

تعلقُ الشبابِ الجامعيِّ بحساباتِ المؤثرين عبر الشبكاتِ  
الاجتماعيةِ وعلاقته بمستوى الهناءِ النفسيِّ

إعداد

أ. م. د/ زينهم حسن علي حسب النبي

أستاذ الصحافة المساعد بقسم الإعلام التربوي

كلية التربية النوعية - جامعة المنيا



مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية

معرف البحث الرقمي DOI: 10.21608/JEDU.2024.345407.2166

المجلد العاشر. العدد 55 . نوفمبر 2024

الترقيم الدولي

E- ISSN: 2735-3346

P-ISSN: 1687-3424

موقع المجلة عبر بنك المعرفة المصري <https://jedu.journals.ekb.eg/>

موقع المجلة <http://jrfse.minia.edu.eg/Hom>

العنوان: كلية التربية النوعية . جامعة المنيا . جمهورية مصر العربية



## تعلُّق الشباب الجامعي بحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية وعلاقته بمستوى الهناء النفسي

أ.م. د/ زينهم حسن علي (\*)

## مخلص الدراسة:

هدفت الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين تعلُّق الشباب الجامعي بحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية ومستوى الهناء النفسي لديهم، وهي دراسة وصفية جرى تطبيقها باستخدام منهج المسح على عينة عشوائية من الشباب الجامعي قوامها (615) طالبًا وطالبة، بواقع (205) طالبًا وطالبة بجامعة المنيا، و(201) طالبًا وطالبة بجامعة القاهرة، و(209) طالبًا وطالبة بجامعة المنصورة، وتمثلت أدوات الدراسة في صحيفة استقصاء متضمنة ثلاثة مقاييس، هي: (مقياس دوافع التعرض للمؤثرين، ومقياس التعلق، ومقياس الهناء النفسي)، وتوصل الباحث إلى مجموعة من النتائج، أهمها ما يلي: أن نسبة (52.8%) من المبحوثين يتعرضون لصفحات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية (أحيانًا)، وأن موقع (الفيس بوك) جاء في صدارة الشبكات الاجتماعية التي يفضل المبحوثون متابعة صفحات المؤثرين بها بمتوسط (2.48) وبدرجة تفضيل مرتفعة في الترتيب الأول، وتصدر (ما يقدمه المؤثر من محتوى هادف ومؤثر) قائمة دوافع متابعة المبحوثين لحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية، وجاءت (الموضوعات الدينية) على رأس الموضوعات التي تركز عليها حسابات المؤثرين التي يتابعها أفراد عينة الدراسة عبر الشبكات الاجتماعية، وأن متوسط درجات التعلق لدى عموم الشباب الجامعي عينة الدراسة جاءت بدرجة متوسطة، وأن متوسط درجات الهناء النفسي لدى عموم الشباب الجامعي عينة الدراسة جاءت مرتفعة بنسبة (2.51%)، ووجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين تعلُّق الشباب الجامعي بحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية ومستوى الهناء النفسي لديهم؛ ووجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين درجة تعلُّق الشباب الجامعي بحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية ودرجة تأثيرها على حياتهم الشخصية، وعدم وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي عينة الدراسة في مستوى التعلُّق بحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية حسب المتغيرات الديموجرافية (النوع، ومحل الإقامة والجامعة)، وعدم وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي عينة الدراسة في مستوى الهناء النفسي لديهم حسب المتغيرات الديموجرافية (النوع، ومحل الإقامة، والجامعة).

الكلمات المفتاحية: المؤثرون - التعلُّق - الهناء النفسي - الشباب الجامعي - الشبكات الاجتماعية.

(\*) أستاذ مساعد بقسم الإعلام التربوي - كلية التربية النوعية - جامعة المنيا.

## University youth's attachment to influencers' accounts on social networks and its relationship to the level of psychological well-being

### Abstract:

The study aimed to identify the relationship between university youth's attachment to influencers' accounts on social networks and their level of psychological well-being. It is a descriptive study that was applied using the survey method on a random sample of university youth consisting of (615) male and female students, with (205) male and female students at Minya University, (201) male and female students at Cairo University, and (209) male and female students at Mansoura University. The study tools were a questionnaire form that included the attachment and psychological well-being scales. The researcher reached a set of results, the most important of which are the following:

(52.8%) of the respondents are exposed to the pages of influencers on social networks (sometimes), and the (Facebook) website came at the forefront of the social networks that the respondents prefer to follow the pages of influencers on with an average of (2.48) and a high degree of preference in the first place, and (the content provided by the influencer that is purposeful and influential) topped the list of motives for the respondents to follow the accounts of influencers on social networks, and (religious topics) came at the top of the topics that the accounts of influencers that the individuals of the study sample follow on social networks focus on. The average degrees of attachment among all university youth in the study sample were average, and the average degrees of psychological well-being among all university youth in the study sample were high at (2.51%), and there was a statistically significant direct correlation between university youth's attachment to influencers' accounts on social networks and their level of psychological well-being; and there was a statistically significant direct correlation between the degree of university youth's attachment to influencers' accounts on social networks and the degree of their impact on their personal lives, and there were no statistically significant differences between university youth in the study sample in the level of attachment to influencers' accounts on social networks according to demographic variables (gender, place of residence and university), and there were no statistically significant differences between university youth in the study sample in their level of psychological well-being according to demographic variables (gender, place of residence and university).

**Key words:** Influencers - attachment - psychological well-being - university students - social networks...

**مقدمة:**

مع انتشار مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي، انتشرت ظاهرة صنّاع المحتوى (المؤثرين)، والذين يؤدون دورًا بارزًا يزداد أهمية يوميًا بعد يوم عبر الإنترنت، كما أصبح المؤثرون عناصر جذبٍ يلجأ إليهم معظم الشباب الجامعي، ويُقبل عليهم، ويتابعهم عبر حساباتهم بالشبكات الاجتماعية المختلفة<sup>(1)</sup>، والمؤثر عبر الشبكات الاجتماعية هو الذي يتمتع بحضور قوي وفعال على الإنترنت، ويتابعه الكثير من الجمهور، ولديه القدرة على التأثير في مواقف وآراء وسلوكيات مجموعة معينة من الناس من خلال المحتوى الذي يقدمه عبر هذه التطبيقات، ويتابع الأفراد على مواقع مثل Facebook و Instagram و Twitter عدد كبير من المتابعين<sup>(2)</sup>، فالمؤثرون الصغار لديهم ما بين 1000 و10000 متابع، والمتوسطون لديهم ما بين 10000-500000، والكبار لديهم ما بين 50000- مليون متابع، والمشاهير لديهم أكثر من مليون متابع<sup>(3)</sup>، ويعتبر المؤثرون على وسائل التواصل الاجتماعي فاعلين في التأثير على جمهورهم، ويقومون أيضًا بالترويج لأنماط حياة وسلوكيات معينة- منها الإيجابي- والتي تتعلق بأنماط شخصيتهم وتفكيرهم<sup>(4)</sup>.

ومن المهم ملاحظة أن تأثير المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية على المراهقين والشباب الجامعي، يعتمد على عدد من العوامل، منها: محتوى رسائل المؤثرين، والسمات، والظروف الشخصية والنفسية للمراهقين والشباب الجامعي، والدعم الاجتماعي لهؤلاء الشباب<sup>(5)</sup>، كما أنهم يمكن أن يؤثروا على أفكار ومشاعر الآخرين، وهذا نتاج من معرفته ومشاركته الآخرين وخبراتهم، كما أنهم قادرون على تلبية الاحتياجات النفسية والشخصية والاجتماعية لمتابعيهم، وغالبًا ما تلقى الرسائل والمضامين التي يقدمونها قبولًا متابعيم، وتخطب عواطفهم وتنمي دوافعهم<sup>(6)</sup>. ويعتبر الهناء النفسي من المفاهيم الحديثة التي حظيت باهتمام الباحثين وعلماء النفس؛ بهدف وصول الفرد لحالة من الرضا وجودة الحياة، والشعور بالأمل والنفاؤل والسعادة<sup>(7)</sup>، والتي قد تتحقق من خلال عدة طرق، منها متابعته لحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية المختلفة، وشعور الفرد بالراحة النفسية من خلال تعلقه بهؤلاء المؤثرين وما يقدمونه من موضوعات مختلفة تتعلق بحياته وشخصيته.

**مشكلة الدراسة:**

يعتبر الشباب الجامعي من أكثر الفئات تعرّضًا لحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية، ويقدم المؤثرون محتويات قد تؤثر على الحياة الشخصية لهؤلاء الشباب؛ سواء بالسلب أو بالإيجاب، ومن بين الجوانب الإيجابية التي تؤثر على هؤلاء الشباب الجانب النفسي، وشعورهم بالهناء النفسي في ضوء تعلقهم بهذه الحسابات ومتابعتهم لها أولًا بأول. ولتحديد المشكلة البحثية بشكل دقيق؛ أجرى الباحث دراسة استطلاعية على عينة عشوائية من الشباب الجامعي قوامها (50) طالبًا وطالبة؛ لاستطلاع آرائهم حول المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية التي تتابعها العينة الاستطلاعية، والأثر الذي يعود عليهم من خلال المتابعة، وذلك من خلال صحيفة الاستقصاء، وكانت الأسئلة مفتوحة، وكشفت النتائج أن:

1- موقع (الفييس بوك) جاء في مقدمة شبكات التواصل الاجتماعي التي يتابع الشباب الجامعي حسابات المؤثرين بها بنسبة (70%).

2- اتفق معظم أفراد العينة الدراسة على متابعة حسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية، ومن هذه الصفحات:

حازم شومان، هالة سمير، أحمد الغندور (الدحيح)، مصطفى حسني، أحمد عامر، ياسر ممدوح، طاهر نصر، إبراهيم الفقي، بهجت صابر، أحمد مجدي الخيميائي، الشيخ محمود حسان، الدكتور حسام موافي، أحمد أبو زيد، قناة شارع العلوم، الروائي عصام يوسف، رضوى الشربيني).

3- وجود بعض التأثيرات النفسية الناتجة عن التعرض لحسابات المؤثرين كانت كما يلي:

- الشعور بالراحة النفسية والطمأنينة؛ من حيث التعرف على أمور الدين والموضوعات الدينية.
- الشعور بالسعادة.
- التأثير بهم في الحياة الاجتماعية والشخصية.
- إدراك الواقع المحيط بهم، والراحة النفسية وكسر الملل.
- القدرة على اتخاذ القرارات الصحيحة في الحياة.

وبناءً على ما سبق تحاول الدراسة التحقق من العلاقة بين تعرض الشباب الجامعي لحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية وتعلقهم بهذه الحسابات، ومستوى الهناء النفسي لديهم، وتحديد العوامل التي قد تؤثر على هذه العلاقة، ويمكن صياغة مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس التالي: **ما العلاقة بين تعلق الشباب الجامعي بحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية ومستوى الهناء النفسي لديهم؟**

**أهمية الدراسة:**

تتبع أهمية الدراسة من جانبين، وهما: الأهمية النظرية والأهمية التطبيقية، على النحو التالي:

**الأهمية النظرية:**

- 1- التعرف على مستوى تعلق الشباب الجامعي بحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية.
- 2- الفئة العمرية والتعليمية التي تتناولها الدراسة، وهي فئة الشباب الجامعي، حيث إنها من أكثر الفئات تعرضاً لحسابات المؤثرين والمحتوى الذي يقدمونه؛ وبالتالي تعلقهم بها ومحاولة تقليدهم، والوصول إلى مستوى عالٍ من الهناء النفسي لديهم.
- 3- محاولة الربط بين تعلق الشباب الجامعي بحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية ومستوى الشعور بالهناء النفسي لديهم.
- 4- يمكن أن تسهم هذه الدراسة في إثراء الدراسات النفسية التي تتناول موضوع الهناء النفسي.
- 5- تختبر الدراسة مفهوماً مهماً من مفاهيم علم النفس والصحة النفسية وهو مفهوم (الهناء النفسي)، والذي يعكس آثاراً إيجابية على شخصية الشباب الجامعي، كما يمثل إعادة اختبارها- في ضوء متابعتهم وتعلقهم بحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية- أمراً قد تعطي نتائجه ثراءً معرفياً للمكتبة الإعلامية.
- 6- التأثيرات التي تخلقها صفحات المؤثرين على توجهات وآراء عينة الدراسة، ومن ثم تشكيل مستوى الهناء النفسي لديهم.

**الأهمية التطبيقية:**

- 1- تسهم نتائج هذه الدراسة في زيادة مستوى الهناء النفسي لدى الشباب الجامعي.
- 2- يمكن أن تكون نتائج هذه الدراسة منطلقاً لباحثين آخرين؛ للتعلم في دراسات حسابات المؤثرين والهناء النفسي.

3- تقديم تقييم موضوعي لتعلُّق الشباب الجامعي بحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية ومستوى الهناء النفسي لديهم.

4- وضع رؤى ومقترحات لكيفية التعامل مع صفحات المؤثرين؛ وذلك من خلال نتائج وتوصيات الدراسة.

### أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة لتحقيق الهدف الرئيس التالي، وهو: التعرف على العلاقة بين تعلُّق الشباب الجامعي بحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية ومستوى الهناء النفسي لديهم، ويتفرع من هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية، على النحو التالي:

- 1- معرفة معدل استخدام الشباب الجامعي عينة الدراسة للشبكات الاجتماعية.
- 2- التعرف على درجة تعرُّض الشباب الجامعي عينة الدراسة لحسابات المؤثرين (مشاهير السوشيال ميديا) عبر الشبكات الاجتماعية.
- 3- الكشف عن مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي المفضلة لدى الشباب الجامعي عينة الدراسة في متابعة حسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية.
- 4- رصد أبرز المؤثرين الذين يحرص الشباب الجامعي عينة الدراسة على متابعتهم عبر الشبكات الاجتماعية.
- 5- معرفة عوامل الجذب للمحتوى الخاص بحسابات المؤثرين المفضلين لدى الشباب الجامعي عينة الدراسة عبر الشبكات الاجتماعية.
- 6- التعرف على دوافع متابعة الشباب الجامعي عينة الدراسة لحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية.
- 7- رصد درجة متابعة الشباب الجامعي عينة الدراسة للموضوعات التي تركز عليها حسابات المؤثرين الذين يتابعونهم عبر الشبكات الاجتماعية من وجهة نظرهم.
- 8- الكشف عن مستوى التعلُّق بحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي عينة الدراسة.
- 9- معرفة درجة تفاعل الشباب الجامعي عينة الدراسة مع حسابات المؤثرين الذين يتابعونهم عبر الشبكات الاجتماعية.
- 10- رصد درجة ثقة الشباب الجامعي عينة الدراسة في المعلومات التي يقدمها المؤثرون الذين يتابعونهم عبر الشبكات الاجتماعية.
- 11- التعرف على درجة تأثير المحتوى الذي يقدمه المؤثرون على الحياة الشخصية للمبحوثين عينة الدراسة.
- 12- معرفة تقييم المبحوثين عينة الدراسة لأداء المؤثرين الذين يتابعونهم عبر الشبكات الاجتماعية.
- 13- الكشف عن مستوى الهناء النفسي لدى الشباب الجامعي عينة الدراسة في ضوء تعلُّقهم بحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية.

### فروض الدراسة: تسعى هذه الدراسة للتحقق من صحة الفروض التالية:

- 1- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تعلُّق الشباب الجامعي بحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية ومستوى الهناء النفسي لديهم.

- 2- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة تعلق الشباب الجامعي بحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية ودرجة تأثيرها على حياتهم الشخصية.
- 3- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة تعلق الشباب الجامعي بحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية ودرجة ثقتهم في المعلومات التي يقدمونها.
- 4- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة تعرض الشباب الجامعي عينة الدراسة لحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية ودرجة التفاعل معها.
- 5- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تعرض الشباب الجامعي عينة الدراسة لحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية ودوافع متابعتهم لهذه الحسابات.
- 6- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب الجامعي عينة الدراسة في مستوى التعلق بحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية حسب المتغيرات الديموجرافية (النوع- محل الإقامة- الجامعة).
- 7- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب الجامعي عينة الدراسة في مستوى الهناء النفسي لديهم حسب المتغيرات الديموجرافية (النوع، محل الإقامة، الجامعة).
- 8- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب الجامعي عينة الدراسة في درجة تأثير المحتوى الذي يقدمه المؤثرون على حياتهم الشخصية وفق المتغيرات الديموجرافية (النوع- محل الإقامة- الجامعة).
- 9- تسهم درجة تعلق الشباب الجامعي بحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية في مستوى الهناء النفسي لديهم.

### نوع ومنهج الدراسة:

تندرج هذه الدراسة ضمن إطار الدراسات الوصفية، التي تستهدف تحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة، أو موقف اجتماعي معين، ودراسة جمع البيانات والحقائق عن ظاهرة ما، ووصف الظاهرة محل الدراسة، وتفسيرها وتحليلها تحليلًا شاملاً، وتشخيصها وإلقاء الضوء على جوانبها المختلفة، وفي هذه الدراسة يتم ذلك من خلال منهج المسح الميداني لعينة عشوائية من الشباب الجامعي.

### مجتمع الدراسة وعينتها:

يتمثل مجتمع الدراسة في جميع الشباب الجامعي بالجامعات المصرية، أما عينة الدراسة الميدانية، فقد تمثلت في عينة من الشباب الجامعي قوامها (615)، وُزعت بطريقة عشوائية بسيطة على جامعات (المنيا- القاهرة- المنصورة)، بواقع (205) مفردات لجامعة المنيا، و(201) مفردة لجامعة القاهرة، و(209) مفردات لجامعة المنصورة، ويوضح جدول (1) توصيف هذه العينة حسب النوع، ومحل الإقامة، والجامعة.

جدول (1) الخصائص الديموجرافية لعينة الدراسة من الشباب الجامعي

النسبة	التكرار	الفئة	توصيف عينة الدراسة
50.1%	308	ذكر	النوع
49.9%	307	أنثى	
100%	615	الإجمالي	
50.1%	308	ريف	محل الإقامة
49.9%	307	حضر	
100%	615	الإجمالي	
33.3%	205	المنيا	الجامعة
32.7%	201	القاهرة	
34%	209	المنصورة	
100%	615	الإجمالي	

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن عينة الدراسة الميدانية الخاصة بالشباب الجامعي شملت جميع المتغيرات التي تم في ضوئها جمع البيانات، حيث بلغت نسبة الذكور (50.1%) بالنسبة للعينة الكلية، ونسبة الإناث بلغت (49.9%) بالنسبة للعينة الكلية، وأن نسبة المقيمين بالحضر بالنسبة للعينة الكلية بلغت (49.9%)، وأن نسبة المقيمين بالريف بلغت (50.1%) بالنسبة للعينة الكلية، وأن نسبة طلاب جامعة المنيا بلغت (33.3%)، في حين بلغت نسبة طلاب جامعة القاهرة (32.7%)، وأن نسبة طلاب جامعة المنصورة بلغت (34%).

### أدوات الدراسة:

#### أ- صحيفة الاستقصاء:

قام الباحث بتصميم صحيفة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات الخاصة بالشباب الجامعي، وقد راعى الباحث في الأسئلة التسلسل المنطقي والوضوح في صياغة الأسئلة، مع التركيز على الأسئلة المغلقة؛ لتسهيل عملية جمع المعلومات من المبحوثين، بالإضافة إلى تسهيل مهمة الطلاب المبحوثين في الإجابة عن الأسئلة، وتم عرض الاستبانة ومقياسي التعلق والهناء النفسي على مجموعة من المحكمين المتخصصين في الإعلام التربوي والصحة النفسية وعلم النفس، وتم تطبيق الاستبانة والمقياس على (Google Drive) على الشباب الجامعي عينة الدراسة (\*).

(\*) أ. د/ أسماء محمد عبد الحميد، أستاذ علم النفس التربوي- كلية التربية- جامعة المنيا.

أ. د/ حسام زكي، أستاذ الصحة النفسية- كلية التربية- جامعة المنيا.

أ. م. د/ وائل صلاح نجيب، أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد ورئيس قسم الإعلام التربوي- كلية التربية النوعية- جامعة المنيا.

أ. م. د/ أحمد عبد الكافي عبد الفتاح، أستاذ الصحافة المساعد بقسم الإعلام التربوي- كلية التربية النوعية- جامعة المنيا.

أ. م. د/ إيمان عاشور سيد، أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد بقسم الإعلام التربوي- كلية التربية النوعية- جامعة المنيا.

أ. م. د/ حسام فايز عبد الحي، أستاذ الصحافة المساعد بقسم الإعلام التربوي- كلية التربية النوعية- جامعة المنيا.

أ. م. د/ أحمد سمير، أستاذ الصحة النفسية المساعد- قسم الصحة النفسية- كلية التربية- جامعة المنيا.



## ب- مقياس التعلق:

بعد اطلاع الباحث على الكثير من المقاييس الخاصة بالتعلق التي تم إعدادها، مثل: (عبد المحسن حامد، 2023)، و(أسماء أحمد محمد، 2020)، (حنين صادق، ورناء عبد الكريم، 2022) قام بإعداد مقياس يتكون من (31) عبارة يقيس تعلق الشباب الجامعي بحسابات المؤثرين، وكانت أبعاد المقياس كالتالي:

1- بُعد (التعلق الآمن)، ويشمل العبارات (1، 2، 3، 4، 5، 6، 7، 8، 9، 10).

2- بُعد (التعلق التجنُّبي)، ويشمل العبارات (11، 12، 13، 14، 15، 16، 17، 18، 19، 20، 21).

3- بُعد (التعلق القلق)، ويشمل العبارات (22، 23، 24، 25، 26، 27، 28، 29، 30، 31).

وكان ثلاثيًا، وطريقة تصحيحه كالتالي:

نوع العبارة	موافق	محايد	معارض
الإيجابية	ثلاث درجات	درجتان	درجة واحدة
السلبية	درجة واحدة	درجتان	ثلاث درجات

## ج- مقياس الهناء النفسي:

بعد اطلاع الباحث على الكثير من المقاييس الخاصة بالهناء النفسي التي تم إعدادها مثل: (أحمد محمد جاد الرب، 2019)، (عزيزة عبد العزيز، 2022)، (زاهدة جميل نمر، 2022) قام بإعداد مقياس يتكوّن من (46) عبارة؛ يقيس مستوى الهناء النفسي لدى الشباب الجامعي عينة الدراسة في ضوء تعلُّقهم بحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية، وكانت أبعاد المقياس كالتالي:

1- بُعد (الاستقلال الذاتي)، ويشمل العبارات (1، 2، 3، 4، 5، 6، 7).

2- بُعد (تقبُّل الذات)، ويشمل العبارات (8، 9، 10، 11، 12، 13).

3- بُعد (الكفاءة في التعامل مع البيئة)، ويشمل العبارات (14، 15، 16، 17، 18).

4- بُعد (العلاقات الإيجابية مع الآخرين)، ويشمل العبارات (19، 20، 21، 22، 23، 24، 25، 26، 27).

5- بُعد (النمو الشخصي)، ويشمل العبارات (28، 29، 30، 31، 32، 33، 34، 35، 36، 37، 38).

6- بُعد (الحياة الهادفة)، ويشمل العبارات (39، 40، 41، 42، 43، 44، 45، 46).

وكان ثلاثيًا، وطريقة تصحيحه كالتالي:

نوع العبارة	موافق	محايد	معارض
الإيجابية	ثلاث درجات	درجتان	درجة واحدة
السلبية	درجة واحدة	درجتان	ثلاث درجات

## حدود الدراسة:

- 1- الحدود الموضوعية: تركز الدراسة على تعلق الشباب الجامعي بحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية ومستوى الهناء النفسي لديهم.
- 2- الحدود الزمانية: تم تطبيق الدراسة الميدانية في الفترة من 2024/5/1 وحتى 2024/5/30.

3- **الحدود المكانية:** تم تطبيق الدراسة الميدانية داخل جامعات (المنيا والقاهرة والمنصورة)، من خلال تطبيق جوجل درايف (استبانة إلكترونية).

4- **الحدود البشرية:** تم تطبيق الدراسة على عينة عشوائية من الشباب الجامعي بجامعات (المنيا والقاهرة والمنصورة).  
**متغيرات الدراسة:**

**المتغير المستقل:** تعلق الشباب بحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية.  
**المتغير التابع:** الهناء النفسي.

**المتغيرات الوسيطة:** النوع (ذكور وإناث)، ومحل الإقامة (الحضر والريف)، والجامعة (المنيا، والقاهرة، والمنصورة).

### **الصدق والثبات لأدوات الدراسة:**

أولاً- إجراءات الثبات: قام الباحث بحساب ثبات الاستبانة بالتطبيق على عينة استطلاعية قوامها (50) مبحثاً من الشباب الجامعي، وباستخدام معادلة ألفا كرونباخ جاء الثبات مساوياً (0.89)، وهي قيمة تؤكد تمتع الاستبانة بدرجة ثبات عالية.

ثانياً- الصدق الذاتي: تم حساب الصدق الذاتي كمؤشر لصدق الاستبانة؛ وذلك بحساب الجذر التربيعي لمعامل الثبات، وقد جاء مساوياً (0.94)؛ مما يدل على تمتع الاستبانة بدرجة عالية من الصدق.

### **المعاملات الإحصائية المستخدمة:**

باستخدام برنامج "الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية Spss" من خلال اللجوء إلى المعاملات الإحصائية التالية:

- 1- معامل ألفا كرونباخ لحساب الثبات.
- 2- الجذر التربيعي لحساب الصدق.
- 3- التكرارات والنسب المئوية.
- 4- المتوسط الحسابي.
- 5- الانحراف المعياري.
- 6- الرتب.
- 7- معامل ارتباط بيرسون لحساب العلاقات بين المتغيرات.
- 8- اختبار (ت) لحساب دلالة الفروق بين المجموعات.
- 9- تحليل التباين أحادي الاتجاه.
- 10- اختبار المقارنات البعدية (Post Hock- Scheffe).

