

## دور مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي في توعية الشباب بالعادات الصحية

الباحثة/ شاهدة محمد إبراهيم محمد\*

إشراف/ أ.د. عادل فهمي البيومي\*\*

### ملخص الدراسة:

هدف البحث إلى التعرف على دور مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي في توعية الشباب بالعادات الصحية، وتحقيقاً لهدف الدراسة تم استخدام المنهج المسحي، حيث طبقت الدراسة على عينة تحليلية قوامها (٥٠) مقطوعاً من المحتوى الذي يقدمه المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي المهتمين بالمجال الصحي، وفي إطار ذلك تم الاعتماد على استمارة تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات، وتم توظيف نظرية ثراء الوسيلة كإطار نظري للدراسة.

وأسفرت النتائج عن ارتفاع معدل استخدام اللغة العامية، وارتفاع معدل استخدام المؤثرين لمعلوماتهم في مجال تخصصهم كمصدر للمعلومات، وأن الجمهور العام هو الجمهور الأكثر استهدافاً، وأن العادات النفسية جاءت في مقدمة العادات التي اهتم بها المؤثرون، وارتفاع معدل تفاعل الشباب مع المؤثرين، كما تفوقت الاستمالات العقلية على الاستمالات العاطفية.

### الكلمات الدالة:

المؤثرين، مواقع التواصل الاجتماعي، العادات الصحية.

\*باحثة دكتوراه بقسم الإذاعة والتلفزيون - كلية الإعلام جامعة القاهرة  
\*\*أستاذ في قسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة والمشرف على الباحثة.

## **The role of social media influencers in raising young people's awareness of healthy habits**

**Shahenda mohamed Ibrahim Mohamed\***

**Supervised by: Prof. Dr. Adel fahmy El- Bayoumi\*\***

### **Abstract:**

The aim of the research was to identify the role of social media influencers in educating Youths about healthy habits. To achieve the study objective, the survey method was used, as the study was applied to an analytical sample of (50) clips of content provided by social media influencers interested in the health field. In this context, the content analysis form was relied upon as a tool for collecting data, and the media richness theory was employed as a theoretical framework for the study.

The results showed a high rate of use of colloquial language, a high rate of influencers using their information in their field of specialization as a source of information, and that the general public is the most targeted audience, and that psychological habits came at the forefront of the habits that influencers were interested in, and a high rate of youth interaction with influencers, and mental appeals outperformed emotional appeals.

### **Keywords:**

Influencers, social media, health habits.

---

\* PhD researcher at the faculty of mass communication- radio and tv department

\*\* Professor, in Radio and Television Department, Faculty of Mass communication, Cairo University

## المقدمة:

في الأونة الأخيرة، شهدت وسائل التواصل الاجتماعي تطورًا غير مسبوق، وأصبحت جزءًا أساسيًا من حياة الأفراد، لاسيما بين فئة الشباب الذين أصبحوا يعتمدون بشكل كبير على هذه المنصات للتفاعل مع بعضهم البعض، ومتابعة الأخبار والمحتوى الترفيهي والتعليمي فضلاً عن متابعة المحتوى الصحي. ولقد أتاح هذا التوسع في استخدام منصات مثل "إنستجرام"، "يوتيوب"، "تيك توك"، و"فيسبوك" ظهور فئة جديدة من الشخصيات المؤثرة، والمعروفة بمؤثري مواقع التواصل الاجتماعي، الذين يتمتعون بقدرة كبيرة على التأثير في متابعيهم، خاصة عندما يتعلق الأمر بالمواضيع التي تهتم الشباب، مثل الصحة والعادات اليومية.

إن المؤثرين على منصات التواصل الاجتماعي يمتلكون قدرة فريدة على الوصول إلى جمهور عريض وواسع من الشباب، وتوجيه الرسائل التي تحمل تأثيرًا مباشرًا على سلوكياتهم ومفاهيمهم حول مختلف المواضيع، بما في ذلك العادات الصحية. فالعديد من هؤلاء المؤثرين يعتمدون على تقديم نصائح حول نمط الحياة الصحي، مثل التغذية السليمة، الرياضة، الوقاية من الأمراض، والنوم الجيد، مما يعزز من دورهم كقناة تواصل فعالة في نشر الوعي الصحي بين أوساط الشباب. وبالإضافة إلى ذلك، يتمتع هؤلاء المؤثرون بتأثير قوي على المتابعين بسبب قدرتهم على خلق علاقة وثيقة مع جمهورهم، مما يخلق مساحة للثقة المتبادلة التي قد تؤدي إلى تبني أفكارهم وسلوكياتهم.

تتمثل أهمية هذا الموضوع في أن الشباب يشكلون فئة حساسة ومعرضة للتأثير بسهولة، حيث تشكل الكثير من قراراتهم وعاداتهم بناءً على ما يتعرضون له من محتوى في هذه الوسائل. هذا التأثير يمكن أن يكون إيجابيًا إذا تم استخدامه بشكل صحيح للترويج للعادات الصحية، أو سلبياً إذا تم نشر معلومات غير دقيقة أو غير علمية، وهو ما قد يؤدي إلى تأثيرات سلبية على الصحة العامة. على سبيل المثال، قد يساهم بعض المؤثرين في نشر نصائح غذائية غير مدعومة بأدلة علمية أو يقدمون حلولاً رياضية غير مناسبة قد تؤثر على صحة المتابعين.

تسعي هذه الدراسة إلى التعرف على الدور الذي يؤديه مؤثرو مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية لدى الشباب، من خلال تحليل المحتوى الذي يُنشر على منصات التواصل المختلفة، واستكشاف كيف يساهم هذا المحتوى في تشكيل سلوكيات الشباب الصحية. كما تهدف الدراسة إلى فهم تأثير هذه الحملات التوعوية على السلوك الفردي والجماعي للشباب، من خلال دراسة الحالات والأمثلة التي توضح التفاعل بين المؤثرين ومتابعيهم في الموضوعات الصحية. ويشمل البحث أيضاً تحليل التحديات التي قد تواجه هذه الحملات التوعوية، مثل انتشار المعلومات المغلوطة، وغياب التنظيم الرقابي على المحتوى، بالإضافة إلى اقتراح حلول لزيادة فعالية هذه الحملات وتحقيق أقصى استفادة من تأثير المؤثرين في مجال التوعية بالصحة.

تسلط هذه الدراسة الضوء على فهم العلاقة بين مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي والشباب، وتقديم رؤى علمية حول كيفية تعزيز دور هؤلاء المؤثرين في نشر الوعي الصحي، مع محاولة رسم سياسات وتوجيهات للمؤسسات الصحية والشركات المروجة للمنتجات

الصحية، بما يعظم الفائدة العامة للشباب ويحد من الآثار السلبية للمحتوى غير المنظم أو غير المدعوم علمياً.

من خلال هذه الدراسة، تسعى الباحثة إلى تقديم مساهمة علمية عملية تؤثر بشكل مباشر على كل من الباحثين في مجال الإعلام، والعاملين في مجالات الصحة العامة، والمؤسسات التعليمية والصحية. إذ أنها لا تقتصر على فحص وتفسير الظاهرة الإعلامية، بل أيضاً تسهم في توجيه الممارسات التطبيقية في هذا المجال، بما يساهم في تعزيز سلوكيات صحية إيجابية لدى الشباب.

#### أولاً: مشكلة البحث:

تعد مواقع التواصل الاجتماعي إحدى وسائل الاتصال الحديثة التي أصبح لها تأثير كبير في مختلف جوانب الحياة اليومية، خاصة لدى فئة الشباب الذين يشكلون الشريحة الأكبر من مستخدمي هذه المنصات. وينعكس هذا التأثير بشكل خاص في سلوكيات الشباب تجاه القضايا الصحية، حيث تُعد منصات مثل "إنستجرام"، "تيك توك"، و"يوتيوب" من أبرز الوسائل التي يتم من خلالها نشر المحتوى الصحي، سواء من قبل مؤثرين مختصين أو غير مختصين. على الرغم من الجهود المبذولة في نشر الوعي الصحي من خلال هذه المنصات، إلا أن هناك تحديات عدة تطرأ من جراء المعلومات المغلوطة أو غير الدقيقة والتي قد تؤثر سلباً على سلوكيات الشباب تجاه العادات الصحية.

ورغم الأثر المحتمل لهذه المنصات في تشكيل مفاهيم الشباب حول الصحة، إلا أن هناك فجوة معرفية فيما يتعلق بتحديد مدى فعالية هذا المحتوى، الذي يقدمه المؤثرون لتحقيق هذا التأثير، بالإضافة إلى تأثير متغيرات مثل نوع المحتوى المعروض والموثوقية العلمية للمصادر على استجابة الشباب.

