

دور المؤثرين في الترويج لأفكار الصحة النفسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة شبه تجريبية

د. داليا أحمد عبد الوهاب عبدالرؤوف *

ملخص الدراسة:

سعت الدراسة إلى قياس تأثير مشاهدة الشباب الجامعي للفيديوهات الخاصة بالصحة النفسية المولدة بتقنية الذكاء الاصطناعي والفيديوهات المنتجة من مؤثرين مشهورين بمواقع التواصل الاجتماعي على فهم وتذكرهم لمصطلحات الصحة النفسية، وقياس مدى استيعاب وتذكر الشباب الجامعي للفيديوهات الخاصة بالصحة النفسية. حيث شارك ٣٠ طالباً جامعياً في تجربة تعرضوا من خلالها إلى فيديوهات تحتوي على إرشادات للصحة النفسية، واعتمدت الدراسة على المنهج شبه التجريبي، وقد أشارت نتائج الدراسة إلى أن فيديوهات المؤثرين المشهورين على وسائل التواصل الاجتماعي تتفوق بشكل ملحوظ على فيديوهات الذكاء الاصطناعي في تعزيز الوعي والفهم والتذكر لمفاهيم الصحة النفسية، ويرجع ذلك إلى قدرة المؤثرين المشهورين على إيصال المفاهيم بشكل فعال، وتعزيز فهم الأعراض، وتسهيل تذكر المعلومات من خلال القصص الشخصية والأمثلة الواقعية، وعلى الرغم من أن دقة المحتوى متشابهة بين النوعين، إلا أن الثقة والموثوقية كانت أعلى في المحتوى المقدم من المؤثرين المشهورين، ويعزى ذلك إلى الارتباط العاطفي والتجارب الشخصية التي يشاركونها، وكان المحتوى المقدم من المؤثرين المشهورين أكثر ملاءمة للجمهور، مما أدى إلى تمثيلات ذهنية أقوى واستيعاب أفضل للمعلومات، وفيما يتعلق بالجاذبية، تفوق المؤثرون المشهورون في التفاعل العاطفي والأصالة والقيمة، بينما تميز المؤثرون الرقميون في التصميم البصري، وأخيراً، أظهرت الدراسة أن المجموعة التي شاهدت فيديوهات المؤثرين المشهورين كانت أكثر وعياً بمصطلحات الصحة النفسية، وأكثر قدرة على تذكر محتوى الفيديوهات، كما أن للنوع والسنة الدراسية تأثيراً على مقاييس الصحة النفسية.

الكلمات الدالة:

الترويج للأفكار، الصحة النفسية، الشباب الجامعي، المؤثرون الرقميون.

The Role of Influencers in Promoting Mental Health Concepts via Social Media Platforms: A Quasi-Experimental Study

Dr. Dalia Ahmed Abdel Wahab Abdel Raouf *

Abstract:

This study aimed to measure the impact of university students' exposure to mental health videos generated using artificial intelligence (AI) technology and videos produced by popular social media influencers on their understanding and recall of mental health terminology. It also aimed to assess the extent to which university students comprehended and remembered the mental health content presented in the videos. Thirty (30) university students participated in an experiment in which they were exposed to a video containing mental health guidance. The study employed a quasi-experimental design. The results indicated that videos featuring well-known social media influencers significantly outperformed AI-generated videos in promoting awareness, understanding, and recall of mental health concepts. This advantage is attributed to the ability of popular influencers to effectively convey concepts, enhance symptom comprehension, and facilitate information recall through personal stories and real-life examples. Although content accuracy was similar between the two types of videos, trust and reliability were higher in the content provided by popular influencers, likely due to the emotional connection and personal experiences they share. Furthermore, content from popular influencers was more relatable to the audience, leading to stronger mental representations and better information assimilation. Regarding attractiveness, popular influencers excelled in emotional engagement, authenticity, and value, while digital influencers stood out in visual design. Finally, the study showed that the group that watched videos of popular influencers was more aware of mental health terminology, and were better able to remember the content of the videos. Also, gender and academic year have an impact on mental health scales.

Keywords:

Advocacy, Mental Health, University Youth, Digital Influencers.

* Assistant Professor of public relations and advertising at the Canadian Higher Institute of Modern Media Technology

مقدمة الدراسة:

في عالمٍ يزداد تعقيدًا وتوترًا، تنتبأ الصحة النفسية مكانة محورية في صدارة الاهتمامات بالبحوث الإعلامية، خاصة مع تصاعد ملحوظ في معدلات الإصابة بالاضطرابات النفسية المختلفة، كالقلق والاكتئاب، حيث تؤكد العديد من الدراسات الحديثة والتقارير ذات الصلة على المستوى العالمي والمحلي تنامي تداعيات نفسية وبدنية على الفرد نتيجة الاستعمال المفرط لهذه التكنولوجيا، وما أفرزته في العصر الرقمي؛ حيث يصبح الفرد أكثر عرضة للعزلة والاكتئاب عائشة علي محمد (٢٠١٦).

وفي هذا السياق، تبرز أهمية وسائل التواصل الاجتماعي، التي باتت جزءًا لا يتجزأ من النسيج الاجتماعي المعاصر، ليس فقط كمنصات للتواصل والتفاعل وتبادل الأفكار، بل أيضًا كمصادر رئيسية للمعلومات التي تشكل آراء وسلوكيات الأفراد، بما في ذلك تلك المتعلقة بصحتهم النفسية. ففي هذا الفضاء الرقمي الواسع، يتلاقى الأفراد من مختلف الخلفيات والثقافات، ويتفاعلون مع محتوى متنوع، بدءًا من الأخبار والمعلومات وصولًا إلى الترفيه والإعلانات، مما يجعل وسائل التواصل الاجتماعي قوة مؤثرة في تشكيل الوعي العام وتوجيه السلوكيات.

وفي ظل هذا الانتشار الواسع لوسائل التواصل الاجتماعي، يظهر المؤثرون الرقميون كعناصر أساسية في المشهد الإعلامي المعاصر، إذ يتمتعون بشعبية واسعة وقدرة على الوصول إلى شرائح متنوعة من الجمهور، مما يجعلهم قنوات فعالة لترويج الأفكار والمنتجات وحتى التأثير على السلوكيات الصحية. فالمؤثر الرقمي، بفضل مصداقيته وقدرته على التواصل الفعال مع جمهوره، يمكنه أن يؤدي دورًا هامًا في تشكيل الوعي العام حول مختلف القضايا، بما في ذلك قضايا الصحة النفسية. ومع ذلك، فإن استخدام المؤثرين الافتراضيين في مجال الصحة النفسية يطرح تحديات، خاصة مع ظهور فئة جديدة من المؤثرين "الافتراضيين" المدعومين بتقنيات الذكاء الاصطناعي، والذين يتمتعون بقدرات هائلة على التفاعل مع الجمهور وتقديم محتوى مُخصَّص بناءً على بيانات المستخدمين، فالمؤثر الافتراضي، بفضل قدرته على تحليل البيانات وتقديم توصيات مُخصَّصة، يمكنه أن يؤدي دورًا هامًا في توجيه الأفراد نحو تبني سلوكيات صحية وتحسين صحتهم النفسية.

وانطلاقًا من هذه التطورات المتسارعة، يصبح من الضروري فهم الكيفية التي يمكن للمؤثرين الرقميين - سواء كانوا بشرًا أو مدعومين بالذكاء الاصطناعي - المساهمة بها في نشر الوعي حول الصحة النفسية، إلا أن المقارنة بين المؤثرين الافتراضيين "البشريين"، الذين يعتمدون على خبراتهم الشخصية وقدرتهم على التواصل العاطفي مع الجمهور، والمؤثرين "الافتراضيين"، الذين يتمتعون بقدرات تحليلية هائلة وقدرة على تقديم محتوى مُخصَّص بناءً على بيانات المستخدمين، تطرح تساؤلات حول أيهما أكثر فعالية، فهل سيكون المؤثر البشري، بقصصه المؤثرة وتجاربه الواقعية، أكثر قدرة على إلهام الجمهور وتغيير مفاهيمهم الخاطئة؟ أم أن المؤثر المدعوم بالذكاء الاصطناعي، بقدرته على تحليل البيانات وتقديم توصيات مُخصَّصة، سيكون أكثر فعالية في تشجيع الأفراد على تبني سلوكيات صحية متعلقة بالصحة النفسية؟

الدراسات السابقة:

المحور الأول : أدبيات البحث التطبيقية وتحديد أطر الدراسة النظرية والمعرفية:

يشمل المحور: عرض الدراسات السابقة وفق رؤية تحليلية نقدية، تحديد مفاهيم الدراسة وتعريفاتها الإجرائية والنظرية، المداخل النظرية للدراسة الراهنة.

الدراسات السابقة : رؤية تحليلية نقدية:

ركزت الباحثة في عرض الدراسات السابقة على نوعية الدراسات التي ترتبط بمتغير أو أكثر من متغيرات وأهداف دراسته، سواء ما يتعلق منها بالدراسات التي تناولت تأثير المؤثرين على الصحة النفسية للجمهور و الدراسات التي تناولت استخدامات الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي، وتعرض الباحثة هذه المحاور في عناصر محددة هي الأهداف التي تناولها الباحثون في دراساتهما، للأطر المنهجية المستخدمة في تطبيق الدراسات السابقة، للأطر النظرية ومداخلها المتنوعة، أهب النتائج للدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة الراهنة، ما تستند به الدراسة الراهنة من الدراسات السابقة لتحديد أطرها المنهجية والنظرية والتطبيقية.

من حيث تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الصحة النفسية وسلوك المستخدمين:

❖ الدراسات التي استهدفت فهم تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الصحة النفسية والرفاهية:
❖ ضمت هذه المجموعة دراسات متنوعة في منهجياتها؛ فمن الدراسات الكمية، فحصت دراسة (Ezgi Akar, 2025)، باستخدام تحليل الشبكات الاجتماعية ونماذج الانحدار، تأثير رأس المال الاجتماعي الهيكلي على السمية في المجتمعات المتعلقة بالصحة النفسية عبر الإنترنت. وفي الإطار الكمي ذاته، استكشفت دراسة Noemí Merayo, et al (2025) وآخرون، بالاعتماد على تقنيات التعلم الآلي، الاستجابة الاجتماعية للإفصاحات والمحادثات حول الصحة النفسية على وسائل التواصل الاجتماعي، بينما سعت دراسة Roxanne Turuba وآخرون عام ٢٠٢٥، من خلال تحليل محتوى تلخيصي لـ ١٠٠٠ فيديو على تيك توك وتصنيفها، إلى فهم أنماط المحتوى المتعلق بالصحة النفسية وتقييم دقة وجودة النصائح والمعلومات المقدمة. أما الدراسات الكيفية، فقد تمثلت بتحليل Holly Avella عام ٢٠٢٢ التأملي للتفاعل بين الأطر العلاجية والخوارزميات على تيك توك، لفهم كيفية تأثير هذه المنصة على تشكيل الأدوار والطبقات العلاجية. بالإضافة إلى ذلك، ضمت هذه المجموعة دراسات المراجعة المنهجية، حيث لخصت دراسة John Powell و Tabitha Pring وآخرون عام ٢٠٢٤ الأدلة حول تأثير المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي على النتائج الصحية، وحللت دراسة Lind و Wickström عام ٢٠٢٤، من خلال تحليل الخطاب، كيفية تناول المؤثرات السويديات لمشاكل الصحة النفسية في مقاطع الفيديو على يوتيوب.

❖ الدراسات التي ركزت على دور المؤثرين الطبيين والمعالجين في وسائل التواصل الاجتماعي:
❖ شملت هذه المجموعة دراسات كيفية ودراسات مراجعة منهجية؛ فمن الدراسات الكيفية، حللت Rachel O'Neill عام ٢٠٢٥، من خلال دراسة حالة تحليلية، دور الأطباء في

شبكات المحتوى المتعلق بالرفاهية على إنستغرام، بينما فحصت **Anita** وآخرون عام ٢٠٢٤، من خلال إجراء مقابلات مع المراهقات وتحليل مقاطع الفيديو، نوع النصائح المتعلقة بالصحة النفسية التي يقدمها المؤثرون على وسائل التواصل الاجتماعي للفتيات المراهقات. أما دراسات المراجعة المنهجية، فقد تمثلت بمراجعة **Isaac KS Ng** وآخرون عام ٢٠٢٤ الشاملة للأدبيات حول سلوكيات المؤثرين الطبيين على وسائل التواصل الاجتماعي، وتحليل **Terry Hanley** و **Ella White** عام ٢٠٢٣، من خلال مراجعة الأدبيات والأبحاث، للتوجيهات الأخلاقية الحالية المتعلقة باستخدام المعالجين لوسائل التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى مراجعة **Triplett** وآخرون عام ٢٠٢٢ للأدبيات المتعلقة باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي من قبل المعالجين الزوجيين والأسريين.

- ❖ الدراسات التي قدمت تقييماً شاملاً لتأثير المؤثرين على صحة المراهقين:
- ❖ قدمت دراسة **Elena Engel** وآخرون عام ٢٠٢٤، من خلال مراجعة منهجية (PRISMA-ScR)، تقييماً شاملاً لتأثير المؤثرين على صحة المراهقين، وذلك بتلخيص الأبحاث المتناولة دور المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي في هذا المجال، وتقييم تأثيرهم مع التركيز على التحديات والفوائد.

وفقاً للأطر المنهجية:

- ❖ من حيث الدراسات الكمية: انتمت دراسة **Ezgi Akar (2025)** إلى الدراسات الكمية حيث تم استخدام تحليل الشبكات الاجتماعية ونماذج الانحدار لتحليل البيانات المستخرجة من **Reddit**، وهو موقع اجتماعي ومنصة للنقاش والمشاركة، حيث يمكن للمستخدمين نشر المحتوى مثل المقالات أو الصور أو الروابط، ودراسة **Noemí Merayo, et al (2025)** التي اعتمدت على تقنيات التعلم الآلي لتحليل بيانات التعليقات على منشورات المشاهير في إنستغرام، بالإضافة إلى تحليل **Roxanne Turuba, et al (2025)** الذي شمل تحليل محتوى تليغرام لـ ١٠٠٠ فيديو على تيك توك وتصنيفها.
- ❖ أما عن الدراسات الكيفية فتتمثلت في الدراسة التحليلية التي قامت بها **Rachel O'Neill (2025)** والتي ركزت على دور الأطباء في شبكات الرفاهية على إنستغرام، وتحليل الخطاب الذي أجراه **Wickström, Lind (2024)** لفحص تمثيلات الصحة النفسية في مقاطع الفيديو على يوتيوب، بالإضافة إلى دراسة **Anita, et al (2024)** التي تضمنت مقابلات مع المراهقات وتحليل مقاطع الفيديو على يوتيوب، وتحليل **Holly Avella (2022)** التأملي للتفاعل بين الأطر العلاجية والخوارزميات على تيك توك.
- ❖ أما دراسات المراجعة المنهجية: فتضمنت مراجعة **Isaac KS Ng, et al (2024)** الشاملة للأدبيات حول سلوكيات المؤثرين الطبيين على وسائل التواصل الاجتماعي، والمراجعة المنهجية هي إطار عمل لإجراء مراجعات منهجية نوعية وشاملة للأدبيات (PRISMA-ScR) التي أجرتها **Elena Engel, et al (2024)** للأبحاث المتناولة دور المؤثرين في صحة المراهقين، بالإضافة إلى المراجعة المنهجية التي قام بها

John Powell, Tabitha Pring, et al (2024) لتلخيص الأدلة حول تأثير المؤثرين على النتائج الصحية، ومراجعة **Terry Hanley, Ella White (2023)** للأدبيات والأبحاث المتعلقة باستخدام المعالجين لوسائل التواصل الاجتماعي، ومراجعة **Triplet, et al (2022)** للأدبيات المتعلقة باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي من قبل المعالجين الزوجيين والأسريين.

من حيث نوعية العينات:

- ❖ **الدراسات التي استخدمت عينات من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي ومنصات الإنترنت:** تنوعت العينات المستخدمة في هذه المجموعة من الدراسات؛ ففي دراسة **Ezgi Akar (2025)**، تم تحليل بيانات المنشورات والعلاقات بين المستخدمين في منتدى **r/MentalHealth** على **Reddit**، بينما اعتمدت **Noemí Merayo, et al (2025)** على تحليل التعليقات على منشورات المشاهير المتعلقة بالصحة النفسية على إنستغرام. من جهة أخرى، قامت **Roxanne Turuba, et al (2025)** بتحليل مقاطع الفيديو على تيك توك باستخدام الوسم **#الصحة_النفسية**، في حين حلت **Holly Avella (2022)** المحتوى المرئي والمكتوب المتعلق بالصحة النفسية على تيك توك. بالإضافة إلى ذلك، قامت **Wickström, Lind (2024)** بتحليل مقاطع الفيديو المنشورة على يوتيوب لمؤثرات سويديات يتناولن مشاكل الصحة النفسية، وقامت **Anita, et al (2024)** بإجراء مقابلات مع المراهقات وتحليل ٢٣٤ مقطع فيديو لمؤثرين على يوتيوب.
- ❖ **الدراسات التي استخدمت عينات من المؤثرين الطبيين أو المعالجين:** ركزت هذه الدراسات على تحليل سلوكيات المؤثرين الطبيين أو المعالجين؛ ففي دراسة **Rachel O'Neill (2025)**، تم تحليل المحتوى المنشور على إنستغرام لثلاثة أطباء مؤثرين في مجال الرفاهية، بينما اعتمدت **Terry Hanley, Ella White (2023)** على التوجيهات الأخلاقية الحالية المتعلقة باستخدام المعالجين لوسائل التواصل الاجتماعي، وحلت **Triplet, et al (2022)** الأدبيات الحالية المتعلقة باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي من قبل المعالجين الزوجيين والأسريين ومدونات الأخلاقيات المهنية.
- ❖ **الدراسات التي استخدمت عينات من الدراسات والأدبيات العلمية:** اعتمدت هذه الدراسات على تحليل الأدبيات المتوفرة؛ ففي دراسة **Isaac KS Ng, et al (2024)**، تم تحليل الأدبيات المتوفرة والمقالات الأكاديمية التي تناولت سلوكيات المؤثرين الطبيين على وسائل التواصل الاجتماعي، بينما قامت **Elena Engel, et al (2024)** بتحليل ٥١ مقالة منشورة بين عامي ٢٠١٢ و ٢٠٢٢ تم جمعها من قواعد البيانات العلمية، وقام **John Powell, Tabitha Pring, et al (2024)** بتحليل ١٢ دراسة استوفت معايير الإدراج تم اختيارها من خلال بحث منهجي في قواعد البيانات.

من حيث النتائج:

❖ النتائج المتفقة عليها بين الدراسات:

- من حيث تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الصحة النفسية: تتفق معظم الدراسات على أن وسائل التواصل الاجتماعي لها تأثير كبير على الصحة النفسية، سواء كان إيجابياً أو سلبياً، حيث وجدت (Akar (2025 أن الاتصال الواسع يساهم في سلوك إيجابي، بينما المركزية العالية ترتبط بزيادة السمية، وأكدت (Merayo et al. (2025 على تأثير محادثات الصحة النفسية على وسائل التواصل الاجتماعي وأهمية الذكاء الاصطناعي في تقليل الوصمة، وأوضحت (Powell & Pring (2024 أن للمؤثرين تأثيرات سلبية وإيجابية على النتائج الصحية، خاصة فيما يتعلق بصورة الجسم، وبينت (Avella (2022 كيف تعيد الخوارزميات تعريف الأدوار العلاجية والتفاعلات الاجتماعية، مما يؤثر على تصور الصحة النفسية.

- من حيث دور المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي: هناك اتفاق على أن المؤثرين يؤديون دوراً مهماً في تشكيل سلوكيات الصحة ونشر المعلومات، حيث أشارت (O'Neill (2025 إلى أن الأطباء يساهمون في شبكات الرفاهية ولكنهم غالباً ما يغفلون في الأبحاث، وأكدت (Ng et al. (2024 على أهمية الاستخدام المسؤول للمنصات من قبل المؤثرين الطبيين، وأبرزت (Engel et al. (2024 القدرة على إقامة علاقات موثوقة مع المتابعين، ولكنها ركزت أيضاً على الأدوار السلبية للمؤثرين، وذكرت (Anita et al. (2024 أن المؤثرين يوازنون بين أدوار الخبراء والأصدقاء، وهو ما يساعدهم في الحفاظ على شهرتهم.

