

تعرض الأطفال لمشاهير مواقع التواصل الاجتماعي (الانفلونسرز)
وعلاقتها بصورة القدوة لديهم

Marwa S. Abd El-Monem
Prof.Faten A. Al-Tonbary
Professor of Media, Faculty of Postgraduate Childhood Studies,
Ain Shams University
Dr.Nader M. Abd El-Mutalb
Lecturer of Media, Faculty of Postgraduate Childhood Studies,
Ain Shams University

مروة صلاح عبدالمنعم
ا.د.فاتن عبدالرحمن الطنباري
استاذ الاعلام وثقافة الاطفال كلية الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس
د.نادر محمد عبدالمطلب
مدرس الاعلام وثقافة الاطفال كلية الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس

المخلص

الاهداف: تهدف الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين تعرض الأطفال لمشاهير مواقع التواصل الاجتماعي (الانفلونسرز) وبين صورة القدوة لديهم.

المنهج: تنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واعتمدت على منهج المسح الإعلامي.

العينة: تمثلت عينة الدراسة في عينة عمدية متاحة قوامها ٤٠٠ مفردة من الأطفال في المرحلة السنوية (١٢- ١٥) سنة، من الذكور والإناث، ممن يتعرضون لحسابات (الانفلونسرز) على مواقع التواصل الاجتماعي.

الادوات: استخدمت الدراسة أداة استمارة الاستبيان كأداة لجمع بيانات الدراسة.

النتائج: توصلت الدراسة مجموعة من النتائج، من أهمها: جاء "أحمد الغندور (الدحيح)" في مقدمة تفضيلات الأطفال عينة الدراسة لحسابات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي (الانفلونسرز)، وذلك بوزن مئوي بلغ ٦,٦%. وفي الترتيب الثاني جاء حساب كريم اسماعيل بوزن مئوي بلغ ٤,٩%، تلاه حساب مي إبراهيم بوزن مئوي بلغ ٤,٩% في الترتيب الثالث. فيما يخص اتجاهات الأطفال نحو (الانفلونسرز)، فقد جاءت عبارة "تعلمت من الانفلونسرز مجموعة من السلوكيات الجيدة" في صدارة اتجاهاتهم نحو الانفلونسرز باعتبارهم قدوة، وذلك بمتوسط حسابي بلغ ٢,٣٠%. وفي الترتيب الثاني جاءت عبارة "أقوم بتجربة وشراء المنتجات التي يقومون بعرضها" بمتوسط حسابي بلغ ٢,٠٨، تلتها عبارة "أخبر أصدقائي بضرورة متابعة الانفلونسرز الذين أتابعهم" في الترتيب الثالث بمتوسط بلغ ٢,٠٦ كما تبين أن الأطفال عينة الدراسة يعتبرون الانفلونسرز "مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي" قدوة لهم، وذلك في الترتيب الأول، بنسبة مئوية بلغت ٥١,٥% وجاء في الترتيب الثاني الأطفال الذين يعتبرون الانفلونسرز قدوة لهم باستجابة "أحياناً"، بنسبة مئوية ٣٥,٥%، فيما جاء الأطفال ممن يعتبرون الانفلونسرز قدوة لهم باستجابة "نادراً" في الترتيب الثالث، وذلك بنسبة مئوية بلغت ١٣%.

الكلمات المفتاحية: الإنفلونسرز، صورة القدوة، تأثير.

Children's exposure to social media celebrities (Influencers)

and its relationship to their role model image

Aims: The study aims to identify the relationship between children's exposure to famous social media influencers and the image of their role models.

Methodology: The study belongs to descriptive studies, and relied on the media survey approach.

Sample: The study sample represented an available intentional sample of 400 individuals from children in the age group (12- 15) years, males and females, who are exposed to "influencers" accounts on social networking sites.

Tools: The study used the questionnaire form as a tool to collect study data

Results: The study reached a set of results, the most important of which are: "Ahmed Al- Ghandour "Al- Daheh"" came at the forefront of the preferences of the children in the study sample for the accounts of famous social networking sites "influencers, " with a percentage weight of 6.6%, and in second place came the account of "Karim Ismail" with a weight A percentage of 4.9%, followed by the account of "Mai Ibrahim" with a percentage weight of 4.9% in third place. Regarding children's attitudes towards "influencers", the phrase "I learned a set of good behaviors from the influencers" came at the top of their attitudes towards influencers. As role models, with a mean of 2.30%, and in second place came the phrase "I try and buy the products they offer" with a mean of 2.08, followed by the phrase "I tell my friends about the need to follow influencers that I follow" in third place with an average It reached 2.06. It was also found that the children in the study sample consider influencers as "social media celebrities" as their role models, with a percentage of 51.5%. The children who consider influencers as their role models to respond "sometimes" came in second place, with a percentage of 35.5%, while the children who consider influencers to be their role models with a response "rarely" came in third place, with a percentage of 13%.

KeyWords: Influencers, Role model image, Effect.

أهداف الدراسة:

١. التعرف على معدل متابعة الأطفال لحسابات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي (الانفلونسرز) على مواقع التواصل الاجتماعي.
٢. معرفة تفضيلات الأطفال عينة الدراسة لحسابات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي (الانفلونسرز) على مواقع التواصل الاجتماعي.
٣. رصد دوافع تعرض الأطفال لحسابات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي (الانفلونسرز).
٤. التعرف على أبرز الصفات التي يجب أن تتوفر لدى الانفلونسرز من وجهة نظر الأطفال عينة الدراسة.
٥. الكشف عن مدى اعتبار الأطفال لمشاهير مواقع التواصل الاجتماعي (الانفلونسرز) قدوة لهم.
٦. التعرف على اتجاهات الأطفال نحو مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي كقدوة لهم.

دراسات سابقة:

١. دراسة لولوه على السببسي (٢٠٢٠) بعنوان "تأثير مشاهير التواصل الاجتماعي على سلوك الأطفال: دراسة ميدانية على عينة من الآباء والأمهات بمدينة جدة: برنامجي السنايب شات واليوتيوب نموذجاً".^(١) هدفت هذه الدراسة الى التعرف على تأثير مشاهير التواصل الاجتماعي على سلوك الاطفال والتعرف على مدى تأثير هؤلاء المشاهير على السلوك الاجتماعي واللغوي للاطفال. أشارت النتائج ان عدد الاطفال الذين استجابوا للدراسة ٥٠٠ مستجيباً ذكورا واناث وقد توصلت نتائج الدراسة الي: بالنسبة لعمر الطفل تم التوصل الى ان نسبة ٢٧,٤% هم الاطفال من الفئة العمريه (٩- ١١) سنة وان نسبة ٢٧,٠% من الفئة العمريه (٣- ٥) سنوات، وان نسبة ٢٣,٠% هم من (٦- ٨) سنوات وان نسبة ٢٢,٦% هم من الفئة العمريه (١٢- ١٣) سنة. بالنسبة لعدد الساعات التي يقضيها الطفل في مشاهدة برنامج اليوتيوب والسنايب شات فقد تم التوصل الى ان نسبة ٤٠,٠% من الاطفال يقضون (٣- ٥) ساعات من مشاهدة برنامج اليوتيوب والسنايب شات وان نسبة ٢٩,٠% يقضون ساعة- ساعتين، وان نسبة ١٨,٠% من الاطفال يقضون ٦ ساعات فأكثر وكانت اقل نسبة ١٢,٨% يقضون ساعة فأقل في مشاهدة برنامج اليوتيوب والسنايب شات. كما توصلت النتائج الى ان تأثير مشاهير التواصل الاجتماعي على السلوك الاجتماعي واللغوي للاطفال كانت بدرجة متوسطة.