يتمثل جوهر مشكلة الدراسة في تقييم دور مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي في توعية الشباب وتوجيههم نحو تبني عادات صحية سليمة.

#### ثانياً: أهمية البحث:

##### الأهمية النظرية:

١. قياس متغيرات جديدة في إطار علاقة الشباب كمستخدمين وبين نشاط المؤثرين وصناع المحتوى الصحي
٢. قياس متغيرات جديدة حول تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على السلوكيات والعادات الصحية بشكل خاص.

##### الأهمية التطبيقية:

تسهم نتائج هذا البحث في توجيه صناع المحتوى للاحتياجات المعرفية للصحة للشباب.

### ثالثاً: أهداف البحث:

يسعى البحث لتحقيق هدف رئيسي وهو تحليل المحتوى الذي يقدمه عينة من المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي في مجال الوعي الصحي والعادات الصحية السليمة، ويتفرع منه الأهداف التالية:

١. التعرف على أهم العادات الصحية التي يقدمها المؤثرون على مواقع التواصل الاجتماعي.
٢. تحديد العناصر الشكلية التي اعتمد عليها مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي المهتمين بالعادات الصحية.
٣. قياس علاقة تفاعل الشباب مع محتوى مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي المهتمين بالعادات الصحية مع درجة الوعي الصحي لديهم.
٤. تحديد مصادر المعلومات التي يعتمد عليها مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي المهتمين بالعادات الصحية.
٥. تحليل أساليب معالجة مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي لمحتوى العادات الصحية.
٦. تحديد الأهداف التي تسعى المؤثرين إلى تحقيقها.
٧. الكشف عن الاستمالات الإقناعية التي اعتمد عليها مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي المهتمين بالعادات الصحية.

### رابعاً: تساؤلات البحث:

#### التساؤلات الخاصة بالشكل:

١. ما العناصر الشكلية التي اعتمد عليها مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي المهتمين بالعادات الصحية؟
٢. ما مصادر المعلومات التي يعتمد عليها مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي المهتمين بالعادات الصحية؟
٣. ما أساليب معالجة مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي لمحتوى العادات الصحية؟

#### التساؤلات الخاصة بالمضمون:

١. ما أهم العادات الصحية التي يقدمها المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي؟
٢. ما الأهداف التي تسعى المؤثرين إلى تحقيقها؟
٣. ما حجم تفاعل الشباب مع محتوى مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي المهتمين بالعادات الصحية؟
٤. ما الاستمالات الإقناعية التي يعتمد عليها المؤثرين بدرجة أكبر؟

#### خامساً: التحليل النقدي للدراسات السابقة وحدود الاستفادة منها:

تستعرض الدراسة مجموعة من الدراسات السابقة العربية والأجنبية ذات الصلة بموضوع الدراسة على النحو التالي:-

### • الموضوعات البحثية في الدراسات السابقة:

بعد الاطلاع على الدراسات السابقة التي تناولت تأثير التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي على العادات الصحية لاحظت الباحثة تنوع واختلاف مجالات اهتمام الدراسات بالعادات الصحية، حيث اهتم بعضها بتأثير المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي النتائج الصحية مثل دراسة **John Powell (2024)**، ودراسة **شيرين كامل (٢٠٢٤)**، ودراسة **Steffi De Jans a, et al (2021)**، ودراسة **Julia Durau et al (2022)**، ودراسة **Crystal R Frans Folkvord, and Manouk de Bruijne (2019)**، ودراسة **(2022)**، وهناك من اهتم بتأثير الاعتماد على المواقع الإلكترونية في اكتساب عادات صحية إيجابية مثل دراسة **نجلاء حسن (٢٠٢١)**.

### • الأهداف في الدراسات السابقة:

أظهر المسح للدراسات التي تناولت العادات الصحية المكتسبة من مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي تبين أهداف الدراسات السابقة؛ حيث استهدفت دراسة **John Powell (2024)** الكشف عن تأثير المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي في نشر المعلومات الصحية والتأثير على السلوك الصحي، وهدفت دراسة **شيرين كامل (٢٠٢٤)** إلى تحديد العلاقة بين تعرض الجمهور المصري لمقاطع فيديو مدوني الطعام عبر وسائل التواصل الاجتماعي وبين العادات الغذائية الصحية لديهم، وهدفت دراسة **Julia Durau et al (2022)** إلى الكشف عن دور مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي في اكتساب العادات الصحية من خلال ممارسة النشاط البدني، وهدفت دراسة **Steffi De Jans a, et al (2021)** إلى الكشف عن كيفية استخدام المؤثرين للترويج للتغذية الصحية، وتحفيز سلوك الأكل الصحي بين الأطفال وكيفية القيام بذلك، وهدفت دراسة **Crystal R (2019)** للكشف عن تأثير المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي على السلوكيات الغذائية للأطفال، وهدفت دراسة **Frans Folkvord,\* and Manouk de Bruijne, (2022)** إلى الكشف عن دور المؤثرين في مواقع التواصل الاجتماعي على العادات الغذائية الصحية للمراهقين، وهدفت دراسة **نجلاء حسن (٢٠٢١)** إلى الكشف عن العلاقة بين الاعتماد على المواقع الإلكترونية الصحية وأنماط السلوك الصحي لدى المرأة المصرية.

### • المناهج المستخدمة في الدراسات السابقة:

أظهر المسح للدراسات التي تناولت العادات الصحية المكتسبة من مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي أن غالبية البحوث والدراسات السابقة اعتمدت على منهج المسح سواء الميداني أو التحليلي وهو ما يتوافق مع منهج البحث الحالي مثل دراسة **شيرين كامل (٢٠٢٤)**، ودراسة **Julia Durau et al (2022)**، ودراسة **نجلاء حسن (٢٠٢١)**، ودراسة **Crystal R (2019)**، وهناك دراسات اعتمدت على المنهج التجريبي وشبه التجريبي مثل دراسة **John Powell (2024)**، ودراسة **Steffi De Jans a, et al (2021)**، ودراسة **Frans Folkvord, and Manouk de Bruijne, (2022)**.

### • أدوات الدراسة المستخدمة في الدراسات السابقة:

أظهر المسح للدراسات التي تناولت العادات الصحية المكتسبة من مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي أن غالبية البحوث والدراسات السابقة استخدمت صحيفة تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات بهدف تحليل المحتوى الذي يقدمه المؤثرين مثل دراسة **John Powell (2024)**، ودراسة **شيرين كامل (٢٠٢٤)**، ودراسة **Steffi De Jans a, et al (2021)**، ودراسة **نجلاء حسن (٢٠٢١)**، ودراسة **Julia Durau et al (2022)**، ودراسة **Crystal R (2019)**، ودراسة **Frans Folkvord,\* and Manouk de Bruijne, (2022)**

### • العينات في الدراسات السابقة:

أظهر المسح للدراسات التي تناولت العادات الصحية المكتسبة من مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي أن غالبية البحوث والدراسات السابقة طبقت على العينة العمدية مثل دراسة **Crystal R (2019)**، ودراسة **نجلاء حسن (٢٠٢١)**، ودراسة **Julia Durau et al (2022)**، ودراسة **John Powell (2019)**، ودراسة **Steffi De Jans a, et al (2021)**، ودراسة **Frans Folkvord,\* and Manouk de Bruijne, (2022)**، وبعضها على العينة المتاحة مثل دراسة **شيرين كامل (٢٠٢٤)**.

### • الأطر التفسيرية في الدراسات السابقة:

أظهر المسح للدراسات التي تناولت العادات الصحية المكتسبة من مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي تنوع واختلاف الأطر النظرية المستخدمة، فقد اعتمدت دراسة **Julia Durau et al (2022)** على أكثر من نظرية وهم نظرية مصداقية المصدر، ونظرية الإدراك الاجتماعي، ونظرية الدافع للحماية، واعتمدت دراسة **شيرين كامل (٢٠٢٤)** على نظرية الاستخدامات والتأثيرات، واعتمدت دراسة **نجلاء حسن (٢٠٢١)** على نظرية التماس المعلومات ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

### • أوجه الاتفاق والاختلاف بين نتائج الدراسات والبحوث السابقة:

- اتفقت نتائج دراسة **Crystal R (2019)** والتي أظهرت تحليلات النمذجة الهيكلية للمسار لثلاث موجات من البيانات بفواصل زمني مدته عام واحد أن تكرار مشاهدة الأطفال للمدونات المرئية الذي أبلغوا عنه ذاتياً أثر على استهلاك المشروبات غير الصحية بعد عامين، ولم تسفر التحليلات عن علاقات مهمة فيما يتعلق باستهلاك الوجبات الخفيفة غير الصحية، كانت قوة العلاقة الطولية الملحوظة بين تكرار مشاهدة الأطفال لمقاطع الفيديو واستهلاكهم للمشروبات غير الصحية مماثلة للنتائج السابقة المتعلقة بأنواع التسويق الغذائي الأكثر تقليدية، مع نتائج دراسة **Steffi De Jans a, et al (2021)**، والتي أظهرت أن الترويج لنمط حياة حامل (مقارنة بأسلوب حياة رياضي) أدى إلى اختيار المزيد من الأطفال للمنتج عالي القيمة الغذائية، بالإضافة إلى ذلك، اختار الأطفال وجبة خفيفة صحية بشكل متكرر عندما قام مؤثر يصور نمط حياة حامل (مقارنة بأسلوب

حياة رياضي) بالترويج لمنتج منخفض القيمة الغذائية، لم تكن هناك تأثيرات تفاعلية كبيرة لأسلوب حياة المؤثر ونوع الوجبة الخفيفة على تقييم المؤثر، ومع ذلك، أظهرت الدراسة أن الإعجاب بالمؤثر كان أقل عندما صور أسلوب حياة خاملاً مقابل أسلوب حياة رياضي.