❖ النتائج التي اختلفت أو تباينت فيها الدراسات:

- من حيث طبيعة تأثير المؤثرين: بينما تتفق معظم الدراسات على وجود تأثير للمؤثرين، إلا أنها اختلفت في تحديد طبيعة هذا التأثير (إيجابي أم سلبي)، حيث وجدت (Akar (2025 أن الاتصال الواسع يساهم في سلوك إيجابي، بينما المركزية العالية ترتبط بزيادة السمية، وأشارت (Powell & Pring (2024 إلى أن ترويج الأطعمة غير الصحية له تأثير سلبي، بينما الحملات الصحية كانت فعالة، وركزت (Engel et al. (2024 بشكل أكبر على الأدوار السلبية للمؤثرين، مثل الترويج لصورة الجسم غير الواقعية، وأشارت (Anita et al. (2024 إلى أن منطق وسائل التواصل الاجتماعي يتطلب فهماً إضافياً لمحتوى الصحة النفسية.

- من حيث جودة المعلومات والمصادقية: هناك تباين في تقييم جودة المعلومات المقدمة على وسائل التواصل الاجتماعي، حيث وجدت (Turuba et al. (2025 أن ٣٣% من النصائح والمعلومات المقدمة على تيك توك كانت مضللة، وذكرت (O'Neill (2025 أن المؤهلات الأكاديمية وحدها لا تحل المشاكل المرتبطة بتأثير الرفاهية، ولا تضمن مصداقية المعلومات المنشورة.

- من حيث التوجيهات الأخلاقية للمعالجين: تختلف الدراسات في تقييم مدى كفاية التوجيهات الأخلاقية للمعالجين عند استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، حيث أشارت (Hanley & White (2023 إلى أن التوجيهات الأخلاقية الحالية لا تكفي لتوجيه

المعالجين بدقة، وقدمت (Triplet et al. (2022) إطار عمل لفهم القضايا الأخلاقية ومعايير الأخلاقيات التي يجب أن يتبعها المعالجون.

- من حيث تمثيلات الصحة النفسية: خلصت (Wickström, Lind (2024) إلى أن تمثيلات الصحة النفسية التي قدمتها المؤثرات كانت معقدة ومتعددة الأبعاد، حيث جمعت بين الإيجابية والسلبية.

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت استخدامات الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي:

وفقاً لأهداف الدراسات التي تناولت استخدامات وأنماط الشباب الجامعي لوسائل التواصل الاجتماعي:

❖ من حيث استخدامات وأنماط الشباب الجامعي لوسائل التواصل الاجتماعي: تهدف الدراسات في هذا المحور إلى فهم كيفية استخدام الشباب الجامعي لوسائل التواصل الاجتماعي، والأنماط التي يتبعونها في هذا الاستخدام، ودوافعهم لذلك. تتفق هذه الدراسات على أن وسائل التواصل الاجتماعي جزء لا يتجزأ من حياة الشباب الجامعي، ولكنها تختلف في التركيز على جوانب معينة من هذا الاستخدام. ففي حين تركز دراسة حريزي عبد الحميد (٢٠٢٤) على اتجاهات الطلبة نحو استخدام الفيسبوك وتأثير ذلك على التحصيل الدراسي، تسعى دراسة شاهد عبد القادر (٢٠٢٤) إلى معرفة تأثير استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي على مواكبة الشباب للموضة واكتسابهم لقب جديدة. أما دراسة براهيم معيوش (٢٠٢٤)، فتهدف إلى معرفة أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على التفاعل الاجتماعي لدى الطالب الجامعي، بينما تسعى دراسة عائشة علي الكتبي (٢٠٢٣) إلى فحص تأثير هذه المواقع في العلاقات الاجتماعية للشباب الجامعي. بالإضافة إلى ذلك، وسعت دراسة (Saini, et al, 2020) إلى فهم كيفية تأثير الوقت الذي يقضيه الشباب على الشبكات الاجتماعية في جودة حياتهم ككل، بينما تهدف دراسة نادية فرحات (٢٠٢١) إلى التعرف على طبيعة استخدامات الشباب للفيس بوك وأهم المواضيع التي تثير اهتمامه.

❖ من حيث تأثيرات وسائل التواصل الاجتماعي على الشباب الجامعي: تستهدف الدراسات في هذا المحور تقييم تأثيرات وسائل التواصل الاجتماعي على جوانب مختلفة من حياة الشباب الجامعي، سواء كانت نفسية، اجتماعية، ثقافية، أو فسيولوجية، وتتفق هذه الدراسات على أن وسائل التواصل الاجتماعي لها تأثيرات متعددة، ولكنها تختلف في تحديد طبيعة هذه التأثيرات (إيجابية أم سلبية) وفي تحديد المتغيرات التي تتأثر بشكل أكبر، ففي حين تسعى دراسة عبير محمد حمدي (٢٠٢٤) إلى التعرف على أبعاد توحيد الشباب الجامعي مع المؤثرين ومدى اكتسابهم لسلوكيات جديدة نتيجة لذلك، تهدف دراسة إبراهيم حلمي عمارة (٢٠٢٣) إلى قياس تأثير مشاهدة الشباب الجامعي للفيديوهات الخاصة بفيروس كورونا على الجوانب الفسيولوجية لديهم. أما دراسة عادل خيري شيت (٢٠٢٣)، فتهدف إلى الكشف عن درجة تأثير إدمان الإنترنت في تغيير القيم الاجتماعية لدى طلبة الجامعة، بينما تسعى دراسة (Castillo de Mesa, et al, 2020) إلى تقديم نتائج عن المهارات الرقمية ورفاهية الشباب وعلاقتها بجودة الحياة بالإضافة إلى ذلك، تهدف دراسة (SINGH, 2019) إلى التعرف على الآثار الإيجابية والسلبية لوسائل التواصل الاجتماعي على حياة الشباب، وتسعى دراسة محمد عبد

البديع السيد (٢٠١٨) إلى الكشف عن علاقة هذه الوسائل بدعم وتعزيز الهوية الوطنية لدى الشباب المصري، بينما تهدف دراسة **حسين حسين زيدان (٢٠٢١)** إلى الكشف عن مستوى تأثير وسائل الإعلام الإلكترونية في ترسيخ قيم المواطنة، وتسعى دراسة صفاء منيب صالح الحصان (٢٠٢١) إلى الوقوف على الدور الذي يمكن أن تؤديه هذه الوسائل في مكافحة التطرف. وأخيراً، تهدف دراسة نشوة عطية عبد العظيم عرفة (٢٠٢١) إلى التعرف على مخاطر استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي.

❖ **المخاطر الاجتماعية والأمنية لاستخدامات وسائل التواصل الاجتماعي** يركز هذا المحور على دراسة المخاطر المحتملة لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، سواء كانت اجتماعية أو أمنية. تهدف دراسة **سماح لطفي (٢٠٢٥)** إلى فهم تصورات الشباب الجامعي للمخاطر الاجتماعية والأمنية لاستخدامات تطبيق التيك توك، وأثر استخداماتهم على انتشار الجرائم الإلكترونية.

❖ **دراسات تحليلية لحالات معينة:** يهدف إلى تقديم فهم متعمق لحالات معينة تتعلق باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، من خلال تحليل تفصيلي للعوامل المؤثرة في هذه الحالات. تسعى دراسة **Mădălina Moraru (2022)** إلى استكشاف العوامل التي ساهمت في تعزيز مصداقية المؤثر الطبي الروماني ميهائيل باوتوف عبر إنستغرام خلال جائحة كوفيد-١٩.

وفقاً للأطر المنهجية التي وظفتها تلك الدراسات:

❖ **من حيث استخدامات وأنماط الشباب الجامعي لوسائل التواصل الاجتماعي** تعتمد الدراسات في هذا المحور بشكل أساسي على المنهجيات الكمية، حيث يتم استخدام الاستبيانات والمسوح الاجتماعية لجمع البيانات من عينات كبيرة من الشباب الجامعي. تشمل الأدوات الشائعة المستخدمة في هذه الدراسات الاستبيانات الإلكترونية (كما في دراسة **شاهد عبد القادر، (٢٠٢٤)** ومنهج المسح الاجتماعي بالعينه (كما في دراسة **عائشة علي الكتبي، ٢٠٢٣** و **Saini et al, 2020**). تهدف هذه الدراسات إلى تحديد أنماط الاستخدام الشائعة، وقياس الوقت الذي يقضيه الشباب على وسائل التواصل الاجتماعي، وتحديد المنصات الأكثر شعبية. بالإضافة إلى ذلك، يتم استخدام التحليل الإحصائي (كما في دراسة **حريزي عبد الحميد، (٢٠٢٤)** لفهم العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ومتغيرات أخرى مثل التحصيل الدراسي وجودة الحياة. وعلى الرغم من أن معظم الدراسات في هذا المحور كمية، إلا أن دراسة **نادية فرحات (٢٠٢١)** تميل إلى المنهج الكيفي، حيث تهدف إلى فهم طبيعة استخدامات الشباب للفيس بوك وأهم المواضيع التي تثير اهتمامه، على الرغم من عدم تحديد منهجية تفصيلية.

❖ **من حيث تأثيرات وسائل التواصل الاجتماعي على الشباب الجامعي:** تتنوع المنهجيات المستخدمة في هذا المحور، حيث يتم استخدام كل من المناهج الكمية والكيفية لفهم تأثيرات وسائل التواصل الاجتماعي على الشباب الجامعي. تعتمد الدراسات الكمية على الاستبيانات والمسوح لقياس تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على جوانب مختلفة مثل القيم الاجتماعية (كما في دراسة **عادل خيري شيت، (٢٠٢٣)**)، وترسيخ قيم المواطنة

(كما في دراسة حسين حسين زيدان، ٢٠٢١)، ومكافحة التطرف (كما في دراسة صفاء منيب صالح الحصان، ٢٠٢١). كما يتم استخدام التحليل الإحصائي لفهم العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وهذه المتغيرات. من جهة أخرى، تعتمد الدراسات الكيفية (كما في دراسة عبير محمد حمدي، ٢٠٢٤) على المقابلات المباشرة ومجموعات النقاش المركزة لفهم أعمق لتجارب الشباب الجامعي وتصوراتهم حول تأثير وسائل التواصل الاجتماعي. بالإضافة إلى ذلك، تستخدم دراسة إبراهيم حلمي عمارة (٢٠٢٣) المنهج التجريبي لقياس تأثير مشاهدة الفيديوهات الخاصة بفيروس كورونا على الجوانب الفسيولوجية للشباب الجامعي. وتعتمد دراسة (Castillo de Mesa, et al, 2020) على استطلاع رأي لقياس المهارات الرقمية ورفاهية الشباب. أما دراسة نشوة عطية عبد العظيم عرفة (٢٠٢١) فتعتمد على المنهج الوصفي مع التركيز على الجوانب النظرية للتعرف على مخاطر استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي.

❖ **من حيث المخاطر الاجتماعية والأمنية لاستخدامات وسائل التواصل الاجتماعي:** تعتمد دراسة سماح لطفي (٢٠٢٥) على المنهج الكيفي، حيث يتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، والمنهج الأنثروبولوجي، والإقامة والمعاشية، ودليل المقابلة لفهم تصورات الشباب الجامعي للمخاطر الاجتماعية والأمنية لاستخدامات تطبيق التيك توك. يهدف هذا المنهج إلى توفير فهم عميق للسياق الاجتماعي والثقافي الذي يحدث فيه هذا الاستخدام وتأثيراته.

❖ **دراسات تحليلية لحالات معينة:** تعتمد دراسة Mădălina Moraru (2022) على المنهج التحليلي الوصفي النوعي لاستكشاف العوامل التي ساهمت في تعزيز مصداقية المؤثر الطبي الروماني ميهاييل باوتوف عبر إنستغرام خلال جائحة كوفيد-١٩. يهدف هذا المنهج إلى توفير فهم متعمق لديناميكيات بناء المصداقية في سياق محدد.

من حيث النتائج:

❖ تشير الدراسات إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي تؤدي دورًا محوريًا في حياة الشباب الجامعي، إذ تؤكد معظمها على الاستخدام الواسع لهذه الوسائل في حياتهم اليومية، كما يتضح من دراسة عائشة علي الكتبي (٢٠٢٣) التي أشارت إلى أن أعلى استخدام وتفضيل لمنصات التواصل الاجتماعي جاء في فيسبوك وواتساب وإنستغرام، وأن الوقت المستخدم يتراوح بين ٤ إلى ٦ ساعات يوميًا، بالإضافة إلى دراسة (Saini, et al, 2020) التي ذكرت أن ٩٨% من الشباب يستخدمون الإنترنت. وبالإضافة إلى ذلك، هناك اتفاق عام على أن وسائل التواصل الاجتماعي تؤثر على جوانب مختلفة من حياة الشباب، سواء كانت اجتماعية أو ثقافية أو تعليمية أو نفسية، كما يتضح من دراسة حريزي عبد الحميد (٢٠٢٤) التي ذكرت أن للفيسبوك آثارًا إيجابية وسلبية على التحصيل الدراسي، ودراسة شاهد عبد القادر (٢٠٢٤) التي ذكرت أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في اكتساب الشباب الجامعي لأنماط ثقافية جديدة تنتمي إلى عالم الموضة، ودراسة عائشة علي الكتبي (٢٠٢٣) التي ذكرت أن مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر في شخصية الشباب الجامعي وسلوكياتهم وعلاقاتهم الأسرية، ودراسة

محمد عبد البديع السيد (٢٠١٨) التي ذكرت أن هناك علاقة ارتباطية قوية بين حجم تعرض الشباب للقنوات الفضائية واستخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي وتمسكهم بهويتهم الوطنية، ودراسة إبراهيم حلمي عمارة (٢٠٢٣) التي ذكرت أن الفيديو الخاص بفيروس كورونا أدى إلى استثارة عواطف الشباب وزيادة شعورهم بالخوف. كما تشير عدد من الدراسات إلى وجود مخاطر محتملة مرتبطة باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، مثل الإدمان وتغيير القيم والمخاطر الأمنية، كما يتضح من دراسة سماح لطفي (٢٠٢٥) التي تناولت تصورات الشباب الجامعي حول المخاطر الاجتماعية والأمنية لاستخدامات تطبيق التيك توك ودورها في انتشار الجرائم الإلكترونية، ودراسة عادل خيرى شيت (٢٠٢٣) التي تناولت تأثير إدمان الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي في تغيير القيم الاجتماعية لدى طلبة الجامعة، ودراسة نشوة عطية عبد العظيم عرفة (٢٠٢١) التي تناولت مخاطر استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي.

❖ وعلى الرغم من هذا الاتفاق، إلا أن الدراسات تختلف في تحديد طبيعة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي، ففي حين تتفق معظم الدراسات على وجود تأثير، إلا أنها تختلف في تحديد ما إذا كان هذا التأثير إيجابياً أم سلبياً، كما يتضح من دراسة حريزي عبد الحميد (٢٠٢٤) التي ترى أن للفيسبوك أثراً إيجابية وسلبية على التحصيل الدراسي، ودراسة (Saini, et al, 2020) التي تشير إلى أن مزايا جودة الحياة للمستخدمين اليوميين تقل كثيراً على غير المستخدمين يومياً، ودراسة (SINGH, 2019) التي توصلت إلى التأثير السلبي لمواقع التواصل الاجتماعي في الحياة الاجتماعية للشباب. كما تختلف الدراسات في مدى تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للشباب، ففي حين تؤكد دراسة عادل خيرى شيت (٢٠٢٣) أن إدمان الإنترنت يؤدي إلى تغيير القيم الاجتماعية، توصلت دراسة براهيم معيوش (٢٠٢٤) إلى أنه ليس هناك فروق في استخدام الطالب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي وفقاً لمتغيري التخصص والجنس، مما قد يشير إلى أن التأثير على القيم قد يكون محدوداً أو غير واضح. بالإضافة إلى ذلك، تشير بعض الدراسات إلى وجود فروق بين الذكور والإناث في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وتأثرهم بها، بينما أخرى لا تجد فروقاً ذات دلالة، كما يتضح من دراسة عبير محمد حمدي (٢٠٢٤) التي ذكرت أن درجة إدراك التشابه مع المؤثرين والتوحد معهم مرتفعة جداً في عينة الذكور بينما تباينت في عينة الإناث، ودراسة عادل خيرى شيت (٢٠٢٣) التي ذكرت أن تأثير إدمان الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي للذكور يفوق الإناث، ودراسة براهيم معيوش (٢٠٢٤) التي توصلت إلى أنه ليس هناك فروق في استخدام الطالب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي وفقاً لمتغيري التخصص والجنس.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

تظهر أهمية الدراسات السابقة في كونها تُمكن الباحثة من تحديد مشكلة وفهم أبعادها المختلفة، وتجنب تكرار الجهود السابقة، مما يساهم في تحديد الفجوات المعرفية بموضوع البحث، كما توفر له إطاراً نظرياً متيناً ومنهجيات وأدوات مثبتة الفعالية، وتساعد في

صياغة فرضيات دقيقة، وتوجيهها نحو مصادر معلومات قيمة، مما يسهل عليها وضع البحث في سياق علمي صحيح وتفسير نتائجه ومناقشتها بعمق.

الاطار النظري للدراسة:

في ضوء نتائج الدراسات السابقة، وفي ضوء دراسات أخرى رصدت الباحثة علاقة نمط عرض المضمون الإعلامي على العمليات الإدراكية والمعرفية للمتلقى، يمكن الاعتماد على نظرية تمثيل المعلومات لدى جمهور وسائل الإعلام والتي تركز بشكل أساسي على الطريقة التي يكتسب بها الفرد للمعلومات، ونوع العمليات العقلية والمعرفية المستخدمة في معالجتها (Eveland Marton, & Seo, 2004)، وتهتم النظرية بالتأثيرات المعرفية والتي توضح بشكل فعال القدرات الأساسية من انتباه وتذكر وفهم، وهذه العمليات تمر عبر سلسلة من المعالجات خلال أنواع الذاكرة المختلفة ثم يتم إدراكها في الذهن (Elizabeth A, 1997) ويعد فهم الكيفية التي يتم من خلالها استيعاب المعلومات التي يتم الحصول عليها من شبكة الإنترنت، ظاهرة في غاية التعقيد وعلى الرغم من دراسات منهجية في مجال الاتصال وعلم النفس تتعلق بفهم الكيفية التي تؤثر بها تطبيقات التقنيات التكنولوجية والوسائط المتعددة (الصور- الرسوم - الفيديو - الصوت- الفيديوهات المستخدمة لتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي)، على فهم الحدث إلا أن هذه الدراسات أشارت إلى ضرورة التوسع في فهم التأثيرات المعرفية، مع الأخذ في الاعتبار أن كل وسيط من هذه الوسائط يتمتع بخصائص فريدة ومميزة له، كما أن كل وسيط يتعامل العقل البشري مع مخرجاته بأسلوب مختلف تمامًا.

ويشير باحثون إلى أن وجود أكثر من آلية أو نظام لعرض المعلومات يعطي فرصة أكبر للقارئ لمزيد من العمق في الفهم، فالمعرفة لا تتمثل في الذهن بصورة مطابقة لما هي عليه في الواقع، حيث تزايدت الأدلة على أن التمثيلات المعرفية الداخلية تختلف عن الحقائق الفيزيائية الخارجية، وترتبط عملية التمثيل المعرفي للمعلومات مع المنبهات التي تستقبلها الحواس، ولكن هذه المعلومات يجري عليها تعديل لكي ينسج مع الخبرات السابقة التي تحتوي على شبكة معقدة من المعلومات والعلاقات، فالكثير من التجارب التي أجريت أظهرت أن المعلومات تختزن بشكل تمثيلات مختصرة (حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، ٢٠٠١)، وتكرار نفس المحتوى بأكثر من شكل يحفز البنى المعرفية لدى المتلقين وبهذا تزيد احتمالية تذكر وفهم المضمون .. (Shyam Sundar, (2000).

