

أثر آراء المؤثرين الاجتماعيين في تكوين الرأي العام لدى الشباب

إعداد:

طلاب تمهيدي ماجستير برنامج صحافة إخبارية 2023-2024

كلية الإعلام - جامعة بني سويف

إشراف/

أ.م.د. /فاطمة فايز

رئيس قسم الصحافة - أستاذ الإعلام الرقمي المساعد

كلية الإعلام - جامعة بني سويف

The Impact of Social Media Influencers on Shaping Public Opinion Among Youth

Prepared by:

Students of the Pre-Master's Program in News

Journalism 2023-2024

Faculty of mass communication

Beni Suef University

ملخص:

تتمحور الدراسة حول فهم تأثير آراء المؤثرين الاجتماعيين على الشباب وكيفية تشكيل هذه الآراء الصورة الذهنية لديهم تجاه القضايا العامة. كما تعكس الدراسة التحدي الذي يواجهه الشباب بسبب التأثير الهائل الناجم عن وسائل التواصل الاجتماعي والإعلام، مما يؤثر على مواقفهم الاجتماعية والسياسية. من خلال استهداف المؤثرين الاجتماعيين كعينة أساسية، يسعى البحث لفهم كيفية تفاعل الشباب مع آراءهم وكيف يتشكل تأثيرهم عليهم، مما يُظهر أهمية فهم هذه الديناميات لتعزيز التواصل الفعال بين الأجيال، حيث تسعى الدراسة إلى معرفة أثر آراء المؤثرين الاجتماعيين في تشكيل الصورة الذهنية لدى الشباب وفهم العمليات المعقدة بين هذه الآراء وأفكارهم واتجاهاتهم تجاه قضايا الرأي العام.

الكلمات المفتاحية: المؤثرين الاجتماعيين -الرأي العام- الشباب

Abstract

The study revolves around understanding the impact of social influencers' opinions on youth and how these opinions shape their mental image towards public issues. It also reflects the challenge faced by youth due to the significant influence of social media and the media, which affects their social and political positions.

By targeting social influencers as a key sample, the research seeks to understand how youth interact with their opinions and how their influence shapes them, highlighting the importance of understanding these dynamics to enhance effective communication between generations.

The study aims to understand the impact of social influencers' opinions on shaping the mental image of youth and comprehending the complex processes between these opinions and their ideas and attitudes towards public opinion issues.

Keywords: Social influencers – Public opinion – Youth

مقدمة:

في عصر التقدم التكنولوجي الحديث والتواصل الاجتماعي المنتشر، أصبح هناك دور لوسائل الإعلام والمؤثرين الاجتماعيين في تشكيل آراء الشباب وتوجيه معتقداتهم تجاه القضايا المختلفة.

يعتبر هذا الموضوع موضوعاً في غاية الأهمية لدراسته، حيث تعدد الآراء والاتجاهات وتتأثر بتدفق المواقف والآراء من خلال وسائل التواصل الاجتماعي والمؤثرين الاجتماعيين.

هدف هذا البحث هو معرفة تأثير آراء المؤثرين الاجتماعيين في تشكيل الصور الذهنية لدى الشباب تجاه القضايا العامة؛ من خلال تحليل كيفية تأثير الآراء في تشكيل الاتجاهات والمواقف عند، وايضاً دراسة المتغيرات المؤثرة في معرفتهم لهذه الآراء وأثرها على السلوك والمشاركة المجتمعية لدى الشباب. سوف نقوم بتسليط الضوء على هذا الموضوع، نطمح إلى فهم أعمق لآلية الإعلام ودور المؤثرين الاجتماعيين في تشكيل الرأي العام وتوجيهات الشباب، وبالتالي سوف نقدم توصيات وافتراضات تعزيز فهمنا لهذه الديناميات وتشكل الجهود المستقبلية نحو تعزيز التواصل الجيد والبناء بين أجيال المستقبل.

مشكلة الدراسة:

تتمحور مشكلة الدراسة في تعرض الشباب لتأثير ضخم من خلال المؤثرين الاجتماعيين عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة والإعلام، مما يؤثر بصورة هائلة على توجيه صورتهم الذهنية وتشكيل مواقفهم تجاه القضايا العامة. يشير هذا الأثر أسئلة حول طبيعة الصور الذهنية ومدى تأثيرها على السلوك المواقف الاجتماعية والسياسية للشباب.

لذلك، تسعى الدراسة إلى معرفة أثر آراء المؤثرين الاجتماعيين في تشكيل الصورة الذهنية

لدى الشباب وفهم العمليات المعقدة بين هذه الآراء وأفكارهم واتجاهاتهم تجاه قضايا الرأي العام.

هذه الصيغة تعكس الهدف الأساسي للدراسة والصعوبات التي قد تواجهها في معرفة التأثير والتفاعل بين آراء المؤثرين الاجتماعيين والشباب في صياغة الصور الذهنية وتوجيه المواقف. تم انتقاء العينة المؤثرة على الشباب، وهم المؤثرين الاجتماعيين، لعدة أسباب هامة؛ أولها إن المؤثرين الاجتماعيين يمتلكون القدرة الكبيرة على تغيير وتشكيل آراء الشباب وتوجيههم نحو القضايا المختلفة.

ثانيًا، يعتبر الشباب أهم جزء من جمهور المؤثرين الاجتماعيين، مما يجعل فهم تأثيرهم عليهم أمرًا في غاية الأهمية لفهم الطبيعة الاجتماعية والثقافية لهذه المرحلة العمرية. بالإضافة إلى ذلك، يتفاعل الشباب بشكل أكبر مع المؤثرين الاجتماعيين عبر منصات التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية المختلفة، مما يعزز التأثير عليهم بشكل أكثر فاعلية.

أهداف الدراسة:

1. معرفة تأثير وسائل الإعلام والمنصات الاجتماعية المختلفة في تشكيل الرأي العام لدى الشباب.
2. تحليل الدور الذي يلعبه المؤثرين الاجتماعيين في نقل الآراء والأفكار ونقلها للشباب.
3. دراسة كيف يتم استجابة الشباب لآراء المؤثرين الاجتماعيين وكيف يؤثر ذلك على تشكيل معتقداتهم الذهنية.
4. تقصي تأثير هذه الاتجاهات على السلوك العام للشباب ومشاركتهم في الحياة المجتمعية.
5. استكشاف المتغيرات المؤثرة لقبول الشباب للآراء المختلفة للمؤثرين الاجتماعيين وتأثيرها على معتقداتهم وأفكارهم.

6. معرفة العلاقة بين وجهة نظر المؤثرين الاجتماعيين واتجاهات الرأي العام لدى الشباب في سياق المتغيرات الثقافية والاجتماعية الموجودة.

تساؤلات الدراسة:

1. ما مدى تأثير الشباب الجامعي وحديثي التخرج بآراء المؤثرين الاجتماعيين؟
2. هل تؤثر آراء المؤثرين الاجتماعيين في صنع القرار لدى فئة العينة؟
3. ما مدى حيادية وموضوعية المؤثرين الاجتماعيين في تناول القضايا المعروضة اجتماعياً.

أهمية الدراسة:

1. فهم تأثير المؤثرين الاجتماعيين في تشكيل الصور الذهنية للشباب؛ مما يساعد في فهم الديناميكيات الثقافية الرائدة وأثرها على الفرد والمجتمعات.
2. يساعد في معرفة مدى تأثير المؤثرين الاجتماعيين في توجيه الرأي العام والدور الرئيسي في صنع القرار وتغيير الاهتمامات العامة نحو القضايا المختلفة.
3. توجيه السياسة العامة والبرامج التوعوية والتثقيفية لتنمية الوعي الاجتماعي حول قضايا الرأي العام.
4. إن فهم أثر المؤثرين الاجتماعيين يمكن أن يعزز للشباب المشاركات المدنية والاجتماعية والثقافية والسياسية؛ مما يساهم في تنفيذ التغييرات الاجتماعية المطلوبة.