– اتفقت نتائج دراسة **John Powell (2024)** والتي أظهرت أن المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي لديهم تأثيرات سلبية وإيجابية على النتائج الصحية، مع ملاحظة التأثيرات السلبية بشكل متنسق في الدراسات التي تناولت عدم الرضا عن صورة الجسم، وهناك حاجة إلى مزيد من البحث للاستفادة من التأثير الصحي الإيجابي المحتمل للمؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي، مع التخفيف من الآثار الضارة، مع نتائج دراسة **Julia Durau et al (2022)**، التي أظهرت أن الثقة والخبرة والجاذبية المدركة للمؤثر المعني مهمة لتقييم المؤثر، وأن القوة التحفيزية المتصورة وليس الموقف تجاه المؤثر هي التي تزيد من نوايا ممارسة الرياضة للمستخدمين الذكور والإناث، كما أظهرت أن اللياقة البدنية، والمشاركة في التدريب باستخدام مقاطع فيديو اللياقة البدنية على YouTube وانخفاض الصحة تزيد من النوايا السلوكية، كما أن صورة الجسم الأكثر سلبية تزيد من النوايا لممارسة الرياضة، ولكن فقط بين المستخدمين الإناث، أي أنه يمكن أن يكون المؤثرون في مجال اللياقة البدنية على وسائل التواصل الاجتماعي الذين يُنظر إليهم على أنهم جديرون بالثقة وخبراء وجذابون، فعالين في زيادة النشاط البدني للرجال والنساء، ظهرت القوة التحفيزية المتصورة للمؤثر كمتغير رئيسي يتنبأ بنوايا ممارسة الرياضة. المتغيرات المتعلقة بصحة المستخدم لها تأثيرات مختلفة على نوايا ممارسة الرياضة للرجال والنساء.

– اتفقت نتائج دراسة **Frans Folkvord,\* and Manouk de Bruijne, (2022)** التي أظهرت الأدلة أن التدخلات التقليدية لها تأثير محدود، مثل البرامج التعليمية أو برامج التغذية الأبوية، ويجب اختبار أساليب وتقنيات ترويجية مبتكرة جديدة لجعل الفواكه والخضروات أكثر جاذبية بين المراهقين، إلى جانب ذلك تستمر شعبية وسائل التواصل الاجتماعي بين المراهقين في الارتفاع وأصبحت متابعة المدونات ومقاطع الفيديو (مدونات الفيديو) شائعة للغاية بين ملايين الشباب في جميع أنحاء العالم، مما يؤثر بشكل كبير على سلوكهم اليومي بسبب الشعبية المتزايدة للمنصات عبر الإنترنت مثل YouTube و Facebook و Instagram، وجد المعلنون عن الأغذية طرقاً جديدة وفريدة لاستهداف الأطفال والمراهقين على هذه المنصات، مما يؤثر على سلوكهم الاستهلاكي، مع نتائج دراسة **شيرين كامل (٢٠٢٤)**، التي أظهرت نتائجها غلبة المحتوى الغذائي المتعلق بوصفات الطهي على تفضيلات الجمهور، عدم وجود علاقة ارتباطية بين كثافة متابعة الجمهور المصري لمقاطع فيديو مدوني الطعام عبر وسائل التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحو العادات الغذائية الصحية على الرغم من وجود علاقة ارتباطية طردية بين أبعاد مصداقية مدوني الطعام لدى الجمهور واتجاهاتهم نحو العادات، ويتكامل مع هذه النتائج راسة **نجلاء حسن (٢٠٢١)** التي أظهرت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة ثقة المبحوثات في المواقع الإلكترونية الصحية ومعدل التماسهن للمعلومات الصحية من خلالها، وكذلك وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة

إحصائية بين درجة اعتماد المبحوثات على المواقع الإلكترونية الصحية ومجمل أنماط السلوك الصحي لهن جاءت أكثر التأثيرات السلوكية الخاصة بالحمل والولادة موافقة من المبحوثات اللاتي مررن بتجربة الحمل والولادة من قبل، "أنها ساعدتني في التوقف عن شرب المشروبات الغازية والمنبهات (كالشاي والقهوة وغيرها) أثناء الحمل جاءت عبارة "بدأت في الإكثار من تناول الخضار والفواكه الطازجة" في مقدمة العبارات التي وافقت عليها المبحوثات فيما يخص أنماط السلوك الصحي الناتج من الاعتماد على المواقع الإلكترونية الصحية.

#### • التعليق على الدراسات السابقة:

١. اعتمدت غالبية الدراسات السابقة على منهج المسح، بينما اعتمدت بعض الدراسات على المنهج التجريبي وشبه التجريبي.
٢. اعتمدت أغلب الدراسات السابقة على الاستبيان كأداة لجمع البيانات، بينما اعتمدت بعضها على استمارة تحليل المضمون، ودراساتي اعتمدت على المقابلات المتعمقة.
٣. اعتمدت أغلب الدراسات على العينة العمدية، وبعضها على العينة التجريبية.
٤. تعددت الأطر النظرية التي اعتمدت عليها الدراسات السابقة ما بين نظرية مصداقية المصدر، ونظرية الإدراك الاجتماعي، ونظرية الدافع للحماية، ونظرية الاستخدامات والتأثيرات، ونظرية التماس المعلومات ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

#### • حدود الاستفادة من الدراسات السابقة

١. ساعدت نتائج الدراسات السابقة في الكشف عن علاقة متابعة للمؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتعديل بعض العادات الصحية.
٢. ساعدت في بلورة مشكلة الدراسة وأهدافها وأهميتها، ووضع الإطار النظري المناسب للدراسة وهو نموذج المعتقدات الصحية فضلاً عن صياغة الفروض والتساؤلات.
٣. الاستفادة من الدراسات السابقة أيضاً في كيفية إعداد استمارة تحليل المضمون بما يتناسب مع موضوع الدراسة.
٤. الاستفادة من نتائج الدراسات السابقة لمقارنتها بنتائج الدراسة الحالية.

#### سادساً: الإطار النظري للبحث: نظرية ثراء الوسيلة Media Richness Theory

تعود نشأة نظرية ثراء الوسيلة إلى ما قبل الاستخدام الواسع لوسائل الإعلام الحديثة، مثل شبكة الانترنت، فقد قدم كل من "ريتشارد ديفيس" و "روبرت لينجل" نظرية ثراء الوسيلة عام (١٩٨٤) وقد وضعت في المقام الأول لوصف وتقييم وسائل الاتصال داخل المنظمات، حيث اعتمدت على نظرية معالجة المعلومات، وكيفية تبادل المعلومات داخل المنظمات، وقد هدفت نظرية ثراء وسائل الإعلام إلى التغلب على تحديات الاتصال التي تواجه المنظمات مثل الرسائل ذات التفسيرات المتناقضة. (Anin Sulaiman et al, 2014, 122)

تم تطوير النظرية بعد ذلك بواسطة لينجل وريتشارد ووترايفون عام (١٩٨٧) عن طريق اعتماد نظرية معالجة المعلومات ونظرية الطوارئ، أثناء تطوير النظرية تم استخدامها في العديد من الدراسات الإعلامية، على وجه الخصوص تلك المتعلقة بوسائل الإعلام التقليدية مثل التلفزيون والراديو والصحف، إن البحوث السابقة المتعلقة ببحوث الإعلام اعتادت استخدام نظرية ثراء وسائل الإعلام للتحقق من كيفية تأقلم المؤسسات في مواجهة تحديات

الاتصال المتعلقة بالرسائل غير الواضحة والمشوشة وذات التفسيرات المتضاربة. (Anin, Sulaiman et al, 2014, 123)

### مفهوم نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية:

تشير نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية إلى أن الاتصال المباشر هو الوسيلة الأكثر ثراءً وفاعلية في تقليل الالتباس الذي يمكن أن يحدث في عملية الاتصال، لذلك فهو شكل اتصالي أعلى ثراءً من غيره فيما يتعلق بالرسائل الإعلامية ذات المحتوى المعرفي الكثيف، وعلى ذلك فإن الوسائط الإعلامية التي تستخدم التقنية الإلكترونية تحتل مكانها بين طرفين، هما الاتصال المباشر وجهاً لوجه، ووسائل الاتصال الورقية، وذلك اعتماداً على قدرتها في حمل الإشارات غير اللفظية وسرعة نقل رجع الصدى وإمكانية نقل السمات الشخصية للمرسل بشكل واضح بالإضافة إلى دعمها استخدام اللغة البسيطة.