### **التعريفات الإجرائية لمصطلحات الدراسة:**

**التعلق:**

ارتباط عاطفي ووجداني، ووجود علاقة متبادلة ومستقرة بين شخصين معيَّنين أو أكثر، يغذيها التفاعل المستمر بينهم، ويجعل الروابط بينهم أكثر قوة، مع المحافظة على هذه العلاقة لمدة طويلة.

**المؤثرون:**

هم الأشخاص الذين لديهم جمهور ومتابعون بأعداد كبيرة على مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي، ويمتلكون قدرات تؤهلهم لإقناع الآخرين بفكرةٍ أو رأيٍ ما، وتغيير سلوك الأفراد، والتأثير عليهم في جميع نواحي الحياة، وعلى شخصياتهم بشكل إيجابي أو سلبي؛ من خلال المحتوى الذي يقدمونه.

**الهناء النفسي:**

حالة الفرد النفسية الإيجابية التي تتميز بمستوى مرتفع من الرضا عن الحياة، والاندماج الكبير مع البيئة المحيطة والآخرين.

**الشباب الجامعي:**

يُقصد بهم الشباب الجامعي من الفئة العمرية (18:24) سنة من الذين يدرسون بالجامعات المصرية لمرحلة البكالوريوس بجامعات (القاهرة والمنيا والمنصورة).

**الشبكات الاجتماعية:**

مجموعة من المواقع والشبكات الاجتماعية المتاحة على شبكة الإنترنت، تقدم خدمات متعددة ومتنوعة في شكل إلكتروني، وتسمح للمستخدمين بإنشاء وتنظيم ملفات وصفحات شخصية لهم، كما تسمح لهم بالتواصل بين بعضهم البعض، فضلاً عن نشر المعلومات وتداولها بين هؤلاء المستخدمين، والشبكات المقصود بها في هذه الدراسة، هي: (فيسبوك - وتويتر - وإنستجرام - ويوتيوب - ولينكد إن).

**الإطار النظري للدراسة:****نظرية التعلق: Attachment Theory**

تُعتبر نظرية التعلق واحدة من أهم النظريات في علم النفس، كما يعتبر التعلق من المفاهيم المعروفة والشهيرة في علم النفس، والذي يشير إلى دافع فطري Inborn motivation يجعل الأفراد يرغبون في بناء علاقات مع الشخصيات المهمة، والمحافظة عليها في حياتهم من المهد إلى اللحد<sup>(8)</sup>، واقترح جون بولبي John Bowlby نظرية التعلق لأول مرة وكان في عام (1969)؛ لوصف الروابط العاطفية بين الأطفال ومقدمي الرعاية الأساسيين لهم، وتم تطوير النظرية وتوسيعها لاحقاً؛ لتشمل العلاقات الوثيقة والحميمة في مرحلة المراهقة والشباب والبلوغ<sup>(9)</sup>، كما تم أيضاً في السنوات الأخيرة توسيع نطاق البحث في نظرية التعلق ليشمل تأثير التكنولوجيا ومواقع التواصل الاجتماعي على الصحة النفسية للأفراد، وأكدت الأبحاث الحديثة أن التفاعلات الرقمية يمكن أن تؤثر على أنماط التعلق، كما تعزز أو تحد من الروابط العاطفية بين الأفراد<sup>(10)</sup>.

**أ- العوامل المؤثرة على عملية التعلق:**

يتأثر الفرد بمجموعة من العوامل التي تشكل علاقاته وقدراته في التعلق بالآخرين، فإذا كانت العلاقات سوية ينشأ الفرد ويستمتع بعلاقات سوية، أما إذا ظهرت العقبات وكان هناك خلل في التنشئة والرعاية فسوف يكون من الصعب أن يكون الإنسان علاقات سليمة مع الآخرين<sup>(11)</sup>، ومن العوامل التي يُعد تأثيرها واضحاً في تعلق الأفراد، هي:

1- **المرحلة العمرية (مرحلة الطفولة):** وهي من أكثر المراحل العمرية حساسية في حياة الفرد، إذ تُبنى عليها كل ما يتعلق بحياته في المستقبل<sup>(12)</sup>.

2- **أساليب المعاملة الوالدية:** إن أسلوب الوالدين أو مقدمي الرعاية له الأثر الكبير في تعلُّق الأفراد، فإذا كان الأسلوب قائمًا على النقد والرفض والتسلط كان الأبناء منعزلين عن الواقع الاجتماعي، وعلى العكس عندما تكون الرعاية مبنية على الود والاهتمام كانت علاقات الفرد طيبة مع الآخرين وكان مندمجًا.

3- **البيئة:** إن البيئة التي يعيش فيها الفرد في بعض الأحيان تكون السبب الرئيس لأي تعلُّق أو ارتباط سويٍّ، وفي أحيان أخرى تكون علاقة الفرد وتعلقه بالآخرين سلبية.

4- **التطابق وعدم التطابق:** لتحقيق التعلق الآمن يجب أن يكون هناك تطابق مزاجي بين الأفراد<sup>(13)</sup>.

### ب- مراحل التعلُّق:

1- مرحلة ما قبل التعلُّق.

2- مرحلة تكوين التعلُّق.

3- مرحلة التعلُّق الواضح.

5- مرحلة تكوين العلاقات المتبادلة<sup>(14)</sup>.

### ج- أنماط التعلُّق:

1- **التعلُّق الآمن:** ويقاس هذا البُعد إمكانية إقامة الفرد علاقات يشعر فيها بالثقة والارتياح للقرب من الآخرين، كما يعبر عن نظرة الفرد الإيجابية عن نفسه وعن الآخرين أيضًا<sup>(15)</sup>، وفيه يستخدم الفرد الآخرين لاستكشاف البيئة الجديدة من حوله، ويسعى للاقتراب منهم، والتفاعل معهم، وينزعج نتيجة لمغادرة الأشخاص موضوع التعلُّق<sup>(16)</sup>، كما يتميز أسلوب التعلُّق الآمن بانخفاض القلق، وانخفاض التجنب، ويتملك الفرد فيه نموذجًا وقرًا إيجابيًا للذات؛ باعتبارها تستحق الحب، ونموذجًا إيجابيًا للآخرين باعتبارهم مقبولين<sup>(17)</sup>، كما يثق في الآخرين ويعتمد عليهم وقت الحاجة<sup>(18)</sup>.

2- **التعلُّق القلبي:** ويقاس هذا البُعد حالة القلق التي يشعر بها الفرد عند إقامة علاقات اجتماعية عميقة مع الآخرين، وتظهر في الرغبة الملحة في المغالاة في القرب من الآخرين، وتعبير عنها نظرة الفرد السلبية لنفسه، والإيجابية للآخرين<sup>(19)</sup>، ويرى أصحاب أنماط التعلُّق القلبي أن الآخرين يرفضون الاقتراب منهم، ويشعرون بالقلق؛ لأن نظراءهم لا يهتمون بهم، وعلى الرغم من أن لديهم الرغبة بأن يكونوا قريبين جدًا من نظرائهم، فأصحاب هذا النمط يعانون في طلب القرب الشديد من الآخرين، وتتصف علاقاتهم مع الآخرين بأنها متوترة<sup>(20)</sup>، وقد يظهر لدى أصحاب هذا النمط مستويات عالية من القلق والاندفاع، ولديهم تدني احترام الذات والذكاء الوجداني، وذلك يضعف علاقاتهم الاجتماعية مع الآخرين<sup>(21)</sup>.

3- **التعلُّق التجنُّبي:** ويقاس هذا البُعد حالة عدم الارتياح في العلاقات العميقة، ويعبر عنها الشخص عن طريق عدم الثقة في الآخرين، وعدم الشعور بالارتياح بالقرب منهم، وصعوبة الاعتماد عليهم، ومحاولة تجنب ألم الرفض والنقد، حيث يعبر عنها أيضًا نظرة الفرد السلبية للآخرين والإيجابية لنفسه<sup>(22)</sup>.

## الإطار المعرفي للدراسة:

## أولاً- المؤثرون عبر الشبكات الاجتماعية:

يعد من أهم تأثيرات مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي، ما قدمته من تأثير كبير على الشباب والمتابعين لا سيما من خلال متابعتهم لبعض الأفراد الذين يعرفون بمؤثري مواقع التواصل الاجتماعي.

## أ- مفهوم المؤثرين:

هناك مفاهيم متعددة للمؤثرين، منها:

- هم الأفراد الذين يتمتعون بمتابعة كبيرة على مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي، ولديهم القدرة على التأثير على آراء ومواقف الآخرين وسلوكياتهم من خلال المحتوى الخاص بهم، فالمؤثر لا يقل متابعوه عن (1000) فرد على إحدى مواقع التواصل الاجتماعي<sup>(23)</sup>.

- هم أشخاص يملكون قاعدة جماهيرية واسعة من المتابعين يشاركونهم خبراتهم في مجالات متنوعة، كما يقومون بأدوار حيال متابعيهم، من بينها الترويج، وتغيير الأفكار والاتجاهات، وقد يمتد التأثير إلى تبني سلوك معين، وأطلق البعض مصطلح نجوم مواقع التواصل الاجتماعي على المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ولديهم القدرة على توجيه الآراء والمواقف<sup>(24)</sup>.

- كما يتم النظر إلى المؤثرين باعتبارهم صناع الرأي العام لأي مجتمع؛ وذلك لأنهم قادرون على التأثير على الآخرين للتوافق مع قيمهم، والرغبة في العضوية مع مجموعاتهم الاجتماعية، كما أنهم يمكن أن يؤثروا في أفكار ومشاعر الآخرين، وهذا نتاج معرفته ومشاركته الآخرين، وخبراتهم، كما أنهم قادرون على تلبية الاحتياجات الشخصية والنفسية والاجتماعية لمتابعيهم، وغالباً ما تلقى الرسائل التي ينقلونها قبولاً متابعيهم، وتخطب عواطفهم وتنمي دوافعهم<sup>(25)</sup>.

والتعلق بالمحتوى الذي يقدمه المؤثرون عبر مواقع التواصل الاجتماعي له آثار إيجابية ونفسية على المتابعين، فيمكن للمؤثرين أن يكونوا قدوة للشباب، ويزيدوا من الناحية النفسية للمتابعين، وبذلك تكون الآثار الإيجابية كثيرة جداً، والتي منها تقليل الضغوط والقلق النفسي، والتي أشارت إليها بعض الدراسات الحديثة<sup>(26)</sup>.

## ب- أنواع المؤثرين:

يمكن تصنيف المؤثرين إلى ثلاثة أنواع، هي:

1- المؤثرون المشاهير: وهم نجوم الفن والسينما، والمطربون، وعارضوا الأزياء، والشخصيات الإعلامية

والتليفزيونية التي لها وجود قوي عبر الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، ويتمتعون بعدد كبير من المتابعين يتخطى الملايين، وهي الفئة ذات التأثير العالي جداً، ويكونون محترفين في مواقع التواصل الاجتماعي<sup>(27)</sup>.

2- المؤثرون عبر مواقع التواصل الاجتماعي: وهم من يُظهرون أنفسهم عبر الشبكات الاجتماعية كخبراء، ويصبحون معروفين كمختصين في بعض الموضوعات المختلفة كالأزياء، والرياضة، والموضة، والتكنولوجيا.

3- المؤثرون محدودو الانتشار: وهم يشهبون المؤثرون عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ولكن يحظون بعدد أقل من المتابعين، إلا أنهم يتمتعون بقوة تأثيرية أعلى<sup>(28)</sup>.

## ج- خصائص وسمات المؤثرين الاجتماعيين:

- يحظون بمتابعة عدد كبير من المتابعين يُقدر بالآلاف والملايين، من مختلف الفئات العمرية وعلى اختلاف مستوياتهم الثقافية.
- يتعرف عليهم الجمهور في المجتمع، انطلاقاً مما يقدمونه عبر مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي، وبالتالي فمعرفة بهم معرفة افتراضية.
- يحدثون أثراً واضحاً في سلوك وقيم متابعيهم، انطلاقاً مما ينشرونه من محتوى إيجابي أو سلبي<sup>(29)</sup>.
- يمتلك المؤثرون قاعدة جماهيرية واسعة تقدر بأعداد كبيرة من المتابعين.
- قوة شخصيتهم وقدرتهم على التأثير في وجهات نظر وسلوكيات واختيارات المتابعين.
- التأثير الاجتماعي من خلال عرض المؤثرين لتفاصيل حياتهم اليومية ونمط معيشتهم.
- شدة المنافسة بين المؤثرين تدفعهم إلى جذب متابعين أكثر؛ مما يجعلهم يعملون على الموازنة بين ما يحبونه وما يحبه متابعوهم<sup>(30)</sup>.
- هم أشخاص رقميون؛ نظراً لتواجدهم بصفة مستمرة على مواقع التواصل الاجتماعي<sup>(31)</sup>.

## ثانياً- الهناء النفسي: Psychological Well-Being

يُعد مفهوم الهناء النفسي من المفاهيم الحديثة نسبياً في علم النفس، كما يمثل أحد مجالات علم النفس الإيجابي المهمة، والتي زاد الاهتمام به خلال العقود الماضية، وهو أحد المحددات الرئيسة للصحة النفسية للأفراد في ظل أحداث الحياة الضاغطة؛ سواء أكانت على المستوى الشخصي أو الاجتماعي<sup>(32)</sup>، إذ يشكل العمود الفقري لعلم النفس الإيجابي الذي يتناول الجوانب الإيجابية من شخصية الإنسان بعيداً عن الأمراض النفسية<sup>(33)</sup>، حيث يصنف ضمن البحوث التي تهتم بدراسة ما يعرف بالحياة السارة أو الطيبة، وإعطاء أهمية لدراسة الخبرات الإيجابية والسلبية التي يمر بها الفرد، وقدراته، ومدى رضاه عن حياته، وكيفية تحقيق نموه، وتعامله مع الآخرين؛ للوصول به إلى أعلى درجات الهناء النفسي<sup>(34)</sup>، ويعود بداية استخدام هذا المصطلح إلى العالم (Diener, 1984)، حيث يعتبر هذا المصطلح أشمل وأعم من السعادة النفسية، حيث يرى أن السعادة ما هي إلا خبرة انفعالية ووجدانية، أما الهناء النفسي فيشمل الجانب المعرفي والوجداني للفرد، فالجانب المعرفي يشمل عمليات التقييم المعرفية لدى الفرد من حيث تكوين مشاعر السعادة والرضا عن الحياة، والثقة بالنفس، والتوجه نحو المستقبل، أما الجانب الوجداني فيركز على الوجدانيات الإيجابية، وتخفيف الوجدانيات السلبية في حياة الفرد<sup>(35)</sup>.

## أ- مفهوم الهناء النفسي:

للهناء النفسي مفاهيم متعددة ومختلفة منها، الإحساس الإيجابي بحسن الحال، ورصد العديد من المؤشرات السلوكية التي تدل على ارتفاع مستويات رضا الفرد عن ذاته وحياته بشكل عام، وسعيه المتواصل لتحقيق أهدافه التي هي ذات معنى وقيمة بالنسبة له، والاستقلال في تحديد مسار حياته وإقامته لعلاقات اجتماعية إيجابية متبادلة مع الآخرين والاستمرار فيها<sup>(36)</sup>، كما يمكن تعريف الهناء النفسي على أنه مفهوم مكون من العمليات العاطفية، والجسدية، والمعرفية، والاجتماعية، والشخصية، وعلى وجه الخصوص العمليات الروحية<sup>(37)</sup>، وينبع من حب الفرد للحياة التي يحيها، واستمتاعه بها وتقديره الذاتي لها ككل<sup>(38)</sup>، ويُعرف الهناء النفسي بأنه مجموعة أحاسيس داخلية للفرد،

تعكس مقدار رضاه عن ذاته، وتترجم من خلال مجموعة من التصرفات، وتتحدد في ستة أبعاد، هي: (الرضا عن الذات، والاستقلال الذاتي، والإيجابية في العلاقات، وتطوير الذات، والتكيف مع البيئة، والتخطيط الهادف) (39)، وهناك من يرى بأن الهناء النفسي يتمثل في الرضا عن الحياة، والمشاعر الإيجابية، وغياب المشاعر السلبية، والطمأنينة، والسكينة النفسية، وكذلك احترام الذات وتقديرها (40)، ويشير الهناء النفسي إلى مستويات الأداء الإيجابية للفرد، والذي يشمل علاقته مع الآخرين، والاتجاهات الذاتية التي تشمل الشعور بالإتقان والنمو الشخصي، كما أنها تعكس الرضا عن الحياة لدى الفرد (41)، ويعرف أيضًا بأنه قبول الفرد لذاته والعمل على تطوير نموه الشخصي، وقدرته على إدارة البيئة المحيطة به لصالحه ولصالح الآخرين، وتكوين علاقات جيدة مع المحيطين به، وتحديد أهداف لحياته (42)، كما يشير أيضًا إلى شعور الفرد بالرضا والسعادة، والرضا عن الحياة والخبرات، ودوره في مجال العمل، والشعور بالإنجاز والمنفعة والانتماء، وعدم الشعور بالضيق والقلق (43)، وتشير كلمة الهناء النفسي إلى الخير والسعادة، والصحة والرخاء، وكل ما هو متوافق مع ذات الشخص (44).

ومن خلال ما سبق يمكن القول بأن الهناء النفسي عنصر مهم وجزء أساس في شخصية وحيات الفرد، والذي يقوم بتوجيه الفرد نحو ذاته والآخرين، وأن معظم المفاهيم السابقة اتفقت على أن الهناء النفسي يتمثل في رضا الفرد عن ذاته وحياته، وشعوره بالسعادة، والقدرة على تكوين علاقات إيجابية مع الآخرين، وتطوير ذاته والتعامل مع البيئة المحيطة، وأن الهناء النفسي يعبر عن الخصائص التالية:

- شمولية المصطلح للجوانب الإيجابية لدى الفرد.
  - يضمن المصطلح أبعادًا مختلفة، كالبعد الذاتي، والاجتماعي، والنفسي، والصحي للفرد.
  - يعبر عن الخبرة الذاتية والشخصية للفرد في الحياة.
- ب- أبعاد الهناء النفسي:**

حدد كل من (Ryff & Singer, 2008) ستة أبعاد للهناء النفسي، واتفق عليها العلماء والباحثون، وهي كالتالي:

### 1- التمكين البيئي: Environmental mastery

وتعني قدرة الفرد على التمكن من تنظيم الظروف، والتحكم في كثير من الأنشطة، والإفادة بطريقة فعالة من الظروف المحيطة، وتوفير البيئة المناسبة والمرونة الشخصية.

### 2- النمو الشخصي: Personal growth

ويعني هذا البعد قدرة الفرد على تنمية وتطوير قدراته، وزيادة فعاليته وكفاءته الشخصية في الجوانب المختلفة، والتفاؤل، وقدرة الفرد على الانفتاح على الخبرات الجديدة والنمو الشخصي المستمر.

### 3- العلاقات الإيجابية مع الآخرين: Positive Relation With Others

ويقصد بهذا البعد قدرة الفرد على تكوين وإقامة علاقات إيجابية متبادلة مع الآخرين على أساس من الود، والتعاطف، والثقة المتبادلة، والتفهم، والتأثير، والصدقة والأخذ والعطاء.

**4- الحياة الهادفة: Purpose in Life**

ويعني هذا البُعد قدرة الفرد على تحديد أهدافه في الحياة بشكلٍ موضوعي، وأن يكون له هدف ورؤية واضحة، توجه أفعاله وسلوكياته، مع المثابرة والإصرار على تحقيق أهدافه (45).

**5- الاستقلال الذاتي: Autonomy**

ويعني هذا البُعد القدرة على تقرير مصير الذات، والاعتماد عليها، والقدرة على ضبط وتنظيم السلوك الشخصي أثناء التفاعل مع الآخرين (46)، كما يشمل القدرة على اتخاذ القرارات بحرية واستقلالية ذاتية تحميه من الآخرين، والقدرة على مقاومة الضغوط الاجتماعية والنفسية (47).

**6- تقبل الذات: Self Acceptance**

ويشير هذا البُعد إلى القدرة على تحقيق الذات، وكذلك الاتجاهات الإيجابية نحو الذات والحياة الماضية، وتقبل المظاهر المختلفة للذات، بما فيها من جوانب إيجابية وأخرى سلبية (48).

**الدراسات السابقة:**

سعى الباحث إلى استقراء التراث العلمي المرتبط بموضوع الدراسة لينطلق من آخر ما أمكنه التوصل إليه من دراسات؛ للإفادة من هذه الدراسات، ومناهجها، وأدواتها، وطرق اختيار عيناتها في موضوع الدراسة، وفيما يلي عرض لأهم وأحدث هذه الدراسات:

فحصت دراسة (Elena Engel,etal,2024) (49) دور المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي في دعم صحة المراهقين باستخدام نهج PRISMA-ScR، واعتمدت الدراسة على منهج المسح، وكانت عينة الدراسة عبارة عن تحليل مضمون لعدد (51) مقالاً نشرها المؤثرون عبر حساباتهم، وكشفت نتائج الدراسة عن أن الموضوعات التي يركز عليها المؤثرون هي المظهر والتغذية وتعاطي المخدرات، في حين كانت مواضيع الصحة العقلية والجنسية ممثلة تمثيلاً ناقصاً.

وحاولت دراسة (Ioannis Rizomyliotis,et al,2024) (50) معرفة تأثير مصداقية المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي على اعتبارات المستهلكين للعلامة التجارية ونواياهم الشرائية، وتم إجراء استطلاع رأي عبر الإنترنت، يستهدف مستهلكي الجيل Z الذين يتابعون مؤثري التجميل على وسائل التواصل الاجتماعي، وفقاً لنتائج (201) مشارك، فإن مصداقية المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي تؤثر بشكلٍ إيجابي على اعتبارات العلامة التجارية ونواياهم الشرائية، ووجد أن كلاً من هذه التأثيرات معتدلة من خلال قيم الاستهلاك الأخضر للمستخدمين.

وكشفت دراسة (Smita Chaudhry, etal,2024) (51) عن العوامل المرتبطة بالهناء النفسي لطلاب التعليم العالي، واعتمد الباحثون على المنهج المسحي، وتكوّنت عينة الدراسة من (309) طلاب بالجامعات الهندية، وكانت الاستبانة أداة الدراسة، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن بيئة الفريق الداخلية الإيجابية والدعم المؤسسي والأسري يرتبطان بشكلٍ إيجابي بالهناء النفسي لطلاب الجامعة، كما أن المشاركة الأكاديمية تتوسط بشكلٍ كامل العلاقة بين الدعم المؤسسي والهناء النفسي للطلاب.

ورصدت دراسة (Ye Shengyao,2024) (52) العلاقة بين الذكاء العاطفي والهناء النفسي والإنجاز الأكاديمي من خلال الخصائص النفسية الإيجابية بين طلاب الجامعات في الصين، وأجريت الدراسة على (518)



طالبًا وطالبة بالجامعات الصينية، وتم استخدام نمذجة المعادلات الهيكلية لتحليل البيانات، ووجدت نتائج الدراسة أن الذكاء العاطفي كان مرتبطًا بشكل إيجابي بالخصائص النفسية الإيجابية، والهناء النفسي، والإنجاز الأكاديمي، وتتوسط الخصائص النفسية الإيجابية، والتي تشمل الكفاءة الذاتية، والدافعية، والمرونة، والعلاقة بين الذكاء العاطفي والهناء النفسي والإنجاز الأكاديمي.

وسعت دراسة (إسراء إبراهيم محمد، 2024)<sup>(53)</sup> إلى استكشاف وتحليل الاستمالات الإقناعية التي يوظفها المؤثرون في إعلاناتهم عن العلامات التجارية عبر مواقع التواصل الاجتماعي (إنستجرام)، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الكيفية التي وظفت منهج تحليل المضمون الكيفي، ويتمثل مجتمع البحث في عدد من الفيديوهات الموجودة عبر حسابات المؤثرين، والتي حظيت بتفاعل كبير من قبل المتابعين؛ حيث تم اختيار عينة قصدية من الفيديوهات الموجودة على حسابات بعض المؤثرين عبر تطبيق الإنستجرام والمُقَدَّر عددها بـ (15) فيديو من مجتمع البحث الكلي، وقد توصلت الدراسة لنتائج، أبرزها استخدام المؤثرين للغة العامية في أغلب إعلاناتهم كونها لغة التخاطب اليومي، وتجنب الأساليب اللغوية المعقدة، كما تراوحت الاستمالات الإقناعية المستخدمة في الإعلانات (عينة الدراسة) بين العقلية والعاطفية- وإن كان لهذه الأخيرة النصيب الأكبر في التوظيف- وامتلاك المؤثرين (عينة الدراسة) لقاعدة جماهيرية كبيرة ومصداقية عبر مواقع التواصل الاجتماعي (إنستجرام)، كما أثبتت النتائج أن للمؤثرين دورًا كبيرًا في تكوين اتجاهات المستخدمين نحو العلامات التجارية المعلن عنها.

وحاولت دراسة (عبد النادي موسى وآخرون، 2024)<sup>(54)</sup> التعرف على العلاقة بين العوامل الخمسة الكبرى للشخصية وأنماط السلوك الصحي والهناء النفسي لدى طلاب الجامعة، كما تهدف إلى معرفة ما إذا كان هناك فروق دالة إحصائية بين طلاب الجامعة (الذكور والإناث) في العوامل الخمسة الكبرى للشخصية وأنماط السلوك الصحي والهناء النفسي، وتكوّنت عينة الدراسة من (200) طالب وطالبة بجامعة الوادي الجديد، وطُبِّقت عليهم قائمة العوامل الخمسة الكبرى للشخصية، ومقياس الهناء النفسي، وأسفرت نتائج الدراسة عن عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في متغيرات الدراسة، ووجود علاقة موجبة بين العوامل الخمسة الكبرى للشخصية واستخبار الصبوة للسلوك الصحي، وأيضًا وجود علاقة بين العوامل الخمسة الكبرى للشخصية والهناء النفسي الشخصي لدى طلاب الجامعة، وأوضحت النتائج بأن العوامل الخمسة الكبرى للشخصية تُسهم وبشكلٍ دال في التنبؤ بالسلوك الصحي، والهناء النفسي لدى أفراد عينة الدراسة.

