

**تأثير متابعة الشباب الجامعي لصفحات مشاهير مواقع التواصل
الاجتماعي علي درجة رضاهم عن الحياة**

*The effect of university youth following the pages of famous
social networking sites on their degree of life satisfaction*

أ.د/ محمد معوض إبراهيم نصر

أستاذ الإعلام المتفرغ بكلية الدراسات العليا للطفولة

جامعة عين شمس

أ.م.د شادية محمد جابر الدقاوي

أستاذ مساعد بقسم الإعلام كلية التربية النوعية

جامعة دمياط

د/ أسماء بكر الصديق الولي

مدرس الاذاعة والتلفزيون التعليمي بقسم الإعلام التربوي

كلية التربية النوعية- جامعة دمياط

شيماء سمير الحديدي

مدرس مساعد بقسم الإعلام التربوي

كلية التربية النوعية- جامعة دمياط

المجلة العلمية لكلية التربية النوعية - جامعة دمياط

عدد (١٠) - ديسمبر ٢٠٢٤

الملخص

هدف الدراسة إلي التعرف علي العلاقة بين تأثير متابعة الشباب الجامعي لصفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي، وطبقت علي عينة عشوائية بلغ قوامها (٤٤٠) مفردة من الشباب الجامعي من جامعة دمياط و٦ أكتوبر وجامعة سيناء وجامعة الأزهر، واعتمدت الباحثة علي منهج المسح، وطبقت استمارة الاستبيان كأداة لجمع المعلومات، وتوصلت الدراسة إلي مجموعة من النتائج أهمها:

- أن غالبية طلاب عينة الدراسة بنسبة (٦٧,٥٠%) يتعرضون لصفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي بشكل دائم.
- جاءت التأثيرات المعرفية في المرتبة الأولى بوزن نسبي بلغ ٨٣,٠٠، وجاءت التأثيرات السلوكية في المرتبة الثانية بوزن نسبي ٨٠,٩٣، يليها التأثيرات الوجدانية بوزن نسبي بلغ ٧٧,٦٧.
- أن مستوى استجابات طلاب عينة الدراسة نحو متابعتهم لصفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي ومدى رضائهم عن حياتهم وقعت ما بين (موافق، محايد)، وجاءت عبارة أشعر بالرضا عن مظهري الخارجي في المرتبة الأولى، يليها أشعر بالرضا عن المستوي المعيشي لأسرتي.
- توجد علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين تعرض الشباب الجامعي لصفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي والرضا عن الحياة، مما يثبت تحقق الفرض الأول.

الكلمات المفتاحية:

الشباب الجامعي- مواقع التواصل الاجتماعي - صفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي- الرضا عن الحياة

مقدمة الدراسة:

يعيش مجتمعنا المعاصر تطورات وتغيرات سريعة ومتلاحقة فرضتها تكنولوجيا الاتصال الرقمية، والانتشار الواسع لمواقع التواصل الاجتماعي والتي أصبحت منصات إلكترونية تربط بسرعة غير مسبوقة بين الأشخاص في دول ومناطق مختلفة من جميع أنحاء العالم، وساعدت الأشخاص والمؤسسات علي الوصول السهل السريع للجمهور.

وقد ظهرت في الآونة الأخيرة ظاهرة عرفت" باليوتيوبرز أو مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي أو المؤثرين"، وتمثل هذه الفئة مجموعة من الأشخاص الذين يقدموا عددًا من الأنشطة في موضوعات مختلفة، وبدأ ظهورهم بالمدونات التي شهدت إقبالًا كبيرًا من المتابعين، مرورًا باليوتيوب الذي شغل العديد من أوقات الجمهور بشكل عام والشباب بشكل خاص في متابعة اليوتيوبرز أو مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي.

ومن ذلك فإن" مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي" "social media influencers" أو مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي هم مجموعة من الأشخاص جذبوا الكثير من الاهتمام المباشر لأعمالهم وأنشطتهم علي مواقع التواصل الاجتماعي (ياسمين محمد السيد ٢٠١٩، ص٦١٥)، ولقد حصلت صفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي علي شعبية كبيرة بين الشباب؛ فهي تسمح لهم بنشر الرسائل والصور والفيديوهات والأفكار الخاصة بهم ومشاركتها مع الجمهور؛ وينظر الشباب إلي هؤلاء المشاهير علي أنهم أصدقاء علي مواقع التواصل الاجتماعي يتبادلون معهم الآراء والأفكار في مجالات الحياة المختلفة (لما عاطف Lama Atef bicher ٢٠٢٠، ص٤٢).

وتمتلك صفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي وصولًا اجتماعيًا كبيرًا وواسعًا بين جميع فئات المجتمع وخاصة الشباب، بالإضافة إلي القدرة علي التأثير في قرارات الجمهور، ونظرًا لأنهم أنشأوا جمهورًا نشطًا يتابع كل كبيرة وصغيرة فيما يخص حياتهم المهنية والشخصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي" كالفيس بوك وانستجرام واليوتيوب"، فبعض الشباب يتخذ من صفحات هؤلاء المشاهير نموذجًا يحتذ به في حياته الاجتماعية والشخصية.

ويرتبط التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي و لصفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي بالعديد من المشكلات النفسية والاجتماعية والتي لها دور في تحقيق السعادة والراحة النفسية والشعور بتقدير الذات والرضا لدي الجمهور، ويعتبر الرضا عن الحياة مؤشرًا هامًا من المؤشرات الأساسية للتكيف النفسي والصحة النفسية السليمة، أما الشعور بعدم الرضا عن الحياة فيعتبر من أهم المشكلات النفسية

التي يعاني منها الفرد، ولذلك يجب دراسة العوامل التي تؤثر في الرضا عن الحياة لدى الشباب الجامعي نتيجة تعرضهم لصفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي، سواء العوامل التي تتعلق بالشخصية؛ أو التي تتعلق بالبيئة الاجتماعية المحيطة بالشخص (ظافر بن محمد القحطاني ٢٠٢٠، ص ٣).

وتسعي الدراسة الحالية للتعرف تأثير متابعة الشباب الجامعي لصفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي ودرجة رضاهم عن الحياة.

الدراسات السابقة: تنقسم الدراسات السابقة إلى محورين كما يلي:

- المحور الأول: الدراسات التي تناولت صفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي.

- المحور الثاني: الدراسات التي تناولت الرضا عن الحياة للشباب الجامعي.

دراسات المحور الأول: الدراسات التي تناولت صفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي:

(١) دراسة إيمان عبد المنعم خطاب (٢٠٢٤) بعنوان "صفحات مؤثري الفيس بوك ودورها في تنشيط السياحة المصرية الداخلية والترويج للتراث" دراسة تحليلية ميدانية"

هدفت الدراسة التعرف علي دور مؤثري موقع الفيس بوك والكشف عن العلاقة بين متابعة صفحاتهم وتكوين صورة إعلامية للوجهات السياحية ومدى تأثيرها علي المتابعين، وطبقت استمارة الاستبيان الإلكتروني وتحليل المضمون كأداة لجمع المعلومات، وطبقت الدراسة علي عينة عمدية بلغ قوامها (٣٠٠) مفردة، واستخدمت المنهج المسحي بشقيه التحليلي والميداني، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: وجود علاقة ارتباطية بين متابعة عينة الدراسة لمؤثري السفر والسياحة وثقتهم في صفحات المؤثرين علي الفيس بوك حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (٠,٦٦)، كما ثبت وجود فروق ذات دلالة بين أفراد عينة الدراسة من حيث ثقتهم في مؤثري الفيس بوك وفقاً لمتغير النوع لصالح الذكور بمتوسط حسابي (٢,٦٦) والإناث بمتوسط حسابي (٢,٥).