٢. دراسة Rania Abdelhay (2020) "The relationship between parental mediation and adolescents' exposure to social media influencers"^(٥) pages "العلاقة بين الوساطة الأبوية وتعرض المراهقين لصفحات المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي". وتعد دراسات وسائل التواصل الاجتماعي هي القضية الأكثر إثارة للجدل في العقد الحالي حيث بدأ الناس في التعامل معها كضرورة للحياة وقناة يتم من خلالها إنتاج معلومات جديدة كل يوم. لا تركز هذه الدراسة على ظاهرة وسائل التواصل الاجتماعي، لكنها تسلط الضوء على نتائج استخدامها مثل صعود المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي. لقد تحول المؤثرون من مصدر للمعلومات كخبراء إلى صديق افتراضي لمتابعيهم، وخاصة المراهقين. كلما زاد الوقت الذي يقضيه المراهقون على منصات التواصل الاجتماعي، زاد تفاعلهم واعتمادهم وتواصلهم مع المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي، الذين أصبحوا بديلاً جيداً وموثوقاً لأقرانهم وزملائهم. الهدف من هذه الدراسة هو التعرف على المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي، ودراسة نمط منشوراتهم، وتكرار النشر، وسبب النشر وطريقة تفاعل متابعيهم. لذلك، أجرى الباحث تحليلاً نوعياً للمحتوى لخمس حسابات مؤثرة على مواقع التواصل الاجتماعي على فيسبوك وحسابات إنستغرام. كما حرصت الدراسة على تحديد العلاقة بين دور الوساطة الأبوية لدى المراهقين واعتمادهم على المؤثرين على

شهدت البشرية في العقود الأخيرة تطوراً كبيراً في مجال وسائل الإعلام والاتصال، وبفضل التقدم السريع في تقنيات الإعلام والاتصال كما ونوعاً بدأت الشبكات الاجتماعية تدريجياً تأخذ حيزاً كبيراً من استخدامات الجمهور لوسائل الإعلام، لما تقدمه من مميزات علاوة على سهولة الاستخدام والحصول على الخدمات في أي وقت وبعدة طرق.

وبفضل ذلك التطور وفرت منصات وسائل التواصل الاجتماعي الكثير من الفرص للشباب الصغير لتحقيق الشهرة من خلالها، ومع نجاح الكثير منهم في اكتساب العديد من المتابعين عبر مواقع التواصل الاجتماعي تم تسميتهم بمشاهير مواقع التواصل الاجتماعي أو (الانفلونسرز).

ومع تزايد أعداد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، أصبح الأطفال أحد القطاعات الأساسية التي تستخدم تلك الشبكات، وتتوغل تأثيرات عملية الاستخدام ما بين إيجابية وسلبية، علاوة على البحث عن القدوة من خلال المضامين التي يتعرضون لها.

مشكلة الدراسة:

لاحظت الباحثة خلال الفترة الأخيرة تزايد حسابات (الانفلونسرز) على مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، حيث ظهر العديد من المشاهير لدى قطاع كبير من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي يقدمون محتوى متنوع ما بين الترفيهي والتعليمي، علاوة على تسويق الخدمات والمنتجات بالإضافة لمجالات أخرى كثيرة. وبتزامن ذلك مع استخدام قطاع كبير من الأطفال لمواقع التواصل الاجتماعي، وبالتالي احتمالية التعرض لتلك الحسابات، وفي ضوء ذلك قامت الباحثة بإجراء دراسة استطلاعية على عينة قوامها ٤٠ مفردة من الأطفال في المرحلة السنية (١٢- ١٥) للتعرف على مدى تعرضهم لحسابات الانفلونسرز على مواقع التواصل الاجتماعي، وأكثر المضامين التي يفضل الأطفال التعرض لها، وجاءت النتائج على النحو التالي:

١. جاء الأطفال الذين يتعرضون لحسابات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي (الانفلونسرز) في الترتيب الأول، وذلك بنسبة مئوية بلغت ٨٥%، فيما أوضح نسبة ١٥% أنهم لا يتعرضون لتلك الحسابات.
 ٢. جاء المضمون "العلمي" في صدارة المضامين التي يفضل الأطفال عينة الدراسة متابعتها عبر حسابات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي (الانفلونسرز)، فيما جاءت المضمون "التعليمي" في الترتيب الثاني، تلاه مضمون "تسويق المنتجات والخدمات" في الترتيب الثالث.
- وفي ضوء ما سبق تتحدد في التعرف على العلاقة بين تعرض الأطفال لحسابات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي (الانفلونسرز) على شبكة الانترنت وصورة القدوة المتشكلة لدى الأطفال عينة الدراسة، وما إذا كان (الانفلونسرز) يمثلون قدوة لهم أم لا. ويمكن بلورة مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي: ما العلاقة بين تعرض الأطفال لمشاهير مواقع التواصل الاجتماعي (الانفلونسرز) وصورة القدوة لديهم؟

أهمية الدراسة:

١. الأهمية النظرية:
 - أ. تناول الربط بين صورة القدوة ووسائل الإعلام الرقمي ممثلة في حسابات (الانفلونسرز) على مواقع التواصل الاجتماعي.
 - ب. الإسهام في إثراء دراسات الطفولة بالتطبيق على حسابات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي.
٢. الأهمية التطبيقية:
 - أ. الخروج بنتائج تفيد العاملين في مجال الطفولة في تحديد طبيعة المضامين التي تجذب انتباه الأطفال وتستنقطبهم.
 - ب. تقديم توصيات تتعلق بطبيعة تقديم القدوة للأطفال عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