وقامت دراسة (محمود أحمد لظفي، 2024)<sup>(55)</sup> برصد وتحليل المضامين الخاصة بدعم المنتجات المحلية ومقاطعة المنتجات الأجنبية بمقاطع فيديو المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وعلاقتها باتجاهات الجمهور المصري نحو اقتناء المنتجات المحلية ومقاطعة المنتجات الأجنبية، واستخدم الباحث المنهج المسحي، وقام بتحليل مضمون (50) مقطع فيديو من المؤثرين الاجتماعيين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، واستمارة استبانة على عينة قوامها (400) مبحوث من الجمهور المصري، وأظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين متوسطات درجات الجمهور عينة الدراسة على مقياس معدل متابعتهم لمضمون دعم المنتجات المحلية ومقاطعة المنتجات الأجنبية بفيديوهات المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وبين متوسطات درجاتهم على مقياس دعم واقتناء المنتجات المحلية ومقاطعة المنتجات الأجنبية بعد مشاهدة فيديوهات المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

وهدفت دراسة (هناك عكاشة، 2024) <sup>(56)</sup> إلى التعرف على خطابات المؤثرين السياسيين العرب عبر مواقع التواصل الاجتماعي حول طوفان الأقصى ومرتكزاته، ومعرفة طبيعة الرموز ودلالاتها المختلفة، والآليات الخطابية المستخدمة في خطاب المؤثرين السياسيين التي تدور حول طوفان الأقصى 2023، حيث تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية، واستخدمت الباحثة المنهج المسحي، واعتمدت الدراسة على عينة قوامها (4) من المؤثرين السياسيين العرب، المهتمين بتغطية طوفان الأقصى، وهم (اللواء فايز الدويري، رحمة زين، مصطفى الجعفرائي، وعبد الباري عطوان)، خلال الفترة الزمنية للتحليل منذ اندلاع طوفان الأقصى في 7 أكتوبر 2023م وصولاً إلى 2 مارس 2024م، واستندت الدراسة إلى استمارة تحليل الخطاب، ومن أهم نتائجها: اتفقت خطابات المؤثرين السياسيين العرب على الوقوف بجانب المقاومة الوطنية الفلسطينية، حيث اتفقت الحسابات الأربعة على دعم المقاومة، وإن مال خطاب (رحمة زين) لذكر الشعب الفلسطيني تحديداً دون التطرق لفكرة المقاومة الفلسطينية، واعتمد كل من حسابات (فايز الدويري) و(عبد الباري عطوان) و(مصطفى الجعفرائي) على أسلوب الحديث المباشر بشكل كامل في عرض المعلومات والمحتوى، فيما اختلف حساب (رحمة زين) في التنوع بين استخدام الصور والفيديوهات كمنشورات مصاحبة، بجانب أيضاً الحديث المباشر.

وهدفت دراسة (هيثم محمد يوسف وآخرون، 2024) <sup>(57)</sup> إلى رصد اتجاهات الشباب السعودي نحو مؤثري منصات التواصل الاجتماعي، والكشف عن تأثير هذه الاتجاهات على النسق القيمي لديهم، ومحاولة تحليل طبيعة العلاقة بين الخصائص الديموجرافية للمبشرين واتجاهاتهم نحو مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي؛ وذلك من خلال إجراء دراسة مسحية على عينة متاحة بالأسلوب العمدى قوامها (200) مفردة من الشباب السعودي تتراوح أعمارهم (من 18 حتى 35 عاماً)، وقد كشفت نتائج الدراسة عن أن الاتجاه العام لدرجة حرص عينة الدراسة من الشباب السعودي على متابعة حسابات المؤثرين في منصات التواصل الاجتماعي جاء متوسطاً، وجاء (سناج شات) في الترتيب الأول لأكثر الشبكات الاجتماعية التي تحرص عينة الدراسة على متابعة المؤثرين من خلالها بنسبة (71.50%)، يليه في الترتيب الثاني (تيك توك) بنسبة (60.50%)، ثم في الترتيب الثالث جاء (تويتري) بنسبة (56%)، وجاء الاتجاه نحو مصداقية المؤثرين لدى الشباب السعودي مرتفعاً.

وهدفت دراسة (Ahmed Hassan, Malik Fadheel, 2023) <sup>(58)</sup> إلى التعرف على مستوى الهناء النفسي لدى طلبة الجامعة، واعتمد الباحثان على المنهج الوصفي، وتكوّنت عينة الدراسة من (400) طالب وطالبة من طلبة جامعة واسط، وكانت أدوات الدراسة مقياس الهناء النفسي، وأظهرت نتائج الدراسة أن طلبة جامعة واسط يتمتعون بقدر جيد من الهناء النفسي يُمكنهم من مواجهة الضغوط النفسية، والتكيف، والرضا عن الحياة داخل المؤسسة الأكاديمية والمتمثلة بالجامعة.

وحاولت دراسة (آسية عجال، 2023) <sup>(59)</sup> الكشف عن الأساليب الإقناعية الموظفة في الخطاب الإشهاري للمؤثرين الاجتماعيين الجزائريين الأكثر متابعة عبر تطبيق الإنستجرام، والهادفة لإقناع المتابعين باقتناء منتج أو خدمة معينة، واستخدمت الباحثة منهج تحليل المضمون، وقامت بتحليل مضمون (12) فيديو، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن المؤثرين الاجتماعيين الجزائريين يتفقون على استخدام كافة الأساليب الإقناعية العاطفية (الخطاب العفوي، والنصح

والإرشاد)، وكذلك الأساليب الإقناعية العقلانية (معلومات عن المنتج أو الخدمة، وخصائصها، وطريقة استخدامها) من أجل دفع متابعيهم لشراء المنتج أو خدمة معينة لصالح المعلنين الاقتصاديين بمقابل مادي.

وهدفت دراسة (الهام أحمد سلطان، 2023)<sup>(60)</sup> إلى التعرف على تعرض الشباب لصفحات المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والوقوف على أسباب المتابعة، وكذلك مدى التفاعل مع محتوى المؤثرين، واستخدمت الباحثة منهج المسح بالعينة، من خلال استبانة إلكترونية تم تطبيقها على (400) مفردة من متابعي المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وأظهرت نتائج الدراسة أن أبرز المؤثرين الذين يتابعهم المبحوثون عينة الدراسة (أحمد الغندور - الدحيح)، وأن تفاعل المبحوثين مع صفحات المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي جاء (الإعجاب) في الترتيب الأول، وأن أسباب متابعة المبحوثين للمؤثرين (ما يقدمه المؤثر من محتوى هادف ومؤثر).

وهدفت دراسة (حمدان سعود، سلوى عبد الهادي، 2023)<sup>(61)</sup> إلى التعرف على مستوى الهناء النفسي لدى طلبة التربية الخاصة بكلية التربية الأساسية بدولة الكويت في ضوء بعض المتغيرات، واستخدم الباحثان المنهج الوصفي، وتكونت عينة الدراسة من (322) طالباً وطالبة، وكانت أدوات الدراسة مقياس الهناء النفسي، وأظهرت نتائج الدراسة أن مستوى الهناء النفسي لدى طلبة التربية الخاصة بكلية التربية الأساسية كان مرتفعاً في جميع أبعاد المقياس، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الهناء النفسي تُعزى لمتغير النوع، والعمر، والسنة الدراسية. وكشفت دراسة (سالي ماهر، 2023)<sup>(62)</sup> عن اتجاهات الجمهور نحو المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي، وتحليل دوافع تعرض الجمهور للمحتوى الذي يقدمه المؤثرون، وعناصر مصداقية هذا المحتوى، واستخدمت الباحثة المنهج المسحي، وتكونت عينة الدراسة من (400) مفردة، وكانت الاستبانة أداة الدراسة، وأظهرت نتائج الدراسة تفضيل الجمهور المصري للمحتوى الذي يتنوع بين النصوص المكتوبة والصور ولقطات الفيديو؛ مما يشكل أكبر قدر من التفاعل مع الجمهور، وتصدّرت الدوافع النفعية قائمة دوافع المتابعين للمؤثرين؛ سواء بشكل مباشر أو غير مباشر، وهي المتعلقة بأسلوب المؤثرين المميز، والذي يجعل الشباب يستقبلون المعلومات بكل سهولة، وتمكنهم من زيادة خبراتهم ومعلوماتهم.

وبحثت دراسة (عبد المحسن حامد أحمد، 2023)<sup>(63)</sup> العلاقة بين تعلق المراهقين بالمؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى التلكؤ الأكاديمي لديهم، وباستخدام أداة الاستبانة الإلكترونية لعينة من المراهقين متابعي حسابات المؤثرين قوامها (441) مراهقاً من جامعة المنيا وبعض المدارس الثانوية بمحافظة المنيا، خلصت نتائج الدراسة إلى أن تعلق المراهقين بالمؤثرين لا يمثل عاملاً دالاً إحصائياً في التنبؤ بمستوى التلكؤ الأكاديمي، في حين أن استخدام المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام يمثل عاملاً ذا دلالة إحصائية في التنبؤ بالتركؤ الأكاديمي، ووجود علاقة ارتباطية سالبة بين تعلق المراهقين بالمؤثرين بمواقع التواصل الاجتماعي ومستوى التلكؤ الأكاديمي لديهم.

وهدفت دراسة (فدوى أنور وجدي، 2023)<sup>(64)</sup> إلى التعرف على مدى إسهام كل من: الاندماج والشغف الأكاديمي في التنبؤ بالهناء النفسي لدى عينة من طلاب الجامعة، واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي، واستعانت بثلاث أدوات للدراسة، وهي: مقياس (الاندماج الأكاديمي، تعديل الباحثة)، ومقياس (الشغف الأكاديمي، إعداد Vallerand, etal, 2003 ترجمة الباحثة)، ومقياس (الهناء النفسي، إعداد Riff, 2006 ترجمة الباحثة)، وعينة

أساسية تكوّنت من (320) طالبًا وطالبة للتحقق من صحة فروض البحث، وأسفرت نتائج الدراسة عن وجود مستوى مرتفع لكل من: الاندماج الأكاديمي، والشغف الأكاديمي، والهناء النفسي لدى طلاب الجامعة، وإسهام كلٍ من: الاندماج والشغف الأكاديمي إسهامًا دالًّا في التنبؤ بالهناء النفسي لطلاب الجامعة.

وهدف دراسة (هاني نادي عبد المقصود، 2023) <sup>(65)</sup> إلى التعرف على الكفايات المهنية لصنّاع المحتوى الرقمي (المؤثرين) وعلاقته بمصدقيتهم لدى الجمهور المصري، واستخدم الباحث منهج المسح والأسلوب المقارن، باستخدام أداة المقابلة على عينة قوامها (37) خبيرًا في المجال الإعلامي (ممارسين، أكاديميين، صنّاع محتوى)، والاستبانة على عينة قوامها (520) من الجمهور المصري بمحافظة (الإسكندرية، والمنيا، والقاهرة)، وأظهرت نتائج الدراسة ضرورة توافر الكفايات المهنية لصنّاع المحتوى عبر الشبكات الاجتماعية لتحقيق المصادقية لدى الجمهور.

وحاوت دراسة (هويدا الدر، 2023) <sup>(66)</sup> التعرف على مقومات الثراء الإعلامي لمحتوى المؤثرين على شبكة الإنترنت، من خلال إجراء دراسة تحليلية لعينة من حسابات المؤثرين عبر الإنترنت بلغت (519) منشورًا لأبرز المؤثرين في الوطن العربي في مجالات (التنمية البشرية-التوعية الدينية- المرأة- الرياضة)، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن أبرز مقومات الثراء الإعلامي لمحتوى المؤثرين عبر تطبيق الإنترنت تمثلت في اختيار الموضوعات الملائمة لاحتياجات الجمهور، ووضوح الأهداف وارتباطها بالموضوعات.

ورصدت دراسة (Atef Mosaad Elsherbiny, 2022) <sup>(67)</sup> العلاقة بين التسامي بالذات والإيثار والهناء النفسي لدى طلاب الجامعة، واستخدم الباحث المنهج الوصفي الارتباطي، وتكوّنت عينة الدراسة من (1144) من طلاب الجامعة في بعض الدول العربية، وكانت أدوات الدراسة مقياس التسامي بالذات والإيثار والهناء النفسي، وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية تُعزى للنوع على مقياس التسامي بالذات والإيثار والهناء النفسي لصالح الذكور، وأنه يمكن التنبؤ بالهناء النفسي من خلال التسامي بالذات والإيثار.

وهدف دراسة (Faizan Baig, et al, 2022) <sup>(68)</sup> إلى التعرف على تأثير أبعاد مصادقية المؤثر عبر مواقع التواصل الاجتماعي على تشكيل سلوك المتابعين له؛ سواء أكانت نية الشراء أم اتجاهات المتابعين نحو العلامة التجارية، وهي دراسة وصفية استخدمت منهج المسح، وتم تطبيق الاستبانة على عينة عمدية قوامها (135) مبحوثًا من متابعي المنتجات المتعلقة بالأزياء في باكستان، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن مصادقية المؤثر تؤثر بشكل إيجابي على موقف المتابعين تجاه العلامة التجارية، وكذلك تجاه نواياهم الشرائية.

وسعت دراسة (رانيا حليم رمزي، 2022) <sup>(69)</sup> إلى التعرف على دور المؤثرين الاجتماعيين في الحياة اليومية للشباب الجامعي، والوقوف على الانعكاسات الاجتماعية المترتبة على متابعة الشباب الجامعي للمؤثرين، واعتمدت الباحثة على أسلوب المسح الاجتماعي بالعينة، كما اعتمدت على الاستبانة الإلكترونية كأداة للدراسة، وقد بلغ عدد مفردات العينة (562) مفردة، وكشفت نتائج الدراسة عن تنوع دوافع متابعة الشباب لمواقع المؤثرين ما بين دوافع طقوسية، مثل: التسلية والترفيه والمتعة والاسترخاء، وقضاء وقت الفراغ، والهروب من المشكلات الحياتية اليومية، ودوافع منفعية مثل: الرغبة في الحصول على معلومات جديدة، واكتساب خبرات حياتية ومعرفة عامة بمشاهدة المنشورات، وكشفت نتائج الدراسة أيضًا عن كيفية استخدام فئة الشباب لمواقع المؤثرين، حيث اتضح أن الشباب جمهورًا نشطًا يستطيع أن يختار ويستخدم ويتابع منصات المؤثرين بطريقة تشبع حاجاته وتلبي توقعاته ورغباته.

وهدفت دراسة (زاهدة جميل نمر، 2022)<sup>(70)</sup> إلى التعرف على علاقة الذكاء الانفعالي بكل من السمات الأساسية للشخصية والهناء النفسي، وعلى درجة إسهام كل من الذكاء الانفعالي والسمات الأساسية للشخصية في التنبؤ بالهناء النفسي، واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت عينة الدراسة من (247) طالبًا وطالبة من طلاب جامعة الطائف، وكانت أدوات الدراسة (مقياس الذكاء الانفعالي- ومقياس السمات الأساسية للشخصية- ومقياس الهناء النفسي)، وأسفرت نتائج الدراسة عن وجود علاقة ارتباطية موجبة بين الهناء النفسي والذكاء الانفعالي لدى طالبات جامعة الطائف، وبين الدرجة الكلية لمقياس الهناء النفسي وكافة السمات الأساسية للشخصية والدرجة الكلية له، ووجدت علاقة ارتباطية بين أبعاد مقياس الذكاء الانفعالي وبعض السمات الأساسية للشخصية والدرجة الكلية له، وجاء مقياس (الذكاء الانفعالي) في الترتيب الأول من حيث إسهامه في الهناء النفسي لدى الطالبات، فيما جاء مقياس (السمات الأساسية للشخصية) في الترتيب الثاني.

وحاولت دراسة (سمر إبراهيم أحمد، 2022)<sup>(71)</sup> التعرف على مدى إدراك الشباب الجامعي لتأثير المضامين المقدمة عبر حسابات المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمدركاتهم الاجتماعية، باستخدام المسح الإعلامي لآراء عينة من شباب الجامعات ممن تتراوح أعمارهم بين (18-21) عامًا بلغ قوامها (374) مفردة من طلاب جامعة بورسعيد، وقد توصلت نتائج الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها: ارتفاع مستوى تعرُّض الشباب الجامعي وأصدقائهم والآخرين لصفحات المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاءت نسبة الشباب أنفسهم (93.6%)، ووجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرُّض الشباب لحسابات المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى إدراكهم لواقعهم الاجتماعي، ووجود فروق دالة إحصائية في مستوى إدراك الشباب لتأثيرات المحتوى الذي يقدمه المؤثرون بمواقع التواصل الاجتماعي على أنفسهم من ناحية، وعلى أصدقائهم وعلى الآخرين من ناحية أخرى.

وهدفت دراسة (Ahmed,2021)<sup>(72)</sup> إلى قياس تأثير المؤثرين على (سناب شات) على قرارات وعادات استهلاك طالبات الجامعة للمكياج بالمملكة العربية السعودية، واستخدم الباحث المنهج الوصفي، وتكونت عينة الدراسة من (112) طالبة بجامعة عفت بجدة، وجامعة الملك فيصل بالرياض، وكانت الاستبانة أداة الدراسة، وأظهرت نتائج الدراسة أن هناك تأثيرًا إيجابيًا لمؤثري سناب شات على السلوك الاستهلاكي للطالبات.

وهدفت دراسة (Zafer et al, 2021)<sup>(73)</sup> إلى التعرف على أسباب سعادة المستهلك على الإنستجرام، والأنشطة المتعلقة بالمؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي، واستخدم الباحثون المنهج الوصفي، وتم جمع البيانات والمعلومات من وكالة إعلانات بالمنطقة الجنوبية الغربية من الولايات المتحدة الأمريكية، وبلغ حجم العينة (930) مفردة، وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود تأثير لمؤثري مواقع التواصل الاجتماعي على السعادة النفسية والرفاهية النفسية.

وفحصت دراسة (Gudrun Nyunt,2021)<sup>(74)</sup> الرفاهية الاجتماعية والهناء النفسي لطلاب الجامعات أثناء جائحة كوفيد-19، واستخدم الباحث المنهج الوصفي، وشملت العينة (1723) طالبًا جامعيًا، وأسفرت نتائج الدراسة عن أن هناك انخفاضًا كبيرًا في الرفاهية الاجتماعية والهناء النفسي قبل الجائحة حتى بداية الفصل الدراسي لخريف 2020، ولم يعد معظمهم إلى مستويات ما قبل الجائحة بحلول نهاية الفصل الدراسي، في حين أثرت التركيبة

السكانية، وترتيبات السكن، وطريقة الدراسة، على الرفاهية الاجتماعية والهناء النفسي، إلا أنها لم تفسر سوى نسبة ضئيلة من التباين في رفاهية الطلاب.

وحاولت دراسة (عبلة محمد الجابر مرتضى، 2021) <sup>(75)</sup> الكشف عن العلاقة بين الاستراتيجيات المعرفية لتنظيم الانفعالات والهناء النفسي والأداء الأكاديمي لدى طلبة الجامعة، والتحقق من النموذج البنائي الذي يفسر التأثيرات المباشرة وغير المباشرة للاستراتيجيات المعرفية لتنظيم الانفعالات والهناء النفسي والأداء الأكاديمي، واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي، وتكوّنت عينة الدراسة من (389) طالبًا وطالبة من جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، وكانت أدوات الدراسة مقاييس الاستراتيجيات المعرفية لتنظيم الانفعالات والهناء النفسي، وأسفرت نتائج الدراسة عن عدم وجود علاقة بين النمو الشخصي والحياة الهادفة كأحد أبعاد الهناء النفسي وبين استراتيجية إعادة التركيز الإيجابي كإحدى الاستراتيجيات الإيجابية للتنظيم المعرفي للانفعالات، ووجود فروق في أبعاد الهناء النفسي والدرجة الكلية تُعزى إلى النوع، وكانت الفروق لصالح الطالبات.

وهدف دراسة (وفاء رشاد راوي، 2021) <sup>(76)</sup> إلى التعرف على العلاقات بين التشوهات المعرفية والصمود الأكاديمي والهناء النفسي لدى الطالبة المعلمة بكلية التربية للطفولة المبكرة، ولتحقيق الهدف من الدراسة، قامت الباحثة بإعداد ثلاثة مقاييس للطالبة المعلمة بكلية التربية للطفولة المبكرة هي مقياس (التشوهات المعرفية- الصمود الأكاديمي- الهناء النفسي)، تم تطبيقهم على عدد (400) طالبة من طالبات الفرقتين الأولى والرابعة للعينة الأساسية، ومن دون العينة الاستطلاعية، وأسفرت نتائج الدراسة عن وجود علاقة سالبة بين التشوهات المعرفية والصمود الأكاديمي والهناء النفسي لدى الطالبة المعلمة بكلية التربية للطفولة المبكرة، ووجود علاقة إيجابية بين الصمود الأكاديمي والهناء النفسي لدى الطالبة المعلمة بكلية التربية للطفولة المبكرة.

وقامت دراسة (Janusz Wielki,2020) <sup>(77)</sup> بتحليل دور ومكانة أهمية المؤثرين الرقميين في الأداء العام لنظام الترويج على الإنترنت، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، وتم استخدام الاستبانة كأداة للدراسة، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن هناك إمكانية كبيرة للأنشطة التي تشمل المؤثرين الرقميين، وهذه الإمكانية تتعلق في المقام الأول بالنقل الفعال للمعلومات حول المنتجات والخدمات، وزيادة الوعي والتأثير على مبيعات هذه الخدمات والمنتجات التي تقدمها الشركات.

وفحصت دراسة (Francisco Morales,etal,2020) <sup>(78)</sup> العلاقة بين الهناء النفسي وأساليب التعليم والعوامل والمهارات الاجتماعية لدى طلبة الجامعة، واستخدمت الدراسة المنهج المسحي، وتكوّنت عينة الدراسة من (149) طالبًا جامعيًا، وكانت أدوات الدراسة مقياس الهناء النفسي والعوامل الاجتماعية، وأشارت نتائج الدراسة إلى عدم وجود فروق بين الجنسين في أبعاد الهناء النفسي.

وهدف دراسة (عيشة عله، والتيجاني، 2020) <sup>(79)</sup> إلى قياس مستوى الذكاء الانفعالي والهناء النفسي لدى عينة من طلبة الجامعة، وقد أجريت الدراسة على عينة قوامها (388) طالبًا وطالبة، كما قام الباحثان باعتماد مقياس الذكاء الانفعالي من إعداد (فاروق، 2006)، ومقياس الهناء النفسي من إعداد (صادق، 2016)، وأظهرت نتائج الدراسة أن مستوى الذكاء الانفعالي لدى الطلبة الجامعيين كان متوسطًا، وكان مستوى الهناء النفسي لدى الطلبة الجامعيين متوسطًا، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الذكاء الانفعالي ومستوى الهناء النفسي لدى

الطالب الجامعي تُعزى لمتغيري طبيعة النظام والسن، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الهناء النفسي لدى الطالب الجامعي تُعزى لمتغير الذكاء.

وحاوت دراسة (أسماء محمد علي خليفة، 2019) <sup>(80)</sup> الكشف عن فاعلية برنامج قائم على العمل التطوعي لتنمية الهناء النفسي للطالبة المعلمة بكلية التربية للطفولة المبكرة، وتم استخدام مقياس الهناء النفسي لرايف Ryff (1995) ترجمة وإعداد الباحثة، كما أعدت الباحثة برنامجاً قائماً على العمل التطوعي لتنمية الهناء النفسي للطالبة المعلمة، واتبعت في هذه الدراسة المنهج شبه التجريبي باستخدام تصميم المجموعة الواحدة بالاختبار (القبلي، البعدي)، وتكونت عينة الدراسة من (40) طالبة من طالبات الفرقة الثالثة بكلية التربية للطفولة المبكرة- جامعة بني سويف، وقد أسفرت نتائج الدراسة عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية في القياسين القبلي والبعدي في أبعاد مقياس الهناء النفسي (تقبل الذات، العلاقات الإيجابية مع الآخرين، الاستقلالية، النمو الشخصي، التحكم البيئي، الهدف من الحياة، الدرجة الكلية) لصالح التطبيق البعدي، وكذلك عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد المجموعة التجريبية في القياسين البعدي والتبقي في مقياس الهناء النفسي.

وهدف دراسة (رمضان عاشور حسين، 2019) <sup>(81)</sup> إلى نمذجة العلاقات السببية بين حس الفكاهة والاندماج الأكاديمي والهناء النفسي، وتكونت عينة الدراسة من (100) من الطلاب المعلمين تخصص التربية الخاصة بكلية التربية بجامعة الباحة، واعتمدت الدراسة على الأدوات التالية: مقياس حس الفكاهة إعداد الباحث، ومقياس الاندماج الأكاديمي إعداد الباحث، ومقياس الهناء النفسي إعداد الباحث، وأظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.01) بين درجات أفراد عينة الدراسة على مقياس حس الفكاهة والهناء النفسي، ووجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.01) بين درجات أفراد عينة الدراسة على مقياس الاندماج الأكاديمي ودرجاتهم على مقياس الهناء النفسي، ووجود تأثير مباشر دال إحصائياً عند مستوى دلالة (0.01) للاندماج الأكاديمي في الهناء النفسي لدى أفراد عينة الدراسة، ووجود تأثير غير مباشر دال إحصائياً لحس الفكاهة في الهناء النفسي عبر الاندماج الأكاديمي.

وكشفت دراسة (شريف نافع إبراهيم، 2019) <sup>(82)</sup> عن الأدوار التي يقوم بها المؤثرون عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ورصد نوعية المحتوى المقدم على صفحات المؤثرين، وتحديد علاقة المؤثرين بمتابعيهم، وأنماط التفاعل بينهم، والتعرف على مدى انخراط المؤثرين في أنشطة تسويقية وترويجية، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي بأسلوب المسح ومنهج التحليل الكيفي، والمقارنة المنهجية، وتمثلت أدوات الدراسة في استبانة إلكترونية، وتكونت عينة الدراسة من (50) مفردة من الأفراد المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي ممن يشاركون محتوى ترويجياً عبر منصاتهم الاجتماعية، وأكدت نتائج الدراسة على أهمية ظاهرة المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي، وعلى وجود وعي من جانب الشركات لأهمية الاعتماد عليهم إعلانياً وترويجياً؛ ضماناً للمزيد من الانتشار والترويج، ومن ناحية أخرى للإفادة من المزايا التسويقية لمواقع التواصل الاجتماعي، كما أشارت النتائج إلى وجود دوافع قوية لدى المؤثرين تدفعهم لاستمرار هذا التأثير على مواقع التواصل الاجتماعي.