وترتبط نظرية تمثيل المعلومات بمجال علم النفس وقد كانت تطورات الحاسب الآلي منذ الخمسينات عاملاً رئيساً في ظهور هذه النظرية، حيث اعتمد الباحثون على أسلوب عمل الحاسب الآلي في تطوير فروض هذه النظرية، فمعالجة الحاسب للبيانات تتضمن مجموعة من العمليات التي تبدو شبيهة في أسلوب عملها بالنظام البشري في التعامل مع رموز البيئة المحيطة، لذا تركز هذه النظرية على ثلاث مهام أساسية هي (نظريات ترميز المعلومات):

١. استقبال المعلومات الخارجية أو ما يسمى بالمدخلات وتحويلها أو ترجمتها بطريقة تمكن جهاز معالجة المعلومات من معالجتها في مراحل المعالجة التالية.
٢. الاحتفاظ ببعض هذه المدخلات على شكل تمثيلات معينة.

٣. التعرف على هذه التمثيلات واستدعائها واستخدامها في الوقت المناسب، أي يجب على جهاز معالجة المعلومات أن يترجم المعلومات ويحتفظ بها ويستدعيها، وإذا نظرنا إلى مراحل تمثيل المعلومات في الذهن نجد أنها تشمل مرحلة الترميز ومرحلة الاحتفاظ أو التخزين ومرحلة الاستعادة أو التذكر.

وتتقرب نظرية تمثيل المعلومات أن هناك عمليات مختلفة في الذاكرة تؤثر في عمليات تمثيل المعلومات في المخ وهي الترميز والتخزين والاسترجاع، وأن الاستجابات الإدراكية ليست مجرد ناتج فوري للمثير، ولكنها تمر بعمليات أخرى كالانتباه والإدراك والتذكر والتي تستغرق فترة من الزمن في التنظيم والتحويل إلى عملية أخرى، كما أن عملية تناول المعلومات تحكمها عدة متغيرات كقدرات أدوات تناول - والمحتوى المقدم في الوسيلة - وأساليب التقديم وغيرها، ووجود أنماط مختلفة للتمثيل العقلي في الذاكرة البصرية بحيث تشتمل هذه التمثيلات على التصور المرئي المتكون من انطباعات حسية تم مشاهدتها أو معايشتها عن طريق وسائط في الدراسات الأولى لعمليات التذكر والإدراك للصور العقلية في أبحاث كوسلين - Stephen Kosslyn و شيبار (Shepard Roger)، تمت دراسة علاقة الصور العقلية بالإدراك الحسي للمواضيع، ودلت التجارب على أنه كلما زاد التعرض لتفاصيل الأحداث المرئية زادت القدرة على تذكر تفاصيل الأحداث من الأشخاص والزمان والمكان وغيرها (Kosslyn S.M & Pinker, S., Smith, G.E, & Schwartz, S.P. (1979)، لذا ستركز الباحثة بالاعتماد على نظرية تمثيل المعلومات، وفي ضوء فروضها على اختبار العملية المعرفية الخاصة بالفهم والتذكر للمتلقين من خلال تعرضهم لمحتوى المؤثرين الافتراضيين، والتعرف على الفروق في مستوى المهارات المعرفية عند التعرض لنفس المحتوى بطريقة تقليدية من خلال المؤثرين البشريين المشهورين على مواقع التواصل الاجتماعي.

اشكالية الدراسة:

تكمن اشكالية الدراسة في الفجوة المعرفية العميقة التي تحيط بمدى فعالية استغلال المؤثرين الافتراضيين، سواء كانوا من البشر أو نتاجاً للذكاء الاصطناعي، في ميدان ترويج مفاهيم الصحة النفسية. ففي حين يزدهر استخدام هؤلاء المؤثرين في الترويج التجاري، يظل تأثيرهم الحقيقي على مواقف وسلوكيات الأفراد المتعلقة بالصحة النفسية محاطاً بالشكوك والضبابية، فهل يحدث هؤلاء المؤثرون، بتواجدهم الطاعي على المنصات الرقمية، تغييراً إيجابياً ملموساً في وعي الجمهور بقضايا الصحة النفسية، أم أن تأثيرهم يقتصر على مجرد إثارة ضجة مؤقتة لا تلبث أن تتلاشى؟ وهل تسهم جهودهم حقاً في كسر حاجز الوصمة الاجتماعية الذي يحيط بالمرض النفسي، أم أنهم يعيدون إنتاج الصور النمطية السلبية التي تزيد من عزلة المستخدم؟

تتفاقم هذه المشكلة مع ظهور جيل جديد من المؤثرين الافتراضيين، الذين يعتمدون على خوارزميات الذكاء الاصطناعي في تحليل البيانات وتقديم محتوى مُخصَّص لكل مستخدم. فهل تتفوق هذه الكائنات الرقمية، بفضل قدراتها التحليلية الهائلة، على المؤثرين البشريين في إقناع الجمهور بتبني سلوكيات صحية وتحسين صحتهم النفسية؟ أم أن غياب اللمسة الإنسانية والتجربة الشخصية يقلل من مصداقيتهم وقدرتهم على التواصل العاطفي مع الجمهور، وبذلك تهدف الدراسة إلى تقييم فعالية استخدام المؤثرين الافتراضيين في ميدان الصحة

النفسية، وتحديد أفضل الممارسات التي تضمن تحقيق أقصى فائدة ممكنة مع تجنب المخاطر المحتملة. فالمجتمع بحاجة ماسة إلى إرشادات واضحة ومستندة إلى الأدلة حول كيفية استغلال هذه القوة الرقمية الهائلة في تعزيز الصحة النفسية وتحسين حياة الأفراد

مشكلة الدراسة:

تتحدد مشكلة الدراسة بناء على تساؤل رئيسي وهو ما دور المؤثرين في الترويج لأفكار الصحة النفسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى التحقق من فعالية استخدام المؤثرين الافتراضيين، سواء كانوا من البشر أو المصممين بتقنيات الذكاء الاصطناعي، في ترويج أفكار الصحة النفسية عبر منصات التواصل الاجتماعي. وتسعى الدراسة، من خلال تطبيق نظرية تمثيل المعلومات، إلى تحقيق الأهداف التفصيلية التالية:

١. تحديد دور المؤثرين الافتراضيين في تشكيل الوعي العام بمفاهيم الصحة النفسية.
٢. مقارنة تأثير المؤثرين "البشريين" بـ "المصنوعين بالذكاء الاصطناعي" في ترويج أفكار الصحة النفسية.
٣. تحليل العمليات المعرفية الكامنة وراء تأثير المؤثرين (من منظور نظرية تمثيل المعلومات)
٤. تحديد العوامل السياقية التي تعدل من تأثير المؤثرين الافتراضيين في ترويج أفكار الصحة النفسية.

أهمية الدراسة:

الأهمية العلمية:

- فهم أعمق للتأثير الرقمي، سواء كانوا بشرًا أو تم إنشاؤهم بالذكاء الاصطناعي، على تشكيل معارف واتجاهات الجمهور نحو قضايا الصحة النفسية.
- مقارنة ضرورية في عصر الذكاء الاصطناعي خاصة مع تزايد انتشار المؤثرين المصنوعين بالذكاء الاصطناعي، من الضروري علميًا فهم ما إذا كان تأثيرهم يختلف عن تأثير المؤثرين البشريين، وأي نوع من التأثير هو الأكثر فعالية في سياق الصحة النفسية.
- ستساهم الدراسة في الأدبيات العلمية الموجودة في مجالات علم النفس الاجتماعي والإعلامي من خلال تقديم نتائج تجريبية حول تأثير وسائل التواصل الاجتماعي والمؤثرين الافتراضيين على مجال حيوي مثل الصحة النفسية.

الأهمية التطبيقية:

- تحسين استراتيجيات الصحة العامة من خلال تصميم حملات توعية أكثر فعالية للصحة النفسية، مع مراعاة الدور الذي يؤديه المؤثرون الرقميون.

- تساعد الدراسة في فهم كيف يمكن استخدام المؤثرين الذين تم إنشاؤهم بالذكاء الاصطناعي بشكل أخلاقي ومسؤول لتعزيز الصحة النفسية، مع تجنب المخاطر المحتملة مثل نشر معلومات مضللة أو استغلال الفئات الضعيفة.
- تمكين الأفراد من خلال فهم كيفية تأثير المؤثرين الافتراضيين على المعتقدات والسلوكيات مما يمكن المستخدم مواقع التواصل الاجتماعي أن يكون أكثر وعياً وانتقاداً للمعلومات التي نستهلكها عبر الإنترنت، واتخاذ قرارات أفضل بشأن صحتنا النفسية.
- تطوير محتوى أكثر فعالية وجاذبية للصحة النفسية، مع مراعاة العوامل التي تجعل المؤثر الرقمي أكثر مصداقية وتأثيراً

تساؤلات الدراسة:

١. ما هو دور المؤثرين الافتراضيين في تشكيل الوعي العام بمفاهيم الصحة النفسية؟
٢. كيف يؤثر المؤثرون الرقميون "البشريون" مقارنةً بالمؤثرين "المصنوعين بالذكاء الاصطناعي" في ترويج أفكار الصحة النفسية؟
٣. هل تختلف استجابة الجمهور للمعلومات المقدمة من المؤثرين البشريين مقارنة بالمؤثرين المصنوعين بالذكاء الاصطناعي من حيث الوعي والفهم وتذكر المعلومات؟
٤. هل هناك فروق في قدرة كل نوع من المؤثرين على إحداث تغييرات إيجابية في سلوكيات الأفراد المتعلقة بالصحة النفسية (مثل البحث عن معلومات إضافية، طلب الدعم، تبني عادات صحية)؟
٥. ما هي العمليات المعرفية التي تؤثر في تأثير المؤثرين الافتراضيين على الجمهور؟
٦. كيف يقوم الجمهور بترميز (encoding) وتخزين (storage) واسترجاع (retrieval) المعلومات المتعلقة بالصحة النفسية المقدمة من المؤثرين الافتراضيين، وفقاً لنظرية تمثيل المعلومات؟
٧. ما هي العوامل السياقية التي قد تعدل من تأثير المؤثرين الافتراضيين على ترويج أفكار الصحة النفسية؟
٨. ما هو دور جودة المحتوى المقدم من المؤثرين (مثل مدى دقته وملاءمته وجاذبيته) في تحديد تأثيره على الجمهور؟
٩. كيف تؤثر خصائص الجمهور المستهدف (مثل الجنس والسنة الدراسية) في استجابته لمحتوى المؤثرين؟

متغيرات الدراسة:

المتغيرات المستقلة:

١. محتوى المؤثرين الافتراضيين (سواء كان بشرياً أو مصنوعاً باستخدام الذكاء الاصطناعي)
٢. جودة المحتوى (دقته، ملاءمته، جاذبيته)

المتغيرات التابعة:

١. مستوى الوعي والمعرفة لدى الجمهور بمفاهيم الصحة النفسية (مثل الاكتئاب، القلق، التوتر)
٢. استجابة الجمهور للمعلومات المقدمة (الوعي والفهم وتذكر المعلومات)
٣. عمليات الترميز، التخزين، والاسترجاع للمعلومات المتعلقة بالصحة النفسية
٤. مواقف وسلوكيات الأفراد تجاه قضايا الصحة النفسية (مثل طلب الدعم، تبني عادات صحية)
٥. التمثيلات الذهنية التي تتشكل لدى الجمهور حول مفاهيم الصحة النفسية

المتغيرات الوسيطة:

١. نوع المؤثر (بشري أو افتراضي مصنوع باستخدام الذكاء الاصطناعي)
٢. خصائص الجمهور المستهدف (مثل الجنس، السنة الدراسية)
٣. العوامل المعرفية (الانتباه، الإدراك، والذاكرة)

وفي ضوء دراسة تلك المتغيرات فإن التصميم التجريبي المناسب هو التصميم العملي التالي:



فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اختبار المجموعة المتعرضة لفيدوهات المؤثرين المشهورين بمواقع التواصل الاجتماعي (المجموعة الضابطة) والمجموعة المتعرضة لفيدوهات المؤثرين الافتراضيين بتقنية الذكاء الاصطناعي (المجموعة التجريبية) والخاص بمقياس الوعي بمصطلحات الصحة النفسية

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اختبار المجموعة المتعرضة لفيدوهات المؤثرين المشهورين بمواقع التواصل الاجتماعي (المجموعة الضابطة) والمجموعة المتعرضة لفيدوهات المؤثرين الافتراضيين بتقنية الذكاء الاصطناعي (المجموعة التجريبية) والخاص بمقياس الفهم لأعراض الشائعة لمفاهيم الصحة النفسية .

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اختبار المجموعة المتعرضة لفيدويوهات المؤثرين المشهورين بمواقع التواصل الاجتماعي والمجموعة المتعرضة لفيدويوهات المؤثرين الافتراضيين بتقنية الذكاء الاصطناعي والخاص بمقياس التذكر لفيدويوهات الصحة النفسية.

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعة المتعرضة لفيدويوهات المؤثرين المشهورين بمواقع التواصل الاجتماعي والخاص بمقاييس الصحة النفسية وفقا للنوع

الفرض الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعة المتعرضة لفيدويوهات المؤثرين المشهورين بمواقع التواصل الاجتماعي والخاص بمقاييس الصحة النفسية وفقا للسنة الدراسية.

مفاهيم الدراسة

١. **مواقع التواصل الاجتماعي:** عرفت بأنها النظام المكون من مجموعة من الشبكات التقنية عبر الشبكة العنكبوتية، توفر للمستخدم عمل موقع له، وربطه بنظام إلكتروني يتشارك فيه مع أعضاء آخرين في الهوايات والاهتمامات نفسها (Jarrar, L, 2012)، وتعد أداة إلكترونية جديدة للتواصل الاجتماعي، إذ إنها تكون بنية اجتماعية افتراضية تربط بين الأفراد والمنظمات، وتتشكل ضمن نقاط لقاء تتصل بأنواع معينة من الروابط الاجتماعية، إذ يجتمع المستخدمون بصداقة أو قرابة دم أو مصالح وأهداف مشتركة. (Radi, Z. (2003)

إجرائياً: بأنها عدد من المواقع على الشبكة العنكبوتية، شكلت لمساعدة الأفراد على التواصل الاجتماعي والتفاعل، إذ يتبادلون المعلومات وينقلون الأخبار، ويتقابل مستخدمو الإنترنت في عالم افتراضي يتبادلون الأفكار والمشاعر والتعبير عن النفس، والخبرات، ولها تأثير في علاقاتهم مع أسرهم وأصدقائهم وأقاربهم.

يعرفه **حامد زهران (٢٠٠٥، ص ٩)** الصحة النفسية بأنها: "حالة دائما نسبيا، يكون فيها الفرد متوافقا نفسيا (شخصيا وانفعاليا واجتماعيا أي مع نفسه ومع بيئته)، ويشعر بالسعادة مع نفسه والآخرين، ويكون قادرا على تحقيق ذاته واستغلال قدراته وإمكاناته إلى أقصى حد ممكن، ويكون قادرا على مواجهة مطالب الحياة، وتكون شخصيته متكاملة سوية ويكون سلوكه عاديا، ويكون حسن الخلق بحيث يعيش في سلامة وسلام"

٢. **الشباب الجامعي:** يقصد به المدة من مشوار الفرد الذي يضم فيها مرحلة الشباب إلى خروجه من الجامعة، ويتراوح سنه بين (١٧ - ٢٥) سنة، وتتميز بالقوة، والقدرة على العمل، والنشاط، وتقبل الآراء والأفكار الحديثة، والإنجاز، والابتكار والإبداع، في حين تنسم بالحساسية الزائدة للأنماط الحديثة، وبروح المغامرة، ومواجهة المشكلات التي تعيق طريقهم، وتعد هذه المرحلة اختبارا وتخطيطا وترتيبا للمستقبل إلا أنه يندم بها الخبرة والتجربة، والتي قد تحتاج إلى إعداد وتأهيل لمواجهة جميع تحديات الحياة. (أحمد حمدي، ٢٠٠٧).

وتُعرف الدراسة الحالية الشباب الجامعي إجرائياً: بأنهم كل الطلاب في السنة الثالثة والرابعة الدارسين مادة الاقناع في المعهد الكندي العالي لتكنولوجيا الاعلام الحديث خلال الفصل الدراسي الأول من العام الجامعي ٢٠٢٤ / ٢٠٢٥.

٣. الصحة النفسية لدى الشباب الجامعي: تعطي الصحة النفسية للفرد مؤشرا عن لتوافق بين الجوانب النفسية المختلفة له، ومرونته النفسية في مواجهة الأزمات المختلفة، مع الاحساس بالسعادة، ومن هذا المفهوم نجد أن الصحة النفسية والاهتمام بها من الجوانب المهمة للطالب الجامعي ، ويمكن ايجاز مشكلات الصحة النفسية لدى الطلاب الجامعيين في ن هؤلاء الشباب لديهم مشكلات حول الأحداث المحيطة بهم، لذا فإن الاهتمام بالصحة النفسية للطلاب الجامعيين وتأهيلهم تمكنهم من مواجهة ضغوط الحياة النفسية وزيادة مرونتهم النفسية . نادية خليفى (٢٠١٨)

فالحياة في المرحلة الجامعية بجوانبها الأكاديمية وتفاعلاتها الاجتماعية ومتطلباتها الادارية تعتبر من مسببات الضغوط النفسية لدى الطلاب الجامعيين وهي من سمات هذه المرحلة.

إذ تعد من مراحل النمو الحرجة بمتطلباتها الخاصة، فمغادرة الطلاب لأسرهم وميلهم الكبير نحو الاستقلال الشخصي والمادي، مع دخولهم لعالم جديد ، ومواقع تواصل اجتماعية لم يعتادوا عليها من قبل في المرحلة لثانوية، كما أن المتطلبات الدراسية وضغطها ونظامها في المرحلة الجامعية مختلف تماما عما اعتاده هؤلاء الطلاب في المرحلة الثانوية ، كل هذه العوامل والمتغيرات تؤثر على الصحة النفسية للطالب في المرحلة الجامعية خولة عزات القدومي، ياسر فارس خليل(٢٠١١)

نوع الدراسة: تنتمي هذه الدراسة الى حقل الدراسات شبه تجريبية التي تهتم بالتوصل إلى الاستنتاجات العلمية والبراهين التجريبية والتي تسهم في درجة عالية من الدقة خاصة في صياغة الناتج مما يساعد على التصميم والتنبؤ في دراسة الظاهرة التجريبية خاصة في حالة نجاح الباحثة في ضبط المتغيرات المستقلة وتحديد العلاقات السببية بين متغيرات الدراسة ، ومحاولة تحليلها وتفسيرها حيث تهدف هذه الدراسة الى الكشف عن دور المؤثرين في الترويج لأفكار الصحة النفسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

منهج الدراسة: تقوم الدراسة على المنهج شبه التجريبي، وهو عبارة عن إجراء بحثي يقوم على الملاحظة وتجريب تفاعل متغيرات محددة من خلال ضبط ظروف وأساليب عملها، واستثناء تأثيرات متغيرات نظيرة أو إضافية قد تتدخل إيجاباً أو سلباً في هذا التفاعل، بغرض التحقق من نوع وقدر الأثر الذي ينجم، ويتم هذا الاستثناء عن طريق العزل أو الضبط أو التحكم، وقد تم تطبيق هذا المنهج من خلال رصد ما يتم عرضه على المبحوثين من فيديوهات للمؤثرين المتخصصين في الصحة النفسية.

أداة جمع البيانات: اعتمدت الباحثة على أداة الاستبيان لجمع البيانات من المجموعة الضابطة والتجريبية.