الإعلام والتواصل وتأثيرها على السلوك الاجتماعي لدى الأطفال. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي. وتمثلت أدوات الدراسة في استخدام استبانة السلوك الاجتماعي لدى الأطفال، وتم تطبيقها على عينة مكونة من ٥٠ طفل وطفلة من مدارس إدارة وسط القاهرة التعليمية تتراوح أعمارهم بين (٨-١٢) عاما، وجميعهم من المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي. وجاءت نتائج الدراسة مؤكدة على أن المستخدمين يقدمون أنفسهم كما في الواقع؛ لأن هدفهم الأول هو التواصل مع الأصدقاء والدراسة معهم ومعرفة أخبارهم، وبالتالي فهم يضعون هويتهم الحقيقية على شبكات التواصل الاجتماعي. كما أكدت على أن استخدام الأسماء والصور الحقيقية على شبكات التواصل الاجتماعي يحقق نوعا من الثقة بين المستخدمين. وأوصت الدراسة بضرورة استثمار طاقات الأطفال واحتوائهم في أنشطة مهمة ودمج الأطفال في نسج المجتمع بدلا من حالة الانسلاخ والعزلة التي تؤدي إلى انغلاقه وانسحابه إلى شبكات التواصل الاجتماعي. وضرورة تنمية الوعي لدى الأطفال بأوجه الاستفادة من شبكات التواصل الاجتماعي، والتي تتيح لهم توفير الوقت والجهد في التواصل مع الآخرين.

٦. دراسة مها احمد عبدالعظيم (٢٠١٥) بعنوان "استخدام الطفل السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها: دراسة ميدانية على عينة من الأطفال بمدينة الرياض".^(٣) هدفت الدراسة إلى التعرف على "مدى استخدام الطفل السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها دراسة ميدانية على عينة من الأطفال بمدينة الرياض". واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي. وتكونت عينة الدراسة من ٢٥٠ طفل من الأطفال الفاطنين بمدينة الرياض، ممن هم في المرحلة العمرية من (٧-١٢) سنة، ممن يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي ولديهم حساب عليهما. وتمثلت أدوات الدراسة في استخدام استبانة استبيان لجمع المعلومات وللتعرف على آراء أفراد عينة الدراسة. وجاءت نتائج الدراسة مؤكدة على أن الأطفال السعوديين يلجأون إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لأسباب عديدة منها: لأنهم يجدون فيها حياة جديدة بعيدة عن حياتهم التقليدية التي اعتادوها في الواقع، وإمكانية البحث عن أصدقاء للتواصل معهم من جديد، فضلا عن استخدام البعض لهذه المواقع بغرض الشهرة وإثبات وتعزيز الثقة بالنفس. وتوصلت إلى وجود: نتائج مؤكدة على أن الأطفال السعوديين يلجأون إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لأسباب عديدة منها: لأنهم يجدون فيها حياة جديدة بعيدة عن حياتهم التقليدية التي اعتادوها في الواقع، وإمكانية البحث عن أصدقاء للتواصل معهم من جديد، فضلا عن استخدام البعض لهذه المواقع بغرض الشهرة وإثبات وتعزيز الثقة بالنفس "جميعها إشباع مهمة في حياة الطفل"، كما يجد البعض منهم هذه المواقع شكلا من أشكال تقليد الكبار من حيث الفخر بأنفسهم وحضورهم النشط عليها، وذلك كله بخلاف سهولة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

٧. دراسة Yousef Salem (2015) "The Social Impact of Social Networking Media on Teenagers From 13 to 19 Years Old in Oman" الاجتماعي لوسائل التواصل الاجتماعي على المراهقين من سن ١٣ إلى ١٩ سنة في عمان". وفر الاستخدام الهائل لمواقع التواصل الاجتماعي مثل Myspace و Facebook و Bebo و Friendster الكثير من الفرص والتحديات. ويمكن أن يكون تأثير هذا النوع من وسائل الإعلام اجتماعيا ونفسيا واقتصاديا، وبالنسبة لكثير من المجتمعات فإن التأثير الاجتماعي يعد مصدر قلق كبير لأن هذه التقنيات الحديثة بسبب سرعة انتشارها قد نجحت في التأثير على اتجاهات مجموعات متنوعة من الأفراد. ويعد الدور الذي لعبته وسائل التواصل الاجتماعي في الاضطرابات التي شهدتها المنطقة العربية مؤخرا مثلا واضحا لهذا التأثير. فعمان، كما هو الحال في الدول الأخرى، تواجه التحدي نفسه، لأن من بين كافة الفئات العمرية في عمان، تشكل الفئة العمرية المراهقة التي تتراوح

وسائل التواصل الاجتماعي طوال حياتهم في قراراتهم ومشاكلهم ونصائحهم. أعدت الباحثة استبيانين: أحدهما موجه إلى ٢٠٠ مراهق من أولئك الذين يتابعون المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة سبب متابعتهم لهم وتأثيرهم على المستوى المعرفي والسلوكيات والعواطف وما إذا كانوا يحلون محل الوساطة الأبوية. الاستبيان الثاني موجه إلى ٢٠٠ من الوالدين ممن هم على دراية بوجود مؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي لتحديد نوع الوساطة التي يستخدمونها ومعرفة درجة مشاركتهم في أنشطة المراهقين عبر الإنترنت.

٣. دراسة Sebha Hakem (2019) "Parents Perspectives Toward Young Children Being Famous in The Social Media" آراء الآباء اتجاه شهرة الأطفال في مواقع التواصل الاجتماعي.^(١) في السنوات الأخيرة، أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي في كل مكان ومهمة للتواصل الاجتماعي ومشاركة المحتوى. في هذه الدراسة، نوضح كيف يمكن للأطفال استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية لتكون مشهورة. تهدف هذه الدراسة إلى تقييم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الأطفال لتكون مشهورة؛ تم تصميم هذه الدراسة لمشاهدة اتجاهات الآباء حول استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية من قبل الأطفال الصغار. الطريقة: كان المشاركون ١٣٥ من الآباء من المملكة العربية السعودية، تم اختيارهم بشكل عشوائي. كشفت نتائج الدراسة أن معظم الآباء يرغبون برؤية أولادهم مشهورين ليكونوا جزءا من المجموعة في المجتمع فقط، وقد حلل معظم الآباء السبب في أن أطفالهم يبحثون عن الشهرة لأن الأطفال تعرضوا للمضايقة من قبل. الاستنتاجات/ الأهمية: تقوم هذه الدراسة بمراجعة وجهات نظر الكبار باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي من قبل الأطفال ليكونوا مشهورين في المملكة العربية السعودية. تكشف النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة وجهات نظر الوالدين نحو شهرة أطفالهم، وتوضح لماذا يرغب بعض الآباء في رؤية أطفالهم مشهورين، حيث أوضحت نتائج هذه الدراسة أن الأطفال يبحثون عن الشهرة لإرضاء رغبة الأنا لديهم.