الإطار النظري:

الموجه النظري لهذا البحث نموذج تفسيري مستمد من مقولات نظرية الاستخدامات والإشباعات والتي نشأت خلال الأربعينيات من القرن العشرين وأوضح دينيس ماكوبيل كما ورد في الطرابيشي والسيد 2006: ص (241) في مناقشته لنظرية الاستخدامات والإشباعات أن أهم ما تقوم عليه هذه النظرية هو الخلفية الاجتماعية للفرد وطبيعة التجربة

الاتصالية لديه ودرجة توقعاته مسبقاً بين الإشباعات المتوقعة وبين الإشباعات التي لم تتحقق نتيجة استخدام وسائل الاتصال.

وتركز نظرية الاستخدامات والإشباعات على الأهداف التالية:

(1) تفسير وتحليل كيفية استخدامات الجمهور لوسائل الإعلام المختلفة لإشباع حاجاتهم وتوقعاتهم.

(2) التعرف على دوافع وأنماط وخصائص تعرض الجمهور لوسائل الإعلام.

(3) معرفة حقيقة الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام المختلفة من خلال قياس النتائج المترتبة على التعرض لتلك الوسائل.

وتقوم نظرية الاستخدامات والإشباعات على مجموعة من الفروض (الطرايشي والسيد 2006)

(1) الجمهور المستخدم للوسائل الإعلامية هو جمهور نشط واستخدامه لوسائل الإعلام هو استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة.

(2) يختار الفرد الوسيلة الإعلامية التي تلي احتياجاته، وذلك يؤكد وجود علاقة بين إشباع حاجة معينة واختيار الفرد وسائل إعلامية معينة.

(3) تتنافس الوسائل الإعلامية مع المصادر الأخرى لإشباع حاجات الأفراد، وهذا ما عبر عنه كلاير بتأثيرات العوامل الوسيطة.

فروض النظرية:

تقوم النظرية على خمسة فروض هي:

(1) أن الجمهور بكافة أفراده يعتبر عنصراً فعالاً ومشاركاً في عملية الاتصال الجماهيري، يستخدم وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة.

- (2) يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور وفق عوامل الفروق الفردية والتفاعل الاجتماعي.
- (3) يختار أعضاء الجمهور المضامين الإعلامية التي تشبع حاجاتهم، وان وسائل الاتصال تتنافس مع مصادر أخرى في تلبية هذه الحاجات.
- (4) للجمهور القدرة على تحديد دوافع تعرضهم وحاجاتهم التي يسعون لتلبيتها لذا فهم يختارون الوسائل المناسبة لإشباع هذه الحاجات.
- (5) يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة في المجتمع من خلال استخدام الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال الرسائل الإعلامية فقط.

أهداف نظرية الاستخدامات والاشباع:

التعرف على كيفية استخدام الجمهور لوسائل الإعلام بافتراض أنه جمهور نشط واع، يختار الوسيلة التي تشبع احتياجاته الكشف عن حقيقة دوافع الاستخدام لوسيلة اتصال جماهيري دون أخرى، والفهم العميق والغوص في عمق عمليات الاتصال.

التطبيق العملي للنظرية

تعد نظرية الاستخدامات والاشباع من المداخل النظرية للدراسة

- حيث يتم دراسة أثر المؤثرين الاجتماعيين على آراء الشباب الجامعي وتكوين الصورة لديهم (أثر آراء المؤثرين الاجتماعيين في تكوين الصورة الذهنية لدى الشباب تجاه قضايا الرأي العام) للتعرف على مدى الاستخدامات والاشباع بها.
- درس العلاقة بين الاستخدامات والاشباع (المؤثرين الاجتماعيين) ومدى تأثيرها على تكوين الصورة الذهنية تجاه قضايا الرأي العام.

الدراسات السابقة:

تعددت الدراسات والبحوث العلمية والعربية والأجنبية التي تناولت آراء المؤثرين الاجتماعيين وتأثيراتها المختلفة على الشباب كما تناولت العديد من الدراسات تكوين الصورة الذهنية لدى الشباب تجاه قضايا الرأي العام بالإضافة إلى تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي عامتها على توجهات وآراء الشباب ولذلك نقترح تصنيف هذا البحث الى المحاور الآتية:

المحور الأول: آراء المؤثرين الاجتماعيين والتأثير على الشباب

المحور الثاني: تكوين الصورة الذهنية لدى الشباب تجاه قضايا الرأي العام

المحور الثالث: مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها

المحور الأول (آراء المؤثرين الاجتماعيين والتأثير على الشباب)

١- دراسة فاطمة جاد الرب عباس يوسف لسنة 2024

تهدف هذه الدراسة إلى توضيح الدور المؤثر الذي تلعبه وسائل التواصل الاجتماعي، وتحديدًا فيسبوك وتويتر، كأدوات فعالة في خلق توجه عام وتعزيز الترابط فيما بين مستخدمي تلك المنصات. لقد ساهم الدمج بين منهج علم المدونات ونظرية التقييم لمارتين ووايت (2005) في تحديد التوجه المشترك لمستخدمي تلك المنصات، والذين يطمحون لجعل أصواتهم ذات تأثير وجذب مزيد من المؤيدين لهم من أصحاب الاهتمامات المماثلة لتكوين مجتمع من القيم المشتركة. تستخدم الدراسة برنامج (Antconc) نسخة 3.5.9 لتحليل بعض المنشورات والتغريدات المأخوذة من كلاً من فيسبوك وتويتر، والتي يبلغ عددها 2037، وتم تداولها خلال الفترة من 21 يناير إلى 27 فبراير 2023، فيما يتعلق بواقعة حرق القرآن التي حدثت في السويد في 21 يناير 2023. تُركز الدراسة على مجموعة من التعبيرات الأكثر تكراراً والتي قام مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي بوصفها باستخدام بعض القيم والمصطلحات التي توضح توجههم العام.

واستنتجت الدراسة أن خطاب الكراهية الذي يُبث عبر وسائل التواصل الاجتماعي يُمكن أن يؤدي إلى جرائم كراهية في الواقع، ومن ثم استخدمت الدراسة الكثير من التعبيرات السلبية التي تُعبر عن رفض مستخدمي تلك المنصات الخلط بين خطاب الكراهية ومفهوم حرية التعبير.