حدود الدراسة: تتحدد الدراسة في عدد من الحدود، هي الآتي:

- **الحد الموضوعي:** يتحدد الحد الموضوع في التعرف على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في الشباب الجامعي بالمجتمع المصري
- **الحد المكاني:** تحدد مجتمع الدراسة بدولة جمهورية مصر العربية بالمعهد الكندي العالي لتكنولوجيا الاعلام الحديث بقاعة C306.
- **الحد البشري:** تحدد الحد البشري في الشباب الجامعي في الصف الثالث والرابع (البكالوريوس) من طلاب المعهد الكندي العالي لتكنولوجيا الاعلام الحديث والدراسين لمادة الاقناع.
- **الحد الزمني:** طبقت الدراسة في العام الدراسي ٢٠٢٤ - ٢٠٢٥، للفصل الدراسي الاول

مجتمع الدراسة شبه التجريبي: تم تطبيق الدراسة على فيديوهات الصحة النفسية، و جمهور الشباب الجامعي غير المتابعين للمؤثرين المتخصصين في الصحة النفسية، كما يتميز الفرد في هذه الفئة العمرية بالوعي والادراك لما يحيط به من متغيرات ومثيرات ، ومن ثم القدرة على معرفة دور المؤثرين في الترويج لأفكار الصحة النفسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

عينة الدراسة شبه التجريبية: تم تطبيق الدراسة على عينة عمدية من مجموعة من الطلاب بالمرحلة الجامعية قوامها ٣٠ طالب وطالبة من طلاب المعهد الكندي لتكنولوجيا الاعلام الحديث بقاعة C306 يوم الاثنين من الساعة ١٢-٢ ظهرا، لمدة (أسبوعين) من ١٤ أكتوبر إلى ٢٨ أكتوبر، وتم تقسيم أفراد العينة بالتساوي مع مراعاة المتغير التابع والمتغير المستقل. وعن الفيديوهات التي تم عرضها على عينة الدراسة فتم تطبيق الدراسة على ٢٠ فيديو:

- ١٠ فيديوهات لمؤثرين نشطين في مجالات الصحة النفسية وهم (أ.د محمد المهدي أستاذ الطب النفسي بجامعة الأزهر، ود/أحمد هارون مستشار العلاج النفسي وعلاج الادمان بعدد من المؤسسات الصحية الحكومية والنفسية، وتشمل الفيديوهات موضوعات) التوعية بالرفاهية النفسية، التنمية الذاتية، الدعم النفسي).
- ١٠ فيديوهات لمؤثرين افتراضيين تم إنشاؤهم باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي مثل الأفاتار الرقمي أو الروبوتات الذكية التي يتم إنشاؤها عبر برامج وتطبيقات الذكاء الاصطناعي.

أسباب اختيار العينة:

تم تحديد عينة الدراسة شبه التجريبية والتي بلغ عددهم ٣٠ مجوئا وفقا لنتيجة الدراسة الاستطلاعية التي أجرتها الباحثة على عينة عشوائية من الطلاب بالمعهد الكندي العالي لتكنولوجيا الاعلام الحديث والذي بلغ ٩٣ مفردة من طلاب.

جدول رقم (١)

مستوى متابعة المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي

الترتيب	%	ك	
١	٧٨,٥	٧٣	دائما
٢	١٥,١	١٤	أحيانا
٣	٦,٤	٦	نادرا
	١٠٠,٠	٩٣	المجموع

تشير بيانات الجدول رقم (١) أن مستوى متابعة المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي مرتفعة جداً بنسبة بلغت ٧٨,٥% يليها أحيانا بنسبة ١٥,١% و نادرا بنسبة ٦,٤%.

جدول رقم (٢)

مستوى انجذاب المبحوثين لمحتوى المؤثرين المتخصصين في الصحة النفسية

على مواقع التواصل الاجتماعي

الترتيب	%	ك	
١	٤٨,٤	٤٥	نعم
٣	١٩,٣	١٨	أحيانا
٢	٣٢,٢	٣٠	لا
	١٠٠,٠	٩٣	المجموع

تشير بيانات الجدول رقم (٢) تفاوت انجذاب المبحوثين لمحتوى المؤثرين المتخصصين في الصحة النفسية على مواقع التواصل الاجتماعي ، حيث جاء في الترتيب الأول نعم بنسبة بلغت ٤٨,٤% يليه لا بنسبة ٣٠,٢% وفي الترتيب الأخير أحيانا بنسبة ١٩,٣%.

وبناءً على ما سبق تم اختيار عينة عمدية من المبحوثين غير المتابعين للمؤثرين المتخصصين في الصحة النفسية على مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك لقياس مستوى الوعي المتحقق لدى المبحوثين لمفاهيم الصحة النفسية وفهم مصطلحاتها، وتذكر اسم المؤثر ونصائحه على مدار أسبوعين من ١٤ أكتوبر ٢٠٢٤ إلى ٢٨ أكتوبر، بقاعة C306 بالمعهد الكندي العالي لتكنولوجيا الاعلام الحديث.

البيانات الديموجرافية للمبحوثين موضع الدراسة شبه التجريبية:

جدول رقم (٣)

البيانات الديموجرافية

%	ك	البدايل	
٤٦,٧	١٤	ذكر	النوع
٥٣,٣	١٦	أنثى	
٤٠,٠	١٢	السنة الثالثة	السنة الدراسية
٦٠,٠	١٨	السنة الرابعة	

إجراءات الدراسة شبه التجريبية:

أولاً: اختيار المادة المستخدمة في التجربة:

تم اختيار مادة تحريبيه هي عبارة عن محتوى فيديو حول الصحة النفسية، وتم تجهيز مادتين إحداهما تم عرضها بالأسلوب التقليدي (الفيديو التقليدي) والأخرى تم عرضها بتقنية الذكاء الاصطناعي بحيث تتضمن كلا الفيديوهين نفس المضمون والمحتوى

اخترت الباحثة هذا الموضوع لتضمنه كثيرا من المعلومات المتعلقة بالصحة النفسية والثرية بمعلومات عن كيفية التعامل مع الأشخاص المحيطين والمواقف التي نواجهها في الحياة، وقد حاولت الباحثة عزل متغير الخبرة أو المعرفة السابقة للمشاركين بشأن موضوع التجربة المتعلق بالصحة النفسية عبر اختيار عينة من الشباب الجامعي.

مقاييس الدراسة:

- ١- **مقياس الوعي:** يقيس مدى إدراك المبحوثين للمعلومات والمفاهيم المتعلقة بالصحة النفسية التي يتم نشرها من قبل المؤثرين، وقد تركزت على مستوى وعيهم بمصطلح الاكتئاب والقلق والتعافي، وتم تحليل إجابات المبحوثين لتحديد مدى دقة وشمولية المعلومات التي يتذكرونها. يتم التركيز على المفاهيم الرئيسية والمصطلحات المستخدمة، بالإضافة إلى مدى فهمهم للعلاقة بينها.
- ٢- **مقياس الفهم:** يقيس مدى فهم المبحوثين للمعلومات والمفاهيم المتعلقة بالصحة النفسية التي يتم نشرها من قبل المؤثرين، من خلال المقارنة بين مفهومي الصحة النفسية الإيجابية والصحة النفسية السلبية، وتم تحليل إجابات المبحوثين لتقييم مدى فهمهم العميق للمفاهيم، وقدرتهم على ربطها ببعضها البعض، وتطبيقها على مواقف مختلفة، وتم التركيز على القدرة على الشرح والتفسير.
- ٣- **مقياس التذكر:** تم قياس مدى قدرة المبحوثين على استرجاع المعلومات والمفاهيم المتعلقة بالصحة النفسية التي تم نشرها من قبل المؤثرين في أوقات لاحقة، وتم طرح أسئلة حول مستوى تذكر قصة شخصية شاركها أحد المؤثرين حول تجربته مع الاكتئاب؟"، واذكر ثلاث نصائح قدمها المؤثرون للتعامل مع القلق، وتم تحليل إجابات المبحوثين لتحديد مدى قدرتهم على استرجاع المعلومات بعد فترة من الزمن، وتم التركيز على التفاصيل والأمثلة المحددة التي يتذكرونها، بالإضافة إلى مدى قدرتهم على ربطها بتجاربهم الشخصية.
- ٤- **مقياس التفضيل لقياس مستوى تفضيلهم لمتابعة المؤثرين الافتراضيين والمؤثرين البشريين المشهورين على مواقع التواصل الاجتماعي.**
- ٥- **مقياس عناصر جودة المحتوى المقدم من المؤثرين المهتمين بالصحة النفسية:** وقد انبثق منه مقاييس فرعية عن مستوى دقة المحتوى وطريقة التحدث من صحة المعلومات المروج لها، ومقياس ملائمة المحتوى، سواء ملائمته للجمهور المستهدف أو للهدف المروج له، ومستوى جاذبية المحتوى سواء بصريا أو عاطفيا أو أصلة المحتوى المقدم وتميزه، أو القيمة والفائدة التي يقدمها المحتوى، وسهولة الوصول لتلك المعلومات واستخدامها.

إجراءات الصدق والثبات: تم عرض أسئلة الاستبيان على مجموعة من المحكمين في مجال الإعلام وعلم النفس ، وطلب منهم إبداء ملاحظاتهم حول صياغة أسئلة الاستبيان ، ومعرفة مدى ملائمتها للمستويات التعليمية للجمهور المصري، ودقتها العلمية ، وتم تعديل الفقرات وفقا لأرائهم من حيث حذف أو إضافة بعض الكلمات ، حتى أصبحت الأسئلة في صورتها النهائية ، أما الثبات فقد تم تطبيق المقاييس على عينة استطلاعية من مجتمع البحث وذلك قبل التطبيق ، وتم حساب معامل الثبات للأسئلة وتوضح تلك الاجراءات في التالي:

الأداة الأولى: أسئلة الاختبار:

(تم تحديد الهدف من الأسئلة، وصياغة مفردات الأسئلة، وعرض الأسئلة على مجموعة من المحكمين، التجربة الاستطلاعية للأسئلة)

تحديد الهدف من الأسئلة: وهي أسئلة للاختبار الضابطة والتجريبي (القبلي والبعدي) بهدف قياس مدى تذكر العينة الضابطة والتجريبية لفيدويوات المؤثرين قبل وبعد التطبيق ، للتعرف على الفروق في مستوى تذكرهم وفهمهم وإدراكهم له .

صياغة مفردات الأسئلة: تم صياغة مفردات الأسئلة على النحو التالي:

(أن تكون المفردة واضحة وبسيطة ومباشرة وبعيدة عن الغموض، أن تصاغ المفردات في صيغة الحاضر، أن تكون الصياغة في صورة حقائق، تجنب المفردة التي تحمل في مدلولها أكثر من تفسير، وتجنب استخدام نفي النفي (النفي المزدوج) عند صياغة المفردة، كل مفردة ينبغي أن تعبر عن فكرة واحدة)

• **تم عرض الأسئلة على مجموعة من المحكمين:** تم عرض الأسئلة في صورتها الأولية على مجموعة من المحكمين في تخصصات الإعلام وعلم النفس وذلك لإبداء الرأي حول (مدى ارتباط كل مفردة بالهدف الذي صيغ لأجله، وصحة الصياغة اللغوية للمفردة، ومدى وضوح تعليمات الأسئلة والاستبيان)، واتبعت الباحثة تعليمات المحكمين حتى تكون العبارات مناسبة ومعيرة عن هدف الاسئلة، كما تم استبعاد وتعديل بعض المفردات في ضوء ما أبداه بعض المحكمين.

حساب صدق الأسئلة: تم حساب صدق العبارات باستخدام برنامج SPSS بطريقتين هما :

أولا : الصدق الاتساق الداخلي:

عن طريق معامل الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية ، كما هو موضح بالجدول التالي

جدول رقم (٤)
صدق الإتساق الداخلي لمقاييس الاختبار

مستوى الدلالة	معامل الارتباط	الاختبار	(العبارات)
.٠٣٠	*.٤٨٥	الضابطة	مستوى الوعي المتحقق بمصطلح الاكتئاب
.٠٠٠	**٠.٨١٣	التجريبية	
.٠١٢	*.٥٥١	الضابطة	مستوى فهم مصطلح القلق
.٨١٢	.٠٥٧	التجريبية	
.١٣٧	.٣٤٥	الضابطة	مستوى فهم مصطلح التعافي
.٠٠٠	**٠.٨١٣	التجريبية	
.٠٠٠	**٠.٨٥١	الضابطة	مستوى فهم أعراض الاكتئاب
.٠٠٠	**٠.٨٥١	التجريبية	
.٣٠١	.٢٤٣	الضابطة	مستوى فهم أعراض مصطلح القلق
.٠٠٠	**٠.٧٨٣	التجريبية	
.٠٠٦	**٠.٥٩٦	الضابطة	مستوى فهم أعراض التعافي
.٢٦٦	.٢٦١	التجريبية	
.٦٥٧	.١٠٦	الضابطة	مستوى تذكر اسم المؤثر المسوق لمصطلحات الصحة النفسية
.٠٠٠	**٠.٧٣٠	التجريبية	
.٩٢٥	.٠٢٢	الضابطة	مستوى تذكر نصائح المؤثرين للتعامل مع الاكتئاب
.٠٠٠	**٠.٨٥١	التجريبية	
.٦١٢	.١٢١	الضابطة	مستوى تذكر نصائح المؤثرين للتعامل مع القلق
.٠٠٠	**٠.٨٤٤	التجريبية	
.٠٠٤	.٤٣٥	الضابطة	مستوى تذكر نصائح المؤثرين للتعافي من العلاقات السامة
.٦٩٤	.٠٩٤	التجريبية	
.٠٠٠	**٠.٧٦٤	الضابطة	مستوى تفضيل متابعة مؤثر الصحة النفسية على مواقع التواصل الاجتماعي
.٠٠٠	**٠.٨٧٠	التجريبية	
.٠٠٠	**٠.٨١٤	الضابطة	عناصر جودة المحتوى المقدم من المؤثرين المهتمين بالصحة النفسية عينة الدراسة
.٠٠٠	**٠.٧٥١	التجريبية	

يتضح من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية ما بين متوسطة وقوية دالة إحصائياً عند مستوى ٠.١. حيث كانت أغلب معاملات الارتباط قوية بين درجات كل عبارة ودرجة الاستبيان ككل، الأمر الذي يشير إلى صدق الأسئلة المستخدمة.

ثانياً حساب ثبات الأسئلة باستخدام طريقة ألفا كرونباخ:

استخدمت الباحثة طريقة ألفا كرونباخ لإيجاد ثبات الأسئلة، حيث حصلت قيمة معامل ألفا للأسئلة ككل والجدول التالي يوضح ذلك :

جدول رقم (٥)

معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاختبار

معامل ألفا كرونباخ	عدد الأفراد
.٧١	٣٠

تشير بيانات الجدول رقم (٦) أن قيمة معامل ألفا كرونباخ كانت مرتفعة ، حيث جاءت قيمة معامل ألفا لجميع فقرات الاستبانة (٠,٧١) وهذا يعنى أن معامل الثبات مقبول، وتكون الاستبانة في صورتها النهائية قابلة للتطبيق، وبذلك تكون الباحثة قد تأكد من صدق وثبات

أسئلة اختبار الدراسة مما يجعلها على ثقة تامة بصحة الاختبار وصلاحيتها لتحليل النتائج والإجابة على أسئلة الدراسة .
نتائج الدراسة شبه التجريبية:

جدول رقم (٦)

مقاييس الصحة النفسية المروج لها من المؤثرين المشهورين بمواقع التواصل الاجتماعي و المؤثرين الافتراضيين بتقنية الذكاء الاصطناعي

المجموعة المتعرضة لفيدوهات المؤثرين الافتراضيين بتقنية الذكاء الاصطناعي		المجموعة المتعرضة لفيدوهات المؤثرين المشهورين		العبارات	
الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي		
.٥٩٠	١,٦	.٤٥٥	٢,٢	مستوى الوعي المتحقق بمصطلح الاكتناب	مقياس الوعي
.٦٢٣	٢,٠	.٥٥٠	٢,٣	مستوى فهم مصطلح القلق	
.٥٧٢	٢,١	.٦٢٢	٢,٤	مستوى فهم مصطلح التعافي	
.٦٣٢	٢,٢	.٥٤٧	٢,٦	مستوى فهم أعراض الاكتناب	مقياس الفهم
.٧٨٧	١,٧	.٥٥٣	٢,٤	مستوى فهم أعراض مصطلح القلق	
.٦٦٢	١,٩	.٥٢٣	٢,٥	مستوى فهم أعراض التعافي	
.٧٥٢	٢,٣	.٥٥٢	٢,٦	مستوى تذكر اسم المؤثر المسوق لمصطلحات الصحة النفسية	مقياس التذكر
.٥٢٣	٢,١	.٤٨٢	٢,٣	مستوى تذكر نصائح المؤثرين للتعامل مع الاكتناب	
.٦٣٢	٢,٠	.٥٤٢	٢,٤	مستوى تذكر نصائح المؤثرين للتعامل مع القلق	
.٥٥٢	٢,٢	.٣٣٢	٢,٥	مستوى تذكر نصائح المؤثرين للتعافي من العلاقات السامة	
.٦٣٢	٢,٠	.٥١٥	٢,٤	التقييم العام للمقياس	

تكشف النتائج عن تفوق ملحوظ وواضح لفيدوهات المؤثرين المشهورين على وسائل التواصل الاجتماعي مقارنة بفيدوهات المؤثرين الافتراضيين بتقنية الذكاء الاصطناعي في تعزيز مقاييس الصحة النفسية، وهذا التفوق يظهر في ثلاثة جوانب رئيسية: الوعي، الفهم، والتذكر.

وعلى مستوى الوعي، سجلت المجموعة التي تعرضت لفيدوهات المؤثرين المشهورين متوسطات أعلى في فهم مصطلح الاكثئاب (٢,٢ مقابل ١,٦)، والقلق (٢,٣ مقابل ٢,٠)، والتعافي (٢,٤ مقابل ٢,١). هذه الأرقام تعكس مدى قدرة المؤثرين المشهورين على إيصال مفاهيم الصحة النفسية بفعالية أكبر، ويشير هذا التفوق إلى أن المؤثرين المشهورين ربما يتمتعون بقدرة أكبر على توصيل مفاهيم الصحة النفسية بوضوح وجاذبية للجمهور، مما يزيد من مستوى الوعي بهذه المفاهيم. قد يعزى ذلك إلى عدة عوامل، منها تمتع المؤثرين المشهورين بشخصيات جذابة وقدرة على التواصل الفعال، مما يجعلهم أكثر تأثيراً في نقل المعلومات، وقد ينظر الجمهور إلى المؤثرين المشهورين على أنهم أكثر مصداقية وجديرين بالثقة، مما يزيد من تقبلهم للمعلومات التي يقدمونها، وقد يمتلك بعض المؤثرين المشهورين تجارب شخصية مع مشاكل الصحة النفسية، مما يجعلهم أكثر قدرة على فهم وتقديم المعلومات بشكل واقعي ومؤثر.

من حيث الفهم، تفوقت المجموعة نفسها في فهم أعراض الاكثئاب (٢,٦ مقابل ٢,٢)، والقلق (٢,٤ مقابل ١,٧)، والتعافي (٢,٥ مقابل ١,٩)، هذه الأرقام تؤكد أن تأثير المؤثرين المشهورين لا يقتصر على مجرد زيادة الوعي، بل يمتد إلى تعزيز الفهم العميق لهذه المفاهيم، وقد يكون المؤثرون المشهورون أكثر قدرة على تقديم معلومات مفصلة وشاملة حول أعراض مشاكل الصحة النفسية، مما يساعد الجمهور على فهم هذه المشاكل بشكل أفضل.

من حيث التذكر: حيث سجلت المجموعة المتعرضة للمؤثرين المشهورين متوسطات أعلى في تذكر اسم المؤثر (٢,٦ مقابل ٢,٣)، ونصائح التعامل مع الاكثئاب (٢,٣ مقابل ٢,١)، والقلق (٢,٤ مقابل ٢,٠)، والعلاقات السامة (٢,٥ مقابل ٢,٢)، ويشير هذا إلى أن المعلومات التي يقدمها المؤثرون المشهورون قد تكون أكثر رسوخاً في الذاكرة، مما يزيد من احتمالية استعادة الجمهور منها في حياتهم اليومية. قد يعزى ذلك إلى أن المؤثرين المشهورين يستخدمون أساليب تواصل فعالة، مثل القصص الشخصية والأمثلة الواقعية، مما يساعد على ترسيخ المعلومات في الذاكرة، وفي المقابل، أظهرت المجموعة المتعرضة للذكاء الاصطناعي تبايناً أكبر في الاستجابات، حيث كانت الانحرافات المعيارية أعلى في معظم العبارات، مما يشير إلى أن تأثير هذه الفيديوهات كان أقل تجانساً بين الأفراد. هذه النتائج تشير إلى أن الأسلوب الشخصي للمؤثرين المشهورين وقدرتهم على بناء اتصال عاطفي قد يساهمان في فعالية أكبر في نشر الوعي والفهم وتذكر المعلومات المتعلقة بالصحة النفسية.