٤. دراسة هنا سعد الشبيب (٢٠١٧) "دور الأم في ضبط استخدام الأطفال لمواقع التواصل الاجتماعي: دراسة ميدانية على عينة من الأمهات في مدينة الرياض".^(٤) هدفت الدراسة إلى التعرف إلى آثار استخدام الأطفال في المجتمع السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي ودور الأم في ضبطها، استخدمت الدراسة منهج المسح الاجتماعي بعينة عمدية حجمها ٢٠٤ من الأمهات اللاتي لديهن أطفال في سن ١٢ عاما فأقل؛ ولديهم أجهزة ذكية؛ ويتابعون مواقع التواصل الاجتماعي، واستخدمت الاستبانة لجمع البيانات، وأشارت نتائج الدراسة إلى أهمية دور الأم، فالطفل يستشعر عملية الرقابة من الأم؛ سواء في معدل الساعات التي يقضيها على مواقع التواصل الاجتماعي، أو المواقع التي تسمح له الأم بمتابعتها. وتوصلت الدراسة إلى: ارتفاع معدل ساعات استخدام الأطفال لمواقع التواصل الاجتماعي، وارتفاع نسبة مشاهدة الأطفال لمواقع (يوتيوب، سناب شات، انستغرام)، وأيضا من خلال مقترحات أفراد العينة لضبط استخدام الأطفال لمواقع التواصل الاجتماعي؛ مما يوضح أن الأم لديها التصور للألية الصحيحة لاستخدام أطفالها لمواقع التواصل الاجتماعي؛ مما يشير إلى وعيها، ولكن لم تفعل هذه الألية أو تطبيقها في الواقع، وقد يكون بسبب شعور الأم بتداخل الأدوار وصراعا، بوصفها أما وزوجة وموظفة في عملها، مما يؤثر في أدائها أدوارها الاجتماعية، ومن ثم يؤثر في قيامها بالدور المتوقع منها في مراقبة أطفالها وحمايتهم من التأثير السلبي لمواقع التواصل الاجتماعي. وأوضحت نتائج الدراسة أن من أهم الآثار السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي في الأطفال: دخول مصطلحات غريبة على لغتهم، وتقليد طريقة الكلام والكتابة لبعض المشاهير، وضعف تواصل الأطفال مع أفراد الأسرة، ووجود فجوة بين الأم وأطفالها.

٥. دراسة فاطمة الزهراء عبدالرحمن (٢٠١٨) "وسائل الإعلام والتواصل وتأثيرها على السلوك الاجتماعي لدى الأطفال".^(١) سلطت الدراسة الضوء على وسائل

٢ المتغير وسيط: النوع (ذكور/ إناث).

حدود الدراسة:

- ٢ الحدود الموضوعية: تتمثل في تعرض الأطفال لمشاهير مواقع التواصل الاجتماعي (الانفلونسرز) وعلاقته بصورة القدرة لديهم.
- ٢ الحدود المكانية: تتمثل في نطاق محافظة القاهرة الكبرى.
- ٢ الحدود الزمانية: تتمثل في الفترة التي قامت فيها الباحثة بتطبيق إجراءات الدراسة في الفترة ما بين ١/٥/٢٠٢٣ إلى ١/٦/٢٠٢٣.

عينة الدراسة:

تتمثل عينة الدراسة في عينة عمدية متاحة قوامها ٤٠٠ مفردة من الأطفال في المرحلة العمرية من (١٢- ١٥) سنة، من الذكور والإناث، وذلك ممن يتعرضون لحسابات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي (الانفلونسرز)، وذلك من محافظة القاهرة الكبرى.

أدوات جمع البيانات:

تتمثل أداة جمع البيانات في استمارة استبيان بالتطبيق على الأطفال عينة الدراسة.

نتائج الدراسة:

٢ معدل متابعة الأطفال لحسابات مشاهير السوشيال ميديا (الانفلونسرز) على مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (١) معدل متابعة الأطفال لحسابات مشاهير السوشيال ميديا (الانفلونسرز)

النوع	ذكر		أنثى		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
دائما	٥٨	٥٥,٨	١٥٦	٥٢,٧	٢١٤	٥٣,٥
أحيانا	٣٦	٣٤,٦	٦٢	٢٠,٩	٩٨	٢٤,٥
نادرا	١٠	٩,٦	٧٨	٢٦,٤	٨٨	٢٢,٠
الإجمالي	١٠٤	١٠٠	٢٩٦	١٠٠	٤٠٠	١٠٠

قيمة كا^٢ = ١٥,٨٠٣ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠,١٩٥ مستوى الدلالة = دالة عند ٠,٠١

يتضح من بيانات الجدول السابق أن الأطفال عينة الدراسة يتابعون حسابات الانفلونسرز "مشاهير السوشيال ميديا" على مواقع التواصل الاجتماعي بمعدل "دائما"، وذلك في الترتيب الأول بنسبة مئوية بلغت ٥٣,٥%، وفي الترتيب الثاني جاء الأطفال ممن يتابعون حسابات الانفلونسرز بمعدل "أحيانا" في الترتيب الثاني بنسبة ٢٤,٥%، فيما جاء ممن يتابعون الحسابات بمعدل "نادرا" في الترتيب الثالث والأخير بنسبة مئوية بلغت ٢٢%.

٢ تقصيلات الأطفال عينة الدراسة لحسابات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي

(الانفلونسرز) على مواقع التواصل:

جدول (٢) تقصيلات الأطفال عينة الدراسة لحسابات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي (الانفلونسرز) على مواقع التواصل

الاستجابة	نعم أتابعه		لا أتابعه		الاستجابة
	ك	%	ك	%	
حسابات الانفلونسرز (أحمد الغندور (الدحيح)	٣١٦	٧٩,٠	٨٤	٢١,٠	نعم أتابعه
كريم اسماعيل	٣٤٨	٨٧,٠	٥٢	١٣,٠	نعم أتابعه
مي ابراهيم	٣٤٢	٨٥,٥	٥٨	١٤,٥	نعم أتابعه
شريف فايد	٣٣٦	٨٤,٠	٦٤	١٦,٠	نعم أتابعه
تسنيم العايدى	٣٣٢	٨٣,٠	٦٨	١٧,٠	نعم أتابعه
فؤاد القفاص	٣١٨	٧٩,٥	٨٢	٢٠,٥	نعم أتابعه
زينب و احمد حسن	٣٢٠	٨٠,٠	٨٠	٢٠,٠	نعم أتابعه
بيننا داش	٣٢٦	٨١,٥	٧٤	١٨,٥	نعم أتابعه
نورهان ابوبكر	٣١٦	٧٩,٠	٨٤	٢١,٠	نعم أتابعه
محمد عاطف (مو ستايل)	٣١٤	٧٨,٥	٨٦	٢١,٥	نعم أتابعه
جهاد المحلاوى	٣٠٤	٧٦,٠	٩٦	٢٤,٠	نعم أتابعه
دهانى عصام	٣٠٤	٧٦,٠	٩٦	٢٤,٠	نعم أتابعه
منه السني	٣٠٢	٧٥,٥	٩٨	٢٤,٥	نعم أتابعه
نادية الخولى	٣٠٢	٧٥,٥	٩٨	٢٤,٥	نعم أتابعه
اروى قاسم	٢٩٦	٧٤,٠	١٠٤	٢٦,٠	نعم أتابعه
دالا المهندس	٢٨٤	٧١,٠	١١٦	٢٩,٠	نعم أتابعه

