



تعرض المراهقين لصفحات الهدونين في وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالتأثيرات الاجتماعية عليهم

إعداد

أ. أسهاء دهبان صالح الشحات

باحثة بقسم الاعلام التربوي، بكلية التربية النوعية، جامعة المنصورة

د. هالة غزالي محمد الربيه

أ.م.د. عايدة محمد عوض الهر

مدرس بقسم الاعلام التربوي، بكلية التربية

أستاذ مساعد بقسم الاعلام التربوي، بكلية

النوعية، جامعة المنصورة

التربية النوعية، جامعة المنصورة

DOI:

<https://doi.org/10.21608/IJMCR.2023.238754.1013>

المجلة الدولية لبحوث الإعلام والاتصالات

دورية علمية محكمة فصلية

المجلد (٣). العدد (٩). سبتمبر ٢٠٢٣ □

P-ISSN: 2812-4812

E-ISSN: 2812-4820

<https://ijmcr.journals.ekb.eg/>

الناشر

جمعية تكنولوجيا البحث العلمي والفنون

المشهرة برقم ٢٧١١ لسنة ٢٠٢٠، بجمهورية مصر العربية

<https://srtaeg.org/>

تعرض المراهقين لصفحات الهدونين في وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقته بالتأثيرات الاجتماعية عليهم

إعداد

أ. أسهاء دهبان صالح الشحات

باحثة بقسم الاعلام التربوي، بكلية التربية النوعية، جامعة المنصورة

د. هالة غزالي محمد الربيع

مدرس بقسم الاعلام التربوي، بكلية التربية النوعية، جامعة المنصورة

أ.م.د. عايدة محمد عوض الهر

أستاذ مساعد بقسم الاعلام التربوي، بكلية التربية النوعية، جامعة المنصورة

هدفت الدراسة إلى التعرف على التأثيرات الاجتماعية الناتجة عن تعرض المراهقين لصفحات المدونين على وسائل التواصل الاجتماعي، كذلك معرفة المضامين التي تقدم عبر هذه الصفحات، كما هدفت الدراسة أيضا إلى معرفة أسباب ودوافع اشتراك المراهقين في صفحات المدونين ومعرفة الموضوعات الأكثر تفضيلا بالنسبة لهم.. وقد قامت الباحثة بدراسة ميدانية على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة، وذلك باستخدام أداة الاستبيان في ضوء منهج البحث الإعلامي.

النتائج

وقد كان من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة، أن هناك فروق في التفضيلات الخاصة بالصفحات التي تظهر عليها صفحات المدونين وأن الذكور والإناث قد حصلوا على نفس عدد الساعات التي يقضونها في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وذلك بنسبة ٣٩,٣٪، للاستخدام من ساعة لأقل من ساعتين، وقد حصلت كزبي مدبولي على أعلى الصفحات مشاهدة وذلك بنسبة ٣٣,٨٪ من حجم العينة، أما من حيث دوافع اشتراك المراهقين لصفحات المدونين جاءت عبارة تقدم محتوى شيق وجذاب ومتنوع يؤثر اهتمامي، وعبارة تبادل الحوار والأفكار مع الآخرين يكسبني طرق جديدة في التفكير في المرتبة الأولى بنسبة ٢,٣٥٪، وعبارة تجذب انتباهي لأنها تستخدم أساليب إخراجية جيدة من حيث الشكل والأسلوب في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٢,٣٣٪، وقد جاء المحتوى الديني في مقدمة المضامين التي يحرص المراهق على متابعتها بنسبة بلغت ٢,٥١٪، ثم المحتوى الكوميدي بنسبة ٢,٤٠٪، ويليه المحتوى الترفيهي بنسبة ٢,٣٧٪، ومن أهم التأثيرات الناتجة عن متابعة المراهقين لصفحات المدونين من حيث المقارنة

الاجتماعية، كانت عبارة "أشعر بالغيرة والحسد من شهرة المدونين وأعداد متابعيهم بنسبة بلغت ٢,٦٢٪، ثم عبارة أقرن شكلي بشكل المدونين وطريقة ملابسهم بنسبة بلغت ٢,٥٠٪.

المراهقين، صفحات الهدونين، وسائل التواصل الاجتماعي، التأثيرات الاجتماعية.

والدراسات الرئيسية:

مقدمة

في ظل التطورات التكنولوجية الهائلة التي حدثت في وسائل الإعلام، والذي نتج عنها ثورة معلوماتية هائلة في جميع المجالات انضم الملايين من المستخدمين من مختلف أنحاء العالم لوسائل الإعلام المختلفة لمواكبة هذا التطور وأصبحت وسائل الإعلام مهنة من لا مهنة له فلقد انضم العديد من الأشخاص الذين أطلق عليهم العديد من الأسماء منها "المدونين" "المؤثرين"، "صناع المحتوى"، "منشئي محتوى الفيديو"، "البلوجرز" ويمكن تعريفهم بأنهم جماعة من الأفراد استطاعوا أن يستقطبوا الآلاف بل الملايين من الجماهير العريضة من خلال استخدامهم كافة الوسائل والموارد البشرية وغير البشرية لجذب عدد كبير منهم بدافع الشهرة والمكسب والحصول على المكانة الاجتماعية. ولقد نتج عن ظهورهم العديد من التأثيرات الاجتماعية كان من أهمها المقارنة الاجتماعية والتقليد الاجتماعي خاصة لطبقة المراهقين وذلك لأنهم الأكثر تعرضا وعرضه لهذه الصفحات.

مشكلة الدراسة

من خلال ملاحظة الباحثة لمواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، لاحظت زيادة عدد مدوني هذه المنصات، ووجدت أنهم يستقطبون فئة المراهقين، ولقد ساعدتهم في ذلك الفترات التي يقضيها المراهق على صفحات المدونين، وقد اتفقت الدراسة الاستطلاعية التي أجرتها الباحثة مع الدراسات السابقة مثل دراسة (Kiran shanker ٢٠١٩) والتي توصلت إلى أن المراهق يقضي حوالي ٣ ساعات فأكثر أمام شاشة هاتفه يتنقل بين فيديو وآخر، مما يؤدي إلى الانعزال والرهاب الاجتماعي، بالإضافة إلى إحداث الجفاء الأسري وتبلد العلاقات.