(٢) دراسة نيرة أحمد شبايك (٢٠٢٤) بعنوان "تأثير متابعة الشباب لصفحات المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي علي سمات نموذج القدوة لديهم"

هدفت الدراسة التعرف علي العلاقة بين متابعة صفحات المؤثرين وتبني نموذج القدوة لدي الشباب المصري، طبقت استمارة الاستبيان كأداة لجمع المعلومات، وطبقت علي عينة عمدية من الشباب المصري مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من جيل Z بلغ قوامها (٤٠٠)، واستخدمت منهج المسح، وطبقت نظرية التعلم الاجتماعي، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: أن أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي يفضل الشباب المصري متابعة المؤثرين من خلالها في المرتبة الأولى الفيس

بوك بنسبة ٢٥,٧%، يليه الانستجرام بنسبة ٢٤,٥%، و ٧٠,٥% من المبحوثين يتابعون المؤثرين بشكل متقطع طوال اليوم، وجاء دافع التسلية والترفيه في مقدمة دوافع تعرض المبحوثين للمؤثرين بنسبة ٨٤,٦%، يليه طبيعة المحتوى الذي يقدمونه بنسبة ٨٢,٢%.

(٣) دراسة حنان ياسين لاشين (٢٠٢٣) بعنوان "تأثير التعرض لصفحات المؤثرين الرياضيين في شبكات التواصل الاجتماعي علي إدراك قضية التعصب الرياضي: دراسة ميدانية"

هدفت الدراسة التعرف علي دوافع تعرض الجمهور المصري للمؤثرين الرياضيين، وطبقت استمارة الاستبيان الإلكتروني كأداة لجمع المعلومات، وطبقت علي عينة عمدية بلغ قوامها (٣٠٠) مفردة، واستخدمت منهج المسح، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: أن أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي يفضل الجمهور المصري متابعة المؤثرين الرياضيين من خلالها في المرتبة الأولى الانستجرام بنسبة ٨٤,٣% يليه اليوتيوب بنسبة ٦٤,٣% يليه الفيس بوك بنسبة ٤٨% ثم التيك توك بنسبة ٤٧%، وأن أكثر المؤثرين متابعة من قبل العينة أحمد عفيفي بنسبة ٨٦,٣% يليه الهستييري بنسبة ٧٨%، كما كانت أهم دوافع متابعة المؤثرين في المرتبة الأولى متابعة الشئون الرياضية بنسبة ٩١,٣%، وكانت الدوافع المعرفية النفعية في قائمة الدوافع ويلياها في الترتيب الثاني الدوافع الطقوسية.

(٤) دراسة إروين، سيسكا جانيت، وآخرون (Erwin, Siska, and et al) (٢٠٢٣) بعنوان "تأثير مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي علي الجيل Z، سلوك الجمهور في اندونيسيا"

هدفت الدراسة إلى الكشف عن تأثير مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي التي تساهم في نية الشراء لمنتجات الموضة، وفحص العلاقة بين مصداقية مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي علي سلوك المستخدمين في اندونيسيا، وطبقت استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات على عينة بلغ قوامها (٤٥٠) مفردة تتراوح أعمارهم ما بين (١٦ - ٢٤) سنة، استخدمت المنهج الكمي، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: أن المؤثرين علي مواقع التواصل الاجتماعي لهم تأثير كبير علي سلوك الجمهور بنسبة ٨٥%، وأن أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي يفضل الجمهور متابعة المؤثرين من خلالها الانستجرام بنسبة ٧٥% من إجمالي العينة، وكان المحتوى المفضل لعينة الدراسة مراجعة المنتجات ونمط الحياة بنسبة ٦٥%.

(٥) دراسة مروة السيد عبد العليم (٢٠٢٣) بعنوان " دور المؤثرين الإسلاميين علي مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم المعرفة الدينية لدي الشباب الجامعي: دراسة ميدانية"

هدفت الدراسة التعرف علي أهم المؤثرين الإسلاميين الذي يحرص الشباب الجامعي علي متابعتهم، والكشف عن مدي اهتمام الشباب الجامعي بمتابعة هؤلاء المؤثرين علي مواقع التواصل

الاجتماعي، طبقت استمارة الاستبيان كأداة لجمع المعلومات، طبقت الدراسة علي عينة بلغ قوامها (٣٠٠) مفردة واستخدمت منهج المسح، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: أن نسبة ٤٥ % من عينة الدراسة يتعرضون للمؤثرين من ساعة إلي أقل من ٣ ساعات ، ومن ٣ ساعات فأكثر بنسبة ٤٥% ويتعرض لها ١٠% أقل من ساعة، وجاء الفيس بوك في المرتبة الأولى كأكثر المواقع المستخدمة لمتابعة المؤثرين بوزن نسبي (٩٣)، يليه الانستجرام في المرتبة الثانية بوزن نسبي (٨٠،٣)، وجاء اليوتيوب في المرتبة الثالثة بوزن نسبي (٧٩) يليه التيك توك بوزن نسبي (٦٢،٢) .

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت الرضا عن الحياة للشباب الجامعي:

(١) دراسة إلهان جيجيك، محمد أمين، وآخرون (Ilhan Gicek, Mehmet Emin, et.al) (٢٠٢٤) بعنوان " إشكالية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والرضا عن الحياة ومستويات أعراض الاكتئاب لدي طلاب الجامعة خلال جائحة كوفيد ١٩: دور الوساطة للدعم الاجتماعي"

هدفت الدراسة التعرف علي العلاقة بين استخدام مواقع التواصل والرضا عن الحياة وأعراض الاكتئاب لدي طلبة الجامعة، وطبقت الاستبيان كأداة لجمع المعلومات، وطبقت الدراسة علي عينة عشوائية بلغ قوامها (٥٧٩) مفردة وتتراوح أعمارهم ما بين (١٧- ٣٨) سنة، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: أن ٤٠,٢٤ % من العينة أبلغوا أنهم يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي ٣ ساعات فأكثر يوميًا، يليها من ساعة إلي ساعتين يوميًا بنسبة ٢٧,٤٦ % ، وأكدت النتائج علي أن الرضا عن الحياة ارتبط سلبياً بأعراض الاكتئاب، أن زيادة مدة استخدام طلاب الجامعات ترتبط بانخفاض الدعم الاجتماعي والذي كان مرتبطاً بانخفاض الرضا عن الحياة.

(٢) دراسة سلمى أمبر، محمد عادل، ميرا علي (Salma amber, Muhammed adil, Mira) (٢٠٢٤) (Ali) بعنوان " استكشاف العلاقة النرجسية الرقمية والرضا عن الحياة واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي : دراسة حالة علي طلاب GCUF علي فيس بوك وانستجرام"

هدفت الدراسة إلى الكشف عن العلاقة بين استخدام طلاب GCUF لمواقع التواصل الاجتماعي والرضا عن الحياة، وطبقت الاستبيان كأداة لجمع المعلومات، وطبقت الدراسة علي عينة عشوائية بلغ قوامها (٣٥٠) مفردة، استخدمت منهج المسح، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: جاء موقع انستجرام في مقدمة المواقع المفضلة لدي عينة الدراسة بنسبة ٦٠ %، أعلن الطلاب الذكور عن مستوي رضا عن الحياة أعلي من الإناث، ويرتبط قضاء المزيد من الوقت في استخدام طلاب الجامعات لمواقع التواصل بانخفاض الرضا عن الحياة، أبلغ مستخدمي الفيس بوك عن مستويات أعلي من الرضا عن الحياة مقارنة بمستخدمات الانستجرام، وبالنسبة للمستخدمين الذكور تشير البيانات إلي أن مستويات الرضا عن الحياة تظل ثابتة مع عدم وجود اختلاف بين مستخدمي الفيس بوك أو الانستجرام.