تم بناء نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية حول فرضية مركزية وهي: فرضية ثراء وسائل الإعلام التي تنص على أن وسائل الاتصال المختلفة تمتلك درجات مختلفة من سمة تسمى الثراء مما يجعلها أكثر أو أقل قنوات فعالة للمعلومات والمعرفة. (Ned Kocj, 2005, 117)

بناء على ما سبق فإن نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية تفترض أن الأفراد المدركون لطبيعة الوسائط الاتصالية والفاعلون بقدر كبير في العملية الاتصالية، يميلوا لاختيار وسائط اتصالية يتناسب ثراءها مع النظام التي ينطوي على العملية الاتصالية، لذلك فإن أي قيود يتعرض لها الفرد في عملية اختياره للوسائط قد تؤدي إلى اختيار وسائط أقل ثراءً مما يقود إلى انخفاض جودة النتائج المرجوة. (Alan R.Dennis, Susan T.Kinney, 1998, 256)

### فروض النظرية:

تفترض هذه النظرية فرضين أساسيين هما: (صلاح عبد الحميد، ٢٠٠٤، ٨٤)

**الفرض الأول:** أن لوسائل الاتصال قدرات استيعابية مختلفة لاستجلاء الغموض وتسهيل التفاهم بين الأطراف الاتصالية.

**الفرض الثاني:** هناك أربعة معايير أساسية لترتيب ثراء الوسيلة الإعلامية مرتبة من الأعلى إلى الأقل من حيث درجة الثراء الإعلامي وهي:

١. سرعة رد الفعل.
٢. قدرتها على نقل الإشارات المختلفة باستخدام تقنيات تكنولوجية حديثة مثل الوسائط المتعددة.
٣. التركيز الشخصي على الوسيلة.
٤. استخدام اللغة الطبيعية.

### الانتقادات الموجهة للنظرية:

١. أن النظرية لم تأخذ في الاعتبار الوظائف الكلية لوسائل الإعلام الجديد والعلاقات المتداخلة في استخدام التكنولوجيا الجديدة.

٢. بناء النظرية غير متماسك إلا في بعض الفروض التي لم تختبر في مجتمعات متعددة.  
 ٣. خلصت نتائج بعض الدراسات إلى أن البريد الإلكتروني كان له الأولوية في الاختيار من طرف المبحوثين وهو ما يتناقض مع الترتيب الهرمي الذي وضعه مؤسس النظرية والذان أعطيا الاتصال وجهاً لوجه الأولوية باعتباره الوسيلة الأكثر ثراءً. (Ned Kocj, 2005, 119)

#### تطبيق النظرية في هذا البحث:

تتصدى النظرية لتفسير مدى ثراء الوسيلة الإعلامية وما تقدمه للجماهير من معلومات وامكانيات ومزايا لاستخدامها، وهو ما ينطبق على مواقع التواصل الاجتماعي بما تنتجه من امكانيات ومزايا للمستخدمين، وتحقيق الاتصال والإعلام متعدد الوسائط الذي يجتمع فيه ثلاثية الصوت والصورة والنص، إضافة إلى تحقيق التفاعلية بين أطراف الاتصال بشكل لحظي، وكذلك القدرة على تنظيم البيانات وتعدد مصادرها وطرق عرضها، لذلك يوظف البحث نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية لمعرفة مدى الثراء الذي تنتجه مواقع التواصل الاجتماعي فيما يخص الوعي الصحي واكتساب عادات صحية سليمة.

#### سابعاً: متغيرات البحث:

##### جدول (١)

##### متغيرات البحث

المتغير التابع	المتغير الوسيط	المتغير المستقل
أساليب المعالجة	خصائص المؤثرين (النوع - العمر - التخصص).	المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي.

#### ثامناً: الإجراءات المنهجية:

##### • نوع البحث ومنهجه:

ينتمي هذا البحث إلى الدراسات الوصفية، واعتمد على منهج المسح survey method.

##### ١- مجال البحث وعينته:

##### • مجال البحث:

يتمثل مجال البحث في المؤثرين المهتمين بالمجال الصحي في مواقع التواصل الاجتماعي.

##### • عينة البحث:

يوضح الجدول التالي بيانات عينة البحث

## جدول (٢)

### بيانات عينة البحث

م	المؤثر	النوع	الجنسية	موقع التواصل	عدد المتابعين	تاريخ النشر	عدد المقاطع
١	د/ياسمين مبارك	أنثى	مصرية	انستجرام	١٣٠٧٠٠	يناير ٢٠٢٥	١٠
٢	مايكل ملاك	ذكر	مصري	انستجرام	١١٨٦٠٠	يناير ٢٠٢٥	١٠
٣	د/إيمان الإمام	أنثى	مصرية	يوتيوب	١٢٥٠٠٠٠	يناير ٢٠٢٥	١٠
٤	سالي فؤاد	ذكر	مصرية	يوتيوب	٩٦٢٠٠٠	يناير ٢٠٢٥	١٠
٥	د/ سمر شتا	أنثى	مصرية	تيك توك	١٤٠٠٠٠٠	يناير ٢٠٢٥	١٠

### • مبررات اختيار العينة:

١. تم اختيار خمسة من مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي المهتمين بالمجال الصحي ويحظون بنسبة متابعة عالية من المستخدمين.
٢. تم مراعاة التنوع في المؤثرين فيما يخص الموضوعات الصحية التي يتناولونها.
٣. تحديد ١٠ مقاطع فيديو لكل مؤثر خلال فترة التحليل للمساواة بين المؤثرين.

### • التوصيف الكيفي لعينة الدراسة:

#### ١- د/ ياسمين المبارك

هي صانعة محتوى مصرية على مواقع التواصل الاجتماعي، وتعد أحد أهم صناع المحتوى في مجال اللياقة البدنية والصحة والجمال. استطاعت ياسمين بدورها جذب عدد كبير من المتابعين بفضل محتواها المتنوع والجذاب على منصات مثل إنستغرام.

#### ٢- مايكل ملاك

هو صانع محتوى مصري على مواقع التواصل الاجتماعي، يشارك مايكل متابعيه بالنصائح التي تتعلق بالوعي الصحي والعيش بأسلوب حياة متوازن واللياقة البدنية التغذية الصحية فضلا عن الرفاهية النفسية.

#### ٣- د/إيمان الإمام

هي طبيبة ومؤثره على مواقع التواصل الاجتماعي، درست الطب في جامعة المنصورة وقررت توعية الناس من خلال قناة على اليوتيوب عرفت باسم " الإسبتالية" وقد حققت القناة نجاح كبير، حيث وصل عدد المتابعين للقناة إلى نحو مليون مشترك حيث تركز على موضوعات تتعلق بالطب والصحة العامة. تشارك الدكتورة إيمان في القناة تجاربها الطبية الخاصة ونصائح قيمة حول كيفية تحسين نمط الحياة.

#### ٤- سالي فؤاد

هي متخصصة في مجال الصحة والتغذية وتعمل كأخصائية تغذية، وتقدم استشارات في التغذية الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي، خاصةً للذين يرغبون في إنقاص الوزن أو اتباع أسلوب حياة صحي ومتوازن. هي أيضاً مؤلفة لعدة كتب تناولت فيها موضوعات التغذية الصحية والطعام الصحي. تساهم سالي في تقديم نصائح غذائية على منصات التواصل الاجتماعي مثل إنستغرام ويوتيوب، حيث تشارك متابعيها وصفات صحية وأتباع أسلوب حياة صحي وتحفزهم على ممارسة الرياضة واتباع نمط غذائي متوازن.

#### ٥- د/ سمر شتا

هي صانعة محتوى ومؤثرة في مجالات الجمال واللياقة البدنية، وكذلك تعتبر من أبرز صانعي المحتوى في مجالات العناية بالبشرة والتغذية الصحية. تُعرف سمر شتا بتقديم نصائح للمرأة العصرية حول كيفية تحقيق التوازن بين الحياة الشخصية والصحية، وتركز بشكل خاص على العناية بالجمال من خلال أسلوب حياة صحي.