وفي ضوء نظرية تمثيل المعلومات في سياق هذه الدراسة يعكس تفاعل الإنسان مع المعلومات المعروضة له. ففي حين أن المحتوى البشري يساعد في تمثيل المعلومات بشكل أكثر ارتباطاً بالخبرات الشخصية والعاطفية، فإن المحتوى الرقمي قد يفتقر إلى تلك العناصر مما يؤدي إلى تمثيل أقل عمقاً وأكثر تجريدًا. وهذا يتماشى مع نظرية تمثيل المعلومات التي توضح أن الطريقة التي يتم بها تمثيل المعلومات تؤثر بشكل كبير على مدى فاعليتها في تحقيق الوعي، والفهم، والتذكر، ويشير التقييم العام إلى أن المحتوى المقدم من المؤثرين المشهورين كان أكثر تأثيراً في تعزيز الوعي والفهم والتذكر بالمفاهيم والنصائح المتعلقة

بالصحة النفسية. في المقابل، كانت الفيديوهات المولدة باستخدام الذكاء الاصطناعي أقل تأثيراً، حيث أن التقييم العام أظهر فرقاً ملحوظاً بين المجموعتين في جميع المقاييس.

بناءً على النتائج، يمكن القول أن المحتوى المقدم من المؤثرين المشهورين كان له تأثير أكبر على الوعي، والفهم، والتذكر فيما يتعلق بالصحة النفسية مقارنة بالمحتوى الذي تم إنشاؤه بواسطة الذكاء الاصطناعي، وتشير هذه النتائج إلى أن المؤثرين المشهورين يتمتعون بمزايا فريدة في مجال التوعية بالصحة النفسية، وذلك بفضل شخصياتهم الجذابة وقدرتهم على بناء اتصال عاطفي مع الجمهور. ومع ذلك، لا ينبغي تجاهل إمكانات الذكاء الاصطناعي في هذا المجال، حيث يمكن تطوير تقنيات الذكاء الاصطناعي لإنتاج محتوى أكثر جاذبية وتأثيراً في المستقبل.

جدول رقم (٧)

مقياس دقة المحتوى كأحد عناصر جودة المحتوى المقدم من المؤثرين المهتمين بالصحة النفسية عينة الدراسة

فيديوهات المؤثرين الافتراضيين بتقنية الذكاء الاصطناعي		فيديوهات المؤثرين المشهورين		العبارات	دقة المعلومات	مقياس التحقق من المعلومات	دقة المحتوى
الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي				
٠.٥٤٧	٢,٠	٠.٥٨٢	٢,١	"المعلومات التي يقدمها هذا المؤثر حول الصحة النفسية دقيقة وموثوقة."	دقة المعلومات	مقياس التحقق من المعلومات	دقة المحتوى
٠.٤٥١	٢,٣	٠.٦٥٢	٢,٣	"يتجنب هذا المؤثر تقديم معلومات غير دقيقة أو مضللة حول الصحة النفسية."			
٠.٥٣٢	٢,١	٠.٧٤٥	٢,٤	يمكنني الاعتماد على المعلومات التي يقدمها هذا المؤثر حول الصحة النفسية			
٠.٦٢٥	١,٧	٠.٦٣٢	١,٨	يشير هذا المؤثر إلى المصادر التي استند إليها في معلوماته حول الصحة النفسية.(مقياس التحقق من المعلومات	مقياس التحقق من المعلومات	مقياس التحقق من المعلومات	دقة المحتوى
٠.٤٤٢	٢,٣	٠.٤٢٣	٢,١	يحترم هذا المؤثر حقوق المرضى النفسيين وخصوصيتهم			
٠.٥٥٢	٢,٥	٠.٥٢١	٢,٤	يتجنب هذا المؤثر تقديم معلومات قد تكون ضارة أو مؤذية للأشخاص الذين يعانون من مشاكل نفسية."			
٠.٨١٢	١,٦	٠.٦٦٨	١,٧	"أنا قادر على التحقق من صحة المعلومات التي يقدمها هذا المؤثر حول الصحة النفسية."	مقياس التحقق من المعلومات	مقياس التحقق من المعلومات	دقة المحتوى
٠.٦٥٦	٢,١	٠.٦٠٣	٢,١	التقييم العام لمقياس الدقة			

تشير بيانات الجدول السابق إلى مقياس دقة المحتوى كأحد عناصر جودة المحتوى المقدم من المؤثرين المهتمين بالصحة النفسية عينة الدراسة ، من حيث المعلومات التي يقدمها هذا المؤثر حول الصحة النفسية دقيقة وموثوقة"، وفيديوهات المؤثرين المشهورين :المتوسط الحسابي ٢,١، الانحراف المعياري ٠.٥٨٢، وفيديوهات المؤثرين الافتراضيين بتقنية الذكاء الاصطناعي :المتوسط الحسابي ٢,٠، الانحراف المعياري ٠.٥٤٧، ويمكن تفسير ذلك بأن المتوسط الحسابي ٢,١ للمؤثرين المشهورين يشير إلى أن المشاركين في الدراسة يرون أن المحتوى المقدم منهم دقيقاً وموثوقاً، لكن النتيجة ليست عالية جداً، مما يعني أن بعض الجمهور قد يظن أن هناك بعض التردد في الموثوقية، أما بالنسبة للمؤثرين الرقميين بتقنية

الذكاء الاصطناعي (المتوسط الحسابي ٢,٠)، فالمحتوى الذي يُقدمه هؤلاء يُعتبر أقل موثوقية قليلاً مقارنةً بالمؤثرين المشهورين، ربما بسبب عدم الوجود البشري والتفاعل المباشر، وهذه النتائج تُظهر كيف يختلف تمثيل المعلومات عندما يتعلق الأمر بمصدر بشري مقابل مصدر رقمي، حيث قد يشعر الأفراد بالثقة بشكل أكبر تجاه المعلومات البشرية نتيجة التفاعل البشري.

وفي عبارة يتجنب هذا المؤثر تقديم معلومات غير دقيقة أو مضللة حول الصحة النفسية"، وفيديوهات المؤثرين المشهورين: المتوسط الحسابي ٢,٣، الانحراف المعياري ٦,٥٢، وفيديوهات المؤثرين الافتراضيين بتقنية الذكاء الاصطناعي: المتوسط الحسابي ٢,٣، الانحراف المعياري ٤,٥١، وفي هذه العبارة، نلاحظ أن المؤثرين المشهورين وكذلك المؤثرين الافتراضيين حصلوا على نفس المتوسط الحسابي (٢,٣). وهذا يشير إلى أن الجمهور يرى أن كلا النوعين من المحتوى يتجنب تقديم معلومات مضللة، لكن الاختلاف في الانحراف المعياري (٦,٥٢ للمؤثرين المشهورين و ٤,٥١ للمؤثرين الرقميين) يشير إلى أن هناك تفاوتاً أكبر في آراء المشاركين بالنسبة للمؤثرين المشهورين. وهذا يعني أن بعض الأشخاص قد يكونون أكثر انتقاداً لمحتوى المؤثرين المشهورين، بينما قد يثق الآخرون بشكل أكبر في هذا المحتوى مقارنةً بالمؤثرين الافتراضيين.

وفي عبارة يمكنني الاعتماد على المعلومات التي يقدمها هذا المؤثر حول الصحة النفسية"، فبلغ فيديوهات المؤثرين المشهورين: المتوسط الحسابي ٢,٤، الانحراف المعياري ٧,٤٥، أما في فيديوهات المؤثرين الافتراضيين بتقنية الذكاء الاصطناعي: المتوسط الحسابي ٢,١، الانحراف المعياري ٥,٣٢، ويشير إلى أن المشاركين يميلون إلى الشعور بالثقة والاعتماد على المعلومات المقدمة، ويشير إلى تفاوت كبير في الآراء بين المشاركين؛ حيث يشعر البعض بالثقة في المعلومات، بينما يشعر البعض الآخر بعدم القدرة على الاعتماد عليها، وبالنسبة للمؤثرين الرقميين، المتوسط الحسابي ٢,١ يشير إلى أن الناس بشكل عام أقل استعداداً للاعتماد على محتوى المؤثرين الافتراضيين، مع انحراف معياري ٥,٣٢ الذي يظهر أن هناك تفاوتاً أقل في الآراء مقارنةً بالمؤثرين المشهورين.

وفي عبارة يشير هذا المؤثر إلى المصادر التي استند إليها في معلوماته حول الصحة النفسية"، في هذه الحالة، نلاحظ أن المتوسط الحسابي لكلا النوعين من المحتوى منخفض نسبياً (١,٨ و ١,٧)، مما يشير إلى أن المشاركين يرون أن المؤثرين لا يشيرون إلى المصادر بشكل كافٍ. الانحراف المعياري هنا قريب، مما يشير إلى أنه على الرغم من أن كلا النوعين من المحتوى يعاني من نقص في الإشارة إلى المصادر، إلا أن هذه المشكلة موضع اتفاق عام بين المشاركين.

وفي عبارة يحترم هذا المؤثر حقوق المرضى النفسيين وخصوصيتهم"، فحصل المؤثرون المشهورون على متوسط حسابي ٢,١، مما يعني أن المشاركين يرون أنهم يحترمون حقوق المرضى النفسيين إلى حد ما، لكن مع تفاوت كبير في الآراء كما يظهر في الانحراف المعياري (٤,٢٣)، بينما المؤثرون الرقميون حصلوا على متوسط حسابي أعلى (٢,٣) مع انحراف معياري ٤,٤٢، مما قد يشير إلى أن الجمهور يرون أن المؤثرين الافتراضيين يحترمون الخصوصية بشكل أكبر، على الرغم من وجود تباين في الآراء بين المشاركين.

وفي عبارة يتجنب هذا المؤثر تقديم معلومات قد تكون ضارة أو مؤذية للأشخاص الذين يعانون من مشاكل نفسية" بالنسبة للمؤثرين المشهورين، المتوسط الحسابي ٢,٤ يشير إلى أنهم يميلون إلى تجنب تقديم معلومات ضارة، مع انحراف معياري ٥٢١ يشير إلى مستوى متوسط من التفاوت في الآراء، والمؤثرون الرقميون حصلوا على متوسط حسابي أعلى (٢,٥) مما يعني أن هناك شعورًا أكبر بأنهم يتجنبون تقديم معلومات قد تكون ضارة، لكن الانحراف المعياري ٥٥٢ يشير إلى وجود تفاوت أكبر في الآراء.

وفي عبارة أنا قادر على التحقق من صحة المعلومات التي يقدمها هذا المؤثر حول الصحة النفسية" بلغ المتوسط الحسابي المنخفض (١,٧ و ١,٦) يشير إلى أن المشاركين يجدون صعوبة في التحقق من صحة المعلومات المقدمة من قبل المؤثرين، سواء كانوا بشريين أو رقميين، والانحراف المعياري العالي (٦٦٨ للمؤثرين المشهورين و ٨١٢ للمؤثرين الرقميين) يشير إلى أن هناك تباينًا كبيرًا في ردود الأفعال، مما يعني أن البعض يشعر بالقدرة على التحقق من المعلومات، بينما يشعر آخرون بالعكس.

وبلغ التقييم العام لمقياس الدقة بفيدوهات المؤثرين المشهورين: المتوسط الحسابي ٢,١، الانحراف المعياري ٦٠٣، وفيدوهات المؤثرين الافتراضيين بتقنية الذكاء الاصطناعي: المتوسط الحسابي ٢,١، الانحراف المعياري ٦٥٦، ويظهر أن المتوسط الحسابي لكلا المجموعتين متماثل (٢,١)، مما يعني أن الجمهور يرى أن دقة المحتوى غير مرتفعة للغاية. لكن الفرق في الانحراف المعياري (٦٠٣ للمؤثرين المشهورين مقابل ٦٥٦ للمؤثرين الرقميين) يُظهر تفاوتًا أكبر في آراء المشاركين بالنسبة للمؤثرين الرقميين مقارنة بالمؤثرين المشهورين، مما يعكس اختلافات أكبر في التقييمات بين الأفراد في كل فئة، وفي ضوء **نظرية تمثيل المعلومات**، تشير البيانات إلى أن هناك اختلافات ملحوظة في كيفية ترميز وتخزين المعلومات التي يقدمها المؤثرون الرقميون مقارنة بالمؤثرين المشهورين. على الرغم من أن كلا النوعين من المحتوى يتمتع ببعض الموثوقية والدقة، إلا أن المؤثرين المشهورين عادة ما يتمتعون بقبول أكبر من حيث الثقة في المعلومات، لكن هناك أيضًا تباين في آراء الأفراد. بينما المحتوى الرقمي يُعتبر أقل موثوقية، لكنه لا يزال يُحقق مستوى من القبول عند فئة معينة من الجمهور.

جدول رقم (٨)

مقياس ملائمة المحتوى كأحد عناصر جودة المحتوى المقدم من المؤثرين المهتمين بالصحة النفسية عينة الدراسة

فيديوهات المؤثرين الافتراضيين بتقنية الذكاء الاصطناعي		فيديوهات المؤثرين المشهورين				
الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي			
٠.٦٢٣	٢,١	٠.٥٥٢	٢,٣	يتناسب هذا المحتوى مع اهتماماتي واحتياجاتي.	الملائمة للجمهور المستهدف	ملائمة المحتوى
٠.٥٤٨	٢,٢	٠.٥٢٧	٢,٤	أجد هذا المحتوى ذا صلة بحياتي وتجاربي.		
٠.٥٤٨	٢,٣	٠.٥٢٤	٢,٦	أشعر بأن هذا المحتوى موجه لي شخصياً.		
٠.٥٢٤	٢,١	٠.٥٥٨	٢,٤	يقدم هذا المؤثر محتوى متنوعاً ومناسباً لمختلف المنصات.	الملائمة للموضوع	
٠.٦٣٩	٢,٥	٠.٥١٤	٢,٦	"أشعر بأن هذا المحتوى مصمم خصيصاً للمنصة التي أشاهدها عليها."		
٠.٥٥٢	٢,٢	٠.٦٢٥	٢,٥	"يقدم هذا المؤثر معلومات كافية حول الموضوع الذي يتناوله."		
٠.٦٦٣	٢,٣	٠.٦٩٨	٢,٦	"أنا راض عن الطريقة التي يتناول بها هذا المؤثر الموضوع."		
٠.٥٢٣	٢,٠	٠.٥٥١	٢,١	"يغطي هذا المحتوى جوانب مختلفة من الموضوع."	الملاءمة للهدف	
٠.٧٥٢	٢,٣	٠.٦٥٨	٢,٣	"يحقق هذا المحتوى الهدف الذي تم إنشاؤه من أجله"		
٠.٦٣٢	٢,٢	٠.٨٥٢	٢,٤	"أشعر بأن هذا المحتوى فعال في تحقيق الغرض منه."		
٠.٥٥٢	٢,٤	٠.٦٦٣	٢,٥	"يساهم هذا المحتوى في تحقيق أهداف المؤثر."		
٠.٥٩٦	٢,٢	٠.٦١١	٢,٤	التقييم العام للمقياس		

في ضوء نظرية تمثيل المعلومات، التي تركز على كيفية تأثير تقديم المعلومات على عملية التخزين والاسترجاع لدى الأفراد، يمكن تفسير بيانات جدول مقياس ملائمة المحتوى كما يلي:

من حيث الملائمة للجمهور المستهدف: تباينت التقييمات في هذا البند بين المؤثرين المشهورين والمؤثرين الافتراضيين. بالنسبة للمؤثرين المشهورين، كانت التقييمات أعلى في العبارات مثل "أشعر بأن هذا المحتوى موجه لي شخصياً" (٢,٦ مقابل ٢,٣ للمؤثرين الرقميين). في حين أن المؤثرين الافتراضيين سجلوا متوسطاً أعلى في عبارة "يتناسب هذا المحتوى مع اهتماماتي واحتياجاتي" (٢,١ مقابل ٢,٣ للمؤثرين المشهورين، وبناءً على نظرية تمثيل المعلومات: المحتوى الذي يتناسب مع اهتمامات واحتياجات الجمهور يسهم في إنشاء تمثيلات ذهنية أقوى حول المعلومات التي يتم تقديمها. كلما كانت المعلومات أكثر تخصيصاً وموجهة للجمهور بشكل شخصي، كان التخزين والاسترجاع أسهل، حيث يترسخ المحتوى في الذاكرة عندما يكون ذا صلة مباشرة بتجارب الأفراد.

من حيث الملائمة للموضوع: يظهر أن التقييمات كانت متقاربة بين المؤثرين المشهورين والرقميين، خاصة في العبارات مثل "يقدم هذا المؤثر معلومات كافية حول الموضوع الذي يتناوله" (٢,٥ للمؤثرين المشهورين مقابل ٢,٢ للمؤثرين الرقميين). لكن في بعض العبارات مثل "يغطي هذا المحتوى جوانب مختلفة من الموضوع"، كان المؤثرون المشهورون يحصلون على تقييم أعلى (٢,١ مقابل ٢,٠ للمؤثرين الرقميين)

وتظهر تمثيلات المعلومات أكثر ثراءً وشمولية عندما يقدم المحتوى تغطية متكاملة للموضوع. عندما يغطي المحتوى جوانب متعددة للموضوع بشكل مفصل، يُسهل على الأفراد فهم واسترجاع المعلومات المرتبطة بالموضوع من ذاكرتهم. يتضح أن المؤثرين المشهورين قد أظهروا قدرة أكبر على تقديم محتوى مناسب لجميع جوانب الموضوع، مما ساعد في توسيع نطاق تمثيلات المعلومات لدى الأفراد.

من حيث الملائمة للهدف: بلغت التقييمات في هذا البند تظهر تساويًا نسبيًا بين المؤثرين المشهورين والرقميين. في العبارات مثل "يحقق هذا المحتوى الهدف الذي تم إنشاؤه من أجله" و"أشعر بأن هذا المحتوى فعال في تحقيق الغرض منه"، كانت التقييمات متقاربة (٢,٣ للمؤثرين المشهورين مقابل ٢,٣ للمؤثرين الرقميين و ٢,٤ مقابل ٢,٢ على التوالي)

• بناءً على نظرية تمثيل المعلومات: عندما يكون المحتوى ملائمًا لتحقيق أهداف معينة، فإنه يساهم في تعزيز تمثيلات المعلومات التي تساعد الأفراد على فهم واسترجاع المعلومات بشكل أفضل. هذا يؤكد على أن كلا النوعين من المؤثرين كان لديهم تأثير فعال في تحقيق أهداف المحتوى، لكن المؤثرين الافتراضيين قد يواجهون تحديات في تحقيق نفس الدرجة من الملائمة الشاملة بالنسبة للجمهور.