٣) دراسة حق نواز، محمد جولزاده، وآخرون (Haq Nwaz, Muhammed Gulzada, et.al) (٢٠٢٤) بعنوان "تقييم الرضا عن الحياة بين طلاب التمريض في معهد التمريض الخاص في كراتشي، باكستان"

هدفت الدراسة إلى تقييم الرضا عن الحياة بين طلاب التمريض في معهد التمريض الخاص في كراتشي، باكستان، وطبقت الاستبيان كأداة لجمع المعلومات، وتم استخدام تقنية أخذ العينات الملائمة، وطبقت علي عينة بلغ قوامها (٩٨) مفردة وتتراوح أعمارهم ما بين (١٨ - ٢٤) سنة، واستخدمت منهج المسح، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: أن من العينة ٥٦,١% أبلغوا عن رضاهم عن الحياة بشكل مرتفع، بينما أعلن ٣٧,٨% عن رضاهم عن الحياة بدرجة متوسطة، يليها ٦,١% بدرجة منخفضة كما أظهرت النتائج أنه لا توجد فروق في الرضا عن الحياة تعزي لمتغير الجنس أو سنوات التعليم، كما أن الطلاب الذين تتراوح أعمارهم بين (١٨ - ٢٤) سنة أعلنوا عن معدل رضا عن الحياة أعلى مقارنة بأولئك الذين تتراوح أعمارهم ما بين (٢٥ - ٣٠) سنة.

٤) دراسة قطب عبده حنور، علياء عادل عبد الرحمن (٢٠٢٣) بعنوان "تأثير إدمان برامج مواقع التواصل الاجتماعي علي الشعور بالرضا عن الحياة والحيوية الذاتية لدي طلاب الجامعة"

هدفت الدراسة إلي التعرف علي العلاقة بين إدمان مواقع التواصل الاجتماعي والرضا عن الحياة والحيوية الذاتية لدي طلاب الجامعة، وطبقت استمارة الاستبيان كأداة لجمع المعلومات، طبقت الدراسة علي عينة بلغ قوامها (٥٣٧) من الشباب الجامعي بجامعة كفر الشيخ، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: كلما زاد مستوي ادمان مواقع التواصل الاجتماعي انخفض مستوي الرضا عن الحياة بأبعاده المختلفة (السعادة- الطمأنينة- الاستقرار النفسي- القناعة- الدرجة الكلية) حيث جاء معامل الارتباط دال إحصائيًا عند مستوي دلالة (٠,٠٠١)، كما أنه توجد فروق بين الطلاب والطالبات في إدمان مواقع التواصل الاجتماعي في اتجاه الطالبات حيث جاءت قيمة ت (-٢,٣٧)؛ وهو ما يشير إلي ارتفاع إدمان مواقع التواصل الاجتماعي لدي الطالبات مقارنة بالطلاب.

٥) دراسة لوك جان جيلفوليايا (Luke Jan D, Gelvoligaya) (٢٠٢١) بعنوان "إدمان مواقع التواصل الاجتماعي والرضا عن الحياة لدي طلاب الجامعة"

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين إدمان مواقع التواصل الاجتماعي والرضا عن الحياة لدي طلاب الجامعة، وطبقت استمارة استبيان كأداة لجمع المعلومات، دراسة وصفية اعتمدت علي منهج المسح، وشملت عينة الدراسة (١٠٢) طالبًا تتراوح أعمارهم ما بين (١٨ - ٢٤) سنة، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: أن ٦٩% من العينة يقضون ما بين ١ : ٤ ساعات يوميًا في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وجاء موقع الانستجرام في مقدمة المواقع التي يفضلها عينة الدراسة، أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين في إدمان مواقع التواصل الاجتماعي لصالح الذكور، بينما لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين في الرضا عن الحياة، كما توجد علاقة ارتباطية بين إدمان مواقع التواصل الاجتماعي والرضا عن الحياة.

التعليق علي الدراسات السابقة:

بعد الاطلاع على العديد من الدراسات السابقة العربية والأجنبية التي تتعلق بمواقع التواصل الاجتماعي واستخدام الشباب لها وتأثيراتها المختلفة عليهم، وتتنوع الدراسات من حيث الموضوع والعينة والمنهج المستخدم وتستعرض الباحثة هذه الجوانب في محوري الدراسة ومدى الاستفادة منها في الدراسة الحالية:.

تتنوع الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت الدراسات الخاصة بمواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام وصفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي بشكل خاص وتأثيراتها على الجمهور، حيث تناولت بعض الدراسات العربية والأجنبية دراسة دور صفحات مؤثري الفيس بوك في تنشيط السياحة المصرية الداخلية والترويج للتراث" مثل دراسة إيمان عبد المنعم خطاب (٢٠٢٤)، ودراسة بعنوان " دور المؤثرين الإسلاميين علي مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم المعرفة الدينية لدي الشباب الجامعي مثل دراسة مروة السيد عبد العليم (٢٠٢٣).

ويختلف موضوع الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة حيث تتناول هذه الدراسة العلاقة بين متابعة الشباب الجامعي لصفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي ودرجة رضاهم عن الحياة، وهو ما لم يتطرق إليه من الدراسات العربية سوي دراسة قطب عبده حنور، علياء عادل عبد الرحمن (٢٠٢٣) بعنوان " تأثير إيمان برامج مواقع التواصل الاجتماعي علي الشعور بالرضا عن الحياة والحيوية الذاتية لدي طلاب الجامعة"، وتختلف الدراسة الحالية عن تلك الدراسة من حيث العينة ومجتمع الدراسة وأدوات جمع البيانات.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة: ساعدت الدراسات السابقة الباحثة في:

- تحديد المشكلة البحثية.
- صياغة الفروض والتساؤلات بما يتلاءم مع أهداف الدراسة.
- واختيار المنهج المناسب للدراسة، وتحديد العينة.
- وتحديد المعالجات الإحصائية المناسبة للاختبار.
- مقارنة نتائج الدراسة الحالية بنتائج الدراسات السابقة، بالإضافة إلى تحديد الإطار النظري والمعرفي للدراسة.

مشكلة الدراسة:

شهدت مواقع التواصل الاجتماعي وصفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي طلباً متزايداً خلال الفترة الماضية من جميع فئات المجتمع بشكل عام والشباب بشكل خاص، وفي عام ٢٠٢٤م كشف تقرير صادر عن مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار بمجلس الوزراء المصري أن عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في مصر بلغ ٤٥,٤ مليون مستخدم (مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار ٢٠٢٤)، وبعد الاطلاع علي الدراسات السابقة في مجال الإعلام الجديد لاحظت الباحثة ارتفاع معدل تعرض الجمهور وخاصة الشباب لصفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي حيث بلغت ٦٠% (حنان ياسين لاشين ٢٠٢٣ مرجع سابق، ص ص ٣٨٩ - ٤٢٦).

وتبين من ذلك أن صفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة للحصول على المعلومات والمعارف والأخبار في كافة المجالات كالأزياء والموضة والطبخ والتجميل والأنشطة التجارية والترفيهية والتثقيفية المختلفة بالإضافة إلي تعلم اللغات الأجنبية، ولا يمكن إنكار الإيجابيات العديدة والمتنوعة لصفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي، ولكنها سلاح ذو حدين فعلى الرغم من أنها تقدم العديد من الخدمات والأنشطة للجمهور؛ إلا أنها مليئة بالسلبيات، ويمكن أن يرجع ذلك إلى التعرض السلبي لتلك الصفحات.

وقد لاحظت الباحثة أن متابعة الشباب لصفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي ينطوي على العديد من الضغوطات النفسية والظواهر السلبية المؤثرة على الشباب والتي يأتي من أبرزها: عدم تقدير الذات، والمقارنة الاجتماعية مع الآخرين، حيث أن الصور والفيديوهات والأخبار التي ينشرها مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي من خلال صفحاتهم الشخصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؛ تجعل المستخدم يشعر بالغيرة أو الاحباط والشعور بالتنافس بمجرد نشرها، وبالإضافة إلى ذلك تعرض المستخدمين لحالة من عدم الرضا (Sebastia Valenzuela et al 2021, p875).

ومع التزايد المستمر لصفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي في مصر في المجالات المختلفة كالموضة والأزياء والرياضة وغيرها، وفي ظل تزايد عدد المتابعين لهم والذي قد يصل إلي الآلاف أو الملايين، بدأت تظهر العديد من السلوكيات الاجتماعية والنفسية السلبية والإيجابية المرغوبة والمرفوضة، ويُعد عدم الرضا عن الحياة أحد أهم المشكلات الناجمة عن الاستخدام السلبي لصفحات المشاهير عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ومع تفاقم المشكلة وتعدّد صورها أصبح هناك حاجة ملحّة إلى بذل الجهود الكبيرة في دراستها للتعرف على أبعادها المختلفة وأسباب حدوثها وعوامل انتشارها، وتحديد آثارها على الشباب وطرق مواجهتها.