#### • أداة جمع البيانات:

تعتمد الدراسة على استمارة تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات

#### • تحديد وحدات تحليل المضمون: استخدم البحث الوحدات الآتية:

- الوحدة الطبيعية للمادة الإعلامية: هي مقاطع الفيديو التي يصنعها المؤثرين.
- وحدة الموضوع: للتعرف على طبيعة العادات الصحية التي قدمها المؤثرين.

#### • تحديد فئات التحليل:

- أ- فئة العناصر الشكلية التي اعتمد عليها المؤثرين (مادة فيلمية/ مجسمات/ إنفوجراف/ اللغة المستخدمة/ أخرى)
- ب- فئة مصادر المعلومات التي اعتمد عليها المؤثرين (أبحاث ودراسات/ خبرات سابقة/ مواقع إلكترونية/ وسائل إعلام، مجال التخصص، أخرى)
- ج- فئة أساليب معالجة المؤثرين لمحتوى العادات الصحية (الجمهور المستهدف/ أسلوب مناقشة الموضوع/ معالجة الموضوع/ أخرى)
- د- فئة العادات الصحية في محتوى المؤثرين (عادات غذائية/ عادات بدنية/ عادات نفسية/ عادات جمالية/ عادات سلوكية/ أخرى)
- هـ- فئة الأهداف في محتوى المؤثرين (تقديم معلومات صحية فقط/ تغيير سلوكيات في الحياة/ نصائح طبية من متخصصين/ أخرى)
- و- فئة حجم تفاعل الشباب مع محتوى المؤثرين (إعجاب/ تعليق/ استخدام رموز/ مشاركة/ أخرى)
- ز- فئة الاستمالات الإقناعية المستخدمة (استمالات عقلية/ استمالات عاطفية/ استمالات عقلية وعاطفية معاً/ أخرى)

## • إجراءات الصدق والثبات:

### ١. اختبار الصدق:

تم إجراء اختبار الصدق من خلال:

– تصميم استمارة تحليل المضمون، ومراجعة الدكتور المشرف للتأكد من أنها تقيس ما يجب قياسه وتتناسب مع أهداف الدراسة وتجنب على تساؤلاتها، وللاستفادة من آرائه في تطويرها، وتم إجراء التعديلات وفقاً لذلك.

### ٢. اختبار الثبات:

– للتأكد من ثبات استمارة تحليل المضمون استعانت الباحثة بباحثة أخرى للقيام بتحليل نسبة من العينة بواقع (١٠%) بعد أن تم شرح فئات تحليل المضمون وأداة الترميز للباحثة لمراعاة الدقة عند إجراء الاختبار.

ولحساب الثبات بين الباحثتان تم تطبيق معادلة هولستي

$$Reliability = \frac{2M}{N1+N2}$$

وتعتمد هذه المعادلة بشكل أساسي على النسبة المئوية للتوافق في أحكام القائمين بالتحليل والتكويد، حيث:

M = عدد قرارات التكويد التي يوافق عليها اثنان من القائمين بالتكويد .

N<sub>1</sub> = عدد قرارات التكويد التي يتخذها القائم الأول بالتكويد .

N<sub>2</sub> = عدد قرارات التكويد التي يتخذها القائم الثاني بالتكويد .

وقد ظهرت قيمة معامل الثبات ٠,٨٩، أي أن نسبة الثبات ٨٩%

وقد أجرت الباحثة اختبار لقياس "ثبات الباحثة مع نفسها" من خلال إعادة تحليل عينة فرعية نسبتها (١٠%) تقريباً من حجم العينة الأصلي، وقد بلغت نسبة الثبات في هذه الحالة ٩٤%، وهو ما يؤكد تمتع أداة القياس بدرجة عالية من الثبات؛ مما يتيح الحصول على نتائج ذات مستوى عالٍ من الدقة.

### تاسعاً: حدود البحث:

**الحدود البشرية:** تم تحديد مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي المهتمين بالمجال الصحي.

**الحدود الزمنية:** تم تحديد الفترة من أول يناير ٢٠٢٥ حتى نهايته لتحليل المحتوى الذي يقدمه المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي خلال تلك الفترة.

**الحدود الموضوعية:** تم تحديد الموضوعات المتعلقة بالعادات الصحية.

عاشراً: التعريفات الإجرائية لمفاهيم البحث:

## • مؤثرو مواقع التواصل الاجتماعي Social Media influencers:

هم الأشخاص الذين يمتلكون ١٠ آلاف متابع أو أكثر على أي منصة من منصات التواصل الاجتماعي، وقد يطلق عليهم المدونون أو Video Bloggers أو Social Media

Influencers ويعرف اختصاراً ب (SMI). ويستخدم أغلب هؤلاء المؤثرين المنصات الاجتماعية لإمكانية عرض الفيديوهات والصور المختلفة من خلالها. ويتمتع هذا المؤثر بشهرة كبيرة بين متابعيه وهو الذي جعل من بعض هؤلاء الأشخاص مشاهير في مجالات مختلفة. (أماني رضا، ٢٠١٩، ١٣٣)

وتعرفه الباحثة إجرائياً: بأنه الشخص الذي لديه القدرة على التأثير في أكبر عدد من الناس.

**مواقع التواصل الاجتماعي:** هي شبكات إلكترونية تسمح للمستخدم انشاء موقع خاص به مع إمكانية ربطه بالمواقع الأخرى بهدف التواصل والتعارف وتبادل المعلومات والمقاطع الصوتية والمرئية والمدونات المصغرة. (عبد الكريم بكار، ٢٠١٧، ٩)

وتعرفها الباحثة إجرائياً: بأنها المنصات الإلكترونية التي تسمح للمؤثرين ومتابعيهم بالتواصل والتفاعل عبر الشبكة العنكبوتية.

**العادات الصحية:** هي جملة السلوكيات التي تميز الأفراد في الجانب الصحي خاصة التي تتعلق بالنواحي الغذائية والوقاية من الأمراض إلى جانب السلوكيات المتعلقة بالنوم. (مكي بابكر، ٢٠١٨، ٨٨)

وتعرفها الباحثة إجرائياً: بأنها كافة الأنماط والممارسات والسلوكيات المرتبطة بالصحة بشكل عام، وتشمل العادات الغذائية في تناول الأغذية الصحية، والعادات البدنية في ممارسة الأنشطة الرياضية والسلوكيات المرتبطة بالعمل والنظافة الشخصية، والبعد عن التدخين والخمور وتعاطي المخدرات.

**نتائج البحث:**

(ن = ٥٠)

أولاً: الإجابة على التساؤلات الخاصة بالشكل (كيف قيل):

١. العناصر الشكلية التي اعتمد عليها مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي المهتمين بالعادات الصحية.

جدول (٣)

يوضح العناصر الشكلية لمحتوى المؤثرين

العناصر الشكلية	ك	%	الوزن النسبي
اللغة العامية	٥٠	١٠٠	٤٣,٨٦
الكتابة أسفل الشاشة	٤٠	٨٠	٣٥,٠٩
مادة فيلمية	١٣	٢٦	١١,٤٠
انفوجراف	١١	٢٢	٩,٦٥
المجموع = ١١٤	ن = ٥٠		١٠٠

تشير بيانات الجدول رقم (٣) إلى التالي:

جاءت "اللغة العامية" في مقدمة العناصر الشكلية التي اعتمد عليها مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي المهتمين بالعادات الصحية؛ حيث تكرر ظهورها في جميع المقاطع عينة البحث التحليلية بنسبة (١٠٠%)، وبنسبة (٤٣,٨٦%) من إجمالي العناصر الشكلية المستخدمة،