٢- دراسة نادية جمال الدين حسن محمد لسنة 2023

والتي اعتمدت على النمط الوصفي وتهدف إلى الكشف عن تأثير تكنولوجيا الاتصال الرقمي على الهوية الثقافية للشباب، وهي أنسب أنواع الدراسات لتحقيق أهداف الدراسة الحالية. ولتحقيق ذلك انتهج الباحث منهج المسح الاجتماعي بالعينة، معتمداً على أداة الاستبيان لتحقيق ذلك مطبقة على الشباب المترددين على مقاهي الإنترنت بمحافظة القاهرة، وتمثلت عينة البحث في الاعتماد على أسلوب كرة الثلج، وذلك لأنه من أساليب العينات غير الاحتمالية والتي تستخدم في حالة عدم معلومية مجتمع الدراسة، طبقت الدراسة على عينة من الشباب في الفئة العمرية (18-29) من مرادي مقاهي الإنترنت بلغ قوامها (179) مفردة، وتمثلت أهم نتائج البحث في: أنه جاء أكبر تأثير لاستخدام تكنولوجيا التواصل الرقمي على الهوية الثقافية للشباب على العادات والتقاليد، يليها في التأثير على الهوية العربية، وأقلهم في التأثير على اللغة العربية. كما أكدت نتائج البحث على وجود تأثير موجب مباشر دال إحصائياً عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لتكنولوجيا التواصل الرقمي على الهوية الثقافية للشباب. وأن هناك علاقة طردية دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين استخدام الشباب لتكنولوجيا التواصل الرقمي وبعض المتغيرات الاجتماعية. (الحالة التعليمية - ومستوى الدخل). كما أكدت نتائج البحث على وجود فروق دالة إحصائياً في استخدام تكنولوجيا التواصل الرقمي عند مستوى معنوية

($\alpha \leq 0.05$) بين الشباب الذكور والإناث، لصالح الذكور". بمعنى أن الشباب الذكور أكثر استخداماً لتكنولوجيا التواصل الرقمي عن الإناث.

٣- بحث د. جواهر بنت صالح الخمشي لسنة 2023

هدفت الدراسة إلى معرفة دوافع استخدام الشباب السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي، وترتيب شبكات التواصل الاجتماعي المفضلة لديهم، ونوعية مشاركتهم اليومية لشبكات التواصل الاجتماعي، وكذلك التعرف على الآثار الإيجابية والسلبية لشبكات التواصل الاجتماعي عليهم. واستخدمت الدراسة المسح الاجتماعي بأسلوب العينة باستخدام أداتي الاستبانة والمقابلة، وذلك باستخدام استبيان إلكتروني على عينة عشوائية بسيطة متعددة المراحل من طلبة الجامعات قوامها 4270، عينة قصدية من فئة الشباب غير المنتمين للجماعات، عينة قصدية من فئة المختصين في المجالات: الاجتماعي والنفسي والاقتصادي والإعلامي والقانوني، وبعد جمع البيانات وتحليلها أظهرت النتائج أن أكبر دافع لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي هو توفير التسلية والمتعة، والتحدث مع الأصدقاء، والمساعدة على شغل وقت الفراغ، والاستفادة من المواد العلمية المنشورة، ومتابعة يوميات الأصدقاء والمعارف، وتبين أن شبكات التواصل الاجتماعي المفضلة هي واتساب ويوتيوب، وتمثلت نوعية المشاركة على شبكات التواصل الاجتماعي في الاكتفاء بوضع علامة الإعجاب، والرد على الأسئلة، والمشاركة بالرموز التفاعلية للتعبير عن الرأي، والتجاوب السريع بإرسال بعض المحتويات للآخرين، والتعليق على مقاطع الفيديو والصور، والتفاعل مع المجموعات. كما أظهرت نتائج الدراسة أن من الآثار الإيجابية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي تنوع مصادر الحصول على المعلومة، وزيادة الوعي في العديد من مجالات الحياة، وزيادة الاطلاع على قضايا المجتمع، والتعرف على المختصين في بعض مجالات الحياة وعلى المناطق المحلية، والتخفيف من ضغوط الحياة، والمساعدة في حلّ بعض

المشكلات، واكتساب مهارات جديدة في الحياة، وخوض تجارب جديدة، واكتساب سلوكيات جديدة، والإلمام ببعض القضايا، والشغف بمعرفة كل جديد، وتعزيز الهوية الوطنية، وتطوير الشخصية، في حين تمثلت الآثار السلبية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الشعور بالاستياء عند مشاهدة أشخاص يتحدثون ويتصرفون بطرق مخالفة للقيم الإسلامية، وفي تسببها في ضياع الوقت .

٤- دراسة رانيا رمزي حليم يناير 2022

تهدف الدراسة إلى التعرف على دور المؤثرين الاجتماعيين في الحياة اليومية للشباب الجامعي عن طريق معرفة أسباب إنتشار ظاهرة المؤثرين الاجتماعيين بين الأوساط الشبابية والبحث عن طبيعة القضايا والموضوعات المفضلة عند الشباب فيما يقدمه المؤثرين والوقوف على الانعكاسات الاجتماعية المترتبة على متابعة الشباب الجامعي للمؤثرين.

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية واعتمدت على أسلوب المسح الاجتماعي بالعينة، واعتمدت على الاستبيان الإلكتروني (Web questionnaire) كأداة لجمع البيانات وتم وضع رابط الاستبيان على موقع الفيسبوك والواتس آب في شهر أكتوبر 2021، ونظراً لاتساع مجتمع الدراسة فقد اعتمدت الباحثة على عينة كرة الثلج " الشبكية " ، وقد بلغ عدد مفردات العينة 562 مفردة .

وقد كشفت الدراسة عن تنوع دوافع متابعة الشباب لمواقع المؤثرين ما بين دوافع طقوسية مثل التسلية والترفيه والمتعة والاسترخاء، تضييع الوقت بسبب الفراغ، الهروب من المشكلات الحياتية اليومية، الرغبة في السفر لأجمل الأماكن حول العالم، الصداقة والألفة مع الانفلونسر، التعرف على الذات.

ودوافع نفعية مثل الرغبة في الحصول على معلومات جديدة (علمية - تاريخية - دينية - طبية - غذائية - عملية)، واكتساب خبرات حياتية ومعرفة عامة بمشاهدة المنشورات، وتعلم أشياء محددة، وإيجاد فرص عمل.

وتوصلت الدراسة إلى التعرف على كيفية استخدام فئة الشباب لمواقع المؤثرين حيث اتضح أن الشباب جمهوراً نشطاً يستطيع أن يختار ويستخدم ويتابع منصات المؤثرين بطريقة تشبع حاجاته وتلبي توقعاته ورغباته، كما اتضح وجود علاقة بين خصائص مرحلة الشباب التي تتميز بالنشاط والرغبة في اكتساب الجديد من المعارف والمهارات وبين الإشباع المتحققة من متابعة صناع المحتوى من بناء المعارف

(المعلومات الجديدة) واكتساب الخبرات الحياتية وتعلم المهارات وتكوين وتغيير الاتجاهات وتوجيه السلوكيات واتخاذ القرارات وتسويق المنتجات والخدمات.

٥- دراسة خراب محمد زكريا 2022

تهدف الدراسة إلى استنباط طبيعة العلاقة بين المؤثرين الاجتماعيين وجمهور المتابعين، باعتبارها أهم الإشكاليات البحثية خصوصاً بعدما أضحى للمؤثرين مكانة اجتماعية واسعة بالنسبة لشركات الاتصالات الحديثة والمعلنين وقنوات الإعلام التقليدية، نظراً لمهارتهم في مخاطبة الجمهور وإقناعه بدعم مختلف الأفكار والمنتجات الاستهلاكية التي يروجون لها بصرف النظر عن بعدها القيمي. وهذا من خلال الاعتماد على "المنهج العقلي المنطقي الاستنباطي" في تفحص عينة من الكتابات العلمية والصحفية التي سعت إلى تفسير هذه الظاهرة، وقد توصلت النتائج إلى تكاملية العلاقة بين المؤثرين الاجتماعيين وجمهور المتابعين، مع ترجيح قوة الأخير لعوامل تقنية محضة.