من حيث التقييم العام للمقياس، كانت التقييمات الإجمالية للمؤثرين المشهورين (٢,٤) أعلى قليلاً من تلك الخاصة بالمؤثرين الافتراضيين (٢,٢)، وبناءً على نظرية تمثيل المعلومات: أشارت التقييمات الإجمالية إلى أن المؤثرين المشهورين قد نجحوا في تحقيق تمثيلات ذهنية أقوى للجمهور بفضل قدرتهم على تقديم محتوى ملائم وموجه بفعالية. كما أن تمثيلات المعلومات الناتجة عن المحتوى المقدم من المؤثرين المشهورين تميل إلى أن تكون أكثر وضوحًا وذات ارتباط مباشر مع تجارب الجمهور، مما يعزز عملية التخزين والاسترجاع في المستقبل، و**بناءً على نظرية تمثيل المعلومات،** تشير النتائج إلى أن المؤثرين المشهورين قد نجحوا في تقديم محتوى أكثر ملائمة للجمهور وأكثر تغطية للموضوع، مما أسهم في تكوين تمثيلات ذهنية أقوى للأفراد. بينما يحقق المؤثرون الرقميون باستخدام الذكاء الاصطناعي نتائج قريبة في بعض الأبعاد، لكن التحديات تكمن في مدى قدرتهم على تخصيص المحتوى بشكل يتناسب مع اهتمامات الجمهور ويساهم في استرجاع المعلومات بشكل فعال

جدول رقم (٩)

مقياس جاذبية المحتوى كأحد عناصر جودة المحتوى المقدم من المؤثرين المهتمين بالصحة النفسية عينة الدراسة

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي			
٠.٤٣٦	٢,٥	٠.٥٥٢	٢,٣	"أجد تصميم هذا المحتوى جذابًا ومثيرًا للاهتمام	الانجذاب البصري	جاذبية المحتوى
٠.٦٧٧	٢,٣	٠.٦٥٢	٢,١	"تستخدم الألوان والصور والرسومات بشكل فعال في هذا المحتوى."		
٠.٥٢٢	٢,٦	٠.٦٦٣	٢,٣	"يجذبني هذا المحتوى بصريًا ويشجعني على التفاعل معه."		
٠.٥٥٢	٢,٧	٠.٥٥٢	٢,٢	"التصميم العام لهذا المحتوى متناسق وجذاب."	التفاعل العاطفي	
٠.٥٢٤	٢,٢	٠.٥٢٦	٢,٤	"يثير هذا المحتوى مشاعري ويجعلني أفاعل معه عاطفيًا."		
٠.٤١٥	٢,٤	٠.٥١١	٢,٣	"أنا متحمس لمشاركة هذا المحتوى مع الآخرين بسبب تأثيره العاطفي"		
٠.٦٣٣	٢,٣	٠.٦٦٣	٢,٥	"أشعر بأن هذا المحتوى يلهمني ويشجعني على العمل."	الأصالة والتميز	
٠.٧٥٢	٢,٦	٠.٦٥٢	٢,٤	"أجد هذا المحتوى أصيلاً ومميزاً عن المحتوى الآخر الذي أشاهده."		
٠.٦٥٣	٢,٣	٠.٦٦٣	٢,٢	"يقدم هذا المؤثر محتوى فريداً ومبتكراً."		
٠.٦٢٨	٢,١	٠.٦١٧	٢,٨	"أشعر بأن هذا المحتوى يعكس شخصية المؤثر وأسلوبه الخاص."	القيمة والفائدة	
٠.٦١٧	٢,٥	٠.٦٨٥	٢,٥	"أنا معجب بالطريقة التي يقدم بها هذا المؤثر المحتوى."		
٠.٦٦٨	٢,٣	٠.٥٥٢	٢,٦	"أجد هذا المحتوى قيماً ومفيداً بالنسبة لي."		
٠.٧٥٢	٢,٤	٠.٥٣٣	٢,٤	"أتعلم أشياء جديدة ومهمة من هذا المحتوى."	سهولة الوصول	
٠.٥٨٩	٢,٢	٠.٥٤١	٢,٣	"يساعدني هذا المحتوى على فهم العالم من حولي بشكل أفضل."		
٠.٢٥٦	٢,٠	٠.٦٦٥	٢,٣	"تصميم هذا المحتوى بسيط وسهل التنقل."		
٠.٥٢٣	٢,٣	٠.٥٨٦	٢,٤	"أنا قادر على فهم واستيعاب هذا المحتوى بسهولة."	التقييم العام للمقياس	
٠.٤٤٠	٢,٥	٠.٥٢٠	٢,٦	"يسهل الوصول إلى هذا المحتوى واستخدامه."		
٠.٥٥٥	٢,٤	٠.٦٠٠	٢,٤			

تشير بيانات الجدول السابق إلى مستوى جاذبية المحتوى كأحد عناصر جودة المحتوى المقدم من المؤثرين المهتمين بالصحة النفسية عينة الدراسة، والتي تركز على كيفية تلقي الأفراد للمعلومات ومعالجتها وتخزينها بناءً على تصميم المحتوى وطريقة تقديمه.

من حيث الانجذاب البصري: بالنسبة للمؤثرين المشهورين على مواقع التواصل الاجتماعي، كانت التقييمات تتراوح بين ٢,١ و ٢,٣ في العبارات المتعلقة بالانجذاب البصري، مثل "أجد تصميم هذا المحتوى جذابًا ومثيرًا للاهتمام" و"التصميم العام لهذا المحتوى متناسق وجذاب". أما بالنسبة للمؤثرين الرقميين، فكانت التقييمات أعلى قليلاً في بعض النقاط، مثل العبارة "التصميم العام لهذا المحتوى متناسق وجذاب" التي حصلت على ٢,٧ مقارنة بـ ٢,٢ للمؤثرين المشهورين، وبناءً على نظرية تمثيل المعلومات كان المحتوى الذي يتم تقديمه

بشكل بصري جذاب يساعد في تكوين تمثيلات ذهنية أكثر وضوحًا في أذهان الأفراد. الألوان والرسومات التي تستخدم بشكل فعال يمكن أن تجعل المعلومات أسهل في الفهم والتخزين. كما أن التقييمات الأعلى للمؤثرين الرقميين في بعض العبارات قد تعكس أنهم يقدمون محتوى بصريًا قويًا، مما يساهم في تخزين أفضل للمعلومات وسهولة استرجاعها لاحقًا.

من حيث التفاعل العاطفي: فقد تساوى المؤثرون المشهورون والرقميون في بعض العبارات مثل "أنا متحمس لمشاركة هذا المحتوى مع الآخرين بسبب تأثيره العاطفي" (متوسط الحساي ٣,٢). ومع ذلك، أظهر المؤثرون المشهورون تقييمات أعلى في بعض العبارات مثل "يثير هذا المحتوى مشاعري ويجعلني أتفاعل معه عاطفيًا" (٢,٤) مقارنة بـ ٢,٢ للمؤثرين الرقميين)، وبناءً على نظرية تمثيل المعلومات فكانت تفاعلات الأفراد العاطفية مع المحتوى تؤدي دورًا كبيرًا في تشكيل تمثيلات ذهنية قوية. كلما كان المحتوى مثيرًا عاطفيًا، كلما كان أكثر قدرة على التأثير في الذاكرة وبالتالي تسهيل عملية استرجاع المعلومات. التقييمات الأعلى للمؤثرين المشهورين في هذه النقطة قد تشير إلى أن المحتوى العاطفي المقدم من هؤلاء المؤثرين يعزز الارتباط الشخصي بالموضوع ويجعل المعلومات أسهل في الاسترجاع.

من حيث الأصالة والتميز: تظهر النتائج أن المؤثرين المشهورين حصلوا على تقييمات أعلى في بعض العبارات مثل "أجد هذا المحتوى أصيلاً ومميزاً عن المحتوى الآخر" (٢,٤) مقابل ٢,٣ للمؤثرين الرقميين) و"أشعر بأن هذا المحتوى يعكس شخصية المؤثر وأسلوبه الخاص" (٢,٨) مقابل ٢,١ للمؤثرين الرقميين ، وبناءً على نظرية تمثيل المعلومات : فالأصالة والتميز يمكن أن تساهم في تشكيل تمثيلات ذهنية فريدة في ذهن الجمهور. المحتوى الذي يعكس أسلوب المؤثر الشخصي يمكن أن يعزز التفاعل الشخصي مع المعلومات ويجعلها أكثر تعلقًا بالذاكرة. كلما كانت المحتوى أصليًا ومميزًا، كلما كانت تمثيلات المعلومات أكثر تميزًا وبالتالي أسهل في الاسترجاع عندما يحتاج الأفراد إلى تطبيقها.

من حيث القيمة والفائدة: في هذا المجال، يظهر أن المؤثرين المشهورين يحصلون على تقييمات أعلى في العديد من العبارات مثل "أجد هذا المحتوى قيمًا ومفيدًا بالنسبة لي" (٢,٦) مقابل ٢,٣ للمؤثرين الرقميين) و"أتعلم أشياء جديدة ومهمة من هذا المحتوى" (٢,٤) مقابل ٢,٢ للمؤثرين الرقميين) وبناءً على نظرية تمثيل المعلومات فالمحتوى الذي يعتبر ذا قيمة وفائدة يساهم في تعزيز تمثيلات ذهنية قوية لأنه يتيح للفرد استخدام المعرفة المكتسبة في مواقف أخرى. كلما كان المحتوى مفيدًا وساهم في تعلم معلومات جديدة، كلما كانت تمثيلات المعلومات أكثر ارتباطًا بالخبرات الشخصية وتزيد من احتمالية استرجاع هذه المعلومات في المستقبل.

من حيث سهولة الوصول والاستخدام: تباينت النتائج في هذا المجال أيضًا، حيث كانت التقييمات أعلى بالنسبة للمؤثرين المشهورين في العبارات مثل "تصميم هذا المحتوى بسيط وسهل التنقل" (٢,٣) للمؤثرين المشهورين مقابل ٢,٠ للمؤثرين الرقميين). بينما كانت التقييمات متقاربة في بعض العبارات الأخرى مثل "يسهل الوصول إلى هذا المحتوى واستخدامه"، وبناءً على نظرية تمثيل المعلومات : كلما كان المحتوى سهل الوصول

والاستخدام، زادت فرص تخزينه في الذاكرة بشكل فعال. المحتوى البسيط والواضح يسهل على الأفراد تكوين تمثيلات ذهنية دقيقة حول المعلومات المقدمة، مما يساهم في استرجاع هذه المعلومات بشكل أسرع وأكثر دقة، وكانت التقييمات الإجمالية متساوية إلى حد كبير بين المؤثرين المشهورين والرقميين، حيث سجل كلاهما ٢,٤ كمتوسط حسابي، ويمكن أن يُعتبر أن كلا النوعين من المؤثرين يقدمون محتوى جيداً من حيث الجاذبية، مما يساهم في تكوين تمثيلات ذهنية جيدة في ذهن الجمهور. على الرغم من وجود بعض التباينات في تقييمات بعض الأبعاد، فإن المحتوى الجذاب بشكل عام يسهل تخزين المعلومات واسترجاعها، وبناءً على نظرية تمثيل المعلومات، تساهم جاذبية المحتوى في تشكيل تمثيلات ذهنية قوية في ذهن الجمهور، حيث أن المحتوى الذي يمتاز بالجاذبية البصرية والتفاعل العاطفي والأصالة والقيمة يساهم في تخزين أفضل للمعلومات. في حين أن المؤثرين المشهورين قد أظهروا قدرة أكبر في بعض الجوانب على خلق هذه التمثيلات الذهنية، يمكن للمؤثرين الرقميين تقديم محتوى جذاب أيضاً، ولكن ربما يحتاجون إلى تحسين بعض جوانب جاذبية المحتوى مثل الأصالة والتفاعل العاطفي لتحقيق تأثير أكبر.

نتائج فروض الدراسة

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اختبار المجموعة المتعرضة لفيدوهات المؤثرين المشهورين بمواقع التواصل الاجتماعي (المجموعة الضابطة) والمجموعة المتعرضة لفيدوهات المؤثرين الافتراضيين بتقنية الذكاء الاصطناعي (المجموعة التجريبية) والخاص بمقياس الوعي بمصطلحات الصحة النفسية

جدول رقم (١٠)

اختبار T-Test والمتوسطات والانحرافات المعيارية وقيم (ت) ومستوي الدلالة للمقارنة بين اختبار المجموعة المتعرضة لفيدوهات المؤثرين المشهورين بمواقع التواصل الاجتماعي (المجموعة الضابطة) والمجموعة المتعرضة لفيدوهات المؤثرين الافتراضيين بتقنية الذكاء الاصطناعي (المجموعة التجريبية) والخاص بمقياس الوعي بمصطلحات الصحة النفسية

الاختبار	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الارتباط	المتوسط الحسابي للفرق	الانحراف المعياري للفرق	قيمة اختبار ت	درجة الحرية	مستوى الدلالة
المتعرضون لفيدوهات المؤثرين الافتراضيين بتقنية الذكاء الاصطناعي (المجموعة التجريبية)	١٥	٢,٤٠٩٥	٠,٤٩٧	٠,١٧٥	٠,٤٣٨١٠	٠,٥١٢٩٣	٤,٦٧٨	٢٩	٠,٠٠٠
المتعرضون لفيدوهات المؤثرين المشهورين (المجموعة الضابطة)	١٥	٢,٨٤٧٦	٠,٢٤٠						

يوضح الجدول نتائج اختبار T المستقل الذي قارن بين مجموعتين، إحداهما تعرضت لفيدوهات مؤثرين رقميين بتقنية الذكاء الاصطناعي (المجموعة التجريبية) والأخرى

تعرضت لفيديوهات مؤثرين مشهورين على وسائل التواصل الاجتماعي (المجموعة الضابطة)، وذلك لقياس مدى تأثير كل نوع من الفيديوهات على الوعي بمصطلحات الصحة النفسية.

تشير النتائج إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعتين (قيمة $P < 0.001$)، حيث بلغت قيمة T 4.678 عند درجة حرية ٢٩. هذه القيمة تشير إلى أن الفروق بين المجموعتين ليست عشوائية بل تعكس تأثيراً حقيقياً لنوع الفيديو المعروض. على وجه التحديد، المتوسط الحسابي للمجموعة الضابطة (المتعرضة لفيديوهات المؤثرين المشهورين) هو ٢,٨٤٧٦، بينما المتوسط الحسابي للمجموعة التجريبية (المتعرضة لفيديوهات المؤثرين الافتراضيين بتقنية الذكاء الاصطناعي) هو ٢,٤٠٩٥. هنا يكمن التفسير المتعمق، فبالنظر إلى أننا نقيس "الوعي بمصطلحات الصحة النفسية"، فإن ارتفاع المتوسط الحسابي للمجموعة الضابطة (المؤثرين المشهورين) يشير إلى أنهم كانوا أكثر وعياً بالفعل بمصطلحات الصحة النفسية قبل التعرض للفيديوهات، أو أن الفيديوهات التي شاهدوها عززت هذا الوعي لديهم بشكل أفضل.

أما الانحرافات المعيارية (٠,٤٩٧ للمجموعة التجريبية و ٠,٢٤٠ للمجموعة الضابطة) فتعكس مدى تشتت البيانات حول المتوسط. الانحراف المعياري الأقل للمجموعة الضابطة يشير إلى أن أفرادها كانوا أكثر تجانساً في مستوى وعيهم بمصطلحات الصحة النفسية مقارنة بأفراد المجموعة التجريبية الذين أظهروا تبايناً أكبر في مستوى الوعي.

بشكل عام، تشير هذه النتائج إلى أن المجموعة الضابطة (فيديوهات المؤثرين المشهورين) كانت أكثر وعياً بمصطلحات الصحة النفسية، سواء بشكل أولي أو نتيجة للفيديوهات التي شاهدوها. ومع ذلك، لا يمكن الجزم بأن فيديوهات الذكاء الاصطناعي كانت غير فعالة، بل ربما كانت تؤثر على جوانب أخرى غير الوعي بالمصطلحات مثل تقليل الوصم أو تشجيع طلب المساعدة، وهي جوانب لم يتم قياسها في هذا المقياس.

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اختبار المجموعة المتعرضة لفيديوهات المؤثرين المشهورين بمواقع التواصل الاجتماعي (المجموعة الضابطة) والمجموعة المتعرضة لفيديوهات المؤثرين الافتراضيين بتقنية الذكاء الاصطناعي (المجموعة التجريبية) والخاص مقياس الفهم لأعراض الشائعة لمفاهيم الصحة النفسية

جدول رقم (١١)

اختبار T-Test والمتوسطات والانحرافات المعيارية وقيم (ت) ومستوي الدلالة للمقارنة بين اختبار المجموعة المتعرضة لفيدوهات المؤثرين المشهورين بمواقع التواصل الاجتماعي (المجموعة الضابطة) والمجموعة المتعرضة لفيدوهات المؤثرين الافتراضيين بتقنية الذكاء الاصطناعي (المجموعة التجريبية) والخاص بقياس الفهم لأعراض الشائعة لمفاهيم الصحة النفسية ن=٣٠

الاختبار	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الارتباط	المتوسط الحسابي للفرق	الانحراف المعياري للفرق	قيمة اختبار ت	درجة الحرية	مستوى الدلالة
المتعرضون لفيدوهات المؤثرين الافتراضيين بتقنية الذكاء الاصطناعي (المجموعة التجريبية)	١٥	٢,٢١٩٠	٠,٢٤٠٠	٠,٣٧٦	٠,٦٢٨٥٧	٠,٩٨٠٨٩	٣,٥١٠	٢٩	٠,٠٠٠
المتعرضون لفيدوهات المؤثرين المشهورين (المجموعة الضابطة)	١٥	٢,٨٤٧٦	٠,٨٦٥١						

يوضح الجدول نتائج اختبار T المستقل الذي يقارن بين مجموعتين، المجموعة التجريبية التي تعرضت لفيدوهات مؤثرين رقميين بتقنية الذكاء الاصطناعي، والمجموعة الضابطة التي تعرضت لفيدوهات مؤثرين مشهورين على وسائل التواصل الاجتماعي. يهدف الاختبار إلى تقييم تأثير كل نوع من الفيدوهات على فهم الأعراض الشائعة لمفاهيم الصحة النفسية، مع حجم عينة (ن) يبلغ ٣٠ فردًا لكل مجموعة.

النتائج تشير إلى وجود فروق دالة إحصائية بين المجموعتين (قيمة $P < 0.001$)، حيث بلغت قيمة T 3.510 عند درجة حرية ٢٩. هذه القيمة تعني أن الفرق بين المجموعتين في فهم أعراض الصحة النفسية ليس نتيجة للصدفة، بل يعكس تأثيرًا حقيقيًا لنوع الفيديو المعروض.

المتوسط الحسابي للمجموعة التجريبية (الذكاء الاصطناعي) هو ٢,٢١٩٠، بينما المتوسط الحسابي للمجموعة الضابطة (المؤثرين المشهورين) هو ٢,٨٤٧٦. هذه الأرقام تشير إلى أن المجموعة التي تعرضت لفيدوهات المؤثرين الافتراضيين المشهورين أظهرت فهمًا أفضل للأعراض الشائعة لمفاهيم الصحة النفسية مقارنة بالمجموعة التي تعرضت لفيدوهات المؤثرين عبر تقنيات الذكاء الاصطناعي، وبشكل عام، تشير النتائج إلى أن فيدوهات المؤثرين المشهورين عبر مواقع التواصل الاجتماعي كانت أكثر فعالية في تعزيز فهم الأعراض الشائعة لمفاهيم الصحة النفسية مقارنة بفيدوهات بتقنية الذكاء الاصطناعي.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اختبار المجموعة المتعرضة لفيدوهات المؤثرين المشهورين بمواقع التواصل الاجتماعي والمجموعة المتعرضة لفيدوهات المؤثرين الافتراضيين بتقنية الذكاء الاصطناعي والخاص بمقياس التذكر لفيدوهات الصحة النفسية.