تلاها الكتابة أسفل الشاشة حيث تكرر ظهورها في (٤٠) من المقاطع عينة البحث التحليلية بنسبة (٨٠%)، وبنسبة (٣٥,٠٩%) من إجمالي العناصر الشكلية المستخدمة، ثم مادة فيلمية حيث تكرر ظهورها في (١٣) من المقاطع عينة البحث التحليلية بنسبة (٢٦%)، وبنسبة (١١,٤٠%) من إجمالي العناصر الشكلية المستخدمة، ثم انفوجراف في نهاية الترتيب؛ حيث تكرر ظهوره في (١١) من المقاطع عينة البحث التحليلية بنسبة (٢٢%)، وبنسبة (٩,٦٥%) من إجمالي العناصر الشكلية المستخدمة، ويفسر ذلك شيوع استخدام اللغة العربية العامية؛ حيث أنها الأقرب إلى الفهم والاستيعاب، كذلك شيوع استخدام أغلب صناعات المحتوى حتى من غير المؤثرين للبرامج التي تعمل على تحويل الصوت إلى كتابة بشكل تلقائي إلا أن "سالي فؤاد" هي الوحيدة التي لم تعتمد على هذه التقنية، أما ما يخص المادة الفيلمية فقد اعتمدت عليها الدكتورة "سمر شتا" في بعض حلقاتها مثل حلقة كبسولات الطحالب البحرية لعرض الطحالب البحرية بشكلها الطبيعي وفي بيئتها الطبيعية، وحلقة ممارسة الرياضة حتى تكون مثل مصارع السومو لعرض لقطات لمصارع السومو، وحلقة حقنة فيتامين د لعرض تأثير نقص فيتامين د على الجسم، أما الدكتورة "إيمان الإمام" فقد اعتمدت على المادة الفيلمية في جميع حلقاتها، وفيما يخص الانفوجراف فقد اعتمدت عليه الدكتورة "سمر شتا" في حلقة واحدة وهي حلقة الصيام المتقطع لعرض شكل يوضح الهرمونات التي تستفيد من عملية الصيام المتقطع، أما الدكتورة "إيمان الإمام" فقد اعتمدت على الانفوجراف في جميع حلقاتها، ويفسر ذلك أيضاً أن جميع حلقات الدكتورة "إيمان الإمام" تتخطى العشر دقائق مما يتيح لها عرض المادة الفيلمية والانفوجراف فيها جميعاً وليس للضرورة فقط.

وترى الباحثة أنه كلما اعتمد المؤثر على عناصر أكثر كلما ساعده ذلك على تحقيق أهدافه بنسبة أكبر.

## ٢- ما مصادر المعلومات التي يعتمد عليها مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي المهتمين بالعادات الصحية؟

### جدول (٤)

#### يوضح مصادر المعلومات في محتوى المؤثرين

مصادر المعلومات	ك	%	الوزن النسبي
مجال التخصص	٤٠	٨٠	٦٦,٦٧
خبرات سابقة أو تجارب منقولة	١٠	٢٠	١٦,٦٧
أبحاث ودراسات	١٠	٢٠	١٦,٦٧
المجموع = ٦٠ / ن = ٥٠			١٠٠

### تشير بيانات الجدول رقم (٤) إلى التالي:

جاء "مجال التخصص" في مقدمة مصادر المعلومات التي اعتمد عليها مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي المهتمين بالعادات الصحية؛ حيث تكرر ظهورها في (٤٠) من المقاطع عينة البحث التحليلية بنسبة (٨٠%)، وبنسبة (٦٦,٦٧%) من إجمالي المصادر، تلاها خبرات سابقة أو تجارب منقولة وأبحاث ودراسات حيث تكرر ظهور كل منها في (١٠) من المقاطع عينة البحث التحليلية بنسبة (٢٠%)، وبنسبة (١٦,٦٧%) من إجمالي المصادر، ويفسر ذلك أن جميع المؤثرين في هذا البحث هم من المتخصصين ما عدا "سالي فؤاد" التي

كانت تعمل مقدمة برامج في القنوات الفضائية ثم تركت العمل في القنوات الفضائية ونقلت نشاطها إلى مواقع التواصل الاجتماعي، إلا أن عملها السابق ولقائها بعدد كبير من الخبراء والمتخصصين في مجال التغذية ساعدها في تراكم المعلومات واكتساب الخبرات التي تؤهلها لصنع محتوى خاص بها.

### ٣- ما أساليب معالجة مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي لمحتوى العادات الصحية؟

#### جدول (٥)

يوضح أساليب معالجة المؤثرين لمحتوى العادات الصحية

أساليب المعالجة	ك	%	الوزن النسبي
الجمهور العام	٥٠	١٠٠	٣٣,٣٣
عرض معلومات عن الموضوع	٥٠	١٠٠	٣٣,٣٣
طرح الحلول	٣٤	٦٨	٢٢,٦٧
طرح الأسباب والحلول	١٦	٣٢	١٠,٦٧
المجموع = ١٥٠ /	ن=٥٠		١٠٠

#### تشير بيانات الجدول رقم (٥) إلي التالي:

جاء "الجمهور العام" و"عرض معلومات عن الموضوع" في مقدمة أساليب معالجة مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي لمحتوى العادات الصحية؛ حيث تكرر ظهور كل منها في جميع المقاطع عينة البحث التحليلية بنسبة (١٠٠%)، وبنسبة (٣٣,٣٣%) من إجمالي الأساليب، تلاها "طرح الحلول" حيث تكرر ظهورها في (٣٤) من المقاطع عينة البحث التحليلية بنسبة (٦٨%)، وبنسبة (٢٢,٦٧%) من إجمالي المصادر، ثم "طرح الأسباب والحلول" في نهاية الترتيب؛ حيث تكرر ظهورها في (١٦) من المقاطع عينة البحث التحليلية بنسبة (٣٢%)، وبنسبة (١٠,٦٧%) من إجمالي الأساليب المستخدمة، ويفسر ذلك أن جميع العادات التي تم رصدها في المحتوى عينة البحث هي عادات غذائية أو بدنية أو متعلقة بالصحة النفسية، ولم يتم رصد أي عادة متعلقة بفئة معينة مثل المرأة أو الطفل أو كبار السن، كذلك فإنه لاكتساب أي عادة من العادات الصحية يجب الإشارة إلى فوائد اكتسابها وأضرار إهمالها؛ ومن ثم فإن تكرار عرض معلومات عن الموضوع في جميع الحلقات يعتبر أمراً منطقياً، أما فيما يخص تفوق طرح الحلول عن طرح الأسباب والحلول معاً عند مناقشة الموضوع فربما يعود ذلك إلى الاكتفاء بعرض كم المشكلات التي يمكن حلها بواسطة اكتساب تلك العادات بغض النظر عن أسباب هذه المشكلات، حيث أن معرفة أسباب المشكلة وتفايدها هو أمراً وقائياً قد يمنع حدوث المشكلة وهو ما قد تفعله العادات الصحية أيضاً، ولكن عن وقوع المشكلة يكون الأهم هو معرفة سبل علاجها وهو ما تفعله العادات الصحية بشكل أكبر.

ثانياً: الإجابة على التساؤلات الخاصة بالمضمون (ماذا قيل):

٤- ما أهم العادات الصحية التي يقدمها المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي؟

جدول (٦)

يوضح العادات الصحية في محتوى المؤثرين

العادات الصحية	ك	%
نفسية	٢١	٤٢
بدنية	١٣	٢٦
غذائية	١٠	٢٠
دوائية	٤	٨
جمالية	٢	٤
المجموع	٥٠	١٠٠

تشير بيانات الجدول رقم (٦) إلي التالي:

جاءت العادات "النفسية" في مقدمة العادات الصحية التي يقدمها المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث تكرر ظهورها في (٢١) مقطع من المقاطع عينة البحث التحليلية بنسبة (٤٢%)، تلاها "بدنية" حيث تكرر ظهورها في (١٣) من المقاطع عينة البحث التحليلية بنسبة (٢٦%)، ثم "غذائية" في المرتبة الثالثة؛ حيث تكرر ظهورها في (١٠) من المقاطع عينة البحث التحليلية بنسبة (٢٠%)، ثم "دوائية" في المرتبة الرابعة؛ حيث تكرر ظهورها في (٤) من المقاطع عينة البحث التحليلية بنسبة (٨%)، ثم "جمالية" في نهاية الترتيب؛ حيث تكرر ظهورها في (٢) من المقاطع عينة البحث التحليلية بنسبة (٤%)، ويفسر ذلك أن اثنين من المؤثرين في هذا البحث هم من المتخصصين في الصحة النفسية وهم "د/ياسمين مبارك" و "مايكل ملاك"؛ فجاءت جميع العادات التي أوصوا بها هي عادات نفسية مثل عادات التعامل مع القلق، والتعامل مع نوبات الهلع، وعادات المواجهة، والتعامل مع التوتر، واكتساب الثقة، والتعامل مع الأفكار الصادرة من المخ، والتعامل مع الأخطاء، والحساسية المفرطة، والتعامل مع المشاعر وغيرها، أما فيما يخص العادات البدنية والغذائية فيفسرها أن باقي المؤثرين جاء مجالات اهتمامهم في التغذية والصحة البدنية، وفيما يخص العادات الدوائية فيفسر وجودها في مرتبة متأخرة أن جميع الأطباء والمتخصصين في الغالب لا يوصون بالأدوية كعادة حياتية إلا فيما نذر وعلى فترات متباعدة مثل توصية د/ سمر شتا بكيسولات الطحالب البحرية كونها من مواد طبيعية ليس لها أضرار جانبية وتساهم في تحسين الصحة للبشرة، والشعر، والأظافر، والجهاز الهضمي في حالات الإمساك المزمن، وتنظيف الجهاز التنفسي خاصة للمدخنين، ورفع مستوى المناعة، وضبط هرمون الغدة الدرقية، إضافة إلى أنها مضادة للأكسدة، كما أوصت بحقنة فيتامين د ولكن مرة واحدة كل ستة أشهر، وفيما يخص العادات الجمالية فيفسر وجودها في المرتبة الأخيرة عدم وجود متخصصين تجميل ضمن العينة، إلا أن هذا لم يمنع تواجدها بشكل نهائي؛ حيث أوصت سالي فؤاد بتركيبة من المواد الطبيعية يمثل المداومة عليها حل نهائي لرائحة العرق والتصبغات الجلدية، وكذلك وصفة أخرة من مواد طبيعية أيضاً تستخدم كغسول للفم يمثل المداومة عليه حل نهائي لرائحة الفم الكريهة وتحسين صحة اللثة.