٦- دراسة (Iuliia Shmalenko, Natalia Yeftieni, Inna Semenets-Orlova) 2021

يهدف البحث إلى محاولة التركيز على دراسة تأثير مؤثري وسائل التواصل الاجتماعي على شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الأجندة السياسية وتم تحديد المشاكل والاتجاهات الرئيسية لاستخدام إمكانات الشبكات الاجتماعية لتشكيل الرأي العام بالإضافة إلى التأكيد على أن الموقف العام والمدني النشط يخلق ظروفًا مواتية لتكوين الصفات القيادية لمؤثري الفكر الحديث، ومهارات التفاعل الفعال مع الجمهور المستقطب. ويتم التأكيد على أن الفضاء الافتراضي يخلق فرصًا للإعلان عن موقف الفرد، والاتفاق والتوحد حول الآراء المشتركة، ويزيد من فرص إشراك الناس في مختلف الأنشطة والفعاليات، والمشاركة في المناقشات حول القضايا الاجتماعية الراهنة. وولفت الانتباه إلى حقيقة أنه في ظروف التطور النشط ونشر الشبكات الاجتماعية، يتناقص دور وسائل الإعلام التقليدية، مما أدى إلى ظهور أنظمة الوسائط الهجينة. يتم تحليل تصور رسائل المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي. ويتم التأكيد على أنه مع توسع جمهور مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي، فإن المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي لديهم فرص أكبر لطرح وتعزيز ودعم الموضوعات التي تهيمن على الخطاب السياسي، وبالتالي التأثير على تصرفات المواطنين والخطاب السياسي للسياسيين والقرار السياسي العام.

٧- دراسة (Hanan Ezzat) 2020

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة العلاقة بين المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي والهوية الإلكترونية للشباب المصري. سياق هذه الدراسة هو مصر، وهي دولة نامية في العالم العربي شهدت ثورة غيرت الأمة في عام 2011. وكان شبابها، الذين يمثلون حوالي 60 في المائة من السكان، من أكثر الفئات تأثرًا في المجتمع. إنهم أكثر مستخدمي وسائل التواصل

الاجتماعي ويمثلون أكبر عدد من المعجبين بالمؤثرين. يركز سؤال البحث على العلاقة بين المؤثرين في وسائل التواصل الاجتماعي وبناء الهوية الإلكترونية لمشجعيهم الشباب. تمت معالجة سؤال البحث من خلال مقابلات متعمقة شبه منظمة مع تسعة من الشخصيات المؤثرة على وسائل التواصل الاجتماعي وثمانية عشر من معجبيهم. وكشف التحليل أن المؤثرين يلعبون دورًا غير مباشر في التفاوض على هوية معجبيهم وبنائهم عبر الإنترنت.

٨- دراسة (Marton Bene) 2017

تبحث الدراسة في دور وتأثير الفيسبوك كمصدر مركزي للمعلومات السياسية ضمن بيئة المعلومات عالية الاختيار اليوم بين طلاب الجامعات. ويفترض أن الدور المتنامي لفيسبوك كمصدر للمعلومات السياسية يعني عودة نموذج تدفق المعلومات المكون من خطوتين: تشكل الآراء والتجارب السياسية للأغلبية الأقل اهتمامًا إلى حد كبير من خلال تواصل الأقران الأقل اهتمامًا بالسياسة. وبناء على استطلاع رأي بين طلاب الجامعات في المجر، تؤكد الدراسة أن الفيسبوك هو مصدر المعلومات السياسية الأساسي لطلبة الجامعات. تشير النتائج إلى أن أقلية مهتمة سياسيًا فقط من طلاب الجامعات تنشر أو تشارك محتوى سياسي على فيسبوك. ومع ذلك، يتشكل النشر بسبب عدم الرضا عن الطريقة التي تعمل بها الديمقراطية، وبالتالي، فإن الحصول على معلومات منتظمة حول السياسة من خلال الفيسبوك يؤدي إلى تصورات أكثر سلبية حول الطريقة التي تعمل بها الديمقراطية. بناءً على هذه النتائج، يمكن الافتراض أن التقييم السلبي للديمقراطية من قبل الطلاب الذين يطالعون على السياسة من خلال الفيسبوك ناتج عن حقيقة أن المعلومات والآراء على هذه المنصة يتم تقديمها في الغالب من قبل أقرانهم الساخطين. إحدى المساهمات المهمة لهذه الدراسة هي أن التأثيرات الاجتماعية الناتجة عن استخدام الفيسبوك لم يتم بحثها في حد ذاتها،

ولكنها مدججه في بيئة المعلومات الحديثة حيث يتم استخدام العديد من مصادر المعلومات في وقت واحد.

المحور الثاني (تكوين الصورة الذهنية لدى الشباب تجاه قضايا الرأي العام)

١- دراسة (المسفر، سارة 2023):

تهدف الدراسة إلى بحث ومعرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في بناء الصورة الذهنية لدى الشباب الجامعي عن بعض الدول الأجنبية في اليابان والنرويج والسويد وتم استخدام المنهج المسحي واستمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات، من أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن بعض فروض الدراسة قد تحققت كلياً ومنها ظهور علاقة طردية متوسطة بين مساهمة المضامين المقدمة بالتعريف بالدول الأجنبية وبين الصورة الذهنية (تتراوح بين الإيجابية والسلبية - سلبية _ ايجابية) التي يكونها الشباب الجامعي نحو تلك الدول.

وجود علاقة طردية متوسطة بين مساهمة المضامين المقدمة بالتعريف بالدول الأجنبية ودرجة تغيير الصورة في ذهن المتابعين.

أكدت الدراسة على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستويات معدل التعرض (منخفض -متوسط - كثيف) الحسابات الدول الأجنبية على مواقع التواصل الاجتماعي ومستويات الصورة الذهنية (تتراوح بين الإيجابية والسلبية - سلبية وإيجابية)، وقد تحققت بعض الفروض جزئياً ومنها الفرض الرابع والخامس والسادس حيث وجدت فروق ذات دلالة إحصائية بين الصورة الذهنية التي يكونها الشباب الجامعي عن الدول الاجنبية بالتعرض لحساباتهم على مواقع التواصل الاجتماعي مع المتغيرات الديموغرافية المتمثلة في النوع (اناث وذكور) وتبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين عينة الدراسة باختلاف المستوى الاجتماعي والاقتصادي والصورة الذهنية التي يكونها الشباب الجامعي عن الدول الاجنبية بالتعرض لحساباتهم على مواقع التواصل الاجتماعي).

٢- دراسة (ابن لطيفه ودربالي 2022):

التي تهدف إلى معرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز أبعاد المواطنة لدى طلاب الجامعات في المملكة العربية السعودية واختبار دلالة الفروق بين متوسط الدور حسب متغير الجنس تم اتباع المنهج الوصفي مستخدماً الآلات الاستنباطية وتم إعداد الصبيان يتكون من 20 جملة تم توزيعهم على خمس محاور وهم المعرفة المتعلقة بالمواطنة والمشاركة السياسية والمواطنة العالمية والمشاركة المجتمعية والمواطنة الرقمية وبعد ان تم التحقق من صدق وثبات أداة الدراسة تم التطبيق على عينة مكونة من 1000 طالب تم اختيارهم بشكل عشوائي، واتضح من خلال النتائج أن مستوى دور الشبكات الاجتماعية في تعزيز أبعاد المواطنة كالآتي جاء طلاب السعوديين بمستوى كبير في المحاور الكلية للدراسة ووسط الدراسة على زيادة الاهتمام بتنقيف الطلاب حول التعامل مع شبكات الاتصال .