أعمارها بين (١٣- ١٩) سنة جزء رئيسيا من البنية الديموغرافية للدولة، ولهذا من المهم دراسة وفهم تأثير وسائل الإعلام والتواصل الاجتماعي سريعة التطور والانتشار على هذه الفئة العمرية. وتهدف هذه الدراسة إلى الإسهام في تشكيل هذا الفهم من خلال دراسة الأثر الاجتماعي لوسائل التواصل الاجتماعي على المراهقين في سلطنة عمان، حيث يقوم الباحثون بمسح واستطلاع استخدام المراهقين لهذه التقنيات وتصورتهم عنها، إضافة إلى استطلاع وجهات نظر أولياء الأمور وتصورتهم عنها، وعن طريق الدمج بين هذين البعدين فإن هذه الدراسة تهدف إلى توفير إسهامات مختلفة ومتنوعة فيما يتعلق بالجانب النظرى والجانب العملى حول هذه القضية. أظهرت نتائج الدراسة أن جميع المراهقين عينة الدراسة تقريبا ٩٩% يوافقون على أن شبكات التواصل الاجتماعي مفيدة، وأن استخدامها لا يؤثر على سلوكهم الاجتماعي.

تساؤلات الدراسة:

١. ما معدل متابعة الأطفال لحسابات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي (الانفلونسرز) على مواقع التواصل الاجتماعي؟
٢. ما تقصيلات الأطفال عينة الدراسة لحسابات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي (الانفلونسرز) على مواقع التواصل الاجتماعي؟
٣. ما دوافع تعرض الأطفال لحسابات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي (الانفلونسرز)؟
٤. ما أبرز الصفات التي يجب أن تتوفر لدى الانفلونسرز من وجهة نظر الأطفال عينة الدراسة؟
٥. إلى أى مدى يعتبر الأطفال مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي (الانفلونسرز) قدوة لهم؟
٦. ما اتجاهات الأطفال نحو مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي كقدوة لهم؟

فروض الدراسة:

١. الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل متابعة الأطفال لمشاهير مواقع التواصل الاجتماعي (الانفلونسرز) وتكوين صورة القدوة لديهم.
٢. الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث في اتجاهاتهم نحو صورة القدوة المقدمة عن مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي.

التعريفات الإجرائية لمصطلحات الدراسة:

٢ مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي (الانفلونسرز): المقصود بها فى الدراسة هم الأشخاص المشهورين على مواقع التواصل الاجتماعي ويمتلكون حسابات تحظى بعدد كبير من المتابعين يبدأ من ٩ آلاف متابع فأكثر، ويتنوع (الانفلونسرز) فى تقديم مختلف المضامين، سواء كانت العلمية أو المعلوماتية، وكذلك تسويق الخدمات والسلع... إلخ.

٢ صورة القدوة: المقصود بها فى الدراسة هى الصورة التى تتشكل لدى الأطفال عينة الدراسة حول مفهوم القدوة فى ضوء ما يتعرضون له من مضامين يقدمها (الانفلونسرز) عبر حساباتهم على مواقع التواصل الاجتماعي، وتتقسم صورة القدوة إما إلى إيجابية يقتدى بها الأطفال ويحاولون تقليدها، أو سلبية بحيث لا تلقى إعجاب الأطفال وينصرفوا عن تقليدها.

نوع ومنهج الدراسة:

تتنمى هذه الدراسة الى الدراسات الوصفية، بينما تعتمد الدراسة على منهج المسح الإعلامي.

متغيرات الدراسة:

٢ المتغير المستقل: تعرض الأطفال لمشاهير مواقع التواصل الاجتماعي (الانفلونسرز).

٢ المتغير التابع: صورة القدوة المشكلة لدى الأطفال.

جدول (٤) أبرز الصفات التي يجب أن تتوفر لدى الانفلونسرز من وجهة نظر الأطفال عينة الدراسة

الصفات	الاستجابة	موافق		محايد		لا أوافق		الدرجة
		ك	%	ك	%	ك	%	
الصدق	٣٦٤	٩١,٠	٣٤	٨,٥	٢	٠,٥	١١,٧	أوافق
الأمانة	٣٤٦	٨٦,٥	٥٢	١٣,٠	٢	٠,٥	١١,٥	أوافق
التطور من الذات	٣٣٤	٨٣,٥	٦٤	١٦,٠	٢	٠,٥	١١,٤	أوافق
الثقة بالنفس	٣٢٢	٨٠,٥	٧٦	١٩,٠	٢	٠,٥	١١,٣	أوافق
الطموح والنكاه	٣٢٠	٨٠,٠	٧٨	١٩,٥	٢	٠,٥	١١,٢	أوافق
حب الاستطلاع	٢٨٦	٧١,٥	١١٢	٢٨,٠	٢	٠,٥	١٠,٩	أوافق
عدم تقليد الآخرين	٢٩٠	٧٢,٥	١٠٨	٢٧,٠	٢	٠,٥	١٠,٩	أوافق
الشجاعة	٢٥٢	٦٣,٠	١٤٦	٣٦,٥	٢	٠,٥	١٠,٦	أوافق
الغنى	٢٤٦	٦١,٥	١٥٢	٣٨,٠	٢	٠,٥	١٠,٥	أوافق
الإجمالي								ن=٤٠٠

يتضح من بيانات الجدول السابق ان صفة "الصدق" جاءت في صدارة الصفات التي يجب أن تتوفر لدى الانفلونسرز من وجهة نظر الأطفال عينة الدراسة، وذلك بوزن مؤوى بلغ ١١,٧%، وفي الترتيب الثاني جاء صفة "الأمانة" بوزن مؤوى ١١,٥%، تلتها صفة "التطور من الذات" بوزن مؤوى بلغ ١١,٤% في الترتيب الثالث، ثم صفة "الثقة بالنفس" في الترتيب الرابع بوزن مؤوى ١١,٣%، وجاءت صفة "الطموح والنكاه" في الترتيب الخامس بوزن مؤوى ١١,٢%، فيما تقاسمت صفتي "حب الاستطلاع" و "عدم تقليد الآخرين" في الترتيب السادس بوزن مؤوى بلغ ١٠,٩% لكل منهما، وجاءت صفة "الشجاعة" في الترتيب السابع بوزن مؤوى ١٠,٦%، فيما جاءت صفة "الغنى" في الترتيب الثامن والأخير بوزن مؤوى بلغ ١٠,٥%.