وتبدأ مرحلة المراهقة من سن الرابعة عشر وحتى الثامنة عشر يمر المراهق في هذه الفترة بتحولات وتغيرات جذرية تختلف اختلافا تاما عن فترة الطفولة يزداد احتياج المراهق إلى

الأشخاص الذين يعتبرهم زعماء يكونون من وجهة نظره أصحاب المثل العليا يعتقد نفس مبادئهم ويحاول اكتساب صفاتهم ويطلق على هذا عبادة الأبطال. (إبراهيم وحيد، ١٩٨١).

وهذا بالفعل ما يحدث عندما يقوم المدونين والمؤثرين بالتأثير على طبقة المراهقين من عرض "الفلوجات" وهي نشر رويتهم اليومي بشكل تفصيلي يحاولون استغلال كافة الأحداث اليومية بشكل مستمر مما يدفع المراهق لتغيير نمط حياته اليومية من مأكّل وملبس ومشرب وكافة مناحي الحياة الأخرى، ونشر العديد من الفيديوهات التي تحتوي على مقاطع غير أخلاقية تؤثر على تدني القيم لدى المراهق ومحاولة تقليد هذه المقاطع، بالإضافة إلى التأثيرات الأخرى على الجوانب الشخصية والاجتماعية منها دراسة (Walla Elsayed، ٢٠٢١) أشارت نتائج دراستها عن تأثيرات وسائل الإعلام على المراهقين أن لهذا الوسائل دورا كبيرا في التأثير على المستوى الدراسي للمراهقين كما أنها أثرت على قراراته الحياتية.

، واستنادا على كل ما سبق تم صياغة المشكلة في التساؤل التالي: ما علاقة تعرض المراهقين لصفحات المدونين في وسائل التواصل الاجتماعي بالتأثيرات الاجتماعية عليهم؟

أهداف الدراسة

١. معرفة الموضوعات الأكثر تداولاً عند المدونين.
٢. رصد دوافع اشتراك المراهقين في صفحات مدوني منصات التواصل الاجتماعي.
٣. تحديد التأثيرات المتوقعة التي تحدثها صفحات المدونين على المراهقين.

أهمية الدراسة

١. وجدت الباحثة في حدود علمها أن معظم الدراسات التي تناولت تأثير المدونين قد ركزت على دور المدونين في التسويق وتأثيراتهم على النية الشرائية للجمهور وتبنيم للحملات الإعلانية والدعائية باعتبارهم قادة مؤثرين، ولم يتطرق أحد إلى دراسة التأثيرات الاجتماعية لصفحات المدونين على فئة المراهقين بشكل أعمق خاصة فيما يتعلق بالمقارنات الاجتماعية والتأثير على سلوكهم وعلاقاتهم الاجتماعية.
٢. أهمية دراسة فئة المراهقين من (١٨_٢١) والتي أصبحت قوة مؤثرة تمثل شريحة مهمة في المجتمع المصري باعتبارهم أهم طبقاته تأثيرا وتأثرا.

الدراسات السابقة

قامت الباحثة بتقسيم الدراسة عقب المسح الذي أجرته للدراسات السابقة المرتبطة بموضوع البحث إلى محورين هما:

المحور الأول: الدراسات التي تناولت تأثيرات المدونين:

دراسة **Abdullah M. Al-Ansi, Manar Hazaimh** (٢٠٢٣) "والتي تركز على تأثير المدونين على المراهقين" هدفت هذه الدراسة إلى معرفة تأثيرات المدونين على السلوك الخاص بالمراهقين، وقد اعتمد الباحث على المنهج الوصفي مستخدماً أداة الاستبيان على عينة قوامها ١٦١٢ من المراهقين، وقد توصلت النتائج أن التيك توك كان في مقدمة التطبيقات التي يفضلها المراهقين، ثم جاء في المرتبة الثانية الانستغرام، كما أثبتت الدراسة أن الذكور أكثر الفئات متابعة، كما توصلت الدراسة أن ٣١٪ من عينة الدراسة يقضون أكثر من ثلاث ساعات يوميا، وتوصلت الدراسة أيضا أن المراهقين أكثر تأثرا بالمدونين حيث أنها جعلتهم أكثر وعيا وإدراكا للواقع، كما أنها كان لها تأثير سلبي لأن المتابعة المستمرة لهم حفزتهم على التنمر على الآخرين كما أنها تزيد من درجات المقارنة لديهم.

دراسة **Sophie Rosenbohm, Fabian Hoose** (٢٠٢٣) تناولت الدراسة قصص حول العمل كمنشئ محتوى وسائط اجتماعية هدفت الدراسة إلى معرفة القصص التي ينقلها المدون إلى جماهيره ويتشاركها معهم، والصورة الذاتية التي ينشرها من واقع عمله كمدون، تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية، استخدم فيها المدون أداة تحليل المضمون لتحليل ٢١٧ مدونة، كما قام الباحث بإجراء مقابلات مع ١٨ مدون لمعرفة كيف يظهر المدون صورته الذاتية لجماهيره وقد توصلت الدراسة إلى أن الذكور كانوا الأكثر ظهورا للعمل كمدونين، وقد جاءت موضوعات الموضة والجمال في المرتبة الأولى ثم السفر والرحلات في المرتبة الثانية، ومحتوى الطهي كان في المرتبة الأخيرة.