في ضوء ما سبق فإن مشكلة الدراسة يمكن تبلور في التساؤل الرئيسي التالي: ما تأثير متابعة

الشباب الجامعي لصفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي علي درجة رضاهم عن الحياة؟

أهمية الدراسة: تتمثل أهمية الدراسة في الآتي: أولاً الأهمية النظرية:

أهمية دراسة مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها حيث ارتفعت نسبة مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في مصر حيث بلغت ٥٩,١٩ مليون مستخدم للإنترنت (تقرير شركة راجح للتسويق والبرمجة ٢٠٢٤)، بالإضافة إلي دراسة تأثير متابعة صفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي، حيث زاد عدد صفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي في مصر في مختلف المجالات وارتفاع عدد مستخدميها، حيث وصل عدد صفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي إلي أكثر من ٣٠٢ صفحة علي مختلف مواقع التواصل الاجتماعي (Site Administration 2024)، وبالتالي يمكن معرفة الكثير عن تلك الظاهرة وكيفية تأثيرها علي الشباب الجامعي.

ثانياً الأهمية التطبيقية:

إن انتشار صفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي مؤشراً كبيراً علي تشكيل مجتمعات افتراضية رقمية تتفق في الأفكار والآراء والاهتمامات؛ مما يجعلهم محط اهتمام الشباب، وأصبحوا جزءاً من حياتهم اليومية؛ لذا يجب الاهتمام بهذه الظاهرة والتركيز علي الشباب الجامعي لمعرفة مدي متابعتهم لصفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي، ومدي تأثيرها عليهم وعلي درجة رضاهم عن الحياة، ويتم التركيز علي مرحلة الشباب لأنها تمثل مصدر قوة كبيرة لبناء وتنمية المجتمع، حيث كشف الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء أن عدد الشباب في الفئة العمرية (١٨ - ٢٩ سنة) بلغ ٢١,٣ مليون نسمة بنسبة ٢١% من إجمالي السكان، وبلغ إجمالي عدد الطلاب المقيدين بالتعليم العالي حوالي ٣ ملايين طالب (٥١,٣% ذكور، ٤٨,٧% إناث) (أميرة عاصي، موقع الشروق ٢٠٢٤).

أهداف الدراسة : تهدف الدراسة إلي:

الهدف الرئيسي: التعرف علي تأثير متابعة الشباب الجامعي لصفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي علي درجة رضاهم عن الحياة.

ويندرج من الهدف الرئيسي عدة أهداف فرعية، تهدف إلي التعرف علي:

- (١) مدى متابعة الشباب الجامعي لصفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي.
- (٢) أكثر صفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي التي يفضل الشباب الجامعي عينة الدراسة متابعتها.
- (٣) أسباب متابعة الشباب الجامعي لصفحات مواقع التواصل الاجتماعي.

تساؤلات الدراسة:

التساؤل الرئيسي: ما تأثير متابعة الشباب الجامعي لصفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي ودرجة رضاهم عن الحياة؟

ويندرج من التساؤل الرئيسي عدة تساؤلات فرعية:

- ١) ما مدي متابعة الشباب الجامعي لصفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ٢) ما أسباب متابعة الشباب الجامعي لصفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ٣) ما صفحات المشاهير التي يفضل الشباب الجامعي عينة الدراسة متابعتهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

فروض الدراسة:

١) توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين متابعة الشباب الجامعي لصفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي والرضا عن حياتهم.

٢) توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين أسباب متابعة الشباب الجامعي لصفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي ومعدل متابعتهم لصفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي.

مصطلحات الدراسة:

صفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي:

التعريف الإجرائي:

حسابات خاصة لأشخاص ينشئون محتوى خاص بهم، ويتمتعون بعدد كبير من المتابعين عبر إحدى مواقع التواصل الاجتماعي أو جميعها، ويُطلق عليهم البعض "مؤثرين"، وذلك لأنهم يتمتعون بالقدرة علي صناعة محتوى في إحدى المجالات ويستطيعون به أن يجذبوا متابعيهم ويؤثروا عليهم، حيث تحظي صورهم ومنشوراتهم وفيديوهاتهم التي ينشرونها عبر صفحاتهم بانتشار واسع علي تلك المواقع.

الرضا عن الحياة:

التعريف الإجرائي:

هو تعبير حكم الفرد علي جودة حياته، ويعكس الرضا عن الحياة الشعور بالرضا والتوافق بين الاحتياجات والانجازات المتحققة لدي الفرد، ويشير ارتفاع الرضا عن الحياة إلي الشعور باحترام الذات والتكيف النفسي والنجاح علي المستوي الشخصي والتعليمي.

التعريف الإجرائي:

الشباب الجامعي:

هو كل طالب أو طالبة في إحدى الجامعات المصرية الحكومية أو الخاصة أو الأزهرية أو الأهلية في المرحلة العمرية من (١٨ - ٢٤) سنة.

الإطار المنهجي

نوع الدراسة: تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية حيث تسعى إلى دراسة ظاهرة معينة وتوصيفها ومعرفة كافة جوانبها، وذلك بهدف الحصول على معلومات دقيقة عنها مما يساعد الباحث على رصد الحقائق المتعلقة بالدراسة الحالية، ويعتبر المنهج الوصفي هو أحد المناهج العلمية المستخدمة عند وجود عدد كبير من المفحوصين، ويستخدم في دراسة وتحليل الإشكاليات والموضوعات ذات النزعة الوصفية (منال المزاهرة ٢٠٢٠، ص ٣٣٣).

منهج الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح بالعينة وذلك علي عينة من الشباب الجامعي المصري المستخدم لصفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي.

مجتمع الدراسة الميدانية:

يحدد مجتمع الدراسة في الشباب الجامعي المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي وصفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي.

عينة الدراسة الميدانية:

تمثلت عينة الدراسة الميدانية في عينة عشوائية بلغ قوامها (٤٤٠) مفردة من الشباب الجامعي ممن يتابعون صفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي بمحافظة دمياط متمثلة في جامعة دمياط وجامعة الأزهر ومحافظة القاهرة متمثلة في جامعة أكتوبر، ومحافظة سيناء متمثلة في جامعة سيناء.

مبررات اختيار العينة:

١- فئة الشباب تمثل أعلى الفئات العمرية اعتمادًا علي وسائل التكنولوجيا الحديثة، وما أثبتته معظم الدراسات العلمية أن فئة الشباب هي الأكثر استخدامًا لمواقع التواصل الاجتماعي، وهذه المرحلة هي التي تتشكل فيها أولويات الشخص وأفكاره وشخصيته، لذا ترى الباحثة ضرورة إجراء هذه الدراسة عليهم.

٢- التنوع والاختلاف في خصائص العينة حيث قامت الباحثة بالتطبيق علي محافظات مختلفة من حيث (الثقافة - العادات والتقاليد - القيم والمبادئ).

٣- لخدمة المجتمع المحلي وما يتعرض إليه من مشكلات اجتماعية.