٣- دراسة (عسيري، محمد 2022):

تهدف الدراسة إلى التعرف على تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في تكوين الصورة الذهنية بعض الدول الأوروبية تم استخدام المنهج الوصفي المسحي والاستنباطية كأداة توزيع الاستبيان على عينة بلغت 400 طالب جامعي سعودي من متابعي حسابات الدول الأوروبية وهي السويد والنرويج وبريطانيا وتم التوصل إلى أن طبيعة الصور الذهنية للدول الأوروبية التي تم إجراء البحث عليها هي المتشكلة لدى الشباب الجامعي للمملكة العربية السعودية بعد تصفحهم لصفحاتها على شبكات التواصل الاجتماعي جاءت بدرجة كبيرة بمتوسط حسابي بلغ 4.26 وانا أكثر المواضيع المعروضة بحسابات الدول الأوروبية على شبكات التواصل الاجتماعي تتلقى جذبا للشباب الجامعي وجاءت في المرتبة الأولى الموضوعات السياحية ثم الأختيار ثم الموضوعات الاجتماعية ثم الموضوعات السياسية ثم التاريخ والثقافة من ثم الموضوعات الثقافية .

٤- دراسة (Tiana, & etall.2021)

تهدف الدراسة إلى تقييم الامتثال للمبادئ التوجيهية لإعداد التقارير الإعلامية المسؤولة، وما إذا كانت استجابات وسائل التواصل الاجتماعي مرتبطة بالامتثال وذلك لمنع ما يسمى بانتشار عدوى الانتحار فينبغي أن تتسم التقارير المعالجة للانتحار بالمسؤولية؛ تم ترميز عينة عشوائية من المقالات الإخبارية الرقمية الأسترالية على مدار فترة 9 أشهر للامتثال للإرشادات Mind Frame للإبلاغ عن الانتحار. تم جمع ردود وسائل التواصل الاجتماعي (عدد المشاركات وعدد التعليقات) عبر الفيسبوك. توصلت الدراسة إلى وجود علاقة بين التقارير التي تتناول حوادث الانتحار وبين عدد إعادة نشر تلك التقارير على موقع فيسبوك من قبل المستخدمين وألا يوجد أي علاقة ارتباطية بين التقارير وكتابة التعليقات من قبل المستخدمين.

٥- دراسة (فريجات، راشد 2015):

تهدف الدراسة إلى معرفة الصورة الذهنية لمجلس النواب الاردني عند الشباب الجامعي وتقديم رؤية عن تصوراتهم حول الممارسة السلبية والايجابية لأعضاء مجلس النواب وتم اتباع المنهج الوصفي واستخدام أداة الاستبيان لجمع المعلومات ونتج عن الدراسة مجموعة من النتائج أهمها اهتمام من الشباب الجامعي بمتابعة اخبار مجلس النواب من خلال القنوات الفضائية والتي ظهر أنها أكثر المصادر التي يعتمد عليها الشباب الجامعي في الحصول على المعلومات

٦- دراسة (البيضا، مايا 2015):

كشفت هذه الدراسة عن اهتمام عينة الدراسة من الشباب المصري بأخبار وقضايا المجتمعات الغربية، وهو الأمر الذي يعد طبيعياً في ظل ما عاصره المجتمع المصري من ثورتين متعاقبتين هما ثورة 25 يناير وثورة 30 يونيو، حيث كلاهما تعاضم ارتباطهما كأحداثاً سياسياً بوجود عناصر أجنبية محركة للأحداث كأحد التفسيرات لوقوع هذه الثورات

المتعاقبة، بغض النظر عن وجود مطالب مشروعة للشعب المصري خرج لأجل المطالبة بها من عدالة اجتماعية وحرية، فضلاً عن ظهور حركة داعش التي تدعي أنها تنظيم إسلامي وانضمام عناصر أجنبية له، وهو الحدث الذي ظهر في اختيارات عينة الدراسة عن أبرز القضايا المرتبطة بالمجتمعات الغربية التي تحظى بأعلى معدل متابعة من قبل عينة الدراسة سواء على وسائل الإعلام التقليدية أو الجديدة.

ويتضح من إجابات عينة الدراسة ارتفاع اعتمادها على وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في جمع هذه المعلومات عن المجتمعات الغربية، ولها تأثيراتها في تشكيل الصور الذهنية عن هذه المجتمعات، والتي في الغالب تكون أقرب للواقع من وجهة نظر عينة الدراسة. كما تبين ارتفاع التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لدى عينة الدراسة من الشباب المصري نتيجة الاعتماد على وسائل الإعلام الجديدة أكثر من الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية، وإن أحدث كلاهما تأثيراً أعلى العينة، وثبت وجود تأثيرات لمتغيرات النوع والمرحلة العمرية والمستوى الاقتصادي عند حدوث هذه التأثيرات أيضاً.

٧- دراسة (الديبسي، عبد الكريم 2013)

تهدف الدراسة إلى معرفة معدلات استخدام طلبة الجامعات الاردنيه لمواقع التواصل الاجتماعي ومعرفة العوامل المؤثرة في تشكيل اتجاهات الرأي العام لدى الطلبة تم استخدام المنهج الوصفي عن طريق تصميم استبانة مسح لآراء الطلاب ومن أبرز ما توصلت إليه الدراسة انتشار استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بين الطلبة وأن هذه الشبكات أصبحت تشكل مصدراً من مصادر حصولهم على الأخبار والمعلومات التي تهدف الى تأثير في تشكيل الرأي العام.

المحور الثالث (الدراسات والبحوث التي تناولت مواقع التواصل الاجتماعي)

1- دراسة (عبد الرؤوف، نihal 2018)

تهدف إلى التعرف على طبيعة الاستخدام المكثف في الانترنت ومعدل الانطواء لدى المراهقين بمصر خاصة مع الزيادة المطردة لاستخدام المراهقين الانترنت وزيادة معدلات الاستخدام بشكل كبير وأشارت الى ضرورة فهم التأثير الاجتماعي الانترنت وإلقاء الضوء على خطورة الانطواء الاجتماعي والانسحاب من المشاركة المجتمعية وجاءت مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك وتويتر هي أكثر المواقع التي يستخدمها الطلاب عينة الدراسة بنسبة 85% من طلاب الجامعة ويشعرون بحرية أكبر في التعبير عن أنفسهم وعن مشكلاتهم مع الأفراد الذين يتواصلون معهم عبر الإنترنت بنسبة 71.8.

2- دراسة (شري، فيديا 2018):

جاءت لمعرفة ما توفره مواقع التواصل الاجتماعي للشباب خاصة في النقاشات حول القضايا الحالية المطروحة والقضايا غير المطروحة وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج أهمها أن مواقع التواصل الاجتماعي في كثير من الأحيان تدعم صورا وفيديوهات غير اخلاقية بين الشباب النسبة الأكبر بين الذكور تصل إلى 64%.

3- دراسة (جامشيد 2017):

هدفت إلى معرفة مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في المشاركة السياسية تطبيقا على الانتخابات الباكستانية 2013 والتي يوجد بها 245 حزب دين وبها ست لغات واستخدمت مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الأحزاب لكسب أكثر من 80 مليون ناخب وطبقت الدراسة في أربع مدن رئيسية بها من خلال استمارة استقصاء بها 24 سؤال واثبتت الدراسة مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي للتصويت في الانتخابات.