دراسة **Fulya Acikgoz, Raffaele Filieri** (٢٠٢٣) هدفت هذه الدراسة إلى البحث عن مصداقية المدون ومدى جدارته بالثقة على جودة المحتوى ونية الشراء، تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي اعتمد فيها الباحث على أداة الاستبيان على عينة قوامها ٤٩٨ مفردة من الجمهور

العام وقد توصلت الدراسة إلى أن مصداقية المصدر وخبرته مؤشرا على جودة المحتوى المقدم، وأن موثوقية المصدر عامل مهم وقوى على النية الشرائية للمنتجات النفعية

دراسة رانيا رمزي حليم (٢٠٢١) بعنوان: "دور المؤثرين الاجتماعيين في الحياة اليومية للشباب المصري". هدفت الدراسة إلى معرفة الدور الذي يقوم به المؤثرون الاجتماعيين في حياة الشباب، ومعرفة الأسباب الكامنة حول الزيادة المضطربة في عدد المؤثرين، وكذلك الموضوعات التي يتطرقون إليها تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية. استخدمت فيها الباحثة أداة الاستبيان الإلكتروني على عينة قوامها ٥٦٢ مفردة من الشباب الجامعي مأخوذة بطريقة كرة الثلج توصلت الدراسة أن الدوافع الطقوسية لمتابعة المؤثرين جاءت في المرتبة الأولى، تلتها الرغبة في الحصول على المعلومات، وجاءت البساطة والتلقائية في مقدمة الإجابات عند سؤال المبحوثين عن أسباب متابعة مؤثر دون غيره.

أما عن دراسة حسام علي علي سلامة (٢٠٢١) بعنوان: "العوامل المؤثرة في متابعة الجمهور العربي لحسابات المؤثرين على إنستغرام". هدفت هذه الدراسة إلى تحليل انتشار ظاهرة المؤثرين ومعرفة أسباب ودوافع متابعة الشباب لهم. تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي اعتمدت على صحيفة الاستبيان على عينة قوامها ٣٠٠ مفردة من سن ١٥-٥٥ عاما فأكثر، وقد توصل الباحث لعدة نتائج أبرزها، الأهمية الكبيرة التي يحظى بها المؤثرون في المجتمع وأن المصداقية والتنوع في المحتوى من أهم أسباب متابعة المؤثرين وجاءت الدوافع الطقوسية في المقدمة ليأخذ التطوير الذاتي والاستفادة من تجارب الآخرين المرتبة الثانية، وتوصل أيضا أن العلاقة قوية بين اهتمامات الجمهور والمكاسب الاجتماعية التي يحققونها جراء متابعة المؤثرين.

وأشارت Emmely Croes&JosBartels (٢٠٢٠) إلى: "دوافع الشباب لمتابعة المؤثرين الاجتماعيين وعلاقته بالنية السلوكية والشراء". وتهدف إلى التعرف على الدوافع التي تؤدي لمتابعة الشباب للمؤثرين الاجتماعيين، وقد قام الباحث باستخدام أداة الاستبيان على عينة قوامها ٤١٥ شابا أعمارهم من ١٦-٢٥ عاما استخدم الباحث المنهج الوصفي وقد توصلت الدراسة إلى أن من أسباب متابعة المراهقين لصفحات المؤثرين هو البحث عن المعلومات

وتبادلها، كذلك الترفيه، وشغل أوقات الفراغ، والهروب من مشاكل الحياة اليومية، كما أظهرت النتائج اختلاف دوافع المتابعة باختلاف العمر والنوع ومستوى التعليم.

أما عن دراسة مي وليد سلامة (٢٠٢٠) بعنوان: "إعلانات المؤثرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالسلوك الشرائي لدى الشباب الجامعي السعودي". فقد هدفت الدراسة إلى معرفة كيف يتأثر الجمهور بالإعلانات التي يقدمها المؤثرون، ومعرفة دوافع متابعة الجمهور لهم وهذه الدراسة من الدراسات الوصفية استهدفت مجتمع الدراسة الشباب الجامعي لجامعة الملك عبد العزيز وبعض صفحات المؤثرين على قنوات التواصل، وقد توصلت الدراسة إلى زيادة إقبال الجمهور لقنوات المؤثرين وأن دوافع اشتراك الشباب لهذه القنوات كان للمصداقية النصيب الأكبر من أجوبتهم، وأن المنتجات التي يقدمها المؤثرون قد لاقت إعجابا وإقبالا كبيرا من الشباب موضع البحث.

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت التأثيرات الاجتماعية لوسائل الإعلام الجديدة على المراهقين:

وقد أشارت دراسة Oden, A., & Porter (٢٠٢٣) إلى "أثار استخدام المراهقين لوسائل الإعلام والمشاركة المدنية" هدفت هذه الدراسة إلى معرفة الكيفية التي يتأثر بها المراهقين من ناحية المشاركة المدنية والاستقطاب العاطفي، استخدم الباحث المنهج الوصفي على عينة قوامها ١٣١٥ مفردة باستخدام صحيفة الاستقصاء وقد خلصت النتائج أن الفتيات الأعلى مشاهدة لوسائل الإعلام عن الذكور، وأن الإنستغرام قد حصل على النسب الأعلى متابعة ثم التيك توك، وأن لوسائل الاعلام دور هام وبارز في تشكيل الهوية السياسية عند المراهقين، كما أنها تنمي مهاراتهم وهواياتهم.

كما أشارت دراسة Andrea Irmer, Florian Schmiedek (٢٠٢٣) "إلى التوسيط بين الاستخدام اليومي لوسائل التواصل الاجتماعي والرفاهية من خلال المقارنات التصاعديّة" وقد هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير وسائل الإعلام على المستوى الشخصي للمراهقين وممارسة المقارنات الاجتماعية، استخدم الباحث المنهج الوصفي معتمدا على أداة الاستبيان على

عينة قوامها ٢٠٠ مراهق، وقد أثبتت النتائج أن المراهق دائم المتابعة هو الأقل رضا عن نفسه، وأقل سعادة لأنه يقوم بمقارنة حياته مع الأشخاص على صفحات التواصل الاجتماعي،

كما تناولت دراسة "Mamdouh Mohammed (٢٠٢٢) تأثير وسائل الإعلام على الرضا عن الحياة: الدور الوسيط للمقارنة الاجتماعية والحسد واحترام الذات" هدفت الدراسة إلى معرفة الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام ومعرفة أثر استخدام الوسيط الاجتماعي على الرضا عن الحياة، استخدم الباحث المنهج الوصفي معتمدا على أداة الاستبيان على عينة قوامها ٣٩٠ مفردة من المراهقين في المجتمع المصري وقد توصلت الدراسة إلى أن استخدام وسائل الإعلام بشكل مستمر يؤثر على تقليل الرضا عن الحياة، كما أثبتت الدراسة عدم وجود علاقة ارتباطية بين المتغيرات الديموغرافية (الجنس_السن_العمر_مستوى الدخل) وبين التأثيرات الناتجة عن الاستخدام.