جدول رقم (١)
خصائص عينة الدراسة الميدانية

النسبة المئوية	المجموع	النسبة المئوية	العدد	المتغير	
%١٠٠	٤٤٠	%٢٥	١١٠	جامعة دمياط (حكومية)	الجامعات
		%٢٥	١١٠	جامعة ٦ أكتوبر (خاصة)	
		%٢٥	١١٠	جامعة سيناء (أهلية)	
		%٢٥	١١٠	جامعة الأزهر (أزهرية)	
%١٠٠	٤٤٠	%٦٣,٨٦	٢١٨	أنثى	النوع
		%٣٦,١٤	١٥٩	ذكر	
%١٠٠	٤٤٠	%٤٧,٠٥	٢٣٣	عملية	نوع الكلية
		%٥٢,٩٥	٢٠٧	نظرية	
%١٠٠	٤٤٠	%١٨,٤١	٨١	مرتفع	المستوي الاقتصادي
		%٤,٠٩	١٨	منخفض	
		%٧٧,٧٥	٣١١	متوسط	

هذا الجدول يوضح الخصائص الديموجرافية للمبجوثين (عينة الدراسة)، حيث جاءت علي النحو التالي:

- من حيث الجامعات: بلغ عدد المبجوثين (٤٤٠) مفردة مقسمة بالتساوي بين الجامعات بواقع (١١٠) لكل جامعة بنسبة ٢٥ %.
- من حيث النوع: بلغت نسبة الإناث (٦٣,٨٦%)، بينما بلغت نسبة الذكور (٣٦,١٤%) من إجمالي عينة الدراسة.
- من حيث نوع الكلية بلغت المبجوثين بالكليات النظرية نسبة (٥٢,٩٥%)، بينما بلغت نسبة المبجوثين بالكليات العملية (٤٧,٠٥%) من إجمالي العينة.
- من حيث المستوي الاقتصادي الاجتماعي: كانت غالبية المبجوثين بنسبة (٧٧,٧٥%) ذات مستوي اقتصادي اجتماعي مرتفع، علي حين بلغت نسبة (٤,٠٩%) ذات مستوي اقتصادي اجتماعي منخفض من إجمالي العينة.

أدوات جمع البيانات:

اعتمدت الباحثة في أسلوب جمع البيانات علي استمارة استبيان تتضمن عدة أسئلة تغطي أهداف الدراسة وتساعد علي قياس فروضها وتطبيقها علي الشباب الجامعي.

تصميم استمارة الاستبيان واجراءاتها المنهجية:

اهتمت الباحثة في تصميم صحيفة الاستبيان بالشروط العلمية الخاصة بتقييمها من حيث الصياغة الصحيحة للأسئلة، وقامت الباحثة بإعداد الاستمارة في شكلها الأولي لتشمل عددًا من الأسئلة، والعمل علي مراعاة صدق المحتوى وذلك من خلال التأكد من أن العبارات التي تتضمنها الاستمارة تغطي كافة

جوانب المشكلة البحثية، وقد اعتمدت الباحثة علي الأسئلة المغلقة والنصف مغلقة للحصول علي أكبر قدر من البيانات والمعلومات التي تفيد الباحثة.

صدق وثبات الاستبانة

❖ صدق الاستبانة:

❖ إجراء الصدق: يقصد بالصدق أن تقيس أداة جمع المعلومات والبيانات ما تسعى الدراسة إلي قياسه ومدى نجاح الدراسة في الإجابة عن التساؤلات أو اختبار الفروض (شيماء ذو الفقار زغيب، ٢٠٢٠، ص ٨٠)، وقد أجري اختبار الصدق للتأكد من الاستبان من حيث صدق المحتوى، حيث تم تحديد أهداف الدراسة وتساؤلاتها ومراجعة بعض الدراسات السابقة ثم وضع الأسئلة التي تغطي أهداف وتساؤلات الدراسة الحالية.

✓ صدق المحكمين:

تم عرض الاستبانة في صورتها الأولية على عدد من الأساتذة والخبراء المحكمين من أعضاء هيئة التدريس المتخصصين بهدف التأكد من صلاحية الاستبانة وصدقها لقياس ما تسعى لقياسه، وإبداء ملاحظاتهم حول مدى وضوح وملاءمة صياغة أسئلة الاستبانة، ووضوح تعليمات الاستبانة، ووضوح ومناسبة خيارات الإجابة، وتحقيق الاتساق بين أسئلة الاستبانة مع ما تقيسه، وتعديل أو حذف أو إضافة ما يحتاج الى ذلك، وقامت الباحثة بإجراء التعديلات اللازمة وفقاً لآراء الأساتذة المحكمين وأصبحت الاستبانة في صورتها النهائية.

❖ صدق الاتساق الداخلي: وللتحقق من صدق الاتساق الداخلي للاستبانة، قامت الباحثة بحساب معامل الارتباط لسيرمان بين درجات كل سؤال من أسئلة الاستبانة والدرجات الكلية للاستبانة.

ثبات الاستبانة: وللتحقق من ثبات الاستبانة، قامت الباحثة بإجراء اختبار قبلي للاستبانة وقد أعيد إجراء الاختبار بعد أسبوعين من إجراء الاختبار القبلي، وبتطبيق معامل ألفا كرونباخ معامل الثبات للاستبانة، وبلغت نسبة الثبات (٠,٧٦)، وهى نسبة ثبات مقبولة، مما يطمئن الباحثة لنتائج تطبيق الاستبانة.

المعالجة الإحصائية:

تم استخدام برنامج الحزم الإحصائية spss واستخدام المعالجات الإحصائية التالية: النسب المئوية لوصف خصائص أفراد مجتمع الدراسة، والتكرارات البسيطة، المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري، ومعامل ارتباط بيرسون لدراسة العلاقة بين تعرض الشباب الجامعي لصفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي والرضا عن حياتهم.

نتائج الدراسة

جدول رقم (٢)

التساؤل الأول " مدي متابعة الشباب الجامعي عينة الدراسة لصفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي؟"

مدي متابعتك لصفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي.

الإستجابة	التكرارات	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	اتجاه الآراء
دائماً	٢٩٧	٦٧,٥٠%	٢,٦١	دائماً
أحياناً	١١٦	٢٦,٣٦%		
نادراً	٢٧	٦,١٤%		
المجموع	٤٤٠	١٠٠%		

يتبين من الجدول رقم(٢) أن غالبية طلاب عينة الدراسة بنسبة (٦٧,٥٠%) يتعرضون لصفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي بشكل دائم، ونسبة (٢٦,٣٦%) أحياناً يتعرضون لصفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي، في حين أن نسبة (٦,١٤%) نادراً ما يتعرضون لصفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي، وبلغ المتوسط الحسابي لاستجابات طلاب عينة الدراسة (٢,٦١) وفقاً للتقدير الثلاثي المتدرج وفي مستوى "دائماً".

ويتضح من الجدول ارتفاع معدلات التعرض لصفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي وهو ما يتفق مع نتائج الدراسة التحليلية حيث ارتفع عدد متابعي صفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي؛ ويرجع ذلك لسهولة تصفح صفحات مشاهير مواقع التواصل في أي وقت ومن أي مكان، ويشير ذلك الارتفاع في التعرض لصفحات المشاهير إلي انتشار تلك الظاهرة بين الشباب الجامعي.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة رماح محمد يونس(٢٠٢٣) حيث تعرضت عينة الدراسة لصفحات المؤثرين عبر مواقع التواصل بصفة دائمة بنسبة ٧١,٩%، وأحياناً بنسبة ٢٤,٨%، نادراً بنسبة ٣,٣%.

بينما تختلف تلك النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة مي وليد سلامة (٢٠٢٠) حيث جاء تعرض العينة لصفحات المشاهير أحياناً في المرتبة الأولى بنسبة ٤٧,٥%، يليها دائماً بنسبة ٣٥,٥%.

جدول رقم (٣)

التساؤل الثاني" ما أسباب متابعة الشباب الجامعي عينة الدراسة لصفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي؟"
أسباب متابعتك لصفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي.

