة المحتوى المقدم لصفحات المؤثرين كانت الصفحات التي تقدم محتوى عن الجمال والعناية الشخصية، وذلك بنسبة فاقت نصف عدد العينة، ثم كانت الصفحات التي تقدم محتوى دينياً.
- ٦- تنوع مستويات الانتباه للمبجوثين عند متابعة صفحات المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي، فكانت المشاهدة بتركيز للمحتوى كامل هي الاختيار الأول، ثم القيام بأعمال أخرى أثناء المشاهدة، وجاء عدم استطاعة إكمال محتوى لنهايته كأخر اختيار للمبجوثين.
- ٧- كان تفاعل المبجوثين مع محتوى صفحات المؤثرين يتسم بالاكْتفاء بالمشاهدة كاختيار أول، ثم القيام بعلامات الإعجاب أو غيرها، ثم كان قراءة تعليقات الآخرين.
- ٨- كانت دوافع وأسباب متابعة المبجوثين لصفحات المؤثرين هي التسلية وقت الفراغ كدافع أول، ثم كانت الرغبة في الإلمام بما يحدث على مواقع التواصل الاجتماعي، ثم كان دافع الاستفادة في الأمور الشخصية حسب المحتوى الذي يقدمه المؤثر، ثم كان دافع المتابعة من أجل الإمتاع البصري بالأماكن غير المألوفة، ثم الهروب من الروتين، وجاء دافع تقليد نمط حياة المؤثر في المرتبة الأخيرة.
- ٩- أشار المبجوثون إلى أن رؤيتهم الأولى لمحتوى صفحات المؤثرين ولمواقع التواصل الاجتماعي تتمثل في كونه مجتمعاً مزيّفاً وغير صادق فيما يقدمه.
- ١٠- أشار أكثر من نصف العينة إلى أن متابعة صفحات المشاهير على مواقع التواصل الاجتماعي تجعلهم يفكرون في تغيير حياتهم وتشعرهم بعدم الرضا عن مستواهم المعيشي والمادي.
- ١١- أشارت نتائج الدراسة إلى أن النسبة الكبرى من المبجوثين لم تقم بتقليد أفعال المؤثرين من قبل، وهي نسبة تزيد عن نصف العينة بقليل، في حين النصف الآخر قام بتقليد أفعالهم من قبل، وكانت أكثر الأفعال التي قاموا بتقليدها هي تجربة ملابس وأزياء أعلنوا عنها وكذلك مطاعم وأكلات، ومنتجات مختلفة تم دعمها من أكثر من مؤثر، إضافة إلى أن البعض حاول تصوير فيديوهات شبيهة بتلك التي يقوم بها المؤثرون، في حين تأثر البعض الآخر من نظرة المؤثرين للحياة، فحاول أن يظهر بنفس القوة التي يصدرونها والنظرة الإيجابية للحياة وطريقتهم في الحديث.
- ١٢- كان السبب الأول للمبجوثين لتقليد أفعال المؤثرين هو الاستفادة في حياتهم الشخصية مما يقدمونه من محتوى، ثم لأنهم يقدمون أموراً جديدة ومثيرة، ثم لرغبتهم بأن يظهروا مواكبين للجديد.

- ١٣- أشارت نتائج الدراسة إلى أن أغلبية الشباب من جيل Z عينة الدراسة يتمتعون بعلاقات آمنة مع والديهم يسودها الحب والتفاهم.
- ١٤- أشارت نتائج الدراسة إلى تركيز الشباب على صفات القدوة الروحية والنفسية والعقلية كصفات أساسية، ثم أتت الصفات الشكلية والمادية.
- ١٥- أشارت النتائج إلى أن أكثر من نصف العينة بقليل يرفض اتخاذ المؤثرين كقدوة لهم، وقد حصروا أسباب ذلك في أنهم لا يمكن أن يتخذوا شخصاً لا يعرفونه شخصياً قدوة لهم، وأيضاً لاعتقادهم بأن مجتمع مواقع التواصل الاجتماعي مزيف وغير صادق، في حين أشار النصف الثاني إلى موافقتهم على اتخاذ قدوة من مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي.
- ١٦- أشارت النتائج إلى الصفات التي حددها المبحوثون كي يتخذوا المؤثر قدوة لهم، وقد جاءت بأوزان نسبية متقاربة؛ حيث جاء صدق المؤثر في المرتبة الأولى، ثم كان احترامه لمتابعيه وأن يعرف مسؤوليته الاجتماعية نحوهم، ثم أن يكون محفزاً للشباب بشكل إيجابي.
- ١٧- أشارت نتائج الفروض الخاصة بالدراسة إلى قبول صحة الفرض الأول الذي ينص على أن مستوى التفاعل مع المحتوى المقدم على صفحات المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي يؤثر على كل من مستوى الاستجابة لنموذج القدوة منهم، وكذلك تقليد نموذج القدوة منهم، وذلك بعلاقة طردية ضعيفة. وكذلك الأمر بالنسبة للفرض الرابع؛ حيث تم قبول صحته بعلاقة طردية ضعيفة، والذي ينص على أن مستوى الاستجابة لنموذج القدوة يؤثر على تقليد المبحوثين لنموذج القدوة من المؤثرين على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي.
- ١٨- أشارت نتائج الدراسة إلى أن تأثير طبيعة الخبرات السابقة مع الوالدين على سمات نموذج القدوة لدى المبحوثين تأثير ضعيف طردي.
- ١٩- أشارت النتائج إلى عدم وجود علاقة تأثيرية بين طبيعة الخبرات السابقة مع الوالدين والاستجابة لنموذج القدوة من المؤثرين.
- ٢٠- أشارت النتائج إلى عدم وجود علاقة بين طبيعة الخبرات السابقة مع الوالدين وتقليد نموذج القدوة من المؤثرين.
- ٢١- أشارت الدراسة إلى تأثير سمات نموذج القدوة لدى المبحوثين على مستوى الاستجابة لنموذج القدوة من المؤثرين بعلاقة طردية ضعيفة.
- ٢٢- أشارت الدراسة إلى تأثير سمات نموذج القدوة لدى المبحوثين على تبني نماذج للقدوة من المؤثرين بعلاقة طردية متوسطة.