كما أشارت دراسة Walaa Elsayed (٢٠٢١) إلى "الأثار السلبية لوسائل التواصل الاجتماعي على الهوية الاجتماعية للمراهقين". وتهدف إلى معرفة الأثار السلبية لوسائل التواصل ودرجة معرفة المراهقين بها استخدمت الباحثة عينة قوامها ٢٠٠ مفردة أخذت بشكل عشوائي للمراهقين في المرحلة الثانوية وتم استخدام أداة الاستبيان لجمع البيانات، استخدمت المنهج الوصفي وقد توصلت النتائج إلى أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي تؤدي إلى التأخر الدراسي لدى الباحثين وأن لهذه الوسائل تأثيرات بالغة في تشتيت المراهق وعدم قدرته على اتخاذ قرارات واضحة لأنه غير قادر على الالتزام وتحمل المسؤولية وهو في مراحل الأولى الاستكشافية كما توصلت الدراسة إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي تقلل من قدرة الفرد الاجتماعية.

وقد هدفت دراسة إنجي جمال حريري (٢٠٢٠) إلى معرفة الأثار حول استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والعلاقات التفاعلية بين الوالدين والأبناء". وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية وقد تم استخدام عينة قوامها ٧٠ من الطلاب المراهقين واستخدمت أداة الاستبيان لجمع البيانات وقد توصلت النتائج إلى أن وسائل التواصل لها تأثيرات بالغة في لغة الحوار والتفاعل بين الأسرة والأبناء وأن أكثر وسائل التواصل تفاعلا من قبل الطلاب الفيس الواتساب يليه ثم تويتر.

وجاءت دراسة سالي أحمد محمد جاد (٢٠٢٠) بعنوان: "التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري" لتبحث عن الأسباب الكامنة وراء استخدام عينة الدراسة لوسائل الإعلام التقليدي منها والرقمي واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي على عينة قوامها ٣٠٠ مفردة من محافظتي القاهرة والجيزة تتراوح أعمارهم من ١٥ عاما فما فوق استخدمت الاستبيان كأداة من أدوات جمع المعلومات وقد خلصت النتائج أن من أهم أسباب متابعة الجمهور لوسائل الإعلام أنها تعطي الحق في الحوار والنقاش والتعبير عن الرأي بعيدا عن مشاعر الخوف والخجل كما أنها تعطي الحق لتكوين روابط وعلاقات قوية مع الأصدقاء وتشكيل علاقات اجتماعية جيدة مع الأفراد.

وعلى الجانب الأخرى جاءت دراسة كبوها شروق حاسن (٢٠١٩) بعنوان: "استخدام المراهقين لشبكات التواصل الاجتماعي وأثره على الاتصال الشخصي" لديهم وقد هدفت الدراسة إلى بيان أثر وسائل التواصل على المراهقين ومعرفة حجم الوقت الذي يقضيه المراهق أمام وسائل التواصل والدوافع من وراء استخدامها تم استخدام المنهج المسحي وقد استخدمت الباحثة أداة الاستبيان على عينة قوامها ٤٠٩ مفردة من طلاب جامعة الملك عبد العزيز وتوصلت النتائج أن الدافع الرئيسي للمتابعة هو شغل الوقت والترفيه وتكوين علاقات اجتماعية مع الأصدقاء وأن نسبة متابعة الذكور تخطت نسبة متابعة الإناث لوسائل التواصل الاجتماعي

مدى الاستفادة من الدراسات السابقة

ساهمت القراءة التحليلية للدراسات السابقة في تحديد "الفجوة البحثية" المتمثلة في تحديد التأثيرات الاجتماعية التي يحدثها المدونين على عينة المراهقين، كذلك بلورة وتحديد المشكلة البحثية تحديدا واضحا ودقيقا، والاستفادة منها في كتابة وصياغة الفروض البحثية كما ساعدت الباحثة في تحديد أدوات جمع البيانات وتحديد النظريات الأكثر ملائمة لطبيعة الموضوع.

مصطلحات الدراسة**التأثيرات الاجتماعية:**

التعريف الاصطلاحي: هي كل ما يؤثر في شخصية الأفراد متضمنا ذلك السلوك والأفكار والمعتقدات والأنساق الاجتماعية المختلفة إما سلبا أو إيجابا. (سالي جاد ، ٢٠٢٠)

التعريف الاجرائي: كل ما يتعرض له الفرد من عادات وتقاليد وأنماط سلوكية وأنساق اجتماعية مختلفة وكل ما يؤثر بشكل أو بآخر على علاقة الفرد بأسرته خاصة وكل ما يؤثر على المكانة الاجتماعية للمجتمع بشكل أجمع.

مدوني وسائل التواصل الاجتماعي:

التعريف الاصطلاحي: المدونين هم أشخاص عاديين ينخرطون مع أعداد كبيرة من المتابعين عبر صفحات التواصل الاجتماعي يمتلكون قدرة كبيرة للتأثير على الأفراد. (٢٠١٦ ، Crystal Abidin

التعريف الاجرائي: الأشخاص القادرين على إنشاء وابتكار محتوى قوى ومؤثر يستهدف فئة معينة من خلال منشورات وقصص ومقاطع فيديو ونشرها على مواقع التواصل الاجتماعي.