4- دراسة (يوليسيا 2017):

رأت أن مواقع التواصل الاجتماعي لم تعد حكرا على البالغين، ولكن زاد عدد استخدام الشباب لها واتضح ذلك في انتخابات جنوب افريقيا 2014 واستخدمت الدراسة نظرية الاستخدامات والإشباع وتم تصميم استمارة استبيان وطبقت على 20 طالب وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج اهمها ان الشباب مهتمون بمواقع التواصل الاجتماعي وأن مواقع التواصل الاجتماعي أثرت من القرارات الانتخابية والمشاركة السياسية للشباب.

5- دراسة (عزت، محمد 2017):

توصلت من خلال دراسة اتجاهات الرأي العام الالكتروني لمستخدمي الشبكات الاجتماعية فيسبوك وتويتر ويوتيوب نحو إحداث عملية التحول الديمقراطي بمصر بعد ثورة 30 يونيو 2013 حتى الانتخابات البرلمانية ديسمبر 2015 أن هناك ارتفاع في كثافة الاستخدام الفيسبوك وزن نسبي 82% ثم موقع تويتر بوزن نسبي 47.7 وتفقو الدفع لاستخدام السياسي للشبكات الاجتماعية كوسائل عمل طرح الآراء ودعم القضايا بنسبة 42.88% وانخفضت معدلات التعبير عن آراءه السياسية لدى العينة بنسبة 50.9% ويرجع السبب في ذلك إلى عدم جدوى التعبير عن الرأي بنسبة 57.2% وهذا يعكس حالة من الإحباط العام لدى عينة الدراسة.

التعليق عام على الدراسات السابقة:

من خلال عرض الدراسات السابقة يتضح اتفاق معظم الدراسات على المنهج الوصفي ومنهم دراسة ابن لطيفة ٢٠٢٢ ودراسة محمد ٢٠٢٢ ودراسة راشد ٢٠١٥ ودراسة عبد الكريم ٢٠١٣ دراسة نادية ٢٠٢٣ ودراسة رانيا ٢٠٢٢؛ بينما اختلف المنهج المستخدم في باقي الدراسات فتنوع بين منهج علم المدونات ومنهج المسح الاجتماعي والمنهج العقلي المنطقي الاستنباطي والمنهج المسحي .

- كما تنوعت الأداة المستخدمة في الدراسات السابقة بين الاستبيان والمقابلة -
 - اهتمت معظم الدراسات السابقة بالشباب كمجتمع للدراسة التي يجري عليها العينة.
 من خلال البحث في الدراسات المتعلقة بموضوع البحث نستنتج محدودية الدراسات العربية والأجنبية التي اهتمت بآراء المؤثرين الاجتماعيين في تكوين الصورة الذهنية لدى الشباب تجاه قضايا الرأي العام بالإضافة إلى ملاحظة اهتمام الدراسات العربية بدراسة أثر المؤثرين الاجتماعيين في تكوين الرأي العام لدى الشباب مقارنة بالدراسات الأجنبية.

منهج الدراسة وأدواتها:

نوع الدراسة: نظرًا لأن الدراسة تهدف إلى معرفة مدى تأثير الشباب بالمؤثرين الاجتماعيين فقد اعتمدنا في الدراسة على الدراسة الميدانية، للتحقق من مدى التأثير بشكل أكثر دقة واختبار الأثر الناتج على عينة محتملة من الشباب.

منهج الدراسة: تنتمي هذه الدراسة إلى حقل البحوث الاستكشافية الوصفية التي تستخدم منهج المسح، وذلك من خلال مسح على عينة من الشباب المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي مثل: «سناب شات و«واتس آب»، «Twitter» و«تويتر» Facebook و«فيسبوك»، «Snapchat WhatsApp» من أجل معرفة أثر آراء المؤثرين الاجتماعيين في تكوين الصورة الذهنية لدى الشباب تجاه قضايا الرأي العام

أدوات الدراسة وجمع البيانات:

تعتمد هذه الدراسة على استخدام أداة الاستبيان للتعرف على تأثير المؤثرين الاجتماعيين واستخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي، والكشف عن علاقة استخدامهم لتلك المواقع بالصورة الذهنية المتكونة تجاه قضايا الرأي العام.

مجتمع الدراسة:

عينة عشوائية من الشباب في سن ٢٤:١٨ ما بين طلاب جامعيين وحديثي التخرج المتابعين لوسائل التواصل الاجتماعي وللمؤثرين الاجتماعيين عبر المنصات المختلفة لقياس التأثير الواقع عليهم من قبل هؤلاء المؤثرين.

التعريفات الإجرائية Keywords:

المؤثرون الاجتماعيون هم من يؤثرون عبر وسائل التواصل الاجتماعي عبر بناء سمعة أو شهرة من خلال معارفهم وخبراتهم ومهاراتهم في موضوع معين، وينشرون مشاركات منتظمة حول هذا الموضوع على منصاتهم وقنواتهم على الإنترنت، ويجذبون لهم ولأفكارهم الآلاف أو الملايين من المتابعين الذي يهتمون بأرائهم عن كتب.

نتائج الدراسة:

قد اتضح من عينة الدراسة المستخدمة ان نسبة من يتابع حسابات المؤثرين الاجتماعيين على وسائل التواصل الاجتماعي هي نسبة 98.9% بينما نسبة من قال لا يتابع هي مما 1.1% يجعلنا نتوصل الي ان النسبة الاعلي تتابع المؤثرين الاجتماعيين.

جدول رقم 1:

الاعتقاد في أن تأثير المؤثرين الاجتماعيين يتجاوز حدود التسلية ويؤثر في قضايا الرأي العام

هل تعتقد أن تأثير المؤثرين الاجتماعيين يتجاوز حدود التسلية ويؤثر في قضايا الرأي العام؟			
	لا	نعم	
الإجمالي	6	84	ك
90	6.7%	93.3%	%
100%			

نجد ان النسبة الاكبر قد إجابات بنعم وهي 93.3% والنسبة الأقل قد أجابت بلا وهي 6.7% مما يجعلنا نستنتج أن آراء المؤثرين الاجتماعيين تؤثر بالفعل على عينات الدراسة المستخدمة في تكوين الصورة الذهنية لديهم مما يؤثر على قضايا الرأي العام.

جدول رقم 2

نوع المحتوى الأكثر رواجًا ومتابعة

ما نوع محتوى المؤثرين الاجتماعيين الذين تتابعهم؟							
اقتصادي	صحي	رياضي	سياسي	ديني	ترفيهي	اجتماعي	
29	33	35	35	49	55	62	ك
32.2%	36.7%	38.9%	38.9%	54.4%	61.1%	68.9%	%

على عكس المتوقع لم يأت المحتوى الترفيهي في المقدمة، بل جاءت نسبة المحتوى الاجتماعي 68.9% لتحتل المركز الأول، ثم يأتي من بعدها المحتوى الترفيهي بنسبة 61.1% ومن بعدهم المحتوى الديني والسياسي والرياضي بنسب لا تتجاوز 1%.

ونستنتج من ذلك أنه لم يعد المؤثرين الاجتماعيين أصحاب محتويات ترفيهيه فقط، بل امتدت المحتويات لتغطي العديد والعديد من القضايا والموضوعات التي يهتم بها الجمهور أو من شأنها إثارة الرأي.