وقامت دراسة (عيشة عله، والتيجاني، 2019) <sup>(83)</sup> بالتحقق من إمكانية التنبؤ بالهناء النفسي من خلال الذكاء الانفعالي وأبعاده لدى الطلاب الجامعيين بجامعة عمار تليجي بالأغواط، واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي، وتكونت

العينة من (1320) طالباً وطالبة جامعية، وقد اشتملت الأدوات على مقياس الهناء النفسي ومقياس الذكاء الانفعالي، وقد أسفرت نتائج الدراسة عن أنه يمكن التنبؤ بدرجة الهناء النفسي من خلال أبعاد الذكاء الانفعالي والدرجة الكلية لدى طلبة جامعة عمار ثلجي بمدينة الأغواط؛ وكان مستوى الهناء النفسي والذكاء الانفعالي بمحاوره الستة مرتفعاً؛ ووجود فروق دالة إحصائية في متوسط درجات الهناء النفسي تُعزى لمتغير النوع لصالح الطالبات؛ ووجود فروق دالة إحصائية في متوسط درجات الهناء النفسي تُعزى لمتغير المستوى الجامعي لصالح طلبة الفرقة الثالثة بالجامعة. وهدفت دراسة (Vaibhavi Nandagiri & Leena Philip, 2018)<sup>(84)</sup> إلى معرفة أثر عمل المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي، وتأثيرهم على متابعيهم، واعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة، وتكونت عينة الدراسة من (100) مفردة، والمقابلة لعدد من المؤثرين بلغ عددهم (ثلاثة)، وكشفت نتائج الدراسة عن أن عمل المؤثر إيجابي، وله تأثير على المتابعين.

### تعقيب عام على الدراسات السابقة:

- يتضح من استعراض الدراسات السابقة مجموعة من الملاحظات والاستنتاجات، نجملها على النحو التالي:
- قلة الدراسات العربية التي تناولت التعرُّض لحسابات المؤثرين وعلاقتها ببعض الجوانب والمشكلات النفسية للشباب الجامعي، الذي يؤثر سلباً على المستوى التعليمي للشباب الجامعي وحياتهم العامة.
  - لم تتطرق الدراسات السابقة إلى الربط بين التعلُّق بحسابات المؤثرين ومستوى الهناء النفسي لدى الشباب الجامعي مباشرة.
  - كان المنهج المسحي هو المنهج الغالب والمستخدم من قبل معظم الدراسات الخاصة بحسابات المؤثرين وصفحاتهم، أما دراسات الهناء النفسي فقد استخدمت المنهج المسحي والمنهج الوصفي.
  - أكدت نتائج بعض الدراسات السابقة الخاصة بالهناء النفسي، وجود مستوى مرتفع له لدى طلاب الجامعات.
  - ركزت معظم الدراسات السابقة على عينة الطلاب والشباب الجامعي.
  - أكدت نتائج كثير من الدراسات السابقة الخاصة بحسابات المؤثرين، أن لهم تأثيرات إيجابية على المتابعين وسلوكهم ونواياهم الشرائية.
  - اعتمدت معظم الدراسات السابقة على الاستبانة كأداة لجمع البيانات.
  - اعتمدت معظم دراسات الهناء النفسي على المقاييس المختلفة للحصول على درجات الهناء النفسي للعينات المأخوذة.
  - معظم الدراسات الخاصة بالهناء النفسي ربطت بينه وبين النواحي النفسية، والتعليمية، والأكاديمية فقط.
  - أكدت نتائج كثير من الدراسات السابقة الخاصة بحسابات المؤثرين، مصداقية المؤثرين والتي تؤثر بشكل إيجابي على متابعيهم، وإدراك الشباب الجامعي للمحتوى الذي يقدمونه.

### أوجه الإفادة من الدراسات السابقة:

- ساعدت الدراسات السابقة في جعل الباحث على دراية بما وصل إليه العلماء في مجال الدراسة، ومن ثم الإسهام في تحديد ما يمكن أن تضيفه الدراسة الحالية إلى التراث الأكاديمي.
- تحديد وبلورة مشكلة الدراسة، ووضع وبناء تساؤلاتها وفروضها بشكلٍ علمي يحقق أهداف الدراسة.



- اختيار المنهج المناسب لتناول موضوع الدراسة، وعياناتها.
- تحديد الأساليب الإحصائية المناسبة للدراسة.
- الاستفادة من النتائج التي انتهت إليها الدراسات السابقة، ومحاولة الربط بينها وبين هذه الدراسة، والتعرف على أوجه الاتفاق والاختلاف بينها.
- تحديد الإطار النظري المناسب للدراسة.
- صياغة الأهداف وتحديد المتغيرات الخاصة بالدراسة، والتحقق من مدى أهمية هذه الدراسة.

### النتائج العامة للدراسة الميدانية:

جدول (2) يوضح مستوى استخدام المبحوثين للشبكات الاجتماعية

الترتيب	النسبة %	التكرار	مستوى الاستخدام
1	82	504	أكثر من ثلاث سنوات
2	13.5	83	منذ سنتين
3	4.5	28	أقل من سنة
	100%	615	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن نسبة (82%) من المبحوثين يستخدمون الشبكات الاجتماعية (أكثر من ثلاث سنوات)، ثم من يستخدمونها (منذ سنتين) ونسبتهم (13.5%)، وأخيراً من يستخدمونها (نادراً) بنسبة (4.5%). ويرى الباحث حصول البديل (أكثر من ثلاث سنوات) على الترتيب الأول، قد يرجع إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي لم تكن وليدة اللحظة، بل موجودة من عدة سنوات، فقد أصبحت شيئاً أساسياً في حياة الشباب الجامعي، كما أن جميع الفئات العمرية، أو من يمتلكون خطوط موبايل غير مسجلة بأسمائهم أصبح لديهم القدرة على إنشاء حسابات خاصة بهم، أو قد يستخدمون حسابات أولياء الأمور، كما أن سهولة إنشاء هذه الحسابات جعلت الجميع يتمكنون من الاستخدام والتفاعل بشكل جيد مع هذه الشبكات، وتعدد المنشورات والفيديوهات المتاحة والوسائط المتعددة، يجعل عينة الدراسة أكثر استقبالية وتعاملاً مع الشبكات الاجتماعية.

جدول (3) يوضح درجة تعرض المبحوثين لصفحات المؤثرين (مشاهير السوشيال ميديا) عبر الشبكات الاجتماعية

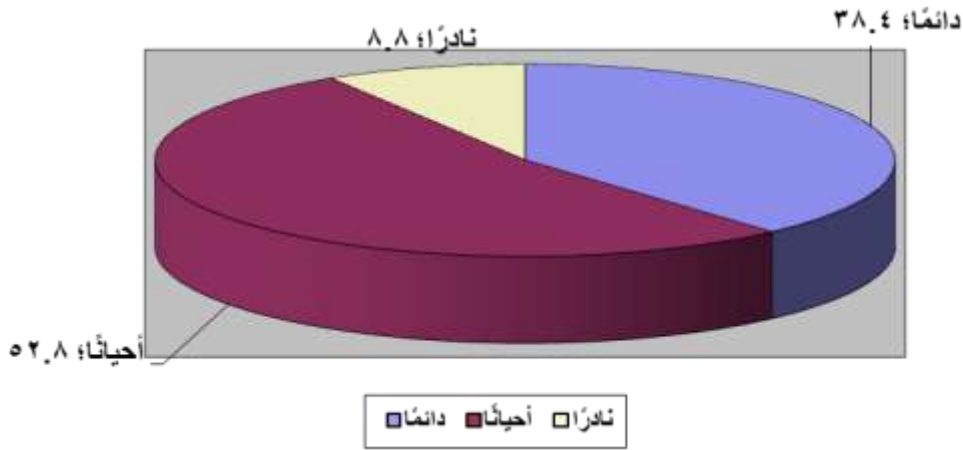
الترتيب	النسبة %	التكرار	درجة التعرض
1	52.8	325	أحياناً
2	38.4	236	دائماً
3	8.8	54	نادراً
	100%	615	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن نسبة (52.8%) من المبحوثين يتعرضون لصفحات المؤثرين (مشاهير السوشيال ميديا) عبر الشبكات الاجتماعية (أحياناً)، ثم من يتعرضون لها (دائماً) ونسبتهم (38.4%)، وأخيراً من يتعرضون لها (نادراً) بنسبة (8.8%).

ويمكن للباحث تفسير ذلك بأن المميزات التي أتاحتها شبكات التواصل الاجتماعي والوسائط المتعددة، والقدرة على استخدام معدل الصور والفيديوهات، والتكيب، والإخراج.. وغيرها من مهارات الإنتاج والتصوير، جعلت العديد

من الأشخاص ينتجون محتويات خاصة بهم، ومن هذه الشخصيات المؤثرون، وهم أصحاب رأي وقادة، فقد يشكّلون خطورة على عقول الشباب الجامعي نتيجة التأثير بهم، وفي نفس الوقت، قد يمثلون من خلال صفحاتهم المختلفة أداة للتعبير والرأي العام، كما أن تعدد المحتويات وتنوع المضامين زاد من شعبيتهم واستقطاب الجمهور؛ مما جعلهم أكثر تأثيراً خاصة على فئة الشباب الجامعي في النواحي النفسية، والاجتماعية، والاقتصادية، وباعتبار أن الشباب الجامعي يبحثون دوماً عن كل ما هو جديد ومتطور وحديث، كما أنهم يبحثون عن الشهرة وتحقيق التأثير في المجتمع وجلب الأموال، فإن متابعة صفحات المؤثرين تلبي احتياجاتهم للتعرف على طقوسهم اليومية من أجل الاقتداء بهم في الحياة بصفة عامة، وعلى المستوى النفسي والمهني والشخصي على وجه التحديد.

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (مروى السعيد، 2018)<sup>(85)</sup>، والتي بينت أن متابعة المبحوثين لصفحات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية كانت (أحياناً) في الترتيب الأول بنسبة (55%).



شكل (1) يوضح تعرض المبحوثين لصفحات المؤثرين (مشاهير السوشيال ميديا) عبر الشبكات الاجتماعية  
جدول (4) يوضح معدل تعرض المبحوثين لصفحات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية أسبوعيًا

الترتيب	النسبة %	التكرار	معدل التعرض
1	33.5	206	يوميًا
2	31.4	193	من يوم إلى ثلاثة أيام
3	20.8	128	من ثلاثة أيام لأربعة أيام
4	14.3	88	كل أيام الأسبوع
	100%	615	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن نسبة (33.5%) من المبحوثين يتعرضون لصفحات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية أسبوعيًا كان (يوميًا)، ثم (من يوم إلى ثلاثة أيام) بنسبة (31.4%)، ثم (من ثلاثة أيام لأربعة أيام) بنسبة (20.8%) وأخيرًا (كل أيام الأسبوع) (14.3%).

ويرى الباحث حصول البديل (يوميًا) على الترتيب الأول، يرجع إلى أن الشباب الجامعي يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بصفة يومية، وأكثر من عدة سنوات، وهذا ما أكدته نتائج جدول (2) بأن أكثر من ثلثي أفراد عينة الدراسة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من ثلاث سنوات، وبالتالي التعرض لصفحات المؤثرين عبر

هذه المواقع يوميًا، بالإضافة إلى أن صفحات المؤثرين قد تظهر مباشرة على صفحات الشباب الجامعي دون البحث عنها، كما أن منشئي هذه الصفحات يبحثون عن الموضوعات التي تثير جدلاً، أو تلك الموضوعات التي تشغل الرأي العام؛ وبالتالي تجعل الجميع - وبمن فيهم الشباب الجامعي - يهتمون بالمتابعة والتعرض بشكل يومي، كما أن أصحاب هذه الصفحات قد ينشؤون أكثر من فيديو في اليوم بناءً على طبيعة الموضوع أو حجم الجدل وأهمية هذا الموضوع في الساحة، وخاصة ساحة النقاش، كما يرى الباحث أن اختلاف المؤثرات والعوامل المساعدة والوسائط التي تساعد على رواج المحتوى تجعل الجمهور، وبالأخص يتابع هذه الصفحات باستمرار وبشكل طقوسي، وهذا يؤكد إيمانهم بهذه الصفحات أو تأثرهم بما تحتويه هذه الصفحات، أو قد يرجع ذلك إلى شعبية الشخصيات أصحاب هذه الصفحات، وقدرتهم على التأثير على الحياة الشخصية للشباب الجامعي، وخاصة الجانب النفسي منها.

جدول (5) يوضح أهم مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي المفضلة لدى المبحوثين في متابعة صفحات المؤثرين

العينة الكلية				المواقع			
درجة التفضيل	الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط	التكرار			
				نادراً	أحياناً	دائماً	
مرتفعة	1	0.69	2.48	72	171	372	فيس بوك
متوسطة	2	0.83	2.16	173	168	274	تيك توك
متوسطة	3	0.84	2.04	208	171	236	إنستجرام
متوسطة	4	0.73	1.97	173	284	158	يوتيوب
منخفضة	5	0.76	1.66	313	192	615	سناب شات
منخفضة	6	0.59	1.31	463	111	41	لينكد إن
متوسطة		0.74	1.93	الإجمالي			

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن موقع (فيس بوك) جاء في صدارة الشبكات الاجتماعية التي يفضل المبحوثون متابعة صفحات المؤثرين بها بمتوسط (2.48) وبدرجة تفضيل مرتفعة في الترتيب الأول، ثم (تيك توك) في الترتيب الثاني بمتوسط (2.16) ودرجة تفضيل متوسطة في الترتيب الثاني، بينما في الترتيب الأخير جاء (لينكد إن) بمتوسط (1.31) ودرجة تفضيل منخفضة.

ويرجع الباحث حصول موقع (فيس بوك) على المركز الأول؛ لأن موقع (فيس بوك) أصبح جزءاً أساسياً من حياة الشباب الجامعي بصقة خاصة والناس عموماً، ولأنه أحد مواقع التواصل الاجتماعي المهمة والسهلة في نفس الوقت في التواصل مع الأهل والأصدقاء والمعارف، ونشر أي أخبار ومتابعة صفحات المؤثرين يوميًا، وغيرها من الفوائد، وهذه النتائج تؤكد أن الوسيلة ما تزال تفرض سيطرتها على المستخدمين؛ وذلك لشيوعتها، أو شعبيتها، أو سهولة استخدامها، فقد سهل فيس بوك التواصل ومتابعة أخبار العالم، وليس الأصدقاء فقط سيطرة على مستخدمي الفيس، لما يتمتع به من خصائص، وعلى رأسها سهولة المشاركات، وسهول النشر، وإرفاق الملفات والصور والفيديوهات، فهو يتيح العديد من أنماط التواصل والتعارف على المستوى الشخصي والمستوى المجتمعي، كما يرى

البعض أن (فيس بوك) استحوذ على المتابعة والاستخدام؛ نظرًا لاستخدامه في كافة المجالات والمهام التعليمية والإدارية، بمثابة مصادر للمعلومات ومصادر اتخاذ القرارات المختلفة والمتعلقة بالعديد من الموضوعات الحيوية التي تهم قطاعًا عريضًا من الجمهور المستهدف.

وتختلف هذه النتيجة مع نتائج دراسة (هيثم يوسف، وآخرون، 2024)<sup>(86)</sup> والتي أشارت نتائجها إلى أن (سناش) جاء في الترتيب الأول لأكثر الشبكات الاجتماعية التي تحرص عينة الدراسة على متابعة المؤثرين من خلالها بنسبة (71.50%)، ودراسة (هدى إبراهيم دسوقي، 2023)<sup>(87)</sup> والتي أظهرت أن (يوتيوب) جاء في مقدمة الشبكات الاجتماعية التي يتابع من خلالها عينة الدراسة المبحوثين.

ودراسة (حسن نهار محاسنة، 2024)<sup>(88)</sup> والتي بينت أن (يوتيوب) جاء في الترتيب الأول من حيث أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي تحرص عينة الدراسة على استخدامها ومتابعة المؤثرين بها.

أما عن أبرز المؤثرين الذين يحرص المبحوثون على متابعتهم عبر الشبكات الاجتماعية؛ فمن خلال السؤال المفتوح عن كتابة أسماء المؤثرين الذين تتابعهم، كانت تلك الأسماء التي اتفقت عليها معظم أفراد عينة الدراسة، جاءت متطابقة مع نتائج الدراسة الاستطلاعية التي قام بها الباحث، وهم: (حازم شومان، هالة سمير، أحمد الغندور (الدحيح)، مصطفى حسني، أحمد عامر، ياسر ممدوح، طاهر نصر، إبراهيم الفقي، بهجت صابر، أحمد مجدي الخيميائي، الشيخ محمود حسان، الدكتور حسام موافي، أحمد أبو زيد، قناة شارع العلوم، الراوي عصام يوسف، رضوى الشربيني).

وفي ضوء ما سبق يمكن القول بأن هؤلاء المؤثرين لديهم محتوى يجذب الشباب الجامعي لمتابعة حسابهم عبر الشبكات الاجتماعية، وأن لديهم قوة تأثير كبيرة على حياة هؤلاء الشباب الجامعي في بناء شخصياتهم، وتكوين معارفهم واتجاهاتهم، وزيادة خبراتهم في كافة مجالات الحياة الإنسانية، كما لاحظ الباحث أن من بين هؤلاء المؤثرين الذين يتناولون الموضوعات والقضايا الدينية التي تؤثر على حياة هؤلاء الشباب.

جدول (6) يوضح آليات تعرف المبحوثين على حسابات المؤثرين الذين يتابعونهم عبر الشبكات الاجتماعية

الترتيب	النسبة %	التكرار	البدائل
1	69.8	429	الأعلى مشاهدة (التريند).
2	64.4	396	من خلال مقطع فيديو له عبر تيك توك
3	55.4	341	شاهدت مقطع فيديو له منشور على يوتيوب
4	54.5	335	ظهر لي حسابه من خلال البحث عن الموضوعات التي أهتم بها
5	49.8	306	مشاركة من أحد الأصدقاء على صفحته الشخصية
6	46.8	288	ظهر على صفحات قمت بالإعجاب بها
7	41.8	257	عبر حسابه على فيس بوك
8	29.4	181	يقوم أصدقاؤني بدعوتي لإبداء الإعجاب بالصفحة

(\* ) بإمكان المبحوث اختيار أكثر من بديل (ن=615).

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن آليات تعرف المبحوثين على حسابات المؤثرين الذين يتابعونهم عبر الشبكات الاجتماعية تمثلت في الأعلى مشاهدة (التريند) في الترتيب الأول بنسبة (69.8%)، ثم (من خلال مقطع فيديو له عبر تيك توك) في الترتيب الثاني بنسبة (64.4%)، بينما في الترتيب الأخير (يقوم أصدقاؤني بدعوتي لإبداء الإعجاب بالصفحة) بنسبة (29.4%).

ويرى الباحث حصول البديل الأعلى مشاهدة (التريند) على الترتيب الأول، قد يرجع إلى أن الأكثر مشاهدة والأكثر انتشاراً هو الذي يحقق التريند، وهو الذي يستحوذ على اهتمام الجمهور، فقد أصبح في الفترات الأخيرة البحث عن التريند هو الهدف الأوحد للجمهور لجلب المشاهدات والمتابعات لاعتبارات مادية، أو غيرها من الاعتبارات، والبحث عن الشهرة، أيضاً من الآليات التي تجعلهم يتابعون صفحات المؤثرين مقاطع الفيديو المنتشرة عبر تيك توك؛ لأن تيك توك يحتل الترتيب الثاني بالنسبة للوسائل الأكثر متابعة واستخداماً؛ لذا يرى الباحث أن الوسائل في حد ذاتها تساعد المؤثرين في الترويج عن أنفسهم وكسب شهرة من خلال استثمار مميزات وخصائصها، كما أن الأصدقاء يقومون بترشيحه للآخرين، وبهذا يزداد إقبالهم على متابعة صفحات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية، كما أن اختلاف المضمون يساعد على انتشار التريند، وانتشار بعض المقاطع تفضيلاً على غيرها.

جدول (7) يوضح عوامل الجذب للمحتوى الخاص بحسابات المؤثرين المفضلين لديك عبر الشبكات الاجتماعية

الترتيب	النسبة %	التكرار	عوامل الجذب
1	53.7	330	ارتباط المحتوى المقدم بالحياة الواقعية
2	48.6	299	الحضور والقبول الاجتماعي لمقدم المحتوى
3	48.3	297	وضوح المحتوى المقدم
4	48	295	اختيار موضوعات تهمني وتشغلي
5	41.6	256	استخدام اللغة العامية
6	40.7	250	اختيار الموضوعات العصرية والحديثة

(\* بإمكان المبحوث اختيار أكثر من بديل (ن=615).

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن عوامل الجذب للمحتوى الخاص بحسابات المؤثرين المفضلين لديك عبر الشبكات الاجتماعية تمثلت في (ارتباط المحتوى المقدم بالحياة الواقعية) في الترتيب الأول بنسبة (53.7%)، ثم (الحضور والقبول الاجتماعي لمقدم المحتوى) في الترتيب الثاني بنسبة (48.6%)، بينما في الترتيب الأخير (اختيار الموضوعات العصرية والحديثة) بنسبة (40.7%).

ويرى الباحث حصول البديل (ارتباط المحتوى المقدم بالحياة الواقعية) على الترتيب الأول؛ قد يرجع ذلك إلى تعدد عوامل الجذب بالنسبة للمحتوى، بالإضافة إلى الفيديوهات التي تعتبر من أكثر عوامل الجذب التي تجعل الشباب يُقبلون على متابعة صفحات المؤثرين، كما يرى الباحث أن الواقعية في تقديم المضمون هي أهم ما يميز صفحات المؤثرين، حيث تعكس هذه الصفحات قضايا واقعية وموضوعات خاصة بالحياة اليومية أو الأزمات والمشكلات التي يعاني منها الجمهور، مثل: ارتفاع الأسعار، والازدحام.. وغيرها من القضايا التي تشغل اهتمامات الجمهور، كما أنها تساعد على التنفيس عن قراراتهم ومشاكلهم اليومية، كما يرى الباحث أن الحضور الذي يتمتع به مقدمو الصفحات يجعل الجمهور يُقبل على هذه الصفحات ومتابعتها.

جدول (8) يوضح دوافع متابعة المبحوثين لحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية

العينة الكلية							العبارات
درجة الموافقة	الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط	التكرار			
				معارض	محايد	موافق	
مرتفعة	1	0.46	2.75	10	129	476	ما يقدمه المؤثر من محتوى هادف ومؤثر.
مرتفعة	2	0.54	2.65	23	164	428	قدرة المؤثر على توصيل المعلومة بشكل مبسط وسهل.
مرتفعة	3	0.57	2.60	28	186	401	يستخدم المؤثر أساليب شائقة وإقناعية ناجحة.
مرتفعة	4	0.61	2.59	42	168	405	تطرح الموضوعات بطريقة شبابية معاصرة.
مرتفعة	5	0.6	2.57	39	181	395	مناقشة المؤثر للموضوعات التي تهمني.
مرتفعة	6	0.62	2.57	44	176	395	لتعليم مهارات جديدة.
مرتفعة	7	0.611	2.52	38	215	362	قدرة المؤثر على مناقشة بعض القضايا المجتمعية المهمة.
مرتفعة	8	0.613	2.52	39	215	361	يقدم المؤثر معلومات متجددة باستمرار.
مرتفعة	9	0.61	2.50	38	228	349	التعرف على سلبيات الواقع الذي نعيش فيه.
مرتفعة	10	0.64	2.48	49	217	349	لثقة المؤثر في نفسه وما يقدمه من محتوى للمتابعين.
مرتفعة	11	0.64	2.46	51	224	340	لتخصص المؤثر في المجال الذي يقدمه.
مرتفعة	12	0.65	2.45	57	220	338	أداء المؤثرين فعال وجذاب.
مرتفعة	13	0.64	2.44	51	237	327	معرفة آراء المتابعين الآخرين حول ما يقدمه المؤثرون من موضوعات.
مرتفعة	14	0.64	2.43	51	245	319	تفاعل المؤثرين مع المتابعين بشكل مباشر وإتاحة التعليق بينهم.
مرتفعة	15	0.67	2.41	67	226	322	تسمح للجمهور بالمشاركة وإبداء الرأي.
مرتفعة	16	0.67	2.40	65	234	316	مصداقية المؤثرين فيما يقدمونه من محتويات.
مرتفعة	17	0.68	2.39	71	229	315	النقد الذي يقدمه المؤثر هو نقد محايد يقدم الإيجابيات والسلبيات معاً.
مرتفعة	18	0.63	2.37	52	278	285	لمشاهدة المنشورات Post التي يتم نشرها باستمرار على صفحة المؤثر.
متوسطة	19	0.71	2.33	89	233	293	الهروب من ضغوط الحياة ومشكلاتها.
مرتفعة	20	0.64	2.27	67	314	234	متابعة المؤثر للتسلية وقضاء وقت فراغي.
مرتفعة	21	0.71	2.25	101	259	255	تقليد المؤثر أو التأثر بأسلوبه وآرائه.
مرتفعة	22	0.76	2.20	128	230	257	أتابع صفحات المؤثرين بدافع الفضول.