وسائل التواصل الاجتماعي:

التعريف الاصطلاحي: هي تلك الوسائل التي تساعد على التواصل بين الأعضاء عبر شبكات الإنترنت من خلال احتوائها على كافة الإشباعات التي يتطلبها الفرد مما يساعد على عملية تفاعل الجماهير معها. (سالي جاد، ٢٠٢٠)

التعريف الاجرائي: كافة المنصات الرقمية من يوتيوب وفيس بوك وإنستغرام التي يتشارك عليها الجماهير المنشورات والأخبار والصور ومقاطع الفيديو المختلفة إما بهدف الترفيه أو الحصول على المعلومات المختلفة.

المراهقين:

التعريف الاصطلاحي: المراهقة هي المرحلة التي ينتقل فيها الفرد من مرحلة الطفولة إلى مرحلة النضج وهي مرحلة يبحث فيها المراهق عن نفسه وذاته الخاصة وهي الفترة الأخطر في حياة الفرد لأنه يتشكل فيها اتجاهاته وتتكامل فيها شخصيته. (إبراهيم وحيد محمود، ١٩٨١)

التعريف الاجرائي: المراهقين هم الأشخاص الذين انتقلوا من مرحلة الطفولة إلى مرحلة البلوغ وهي المرحلة الأكثر تمردا واكتشافا يحاول فيها المراهق اكتشاف ذاته واكتشاف ميوله ورغباته في ضوء ما يمر به من مؤثرات داخلية وخارجية وقد حددت الباحثة فترة المراهقة المتأخرة من ١٨ حتى ٢١.

فروض الدراسة

- ١) توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين كثافة تعرض المراهقين لصفحات المدونين على مواقع التواصل الاجتماعي؛ والتأثيرات المتحققة من التعرض لتلك الصفحات.
- ٢) توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين كثافة تعرض المراهقين لصفحات المدونين على مواقع التواصل الاجتماعي؛ ودوافع تعرضهم لهذه الصفحات.
- ٣) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين التأثيرات الناتجة عن تعرض المراهقين لصفحات المدونين على مواقع التواصل الاجتماعي من حيث (تأثير المقارنة الاجتماعية - تأثير التقليد الاجتماعي؛ باختلاف خصائصهم الديموغرافية (النوع - المستوى التعليمي)

نوع الدراسة

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية وذلك لأنها أكثر ملائمة للموضوع لأنه سيقوم بوصف الظاهرة ودراستها وتحليلها للوقوف على التأثيرات المختلفة التي يحدثها مدوني وسائل التواصل الاجتماعي.

منهج البحث

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي.

مجتمع الدراسة

يتمثل في ٤٠٠ مفردة من فئة المراهقين المتمثلين في المحافظات الأتية (الدقهلية، الإسكندرية، دمياط، القاهرة) حسب ما أتيح للباحثة.

مبررات اختيار العينة

تم اختيار العينة من فئة (١٨ - ٢١) وذلك لأنهم أكثر الفئات تعلقاً بوسائل التواصل الاجتماعي، ولأن مرحلة المراهقة هي أكثر المراحل تأثيراً وخطورة ولأن المراهق في هذه المرحلة العمرية يسعى إلى اكتشاف ذاته. ففي فترة عصبية تظهر فيها تغيرات عقلية وانفعالية وجسمانية. ولأنها أكثر الفئات إدماناً لمواقع التواصل الاجتماعي حيث أثبتت الدراسات أن المراهق يقضي ما بين ٣ إلى ٧ ساعات أمام شاشة هاتفه يتنقل ليلاً ونهاراً بين ما ضر وما نفع. (عبد الرحمن بن عبد الله، العمري، ٢٠١٨)، كما أثبتت الدراسة الاستطلاعية التي أجرتها الباحثة أن جميع مفردات الدراسة تقضي أكثر من ساعتين يومياً أمام صفحات مدوني وسائل التواصل الاجتماعي. وقد تم سحب العينة العمدية من أربع محافظات متنوعة حسب ما أتيح للباحثة مما يجعل مجتمع الدراسة أكثر تنوعاً وواقعية ويجعل النتائج المستخلصة أكثر دقة وموضوعية. كانت العينة ممثلة من الجنسين للوقوف على التأثيرات المختلفة للنوعين ومدى تأثير كل نوع على حده. هذه المرحلة بالتحديد هي التي يتغير فيها فكر المراهق، واتجاهاته، ورغباته التي يسعى إلى تحقيقها.

مبررات اختيار الأربع محافظات: (الدقهلية، القاهرة، دمياط الإسكندرية)

١. لأن دائرة معارف الباحثة تمتد لهذه المحافظات

٢. وجدت فهم الباحثة التعاون والجدية

أدوات الدراسة

صحيفة الاستقصاء: تعد استمارة الاستقصاء أكثر أدوات البحث شيوعاً، حيث تعد

أداة مناسبة لجمع البيانات من المبحوثين بشكل موضوعي ودقيق.

المعالجة الإحصائية

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية تم إدخالها بعد ترميزها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية والمعروف باسم (Spss) وذلك باللجوء إلى المعاملات، والاختبارات، والمعالجة الإحصائية.