جدول رقم (١٢)

اختبار T-Test للمتوسطات والانحرافات المعيارية وقيم (ت) ومستوي الدلالة للمقارنة بين اختبار المجموعة المتعرضة لفيدوهات المؤثرين المشهورين بمواقع التواصل الاجتماعي (المجموعة الضابطة) والمجموعة المتعرضة لفيدوهات المؤثرين الافتراضيين بتقنية الذكاء الاصطناعي (المجموعة التجريبية) والخاص بمقياس التذكر لفيدوهات الصحة النفسية ن=٣٠

الاختبار	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الارتباط	المتوسط الحسابي للفرق	الانحراف المعياري للفرق	قيمة اختبار ت	درجة الحرية	مستوى الدلالة
المتعرضون لفيدوهات المؤثرين الافتراضيين بتقنية الذكاء الاصطناعي (المجموعة التجريبية)	١٥	٢,١٨٠٠	٠,٣١٣	٠,٩١	٠,٩٨٠٠	٠,٧٣٢	٧,٢٦	٢٩	٠,٠٠٠
المتعرضون لفيدوهات المؤثرين المشهورين بمواقع التواصل الاجتماعي (المجموعة الضابطة)	١٥	٢,٦٠٠٠	٠,٦٤٦						

يوضح الجدول نتائج اختبار T المستقل الذي يقارن بين مجموعتين، المجموعة التجريبية (فيدوهات مؤثرين رقميين بتقنية الذكاء الاصطناعي) والمجموعة الضابطة (فيدوهات مؤثرين مشهورين)، بهدف قياس تأثير كل نوع من الفيديوهات على القدرة على تذكر محتوى فيديوهات الصحة النفسية، وتشير النتائج إلى وجود فروق دالة إحصائية بين المجموعتين (قيمة $P < 0.001$)، حيث بلغت قيمة T 7.26 عند درجة حرية ٢٩. هذا يدل على أن نوع الفيديو له تأثير معنوي على التذكر، والمتوسط الحسابي للمجموعة التجريبية هو ٢,١٨٠٠، بينما المتوسط الحسابي للمجموعة الضابطة هو ٢,٦٠٠٠. هنا تظهر نتيجة مفاجئة: المجموعة الضابطة (المؤثرون المشهورون) حققت متوسطاً أعلى في التذكر مقارنة بالمجموعة التجريبية (الذكاء الاصطناعي). هذا يعني أن الفيديوهات التي عرضت على المجموعة الضابطة كانت أكثر فعالية في تعزيز التذكر لمحتوى الصحة النفسية، والانحراف المعياري للمجموعة التجريبية هو ٠,٣١٣، وللمجموعة الضابطة هو ٠,٦٤٦. الانحراف المعياري الأقل للمجموعة التجريبية يشير إلى تجانس أكبر في القدرة على التذكر بين أفراد هذه المجموعة، بينما الانحراف المعياري الأعلى للمجموعة الضابطة يشير إلى تباين أكبر في القدرة على التذكر بين أفرادها.

ونستنتج مما سبق ارتفاع تأثير المؤثرين المشهورين، وقد يعزى ارتفاع مستوى التذكر في المجموعة الضابطة، وقد يكون المؤثرون المشهورون يتمتعون بجاذبية شخصية أو أسلوب عرض يجذب الانتباه ويسهل تذكر المحتوى، وقد تكون فيديوهات المؤثرين المشهورين تتضمن قصصًا شخصية مؤثرة تجعل المعلومات أكثر ارتباطًا وتأثيرًا عاطفيًا، مما يعزز التذكر، وقد يكون أسلوب المؤثرين المشهورين أكثر ملاءمة للجمهور المستهدف، مما يجعلهم أكثر استقبالية للمعلومات، وعلى الرغم من أن تقنية الذكاء الاصطناعي قد تكون قادرة على تقديم معلومات دقيقة وموثوقة، إلا أنها قد تفتقر إلى الجاذبية الشخصية أو القدرة على التواصل العاطفي التي يتمتع بها المؤثرون المشهورون، مما قد يقلل من القدرة على تذكر المحتوى.

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعة المتعرضة لفيدويوهات المؤثرين المشهورين بمواقع التواصل الاجتماعي والخاص بمقاييس الصحة النفسية وفقا للنوع

جدول رقم (١٣)

اختبار T-Test لاختبار المجموعة المتعرضة لفيدويوهات المؤثرين المشهورين بمواقع التواصل الاجتماعي والخاص بمقاييس الصحة النفسية وفقا للنوع

النوع	العدد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	درجة الحرية	مستوى الدلالة
ذكر	١٤	١,٩٩٠٥	٠.١٩٤٥٥	١٨,٦١١	٢٨	.٠٠
أنثى	١٦	٢,١٤٧٩	٠.٣٣٠٨٧		٢٤,٧٣٩	

تظهر نتائج اختبار T المستقل وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في مقاييس الصحة النفسية الناتجة عن مشاهدة فيديوهات المؤثرين المشهورين، حيث أظهرت الإناث متوسطًا حسابيًا أعلى (٢,١٤٧٩) مقارنة بالذكور (١,٩٩٠٥)، وتشير قيمة P الأقل من ٠,٠٠١ إلى أن هذا الاختلاف ليس عشوائيًا. مع انحراف معياري أكبر للإناث (٠,٣٣٠٨٧) مقارنة بالذكور (٠,١٩٤٥٥)، يتضح أن استجابات الإناث كانت أكثر تأثرًا، وبالتالي ثبت صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعة المتعرضة لفيدويوهات المؤثرين المشهورين بمواقع التواصل الاجتماعي والخاص بمقاييس الصحة النفسية وفقا للنوع ولصالح الإناث

الفرض الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعة المتعرضة لفيدويوهات المؤثرين المشهورين بمواقع التواصل الاجتماعي والخاص بمقاييس الصحة النفسية وفقا للسنة الدراسية.

جدول رقم (١٤)

اختبار T-Test لاختبار المجموعة المتعرضة لفيدويوهات المؤثرين الافتراضيين المشهورين بمواقع التواصل الاجتماعي والخاص بمقاييس الصحة النفسية والناتجة من التعرض لها وفقا للسنة الدراسية

النوع	العدد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	درجة الحرية	مستوى الدلالة
السنة الثالثة	١٢	١,٨١٠٥	٠.١٨٤٥٢٥	٢٢,٩٦	٢٨	.٠٠
السنة الرابعة	١٨	٢,٢٤٧٩	٠.٣٢٣٠١١		٢٤,٧٣٩	

هدف الجدول السابق إلى فحص أثر السنة الدراسية على فعالية فيديوهات المؤثرين المشهورين بمواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الصحة النفسية لدى الطلاب الجامعيين. وباستخدام اختبار T للمجموعات المستقلة، أظهرت النتائج وجود فروق دالة إحصائية ($p < 0.001$) بين طلاب السنة الثالثة ($M = 1.8105, SD = 0.184525$) وطلاب السنة الرابعة ($M = 2.2479, SD = 0.323011$) في مقاييس الصحة النفسية، وبالتالي ثبت صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعة المتعرضة لفيدويوهات المؤثرين المشهورين بمواقع التواصل الاجتماعي والخاص بمقاييس الصحة النفسية وفقا للسنة الدراسية ولصالح طلاب السنة الرابعة.

مناقشة النتائج العامة للدراسة:

١. تظهر النتائج تفوقاً واضحاً لفيدويوهات المؤثرين المشهورين على وسائل التواصل الاجتماعي مقارنة بفيدويوهات المؤثرين الافتراضيين باستخدام تقنية الذكاء الاصطناعي في تعزيز الوعي، الفهم، والتذكر فيما يتعلق بالصحة النفسية، تتفق هذه النتيجة مع دراسات (Engel et al. (2024 و (Powell, et al. (2024 التي أشارت إلى أن المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن يكون لهم تأثيرات إيجابية وسلبية على النتائج الصحية، والدراسة الحالية تؤكد هذا التأثير الإيجابي للمؤثرين المشهورين في مجال الصحة النفسية، وتعزز فكرة أن المحتوى الذي يقدمونه يرتبط بتجارب شخصية وعاطفية للجمهور، مما يزيد من الثقة والموثوقية في المعلومات. كما تتوافق مع دراسة (Turuba et al. (2025 التي شددت على أهمية وجود ممارسي الرعاية الصحية والباحثين على منصات مثل تيك توك لتعزيز نشر المعلومات المستندة إلى الأدلة، وهو ما يتطلب تدخلًا لتقليل المعلومات المضللة وزيادة قدرة الناس على التمييز بين المعلومات الشفوية والمستندة إلى الأدلة، و: قد يرجع هذا التفوق إلى أن المؤثرين المشهورين يتمتعون بأسلوب عرض شخصي وجذاب يثير الانتباه ويسهل التذكر، بالإضافة إلى أن فيديوهاتهم قد تتضمن قصصًا شخصية مؤثرة تربط المعلومات بتجارب شخصية وتعزز التفاعل العاطفي، وقد برز ذلك في العناصر التالية:

- ✓ على مستوى الوعي، أظهرت مجموعة المؤثرين المشهورين قدرة أكبر على إيصال مفاهيم مثل الاكتئاب، القلق، والتعافي بفعالية للجمهور، مما يشير إلى أن المؤثرين المشهورين يتمتعون بقدرة أعلى على جذب الانتباه والتواصل الفعال بفضل شخصياتهم الجذابة وتجاربهم الشخصية التي قد تضيف مصداقية أكبر على المعلومات المقدمة.
- ✓ أما على مستوى الفهم، فإن المؤثرين المشهورين تفوقوا أيضًا في تعزيز فهم الأعراض المرتبطة بالاكتئاب والقلق والتعافي، ما يدل على أن هؤلاء المؤثرين قادرون على تقديم معلومات أكثر تفصيلاً وشمولية حول هذه المفاهيم، مما يساعد الجمهور على فهمها بشكل أعمق.
- ✓ فيما يتعلق بـ التذكر، فقد أظهرت المجموعة التي تعرضت لمحتوى المؤثرين المشهورين تذكرًا أكبر لأسماء المؤثرين والنصائح المتعلقة بالصحة النفسية، وهو ما يعكس أن الأساليب التي يستخدمها المؤثرون مثل القصص الشخصية والأمثلة الواقعية تساعد في ترسيخ المعلومات في الذاكرة بشكل أكثر فعالية.

- ✓ بالمقابل، أظهرت المجموعة المتعرضة للمحتوى المولد باستخدام الذكاء الاصطناعي تبايناً أكبر في استجابات الأفراد، مما يشير إلى أن التأثير كان أقل تجانساً بين المشاركين. هذا يعكس أن المحتوى الرقمي قد يفتقر إلى الاتصال العاطفي والشخصي الذي يقدمه المؤثرون المشهورون.
- ✓ في ضوء نظرية تمثيل المعلومات، يمكن تفسير هذه النتائج بأن التفاعل مع المحتوى البشري يعزز تمثيل المعلومات بشكل أكثر ارتباطاً بالخبرات الشخصية والعاطفية، مما يؤدي إلى تأثير أكبر في الوعي والفهم والتذكر. في حين أن المحتوى الرقمي قد يكون أكثر تجريداً ويؤدي إلى تمثيل أقل عمقاً للمعلومات.
- ✓ يمكن الاستنتاج بأن المحتوى المقدم من المؤثرين المشهورين كان أكثر تأثيراً في تعزيز الوعي والفهم والتذكر بمفاهيم الصحة النفسية مقارنة بالمحتوى الذي تم إنشاؤه باستخدام الذكاء الاصطناعي. ومع ذلك، لا ينبغي تجاهل إمكانات الذكاء الاصطناعي في المستقبل، حيث يمكن تحسين هذه التقنيات لتكون أكثر جذباً وتأثيراً.

٢. تشير بيانات مقياس دقة المحتوى إلى اختلافات ملحوظة بين الفيديوهات المقدمة من المؤثرين المشهورين على وسائل التواصل الاجتماعي والفيديوهات التي يقدمها المؤثرون الرقميون باستخدام تقنية الذكاء الاصطناعي. بالنسبة للمحتوى المقدم من المؤثرين المشهورين، يشعر المشاركون بشكل عام أن المعلومات التي يتم تقديمها دقيقة وموثوقة، لكن لا تزال هناك بعض الشكوك في الموثوقية. في المقابل، يُعتبر المحتوى الرقمي أقل موثوقية قليلاً، وذلك ربما بسبب غياب التفاعل البشري، مما يضعف مستوى الثقة في المعلومات المقدمة. كما أن كلا النوعين من المحتوى يظهران درجة مشابهة من تجنب تقديم معلومات مضللة، ولكن كانت هناك اختلافات أكبر في تقييم المشاركين بالنسبة للمؤثرين المشهورين، حيث يظهر البعض تحفظاً أكبر أو يثق أكثر في المحتوى المقدم من هؤلاء المؤثرين. فيما يتعلق بالاعتماد على المعلومات، فإن المشاركين يميلون إلى الوثوق أكثر في المحتوى المقدم من المؤثرين المشهورين، مع وجود تفاوت كبير في الآراء حول مدى الاعتماد على هذه المعلومات. وعندما يتعلق الأمر بالتحقق من المصادر، فإن المشاركين يشعرون بعدم وجود إشارات كافية من المؤثرين للمصادر التي استندوا إليها في تقديم معلوماتهم. وهذا يشير إلى ضرورة تحسين الشفافية في تقديم المراجع والمصادر. بالنسبة لاحترام حقوق المرضى النفسيين، يرى المشاركون أن المؤثرين الافتراضيين يحترمون الخصوصية بشكل أكبر مقارنة بالمؤثرين المشهورين، رغم وجود تباين في الآراء بين المشاركين في كلتا المجموعتين. أما بالنسبة لتجنب تقديم معلومات ضارة، فقد حصل المؤثرون الرقميون على تقييم أعلى قليلاً، مما يعكس شعوراً أكبر لدى الجمهور بأنهم يتجنبون تقديم معلومات قد تكون ضارة. وفيما يتعلق بالقدرة على التحقق من صحة المعلومات، أظهرت النتائج أن المشاركين يجدون صعوبة في التحقق من صحة المعلومات المقدمة من كلا النوعين من المؤثرين، مع تباين كبير في ردود الأفعال. أما التقييم العام، فقد أظهرت النتائج أن كلا النوعين من المحتوى يحصلان على تقييم مشابه في دقة المحتوى، لكن كانت هناك تباينات أكبر في الآراء بالنسبة للمؤثرين الرقميين. وفي ضوء نظرية تمثيل المعلومات، يمكن تفسير هذه الفروق على أن المحتوى البشري، المقدم من المؤثرين المشهورين، يرتبط بتجارب

شخصية وعاطفية للجمهور، مما يعزز الثقة والموثوقية في المعلومات. بينما يكون المحتوى الرقمي أقل ارتباطاً بهذه التجارب العاطفية، مما يؤثر على مستوى الثقة في المعلومات، و: تتماشى هذه النتيجة مع دراسة (O'Neill 2025) التي بينت أن المؤهلات الأكاديمية وحدها لا تحل المشاكل المرتبطة بتأثير الرفاهية، ولا تضمن مصداقية المعلومات المنشورة، والدجراسة تؤكد ذلك حيث أن المؤثرين المشهورين، على الرغم من شعور المشاركين بالثقة في معلوماتهم، إلا أن هناك بعض الشكوك، مما يشير إلى ضرورة تحسين الشفافية في تقديم المراجع والمصادر، و: قد يعود هذا إلى أن المحتوى البشري المقدم من المؤثرين المشهورين يرتبط بتجارب شخصية وعاطفية للجمهور، مما يعزز الثقة والموثوقية في المعلومات، بينما يكون المحتوى الرقمي أقل ارتباطاً بهذه التجارب العاطفية.

٣. تشير البيانات إلى أن المحتوى المقدم من المؤثرين المشهورين أكثر ملائمة للجمهور مقارنة بالمحتوى الرقمي. حيث أظهرت التقييمات أن المؤثرين المشهورين يحققون تواصلًا أفضل مع الجمهور، مما يعزز تمثيلات ذهنية أقوى لديهم. المحتوى المخصص شخصيًا يسهل تخزينه واسترجاعه، مما يساهم في تعزيز فهم واستيعاب المعلومات. كما أظهرت النتائج أن المؤثرين المشهورين يغطون الموضوعات بشكل أكثر شمولاً، مما يزيد من فاعلية تمثيل المعلومات. في المقابل، قد يواجه المؤثرون الرقميون تحديات في تخصيص المحتوى ليناسب احتياجات الجمهور بشكل دقيق. بالرغم من ذلك، يحققون نتائج قريبة في بعض الأبعاد. بشكل عام، يظهر أن المحتوى البشري لديه قدرة أكبر على تشكيل تمثيلات معلومات قوية ترتبط بتجارب الجمهور، وتتفق تلك النتيجة مع دراسة (Wickström, Lind 2025) التي أوصت بتشجيع المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي على تحقيق التوازن بين نشر رسائل إيجابية وتقديم تمثيلات واقعية ومعقدة لمشاكل الصحة النفسية، بالإضافة إلى زيادة الوعي حول تأثير خطاب علم النفس الإيجابي على تمثيلات الصحة النفسية في وسائل الإعلام، يرجع هذا إلى أن المؤثرين المشهورين يحققون تواصلًا أفضل مع الجمهور، مما يعزز تمثيلات ذهنية أقوى لديهم، ويجعل المحتوى المخصص شخصيًا أسهل في التخزين والاسترجاع.

٤. تشير بيانات الدراسة إلى تميز المؤثرين الافتراضيين بمستوى جاذبية المحتوى المقدم من المؤثرين المشهورين المهتمين بالصحة النفسية في الدراسة، بسبب تأثير تصميم المحتوى وطريقة تقديمه في تلقي الأفراد للمعلومات وتخزينها، فمن حيث الانجذاب البصري، حيث تميز المؤثرون الرقميون بقوة التصميم البصري لديهم، مما يساهم في تخزين أفضل للمعلومات. أما بالنسبة للتفاعل العاطفي، فقد سجل المؤثرون المشهورون تقييمات أعلى، مما يعزز الارتباط العاطفي بالجمهور ويسهل استرجاع المعلومات، وفي جانب الأصالة والتميز، أظهرت النتائج تفوق المؤثرين المشهورين في تقديم محتوى أصيل ومميز يعكس شخصياتهم، مما يساهم في تشكيل تمثيلات ذهنية فريدة. وفيما يخص القيمة والفائدة، كانت التقييمات أعلى لصالح المؤثرين المشهورين، حيث يعتبر المحتوى ذو فائدة أكبر في تعزيز تمثيلات المعلومات. من حيث سهولة الوصول والاستخدام، كانت التقييمات لصالح المؤثرين المشهورين في بعض العبارات، مما يساهم في تحسين تخزين واسترجاع المعلومات. على الرغم من بعض التباينات، كانت التقييمات الإجمالية متساوية، مما يدل على أن كلاً من المؤثرين المشهورين والرقميين يقدمون محتوى جذابًا، ويساهم في تشكيل تمثيلات ذهنية

فعالة للجمهور، تتوافق هذه النتيجة مع دراسة **Hanley, White (2023)** التي حللت التوجهات الأخلاقية الحالية المتعلقة باستخدام المعالجين لوسائل التواصل الاجتماعي، واستكشفت القضايا الأخلاقية التي يواجهونها أثناء ممارسة أدوارهم كمؤثرين في مجال الصحة النفسية، وقيمت مدى التزامهم بهذه التوجهات، مما يؤكد أهمية الجاذبية البصرية والتفاعل العاطفي في المحتوى المقدم، وترى الباحثة أن تصميم المحتوى وطريقة تقديمه لهما تأثير كبير في تلقي الأفراد للمعلومات وتخزينها، وأن الأصالة والتميز والقيمة والفائدة تؤدي دورًا هامًا في تشكيل تمثيلات ذهنية فعالة للجمهور.

٥. تشير نتائج الدراسة إلى أن المجموعة الضابطة (فيديوهات المؤثرين المشهورين) كانت أكثر وعيًا بمصطلحات الصحة النفسية، سواء بشكل أولي أو نتيجة للفيديوهات التي شاهدوها. ومع ذلك، لا يمكن الجزم بأن فيديوهات الذكاء الاصطناعي كانت غير فعالة، بل ربما كانت تؤثر على جوانب أخرى غير الوعي بالمصطلحات مثل تقليل الوصم أو تشجيع طلب المساعدة، وهي جوانب لم يتم قياسها في هذا المقياس، تتوافق هذه النتيجة مع دراسة **Merayo et al. (2025)** التي أكدت على مساهمة الذكاء الاصطناعي في الاستخدام المسؤول لوسائل التواصل الاجتماعي وإدارة قضايا الصحة النفسية في البيئة الرقمية، مما يساهم في تقليل الوصمة وزيادة الوعي حول هذه القضايا.

٦. تشير النتائج إلى أن فيديوهات المؤثرين المشهورين عبر مواقع التواصل الاجتماعي كانت أكثر فعالية في تعزيز فهم الأعراض الشائعة لمفاهيم الصحة النفسية مقارنة بفيديوهات تقنية الذكاء الاصطناعي.