### خاتمة الدراسة وتوصياتها:

حاولت تلك الدراسة البحث في معيار مهم من معايير الحياة وهو المثل الأعلى والقدوة الذي يحتاجه الإنسان في كل مراحل حياته، ولخطورة وأهمية دوره سعت الدراسة إلى رصد هذا الأمر في حياة الشباب الحالي من جيل Z، وقد خلصت الدراسة إلى أن هذا الجيل من الشباب هو جيل واع لما يقدم إليه، واع في اختيار نموذج القدوة له، ولكنه جيل بدا مبهماً في مرجعيته، وما يحتكم إليه من معايير عند التعامل مع أمور حياته؛ لذا توصي الدراسة بضرورة إجراء العديد من الدراسات التي تستهدف دراسة جيل Z، وذلك من الجوانب المختلفة نفسياً واجتماعياً؛ للوقوف على مرجعيات هذا الجيل، وتوصي الدراسة أيضاً بضرورة أن يراعي صناع المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي مسؤوليتهم الاجتماعية تجاه جمهورهم الذي يعد أغلبه من الشباب، فينبغي أن يلتزموا بالصدق واتباع النسق القيمي والاجتماعي والديني للمجتمعات العربية التي يتوجهون لها؛ وذلك من أجل مزيد من الرقي بهذا الجيل إلى ما هو أفضل علمياً وخلقاً وديناً، فلا مانع أن يتكامل دورهم مع المؤسسات الأخرى التقليدية كالأسرة والمدرسة ودور العبادة، وأن يكونوا ملاذاً آمناً للشباب يستقون منه ما هو حميد يساعدهم في بناء ذواتهم بشكل إيجابي.

## مراجع الدراسة

- 1- P. 1-P. David Marshall and Sean Redmond, **A Companion to Celebrity** ,(Wiley black well, 2016).
- 2- Lari Myrskog , **Celebrity practice in networked media : a case study of Lady Gaga and Twitter**, **MSC**, (Finland,University of Jyväskylä, 2014).
- ٣- عادل فهمي البيومي، تعرض الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بهوية جيل الإنترنت والفجوة بين الأجيال، (مجلة بحوث الرأي العام، المجلد السادس عشر، العدد الثاني - أبريل يونية ٢٠١٧)، ص ص ٥١ : ١٠٤.
- 4- D Chung .eborah S, Chan Yoo,active Audience Motivations for Using Inter Distinguishing Use of Different Types of Interactivity on an Online :Features Newspaper,(United States, Routledge Publisher, **Mass Communication and Society**, October 2008, pp375:397) Available at: <https://www.researchgate.net/>
- ٥- أحمد أحمد عثمان، إدارة المشاهير لذواتهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتقدير الذات لدى الجمهور المصري، (المجلة المصرية لبحوث الرأي العام- المجلد الحادي والعشرون- العدد الرابع - الجزء الأول، أكتوبر - ديسمبر ٢٠٢٢).
- 6- Lucia Vesnić- Alujević, Nataša Simeunović Bajić , **Media Consumption Patterns: Watching TV In Former Yugoslav States**, (**Media Studies journal**, 2013, pp192:211).available at :<https://www.researchgate.net/>
- ٧- سعود البلوي الجبل الرقمي يعرف أكثر جيل الرقمي يعرف أكثر، مقال عبر الانترنت متاح على: <https://www.alwatan.com.sa/article/10031>
- Date of search 20-11-2023 on 5:13pm.
- ٨- آمال محمد خليل، التكنولوجيا والفجوة بين الأجيال، جامعة العلوم الاسلامية العالمية، مقال علمي يونيو ٢٠٢٣ متاح على: <https://www.researchgate.net/publication>
- ٩- أحمد أحمد عثمان، مرجع سابق.
- ١٠- واد. حسين. محمد. علي. إستراتيجيات تقديم الذات النسائية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتقدير الذات، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ٢٠٢١).
- 11- M. Junaid Ahmed, Umar Farooq, Hafiz Abdul Rehman, Waqar Naeem, **Effects of social media on youth** ,(Pakistan, University of Gujrat , Department of Political Science and International Relations,2021) .
- 12- Ashavidya Kusuma,Impact of Social Media On Youth ,Article (England, Bournemouth University Department of Computing and , 2020)