نتائج الدراسة

خصائص عينة الدراسة المسحية

جدول رقم (١) توصيف عينة الدراسة وفقا للمتغيرات الديموغرافية

المتغيرات	ك	%
النوع	ذكر	١٨١
	انثى	٢١٩
	الإجمالي	٤٠٠
المستوى التعليمي	تعليم أقل من المتوسط	١٢٢
	تعليم متوسط اوقوق المتوسط	٥٨
	تعليم جامعي	٢٢٠
	الإجمالي	٤٠٠
مستوى الدخل الشهري	مستوى دخل منخفض	٢٥٤
	مستوى دخل متوسط	١٠٨
	مستوى دخل مرتفع	٣٨
	الإجمالي	٤٠٠
محل الإقامة	حضر	٢٠٠
	ريف	٢٠٠
	الإجمالي	٤٠٠

تشير بيانات الجدول السابق إلى خصائص عينة الدراسة المسحية: فمن حيث النوع حصل الذكور على نسبة ٤٥,٢٪ بينما حصلت الإناث على نسبة ٥٤,٨٪، أما من حيث المستوى التعليمي فقد حصل التعليم أقل من المتوسط على نسبة ٣٠,٥٪، أما التعليم المتوسط وفوق متوسط فقد حصل على نسبة ١٤,٥٪، أما التعليم الجامعي فقد حصل على ٥٥٪ من حجم

العينة، أما بالنسبة لمستوى ادخل الشهري فقد حصل مستوى الدخل المتوسط على نسبة ٢٧٪، أما مستوى الدخل المرتفع فقد حصل على نسبة ٩,٥٪، أما من حيث محل الإقامة فقد حصلت المدن على نسبة ٥٠٪، وحصل الريف على نسبة ٥٠٪ من حجم العينة.

جدول (٢) العلاقة بين مدى متابعة المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي وفقاً للنوع:

النوع		ذكر		انثى		الإجمالي	
مدى المتابعة		ك	%	ك	%	ك	%
دائماً		٩٥	٥٢,٥	٩٣	٤٢,٥	١٨٨	٤٧
أحياناً		٧٢	٣٩,٨	٨٥	٣٨,٨	١٥٧	٣٩,٢
نادراً		١٤	٧,٧	٤١	١٨,٧	٥٥	١٣,٨
الإجمالي		١٨١	١٠٠	٢١٩	١٠٠	٤٠٠	١٠٠

قيمة $\chi^2 = ١٠,٨٤٠$ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠,١٦٢
مستوى المعنوية = ٠,٠٠٤ دال احصائياً

أوضحت نتائج الجدول السابق: أن الذكور حصلت على أكثر من نصف عينة المراهقين متابعة بصفة دائمة وقد بلغت نسبتهم 52.5% وهي نسبة مرتفعة تدل على متابعتهم المستمرة لوسائل الاعلام وانشغالهم الدائم بها، بينما حصلت الاناث على نسبة ٤٢,٥٪ أما عن المتابعة أحياناً فقد حصل الذكور ايضاً على النسبة الأكبر فكانت ٣٩,٨٪ بينما حصلت الاناث على نسبة ٣٨,٨٪ كما حصل الذكور للمتابعة نادراً على نسبة ٧,٧٪، بينما حصلت الاناث على نسبة ١٨,٧٪، وباستخدام معامل χ^2 حيث كانت قيمة $\chi^2 = ١٠,٨٤٠$ ، ومعامل توافق = ٠,١٦٢ وهي قيمة ضعيفة عند مستوى معنوية ٠,٠٠١، ودرجة ثقة ٩٩٪. وجد أن هناك علاقة دالة احصائياً بين نوع المبحوثين (ذكور، اناث) ومدى متابعتهم لمواقع التواصل الاجتماعي. ويتضح هنا حصول الذكور على النسب الأعلى متابعة.

وتفسر الباحثة ذلك برغبة الذكور في تكوين صداقات وعلاقات جديدة عبر صفحات التواصل الاجتماعي، ففي كثير من الأحيان نجد صفحات بأسماء مستعارة ترسل طلباً للصداقة دون معرفة هويتها، وفي كثير من الأحيان يرى المراهق الذكر أنه قد أصبح في مرحلة عمرية كبيرة لا يريد تسلط الوالدين عليه فيلجأ إلى صفحات التواصل الاجتماعي بحثاً عن الحرية والانطلاق بعيداً عن نصائح وارشادات الاهل.

جدول (٣) العلاقة بين عدد الساعات التي يقضيها المراهقين يوميا في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

وفقا للنوع:

الإجمالي		انثى		ذكر		النوع
%	ك	%	ك	%	ك	
٨	٣٢	٦,٤	١٤	٩,٩	١٨	أقل من ساعة
٣٩,٢	١٥٧	٣٩,٣	٨٦	٣٩,٣	٧١	من ساعة لأقل من ساعتين
٥٢,٨	٢١١	٥٤,٣	١١٩	٥٠,٨	٩٢	ساعتين فأكثر
١٠٠	٤٠٠	١٠٠	٢١٩	١٠٠	١٨١	الإجمالي
قيمة كا ^٢ = ١,٧٩٤ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠,٠٦٧						
مستوى المعنوية = ٠,٤٠٨ غير دال احصائيا						

تشير بيانات الجدول السابق على: حصول الذكور والإناث على نسب متساوية في

التواجد على مواقع التواصل الاجتماعي بمقدار (من ساعة لأقل من ساعتين) بنسبة ٣٩,٣٪، وتكاد النسبة متقاربة بين (الذكور والإناث) في المتابعة لساعتين فأكثر بفارق ٠,٥٪، حيث حصل الذكور على نسبة ٥٠,٨٪، بينما حصلت الإناث على ٤٥,٣٪. أما عن الاستخدام لأقل من ساعة فقد حصلت الذكور على ٩,٩٪، أما الإناث فحصلت على ٦,٤٪. وباستخدام معامل كا^٢ حيث كانت قيمة كا^٢ = ١,٧٤٩، ومعامل توافق = ٠,٠٦٧، وهي قيمة ضعيفة عند مستوى معنوية ٠,٠٥، ودرجة ثقة ٩٥٪.

*وجد انه ليس هناك علاقة دالة احصائيا بين نوع المبحوثين (ذكور، اناث) وبين عدد الساعات التي يقضونها يوميا في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي. ويتضح من هذه النتائج أن هناك علاقة وثيقة بين عدد الساعات التي يقضيها المبحوث وفقا لنوعه، فلقد حصلت الذكور والإناث على نسب تكاد تكون متساوية.