## ٥- ما الأهداف التي سعى المؤثرين إلى تحقيقها؟

### جدول (٧)

يوضح الأهداف التي سعى المؤثرين إلى تحقيقها

الأهداف	ك	%	الوزن النسبي
نصائح طبية	٤٥	٩٠	٦٤,٢٩
تقديم معلومات	١٣	٢٦	١٨,٥٧
تغيير سلوكيات	١٢	٢٤	١٧,١٤
المجموع = ٧٠ / ن = ٥٠			١٠٠

### تشير بيانات الجدول رقم (٧) إلى التالي:

جاءت "النصائح الطبية" في مقدمة أهداف مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي المهتمين بالعدادات الصحية؛ حيث تكرر ظهورها في (٤٥) من المقاطع عينة البحث التحليلية بنسبة (٩٠%)، وبنسبة (٦٤,٢٩%) من إجمالي الأهداف، تلاها تقديم معلومات، حيث تكرر ظهورها في (١٣) من المقاطع عينة البحث التحليلية بنسبة (٢٦%)، وبنسبة (١٨,٥٧%) من إجمالي الأهداف، ثم تغيير سلوكيات في نهاية الترتيب؛ حيث تكرر ظهورها في (١٢) من المقاطع عينة البحث التحليلية بنسبة (٢٤%)، وبنسبة (١٧,١٤%) من إجمالي الأهداف، ويفسر ذلك أنه كما ذكرنا من قبل فإن غالبية المؤثرين في هذا البحث من الأطباء، وبالتالي يكون من المنطقي أن يغلب النصح الطبي على المحتوى الذي يقدمه، كذلك فإن تقديم المعلومات تعتبر جزء من هدف النصح الطبي؛ حيث أن المعرفة وزيادة الوعي تعتبر من مقومات قبول النصيحة، وإن كان تغيير السلوكيات جاءت في نهاية الترتيب ذلك لاعتبارها كانت الهدف المباشر في تلك المقاطع، إلا أن تقديم المعلومات والنصائح الطبية وإن جاءت كأهداف مباشرة في أغلب المقاطع فإن تعديل السلوك واكتساب عادات جديدة هي الأهداف غير المباشرة، أي أنها جميعاً تعتبر أهداف مشتركة والفصل بينهم كان لأغراض الدراسة والبحث فقط.

## ٦- ما حجم تفاعل الشباب مع محتوى مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي المهتمين بالعدادات الصحية؟

### جدول (٨)

يوضح حجم تفاعل الشباب مع محتوى المؤثرين

حجم التفاعل	ك	%
إعجاب	١٨٧٤٤٣	٨١,٥٢
مشاركة	٢٢١٦١	٩,٦٤
تعليق	٢٠٣١٩	٨,٨٤
المجموع	٢٢٩٩٢٣	١٠٠

### تشير بيانات الجدول رقم (٨) إلى التالي:

جاء "الإعجاب" في مقدمة تفاعل الشباب مع مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي المهتمين بالعدادات الصحية؛ حيث تكرر ظهوره (١٨٧٤٤٣) مرة، بنسبة (٨١,٥٢%)، من إجمالي

التفاعل، تلاه "المشاركة" حيث تكرر ظهورها في (٢٢١٦١) مرة، بنسبة (٩,٦٤%) من إجمالي التفاعل، ثم "التعليق" في نهاية الترتيب؛ حيث تكرر ظهوره في (٢٠٣١٩) مرة، وبنسبة (٨,٨٤%) من إجمالي التفاعل، ويفسر ذلك أن الإعجاب هو أسهل أنواع التفاعل بمجرد ضغطة واحدة يتم تسجيل الإعجاب بالمحتوى، أما المشاركة فهي تعبير عن رغبة المستخدم في مشاركة المحتوى بما فيه من معلومات يرى أنها قيمة مع أهله وأصدقائه، أو رغبة منه في توصيل المعلومة لأحد أصدقائه قد يكون يعاني من نفس المشكلة المذكورة في المحتوى، أما التعليق فهو غالباً ما يكون استفسار حول المحتوى المقدم، أو تقديم الشكر لصانع المحتوى على جهوده لذلك فهي تكون الأقل، وقد تفوقت د/سمر شتا في إجمالي التفاعل الذي حصلت عليه، فقد سجل المحتوى الذي قدمته (١٦٨٦٤١) إعجاب و(١٠٠٩٦) مشاركة و(١٠٥٦٠) تعليق، وجاءت د/إيمان الإمام في المرتبة الثانية؛ حيث سجلت (٣٥١٠٠) إعجاب و(٨٣٦٥) مشاركة و(٤٩٩٥) تعليق، وجاءت د/ ياسمين مبارك في المرتبة الثالثة؛ حيث سجلت (٦١٠٩) إعجاب و(١٨٨٠) مشاركة و(٤٠١٨) تعليق، وجاءت سالي فؤاد في المرتبة الرابعة؛ حيث سجلت (٥٤٦٥) إعجاب و(٦٤٨) مشاركة و(٤٢٠) تعليق، وجاء مايكل ملاك في المرتبة الأخيرة، حيث سجل (٢١٢٨) إعجاب و(١١٧٢) مشاركة و(٣٢٦) تعليق.

وبناء على ما سبق ترى الباحثة أنه كلما كان المؤثر أكثر تخصصاً في مجاله كلما كان التفاعل مع محتواه أكبر، وبالتالي فإن احتمالات تأثيره على الجمهور في اكسابهم عادات صحية سليمة تكون أكبر.

#### ٧- ما الاستمالات الاقناعية التي يعتمد عليها المؤثرين بدرجة أكبر؟

جدول (٩)

يوضح الاستمالات الاقناعية التي اعتمد عليها المؤثرين

الاستمالات	ك	%	الوزن النسبي
الاستشهاد بالمعلومات	٥٠	١٠٠	٤٨,٠٧
أرقام واحصاءات	١٢	٢٤	١١,٥٣
بناء نتائج على مقدمات	١١	٢٢	١٠,٥٨
التخويف	١١	٢٢	١٠,٥٨
تكرار المعلومات	١٠	٢٠	٩,٦٢
معاني التوكيد	١٠	٢٠	٩,٦٢
المجموع = ١٠٤ / ن=٥٠			١٠٠

تشير بيانات الجدول رقم (٩) إلي التالي:

جاء "الاستشهاد بالمعلومات" في مقدمة الاستمالات التي اعتمد عليها مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي المهتمين بالعادات الصحية؛ حيث تكرر ظهورها في جميع المقاطع عينة البحث التحليلية بنسبة (١٠٠%)، وبنسبة (٤٨,٠٧%) من إجمالي الاستمالات المستخدمة، تلاها أرقام واحصاءات حيث تكرر ظهورها في (١٢) من المقاطع عينة البحث التحليلية بنسبة (٢٤%)، وبنسبة (١١,٥٣%) من إجمالي الاستمالات المستخدمة، ثم بناء نتائج على مقدمات والتخويف بالتساوي في المرتبة الثالثة حيث تكرر ظهور كل منها في

(١١) من المقاطع عينة البحث التحليلية بنسبة (٢٢%)، وبنسبة (١٠,٥٨%) من إجمالي الاستمالات المستخدمة، ثم تكرار المعلومات ومعاني التوكيد في نهاية الترتيب؛ حيث تكرر ظهور كل منها في (١٠) من المقاطع عينة البحث التحليلية بنسبة (٢٠%)، وبنسبة (٩,٦٢%) من إجمالي الاستمالات المستخدمة، ويفسر ذلك أن بناء الاتجاهات المفسرة للسلوك نحو العادات الصحية أو أي شيء آخر تبدأ بمرحلة المكون المعرفي أي المعلومات والمعرفة والرعي والتي تمثلها هنا استمالات الاستشهاد بالمعلومات والأرقام والاحصاءات وبناء النتائج على مقدمات وتكرار المعلومات وهي الاستمالات العقلية، ثم بعد ذلك المكون الوجداني والذي يمثله هنا استمالات التخويف ومعاني التوكيد وهي الاستمالات العاطفية، ويتضح من هذه النتائج تفوق الاستمالات العقلية على الاستمالات العاطفية، ويبرر ذلك أن العادات المرجوة في محتوى المؤثرين المهتمين بالمجال الصحي قد لا تكون محببة، أو تحتاج إلى مشقة في اكتسابها، ومن ثم تكون الاستمالات العقلية هي الأجدى والأكثر تأثيراً في زيادة فعالية دور المؤثرين في توعية الشباب بالعادات الصحية.