الترتيب	اتجاه الاستجابة	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة			العبارات
					معارض	محايد	موافق	
١	موافق	%٩٣,٠٠	٠,٤٠	٢,٧٩	٧	٧٩	٣٥٤	التسلية والترفيه وقضاء وقت الفراغ
٢	موافق	%٨٩,٦٧	٠,٤٥	٢,٦٩	١٨	١٠٢	٣٢٠	يزودني بمعلومات لم أكن أعرفها
٣	موافق	%٨٤,٣٣	٠,٤٩	٢,٥٣	٣٩	١٢٨	٢٧٣	تأتاح الفرصة لتتعدد الآراء والأفكار من خلال نشرها وعرضها
٤	موافق	%٨٣,٣٣	٠,٥٠	٢,٥٠	٤٦	١٢٨	٢٦٦	التفاعل والتواصل والمشاركة مع الآخرين
٤ مكرر	موافق	%٨٣,٣٣	٠,٥٠	٢,٥٠	٣٦	١٤٩	٢٥٥	الهوس بالتسوق والشراء
٤ مكرر	موافق	%٨٣,٣٣	٠,٥٠	٢,٥٠	٢٨	١٦٥	٢٤٧	تعجبي أفكاره
٧	موافق	%٨٢,٦٧	٠,٥٠	٢,٤٨	٥١	١٢٩	٢٦٠	تساعدني علي معرفة طرق الربح المادي السريع
٨	موافق	%٨٢,٣٣	٠,٥١	٢,٤٧	٤٦	١٤١	٢٥٣	الهروب من الاعلام التقليدي
٨ مكرر	موافق	%٨٢,٣٣	٠,٥١	٢,٤٧	٤٣	١٤٨	٢٤٩	تابع المنشورات الأكثر شهرة ومشاهدة التريند بدافع الفضول
١٠	موافق	%٨٠,٣٣	٠,٥١	٢,٤١	٤٣	١٧٤	٢٢٣	لتتعرف علي سلبيات الواقع الذي نعيش فيه
١١	موافق	%٧٨,٦٧	٠,٥٢	٢,٣٦	٦٧	١٤٩	٢٢٤	كتسب منها خبرات حياتية
١٢	محايد	%٧٣,٣٣	٠,٥٨	٢,٢٠	١٢٦	٩٨	٢١٦	عادة يومية
١٣	محايد	%٧٢,٦٧	٠,٥٨	٢,١٨	١٢٧	١٠٨	٢٠٥	أتمني أن أكون مشهور مثله
١٤	محايد	%٧٠,٣٣	٠,٥٦	٢,١١	١٢٢	١٤٦	١٧٢	لأنها تسمح لي بالمشاركة وإبداء الرأي
		موافق	%٨١,٣٧	٠,٥١	٢,٤٤	المتوسط الحسابي العام		

يتبين من الجدول رقم (٣) أن مستوى استجابات طلاب عينة الدراسة نحو أسباب متابعتهم لصفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي وقعت ما بين (موافق ، محايد)، ووقعت العبارات (أتمني أن أكون مشهور مثله، عادة يومية، لأنها تسمح لي بالمشاركة وإبداء الرأي) في مستوى "محايد"، حيث بلغت قيم المتوسط الحسابي لهذه العبارات (٢,١٨ ، ٢,٢٠ ، ٢,١١) وبلغت الأوزان النسبية (٧٢,٦٧% ، ٧٣,٣٣% ، ٧٠,٣٣%) على التوالي، في حين وقعت باقي العبارات في مستوى "موافق"، حيث تراوحت قيم المتوسط الحسابي لعبارات هذا المستوى ما بين (٢,٣٦ - ٢,٧٩) وتراوحت الأوزان النسبية ما بين (٧٨,٦٧% - ٩٣,٠%)، وبلغ المتوسط الحسابي للتقييم الكلي (٢,٤٤) والوزن نسبي (٨١,٣٧%) وبدرجة "موافق".

ويتضح من نتائج الجدول السابق أن التسلية والترفيه وقضاء وقت الفراغ جاء في مقدمة الدوافع وذلك نتيجة الضغوطات التي يتعرض لها الشباب الجامعي فيحاولون الهروب منها وتقضية وقت لطيف علي صفحات مشاهير مواقع التواصل، كما تشير إلي تنوع دوافع الشباب لمتابعة هؤلاء المشاهير وهو ما يؤكد أن حسابات المشاهير أصبحت نافذة للمعرفة والتعلم إلي جانب الترفيه والتسلية، لذلك يجب ألا يبحث هؤلاء المشاهير علي الشهرة فقط ولكن يجب عليهم تقديم محتوى هادف ونموذج يحتذي به.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة حسناء سعد (٢٠٢٢) حيث جاء الترفيه في مقدمة الدوافع في المرتبة الأولى بنسبة ٩٢,٩%، يليه الإعجاب بالمحتوى بنسبة ٨٩,٢%. بينما تختلف تلك النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة رانيا رمزي حليم (٢٠٢٢) حيث جاءت البساطة والشفافية في مقدمة أسباب تعرض عينة الدراسة لصفحات المؤثرين بنسبة ٤٤,٣%، يليها شخصية المؤثر المرحة بنسبة ٣٦,٨%، كما تختلف مع دراسة إيمان صابر شاهين (٢٠٢١) حيث جاءت عبارة معرفة كل ما هو جديد بنسبة ٦٤,٩% في مقدمة الأسباب.

جدول رقم (٤)

التساؤل الثالث" ما أكثر الشخصيات المؤثرة التي يفضل الشباب الجامعي عينة الدراسة متابعة حسابها عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟"

أكثر الشخصيات المؤثرة التي يفضل الشباب الجامعي عينة الدراسة متابعة حسابها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

الترتيب	النسبة المئوية	التكرارات	الشخصيات
١	٤٨,٤١%	٢١٣	أحمد محمد الغندور الشهير باسم الدحيح
٢	٣٧,٢٧%	١٦٤	بطوط نصر
٣	٢٥,٢٣%	١١١	دينا رزق
٤	٢١,١٤%	٩٣	عمرو راضي
٥	١٥,٤٥%	٦٨	نورهان قنديل
٦	١٢,٧٣%	٥٦	أخرى
	١٦٠%	٧٠٥	المجموع

(إختيار أكثر من بديل)

يتبين من الجدول رقم (٤) أن شخصية (أحمد محمد الغندور الشهير باسم الدحيح) جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (٤٨,٤١%)، يليها شخصية (بطوط نصر) في المرتبة الثانية بنسبة (٣٧,٢٧%)، ثم شخصية (دينا رزق) في المرتبة الثالثة بنسبة (٢٥,٢٣%)، وفي المرتبة الرابعة شخصية (عمرو راضي) بنسبة (٢١,١٤%)، وفي المرتبة الخامسة شخصية (نورهان قنديل) بنسبة (١٥,٤٥%)، وفي المرتبة السادسة والأخيرة جاءت شخصيات أخرى (نادية الخولي- مصطفى حسني) بنسبة (١٢,٧٣%).

ويتضح من نتائج الجدول أن شخصية (أحمد محمد الغندور الشهير باسم الدحيح) جاءت في المرتبة الأولى ويرجع ذلك إلي أسلوبه المتميز في تقديم المحتوى وقدرته علي جذب المتابعين عن طريق أسلوبه البسيط في عرض المعلومات، ويأتي بعد ذلك شخصية الفاشون بلوجرز (بطوط نصر) و(دينا رزق)، وذلك يرجع إلي أن غالبية العينة من الإناث، وتتسم طبيعتهم بالاهتمام بالجانب الجمالي والمظهر الخارجي لذلك يتابعون مشاهير الموضة والأزياء الذين يقترحون كل ما هو جديد في مجال الموضة، وقد

ظهر تنوع كبير في أسماء المشاهير عند قيام الباحثة بالدراسة الاستطلاعية، وتم التوصل لتلك الأسماء وفقاً لنتائج الدراسة الاستطلاعية.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة سمر عثمان (٢٠٢٢) حيث جاءت شخصية (الدحيح) في المرتبة الأولى بنسبة ٦٦,٦%.

بينما تختلف تلك النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة آرام ابراهيم أبو عباة (٢٠٢١) حيث كانت أكثر شخصية مفضلة بالنسبة لعينة الدراسة هو فيصل العبد الكريم، كما تختلف مع دراسة لما عاطف (٢٠٢٠) جاء شخصية عزيز العقاد في مقدمة الأشخاص المفضلين بالنسبة لعينة الدراسة.

نتائج الفروض الاحصائية

✓ نتائج اختبار الفرض الإحصائي الأول: ينص الفرض الاحصائي الأول على "توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين متابعة الشباب الجامعي لصفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي ودرجة رضاهم عن الحياة". وللتحقق من صحة هذا الفرض، استخدمت الباحثة معامل ارتباط بيرسون، وجاءت النتائج على النحو التالي:

جدول رقم (٥)

العلاقة الارتباطية بين متابعة الشباب الجامعي لصفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي ودرجة رضاهم عن الحياة.