وقد اختلفت دراسة (عبد الرحمن بن عبد الله العمري، ٢٠١٨) مع الدراسة الحالية حيث توصلت دراسته أن نسبة متابعة المراهقين لوسائل التواصل الاجتماعي بلغت أكثر من ٧ ساعات يوميا

تفسر الباحثة ذلك بارتفاع معدلات البطالة والتي جعلت المراهقين يقضون معظم أوقاتهم على صفحات التواصل الاجتماعي، وربما التكاليف التي بثها الوالدين في نفوس الأبناء، وأن

كل الأشياء متاحة أمامهم دون الحاجة للتنقل من سرائرهم، وربما الصحية الطالحة التي تدفع المراهق للانجراف ورائها دون وعي، أو ربما بدافع الهروب من المذاكرة ومشاكل الحياة العادية.

جدول (٤) الفروق في اهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يفضل استخدامها المراهقين وفقا للنوع:

مستوى المعنوية	z	الإجمالي		انثى		ذكر		النوع اهم المواقع
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٠٤٢ دال احصائيا	٠,٢٠٤	٦١,٣	٢٤٥	٦٥,٨	١٤٤	٥٥,٨	١٠١	الفييس بوك
٠,٠٣٧ دال احصائيا	٠,٢٠٨	٥٣,٨	٢١٥	٥٨,٤	١٢٨	٤٨,١	٨٧	إنستغرام
٠,٠٣٣ دال احصائيا	٠,٢١٣	٣٠,٨	١٢٣	٣٥,٢	٧٧	٢٥,٤	٤٦	يوتيوب
٠,٠١٤ دال احصائيا	٢,٤٥	٩,٣	٣٧	٥,٩	١٣	١٣,٣	٢٤	تويتر
٠,٠٢٧ دال احصائيا	٠,٢٢١	٧,٥	٣٠	١٠	٢٢	٤,٤	٨	الواتساب
٠,٠٦٧٤ غير دال احصائيا	٠,٤٢	٣,٨	١٥	٤,١	٩	٣,٣	٦	تيك توك
		٤٠٠		٢١٩		١٨١		جملة من اجابوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى: حصول الذكور على نسبة ٥٥,٨٪/متابعة الفييس بوك، بينما حصلت الاناث على ٦٥,٨٪، وباستخدام معامل (z) لدراسة معنوية الفروق بين اهم مواقع التواصل الاجتماعي وفقا للنوع حيث كانت قيمة $z = ٢,٠٤$ - ومستوى معنوية ٠,٠٥ ودرجة ثقة ٩٥ % وهي علاقة دالة إحصائيا مما يؤكد وجود فروق بين نوع المبحوثين (ذكور، اناث) ومتابعة الفييس بوك لصالح الاناث.

وقد حصلت الاناث على النسبة الأكبر في متابعة الانستغرام بنسبة ٥٨,٤٪، بينما حصل الذكور على نسبة ٤٨,١٪ وباستخدام معامل z لدراسة معنوية الفروق بين اهم مواقع

التواصل الاجتماعي وفقا للنوع حيث كانت قيمة $z = -0,208$ ومستوى معنوية $0,005$ ، ودرجة ثقة 95% وهي علاقة دالة احصائيا.

*يعني ذلك وجود علاقة دالة احصائيا مما يؤكد وجود فروق بين نوع المبحوثين (ذكور، اناث) ومتابعة الانستغرام لصالح الاناث.

*كما حصل الذكور على نسبة $25,4\%$ في استخدام موقع اليوتيوب، بينما حصل الاناث على نسبة $35,2\%$ وباستخدام معامل (z) لدراسة معنوية الفروق بين اهم مواقع التواصل الاجتماعي وفقا للنوع حيث كانت قيمة $z = 2,13$ وهي دالة عند مستوى معنوية $0,005$ ، ودرجة ثقة 95% .

*مما يؤكد وجود فروق بين نوع المبحوثين (ذكور، اناث) ومتابعة اليوتيوب لصالح الاناث، وبلغت نسبة استخدام الذكور لموقع تويتر على $13,3\%$ بينما حصل الاناث على $5,9\%$ ، وباستخدام معامل (z) لدراسة معنوية الفروق بين اهم مواقع التواصل الاجتماعي وفقا للنوع حيث كانت قيمة $z = 2,45$ وهي دالة عند مستوى معنوية $0,005$ ، ودرجة ثقة 95% .

*مما يؤكد وجود فروق بين نوع المبحوثين (ذكور، اناث) ومتابعة تويتر لصالح الذكور، كما حصل الذكور على نسبة $4,4\%$ في استخدام الواتساب، بينما حصلت الاناث على نسبة 10% ، وباستخدام معامل (z) لدراسة معنوية الفروق بين اهم مواقع التواصل الاجتماعي وفقا للنوع حيث كانت قيمة $z = 2,21$ وهي دالة عند مستوى معنوية $0,005$ ، ودرجة ثقة 95% .

*مما يؤكد وجود فروق بين نوع المبحوثين (ذكور، اناث) ومتابعة الواتساب لصالح الاناث، وبلغت نسبة الذكور في متابعة التيك توك $3,3\%$ ، بينما حصلت الاناث على $4,1\%$ ، وباستخدام معامل (z) لدراسة معنوية الفروق بين اهم مواقع التواصل الاجتماعي وفقا للنوع حيث كانت قيمة $z = 0,42$.

وهي علاقة غير دالة احصائيا مما يؤكد عدم وجود فروق بين الذكور والاناث في متابعة التيك توك.