بـ درجة ثقة الأطفال بحسابات الانفلونسرز "مشاهير السوشيال ميديا" على مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (٥) درجة ثقة الأطفال لحسابات الانفلونسرز "مشاهير السوشيال ميديا" على مواقع التواصل الاجتماعي

النوع	ذكر		إنثى		الإجمالي
	ك	%	ك	%	
درجة الثقة	٤٣	٤١,٣	١١٩	٤٠,٢	١٦٢
أثق إلى حد ما	٣٢	٣٠,٨	١٢٤	٤١,٩	١٥٦
أثق بدرجة كبيرة	٢٩	٢٧,٩	٥٣	١٧,٩	٨٢
لا أثق فيه	١٠٤	١٠٠	٢٩٦	١٠٠	٤٠٠
الإجمالي					

قيمة ك^٢ = ٦,٢٠٥ = درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠,١٢٤ مستوى الدلالة = دالة عند ٠,٠٥

يتضح من بيانات الجدول ان الأطفال عينة الدراسة ممن يتقنون "إلى حد ما" في حسابات الانفلونسرز على مواقع التواصل الاجتماعي، جاء في الترتيب الأول، وذلك بنسبة مئوية بلغت ٤٠,٥%، وفي الترتيب الثاني جاء الأطفال ممن يتقنون "بدرجة كبيرة" في حسابات الانفلونسرز بنسبة مئوية بلغت ٣٩%، تلاهم الأطفال ممن "لا يتقنون" في حسابات الانفلونسرز في الترتيب الثالث والأخير بنسبة ٢٠,٥%.

بـ مدى اعتبار الأطفال لمشاهير مواقع التواصل الاجتماعي (الانفلونسرز) قُدوة لهم: جدول (٦) مدى اعتبار الأطفال لمشاهير مواقع التواصل الاجتماعي (الانفلونسرز) قُدوة لهم

النوع	ذكر		إنثى		الإجمالي
	ك	%	ك	%	
المدى	٦٦	٦٣,٥	١٤٠	٤٧,٣	٢٠٦
نعم	٣٢	٣٠,٨	١١٠	٣٧,٢	١٤٢
أحياناً	٦	٥,٨	٤٦	١٥,٥	٥٢
نادراً	١٠٤	١٠٠	٢٩٦	١٠٠	٤٠٠
الإجمالي					

قيمة ك^٢ = ١٠,٤٤٣ = درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠,١٦٠ مستوى الدلالة = دالة عند ٠,٠١

ويتضح من تحليل بيانات الجدول السابق ان الأطفال عينة الدراسة الانفلونسرز يعتبرون "مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي" قُدوة لهم، وذلك في الترتيب الأول، بنسبة مئوية بلغت ٥١,٥%، وجاء في الترتيب الثاني الأطفال الذين يعتبرون الانفلونسرز قُدوة لهم باستجابة "أحياناً"، بنسبة مئوية ٣٥,٥%، فيما جاء الأطفال ممن يعتبرون الانفلونسرز قُدوة لهم باستجابة "نادراً" في الترتيب الثالث، وذلك

(تعرض الأطفال لمشاهير مواقع التواصل ...)

الاستجابة	نعم أتابعه		لا أتابعه		الاستجابة
	ك	%	ك	%	
حسابات الانفلونسرز	٢٨٢	٧٠,٥	١١٨	٢٩,٥	الاستجابة
عليا اوي	٢٨٢	٧٠,٥	١١٨	٢٩,٥	نعم أتابعه
علي غزلان	٢٨٢	٧٠,٥	١١٨	٢٩,٥	نعم أتابعه
عمرو راضي	٢٧٠	٦٧,٥	١٣٠	٣٢,٥	نعم أتابعه
امير منير	٢٦٢	٦٥,٥	١٣٨	٣٤,٥	نعم أتابعه
مي جمال (بتاعت الانجليزي)	٢٣٢	٥٨,٠	١٦٨	٤٢,٠	نعم أتابعه
احمد سمير (بيجيكولوجي)	١٦٤	٤١,٠	٢٣٦	٥٩,٠	لا أتابعه
الإجمالي			ن=٤٠٠		

يتضح من بيانات الجدول السابق ان "أحمد الغندور (الدهيح)" جاء في مقدمة تفضيلات الأطفال عينة الدراسة لحسابات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي (الانفلونسرز)، وذلك بوزن مؤوى بلغ ٦,٦%، وفي الترتيب الثاني جاء حساب كريم اسماعيل بوزن مؤوى بلغ ٤,٩%، تلاه حساب "مي إبراهيم" بوزن مؤوى بلغ ٤,٩% في الترتيب الثالث، ثم حساب "شريف فايد" بوزن مؤوى ٤,٨%، وحساب "تسنيم العايدى" في الترتيب الخامس بوزن مؤوى بلغ ٤,٧%، وجاء في الترتيب العشرون حساب "أمير منير" بوزن مؤوى ٤,٢%، ثم حساب "مي جمال" في الترتيب الحادي والعشرون بوزن مؤوى ٤%، وأخيرا حساب "أحمد سمير (بيجيكولوجي)" في الترتيب الثاني والعشرون بوزن مؤوى بلغ ٣,٦%.

بـ دوافع تعرض الأطفال لحسابات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي (الانفلونسرز):

جدول (٣) دوافع تعرض الأطفال لحسابات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي (الانفلونسرز)

الدوافع	موافق		محايد		لا أوافق		الدرجة
	ك	%	ك	%	ك	%	
الترفيه والتسلية	٢٣٦	٥٩,٠	١٢٠	٣٠,٠	٤٤	١١,٠	٩٩٢
التعرف على الموضوعات الحديثة	١٨٨	٤٧,٠	١٤٤	٣٦,٠	٦٨	١٧,٠	٩٢٠
التعرف على الأحداث الجارية	١٦٠	٤٠,٠	١٦٨	٤٢,٠	٧٢	١٨,٠	٨٨٨
ما يتم طرحه من موضوعات يدخل في مجال اهتماماتي	١٤٦	٣٦,٠	١٦٠	٤٠,٠	٩٤	٢٣,٥	٨٥٢
معرفة تجارب الانفلونسرز الشخصية تجاه منتج معين	١٣٤	٣٣,٥	١٥٠	٣٧,٥	١١٦	٢٩,٠	٨١٨
لأنتاقش مع حولى فى ما أشاهده	١٠٦	٢٦,٥	١٥٠	٣٧,٥	١٤٤	٣٦,٠	٧٦٢
لرغبتى فى دعم الانفلونسرز (مشاهير السوشيال ميديا)	٧٠	١٧,٥	١٦٦	٤١,٥	١٦٤	٤١,٠	٧٠٦
اتسامهم بالصدق والموضوعية	٨٨	٢٢,٠	١٣٢	٣٣,٠	١٨٠	٤٥,٠	٧٠٨
البحث عن أصدقاء	٣٦	٩,٠	٨٨	٢٢,٠	٢٧٦	٦٩,٠	٥٦٠
الإجمالي							ن=٤٠٠