الرضا عن الحياة			المتغيرات
نوع العلاقة	مستوى الدلالة	معامل الارتباط	
موجبة	٠,٠٢٣	٠,١١	متابعة الشباب الجامعي لصفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي

يتبين من الجدول رقم (٥) وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين متابعة الشباب الجامعي لصفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي ودرجة رضاهم عن الحياة، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (٠,١١) ومستوى الدلالة (٠,٠٢٣).

من الجدول رقم (٥) ونتائجه يتبين تحقق الفرض الأول للدراسة.

ويتبين من ذلك أن متابعة الشباب لصفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي يزيد من الرضا عن حياتهم ويمكن أن يرجع ذلك إلي أنها تلبى احتياجاتهم وتحقق لهم التسلية والترفيه، وهذا يساعدهم علي إزالة المشاعر السلبية ويؤدي إلي ارتفاع معدل رضاهم عن الحياة، كما تشير هذه النتيجة إلي أن الشباب عينة الدراسة يدركون احتياجاتهم ورغباتهم من التعرض لصفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي، فإن التواصل وبناء علاقات مع أشخاص متنوعين والتفاعل معهم يساعد علي الشعور بالرضا.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة سيباستيان، نامسو بارك (Sebastian, namsu park) (٢٠٢١) حيث أكدت أنه توجد علاقة موجبة بين كثافة استخدام الفيس بوك والرضا عن حياتهم الشخصية، وتتفق مع دراسة أجاثاب أشينو، أنيتا برزيبوركا وآخرون (Agata Blachnio, Aneta przepioka, et. al) (٢٠١٩) حيث كشفت الدراسة أنه في إيطاليا ارتبط إدمان الفيس بوك بزيادة الرضا عن الحياة.

بينما تختلف تلك النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة فاطمة السالم (٢٠١٩) حيث أكدت علي أنه توجد علاقة عكسية بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والرضا عن الحياة.
✓ نتائج اختبار الفرض الإحصائي الثاني:

جدول رقم (٦)

العلاقة الارتباطية بين أسباب متابعة الشباب الجامعي لصفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي ومعدل تعرضهم لصفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي.

معدل متابعتهم لصفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي		المتغيرات
نوع العلاقة	مستوى الدلالة	
موجبة	٠,٠١	دوافع متابعة الشباب الجامعي لصفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي

يتبين من الجدول رقم (٦) وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين دوافع متابعة الشباب الجامعي لصفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي ومعدل متابعتهم لصفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (٠,٣٣) ومستوى الدلالة (٠,٠١).
من الجدول رقم (٦) ونتائجه يتبين تحقق الفرض الثاني للدراسة.

وتشير هذه النتيجة إلي أن الدوافع هي التي تحرك الشباب الجامعي عينة الدراسة لمتابعة صفحات مشاهير مواقع التواصل بكثرة وذلك لارضاء حاجاتهم واشباع رغباتهم، وبالتالي كلما زادت دوافع متابعة المبحوثين لصفحات مشاهير مواقع التواصل زاد معدل متابعتهم لصفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة حصة عبدالله قظيم (٢٠٢٣) والتي أشارت إلي وجود علاقة طردية أي أنه كلما زادت دوافع تعرض الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي كلما زاد معدل هذا التعرض.
النتائج العامة للدراسة:

١- أن غالبية طلاب عينة الدراسة بنسبة (٦٧,٥٠%) يتعرضون لصفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي بشكل دائم، ونسبة (٢٦,٣٦%) يتعرضون أحياناً لصفحات مشاهير مواقع التواصل

الاجتماعي، فى حين أن نسبة (٦,١٤%) نادراً ما يتعرضون لصفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي.

٢- أن مستوى استجابات طلاب عينة الدراسة نحو أسباب تعرضهم لصفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي وقعت ما بين (موافق، محايد)، وجاءت التسلية والترفيه وقضاء وقت الفراغ في مقدمة أسباب تعرض عينة الدراسة لصفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي، يليها يزودني بمعلومات لم أكن أعرفها.

٣- أن شخصية (أحمد محمد الغندور الشهير باسم الدحيح) جاءت كأكثر شخصية مفضلة بالنسبة لعينة الدراسة بنسبة (٤٨,٤١%)، يليها شخصية (بطوط نصر) فى المرتبة الثانية بنسبة (٣٧,٢٧%)، ثم شخصية (دينا رزق) فى المرتبة الثالثة بنسبة (٢٥,٢٣%).

٤- أن مستوى استجابات طلاب عينة الدراسة نحو تعرضهم لصفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي ومدى رضائهم عن حياتهم وقعت ما بين (موافق، محايد)، وجاءت عبارة أشعر بالرضا عن مظهري الخارجي فى المرتبة الأولى، يليها أشعر بالرضا عن المستوي المعيشي لأسرتي.

نتائج الفروض:

- توجد علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين دوافع تعرض الشباب الجامعي لصفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي ومعدل تعرضهم لصفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي، عند مستوى الدلالة (٠,٠١) مما يثبت صحة الفرض الثاني للدراسة.
- توجد علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين تعرض الشباب الجامعي لصفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي والرضا عن الحياة، مما يثبت تحقق الفرض الأول.

مقترحات الدراسة:

- علي المؤسسات الرسمية التعرف علي أكثر مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي متابعة من قبل الجمهور، واستغلالهم في الترويج للمشروعات القومية.
- ضرورة تدعيم الوازع الديني لدي جميع أفراد المجتمع وخاصة الشباب.
- عقد ندوات وورش عمل لعرض مشكلات الشباب الجامعي والعمل علي حلها.
- عقد محاضرات للتوعية بالمخاطر النفسية والاجتماعية الناجمة عن التعرض لصفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي.
- الاهتمام بإقامة برامج تدريبية تساعد الطلاب علي التعامل مع ضغوطات الحياة مما يحقق لهم مزيداً من الشعور بالرضا.

The effect of university youth following the pages of famous social networking sites on their degree of life satisfaction

Abstract

The study aimed to identify the relationship between the effect of university youth following the pages of famous people on social networking sites. It was applied to a random sample of (440) individuals from university youth from Damietta University, 6th of October University, Sinai University, and Al-Azhar University. The researcher relied on the survey approach and applied the questionnaire as a tool. To collect information, the study reached a set of results, the most important of which are:

- The majority of the students in the study sample (67.50%) are constantly exposed to the pages of famous social media sites.
- Cognitive influences came in first place with a relative weight of 83.00, and behavioral influences came in second place with a relative weight of 80.93. , followed by emotional effects, with a relative weight of 77.67.
- The level of responses of the study sample students towards their following the pages of famous social media sites and the extent of their satisfaction with their lives fell between (Agree, Neutral), and the phrase “I feel satisfied with my external appearance” came in first place, followed by “I feel satisfied with my family’s standard of living”.
- There is a positive, statistically significant correlation between exposure of university youth to the pages of famous social networking sites and satisfaction with life, which proves that the first hypothesis has been fulfilled.

Keywords:

University youth- Social media- Social media influencers -life satisfaction

مراجع البحث:

أولاً المراجع العربية:

- أرام ابراهيم محمد: "أساليب التسويق عبر المؤثرين علي مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلاب الجامعة"، المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين، المؤتمر الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة، ٢٠٢١.

<https://www.journals.ekb>

- إيمان صابر شاهين: "فاعلية التسويق عبر المشاهير و المؤثرين في مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة ميدانية"، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، جامعة الأهرام الكندية، العدد ٣٤، ٢٠٢١.

<http://search.mandumah.com/Record/1206956>

- إيمان عبد المنعم خطاب: "صفحات مؤثري الفيس بوك ودورها في تنشيط السياحة المصرية الداخلية والترويج للتراث" دراسة تحليلية ميدانية، المجلة العربية لبحوث الاتصال والإعلام الرقمي، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات، كلية الإعلام، العدد ٥، ٢٠٢٤.