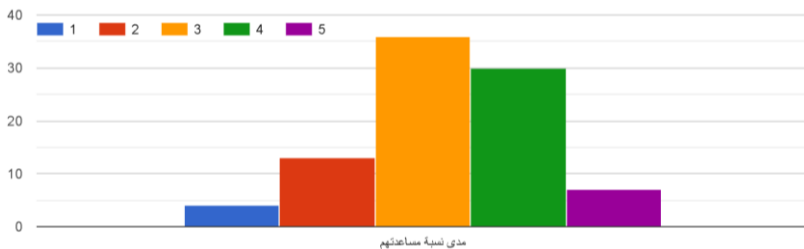
جدول رقم 3

نوع القوالب المفضلة لدى الجمهور

ما نوع القوالب التي تفضل تلقي المعلومات من خلالها عبر متابعتك للمؤثرين الاجتماعيين؟			
النصوص	الصور	الفيديوهات	
22	26	81	ك
24.4%	28.9%	90%	%

جاءت النتائج كالتالي:

90% قاموا باختيار الفيديوهات كتفضيل لهم، بينما 28.9% يفضلون الصور، 24.4% النصوص. نرى من نتائج هذا السؤال تفضيل الغالبية لقالب الفيديو، لما فيه من عناصر ماحية للملل وجماعة بين كافة أنواع القوالب في قالب واحد، فالفيديوهات بالحركة التي تحتويها تجذب انتباه الجمهور للمشاهدة بالإضافة إلى أنها تعتبر وسيلة سهلة لتوضيح وشرح الأحداث والموضوعات المختلفة.

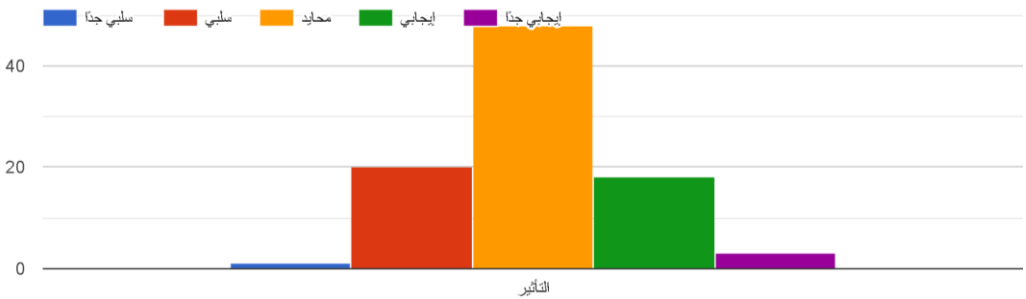


شكل (1) إلى أي مدى تجد أن المؤثرين الاجتماعيين يساعدونك على فهم القضايا الراضجة

عند طرح قضية تشغل الرأي العام والمجتمع تكون لها تداعيات وتفصيل كثيرة وقد تكون بسابق أحداث جرت في الماضي أو يترتب عليها في المستقبل، ولكن فهم هذه التداعيات كلها في غاية الأهمية لان هنا تكمن خطوة صنع الرأي والاتجاه الخاص بالشباب حيث انه كلما تم فهم ما يحدث ظاهرياً وبواطن الامور ايضا كلما أصبح من اليسير تكوين رأي مستقل واعي وهنا يأتي دور المؤثرين الاجتماعيين في تحليل وتوضيح وتبسيط مجريات الأمور للشباب والحديث معهم في كل تفاصيل القضية التي تطرح اجتماعيا ليساعدوا في صنع القرار الصائب بطرح سؤال (إلى أي مدى تجد أن المؤثرين الاجتماعيين يساعدونك على فهم القضايا الراضجة؟)

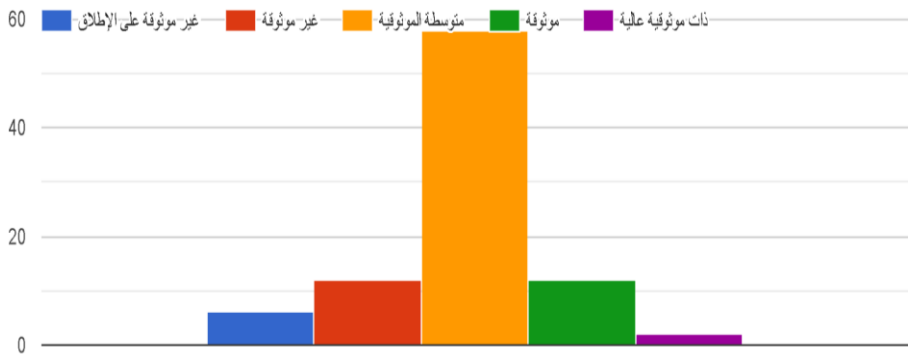
وكان المقياس يتراوح ما بين (١-٥) بداية من (١) وذلك الأقل وصولاً إلى (٥) والذي تعني انهم فعلا يقدمون مساعدة كبيرة.

وتنوعت الإجابات لتشمل كل الفئات الرقمية لكن كانت الغالبية العظمى ل(٣) اي منطقة الوسط.



شكل (2) كيف تقيم تأثير المؤثرين الاجتماعيين في تكوين صورة الشباب الجامعي حول القضايا العامة؟

ب طرح سؤال آخر يتناغم مع ما قبله في تحديد مقياس قبول الشباب لآراء المؤثرين الاجتماعيين وحديثهم في المطلق عن القضايا الاجتماعية كان من الضروري معرفة مدى التأثير نفسه واقعيًا إذ يحتل المؤثرين الاجتماعيين الآن حيز كبير جدا من ساحة الإعلام والأخبار والتأثير المجتمعي وصناعة الرأي العام فمن الضروري قياس مدى هذا الوجود وتأثيره في الشباب الذين هم صناع المستقبل وصانعي القرار الحالي في المجتمع، وكانت الاختيارات تتراوح ما بين أنهم ذات تأثير إيجابي قادر على أخذ مجريات الأمور نحو اتجاه يفيد الصالح العام ويضيف إليه وأخر كان رأيهم أنهم ذات تأثير سلبي وهذا يمكن تفسيره بعدة اسباب اهمها هو الانتشار الواسع الذي حظي به المؤثرين الاجتماعيين لما سمح للجميع الانضمام الى هذه الفئة دون وجود معايير واضحة ومطبقة تؤهلهم للحديث والإدلاء بأرائهم، فجاءت الغالبية العظمى للاجابات بنسبة قاربت 58% على الحياد كان من رأيهم أن تكوين الرأي العام بناء على التلقي من المؤثرين الاجتماعيين ما هو بالتأثير السلبي او الايجابي إنما في أرض محايدة.



شكل (3) من حيث الموثوقية، كم تقييم جودة المعلومات التي يقدمها المؤثرين الاجتماعيين حول القضايا العامة

كان من الضروري قياس مدى وثوق الجمهور المستهدف في ماهية المعلومات المقدمة إليه وجودتها ومعيار أساس صحتها أو منطقيتها لأن ذلك يقيس مقدار تأثيره واستجابته لها لأن في العقل الواعي أولاً يجب أن يكون هناك ثقة في القائم بالاتصال حتى يتثنى للجمهور المستهدف أن يستقبل ما يقول ويتقبله ويتأثر به لذلك تم طرح سؤال (كم تقيم جودة المعلومات التي يقدمها المؤثرين الاجتماعيين حول القضايا العامة)؟ وتراوحت الإجابات ما بين اتحا ذات ثقة عالية او متوسطة او عديمة الثقة بناء على اراء كل شخص وتجربته ورؤيته لكن الغالبية العظمى بنسبة الـ 55٪ كانت على الحياد فهذه النسبة رأت أن المعلومات المقدمة لهم من قبل المؤثرين الاجتماعيين متوسطة الثقة وهذا يوضح مدى الوعي والإدراك لدى الشباب حيث أنهم على قدر كافي من الادراك لتحديد ما اذا المعلومات المقدمة لهم نحو أي قضية اجتماعية منطقية وتحتفظ بقدر من الجودة في التقديم والعرض وتناسب العقل أم لا عند إذ يصبحوا انتقائيين للمعلومة ومصدر المعلومة ويصبحوا على قدر من الوعي في التفريق ما بين إذا كانت موثوقة أم لا.