٧. تشير النتائج إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعتين تعرضتا لأنواع مختلفة من فيديوهات الصحة النفسية، واحدة للمؤثرين المشهورين والأخرى للمؤثرين الرقميين باستخدام تقنية الذكاء الاصطناعي، مما يعني أن نوع الفيديو كان له تأثير معنوي على قدرة الأفراد على تذكر محتوى الفيديوهات. وظهرت المفاجأة في أن المجموعة التي شاهدت فيديوهات المؤثرين المشهورين، وكانت أكثر قدرة على تذكر المحتوى مقارنة بالمجموعة التي شاهدت فيديوهات الذكاء الاصطناعي، وتفسير ذلك يمكن أن يعود إلى جاذبية المؤثرين المشهورين، الذين قد يتمتعون بأسلوب عرض شخصي وجذاب يثير الانتباه ويسهل التذكر. بالإضافة إلى أن فيديوهاتهم قد تتضمن قصصًا شخصية مؤثرة، مما يربط المعلومات بتجارب شخصية ويعزز التفاعل العاطفي، وبالتالي يسهل تذكر المحتوى. في المقابل، على الرغم من أن تقنية الذكاء الاصطناعي توفر معلومات دقيقة، إلا أنها قد تقتصر إلى الجاذبية الشخصية أو التواصل العاطفي الذي يعزز التذكر كما هو الحال مع المؤثرين المشهورين.

٨. ثبت صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعة المتعرضة لفيديوهات المؤثرين المشهورين بمواقع التواصل الاجتماعي والخاص بمقاييس الصحة النفسية وفقًا للنوع ولصالح الاناث.

ثبت صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعة المتعرضة لفيديوهات المؤثرين المشهورين بمواقع التواصل الاجتماعي والخاص بمقاييس الصحة النفسية وفقًا للسنة الدراسية ولصالح طلاب السنة الرابعة، هذه النتائج تتفق مع دراسة **Anita, et al (2024)** التي بينت أن المؤثرين يوازنون بين أدوار الخبراء والأصدقاء،

وهو ما يساعدهم في الحفاظ على شهرتهم، وأن التعاون مع المنظمات الصحية يمنحهم الشرعية ويزيد من مصداقيتهم. يعزز هذا فكرة أن الأسلوب الشخصي والجذاب للمؤثرين المشهورين، بالإضافة إلى القصص الشخصية المؤثرة، يسهل التذكر ويحسن الفهم، وأن النوع والسنة الدراسية يمكن أن يكون لهما تأثير على استيعاب المعلومات المتعلقة بالصحة النفسية

تفسير نتائج الدراسة في ضوء الاطار النظري للدراسة:

الوعي والفهم والتذكر: وفقاً لنظرية تمثيل المعلومات، فإن فيديوهات المؤثرين المشهورين تحقق تمثيلاً أفضل للمعلومات المتعلقة بالصحة النفسية لأنها أكثر ارتباطاً بالخبرات الشخصية والعاطفية للجمهور. القصص الشخصية التي يشاركها المؤثرون المشهورون تعمل كـ "خطافات" ذهنية تربط المعلومات الجديدة بمعلومات سابقة أو تجارب شخصية للمشاهدين، مما يسهل عملية التفسير والتخزين، من حيث أسلوب العرض الشخصي والجذاب للمؤثرين المشهورين يساهم في تنظيم المعلومات بشكل أكثر فعالية في الذاكرة، مما يسهل عملية الاسترجاع لاحقاً وبالإضافة إلى ذلك، فإن التفاعل العاطفي الذي تحدثه هذه الفيديوهات يعزز عملية التفسير ويجعل المعلومات أكثر رسوخاً في الذاكرة، وهذا التفسير يتماشى مع دراسات **Engel et al. (2024)** و **Powell et al. (2024)** التي أكدت على أهمية الارتباط العاطفي والتجربة الشخصية في تأثير المؤثرين على الجمهور. كما يدعم فكرة دراسة **Turuba et al. (2025)** حول أهمية وجود ممارسي الرعاية الصحية على المنصات الرقمية لتقديم معلومات موثوقة ومستندة إلى الأدلة.

من حيث دقة المحتوى والموثوقية: الشعور بأن المعلومات المقدمة من المؤثرين المشهورين دقيقة وموثوقة (على الرغم من بعض الشكوك) يعزز عملية تمثيل المعلومات في الذاكرة. عندما يثق الأفراد في مصدر المعلومات، فإنهم يكونون أكثر عرضة لتفسيرها وتخزينها بشكل فعال، و غياب التفاعل البشري في المحتوى الرقمي يقلل من الثقة في المعلومات المقدمة، مما يعيق عملية تمثيل المعلومات في الذاكرة. بالإضافة إلى ذلك، فإن عدم وجود إشارات كافية للمصادر في فيديوهات المؤثرين المشهورين يقلل من قدرة المشاهدين على التحقق من صحة المعلومات، مما يؤثر سلباً على تمثيلها في الذاكرة، وهذا التفسير يدعم نتائج دراسة **O'Neill (2025)** التي أشارت إلى أن المؤهلات الأكاديمية وحدها لا تضمن مصداقية المعلومات المنشورة، وأهمية الشفافية في تقديم المراجع والمصادر.

من حيث ملاءمة المحتوى: فتمثيل المعلومات للمحتوى المقدم من المؤثرين المشهورين أكثر ملاءمة للجمهور لأنه يحقق تواصلاً أفضل ويعزز تمثيلات ذهنية أقوى. المحتوى المخصص شخصياً يسهل تخزينه واسترجاعه لأنه يرتبط بشكل مباشر باحتياجات واهتمامات الجمهور، وتغطية الموضوعات بشكل أكثر شمولاً من قبل المؤثرين المشهورين يزيد من فاعلية تمثيل المعلومات في الذاكرة، حيث يتم تقديم المعلومات في سياق أوسع وأكثر تماسكاً، وهذا التفسير يتفق مع توصيات دراسة **Wickström and Lind (2025)** بضرورة تحقيق التوازن بين نشر رسائل إيجابية وتقديم تمثيلات واقعية ومعقدة لمشاكل الصحة النفسية.

من حيث جاذبية المحتوى: فجاذبية المحتوى (سواء البصرية أو العاطفية) تؤدي دورًا هامًا في عملية تمثيل المعلومات في الذاكرة. الانجذاب البصري للمحتوى الرقمي يمكن أن يسهل عملية التشفير الأولي للمعلومات، بينما التفاعل العاطفي للمحتوى المقدم من المؤثرين المشهورين يعزز عملية التخزين والاسترجاع.

من حيث الوعي بالمصطلحات: فيؤدي تمثيل المعلومات الوعي بمصطلحات الصحة النفسية يعزز قدرة الأفراد على تمثيل المعلومات المتعلقة بالصحة النفسية في الذاكرة بشكل أكثر دقة وشمولية، وفيديوهات المؤثرين الافتراضيين بالذكاء الاصطناعي قد تؤثر على جوانب أخرى غير الوعي بالمصطلحات (مثل تقليل الوصم أو تشجيع طلب المساعدة) لأنها تقدم معلومات بطريقة أكثر تجريدًا وأقل ارتباطًا بالخبرات الشخصية، من حيث الارتباط بالدراسات هذا التفسير يدعم فكرة دراسة **Merayo et al. (2025)** حول مساهمة الذكاء الاصطناعي في تقليل الوصمة وزيادة الوعي حول قضايا الصحة النفسية، فالأصالة والتميز والقيمة والفائدة التي يقدمها المؤثرون المشهورون تساهم في تشكيل تمثيلات ذهنية فريدة وذات مغزى في الذاكرة. سهولة الوصول والاستخدام للمعلومات يزيد من احتمالية استرجاعها لاحقًا، من حيث الارتباط بالدراسات وهذا التفسير يتماشى مع نتائج دراسة **Hanley and White (2023)** التي أكدت على أهمية الجاذبية البصرية والتفاعل العاطفي في المحتوى المقدم من المعالجين النفسيين على وسائل التواصل الاجتماعي.

من حيث فهم الأعراض وتذكر المحتوى: فتمثيل المعلومات بالفيديوهات التي تساعد على فهم الأعراض الشائعة وتسهل تذكر المحتوى تعزز عملية تمثيل المعلومات في الذاكرة بشكل أكثر فعالية، فالأسلوب الشخصي والجداب للمؤثرين المشهورين، بالإضافة إلى القصص الشخصية المؤثرة، يساهم في تنظيم المعلومات بشكل أكثر فعالية في الذاكرة ويسهل عملية الاسترجاع

مقترحات الدراسة:

مقترحات الدراسة العلمية:

١. ضرورة إجراء مزيد من البحث لفهم كيفية الاستفادة من التأثيرات الإيجابية للمؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي في تحسين النتائج الصحية.
٢. دراسة تأثير الخوارزميات على بناء مفهوم الصحة النفسية والعلاج بين المستخدمين.

مقترحات الدراسة العملية:

١. الحاجة إلى تطوير استراتيجيات لتقليل التأثيرات السلبية للمؤثرين، خاصة في ما يتعلق بصورة الجسم والترويج للأطعمة غير الصحية.
٢. توجيه الحملات الصحية العامة عبر المؤثرين للتأكد من أن الرسائل الصحية المرسله دقيقة وفعالة.
٣. ينبغي تقديم إرشادات واضحة للمعالجين حول كيفية الحفاظ على الحدود المهنية أثناء استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

٤. زيادة وجود الخبراء في الصحة النفسية على منصات مثل تيك توك لنشر معلومات مستندة إلى الأدلة.
٥. تطوير استراتيجيات لتقليل المعلومات المضللة وزيادة قدرة الجمهور على التمييز بين المعلومات العلمية والمعلومات الغير موثوقة.
٦. ضرورة مراقبة كيفية استخدام المعالجين النفسيين للمنصات الرقمية والتفاعل مع الخوارزميات لضمان تقديم محتوى صحي وواقعي.
٧. ضرورة التفكير في طرق لدمج الأطر العلاجية التقليدية مع الأبعاد الرقمية لتوفير بيئات علاجية فعالة وصحية عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
٨. التركيز على دمج المؤثرين في حملات التوعية الصحية بشكل إيجابي.
٩. ضرورة زيادة البحث في تأثير المؤثرين على مجموعات سكانية متنوعة، بما في ذلك المراهقين الذكور والأقليات.

مراجع الدراسة: أولا المراجع العربية: رسائل علمية:

١. أحمد حمدي شوره، اتجاهات الشباب الجامعي نحو برامج تنمية المجتمع المحلي في ضوء الأهداف الإنمائية للألفية الثالثة. المعهد العالي للخدمة الاجتماعية بأسوان فرع قنا، قسم البحوث، ٢٠٠٧، متاح على الرابط <https://bit.ly/3EJxY4G> :
٢. عائشة علي محمد أبو حلفاية، برنامج مقترح للتربية الوالدية على ضوء الاحتياجات التربوية للمجتمع الليبي، رسالة دكتوراه، جامعة عين شمس - كلية البنات - قسم أصول التربية، ٢٠١٦.

الكتب العربية:

١. حامد زهران، الصحة النفسية والعلاج النفسي. عالم الكتب، القاهرة، ٢٠٠٥، ص ٩.
٢. حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية ط ١، ٢٠٠١، ص ٣.

الأبحاث و الدوريات العربية:

١. إبراهيم حلمي عمارة، تأثير تعرض الشباب الجامعي للفيديوهات الخاصة بفيروس كورونا علي استجاباتهم الفسيولوجية (دراسة تجريبية)، المجلة العمية لبحوث الصحافة، ع ٢٥، ٢٠٢٣، ص ٢٧٣-٣١٣.
٢. براهيم معيوش، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على التفاعل الاجتماعي لدى الطالب الجامعي: دراسة ميدانية بكلية العلوم الاجتماعية والإنسانية - جامعة تيزي وزو، مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، جامعة حسبية بن بو علي بالشلف، مج ١٦، ع ٢٤، الجزائر، ٢٠٢٤، ص ١٤١ - ١٤٩.
٣. حريزي عبد الحميد، شبكات التواصل الاجتماعي والتحصيل الدراسي: الفيسبوك أنموذجاً: دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة قلمة، مجلة المعيار، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية - كلية أصول الدين، مج ٢٨، ع ٤٤، الجزائر، ٢٠٢٤، ص ٨٩٩ - ٩١٤.
٤. خولة عزات القدومي، ياسر فارس خليل، إدراكات طلبة جامعة إربد الأهلية لمصادر الضغوط النفسية في ضوء بعض المتغيرات، مجلة الجامعة الإسلامية للبحوث الإنسانية، مج ١٩، ع ١١٤، الأردن، ٢٠١٦، ص ٦٤٩-٦٤٨.
٥. سماح لطفي، تصورات الشباب الجامعي للمخاطر الاجتماعية والأمنية لاستخدامات تطبيق التيك توك: دراسة ميدانية في مدينة العريش، المجلة العربية لعلم الاجتماع، ع ٣٥، ٢٠٢٥، ص ٩٣-١٧٦.
٦. شاهد عبدالقادر، استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي لمواكبة الموضة لدى الشباب الجامعي: دراسة على عينة من طلبة كلية العلوم الاجتماعية بجامعة الأغواط، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، جامعة غرداية، مج ١٧، ع ١٤، الجزائر، ٢٠٢٤، ص ٢٣٥ - ٢٥٣.
٧. صفاء منيب صالح الحصان، دور مواقع التواصل الاجتماعي في مكافحة التطرف لدى فئة الشباب: دراسة ميدانية من وجهة نظر طلبة البكالوريوس في الجامعة الهاشمية ٢٠٢١، مجلة اتحاد الجامعات العربية للبحوث في التعليم العالي، اتحاد الجامعات العربية - الأمانة العامة، مج ٤٢، ع ٣٤، الأردن، ٢٠٢٢، سبتمبر، ص ١٢٩ - ١٥٠.
٨. عادل خيري شيت، إدمان الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي وتأثيره في تغيير القيم الاجتماعي لدى طلبة الجامعة، مجلة مركز بابل للدراسات الإنسانية، جامعة بابل - مركز بابل للدراسات الحضارية والتاريخية، مج ١٣، ع ٢٤، العراق، ٢٠٢٣، ص ١٥٤٣ - ١٥٧٠.
٩. عائشة علي الكتبي، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في العلاقات الاجتماعية للشباب الجامعي: دراسة تطبيقية على طلاب جامعة الشارقة في دولة الإمارات العربية المتحدة، مجلة الآداب، جامعة بغداد - كلية الآداب، ع ١٤٤٤، العراق، ٢٠٢٣، ص ٣٨٩ - ٤٢٠.
١٠. عيبر محمد حمدي، أبعاد توحّد الشباب الجامعي مع شخصيات المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مجلة جامعة مصر للدراسات الإنسانية، جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا، مج ٤، ع ٤، مصر، ٢٠٢٤، ص ٢٦١ - ٣١٨.
١١. محمد عبدالبديع السيد، علاقة القنوات الفضائية ومواقع التواصل الاجتماعي بدعم وتعزيز الهوية الوطنية لدى الشباب المصري، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، جامعة الأهرام الكندية، ع ٢٢، مصر، ٢٠١٨، ص ٤ - ٤١.
١٢. نادية خليف، الصحة النفسية وعلاقتها بالضغوط النفسية لدى طلبة الجامعة، مجلة الجمع في الدراسات النفسية والتربوية، ع (٨)، (٢٠١٨) ص ٣٩-٦٧.

١٣. نادية فرحات، الشباب ومواقع التواصل الاجتماعي: الفيس بوك أنموذجاً، مجلة الرواق للدراسات الاجتماعية والإنسانية، المركز الجامعي أحمد زبانة غليزان - مخبر الدراسات الاجتماعية والنفسية والانثروبولوجية، مج ٧، ع ١، الجزائر، ٢٠٢١، ص ص ٢٩٨ - ٣١٥.
١٤. نشوة عطية عبدالعظيم عرفة، مخاطر استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي، مجلة المناهج المعاصرة وتكنولوجيا التعليم، جامعة طنطا - كلية التربية - وحدة النشر العلمي، مج ٢، ع ٤٤، مصر، ٢٠٢١، ص ص ١ - ٢٦.

المؤتمرات العلمية العربية:

١. حسين حسين زيدان، وسائل الإعلام الإلكترونية ودورها في ترسيخ قيم المواطنة الاجتماعية وفق رؤية مجتمعية، المؤتمر الدولي المحكم: الأمن المجتمعي والجماعي في الوطن العربي، مركز جيل البحث العلمي، لبنان، ٢٠٢١، طرابلس، مركز جيل البحث العلمي، ص ص ٩٥ - ١١٥.
٢. نظريات ترميز المعلومات: دراسة نظرية، المؤتمر السنوي العاشر: التربية وقضايا التحديث والتنمية في الوطن العربي، (القاهرة: جامعة حلوان - كلية التربية)، ص ص ٥١٥ - ٥٤٢.

ثانياً: المراجع الأجنبية: الأبحاث والدوريات الأجنبية:

1. Akar, Ezgi, Exploring the impact of social network structures on toxicity in online mental health communities, Computers in Human Behavior, Volume 165, April 2025, 108542.
2. Castillo de Mesa, J., Gómez-Jacinto, L., López Peláez, A., & Erro-Garcés, A. Social networking sites and youth transition: The use of Facebook and personal well-being of social work young graduates. Frontiers in psychology, vol 11, 2020, p 230.
3. Kosslyn, Stephen M., Pinker, Steven, Smith, George E. And Shwartz, Steven P.,: On the demystification of mental imagery. The Behavioral and Brain Sciences, Vol.2, 1979, PP. 535- 581.
4. Moraru, Mădălina, The Role of Medical Influencers in Raising Health Credibility in Romania, Journal of Media Research - Revista de Studii Media, Issue No: 43, 2022, p26-42.
5. Radi, Z. The use of social networking sites in the Arab world, The Journal of Education, vol 15, 2003, pp 23- 49.
6. Saini, N., Sangwan, G., Verma, M., Kohli, A., Kaur, M., & Lakshmi, P. V. M. Effect of social networking sites on the quality of life of college students: a cross-sectional study from a city in north India. The Scientific World Journal, 2020.
7. Shepard, Roger N. and Metzler, Jacqueline. Mental rotation of three dimensional objects. Science, Vol.171, 1971): PP. 701-703.
8. Shyam Sundar, Multimedia effect on processing and perception of online news: A study of picture, audio, and video downloads. Journalism & Communication Quarterly, vol 77, issue(3), 2000, 480 -499.
9. Singh, Vijay, Impact of Social Media on Social Life of Teenagers in India: A Case Study. Journal of Academic Perspective on Social Studies, vol(1), 2019. pp13-24.
10. Turuba, Roxanne, Zenone, Marco, and Barbic, Skye, Do you have depression? A summative content analysis of mental health-related content on TikTok, DIGITAL HEALTH, vol 11, 2025. doi:10.1177/20552076241297062.

الكتب الأجنبية:

1. Laila Jarrar , Facebook and the Arab youth, I (1) Dar Al-Falah Publishing and Distribution, Kuwait.2012.
2. Pinker, Steven & Kosslyn, Stephen M., M. Theories of mental imagery in A. A.; (edi) Sheikh, imagery Current Theory, Research and Application, New York, John Wiley & sons, 1983): Pp:52 , 53.

3. Sheikh, Anees A., imagery Current theory, Research and Application, New York: John Wiley & Son.,1983.
4. Styles, Elizabeth A., The Psychology of attention, USA Taylor ,1997,P18.

المؤتمرات العلمية الأجنبية:

1. Eveland Marton, & Seo, Moving beyond “just the fact” the influence of online news on the content and structure of public .affairs knowledge, 2004)

ثالثاً: أسماء محكمي استبيان الدراسة شبه التجريبية:

- أ.د حسين سعد الدين، أستاذ علم النفس، كلية الآداب، جامعة المنصورة.
أ.د عايدة السخاوي ، أستاذ الإعلام ، كلية الآداب، جامعة المنصورة.
أ.د ماجي الحلواني ، أستاذ الإذاعة والتلفزيون ، وعميد كلية الاعلام الأسبق، جامعة القاهرة.
أ.م.د أكرم زيدان ، أستاذ علم النفس المساعد، كلية الآداب، جامعة المنصورة.
أ.م.د مروئ السعيد السيد، أستاذ العلاقات العامة والاعلان المساعد، كلية الآداب، جامعة المنصورة
أ.م.د نهلة زيدان الحوراني، أستاذ العلاقات العامة والاعلان المساعد، كلية الآداب، جامعة المنصورة