<http://www.journals.ekb.eg>

- حسناء سعد: "تأثيرات مشاهدة المحتوى الميدوقراطي بيوتيوب علي التفاعل شبه الاجتماعي للشباب السعودي"، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، جامعة القاهرة- كلية الإعلام، العدد ٢٤، ٢٠٢٢.

<https://search.mandumah.com/Record/1382738>

- حصة عبدالله قطيم: "تأثير استخدام الشباب السعودي لتطبيق السناپ شات علي سلوكهم الشرائي : دراسة مسحية علي عينة من الشباب السعودي في مدينة الهفوف بمحافظة الأحساء في المملكة العربية السعودية، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر - كلية الإعلام، العدد ٦٦، ٢٠٢٣.

<http://search.mandumah.com/Record/1390141>

- حنان ياسين لاشين: "تأثير التعرض لصفحات المؤثرين الرياضيين في شبكات التواصل الاجتماعي علي إدراك قضية التعصب الرياضي: دراسة ميدانية"، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، العدد ٢٦، ٢٠٢٣.

<https://search.mandumah.com/Record/143103>

- رانيا رمزي حلیم: " دور المؤثرين الاجتماعيين في الحياة اليومية للشباب المصري: دراسة ميدانية علي الشباب الجامعي"، مجلة الدراسات الإنسانية والأدبية، جامعة كفر الشيخ: كلية الآداب، العدد ٢٦، ٢٠٢٢.

<http://search.mandumah.com/Record/1390267>

- رماح محمد يونس: "العوامل المؤثرة علي إدراك المستهلكين للخداع التسويقي للمؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي" دراسة ميدانية، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، جامعة الأهرام الكندية، العدد ٤١، ٢٠٢٣.

<http://search.mandumah.com/Record/1416405>

- سمر عثمان: "إدراك الشباب لتأثيرية المضامين المقدمة عبر حسابات المؤثرين بمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمدرجاتهم الاجتماعية"، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، الوكالة العربية للعلاقات العامة، العدد ٤٢، ٢٠٢٢.

<https://search.mandumah.com>

- سكرة علي حسين: "اعتماد الشباب الجامعي علي قنوات اليوتيوب في متابعة قضايا الرأي وعلاقته بالأمن الفكري لهم"، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر: كلية الإعلام، العدد ٥٤، ٢٠٢٠.

- شيماء ذو الفقار زغيب: "مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية" ط ٥، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٢٠).
- ظافر بن محمد القحطاني: "أزمة الهوية وعلاقتها بالرضا عن الحياة لدي مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، مجلة الدراسات الاجتماعية السعودية، جامعة الملك سعود- الجمعية السعودية للدراسات الاجتماعية، العدد ٣، ٢٠٢٠.
- عائشة قره، كنزة حامدي: "تأثير النشاط النسوي الافتراضي علي النساء عبر مواقع التواصل الاجتماعي- دراسة تطبيقية-"، مجلة الدراسات الإعلامية- المركز الديمقراطي العربي، برلين- ألمانيا، العدد ٨، ٢٠١٩.
- فاطمة السالم: "الأثار الاجتماعية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة علي عينة من الشباب في دولة الكويت ، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، جامعة الأهرام الكندية، العدد ٢٧، ٢٠١٩.
- قطب عبده حنور، علياء عادل عبد الرحمن: "تأثير إدمان برامج مواقع التواصل الاجتماعي علي الشعور بالرضا عن الحياة والحيوية الذاتية لدي طلاب الجامعة"، المجلة التربوية، جامعة سوهاج، كلية التربية، العدد ١٠٨، ٢٠٢٣.

<https://doi:10.12816/EDUSOHAG,2023>

- محمد بن فهد الجبير: "اتجاهات المجتمع السعودي نحو إعلانات المشاهير في شبكات التواصل الاجتماعي وانعكاسها على السلوك الشرائي: دراسة مسحية علي عينة من سكان مدينة الرياض"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد ١، ٢٠٢٣.

<http://search.mandumah.com/Record/1383803>

- مروة السيد عبد العليم: " دور المؤثرين الإسلاميين علي مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم المعرفة الدينية لدي الشباب الجامعي: دراسة ميدانية"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة: كلية الإعلام بالقاهرة، العدد ٨٢، ٢٠٢٣.

<http://search.mandumah.com/Record/1416525>

- مي وليد سلامة: "إعلانات المؤثرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالسلوك الشرائي لدي الشباب الجامعي السعودي" دراسة ميدانية"، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، العدد ١٩، ٢٠٢٠.

<https://www.sjocs.journals.ekb.eg>

- نيرة أحمد شبايك: "تأثير متابعة الشباب لصفحات المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي علي سمات نموذج القدوة لديهم"، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، العدد ٢٨، ٢٠٢٤.

https://ejst.journals.ekb.eg/article_358790.html

- ياسمين محمد السيد: "تأثير متابعة صفحات وحسابات المشاهير الرسمية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي علي التفاعل الاجتماعي لدي المراهقين"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد ٣، ٢٠١٩.

https://journals.ekb.eg/article_95291.html

الكتب:

- منال المزاهرة مناهج البحث الإعلامي"، (الأردن: عمان، دار المسيرة للطباعة والنشر، ٢٠٢٠)

ثانياً المراجع الأجنبية:

Unpublished studies:

- Lama Atef bicher:" The role of social media influencers on the consumer's buying decision process in the lidht of advertising literacy" a study on instagram", **unpublished ph.D**, (cairo university, faculty of mass communication, 2020), p42.
- Luke Jan D, Gelvoligaya:" social media addection and life satisfaction among University students", **unpublished M.A**, (Houston Baptist University, Texas, 2021).

Published stusies:

- Agata Blachnio, Aneta przepioka:" Relations between facebook intrusion, internet addection,life satisfaction and self-esteem", **international journal of mental health**, vol17, no92, 2019. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11469-018>
- Erwin Erwin, Siska Jeanete, et al:" The Influence of Social Media Influencers on Generation Z Consumer Behavior in Indonesia", **West Science Interdisciplinary Studies**, vol.1, no. 10, 2023
<https://www.researchgate.net/publication/375124475>
- Haq Nwaz, Muhammed Gulzada, et.al:" Assessing contentment with life among nursing students at private nursing institute Karachi, Pakistan", **Pakistan journal of health sciences**, vol.5, no 1, 2024. <https://doi.org/10.54393/pjhs.v5i>
- Ilhan Gicek, Mehmet Emin, et.al:" problematic social media use, students during the covid-19 pandemic: mediation role of social support", **Psihologija journal**, vol. 57, no.2 ,2024
<https://doi.org/10.2298/psi220613009>
- Salma amber, Muhammed adil, Mira Ali:" Exploring the relationship between digital narcissism, subjective wellbeing, and social media usage: A case study on GCUF students on facebook and instagram" **Remittances review**, vol.9, no.1,2024.
<https://doi.org/10.33282/rr.vxgil>
- Sebastia Valenzuela, Namsu park:" Is there social capital in a social network site?: facebook use and college students' life satisfaction, trust, and participation", **journal of computer- mediated communication**, Vol. 14, 2021<https://doi:10.111/j.1083-6101>

مقالات الانترنت:

- أميرة عاصي:" بمناسبة اليوم العالمي لهم.. الشباب يمثلون ٢١% من عدد سكان مصر"، موقع الشروق.

Available at <https://www.shorouknews.com/news/view.aspx?cdate=12082023&id2024/7/7-11:22pm>

- إدارة الموقع:" تقرير وسائل التواصل الاجتماعي في مصر"، شركة راجح للتسويق والبرمجة. available-at <https://rageh.net/%D8%AA%D9%82%D8%B1/22-7-2024-8:13pm>

- إدارة الموقع:" مصر ضمن أكثر الدول استخدامًا لوسائل التواصل الاجتماعي خلال ٢٠٢٤، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، مايو ٢٠٢٤.

Available at <https://www.idsc.gov.eg/InfoGraph/details/17467/07/2024/10:42pm>

- Site Administration:" **Top Instagram Influencers and Instagram Users in Egypt in 2024**", Star ngage Available at <https://starngage.com/app/global/influencer/ranking/egypt/celebrities?page=2//15/7/2024/12:58pm>