- ١٣- ياسمين محمد ابراهيم السيد، تأثير متابعة صفحات وحسابات المشاهير الرسمية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي على التفاعل شبه الاجتماعي لدى المراهقين، (المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مقال رقم ٣، العدد ١٨، يوليو ٢٠١٩)، ص ٦١٥: ٦٧٠.
- 14- Ana Carolina, Social Media Influencers: An exploratory approach to the relationship with SMI's followers, A Project of MSC (School of Business and Economics, 2018. publication/net.researchgate.www//:https/
- ١٥- طلال القضاة وآخرون، أثر خصائص مواقع التواصل الاجتماعي في القيم المختلفة لدى الشباب في المجتمع الأردني، (مجلة العلوم الاجتماعية، العدد السابع، مقال رقم ٣، يوليو ٢٠١٨)، مقال علمي متاح على: <https://academic.ju.edu.jo/>
- 16- Akram, W., & Kumar, R. A Study on Positive and Negative Effects of Social Media on Society. (**International Journal of Computer Sciences and Engineering**, vol 5, issue 10, 2017, pp 347:354).
- 17- Shabnoor Siddiqui, Tajinder Singh. Social Media its Impact with Positive and Negative Aspects, article, (**International Journal of Computer Applications Technology and Research**, Volume 5– Issue 2, 2016, pp71 - 75)
- 18- Christine M. Kowalczyk, Kathryn R. Ponders, Transforming celebrities through social media: the role of authenticity and emotional attachment Article, (**Journal of Product & Brand Management**, vol 25, Issue 4, 2016, pp345-356)
- ١٩- أسماء مصطفى، استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وانعكاسها على تشكيل قيم الشباب الجامعي، (مصر، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد ٨، ٢٠١٦ م)، ص ٢٧٥: ٣٢١.
- ٢٠- كاتب فارس، عقون الدنيا، أثر شبكات التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب الجزائري، متطلبات مناقشة الماجستير، (الجزائر، جامعة العربي بن مهيدي، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، ٢٠١٦).
- ٢١- آسيا شيكرب، أثر شبكات التواصل الاجتماعي في تغيير أنماط العلاقات الأسرية، (مؤتمر ضوابط استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الاسلام، المجلد الثالث، ٢٠١٦، ص ٧٩: ١٣٠).
- 22- Albert Bandura, (1971) *General Learning Press*. (**Social Learning Theory**)
- 23- Albert Bandura. *Social learning and personality development*. (New York: Holt, Rinehart, and Winston, 1963). Available at : <https://archive.org/details/sociallearningpe00bandrich/page/n13/mode/2up>
- 24- Renzetti, Claire M., Curran, Daniel J., Maier, Shana L., *Women, Men, and Society*. (Pearson, 2012, pp. 78–79).

- 25- Grusec, Joan E, Social learning theory and developmental psychology: The legacies of Robert Sears and Albert Bandura. (**Developmental Psychology**, Vol 28(5), Sep 1992, 776-786).
- 26- Ben Akpan , Teresa J. Kennedy , Science Education in Theory and Practice, Social Learning Theory—Albert Bandura, Chapter 7(Springer Nature, , 2021 ,pp85:99).
- 27- Sternberg, R. J., Williams, W. M., **Educational psychology**. (Merrill,2009
- ٢٨- محمد لوتي، نظرية التعلم الاجتماعي، موقع عرب سيكولوجي، ٢٠٢٠، متاح على:  
<https://arabpsychology.com/lessons/%D9%86%D8%B8%D8%B1%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B9%D9%84%D9%85-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%A7%D8%B9%D9%8A/> Date of Search 5-7-2023 on 2:30 pm.
- ٢٩- موقع التعبئة العامة والإحصاء:  
[https://www.capmas.gov.eg/Pages/IndicatorsPage.aspx?page\\_id=6134](https://www.capmas.gov.eg/Pages/IndicatorsPage.aspx?page_id=6134) Date of Search 6-12-2023 on 7:30 am.
- ٣٠- موقع (wiz case) متخصص في امن البيانات متاح على: <https://ar.wizcase.com> Date of Search 25-12-2023 on 9:12 am.