مرتفعة	23	0.75	2.15	137	248	230	مجرد عادة متابعة صفحات المؤثرين.
مرتفعة		0.63	2.44	الإجمالي			

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن المتوسطات الحسابية لدوافع متابعة المبحوثين لحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية تراوحت ما بين (2.15 - 2.75)؛ حيث جاءت عبارة (ما يقدمه المؤثر من محتوى هادف ومؤثر) في الترتيب الأول، فيما جاءت عبارة (مجرد عادة متابعة صفحات المؤثرين) في الترتيب الأخير. ولعل هذه النتائج توضح ارتفاع نسب الموافقة المرتفعة على دوافع متابعة المبحوثين لحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية، وأنها تشغل حيزاً كبيراً من اهتمامات الشباب الجامعي ورغبتهم في متابعة هذه الصفحات وما يُقدّم بها من محتويات تمس حياتهم بشكل عام، وكما أنهم يستخدمون الأساليب الإقناعية والموضوعات العصرية، حيث جاءت عبارة (ما يقدمه المؤثر من محتوى هادف ومؤثر) في الترتيب الأول؛ وقد يرجع ذلك إلى أن معظم ما يقدمه المؤثرون على مواقع التواصل الاجتماعي من محتويات تكون هادفة ومؤثرة بشكل مباشر على حياة الشباب الجامعي، كما يرى الباحث أن عينة الدراسة لديهم رغبة لمعرفة كل ما هو جديد وعصري، ويتضمن القضايا المحورية التي تشغل تفكيرهم وتجعلهم يبحثون عن تحقيق الإيجابية وتطوير ذاتهم؛ وذلك من خلال طرح الموضوعات التي تهتم قطاع الشباب، ومنها المغالاة في المهور، والإسراف في حفلات الزفاف، كما أن وضع حلول لهذه القضايا من خلال هذه الصفحات المؤثرة تجعل الشباب يستزيد من آرائهم ويعتمد عليهم في اتخاذ القرارات، كما تقدم لهم معلومات تسهم في تغيير نظرتهم للحياة، ثم جاء في الترتيب الثاني عبارة (قدرة المؤثر على توصيل المعلومة بشكل مبسط وسهل)؛ ولعل ذلك يدل على أن المؤثرين لديهم قدرات خاصة في توصيل المعلومات التي يقدمونها بشكل مبسط وسهل، فقد يستخدمون لغة عامية يفهمها جميع الناس، بالإضافة إلى تأييد كلامهم بالأدلة والبراهين الموثقة من أرض الواقع، بينما جاءت عبارة (مجرد عادة متابعة صفحات المؤثرين) في الترتيب الأخير، وهذه نتيجة طبيعية؛ لأنهم جعلوا المتابعة لمجرد العادة ليس دافعاً بالنسبة لهم؛ لذا جاءت في الترتيب الأخير، وأنها مجرد عادة متابعة صفحات المؤثرين، وعلى هذا الأساس تتراوح الدوافع التي تعكس اهتمام عينة الدراسة بمتابعة صفحات المؤثرين، وجميع هذه الدوافع تؤكد إيجابياتهم وقدرتهم على الانتقاء وتحديد الهدف الأساس من المتابعة، وتحديد نوعية الصفحات التي يتابعونها بناءً على اهتماماتهم ورغباتهم، أو ما يمكن إشباعه من خلال متابعة هذه الصفحات، والآثار الإيجابية التي تحققها متابعة صفحات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية.

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (إلهام أحمد سلطان، 2023)<sup>(89)</sup> والتي أشارت إلى أن ما يقدمه المؤثر من محتوى هادف ومؤثر جاء في مقدمة أسباب متابعة المبحوثين عينة الدراسة لصفحات المؤثرين، ودراسة (أماني رضا، 2019)<sup>(90)</sup> والتي بينت أن (المحتوى الهادف والمؤثر) كان في مقدمة أسباب متابعة المبحوثين لصفحات المؤثرين. وتختلف هذه النتيجة مع نتائج دراسة (محمود أحمد لطفي، 2024)<sup>(91)</sup> والتي أشارت إلى أن التسلية والترفيه جاءت على رأس قائمة دوافع تعرض المبحوثين لفيدويوهات المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ودراسة (حسن نهار محاسنة، 2024)<sup>(92)</sup> والتي أظهرت أن (الأسلوب الشائق الذي يقدمه المؤثرون في المضمون) جاء في مقدمة أسباب متابعة المبحوثين للمؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (9) يوضح درجة متابعة المبحوثين للموضوعات التي تركز عليها حسابات المؤثرين الذين يتابعونهم عبر الشبكات الاجتماعية من وجهة نظرهم

العينة الكلية							الموضوعات
درجة المتابعة	الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط	التكرار			
				لا أتابعها	أتابعها أحياناً	أتابعها دائماً	
مرتفعة	1	0.53	2.65	420	176	420	الموضوعات الدينية.
مرتفعة	2	0.62	2.54	42	200	373	موضوعات تعلم المهارات.
مرتفعة	3	0.62	2.53	42	205	368	الصور والمناظر الجميلة.
مرتفعة	4	0.64	2.47	53	219	343	الموضوعات العلمية والتكنولوجية.
مرتفعة	5	0.62	2.45	45	245	325	موضوعات تتعلق بالأحداث التي تدور في المجتمع.
مرتفعة	6	0.621	2.43	43	261	311	أنماط الحياة المختلفة.
مرتفعة	7	0.64	2.40	53	260	302	الموضوعات الاجتماعية.
مرتفعة	8	0.69	2.37	75	235	305	القصص والحكايات.
مرتفعة	9	0.63	2.35	52	290	273	الموضوعات الثقافية.
مرتفعة	10	0.67	2.35	69	256	290	موضوعات تتعلق بسلوكيات المجتمع وأفكاره.
متوسطة	11	0.71	2.31	89	242	284	موضوعات السياحة والسفر للخارج.
متوسطة	12	0.74	2.31	103	218	294	الأزياء والموضة.
متوسطة	13	0.67	2.29	78	278	259	الموضوعات الطبية.
متوسطة	14	0.7	2.29	87	257	271	المواقف الطريفة.
متوسطة	15	0.78	2.24	134	196	285	الموضوعات الرياضية.
متوسطة	16	0.69	2.19	102	292	221	الموضوعات الاقتصادية.
متوسطة	17	0.69	2.15	108	304	203	الموضوعات الفنية.
متوسطة	18	0.8	2.14	161	204	250	وصفات الطهي وفنون المطبخ.
متوسطة	20	0.74	2.13	136	263	216	موضوعات الديكور والمنازل.
متوسطة	19	0.73	2.13	129	272	214	الموضوعات الترويجية.
متوسطة	21	0.82	2.13	170	190	255	العناية بالبشرة والجسم والمكياج.
متوسطة	22	0.77	2.10	153	242	220	التفاصيل الحياتية للمؤثر نفسه.
متوسطة	23	0.71	2.09	129	300	186	الخصومات على السلع والمنتجات.
متوسطة	24	0.72	2.03	148	295	172	الموضوعات السياسية.
متوسطة	25	0.76	2.01	178	251	186	موضوعات المرأة والعلاقة بينها وبين الرجل.
متوسطة		0.69	2.28	الإجمالي			

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن المتوسطات الحسابية لدرجة متابعة المبحوثين للموضوعات التي تركز عليها حسابات المؤثرين الذين يتابعونهم عبر الشبكات الاجتماعية من وجهة نظرهم تراوحت ما بين (2.01-2.65)؛



حيث جاءت الموضوعات (الدينية) في الترتيب الأول، بينما في الترتيب الأخير جاءت موضوعات (المرأة والعلاقة بينها وبين الرجل).

ويرى الباحث حصول (الموضوعات الدينية) على الترتيب الأول، قد يرجع إلى أن الاهتمامات والموضوعات الدينية لدى عينة الدراسة هي المهمة والمحبية إلى قلوب ونفوس الشباب الجامعي والتي تؤثر على الناحية النفسية لديهم، وبالتالي تؤثر على مستوى الهناء النفسي لديهم، وتجعلهم راضين عن حياتهم الشخصية ومستقرين نفسياً، فكلما كان الشباب مستقرًا من الناحية الدينية كان مستقرًا من الناحية النفسية، فالناحية الدينية تغطي على الناحية النفسية، وذلك قد يرجع إلى وجود العديد من الفتاوى والموضوعات الدينية التي تخص فئة الشباب، مثل: الزواج، والطلاق، والطهارة، والجهاد، والخطاب الديني، والاختلاط في الجامعة.. وغيرها من الموضوعات الدينية التي تحدث في بعض الأحيان بليلة في الرأي العام، وبالتالي تحتاج إلى شخصيات وعناصر مؤثرة؛ للوقوف على رأيهم للتخلص من حالة التخبط أو التشكك في موضوع معين، كما يرى الباحث أن الموضوعات الدينية تستحوذ على اهتمام عينة الدراسة، حيث إنهم في هذه المرحلة في حالة بحث عن الذات وثبات واستقلالية لعدة مكونات شخصية ومنها المكوّن الديني، كما يرى الباحث أن عينة الدراسة في هذه المرحلة يحتاجون معرفة العديد من الموضوعات الدينية التي تحكم تعاملات الجامعة، والاختلاط والخروج للعمل، وضوابط العمل.. وغيرها من الأمور المتعلقة بأمور دينهم، وتعتبر هذه الصفحات مصدرًا لإمدادهم بالمعلومات والآراء التي تشغل اهتمامهم، كما أن المهارات تعتبر من أهم الأسلحة التي يمكن من خلالها مواجهة سوق العمل، والانخراط في سوق العمل يحتاج إلى العديد من المهارات، وخارطة المهن المستقبلية جميعها تعتمد على تعلم المهارات، حيث تتعدد المهارات التي يمكن تمييزها من خلال الصفحات المتعددة، مثل: أيكولوجي، والمخترع، وشارع العلوم... والعديد من صفحات المؤثرين التي تركز فقط على تعليم ونقل الخبرات التي تتعلق بالمهارات التكنولوجية والمهارات المعلوماتية، ومهارات التعامل مع تطبيقات الذكاء الاصطناعي وكيفية توظيفها في مجال التعليم والإفادة منها في أداء المهام التعليمية، كما يحتاجون في بعض الأوقات الاستمتاع بالصور والمناظر الجمالية؛ وذلك من خلال بعض صفحات المؤثرين التي توثق لرحلات سياحية معينة وتوثق لبعض المناطق الأثرية وبعض الأماكن السياحية والعالمية، مثل: برج إيفل، أو أماكن في تركيا، أو حتى السياحة الداخلية بمصر والشباب المرجانية وغيرها من المناظر، وباعتبار أن فئة عينة الدراسة لم تقبل على الزواج بعد فإن الاهتمام بالعلاقة بين المرأة والرجل تأتي في مرتبة متأخرة، وهذا بحكم اهتماماتهم الدراسية والتعليمية، والتخطيط للمستقبل المهني، والالتحاق بوظائف تخدم تخصصاتهم وهواياتهم وطموحاتهم التي تلبي احتياجاتهم ورغباتهم المستقبلية، وهذا ما يشغلهم وهو تكوين المستقبل.

وتختلف هذه النتيجة مع نتائج دراسة (هيثم محمد يوسف وآخرون، 2024)<sup>(93)</sup> والتي أشارت إلى أن موضوعات (الأزياء والموضة) جاءت في الترتيب الأول للموضوعات التي يحرص الشباب السعودي على متابعتها بحسابات المؤثرين بالشبكات الاجتماعية بنسبة (55.50%)، ودراسة (أماني رضا عبد المقصود، 2019)<sup>(94)</sup> والتي أظهرت أن مجالات الموضة والجمال، والقراءة والثقافة العامة، وطرق صنع الأشياء من أهم المجالات التي يهتم المتابعون بمتابعة المؤثرين من خلالها.

جدول (10) يوضح التكرار والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب لمقياس التعلق بحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية

العينة الكلية				العبارات			
درجة الموافقة	رد	الانحراف المعياري	المتوسط	التكرار			
				معارض	محايد	موافق	
مرتفعة	1	0.66	2.45	58	220	337	أرتاح كثيرًا عندما يتم تبادل الأفكار مع الآخرين.
مرتفعة	2	0.65	2.37	59	266	290	أشعر بالمتعة عندما أتابع المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية.
مرتفعة	3	0.69	2.34	78	245	292	متابعتي للمؤثرين جعلتني أنظر للمستقبل نظرة إيجابية.
متوسطة	4	0.76	2.22	125	224	266	أشعر بالثقة بنفسى كلما زادت متابعتي للمؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية.
متوسطة	5	0.72	2.15	121	276	218	متابعتي للمؤثرين جعلتني راضيًا عن نفسى والآخرين.
متوسطة	6	0.76	2.15	139	240	236	رد المؤثرين على التعليقات يجعلني أثق بمساعدتهم لى إن احتجت لهم.
متوسطة	7	0.73	2.13	129	274	212	متابعتي للمؤثرين جعلتني مقربًا من الآخرين.
متوسطة	8	0.75	2.1	149	255	211	متابعتي للمؤثرين تجعلني أكوّن علاقات حميمة مع الآخرين.
متوسطة	9	0.77	2.07	164	238	213	أشعر بالأمان كلما زادت متابعتي للمؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية.
متوسطة	10	0.79	1.99	195	228	192	أفقد الراحة النفسية كلما قلت متابعتي للمؤثرين.
متوسطة	2	0.72	2.19	إجمالي محور التعلق الأمن			
مرتفعة	1	0.68	2.37	70	242	303	متابعتي للمؤثرين تجعل لديّ الرغبة في عدم تدخل الآخرين في شئونى الخاصة.
متوسطة	2	0.69	2.34	79	243	293	تعلمت من متابعة المؤثرين أن أقوم بمهامى بنفسى دون مساعدة الآخرين.
متوسطة	3	0.708	2.31	88	246	281	تعلمت من متابعة المؤثرين التحفظ الزائد على أسرارى.
متوسطة	4	0.71	2.28	93	253	269	متابعتي للمؤثرين جعلتني لا أعطي الثقة الكاملة للآخرين.
متوسطة	5	0.69	2.27	86	275	254	لا أشعر بالقلق عند بعد الآخرين عني.
متوسطة	6	0.705	2.23	97	274	244	أتجنب بعض المؤثرين الذين يختلفون معى فى الراى.
متوسطة	7	0.72	2.21	108	265	242	متابعتي للمؤثرين جعلت لديّ اكتفاء ذاتيًا.
متوسطة	8	0.77	2.14	145	235	235	متابعتي للمؤثرين جعلتني مستقلًا عن الآخرين
متوسطة	9	0.76	2.11	150	244	221	أتجنب الدخول في حوارات مطولة مع الآخرين كلما زادت متابعتي للمؤثرين.
متوسطة	10	0.77	2.01	179	245	191	متابعتي للمؤثرين تشعرني بعدم الحاجة الماسة للآخرين.
متوسطة	11	0.83	1.99	217	185	213	متابعتي للمؤثرين جعلتني أتجنب تكوين علاقات جديدة.
متوسطة	1	0.73	2.20	إجمالي محور التعلق التجنبى			
متوسطة	1	0.75	2.19	129	239	247	متابعتي للمؤثرين نتيجة الهروب من الواقع ومشكلاته.
متوسطة	2	0.77	2.11	154	235	226	أتحمس إلى أن أمارس أى عمل لكى أصبح مثل المؤثرين.
متوسطة	3	0.77	2.04	172	243	200	لدى رغبة في تقليد المؤثرين من أجل تأمين حياتى.

متوسطة	3	0.77	2.04	172	243	200	أشعر بالرضا إذا حققت رفاهية مثل المؤثرين.
متوسطة	4	0.79	2.02	189	224	202	متابعتي للمؤثرين ضعفت من تواصلتي مع أصدقائي وإقامة علاقات جيدة معهم.
متوسطة	5	0.81	2	202	206	207	لا أحس بالأمان والطمأنينة إلا من خلال جمع الأموال الكثيرة.
متوسطة	6	0.80	1.97	207	218	190	الحياة لا يمكن أن تعطينا الأمان إلا إذا أصبحنا مثل المؤثرين.
متوسطة	7	0.81	1.97	207	214	194	أشعر بالإحباط عند مشاهدتي للأماكن التي يصور بها المؤثرون فيديوهاتهم.
متوسطة	8	0.801	1.96	209	220	186	سعادتي تكمن في أن أصبح مثل المؤثرين في كل شيء.
متوسطة	9	0.81	1.93	222	208	185	أشعر بخيبة الأمل عندما أرى ملابسهم وما يمتلكون من رفاهية.
متوسطة	3	0.78	2.02	إجمالي محور التعلق القلق			
متوسطة		0.74	2.13	الإجمالي الكلية			

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن المتوسطات الحسابية لمقياس التعلق بحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية تراوحت ما بين (1.93-2.45)؛ حيث جاءت عبارة (أرتاح كثيرًا عندما يتم تبادل الأفكار مع الآخرين) في الترتيب الأول، بينما في الترتيب الأخير جاءت عبارة (أشعر بخيبة الأمل عندما أرى ملابسهم وما يمتلكون من رفاهية).

ويمكن تفسير نتائج الجدول السابق في ضوء عدة نقاط:

أولاً- الدرجة الإجمالية لمقياس التعلق فُدرت بنحو (2.13%)، وهي درجة متوسطة، وتعكس مستوى تعلق متوسط لدى عموم عينة الدراسة.

ثانياً- بملاحظة متوسطات أبعاد ومحاور مقياس التعلق (التعلق الأمان، التعلق التجني، التعلق القلق) سنجد جميعها جاءت بدرجة متوسطة، وجاءت نسبة الموافقة على العبارات الإيجابية فيه أكثر من السلبية.

ثالثاً- بنظرة سريعة على عبارات المقياس سنجد أن أكثر العبارات التي حصلت على درجة موافقة على مضمونها في خانة (موافق) هي عبارات إيجابية بالأساس، وتعكس النظرة الإيجابية والشعور بالأمان، والثقة، وعدم القلق من المستقبل، والشعور بالمتعة، مثل عبارات: (أشعر بالأمان كلما زادت متابعتي للمؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية)، و(لا أشعر بالقلق عند بُعد الآخرين عني، متابعتي للمؤثرين جعلتني أنظر للمستقبل نظرة إيجابية، أشعر بالمتعة عندما أتابع المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية)، وهذه العبارات حظيت بدرجات موافقة كبيرة من قبل الشباب الجامعي عينة الدراسة.

وفي ضوء هذه الملاحظات يمكن القول بأن هناك إيجابيات خاصة بمتابعة صفحات المؤثرين أكدت عينة

الدراسة عليها، وأنها جعلتهم ينظرون إلى المستقبل نظرة إيجابية، وتحقيق المتعة والارتياح من متابعة صفحات المؤثرين، ولكن هذا لا ينفى بعض التأثيرات السلبية التي تجلبها صفحات المؤثرين؛ خاصة أن بعض الصفحات تهتم بإخراج الفيديوهات بشكل ترفيهي مبالغ فيه، سواء ما يخص الديكور والأزياء والإكسسورات، وغيرها من الرفاهيات التي قد تشعرهم باليأس والإحباط، فتأثير الصورة يفوق تأثير الكلمات، فهم ينشغلون بتفسير الصورة، وما يكمن خلف هذه الصورة، كما أنهم يبحثون عن سبل الرفاهية التي يمكن أن يحققوها في حياتهم اليومية، ويرى الباحث أنه للتغلب على الآثار السلبية والمشاعر التي تتعلق بالإحباط واليأس لا بد من التركيز على المضمون، وعدم المبالغة في التركيز على الشكل ومظاهر الشكل، وذلك على حساب المضمون والجوهر، ولكن في المجمال جميع المشاعر إيجابية، حيث أكدت

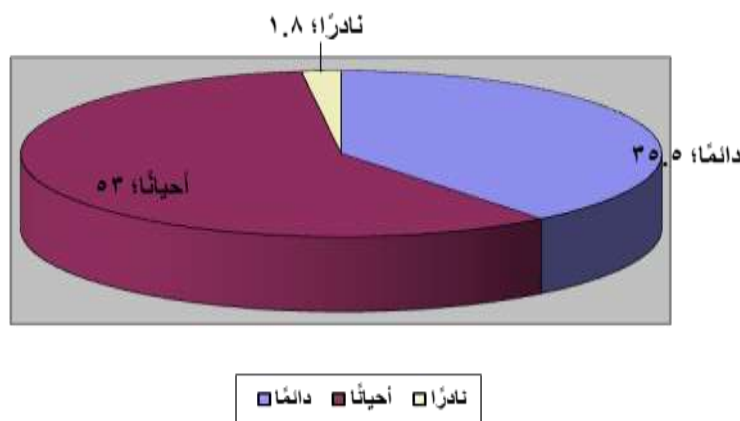
العينة أن هذه الصفحات جعلتهم راضين عن حياتهم، ومقتنعين بقدراتهم وموهبتهم، وهذا يجعلهم يستطيعون أن يحسنوا من أدائهم الأكاديمي؛ لأن الشعور بعدم الرضا يخلق حالة من التخبط وعدم الاستقرار، وقد يؤثر على دافعتهم واتجاهاتهم نحو التعليم وأهميته، وهذا بالتأكيد يؤثر على حالتهم الدراسية ومستوى نجاحهم؛ لذا يرى الباحث أنه يمكن الاستفادة من هذه الصفحات والتجاوب من عينة الدراسة على مضمونها في توجيه الشباب نحو الطموح، والمشروعات الصغيرة، والريادة، والابتكار، والمشروعات، التي تنمّي بداخلهم العطاء والتفاعل مع المجتمع والرضا عن ما وصلوا إليه وما حققوه من طموح ورغبات، وما سوف يحققونه من طموح ورغبات مستقبلية، كما يجعلهم لا يفقدون القدوة في المجتمع باعتبار أن هؤلاء المؤثرين هم قادة المجتمع، ومن خلالهم يمكن التأثير في القرارات السيادية واتخاذ القرارات التي تغير اتجاهات الدولة تجاه الشباب وتضع لهم مكانة مستقبلية، وتمثيل في الاقتصاد والسياسة وغيرها من المجالات؛ مما يجعل هناك اتجاهًا إيجابيًا بين الطرفين وحالة من الرضا والعطاء المتبادل، وبالتالي حالة من الاستقرار النفسي والسياسي والمجتمعي، وهذا ما تسعى إليه الدولة وصفحات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية.

جدول (11) يوضح درجة تفاعل المبحوثين مع حسابات المؤثرين الذين يتابعونهم عبر الشبكات الاجتماعية

الترتيب	النسبة %	التكرار	درجة التفاعل
1	53	326	أحياناً
2	35.5	218	دائماً
3	11.5	71	نادراً
	%100	615	الإجمالي

يتضح من الجدول: أن نسبة (53%) من المبحوثين يتفاعلون مع حسابات المؤثرين الذين يتابعونهم عبر الشبكات الاجتماعية (أحياناً) في الترتيب الأول، ثم (دائماً) بنسبة (35.5%)، ثم (نادراً) بنسبة (11.5%) في الترتيب الأخير.

وفي ضوء النتائج السابقة يرى الباحث أن أكثر من نصف أفراد عينة الدراسة يتفاعلون مع حسابات المؤثرين الذين يتابعونهم عبر الشبكات الاجتماعية بصفة غير دائمة، وقد يرجع ذلك إلى أن التفاعل ليس المعيار الحقيقي للتعامل ومشاهدة هذه الصفحات عبر الشبكات الاجتماعية، بل الاستفادة من مضمون هذه الصفحات هي الأقوى وتأثيرها على حياتهم الشخصية، وعليه فلا يمكن الحكم على التفاعل على أنه يقلل من أهمية المتابعة، فالمتابعة تعكس الاهتمام، ولكن التفاعل يعكس مدى قدرتهم على التعبير عن ذاتهم من خلال ما يتعرضون له من مضامين خاصة بصفحات المؤثرين، وهذا التفاعل نسبي بالنسبة لدرجة المتابعة ودوافع المتابعة، فعلى الرغم من جدية الدوافع وأهميتها؛ إلا أن التفاعل لا يأتي بمقدار هذه الأهمية؛ لقناعاتهم أن التفاعل لا يعبر عن قناعاتهم بأهمية المحتوى من عدمه، وإن كان تفاعل أحدهم مع بعض الفيديوهات كان سبباً لتحديد صفحة دون غيرها من الصفحات.



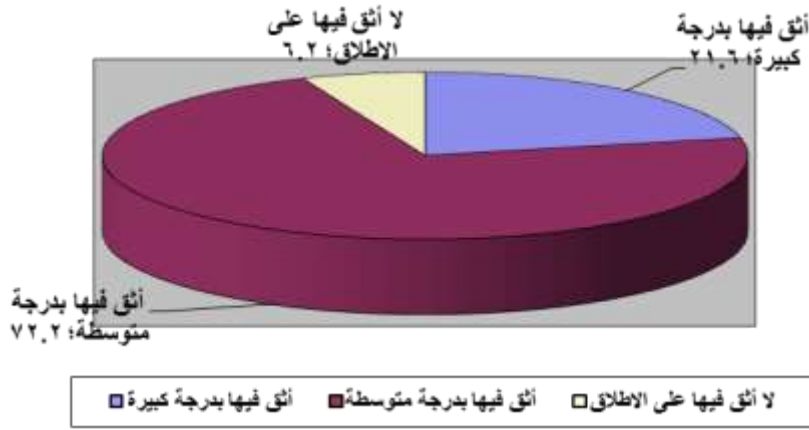
شكل (2) يوضح درجة تفاعل المبحوثين مع حسابات المؤثرين الذين يتابعونهم عبر الشبكات الاجتماعية

جدول (12) يوضح درجة ثقة المبحوثين في المعلومات التي يقدمها المؤثرون الذين يتابعونهم عبر الشبكات الاجتماعية

الترتيب	النسبة %	التكرار	درجة التأثير
1	72.2	444	أثق فيها بدرجة متوسطة
2	21.6	133	أثق فيها بدرجة كبيرة
3	6.2	38	لا أثق فيها على الإطلاق
-	0.0	0	أثق فيها بدرجة ضعيفة
	%100	615	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن نسبة (72.2%) من المبحوثين يتقنون في المعلومات التي يقدمها المؤثرون الذين يتابعونهم عبر الشبكات الاجتماعية (بدرجة متوسطة) في الترتيب الأول، ثم (بدرجة كبيرة) بنسبة (21.6%)، ثم (لا أثق فيها على الإطلاق) بنسبة (6.2%) في الترتيب الأخير.