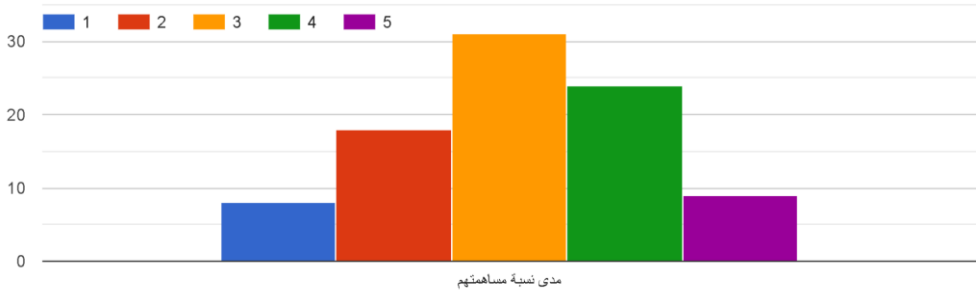
جدول رقم 4 متابعة المؤثرين الاجتماعيين تساعد على الفهم والإلمام بالقضايا

هل ساعدت متابعتك للمؤثرين الاجتماعيين على الفهم والإلمام بالقضايا المحلية والعالمية؟			
الإجمالي	لا	نعم	
90	22	68	ك
100%	24.4%	75.6%	%

نستنتج من الجدول السابق أنه وعلى الرغم من انتشار محتويات المؤثرين ومدى متابعة الجمهور لها إلا أنه ما تزال هناك فجوة واسعة بين ما يقدم وبين ما يريد الجمهور فهمه واستيعابه، حيث أكثر من نصف العينة عبرت عن أن هؤلاء المؤثرين لم يساعدهم على الإلمام بالقضايا المختلفة المحلية منها والعالمية.

ولتوضيح النقطة السابقة بشكل أكثر دقة تم طرح ثلاثة أمثلة من القضايا على العينة لبيان ما إذا كانوا قد ألموا بهذه القضايا الرائجة من خلال هؤلاء المؤثرين أم لا:

القضية الأولى "قضية نيرة أشرف":



شكل (4) إلى أي مدى تجد أن المؤثرين الاجتماعيين ساهموا في متابعتك لقضية "نيرة أشرف"؟

القضية الثانية "تضخم الجنيه المصري":

جدول رقم (5)

هل ساهم المؤثرين الاجتماعيين في فهمك لأزمة "تضخم الجنيه المصري"؟			
الإجمالي	لا	نعم	ك
90	44	46	
100%	48.9%	51.1%	%

القضية الثالثة "الصراع بين إيران وإسرائيل":

جدول رقم (6)

هل تجد أن المؤثرين الاجتماعيين قاموا بالتوضيح الكافي لصراع "إيران وإسرائيل"؟			
الإجمالي	لا	نعم	
90	20	70	ك
100%	22.2%	77.8%	%

نستنتج من الثلاثة قضايا السابقة أنه لا يمكن الجزم بالتأثير الكلي على فهم الجمهور فقد تنوعت النتائج بين المساعدة على فهم القضايا وعدم الفهم وبين الحياد، فلفهم قضية ما يجب الإمام بجميع مجريات هذه القضية ومتابعة وعرض كافة تفاصيلها حتى يمكننا القول بأنه تمت المساعدة على فهم القضايا المختلفة.

فيما يلي تلخيص لأهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة:

كشفت نتائج هذه الدراسة عن مدى تأثير آراء المؤثرين الاجتماعيين في تشكيل الرأي العام عند الشباب، وعن مدى الأهمية الكبيرة لاستيعاب ديناميات المجتمعات الحديثة، حيث يشارك المؤثرين الاجتماعيين عبر وسائل التواصل الاجتماعي سواء كانوا شخصيات مشهورة أو عامة في الصناعة السياسة أو المجال الثقافي، في نقل الرؤى والآراء بشكل يؤثر بنسبة كبيرة على الشباب.

من أبرز وأهم النتائج:

- يساعد معرفة أثر المؤثرين الاجتماعيين في تشكيل الرأي العام للجمهور على فهم كيفية تشكيل الآراء والميول الاجتماعية والثقافية المجتمعية.
- بيان مدى أهمية تحليل سلوك الشباب، حيث أن استيعاب سلوك الشباب وتأثير المؤثرين في إتخاذ القرارات، سواء في مجالات السياسية، المجالات، الدين، أو غير

ذلك يساعد بشكل كبير على اتخاذ الاحتياطات اللازمة لمنع وقوع التأثير السلبي منهم تجاه محتويات المؤثرين المجتمعين.

- تتيح نتائج الدراسات براهين لصناع السياسات والمجتمع بشكل عامّ للفت الانتباه تجاه دور المؤثرين في توعية واجتذاب الشباب، من خلال فهم الدور المؤثر للمؤثرين الاجتماعيين، حيث أنه من شأنهم تعزيز الوعي بقوة جنباً إلى جنب مع وسائل الإعلام.

المراجع:

الفريق البحثي من الطلاب:

1. هبة الله عز العرب
 2. عبير نبيل زين
 3. ميرنا زغلول
 4. خلود احمد محجوب
 5. هاجر وائل
 6. ريناد باهي
- المسفر، سارة خالد عبد الرحمن. 2023. "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الصورة الذهنية عن بعض الدول الأجنبية لدى الشباب الجامعي". المملكة العربية السعودية جامعة أم القرى كلية العلوم الاجتماعية. قسم الاعلام.
- العسيري، محمد احمد. 2022. "تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في تكوين الصورة الذهنية عن الدول الأوروبية بريطانيا، السويد، النرويج"، وفقاً لعينة من الشباب السعودي (المجلة العربية للبحوث).
- البيضاء، مايا أحمد. 2015. "اعتماد الشباب المصري على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة في تكوين الصور الذهنية عن المجتمعات الغربية: دراسة ميدانية" -المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال (9) , 56-89.
- الديبسي، عبد الكريم. 2013. "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية". دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، الأردن.

- الخمشي، جواهر بنت صالح.2023. "تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الشباب في المجتمع السعودي: دراسة ميدانية على عينة من الشباب" جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية - المركز الوطني للدراسات والبحوث الاجتماعية.
- محمد، نادية جمال الدين حسن. 2023. "تأثير تكنولوجيا الاتصال الرقمي على الهوية الثقافية للشباب المصري" - جامعة عين شمس كلية الآداب - مجلة بحوث الشرق الأوسط.
- يوسف، بلعباس. 2022. "المؤثرون الاجتماعيون: قادة الرأي اللاعبون الجدد في البيئة الرقمية الجديدة مساءلة مفاهيمية تحليلية في ضوء نظريتي "لازار سفيلد" و" إيفرت روجرز" - جامعة أحمد زبانة غليزان - <https://2u.pw/Sgpvw6tCm2022>
- زكريا، خراب محمد.2022. "المؤثرون الاجتماعيون وجمهور المتابعين-رؤية نقدية حول جدلية من يصنع من؟ - جامعة الجزائر - مجلة رقمنة للدراسات الإعلامية والاتصالية 2 (1). ص 138-123.
- حلیم، رانيا رمزي.2022. "دور المؤثرين الاجتماعيين في الحياة اليومية للشباب المصري" - مجلة الدراسات الإنسانية والأدبية 26 (1) ،591-556.