يتضح من بيانات الجدول السابق ان دافع "الترفيه والتسلية" جاء في مقدمة دوافع تعرض الأطفال لحسابات الانفلونسرز على مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك بوزن مؤوى بلغ ١٣,٨%، وفي الترتيب الثاني جاء دافع "التعرف على الموضوعات الحديثة"، وذلك بوزن مؤوى بلغ ١٢,٨%، تلاه دافع "التعرف على الأحداث الجارية" في الترتيب الثالث بوزن مؤوى ١٢,٣%، وجاء دافع "ما يتم طرحه من موضوعات يدخل في مجال اهتماماتي" في الترتيب الرابع بوزن مؤوى بلغ ١١,٨%، ثم دافع "معرفة تجارب الانفلونسرز الشخصية تجاه منتج معين" في الترتيب الخامس بوزن مؤوى ١١,٣%، وفي الترتيب السادس جاء دافع "لأنتاقش مع حولى فى ما أشاهده" بوزن مؤوى ١٠,٦%، تلاه دافع "الرغبتى فى دعم الانفلونسرز" في الترتيب السابع بوزن مؤوى بلغ ٩,٨%، ثم دافع "اتسامهم بالصدق والموضوعية" في الترتيب الثامن بوزن مؤوى ٩,٨%، فيما جاء دافع "البحث عن أصدقاء" في الترتيب التاسع والأخير بوزن مؤوى بلغ ٧,٨%.

بـ أبرز الصفات التي يجب أن تتوفر لدى الانفلونسرز من وجهة نظر الأطفال عينة الدراسة:

أى محتوى يقدمونه"، و"لا أعتمد على الانفلونسرز لأنهم لا يقدمون لى فائدة" الترتيب الثالث عشر، بمتوسط حسابى بلغ ١,٨٦ لكل منهما، وجاءت عبارة "الانفلونسرز يقدمون معلومات مفيدة لمتابعيهم" فى الترتيب الرابع عشر بمتوسط ١,٨٠، تلتها عبارة "الانفلونسرز لديهم بعض السلوكيات السلبية" فى الترتيب الخامس عشر والأخير، بمتوسط حسابى بلغ ١,٧٩.

نتائج التحقق من صحة الفروض:

١. الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل متابعة الأطفال لمشاهير مواقع التواصل الاجتماعي (الانفلونسرز) وتكوين صورة القدوة لديهم:

جدول (٨) نتائج معامل ارتباط سبيرمان لبيان العلاقة بين دوافع مشاهدة المراهقين مسلسلات رمضان وتدعيم القيم لديهم

الدلالة	اتجاه العلاقة	معدل متابعة الأطفال لمشاهير مواقع التواصل الاجتماعي	
		العدد	معامل الارتباط (R)
دلالة ٠,٠١	طردية	٤٠٠	٠,٣٤٩

تشير نتائج اختبار سبيرمان فى الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين معدل متابعة الأطفال عينة الدراسة لأنفلونسرز على مواقع التواصل الاجتماعي وبين الصورة الذهنية المتكونة لديهم عن القدوة، حيث بلغت قيمة (R) ٠,٣٤٩، وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠١، مما يدل على صحة الفرض.

٢. الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث فى اتجاهاتهم نحو صورة القدوة المقدمة عن مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (٩) نتائج اختبار (T-test) لدلالة الفروق بين متوسطات درجات الذكور والإناث فى اتجاهاتهم نحو صورة القدوة المقدمة عن مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي

النوع	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	درجة الحرية	الدلالة
ذكور	١٠٤	١,٧٨	٠,٨٠٠	٢,١٤٦	٣٩٨	دلالة عند ٠,٠٥
إناث	٢٩٦	١,٩٧	٠,٧٥٤			

نتائج اختبار (ت) فى الجدول السابق توضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث فى اتجاهاتهم نحو صورة القدوة المقدمة عن مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي لصالح الإناث، حيث بلغت قيمتها ٢,١٤٦ وهى قيمة دالة إحصائياً أى مستوى دلالة = ٠,٠٥، وبالتالي ثبت صحة الفرض القائل: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث فى اتجاهاتهم نحو صورة القدوة المقدمة عن مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي، لصالح الإناث.

خاتمة الدراسة:

يتبين من خلال ما سبق أهمية مراجعة ومتابعة وسائل الإعلام وخاصة وسائل الإعلام الرقمية ممثلة فى مواقع التواصل الاجتماعي بما تقدمه من مضامين مختلفة، نظراً لتأثيراتها المتعددة على الجمهور وخاصة الأطفال كأجيال نشء مازالت فى مرحلة التشكيل وبناء الشخصية، كما يجب النظر بشكل جاد فى تقديم القدوة الإيجابية للأطفال فى وسائل الإعلام بشكل عام ومواقع التواصل الاجتماعي على وجه الخصوص.

التوصيات:

١. توعية المجتمع من السلبيات التى يمكن أن يكتسبها الطفل بسبب التعرض لمشاهير مواقع التواصل الاجتماعي.
٢. تشجيع مؤسسات المجتمع المدنى على إقامة دورات توعية لاولياء الامور بطرائق الاستخدامات الامنة لوسائل التواصل الاجتماعي.
٣. حث وزارة الثقافة والاعلام على نشر مقاطع توعية للاستخدام الامن لمواقع التواصل الاجتماعي وتوضيح من هم نماذج القدوة الصحيحه.

اتجاهات الأطفال نحو مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي كقدوة لهم:

جدول (٧) اتجاهات الأطفال نحو مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي كقدوة لهم، حيث (ن = ٤٠٠)