ولعل النتائج السابقة تؤكد أن شبكات التواصل الاجتماعي ساحة كبيرة لتعددية المصادر، فتعدد المصادر بالنسبة لعينة الدراسة يتيح لديهم العديد من المصادر في متابعة الموضوع الواحد، أو المشكلة، أو القضية، وهذا يجعل هناك اختلافًا في مصداقية أو درجة الثقة في مصدر دون آخر، وباعتبار أن صفحات المؤثرين مصدرًا للمعلومات أو مصدرًا لمعرفة بعض تفاصيل الموضوعات التي تهتم عينة الدراسة؛ فإن درجة ثقتهم فيها جاءت بدرجة متوسطة؛ لأن صفحات المؤثرين تعبر عن أشخاص، وليست مؤسسات مسؤولة، فكل شخص مسؤول عن قراراته وما يتناوله من معلومات، على عكس القناة أو الموقع الإخباري؛ فهو يعبر عن سياسة ومصداقية مؤسسة بأكملها، وهذا ما يجعل هناك تفاوتًا في درجات الثقة بين عينة الدراسة فيما يتم نشره عبر صفحات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية.

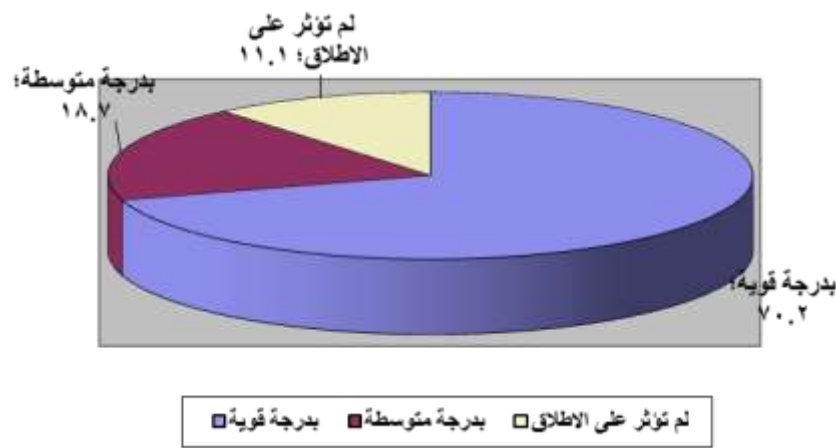


شكل (3) يوضح درجة ثقة الباحثين في المعلومات التي يقدمها المؤثرون الذين يتابعونهم عبر الشبكات الاجتماعية  
جدول (13) يوضح درجة تأثير المحتوى الذي يقدمه المؤثرون على الحياة الشخصية للمبحوثين

الترتيب	النسبة %	التكرار	درجة التأثير
1	70.2	432	أثرت بدرجة قوية
2	18.7	115	أثرت بدرجة متوسطة
3	11.1	68	لم تؤثر على الإطلاق
-	0.0	0	أثرت بدرجة ضعيفة
	100%	615	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن نسبة 70.2% من المبحوثين يرون أن درجة تأثير المحتوى الذي يقدمه المؤثرون على الحياة الشخصية للمبحوثين (قوية) في الترتيب الأول، ثم (متوسطة) بنسبة (18.7%)، ثم (لم تؤثر على الإطلاق) بنسبة (11.1%) في الترتيب الأخير.

ويرى الباحث حصول البديل (أثرت بدرجة قوية) على الترتيب الأول؛ قد يرجع إلى أن مضمون هذه الصفحات ينصب بشكل مباشر على الموضوعات والقضايا المهمة التي تشغل بال وحياة هؤلاء الشباب، ويعتبرونها مؤثرة في توجهاتهم وحياتهم بشكل قوي، بالإضافة إلى أن هذه المضامين واقعية من أرض الواقع تتناول جوانب الحياة المختلفة ومشكلاتها المتعددة، وتقدم لهم حلولاً لهذه المشكلات، ومن هنا يمكن توظيف هذه الصفحات في عرض الموضوعات التي تحمل العديد من وجهات النظر أو تلك التي تثير جدلاً، ومنها على سبيل المثال الهجوم الصهيوني وفتح معبر رفح، فقد أحدث جدلاً شائعاً بين الشباب، وحمل ذلك العديد من المشاعر الهجومية على الدولة والحكومة مناداته بفتح المعبر دون قيود، ولكن عندما خرج المؤثرون وتحدثوا عن المخاطر التي يمكن أن تلحق بالدولة نتيجة فتح المعبر، وويلات الحرب النفسية والسياسية التي تلحق بالشعب المصري، وحجم الخطر الذي يهددها؛ تراجع الشباب وهدأ الغضب الذي بداخلهم وحالة الهياج والعصبية التي قد انتابتهم نتيجة صدور قرار عدم فتح معبر رفح وغيرها من الموضوعات، التي قد تسبب حالة من التظاهرات أو الاضطرابات، فيمكن اعتبار أن هذه الصفحات منبهات لحالة الشباب وما يجول بالشارع المصري، ومن هنا تكمن خطورة هذه الصفحات إذا كانت متطرفة، أو متحيزة لجهة، أو هيئة معينة، فهي بذلك سلاح ذو حدين لا بد من استحضاره، والبعد عن مخاطره وسلبياته، أو ما ينجم عنه من أضرار تهدد كيان واستقرار المجتمع.



شكل (4) يوضح درجة تأثير المحتوى الذي يقدمه المؤثرون على الحياة الشخصية للمبحوثين

جدول (14) يوضح تقييم المبحوثين لأداء المؤثرين الذين يتابعونهم عبر الشبكات الاجتماعية

الترتيب	النسبة %	التكرار	التقييم
1	53.3	328	جيد
2	43.1	265	متوسط
3	3.6	22	ضعيف
	%100	615	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن نسبة (53.3%) من عينة الدراسة تقييمهم لأداء المؤثرين الذين يتابعونهم (جيد)، ثم (متوسط) بنسبة (43.1%)، وأخيراً (ضعيف) بنسبة (3.6%).

ويرى الباحث حصول البديل (جيد) على الترتيب الأول، قد يرجع إلى ثقة المؤثرين بأنفسهم أثناء تقديمهم للمحتويات والموضوعات وفهمهم لها، بالإضافة إلى استخدامهم أساليب إقناعية وجذابة وسهلة، ومناقشتهم للموضوعات الحيوية والمهمة، والتي تخص الشباب الجامعي، ومحاولة تقديم حلول لها.

كما يرى الباحث أن هذه نتيجة طبيعية ومنطقية؛ باعتبار أن هذه الصفحات تؤثر بشكل قوي في عينة الدراسة، كما أنهم يتقنون فيها بدرجة متوسطة، فبالضرورة أن يكون التقييم جيداً إلى حد ما، فإذا لم يكن أداء أصحاب هذه الصفحات جيداً فلن يؤثر في أفكار وتوجهات وقناعات عينة الدراسة، فإذا كان الأداء ضعيفاً فلن يكون هناك اتجاه إيجابي أو تأثير على عينة الدراسة، كما أنهم سوف يعزفون عن متابعة هذه الصفحات وينشغلون بمتابعة صفحات أو مواقع أخرى؛ لذا يرى الباحث أن عينة الدراسة يتمكنون من تحديد العوامل التي تحدد أهمية هذه الصفحات من غيرها، كما يرى الباحث أن هذا التقييم يعكس وعيهم بالضوابط المهنية والإخراجية التي لا بد أن يلتزم بها المؤثر، أو ما يسمى (بالكفاءات الأكاديمية والمهنية) لدى المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية.



شكل (5) يوضح درجة تأثير المحتوى الذي يقدمه المؤثرون على الحياة الشخصية للمبحوثين

جدول (15) يوضح التكرار والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب لعبارة مقياس الهناء النفسي للمبحوثين في ضوء متابعتهم للمؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية

العينة الكلية							العبارات
درجة الموافقة	الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط	التكرار			
				معارض	محايد	موافق	
مرتفعة	1	0.48	2.75	15	120	480	أعبر عن رأيي بصراحة.
مرتفعة	2	0.56	2.62	24	185	406	أعتمد على نفسي في قضاء مهامي.
مرتفعة	3	0.58	2.61	33	172	410	أفعل ما أقتنع أنه صواب.
مرتفعة	4	0.6	2.58	37	180	398	أتحمل ما يوكل لي من أعمال.
مرتفعة	5	0.61	2.58	41	172	402	أختلف عن الآخرين في بعض الموضوعات بطريقة مناسبة.
مرتفعة	6	0.61	2.54	41	196	378	أتصرف بطريقة مناسبة في المواقف المختلفة.
مرتفعة	7	0.65	2.42	58	236	321	أعدل عن رأيي إذا اقتنعت الآخرون أنه خطأ.
مرتفعة	1	0.58	2.58	إجمالي محور الاستقلال الذاتي			
مرتفعة	1	0.59	2.60	35	173	407	أثق في قدراتي وإمكاناتي.
مرتفعة	2	0.6	2.57	38	188	389	أرتب حياتي بطريقة ترضيني.
مرتفعة	3	0.61	2.55	39	194	382	أضع معايير خاصة للحكم على أفعالي.
مرتفعة	4	0.65	2.50	54	195	366	أشعر بالرضا عن ذاتي.
مرتفعة	5	0.67	2.43	64	219	332	يسعدني ما حققته في حياتي.
مرتفعة	6	0.81	2.13	167	200	248	أتمنى أن أكون شخصاً آخر.
مرتفعة	3	0.65	2.46	إجمالي محور تقبل الذات			
مرتفعة	1	0.56	2.60	24	192	399	أعدل عن تصرفاتي غير المناسبة.
مرتفعة	2	0.58	2.60	31	183	401	أسعى إلى امتلاك الكثير من المهارات للتعامل مع البيئة.
مرتفعة	3	0.67	2.39	65	243	307	لدي القدرة على التعامل مع أي متغيرات قد تحدث في البيئة مستقبلاً.
متوسطة	4	0.7	2.17	109	291	215	أشعر بالتوتر والإجهاد عند القيام بعمل ما.



متوسطة	5	0.75	2.13	141	250	224	يزعجني رأي الناس في تصرفاتي.
مرتفعة	5	0.65	2.37	إجمالي محور الكفاءة في التعامل مع البيئة			
مرتفعة	1	0.59	2.58	35	184	396	أحاول مساعدة الآخرين في حل مشكلاتهم.
مرتفعة	2	0.61	2.58	41	175	399	أرتبط بعلاقات طيبة مع أسرتي.
مرتفعة	4	0.63	2.53	48	191	376	أحاول الإصلاح بين المتخاصمين.
مرتفعة	3	0.59	2.53	32	223	360	علاقاتي الاجتماعية ناجحة
مرتفعة	5	0.65	2.47	53	214	348	أقضي لأصدقائي بعض المهام.
مرتفعة	6	0.65	2.44	56	229	330	أحرص على مشاركة الجيران في مناسباتهم.
مرتفعة	7	0.66	2.42	62	228	325	أبذل جهداً للتوافق مع زملائي المحيطين بي.
مرتفعة	8	0.69	2.41	72	218	325	أحب الاختلاط بالآخرين.
مرتفعة	9	0.67	2.40	65	237	313	أبادر في تكوين الصداقات الجديدة.
مرتفعة	2	0.63	2.48	إجمالي محور العلاقات الإيجابية مع الآخرين			
مرتفعة	2	0.57	2.66	31	146	438	أحاول أن أحسن من حياتي.
مرتفعة	1	0.53	2.66	20	165	430	أتعلم كل ما هو جديد ومناسب لي.
مرتفعة	3	0.58	2.63	34	154	427	أعمل على تطوير نفسي لأكون الأفضل.
مرتفعة	4	0.59	2.61	37	165	413	أحب التجديد والتغيير في الحياة.
مرتفعة	5	0.56	2.59	23	206	386	أطور حياتي للتوافق مع كل ما هو جديد.
مرتفعة	6	0.61	2.58	41	174	400	أحاول أن أتفوق في دراستي.
مرتفعة	7	0.59	2.56	34	202	379	أجرب الأشياء الجديدة.
مرتفعة	7	0.59	2.56	34	200	381	أتخطى الصعوبات التي تواجهني.
مرتفعة	8	0.61	2.56	40	185	390	أستطيع توظيف إمكانياتي في تحقيق أهداف حياتي.
مرتفعة	9	0.65	2.52	56	181	378	أشعر بأنني تغيرت نحو الأفضل.
مرتفعة	10	0.6	2.49	37	238	340	أعدل من أفكاري الخاطئة بسهولة.
مرتفعة	1	0.58	2.58	إجمالي محور النمو الشخصي			
مرتفعة	1	0.57	2.62	29	171	415	لديّ طموحات وأعمل على تحقيقها.
مرتفعة	2	0.58	2.59	30	191	394	أستطيع إنجاز مهام حياتي.
مرتفعة	3	0.6	2.57	38	187	390	وجودي يعني لي الكثير.
مرتفعة	4	0.63	2.54	47	184	384	أشعر بأن حياتي ذات قيمة ومعنى.
مرتفعة	5	0.61	2.52	41	212	362	أضع أهدافاً محددة لحياتي.
مرتفعة	6	0.64	2.40	55	258	302	أستغل أوقات فراغي في أعمال مفيدة.
متوسطة	7	0.7	2.25	95	267	253	أخاف من المستقبل.
متوسطة	8	0.76	2.1	150	251	214	أشعر بأن حياتي مملة.
مرتفعة	4	0.63	2.44	إجمالي محور الحياة الهادفة			
مرتفعة		0.62	2.51	الإجمالي الكلية			

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن المتوسطات الحسابية لعبارات مقياس الهناء النفسي للمبحوثين عينة الدراسة في ضوء متابعتهم للمؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية تراوحت ما بين (2.75: 2.1)، حيث جاءت عبارة (أعبر عن رأيي بصراحة) في الترتيب الأول، بينما جاءت عبارة (أشعر بأن حياتي مملة) في الترتيب الأخير. ويمكن تفسير نتائج الجدول السابق في ضوء عدة نقاط:

أولاً- الدرجة الإجمالية لمقياس الهناء النفسي قُدرت بنحو (2.51%)، وهي درجة مرتفعة، وتعكس مستوى هناء نفسي عالٍ ومرتفع لدى عموم عينة الدراسة.

ثانياً- بملاحظة متوسطات أبعاد ومحاور مقياس الهناء النفسي (بُعد الاستقلال الذاتي- بُعد تقبل الذات- بُعد الكفاءة في التعامل مع البيئة- بُعد العلاقات الإيجابية مع الآخرين- بُعد النمو الشخصي- بُعد الحياة الهادفة) نجد أن جميعها جاءت بدرجة مرتفعة، وجاءت نسبة الموافقة على العبارات الإيجابية بدرجات عالية فيه أكثر من السلبية.

ثالثاً- بنظرة سريعة على عبارات المقياس نجد أن أكثر العبارات التي حصلت على درجة موافقة على مضمونها في خانة (موافق) هي عبارات إيجابية بالأساس، وتعكس النظرة الإيجابية للحياة والشعور بالسعادة والهناء النفسي والثقة بالنفس وتطويرها، مثل: عبارات: (أثق في قدراتي وإمكانياتي)، و(أعمل على تطوير نفسي لأكون الأفضل، وأحاول أن أحسن من حياتي، ولدي طموحات وأعمل على تحقيقها)، وهذه العبارات حظيت بدرجات موافقة كبيرة من قبل الشباب الجامعي عينة الدراسة.

وفي ضوء هذه الملاحظات يمكن القول بأن صفحات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية استطاعت أن تحقق قدرًا مرتفعًا من الهناء النفسي لدى الشباب الجامعي عينة الدراسة في كل بُعد من أبعاده، حيث تمكنت عينة الدراسة من التعبير عن آرائهم بصراحة؛ نتيجة متابعتهم لآراء صفحات المؤثرين، وإيمانهم بأهمية التعبير عن الرأي والحفاظ على الاستقلال الذاتي، كما أنها أثرت على طموحاتهم وتطلعاتهم المستقبلية، فأصبح لدى عينة الدراسة تطلع إيجابي نحو المستقبل، وتحقيق طموحهم وأهدافهم، كما امتدت إيجابية هذه المتابعة في تتحي عينة الدراسة عن القرارات السلبية والتصرفات غير المناسبة التي يقومون بها في بعض الأحيان، وهذا يؤكد أن صفحات المؤثرين تدعم قيم المجتمع الإنسانية، والاجتماعية، والدينية، كما أنها تشجع الشباب الجامعي على التمسك بقيم ومعتقدات مجتمعهم، وهذا أيضًا ما يعكس اهتماماتهم بالموضوعات الدينية التي تحافظ على النسق القيمي للمجتمع، وبهذا يرى الباحث أن المؤثرين يؤثران بشكل إيجابي، ويحققون درجات مرتفعة من الهناء النفسي، ويحسنون من تصرفات العينة مع المجتمع وأفراده؛ وبالتالي تعتبر هذه الصفحات بمثابة مؤسسة تربية خاصة لتعديل وتوجيه سلوكيات عينة الدراسة التي تتابع صفحات المؤثرين باهتمام وإيجابية، كما يجعلهم ذلك يتقنون في قدراتهم الشخصية وإمكانياتهم لتحقيق أهدافهم وطموحاتهم؛ مما يجعلهم يخططون جيدًا للمستقبل، ويهتمون بتعزيز الإيجابيات ورفض السلبيات أو التخلص منها بشكل كلي، كما يساعدهم ذلك على إنجاز المهام التي تُسند لهم؛ فإذا كانت ثقة الفرد في ذاته بدرجة عالية فإنه تعزز قدراتهم، وبالتالي ترفع همته ويستطيع تحقيق كل أهدافه وخطته المستقبلية، وهذا يعتبر محفزًا لتحقيق الطموح وارتفاع معدلات الأمان، وكذلك تحقيق العديد من الإنجازات والرغبات، وهذا ما يسعى إليه الهناء النفسي والرضا عن كل طموحاتك وتحقيقها على قدر من التقاني والإيجابية، وبالتالي تحقيق النجاح على مستوى عالٍ من الدقة، وهذا ينتج عنه الاعتماد على ذاته لتحقيق وإنجاز مهامه المختلفة؛ سواء المتعلقة بالعملية التعليمية، أو الجانب النفسي، أو الجانب المهني، وهذا يدل على تعلمهم كل ما هو جديد من مهارات ويكسبهم هذا

التأكيد على المهارات المستقبلية وتلبية خارطة الطريق المستقبلية، والتي تتواكب مع متغيرات العصر وما يتطلبه من مهارات، وتنمية هذه المهارات من أجل تحقيق أهداف المستقبل.

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (حمدان سعود، سلوى عبد الهادي، 2023)<sup>(95)</sup> والتي أظهرت أن مستوى الهناء النفسي لدى طلبة التربية الخاصة بكلية التربية الأساسية كان مرتفعاً في جميع أبعاد مقياس الهناء النفسي، ودراسة (فدوى أنور وجدي، 2023)<sup>(96)</sup> والتي أشارت إلى وجود مستوى مرتفع للهناء النفسي لدى طلاب الجامعة، ودراسة (أحمد حسن، مالك فضيل، 2023)<sup>(97)</sup> والتي بينت أن طلبة جامعة واسط يتمتعون بقدر جيد من الهناء النفسي، ودراسة (عبير محمد حسين، 2019)<sup>(98)</sup> والتي أظهرت أن أفراد عينة الدراسة يتمتعون بقدر جيد من الهناء النفسي.

ثانياً - نتائج اختبار فروض الدراسة:

\* التحقق من الفرض الأول:

• توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تعلق الشباب الجامعي بحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية ومستوى الهناء النفسي لديهم.

جدول (16) يوضح معاملات الارتباط بين تعلق الشباب الجامعي بحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية ومستوى الهناء النفسي لديهم

مستوى الهناء النفسي لديهم			المتغيرات
نوع الدلالة	مستوى الدلالة	قيمة ر	
دال إحصائياً	0.01	**0.38	تعلق الشباب الجامعي بحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية

(\*\*) دال عند مستوى 0.01

يتبين من بيانات الجدول السابق:

تحقق الفرض، حيث ثبت وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين تعلق الشباب الجامعي بحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية ومستوى الهناء النفسي لديهم؛ مما يعني أنه كلما زاد تعلق الشباب الجامعي بحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية كلما أسهم ذلك في زيادة مستوى الهناء النفسي لديهم.

ويمكن تفسير نتائج هذا الفرض بأن درجة التعلق بشيء ما يخلق لدى الفرد رغبة كبيرة في تحقيق ما يفعله الآخرون على صفحات المؤثرين، وأن هذا التعلق يسهم بشكل إيجابي في التأثير بشكل كامل على حياة الشباب الجامعي في جميع النواحي الاجتماعية، والشخصية، والتعليمية، والثقافية، كما أن هذا التعلق يدفعهم إلى تحقيق أهدافهم وطموحاتهم، وعند تحقيق هذه الأهداف وتحقيق ما يسعون إليه يجعلهم يشعرون بالهناء النفسي والرضا عن الذات وتحقيق الرغبات؛ لأن درجة التعلق تخلق لديهم دافعية كبيرة للسعي نحو تحقيق طموحاتهم، وكلما استطاع الأفراد وتمكنوا من تحقيق أهدافهم كلما زاد ذلك من تحقيق الرغبة نحو تحقيق الهناء النفسي، وقد يرجع هذا إلى مستوى الطموح والإيجابية لدى أفراد عينة الدراسة، وهذا يعكس مدى تعلق عينة الدراسة بحسابات المؤثرين، ومدى سعيهم لتحقيق ما يروونه أمامهم من رغباتهم وما لديهم من طموحاتهم.

\* التحقق من الفرض الثاني:

• توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة تعلق الشباب الجامعي بحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية ودرجة تأثيرها على حياتهم الشخصية.

جدول (17) يوضح معاملات الارتباط بين درجة تعلق الشباب الجامعي بحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية ودرجة تأثيرها على حياتهم الشخصية

درجة تأثيرها على حياتهم الشخصية			المتغيرات
نوع الدلالة	مستوى الدلالة	قيمة ر	
دال إحصائياً	0.01	**0.31	تعلق الشباب الجامعي بحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية

(\*\*) دال عند مستوى 0.01

يتبين من بيانات الجدول السابق:

تحقق الفرض، حيث ثبت وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين درجة تعلق الشباب الجامعي بحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية ودرجة تأثيرها على حياتهم الشخصية؛ مما يعني أنه كلما زاد تعلق الشباب الجامعي بحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية كلما أثر ذلك في حياتهم الشخصية.

ويمكن تفسير نتائج هذا الفرض، بأنه كلما زاد تعلق عينة الدراسة بهذه الحسابات كلما زاد فعاليتها وتأثيرها على حياتهم الشخصية، وخاصة الجانب النفسي، وأسهم في بناء شخصيتهم وثباتهم الانفعالي والوجداني واتزانها النفسي، وهذا يشكل اتجاهاتهم وسلوكياتهم في المجتمع الجامعي والمجتمع الخارجي، وإنما يدل ذلك على خطورة هذه الحسابات على حياتهم وإيجابياتها بالنسبة لحياتهم وتحقيق أهدافهم وخطتهم المستقبلية، وهذا يعكس خطورة هذه الحسابات وقدرتها على تغيير مسار الشباب الجامعي وتلبية رغباتهم.

\* التحقق من الفرض الثالث:

• توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة تعلق الشباب الجامعي بحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية ودرجة ثقتهم في المعلومات التي يقدمونها.

جدول (18) يوضح معاملات الارتباط بين درجة تعلق الشباب الجامعي بحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية ودرجة ثقتهم في المعلومات التي

يقدمونها

درجة ثقتهم في المعلومات التي يقدمونها			المتغيرات
نوع الدلالة	مستوى الدلالة	قيمة ر	
دال إحصائياً	0.01	**0.17	تعلق الشباب الجامعي بحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية

(\*\*) دال عند مستوى 0.01

يتبين من بيانات الجدول السابق:

تحقق الفرض، حيث ثبت وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين تعلق الشباب الجامعي بحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية ودرجة ثقتهم في المعلومات التي يقدمونها؛ مما يعني أنه كلما زاد

تعلق الشباب الجامعي بحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية كلما أثر ذلك في زيادة درجة ثقتهم في المعلومات التي يقدمها هؤلاء المؤثرون عبر الشبكات الاجتماعية.

ويمكن تفسير نتائج هذا الفرض بأن التعلق قد يؤدي دوراً أيضاً في درجة الثقة؛ فالأفراد الذين يتعلقون ببعض أكثر ثقة وأكثر تأثيراً على حياة بعض، ومستقبل بعضهم البعض مرتبط ارتباطاً قوياً، لذا يرى الباحث أن هناك تعلقاً مَرَضِيّاً ينجم عنه أضرار نفسية خطيرة وهي التقليد الأعمى دون الوعي بخطورة الأفعال والسلوكيات التي تنتج عن هذه التصرفات؛ مما قد يهدد تقاليد المجتمع، وهذا يعني مدى ثقتهم في المعلومات والآراء والقرارات التي يتخذها المؤثرون عبر صفحاتهم المختلفة، ومن الطبيعي كلما زاد تعلق الشخص بهذه الحسابات، كلما زادت ثقته في هذه الحسابات وما ينشر من خلالها من معلومات، وفيديوهات، وصور.. وغيرها من وسائل متعددة.

#### \* التحقق من الفرض الرابع:

• توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة تعرض الشباب الجامعي عينة الدراسة لحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية ودرجة التفاعل معها.

جدول (19) يوضح معاملات الارتباط بين درجة تعرض الشباب الجامعي عينة الدراسة لحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية ودرجة التفاعل معها

درجة التفاعل معها			المتغيرات
نوع الدلالة	مستوى الدلالة	قيمة ر	
دال إحصائياً	0.01	0.32**	درجة تعرض الشباب الجامعي عينة الدراسة لحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية

(\*\*) دال عند مستوى 0.01

يتبين من بيانات الجدول السابق:

تحقق الفرض، حيث ثبت وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين درجة تعرض الشباب الجامعي عينة الدراسة لحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية ودرجة التفاعل معها؛ مما يعني أنه كلما زادت درجة تعرض الشباب الجامعي عينة الدراسة لحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية كلما زادت معها درجة التفاعل.