#### مناقشة أهم النتائج:

١. تعتبر النتيجة الأهم في هذا البحث هي أنه كلما كان المؤثر أكثر تخصصاً في مجاله كلما كان التفاعل مع محتواه أكبر، وبالتالي فإن احتمالات تأثيره على الجمهور في اكتسابهم عادات صحية سليمة تكون أكبر.
٢. انفتحت نتائج البحث التي تمثلت في الاعتماد على اللغة العامية في مقدمة العناصر الشكلية التي اعتمد عليها مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي المهتمين بالعادات الصحية، وكذلك حجم التفاعل بين الجمهور والمؤثرين مع مفهوم نظرية ثراء الوسيلة التي جاء فيها أن الوسائط الإعلامية التي تستخدم التقنية الإلكترونية تحتل مكانها بين طرفين، هما الاتصال المباشر وجهاً لوجه، ووسائل الاتصال الورقية، وذلك اعتماداً على قدرتها في حمل الإشارات غير اللفظية وسرعة نقل رجع الصدى وإمكانية نقل السمات الشخصية للمرسل بشكل واضح بالإضافة إلى دعمها استخدام اللغة البسيطة.
٣. الاعتماد على تعدد العناصر الشكلية في صناعة المحتوى الإعلامي مثل استخدام الانفوجراف، والمواد الفيديوية، وكتابة ما يقال في أسفل الشاشة جميعها تمثل ثراء للوسيلة المحببة في العصر الراهن للشباب، ويعد استخدام أمثل لإمكانات الوسيلة، وهو ما يدل على فاعلية توظيف الإطار النظري في هذا البحث.
٤. تعدد العادات الصحية التي ظهرت في نتائج البحث سواء كانت "النفسية" أو "البدنية" أو "الغذائية" أو "الدوائية" أو "الجمالية" يدل على التنوع في اهتمامات المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي بالعادات الصحية.
٥. أظهرت النتائج تفوق الاستمالات العقلية على الاستمالات العاطفية، ويبرر ذلك أن العادات المرجوة في محتوى المؤثرين المهتمين بالمجال الصحي قد لا تكون محببة، أو تحتاج إلى مشقة في اكتسابها، ومن ثم تكون الاستمالات العقلية هي الأجدى والأكثر تأثيراً في زيادة فعالية دور المؤثرين في توعية الشباب بالعادات الصحية.

## التوصيات:

١. ضرورة اهتمام المؤثرين بتنوع مصادر المعلومات ما بين الكتب والمجلات العلمية والأبحاث والدراسات والتجارب العملية التي من شأنها أن ترفع من مصداقية المحتوى، إضافة إلى إمكانية مساهمتها في دفع المستخدمين إلى البحث والقراءة والرجوع إلى المصادر الأصلية للاستفادة من حصيلة المعلومات.
٢. ضرورة اهتمام المؤثرين عند معالجتهم للموضوعات الصحية من رفع مستوى التفاعل من جانبهم من خلال الرد على الاستفسارات، واستطلاع آراء المستخدمين حول الموضوعات التي تشبع حاجاتهم، والتي من شأنها أن ترفع من معدلات تعرض المستخدمين لهذا المحتوى، وجعل مستوى الاتصال في اتجاهين ليس في اتجاه واحد.
٣. ضرورة اهتمامات مؤسسات التنشئة مثل المدارس والجامعات والأندية ومراكز الشباب بعقد ندوات يتم فيها استضافة هؤلاء المؤثرين لإلقاء بعض المحاضرات حول التوعية الصحية؛ حيث أن هذا النوع من الاتصال يكون أكثر فعالية.
٤. ضرورة اهتمام المؤسسات الصناعية الكبرى التي تضم عدد كبير من العمال من المستويات التعليمية المنخفضة بعقد ندوات يتم فيها استضافة هؤلاء المؤثرين لإلقاء بعض المحاضرات حول التوعية الصحية؛ حيث أنه ما زال هناك أمية تكنولوجية منتشرة بين هذه الفئات.

## المراجع:

### أولاً: المراجع العربية:

١. أماني رضا عبد المقصود، (٢٠١٩)، " دور مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اهتمامات المتابعين تجاه أنماط الحياة اليومية" *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*، ٢٦، ع، جامعة القاهرة.
٢. شيرين كامل (٢٠٢٤)، تعرض الجمهور المصري لمقاطع فيديو مدوني الطعام عبر وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقته بالعادات الغذائية لديهم، *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون*، ٢٩٤، ج ١.
٣. صلاح محمد عبد الحميد (٢٠٠٤) *الإعلام الجديد*، القاهرة، عالم الكتب.
٤. عبد الكريم بكار (٢٠١٧) *أولادنا ووسائل التواصل الاجتماعي*، الرياض، دار وجوه للنشر والتوزيع.
٥. مكي بابكر (٢٠١٨) بعض العادات الصحية لدى طالبات كلية التربية وعلاقتها بالتوافق النفسي، *مجلة كلية التربية الأساسية للعلوم التربوية والإنسانية*، جامعة بابل.
٦. نجلاء حسن (٢٠٢١) العلاقة بين الاعتماد على المواقع الإلكترونية الصحية وأنماط السلوك الصحي لدى المرأة المصرية، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام والاتصال*، ٣٥٤.

### ثانياً: المراجع الأجنبية:

1. Alan R.Dennis, Susan T.Kinney, (1998) *Testing Media Richness theory in the New Media: The Effects of Cues, Feedback, and Task Equivocality Information Systems Research* Vol.9, NO. 3.
2. Anin Sulaiman, M.Muzamil & Nayshbbaanai. (2014) *Social media dynamism, issues and challenge*, chapter 7, media richness theory for social media, Research opportunities and challenges.
3. Crystal R. Smit, Laura Buijs, Thabo J. van Woudenberg, Kirsten E. Bevelander, and Moniek Buijzen (2019), *The Impact of Social Media Influencers on Children's Dietary Behaviors*, Behavioural Science Institute, Radboud University, Nijmegen, Netherlands, *Frontiers in Psychology* | [www.frontiersin.org](http://www.frontiersin.org), Accessed on: 16/1/2025. at: 11:20 a.m.
4. Frans Folkvord, and Manouk de Bruijne, (2022) *The Effect of the Promotion of Vegetables by a Social Influencer on Adolescents' Subsequent Vegetable Intake: A Pilot Study*, *International Journal of Environmental Research and Public Health*, [www.mdpi.com/journal/ijerph](http://www.mdpi.com/journal/ijerph), Accessed on: 16/1/2025. at: 1:40 p:m.
5. John Powell (2024) The impact of social media influencers on health outcomes: Systematic review , *Nuffield Department of Primary Care Health Sciences, Medical Sciences Division, University of Oxford, Woodstock Road, Oxford, OX2 6GG, UK*, journal homepage: [www.elsevier.com/locate/socscimed](http://www.elsevier.com/locate/socscimed), Accessed on: 15/1/2025. at: 8:05 P:m
6. Julia Durau , Sandra Diehl and Ralf Terlutter (2022) *Motivate me to exercise with you: The effects of social media fitness influencers on users' intentions to engage in physical activity and the role of user gender*, *Digital Health*, Volume 8: 1–17, © The Author(s), Article reuse guidelines: [sagepub.com/journals\\_permissions](http://sagepub.com/journals_permissions), DOI: 10.1177/20552076221102769, [journals.sagepub.com/home/dhj](http://journals.sagepub.com/home/dhj). Accessed on: 15/1/2025. at: 10:35 P:m
7. Ned Kocj, (2005) Richness or Media Naturalness? The Evolution of our Bidegical communication Apparatus and its Influence on our Behavior towards E.communication tools, *IEEE transaction on professional communication*, vol.48, NO.2.
8. Steffi De Jans a, Ines Spielvogel b, Brigitte Naderer c, Liselot Hudders a (2021) Digital food marketing to children: How an influencer's lifestyle can stimulate healthy food choices among children, *Journal of Business Research*, <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0195666321000908#preview-section-abstract>. Accessed on: 15/1/2025. at: 9:15 P:m