الاستجابة	أوافق		محايد		معارض		المتوسط الحسابي	الرأى
	ك	%	ك	%	ك	%		
تعلمت من الانفلونسرز مجموعة من السلوكيات الجيدة	١٩٣	٤٨,٣	١٣٣	٣٣,٣	٧٤	١٨,٥	٢,٣٠	أوافق
أقوم بتجربة وشراء المنتجات التى يقومون بعرضها	١٠٨	٢٧,٠	٢١٥	٥٣,٨	٧٧	١٩,٣	٢,٠٨	أوافق
أخبر أصدقائى بضرورة متابعة الانفلونسرز الذين أتابعهم	١٢٨	٣٢,٠	١٦٦	٤١,٥	١٠٦	٢٦,٥	٢,٠٦	أوافق
أتمنى أن أصبح انفلونسرز فى يوم من الأيام	١١٥	٢٨,٧	١٨٨	٤٧,٠	٩٧	٢٤,٣	٢,٠٥	أوافق
أزور الأماكن التى يوصى بها الانفلونسرز	٩٩	٢٤,٨	٢١٠	٥٢,٥	٩١	٢٢,٨	٢,٠٢	أوافق
أسعى دائما للمشاركة معهم ونشر المحتويات التى يروجون لها	٩٢	٢٣,٠	٢٠٦	٥١,٥	١٠٢	٢٥,٥	١,٩٨	محايد
اعتمد على الانفلونسرز فى تصرفات كثير بحياتى اليومية	٨٤	٢١,٠	٢١٨	٥٤,٥	٩٨	٢٤,٥	١,٩٧	محايد
أقلد سلوكيات الانفلونسرز فى كثير من مواقف حياتى	٩٧	٢٤,٣	١٨١	٤٥,٣	١٢٢	٣٠,٥	١,٩٤	محايد
إعجابى بالانفلونسرز قائم على شكله وليس المحتوى الذى يقدمه	٩٢	٢٣,٠	١٨٩	٤٧,٣	١١٩	٢٩,٨	١,٩٣	محايد
أقلد الانفلونسرز فى طريقة ملابسهم	١٠٠	٢٥,٠	١٦٩	٤٢,٣	١٣١	٣٢,٨	١,٩٢	محايد
حتى للانفلونسرز يجعلنى أتابعهم مهما كان المحتوى المقدم	٩١	٢٢,٨	١٦٨	٤٢,٠	١٤١	٣٥,٣	١,٨٩	محايد
يجب التعرف على طبيعة الانفلونسرز قبل متابعته والافتداء بنصرفاته	١٠٢	٢٥,٥	١٤٩	٣٧,٣	١٤٩	٣٧,٣	١,٨٨	محايد
أكره الهوس بالانفلونسرز وبقبول أى محتوى يقدمونه	٨٢	٢٠,٥	١٨١	٤٥,٣	١٣٧	٣٤,٣	١,٨٦	محايد
لا أعتمد على الانفلونسرز لأنهم لا يقدمون لى فائدة	٩٦	٢٤,٠	١٥٢	٣٨,٠	١٥٢	٣٨,٠	١,٨٦	محايد
الانفلونسرز يقدمون معلومات مفيدة لمتابعيهم	٧١	١٧,٨	١٧٦	٤٤,٠	١٥٣	٣٨,٣	١,٨٠	محايد
الانفلونسرز لديهم بعض السلوكيات السلبية	٨٩	٢٢,٣	١٣٩	٣٤,٨	١٧٢	٤٣,٠	١,٧٩	معارض

يتضح من بيانات الجدول السابق ان عبارة "تعلمت من الانفلونسرز مجموعة من السلوكيات الجيدة" جاءت فى صدارة اتجاهات الأطفال نحو الانفلونسرز "مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي" باعتبارهم قدوة، وذلك بمتوسط حسابى بلغ ٢,٣٠%، وفى الترتيب الثانى جاءت عبارة "أقوم بتجربة وشراء المنتجات التى يقومون بعرضها" بمتوسط حسابى بلغ ٢,٠٨، تلتها عبارة "أخبر أصدقائى بضرورة متابعة الانفلونسرز الذين أتابعهم" فى الترتيب الثالث بمتوسط بلغ ٢,٠٦، فيما جاءت عبارة "أتمنى أن أصبح انفلونسرز فى يوم من الأيام" فى الترتيب الرابع بمتوسط حسابى بلغ ٢,٠٥%، تلتها عبارة "أزور الأماكن التى يوصى بها الانفلونسرز" فى الترتيب الخامس بمتوسط حسابى بلغ ٢,٠٢، ثم عبارة "أسعى دائما للمشاركة معهم ونشر المحتويات التى يروجون لها" فى الترتيب السادس. وجاءت عبارة "اعتمد على الانفلونسرز فى تصرفات كثير بحياتى اليومية" فى الترتيب السابع بمتوسط حسابى ١,٩٧، تلتها عبارة "أقلد سلوكيات الانفلونسرز فى كثير من مواقف حياتى" بمتوسط ١,٩٤ فى الترتيب الثامن، ثم عبارة "إعجابى بالانفلونسرز قائم على شكله وليس المحتوى الذى يقدمه" فى الترتيب التاسع بمتوسط ١,٩٣، تلتها عبارة "أقلد الانفلونسرز فى طريقة ملابسهم" فى الترتيب العاشر بمتوسط ١,٩٢، وجاءت عبارة "حتى للانفلونسرز يجعلنى أتابعهم مهما كان المحتوى المقدم" فى الترتيب الحادى عشر بمتوسط ١,٨٩، تلتها عبارة "يجب التعرف على طبيعة الانفلونسرز قبل متابعته والافتداء بنصرفاته" فى الترتيب الثانى عشر بمتوسط ١,٨٨، وتقامت عباراتى "أكره الهوس بالانفلونسرز وبقبول

٤. تفعيل دور المرشدين التربويين في المدارس لتوعية وتوجيه الطلبة بالطريقة الصحيحة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وما هي مخاطره.

المراجع:

١. فاطمه الزهراء عبدالرحمن. وسائل الاعلام والتواصل وتأثيرها على سلوك الاجتماعي لدى الاطفال، المؤسسة العربية للتربية والعلوم والاداب، مصر، ٢٠١٨، ص ٣٠-٦٥.
٢. لولوه علي السبسي. تأثير مشاهير التواصل الاجتماعي على سلوك الأطفال: دراسة ميدانية على عينة من الأباء والأمهات بمدينة جدة: برنامجي السناش واليوتيوب نموذجا، كلية الاداب والعلوم الانسانيه، جامعة الملك سعود، السعوديه، ٢٠٢٠، ص ١-٦٤.
٣. مها احمد عبدالعظيم. استخدام الطفل السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي والاشباع المتحققه منها: دراسه ميدانيه على عينه من الاطفال بمدينة الرياض، الجمعيه المصريه للعلاقات العامه، مصر، ٢٠١٥، ص ١٠٥-١٥٣.
٤. هنا سعد الشبيب. دور الام في ضبط استخدام الاطفال لمواقع التواصل الاجتماعي: دراسه ميدانيه على عينه من الامهات في مدينة الرياض، جامعه الامام محمد بن سعود الاسلاميه- الجمعيه السعوديه لعم الاجتماع والخدمه الاجتماعيه، السعوديه، ٢٠١٧، ص ٢٤٧-٢٨٤.
5. Rania Abdelhai Ibrahim. **The relationship between parental mediation and adolescents' exposure to social media influencers' pages**, Faculty of Mass Communication, Cairo University, Egypt, 2020.
6. Sebha Hakem El-Hyany. **Parents Perspectives toward Young Children Being Fampus in the Social Media**, College of Education, Ain- Shams University, Egypt, 2019.