ويمكن تفسير نتائج هذا الفرض بأن الأشخاص الذين يتعرضون بدرجات مرتفعة هم الأشخاص الذين يتفاعلون مع هذه الصفحات؛ لأن كثرة التعرض تجعلهم أشد تأثراً، وهذا يخلق بداخلهم التفاعل بإيجابية تجاه هذه الحسابات وأصحابها، ويرى الباحث أن درجة التعرض تختلف من مبحث لآخر بناءً على طبيعة المحتوى وكثافته الذي يفضل متابعته من خلال حسابات المؤثرين، كما يرى الباحث أن لهذا دوراً في التفاعل، فعادة يتفاعل المبحوث مع الموضوعات التي تلبى رغباته واهتماماته، أو الموضوعات التي يراها مهمة بالنسبة للمجتمع، ومحور انتباه الجميع، وتستحوذ على اهتمامات الرأي العام أو تشغل الرأي العام.

**\* التحقق من الفرض الخامس:**

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تعرض الشباب الجامعي عينة الدراسة لحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية ودوافع متابعتهم لهذه الحسابات.

جدول (20) يوضح معاملات الارتباط بين تعرض الشباب الجامعي عينة الدراسة لحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية ودوافع متابعتهم لهذه

## الحسابات

دوافع متابعتهم لهذه الحسابات			المتغيرات
نوع الدلالة	مستوى الدلالة	قيمة ر	
دال إحصائياً	0.01	**0.30	درجة تعرض الشباب الجامعي عينة الدراسة لحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية

(\*\*) دال عند مستوى 0.01

يتبين من بيانات الجدول السابق:

تحقق الفرض، حيث ثبت وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين تعرض الشباب الجامعي عينة الدراسة لحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية ودوافع متابعتهم لهذه الحسابات؛ مما يعني أنه كلما زادت درجة تعرض الشباب الجامعي عينة الدراسة لحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية كلما تعددت دوافع متابعتهم لهذه الحسابات.

ويمكن تفسير نتائج هذا الفرض بأن درجة التعرض لها دور مهم في تحديد عدد الدوافع وتنوعها، وكلما زادت مدة ودرجة التعرض لحسابات المؤثرين كلما تنوعت دوافع متابعة هذه الحسابات، فعند التعرض لتنوع المحتويات والموضوعات التي يتابعها المبحوثون، فبتعدد الموضوعات والمضامين تنتوع الأهداف والدوافع، فالبحث عن موضوع ديني أو الصفحات الدينية للإجابة عن تساؤلات دينية، والبحث عن الموضوعات الجمالية لتلبية حب التطلع إلى الموضوعات الجمالية والمنظر الجمالي، والديكور.. وغيرها من الموضوعات التي تتضمنها حسابات المؤثرين، والدوافع تختلف باختلاف التعرض لكل موضوع؛ فالموضوعات ذات الطبيعة التعليمية تختلف عن الموضوعات ذات الطبيعة الطبية، وتختلف عن طبيعة الموضوعات الثقافية، أو التي تتضمن العلاقات الاجتماعية.. وهكذا، فزيادة درجة التعرض تجعل عينة الدراسة لا يتابعون تخصصاً واحداً، وبالتالي تتعدد دوافع تعرضهم لكل تخصص، كل حسب نوعه وتخصصه.

**\* التحقق من الفرض السادس:**

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب الجامعي عينة الدراسة في مستوى التعلق بحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية حسب المتغيرات الديموجرافية (النوع- محل الإقامة- الجامعة).

## (أ) الفروق وفق النوع، محل الإقامة:

جدول (21) يوضح دلالة الفروق بين الشباب الجامعي عينة الدراسة في مستوى التعلق بحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية لديهم حسب المتغيرات الديموجرافية (النوع، محل الإقامة)

نصالح	نوع الدلالة	قيمة (ت)	إناث		ذكور		المتغيرات
			ع	م	ع	م	
—	غير دال	0.964	13.13	67.10	14.64	66.10	مستوى التعلق بحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية
نصالح	نوع الدلالة	قيمة (ت)	حضر		ريف		
—	غير دال	0.964	12.17	66.13	14.06	66.15	

يتبين من بيانات الجدول السابق:

عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي عينة الدراسة في مستوى التعلق بحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية حسب المتغيرات الديموجرافية (النوع، محل الإقامة).

ويمكن تفسير نتائج هذا الفرض، بأن متغيري النوع ومحل الإقامة ليسوا عوامل مؤثرة في مستوى التعلق بحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية، وأنه لا توجد فروق فردية بين الذكور والإناث في مستوى التعلق، أي أن الذكور والإناث يتعلقون بحسابات المؤثرين بنفس المستوى، وهذا يفسر أن طبيعة الاهتمامات واحدة ومتقاربة، وأيضاً الميول واحدة؛ لذا يمكن القول بأن طبيعة الحسابات تستهوي الذكور والإناث معاً، وتلقى استحسان الطرفين، وهذا يعكس أهميتها بالنسبة للفئتين، كما يدل ذلك على توحيد الاهتمامات بين الجنسين، كما أن ما يتم تقديمه يلبي رغبات الجنسين ويلقى اهتمام الفئتين.

## (ب) الفروق وفق الجامعة:

جدول (22) يوضح تحليل التباين أحادي الاتجاه بين الشباب الجامعي عينة الدراسة في مستوى التعلق بحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية لديهم حسب متغير (الجامعة)

المتغيرات	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	ف	الدلالة
مستوى التعلق بحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية	بين المجموعات	118.73	2	59.36	0.306	غير دال
	داخل المجموعات	118681.70	612	193.92		

يتضح من بيانات الجدول السابق:

عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي عينة الدراسة في مستوى التعلق بحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية لديهم حسب متغير (الجامعة).

ولعل ذلك يرجع إلى أن العينة من شباب الجامعات، وتجمعهم خصائص نفسية، واجتماعية، واقتصادية، وفكرية، وثقافية متشابهة، وهذا ما أوجد عدم الفروق بين طلاب جامعة المنيا والقاهرة والمنصورة في مستوى التعلق بحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية.

## \* التحقق من الفرض السابع:

• توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب الجامعي عينة الدراسة في مستوى الهناء النفسي لديهم حسب المتغيرات الديموجرافية (النوع، محل الإقامة، الجامعة).

(أ) الفروق وفق النوع، محل الإقامة:

جدول (23) يوضح دلالة الفروق بين الشباب الجامعي عينة الدراسة في مستوى الهناء النفسي لديهم حسب المتغيرات الديموجرافية (النوع، محل الإقامة)

لصالح	نوع الدلالة	قيمة (ت)	إناث		ذكور		المتغيرات
			ع	م	ع	م	
—	غير دال	1.21	15.51	114.58	15.65	116.11	مستوى الهناء النفسي
لصالح	نوع الدلالة	قيمة (ت)	حضر		ريف		
—	غير دال	1.22	ع	م	ع	م	
—	غير دال	1.22	15.55	115.53	15.66	116.20	

يتضح من بيانات الجدول السابق:

عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي عينة الدراسة في مستوى الهناء النفسي لديهم حسب المتغيرات الديموجرافية (النوع، محل الإقامة).

ولعل ذلك يرجع إلى تقارب مستوى الشعور بالهناء النفسي لدى الشباب الجامعي عينة الدراسة، بالإضافة إلى أن التعلُّق بحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية- وخاصة الدينية منها- تزيد من مستوى الشعور بالهناء النفسي لدى الشباب الجامعي عينة الدراسة، ومن ثم التأثير في حياتهم اليومية، وتقضي على الفوارق والمشكلات النفسية والاجتماعية بينهم، وبهذا يمكن القول بأن التعلُّق بهذه الحسابات لها دور فعال في بناء شخصية الشباب الجامعي، والقدرة على تغيير حياتهم للأفضل واتزانهم النفسي، ومن ثم التأثير النفسي في كل الفئات وجميع الأجناس ذكورا وإناثاً، ريفاً وحضرًا.

وتتفق نتيجة هذا الفرض مع نتائج دراسة كل من (حمدان سعود، سلوى عبد الهادي، 2023) <sup>(99)</sup> والتي أشارت إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الهناء النفسي تُعزى لمتغير النوع والعمر والسنة الدراسية، ودراسة (Mehmet,2018) <sup>(100)</sup> والتي أظهرت عدم وجود فروق دالة بين الذكور والإناث في الهناء النفسي، ودراسة (حنان أحمد محمد، 2020) <sup>(101)</sup> والتي بينت عدم وجود فروق في الهناء النفسي وفقاً للنوع.

وتختلف نتيجة هذا الفرض مع نتائج دراسة (Atef Mosaad Elsherbiny,2022) <sup>(102)</sup> والتي أشارت نتائجها إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير النوع على مقياس الهناء النفسي لصالح الذكور، ودراسة (عبلة محمد الجابر مرتضى، 2021) <sup>(103)</sup> والتي بينت وجود فروق في أبعاد الهناء النفسي والدرجة الكلية تعزى إلى النوع، وكانت الفروق لصالح الطالبات، ودراسة (إبراهيم سليمان، 2023) <sup>(104)</sup> والتي أظهرت وجود فروق في الهناء النفسي تعزى لمتغير (الجنس) لصالح الذكور، ودراسة (Saleel, 2015) <sup>(105)</sup> والتي أظهرت وجود فروق دالة بين الذكور والإناث في الهناء النفسي لصالح الذكور.



## (ب) الفروق وفق الجامعة:

جدول (24) يوضح تحليل التباين أحادي الاتجاه بين الشباب الجامعي عينة الدراسة في مستوى الهناء النفسي لديهم حسب حسب متغير (الجامعة)

المتغيرات	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	ف	الدلالة
مستوى الهناء النفسي	بين المجموعات	165.36	2	82.68	0.339	غير دال
	داخل المجموعات	149122.77	612	243.665		

ينضح من بيانات الجدول السابق:

عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي عينة الدراسة في مستوى الهناء النفسي لديهم حسب متغير (الجامعة).

\* التحقق من الفرض الثامن:

• توجد فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي عينة الدراسة في درجة تأثير المحتوى الذي يقدمه المؤثرون على حياتهم الشخصية وفق المتغيرات الديموجرافية (النوع- محل الإقامة- الجامعة).

(أ) الفروق وفق النوع، محل الإقامة:

جدول (25) يوضح دلالة الفروق بين الشباب الجامعي عينة الدراسة في درجة تأثير المحتوى الذي يقدمه المؤثرون على حياتهم الشخصية حسب المتغيرات الديموجرافية (النوع، محل الإقامة)

المتغيرات	ذكور		إناث		قيمة (ت)	نوع الدلالة	اصالح
	ع	م	ع	م			
درجة تأثير المحتوى الذي يقدمه المؤثرون على حياتهم الشخصية	ع	3.54	ع	1.03	1.66	غير دال	—
	م	0.86	م	3.41			
المتغيرات	ريف		حضر		قيمة (ت)	نوع الدلالة	اصالح
	ع	م	ع	م			
درجة تأثير المحتوى الذي يقدمه المؤثرون على حياتهم الشخصية	ع	3.85	ع	0.89	1.68	غير دال	—
	م	0.80	م	3.88			

ينضح من الجدول بيانات السابق:

عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي عينة الدراسة في درجة تأثير المحتوى الذي يقدمه المؤثرون على حياتهم الشخصية حسب المتغيرات الديموجرافية (النوع، محل الإقامة).

وقد يرجع ذلك إلى أن درجة تأثير المحتوى الذي يقدمه المؤثرون واحدة بالنسبة للذكور والإناث والريف والحضر، بالإضافة إلى قدرتها وفعاليتها الإيجابية في بناء شخصية الشباب الجامعي، ومن ثم التأثير في حياتهم اليومية، فالفائدة والأثر من الممارسة تعود على جميع المشاركين في هذه الأنشطة دون استثناء، وبهذا يمكن القول بأن الأنشطة الإعلامية المدرسية لها دور فعال في بناء شخصية الطلاب والقدرة على تغيير حياتهم للأفضل، ومن ثم التأثير في كل الفئات وجميع الأجناس ذكورا وإناثا، والمراحل الدراسية المختلفة، وبالتالي التأثير على معتقداتهم الشخصية وميولهم واتجاهاتهم، ونظرا لقوة هذا التأثير فلا توجد فروق وفقاً للنوع ومحل الإقامة والمرحلة الدراسية في درجة التأثير لممارسة هذه الأنشطة.

## (ب) الفروق وفق الجامعة:

جدول (26) يوضح تحليل التباين أحادي الاتجاه بين الشباب الجامعي عينة الدراسة في درجة تأثير المحتوى الذي يقدمه المؤثرون على حياتهم الشخصية حسب متغير (الجامعة)

المتغيرات	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	ف	الدلالة
درجة تأثير المحتوى على حياتهم الشخصية	بين المجموعات	1.721	2	0.860	0.941	غير دال
	داخل المجموعات	559.81	612	0.915		

يتضح من بيانات الجدول السابق:

عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي عينة الدراسة في درجة تأثير المحتوى الذي يقدمه المؤثرون على حياتهم الشخصية حسب متغير (الجامعة).

وهذا يؤكد أن الجميع يتأثرون بنفس الدرجة، وهذا يؤكد فعالية المحتوى الذي يتم عرضه عبر الحسابات الخاصة بالمؤثرين، وأن هذه الحسابات تستحسن أدواقهم وتعال رضائهم؛ مما يجعلهم يتأثرون بها كما أن المحتوى الذي يُقدّم جاداً ويلبي اهتمام جميع أفراد العينة باختلاف الفروق الديموجرافية، وهذا لأن التكنولوجيا وشبكات التواصل الاجتماعي جعلت الأفراد يستقبلون المحتوى في نفس الوقت، ويقبلون على المتابعة بنفس الدرجة، كما أن المحتويات المقدمة تتناسب مع الذكور والإناث والريف والحضر وطلاب الجامعات الثلاث، وهذا يؤكد نجاح المؤثرين في إنتاج محتوى يؤثر في الجمهور رغم اختلاف الفروق بينهم.

## \* التحقق من الفرض التاسع (التنبؤي):

- تسهم درجة تعلق الشباب الجامعي بحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية في مستوى الهناء النفسي لديهم.

جدول (27) يوضح تحليل الانحدار الخطي الثنائي البسيط للمتغير المستقل (تعلق الشباب الجامعي بحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية)، والمتغير التابع (مستوى الهناء النفسي لديهم) (ن = 615)

المتغير المستقل	المتغير التابع	معامل الارتباط المتعدد R	التباين المشترك R <sup>2</sup>	نسبة الإسهام	معامل الانحدار B	معامل الانحدار المعياري Beta	قيمة (ت) T	قيمة (ف) F	مستوى الدلالة
التعلق	الهناء	0,382	0,146	14,6%	0,42	0,382	30,42	104,8	0,00

(\*\*) دال عند مستوى 0.01

يتضح من بيانات الجدول السابق:

أن متغير (تعلق الشباب الجامعي بحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية) أسهم في تباين المتغير التابع (مستوى الهناء النفسي لديهم) حيث بلغت قيمة معامل الارتباط المتعدد (R) بين المتغيرين (0,382)، وقيمة التباين المشترك (R<sup>2</sup>) نسبة إسهامه بمفرده (14.6%)، وكانت كلٌّ من قيمة الاختبار التائي (ت)، والاختبار الفائي (ف) دالة إحصائية عند مستوى (0.01)؛ وبالتالي

فإنه يمكن التنبؤ بدرجات الهناء النفسي لدى عينة البحث مستقبلاً من خلال درجاتهم في متغير (التعلق بحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية).

وهذا يدل على أنه يمكن التنبؤ بدرجة الهناء النفسي لعينة البحث من خلال درجة تعلقهم بحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية؛ وأن التعلق بحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية يسهم في التنبؤ بمستوى الهناء النفسي لعينة البحث مستقبلاً.

وهذه النتيجة يمكن تحقيقها من خلال إجراء دراسات تتضمن استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الخاص بصفحات المؤثرين؛ للتأكد من تحقيق معايير جودة الحياة، وتحقيق مستوى السعادة النفسية أو ما يسمى بالهناء النفسي، ولكن في ضوء المتغيرات الحديثة أو نظريات تتعلق بالتطبيقات الذكية مثل، قبول التكنولوجيا والنظرية المجذرة.. وغيرها من النظريات التي تدرس تأثير التكنولوجيا الحديثة على مستوى الهناء النفسي، واعتبار أن صفحات وحسابات المؤثرين من المستحدثات التكنولوجية، ويمكن الاستفادة منها في مجال رفاهية المعيشة والتطلع للمستقبل.. وغيرها من المتغيرات.

### النتائج العامة للدراسة:

● أن نسبة (52.8%) من المبحوثين يتعرضون لصفحات المؤثرين (مشاهير السوشيال ميديا) عبر الشبكات الاجتماعية (أحياناً)، ثم من يتعرضون لها (دائماً) ونسبتهم (38.4%)، وأخيراً من يتعرضون لها (نادراً) بنسبة (8.8%).

● إن موقع (فيس بوك) جاء في صدارة الشبكات الاجتماعية التي يفضل المبحوثون متابعة صفحات المؤثرين بها بمتوسط (2.48) وبدرجة تفضيل مرتفعة في الترتيب الأول، ثم (تيك توك) في الترتيب الثاني بمتوسط (2.16) ودرجة تفضيل متوسطة في الترتيب الثاني، بينما في الترتيب الأخير جاء (لينكد إن) بمتوسط (1.31) ودرجة تفضيل منخفضة، ويرجع ذلك إلى أن موقع (فيس بوك) أصبح جزءاً أساسياً من حياة الشباب الجامعي بصفة خاصة والناس عموماً، ولأنه أحد مواقع التواصل الاجتماعي المهمة والسهلة في نفس الوقت في التواصل مع الأهل والأصدقاء والمعارف، ونشر أي أخبار، ومتابعة صفحات المؤثرين يومياً، وغيرها من الفوائد.

● أما عن أبرز المؤثرين الذين يحرص المبحوثون على متابعتهم عبر الشبكات الاجتماعية؛ فمن خلال السؤال المفتوح عن كتابة أسماء المؤثرين الذين تتابعهم، كانت تلك الأسماء التي اتفقت عليها معظم أفراد عينة الدراسة، وهم: (حازم شومان، هالة سمير، أحمد الغندور (الدحيح)، مصطفى حسني، أحمد عامر، ياسر ممدوح، طاهر نصر، إبراهيم الفقي، بهجت صابر، أحمد مجدي الخيميائي، الشيخ محمود حسان، الدكتور حسام موافي، أحمد أبو زيد، قناة شارع العلوم، الروائي عصام يوسف، رضوى الشربيني)، وفي ضوء ما سبق يمكن القول بأن هؤلاء المؤثرين لديهم محتوى يجذب الشباب الجامعي لمتابعة حساباتهم عبر الشبكات الاجتماعية، وأن لديهم قوة تأثير كبيرة على حياة هؤلاء الشباب الجامعي في بناء شخصياتهم، وتكوين معارفهم واتجاهاتهم، وزيادة خبراتهم في كافة مجالات الحياة الإنسانية، كما لاحظ الباحث أن من بين هؤلاء المؤثرين الذين يتناولون الموضوعات والقضايا الدينية التي تؤثر على حياة هؤلاء الشباب.

● كشفت نتائج الدراسة عن أن آليات تعرف المبحوثين على حسابات المؤثرين الذين يتابعونهم عبر الشبكات الاجتماعية تمثلت في الأعلى مشاهدة (التريند) في الترتيب الأول بنسبة (69.8%)، ثم (من خلال مقطع فيديو له عبر تيك توك) في الترتيب الثاني بنسبة (64.4%)، بينما في الترتيب الأخير (يقوم أصدقاؤني بدعوتي لإبداء

الإعجاب بالصفحة) بنسبة (29.4%)، وقد يرجع إلى أن الأكثر مشاهدة والأكثر انتشاراً هو الذي يحقق التريند، وهو الذي يستحوذ على اهتمام الجمهور، فقد أصبح في الفترات الأخيرة البحث عن التريند هو الهدف الأوحد للجمهور لجلب المشاهدات والمتابعات لاعتبارات مادية، أو غيرها من الاعتبارات، والبحث عن الشهرة، أيضاً من الآليات التي تجعلهم يتابعون صفحات المؤثرين مقاطع الفيديو المنتشرة عبر تيك توك، لأن تيك توك يحتل الترتيب الثاني بالنسبة للوسائل الأكثر متابعة واستخداماً؛ لذا يرى الباحث أن الوسائل في حد ذاتها تساعد المؤثرين في الترويج عن أنفسهم وكسب شهرة من خلال استثمار مميزات وخصائصها، كما أن الأصدقاء يقومون بترشيحه للآخرين، وبهذا يزداد إقبالهم على متابعة صفحات المؤثرين، عبر الشبكات الاجتماعية، كما أن اختلاف المضمون يساعد على انتشار التريند، وانتشار بعض المقاطع تفضيلاً على غيرها.

• إن عوامل الجذب للمحتوى الخاص بحسابات المؤثرين المفضلين لديك عبر الشبكات الاجتماعية تمثلت في: (ارتباط المحتوى المقدم بالحياة الواقعية) في الترتيب الأول بنسبة (53.7%)، ثم (الحضور والقبول الاجتماعي لمقدم المحتوى) في الترتيب الثاني بنسبة (48.6%)، بينما في الترتيب الأخير (اختيار الموضوعات العصرية والحديثة) بنسبة (40.7%)، وقد يرجع ذلك إلى تعدد عوامل الجذب بالنسبة للمحتوى، بالإضافة إلى الفيديوهات التي تعتبر من أكثر عوامل الجذب التي تجعل الشباب الجامعي يقبلون على متابعة صفحات المؤثرين، كما يرى الباحث أن الواقعية في تقديم المضمون هي أهم ما يميز صفحات المؤثرين، حيث تعكس هذه الصفحات قضايا واقعية وموضوعات خاصة بالحياة اليومية، أو الأزمات والمشكلات التي يعاني منها الجمهور، مثل: ارتفاع الأسعار، والازدحام.. وغيرها من القضايا التي تشغل اهتمامات الجمهور، كما أنها تساعد على التنفيس عن قراراتهم ومشاكلهم اليومية، كما يرى الباحث أن الحضور الذي يتمتع به مقدمو الصفحات يجعل الجمهور يقبلون على هذه الصفحات ومتابعتها.

• كشفت نتائج الدراسة عن أن المتوسطات الحسابية لدوافع متابعة المبحوثين لحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية تراوحت ما بين (2.15 - 2.75)؛ حيث جاءت عبارة (ما يقدمه المؤثر من محتوى هادف ومؤثر) في الترتيب الأول، فيما جاءت عبارة (مجرد عادة متابعة صفحات المؤثرين) في الترتيب الأخير.

• تصدرت الموضوعات (الدينية) قائمة الموضوعات التي تركز عليها حسابات المؤثرين، والذين يتابعونها أفراد عينة الدراسة عبر الشبكات الاجتماعية، بينما في الترتيب الأخير جاءت موضوعات (المرأة والعلاقة بينها وبين الرجل)، وقد يرجع إلى أن الاهتمامات والموضوعات الدينية لدى عينة الدراسة هي المهمة والمحبة إلى قلوب ونفوس الشباب الجامعي، والتي تؤثر على الناحية النفسية لديهم، وبالتالي تؤثر على مستوى الهناء النفسي لديهم، وتجعلهم راضين عن حياتهم الشخصية ومستقرين نفسياً، فكلما كان الشباب مستقرًا من الناحية الدينية كان مستقرًا من الناحية النفسية، فالناحية الدينية تغطي على الناحية النفسية.

• إن متوسط درجات التعلق لدى عموم الشباب الجامعي عينة الدراسة جاءت بدرجة متوسطة بنسبة (2013%)، وتعكس وجود مستوى تعلق متوسط لدى عموم عينة الدراسة، حيث جاءت عبارة (أرتاح كثيراً عندما يتم تبادل الأفكار مع الآخرين) في الترتيب الأول، بينما في الترتيب الأخير جاءت عبارة (أشعر بخيبة الأمل عندما أرى ملابسهم وما يمتلكون من رفاهية).

- إن أكثر من نصف أفراد عينة الدراسة يتفاعلون مع حسابات المؤثرين الذين يتابعونهم عبر الشبكات الاجتماعية (أحياناً) في الترتيب الأول بنسبة (53%)، ثم (دائماً) بنسبة (35.5%)، ثم (نادراً) بنسبة (11.5%) في الترتيب الأخير.
- إن نسبة (72.2%) من المبحوثين عينة الدراسة يتقنون في المعلومات التي يقدمها المؤثرون الذين يتابعونهم عبر الشبكات الاجتماعية (بدرجة متوسطة) في الترتيب الأول، ثم (بدرجة كبيرة) بنسبة (21.6%)، ثم (لا أثق فيها على الإطلاق) بنسبة (6.2%) في الترتيب الأخير، ولعل ذلك يؤكد على أن شبكات التواصل الاجتماعي ساحة كبيرة لتعددية المصادر، فتعدد المصادر بالنسبة لعينة الدراسة يتيح لهم العديد من المصادر في متابعة الموضوع الواحد، أو المشكلة، أو القضية الواحدة.
- إن نسبة (70.2%) من المبحوثين يرون أن درجة تأثير المحتوى الذي يقدمه المؤثرون على الحياة الشخصية للمبحوثين (قوية) في الترتيب الأول، ثم (متوسطة) بنسبة (18.7%)، ثم (لم تؤثر على الإطلاق) بنسبة (11.1%) في الترتيب الأخير.
- إن نسبة (53.3%) من عينة الدراسة تقيمهم لأداء المؤثرين الذين يتابعونهم كان (جيداً)، ثم (متوسطاً) بنسبة (41.3%)، وأخيراً (ضعيف) بنسبة (3.6%).
- إن متوسط درجات الهناء النفسي لدى عموم الشباب الجامعي عينة الدراسة جاءت مرتفعة بنسبة (2.51%)، حيث تعكس مستوى هناء نفسي عال ومرتفع لدى عموم عينة الدراسة، حيث جاءت عبارة (أعبر عن رأيي بصراحة) في الترتيب الأول، بينما جاءت عبارة (أشعر بأن حياتي مملة) في الترتيب الأخير.
- وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين تعلق الشباب الجامعي بحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية ومستوى الهناء النفسي لديهم؛ مما يعني أنه كلما زاد تعلق الشباب الجامعي بحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية كلما أسهم ذلك في زيادة مستوى الهناء النفسي لديهم.
- وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين درجة تعلق الشباب الجامعي بحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية ودرجة تأثيرها على حياتهم الشخصية؛ مما يعني أنه كلما زاد تعلق الشباب الجامعي بحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية كلما أثر ذلك في حياتهم الشخصية.
- وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين تعلق الشباب الجامعي بحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية ودرجة ثقتهم في المعلومات التي يقدمونها؛ مما يعني أنه كلما زاد تعلق الشباب الجامعي بحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية كلما أثر ذلك في زيادة درجة ثقتهم في المعلومات التي يقدمها هؤلاء المؤثرون عبر الشبكات الاجتماعية.
- وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين درجة تعرض الشباب الجامعي عينة الدراسة لحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية ودرجة التفاعل معها؛ مما يعني أنه كلما زادت درجة تعرض الشباب الجامعي عينة الدراسة لحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية كلما زادت معها درجة التفاعل.

- وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين تعرض الشباب الجامعي عينة الدراسة لحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية ودوافع متابعتهم لهذه الحسابات؛ مما يعني أنه كلما زادت درجة تعرض الشباب الجامعي عينة الدراسة لحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية كلما تعددت دوافع متابعتهم لهذه الحسابات.
- عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي عينة الدراسة في مستوى التعلق بحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية حسب المتغيرات الديموجرافية (النوع، محل الإقامة، الجامعة).
- عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي عينة الدراسة في مستوى الهناء النفسي لديهم حسب المتغيرات الديموجرافية (النوع، محل الإقامة، الجامعة).
- عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي عينة الدراسة في درجة تأثير المحتوى الذي يقدمه المؤثرون على حياتهم الشخصية حسب المتغيرات الديموجرافية (النوع، محل الإقامة، الجامعة).

### توصيات الدراسة:

- ضرورة وجود رقابة على المحتوى الذي يقدمه المؤثرون عبر الشبكات الاجتماعية، وخاصة المحتويات السلبية، والتي تضر بحياة الشباب عمومًا، والشباب الجامعي خاصة.
- العمل على تحديد دور ووظيفة المؤثرين في ضوء مبادئ التربية الإعلامية.
- تقنين صفحات المؤثرين من خلال القوانين والتشريعات الإعلامية.
- عمل دليل يشمل أسماء المؤثرين الجاديين والذين يقدمون محتوى إيجابياً عبر الشبكات الاجتماعية.
- أن يكون مقمّم المحتوى (المؤثر) عبر الشبكات الاجتماعية مؤهلاً لذلك.
- ضرورة الاهتمام بالجانب النفسي للشباب الجامعي في هذه المرحلة، ومساعدته على تخطي الأزمات النفسية التي تواجهه.

### ما تثيره الدراسة من بحوث مستقبلية:

- إجراء المزيد من الدراسات حول دور مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي في معالجة قضايا الشباب الجامعي.
- إجراء المزيد من الدراسات حول تعرض الشباب الجامعي لصفحات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية وعلاقته بتقدير الذات لديهم.
- إجراء المزيد من الدراسات حول تعرض الشباب الجامعي لصفحات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالكفاءة الأكاديمية.
- إجراء المزيد من الدراسات حول المؤثرين وتأثيرهم على النشء.
- إجراء المزيد من الدراسات حول تعرض الشباب الجامعي لصفحات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية وعلاقته باليقظة العقلية.
- إجراء المزيد من الدراسات حول تعرض الشباب الجامعي لصفحات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمرونة المعرفية والاندماج الأكاديمي.
- إجراء المزيد من الدراسات حول دور مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي القانوني والسياسي لدى الشباب الجامعي.

- إجراء المزيد من الدراسات حول دور أعضاء هيئة التدريس بالجامعات في توجيه الشباب الجامعي نحو اختيار ومتابعة المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية.

- إجراء المزيد من الدراسات التحليلية التي تتناول تحليل مضمون المحتوى الذي يقدمه المؤثرون عبر الشبكات الاجتماعية.

### مصادر الدراسة ومراجعها:

- 1- Gil Appel, et al, The future of social media in marketing. **Journal of the Academy of Marketing Science**, 48(1),2020, pp79-95.
- 2- Werner Geysler. What is an Influencer? - Social Media Influencers Defined, , 2022, p112. Updated, 2023. <https://influencermarketinghub.com/what-is-an-influencer/#toc-0>
- 3- Marks, et al. The pursuit of wellness: Social media, body image and eating disorders. **Children and Youth Services, Review**, 2020, p 119. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.chilyouth.2020.105659>.
- 4- Smita Chaudhry, et al, Student psychological well-being in higher education: The role of internal team environment, institutional, friends and family support and academic engagement, **PLOS, one**, 2024. Published: January 25, 2024 <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0297508>
- 5- عبد المحسن حامد أحمد، التعلق بحسابات المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية كمنبئ بالتكؤ الأكاديمي لدى المراهقين، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد84، الجزء الثاني، 2023، ص80.
- 6- فلاح عامر الدهشمي، استخدام الشباب السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي (سناپ شات) وتأثيره على القيم الأخلاقية- دراسة تطبيقية على عينة من الشباب السعودي بالمنطقة الشرقية، مجلة علوم الاتصال، جامعة أم درمان، مجلد8، العدد 1، 2023، ص55.
- 7- إبراهيم بن سليمان موسى، القدرة التنبؤية لرأس المال الروحي بهناء النفسي لدى المسنين في محافظة الخليل، مجلة الجامعة الإسلامية للعلوم التربوية والاجتماعية، العدد الخامس عشر، الجزء الأول، 2023، ص141.
- 8- Musetti, et al, Problematic social networking sites use and attachment: A systematic review, **Computers in Human Behavior**, 2022, 107199.
- 9- Jeremy Holmes, John Bowlby and attachment theory. 2014, 2nd Edition, London, Routledge.
- 10- Mario Mikulincer, Phillip R. Shaver, Attachment Theory and Research: Implications for Clinical Practice. **Clinical Psychology Review**, 34(5), 2020, PP779-797. DOI:10.1016/j.cpr.2014.07.002.
- 11- Scott M. Safford et al, The Relationship of Cognitive Style and Attachment style to Depression and Anxiety in Young Adults, **Journal of cognitive psychotherapy: An International Quarterly**, Volume 18, N(1), 2004, p287.
- 12- Bruce D. Perry, MD. Duane Rungan, Bonding and Attachment in Maltreated children", ph, D, Texas University, 2006, p122.
- 13- حنين صادق محسن، رنا عبد المنعم كريم، التعلق بالأقران لدى طلبة المرحلة المتوسطة، المؤتمر الخامس والعشرون للعلوم الإنسانية والتربوية، كلية التربية، الجامعة المستنصرية، 2022، ص296.
- 14- مظهر عبد الكريم العبيدي، التعلق الآمن وعلاقته بالتفاعل الاجتماعي لدى تلاميذ المرحلة الابتدائية، مجلة ديالي، كلية التربية للعلوم الإنسانية، جامعة ديالي، العدد66، 2015، ص535.
- 15- إيمان دومانس زكي، الخصائص السيكومترية لمقياس أنماط التعلق الوجداني للراشدين، مجلة كلية التربية، عين شمس، العدد السابع والأربعون، الجزء الأول، 2023، ص105.
- 16- يسرا عبد المنعم عبد الباسط، نمط التعلق الآمن وعلاقته بالصمود النفسي لدى عينة من المدمنين في مرحلة التعافي، مجلة كلية الآداب بقنا، جامعة جنوب الوادي، العدد56، 2022، ص474.
- 17- عايش صباح، أنماط التعلق لدى طلبة الجامعة، دراسة على عينة من طلبة جامعة الجزائر، المؤتمر العلمي، جامعة ديالي، 2021، ص222.

- 18- منال عبد الخالق جاب الله وآخرون، التنبؤ بقوة الأنا الأعلى لدى طلاب الجامعة في ضوء أنماط التعلق الوالدي، *مجلة كلية التربية، كلية التربية، جامعة بنها،* مجلد 31، عدد 123، 2020، ص 6.
- 19- إيمان دوماس زكي، مرجع سابق، ص 105.
- 20- سوزان صدقة بسيوني، رحمة أحمد الجاحي، أنماط التعلق الوجداني وعلاقتها بالدافعية للإنجاز، *المجلة التربوية، كلية التربية، جامعة سوهاج،* العدد 66، 2019، ص ص 982-983.
- 21- Naseem Ahmad et al, Measure of Attachment Style, *The International Journal of Indian Psychology*, 2018, Vol 3(3), pp1-14.
- 22- منال عبد الخالق جاب الله وآخرون، مرجع سابق، ص 6.
- 23- Chopra, et al, Influencer marketing: An exploratory study to identify antecedents of consumer behavior of millennial. *Business Perspectives and Research*, 9(1), 2021, pp77-91.
- 24- Nadja Enke, Nils Borchers, **Social Media Influencers in Strategic Communication: A Conceptual Framework for Strategic Social Media Influencer Communication.** Social media influencers in strategic communication. New York, London: Routledge Taylor & Francis Group, 2022, pp88.
- 25- فلاح عامر الدهشمي، مرجع سابق، ص 55.
- 26- سلطنة العتيبي، الآثار النفسية والاجتماعية من متابعة مشاهير التواصل الاجتماعي وعلاقتها ببعض المتغيرات، رسالة ماجستير، كلية الآداب، جامعة الطائف، 2022، ص 68.
- 27- Kelly Cotter, Playing the visibility game: How digital influencers and algorithms negotiate influence on Instagram, (*New media & Society*), Vol.21, No. 4, 2019, pp112-115.
- 28- محمود أحمد لطفي، مقاطع فيديو المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها باتجاهات الجمهور المصري نحو اقتناء المنتجات المحلية ومقاطعة المنتجات الأجنبية- دراسة تحليلية ميدانية، *المجلة العلمية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال،* العدد الخامس عشر، يناير - يونيه، 2024، ص 374.
- 29- هينيسي بريناني، *المؤثرون الاجتماعيون*، مؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم، 2022، ص 10.
- 30- محمود أحمد لطفي، مرجع سابق، ص ص 375-376.
- 31- محمد مختار ساطور، أبعاد النشاط الإعلاني للمؤثرين على منصات التواصل الاجتماعي، *مجلة التراث والتصميم،* المجلد الثالث، العدد الخامس عشر، 2023، ص 245.
- 32- علياء رجب السحيمي، الضغوط النفسية والشفقة بالذات كمنبئات بالهناء النفسي لدى أعضاء هيئة التدريس ومعاونتهم المتزوجات بالجامعة، *مجلة كلية التربية- بنها،* العدد 126، الجزء الثاني، 2021، ص 304.
- 33- Mubashir.Gull. Comparative Study of Hope and Psychological Wellbeing among the Parents of Physically and Intellectually Disabled Children ,*International Journal of Modern Social Sciences*, 4(2),2015,pp143-152.
- 34- شيماء باشا، رشا عبد الستار، *علم النفس الإيجابي رؤية معاصرة*، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، 2015، ص 16.
- 35- فاطمة يحيى حسن، التنظيم الانفعالي وعلاقته بالهناء النفسي لدى عينة من أعضاء هيئة التدريس بجامعة الملك خالد، *مجلة العلوم التربوية والدراسات الإنسانية،* العدد 33، 2023، ص 484.
- 36-Carol D Ryf, et al, Psychological well-being and illbeing: do they have distinct or mirrored biological correlates? *Psychother Psychosom*, 75(2), 85- 95.2006, Idoi: 0.1159/000090892 .
- 37- Narimani, et al, Effective of the group training of spiritual intelligence on psychological wellbeing in HIV- positive Patients. *International Journal of Psychology and Behavioral Research*, 3(1), 2014, pp55 - 59.
- 38- Ruut Veenhoven, What we know About Happiness, *Paper Presented at the Dialogue on Gross Nationality*.78(3), 2001. pp363-404.
- 39- Ryff, Carol.& Singer, Burton, Know Thyself and Become What You Are: A Eudaimonic Approach to Psychological Well-Being, *Journal of Happiness Studies*. 9,2008, PP13-39.



- 40- Ed Diener Diener Micaela Chan ,Happy people live longer: Subjective well- being contributes to Health and longevity,**Applied Psychology: Health and Well-Being, Vol. 3, No. 1, 2011**,pp 1-43.
- 41- Richard Andrew Burns, Psychological well-being, **Encyclopedia of Neuropsychology**,2016,PP 1-8, doi 10.1007/978-981-287-080-3-251-1.
- 42- أحمد الحسيني هلال، دينا علي السعيد، رأس المال النفسي والشفقة كمؤشرات للهناء النفسي ومنبئان للوقاية من الضغوط الأكاديمية بين طلاب السنة الأولى بالجامعة، مجلة كلية التربية، جامعة طنطا، المجلد 89، 2023، ص1914.
- 43- FarihaIshrat Ullah, Personality factors as determinants of psychological well -being among university students, **International Journal of Indian Psychology**, 4(2), 2017,pp5-16.
- 44- رمزي البلعكي، قاموس المورد الحديث: إنجليزي- عربي، لبنان، دار العلم للملايين، 2008، ص16.
- 45- Ryff, Carol.& Singer, Burton,**Op.Cit**,PP 13-39
- 46- عزيزة عبد العزيز عزات، تسامي الذات وعلاقته بالهناء النفسي لدى طلبة جامعة الخليل، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الدراسات العليا، جامعة الخليل، 2022، ص21.
- 47- Ryff Carol, Psychological Well Being Revisited: Advances in the Science and Practice of Eudaimonia. Psychother Psychosom, **Journals by Subject**,83, 2014,PP10-28.
- 48- Bader M. Al Ansari, Psychometric Characteristics of the Ryff's Psychological Well - Being Scale (PWB- 42) of a sample of Kuwaitis. BAU, **Journal Society, Culture and Human Behavior**, 2(10), 2020, pp1- 34.  
<https://digitalcommons.bau.edu.lb/schbjournal/vol2/iss1/2>.
- 49- Elena Engel, etal, Social media influencers and adolescents' health: A scoping review of the research field, Volume 340, January, 2024.pp1-14.  
<https://www.researchgate.net/publication/37567449>
- 50-Ioannis Rizomyliotis,et al,Social Media Influencers' Credibility and Purchase Intention: The Moderating Role of Green Consumption Values, **American Behavioral Scientist**, First published online March 14, 2024.  
<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/00027642241236172>.
- 51-Smita Chaudhry, etal, Student psychological well-being in higher education: The role of internal team environment, institutional, friends and family support and academic engagement, **PLOS, one**, 2024,pp1-23.  
Published: January 25, 2024 <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0297508>.
- 52-Ye Shengyao, etal, Emotional intelligence impact on academic achievement and psychological well-being among university students: the mediating role of positive psychological characteristics, **BMC Psychology**,2024,pp 113-155.  
<https://link.springer.com/article/10.1186/s40359-024-01886-4>.
- 53- إسراء ابراهيم محمد، الاستمالات الإقناعية المستخدمة في إعلانات المؤثرين- دراسة تحليلية لعينة من مقاطع الفيديوهات عبر تطبيق الإنستجرام، مجلة بحوث كلية الآداب، جامعة المنوفية، 2024.
- 54- عبد النادي موسى على وآخرون، العوامل الخمسة الكبرى للشخصية وأثرها على السلوك الصحي والهناء النفسي (الشخصي) لدى طلاب الجامعة، مجلة الدراسات النفسية المعاصرة، مجلد6، عدد2، 2024، صص189-234.
- 55- محمود أحمد لطفي، مرجع سابق، صص360-417.
- 56- هناء عكاشة، خطابات المؤثرين السياسيين العرب عبر وسائل التواصل الاجتماعي حول حرب طوفان الأقصى، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، العدد السابع والخمسون، 2024، صص241-314.
- 57- هيثم محمد يوسف وآخرون، اتجاهات الشباب السعودي نحو مؤثري المنصات الاجتماعية وتأثيرها على النسق القيمي لديهم، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 86، الجزء الأول يناير مارس، 2024، صص103-154.
- 58 - Ahmed Hassan Mohammed, Malik Fadheel Abdullah, Psychological well-being among university students, **Journal of College of Education**,2023, pp255-246.  
<https://www.researchgate.net/publication/373154318>.

- 59- أسية عجال، الأساليب الإقناعية في الخطاب الإشهاري للمؤثرين الاجتماعيين الجزائريين- دراسة سيميولوجية لعينة من مقاطع الفيديوهات عبر تطبيق الانستغرام س نة2023، *المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية*، مجلد11، عدد1، 2023، ص ص502-527.
- 60- إلهام أحمد سلطان، تعرض الشباب لصفحات المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي- دراسة ميدانية، *مجلة كلية الآداب بقنا*، المجلد32، العدد59، 2023، ص ص536-564.
- 61- حمدان سعود العدوانى، سلوى عبد الهادي الظفيري، مستوى الهناء النفسي لدى طلبة التربية الخاصة بكلية التربية الأساسية في دولة الكويت في ضوء بعض المتغيرات، *مجلة كلية التربية، كلية التربية، جامعة الأزهر*، العدد200، الجزء الثالث، 2023، ص ص625-656.
- 62- سالي ماهر نصار، مصداقية مضامين المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهات الجمهور نحوها، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد83، الجزء 3، 2023، ص ص287-339.
- 63- عبد المحسن حامد، مرجع سابق، ص ص77-106.
- 64- فدوى أنور وجدي، الاندماج والشغف الأكاديمي كمنبئين بالهناء النفسي لدى عينة من طلبة الجامعة، *مجلة الإرشاد النفسي*، جامعة المنيا، المجلد التاسع، العدد15، 2023، ص ص318-396.
- 65- هاني نادي عبد المقصود، الكفايات المهنية لصناع المحتوى الإعلامي الرقمي (المؤثرين) عبر الشبكات الاجتماعية وعلاقته بمصداقيتهم لدى الجمهور المصري، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد88، الجزء الثاني، 2023، ص ص1241-1286.
- 66- هويدا الدر، مقومات الثراء الإعلامي في محتوى حسابات المؤثرين في الوطن العربي على شبكة الإنستغرام وعلاقتها بأنماط التفاعلية- دراسة تحليلية، *المجلة المصرية لبحوث الإذاعة والتلفزيون*، العدد 25، 2023، ص ص1-43.
- 67- Atef Mosaad Elsherbiny, Self-Transcendence and Altruism as Predictors of Psychological Well-being among University Students in some Arab Countries, **Dirasat Educational Sciences**, Volume 49, No.3,2022, pp223-243.
- 68-Faizan Baig,Shahzad, Saad Ullah, Impact of social media influencer's credibility dimensions on consumer behavior: An empirical study related to influencer marketing on Pakistan's fashion industry,**Unpublished Master Thesis, junkubinj Jamiea UNIVERSITY**, 2022,pp155.

- 69- رانيا رمزي حليم، دور المؤثرين الاجتماعيين في الحياة اليومية للشباب المصري- دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي، *مجلة الدراسات الإنسانية والأدبية*، 2022، ص ص556-591.
- 70- زاهدة جميل نمر، الإسهام النسبي للذكاء الانفعالي والسمات الأساسية للشخصية في التنبؤ بالهناء النفسي لدى طالبات جامعة الطائف، *مجلة جامعة النجاح للأبحاث والعلوم الإنسانية*، جامعة النجاح الوطنية، مجلد 36، عدد6، 2022، ص ص1143-1172.
- 71- سمر إبراهيم أحمد، إدراك الشباب لتأثيرية المضامين المقدمة عبر حسابات المؤثرين بمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمدركاتهم الاجتماعية، دراسة ميدانية في ضوء نظريتي تأثير الشخص الثالث والواقع المدرك، *مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط*، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، عدد42، 2022، ص ص621-680.
- 72-Ahmed, et al, The Impact Of Snapchat Makeup Influencers On The Consumption Behavior Of Female Students In Saudi Arabia, *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 8, 16, 2021, pp406-414.
- 73- Abaid Ullah Zafar, et al. The impact of social media celebrities' posts and contextual interactions on impulse buying in social, ommerce, *Computers in Human Behavior*, 2021, pp115-154.
- 74- Gudrun Nyunt, Flourishing (or lack thereof) during COVID-19: College students' social-psychological well-being during the Fall 2020 semester, *Journal of American College Health*, Volume 72, Issue 1, 2021, pp177-17.
- 75- عبلة محمد الجابر مرتضي، نمذجة العلاقات السببية بين الاستراتيجيات المعرفية لتنظيم الانفعالات والهناء النفسي والأداء الأكاديمي لدى طلبة الجامعة، *مجلة البحث العلمي في التربية*، كلية البنات للآداب والعلوم والتربية، جامعة عين شمس، العدد10، المجلد22، 2021، ص ص125-161.
- 76- وفاء رشاد راوي، التشوهات المعرفية وعلاقتها بالصمود الأكاديمي والهناء النفسي لدى طالبات كلية التربية للطفولة المبكرة، *المجلة العلمية لكلية التربية للطفولة المبكرة ببورسعيد*، العدد18، 2021، ص ص392-500.
- 77-Janusz Wielki, Analysis of the Role of Digital Influencers and Their Impact on the Functioning of the Contemporary On-Line Promotional System and Its Sustainable Development, *Sustainability* 2020, pp1-20.
- 78-Francisco Morales, etal, The Relationship between Psychological Well-Being and Psychosocial Factors in University Students, *International Journal of Environmental Research and Public Health* Submission received: 17June 2020, pp1-20.  
<https://www.researchgate.net/publication/342685114>.

- 79- عيشة عله، التيجاني، علاقة الهناء النفسي بالذكاء الانفعالي لدى الطلبة الجامعيين: دراسة ميدانية، مجلة دراسات وأبحاث، جامعة الجلفة، الجزائر، مجلد12، عدد1، 2020، ص ص196-208
- 80- أسماء محمد علي خليفة، فاعلية برنامج قائم على العمل التطوعي لتنمية الهناء النفسي للطلبة المعلمة، مجلة الطفولة والتربية، كلية رياض الأطفال، جامعة الإسكندرية، مجلد11، عدد40، 2019، ص ص229-268.
- 81- رمضان عاشور حسين، نمذجة العلاقات السببية بين حس الفكاهة والاندماج الأكاديمي والهناء النفسي لدى الطلاب معلمي التربية الخاصة، مجلة كلية التربية، جامعة عين شمس، العدد43، الجزء الأول، 2019، ص ص159-244.
- 82- شريف نافع، استخدام المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي في الحملات الإعلانية، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد18، 2019، ص ص137-190.
- 83- عيشة عله، التيجاني، علاقة الهناء النفسي بالذكاء الانفعالي لدى الطلبة الجامعيين- دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة عمار تليجي بالأغواط- الجزائر، مجلة دراسات نفسية وتربوية، جامعة قاصدي مرباح- مخبر تطوير الممارسات النفسية والتربوية، مجلد12، عدد3، 2019، ص ص94-116.
- 84- Vaibhavi Nandagiri & Leena Philip, Impact of Influencers from- Instagram and youtube on their followers, International Journal of Multidisciplinary, **Research and Modern Education**, Vol.4, No,1,2018,pp61-65.
- 85- مروى السعيد السيد حامد، مصداقية إعلانات المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالنوايا الشرائية لدى المستهلك المصري، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، العدد السادس عشر، 2018، ص ص77.
- 86- هيثم محمد يوسف، مرجع سابق، ص ص124.
- 87- هدى إبراهيم الدسوقي، تعرض الأطفال المصريين لإعلانات المؤثرين عبر شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بمستوى التطلعات المادية لديهم- دراسة ميدانية، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد السادس والستون، الجزء الثالث، 2023، ص ص1579.
- 88- حسن نهار محاسنه، دور المؤثرين عبر منصات التواصل الاجتماعي في الترويج لأنشطة المؤسسات الخدمية بالمملكة العربية السعودية- دراسة ميدانية، المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري، كلية الإعلام، جامعة بني سويف، عدد يناير، 2024، ص ص20.
- 89- إلهام أحمد سلطان، مرجع سابق، ص ص554.
- 90- أماني رضا عبد المقصود، دور مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اهتمامات المتابعين تجاه أنماط الحياة اليومية، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العدد26، 2019، ص ص136.
- 91- محمود أحمد لطفي، مرجع سابق، ص ص394.
- 92- حسن نهار محاسنه، مرجع سابق، ص ص32.
- 93- هيثم محمد يوسف، مرجع سابق، ص ص129.
- 94- أماني رضا عبد المقصود، مرجع سابق، ص ص137.
- 95- حمدان سعود، سلوى عبد الهادي، مرجع سابق، ص ص626.
- 96- فدوى أنور وجدي، مرجع سابق، ص ص319.
- 97-Ahmed Hassan Mohammed, Malik Fadheel Abdullah, **Op.Cit**, p226.
- 98- عبير محمد حسين، قياس الهناء النفسي لدى معلمي المدارس الحكومية والأهلية في الموصل، مجلة أبحاث، كلية التربية الأساسية، المجلد15، العدد4، 2019، ص ص59.
- 99- حمدان سعود، سلوى عبد الهادي، مرجع سابق، ص ص626.
- 100-Mehmet Palancı, A prediction of the resilience, subjective well- being and marital adjustment of the parents having children with disabilities based on psychosocial competency, **education & science. Egitim Ve Bilim**, 42 (193),2018, pp217-236.

101- حنان أحمد محمد، مرجع سابق، ص123.

102 -Atef Mosaad Elsherbiny, **Op.Cit**, p223.

103- عبلة محمد الجابر، مرجع سابق، ص125.

104- إبراهيم سليمان موسى، مرجع سابق، ص132.

*105-AU Kumar, P.Saleel, Psychological well- being and marital- adjustment: A study on Elderly couples in post parental stage of life, Indian Journal of Gerontology,29 (1), 2015, pp77- 90*