وقد اتفقت هذه الدراسة مع دراسة (مروي السعيد، 2018) ودراسة (إنجي جمال حريري، 2020) والتي توصلت نتائج دراستها أن الفيس بوك كان في مقدمة المنصات التي يتابعها المراهق

واختلفت مع دراسة (Oden, A., & Porter, ٢٠٢٣) والذي توصلت دراسته أن الانستغرام قد حصل على المرتبة الأولى في المتابعة، ودراسة (Abdullah M. Al- Ansi, ٢٠٢٣) والتي جاءت نتائجها أن التيك توك كان في المرتبة الأولى من حيث المتابعة وتفسر الباحثة بأن الإناث هي الأكثر متابعة لموقع الانستغرام، والفييس بوك، واليوتيوب لرغبتهم الدائمة للانسياق وراء للموضة والأزياء، وحاجتهم الدائمة لمعرفة أحدث مستجدات الاهتمام والعناية بالبشرة والشعر من خلال مدونهم المفضلين، كما أن معظم الإناث تحاول دائما إجراء المقارنات بينها وبين أصدقائها، وبينها وبين المدونين المشهورين.

جدول (٥) العلاقة بين الاسم الذي يستخدمه المراهقين للتعليق والتسجيل على مواقع التواصل الاجتماعي، وفقا للنوع:

الإجمالي		انثى		ذكر		النوع
%	ك	%	ك	%	ك	
٨٢,٨	٣٣١	٨٠,٤	١٧٦	٨٥,٦	١٥٥	اسم حقيقي
١٧,٢	٦٩	١٩,٦	٤٣	١٤,٤	٢٦	اسم مستعار
١٠٠	٤٠٠	١٠٠	٢١٩	١٠٠	١٨١	الإجمالي
قيمة كا = ١,٩٢٨ درجة الحرية = ١ معامل فاي = ٠,٠٦٩						
مستوى المعنوية = ٠,١٦٥ غير دال احصائيا						

تشير بيانات الجدول السابق إلى حصول الذكور على نسبة ٨٥,٦٪ في استخدام اسم حقيقي على مواقع التواصل الاجتماعي بينما حصلت الإناث على ٨٠,٤٪؛ وحصل الذكور على نسبة ١٤,٤٪ في استخدام اسم مستعار، بينما حصلت الإناث على نسبة ١٩,٦٪. وباستخدام معامل كا^٢ حيث كانت قيمة كا^٢ = ١,٩٢٨، ومعامل فاي = ٠,٠٦٩ وهي قيمة ضعيفة عند مستوى معنوية ٠,٠٥، ودرجة ثقة ٩٥٪، وجد أنه ليس هناك علاقة دالة احصائيا بين الاسم الذي يستخدمه المراهق وفقا للنوع والتعليق والتسجيل على مواقع التواصل الاجتماعي.

وتفسر الباحثة ذلك بأن ظهور الاسم أو إخفائه لم يعد عائقا للظهور أو التعليق على صفحات التواصل الاجتماعي، فلم تعد الإناث على درجة كبيرة من الحياء أو الخجل الذي يمنعها

من التعليق أو الظهور، كما أن العنصر الذكوري دائما في رغبة دائمة للظهور وإثبات ميوله ورغباته إما لجذب العنصر الأنثوي، أو رغبة في الخروج عن سيطرة الأهل وسيطرتهم.

جدول (٦) العلاقة بين مدى متابعة المراهقين للمدونين على مواقع التواصل الاجتماعي، وفقا للنوع:

الإجمالي		انثى		ذكر		النوع
%	ك	%	ك	%	ك	
٧٠,٤	٢٨٢	٥٩,٤	١٣٠	٨٤	١٥٢	دائما
١١,٣	٤٥	١٦,٤	٣٦	٥	٩	أحيانا
١٨,٣	٧٣	٢٤,٢	٥٣	١١	٢٠	نادرا
١٠٠	٤٠٠	١٠٠	٢١٩	١٠٠	١٨١	الإجمالي
قيمة كا = ٢٩,٤٩٠ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠,٢٦٢						
مستوى المعنوية = ٠,٠١ دال احصائيا						

تشير بيانات الجدول السابق إلى: أن نسبة المتابعة دائما عند الذكور حصلت على نسبة المتابعة الأكبر لصفحات المدونين فقد حصلوا على نسبة ٨٤٪ بينما حصلت الاناث على نسبة ٥٩,٤٪ وحصل الذكور في المتابعة أحيانا على نسبة ٥٪ بينما حصلت الاناث على نسبة ١٦,٤٪ كما حصل الذكور للمتابعة نادرا على نسبة ١١٪، بينما حصلت الاناث على نسبة ٢٤,٢٪. وباستخدام معامل كا بلغت ٢٩,٤٩٠، ومعامل توافق = ٠,٢٦٢ وهي قيمة ضعيفة عند مستوى معنوية ٠,٠١، ودرجة ثقة ٩٩٪ مما يؤكد وجود علاقة دالة بين المبحوثين من حيث النوع (ذكور، واث) ومدى متابعتهم للمدونين.

وقد اتفقت هذه الدراسة مع دراسة (شروق حاسن كبوها، ٢٠١٩) حيث توصلت نتائجها إلى أن نسبة الذكور قد حصلت على النسبة الأكبر في المتابعة لوسائل الاعلام المختلفة.

جدول (٧) العلاقة بين درجة متابعة المراهقين لصفحات المدونين على مواقع التواصل الاجتماعي، وفقا للنوع:

الإجمالي		انثى		ذكر		النوع
%	ك	%	ك	%	ك	
٣٦	١٤٤	٣٨,٤	٨٤	٣٣,١	٦٠	متابعة بدرجة كبيرة
٤٧,٢	١٨٩	٤٣,٨	٩٦	٥١,٤	٩٣	متابعة بدرجة متوسطة

١٦,٨	٦٧	١٧,٨	٣٩	١٥,٥	٢٨	متابعة بدرجة ضعيفة
١٠٠	٤٠٠	١٠٠	٢١٩	١٠٠	١٨١	الإجمالي
قيمة كا ^٢ = ٢,٢٦٤ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠,٠٧٥ مستوى المعنوية = ٠,٣٢٢ غير دال احصائيا						

تشير بيانات الجدول السابق إلى: حصول الذكور على نسبة ٣٣,١٪ للمتابعة بدرجة كبيرة بينما حصلت الاناث على نسبة ٣٨,٤٪ بينما حصل الذكور في المتابعة بدرجة متوسطة على نسبة ٥١,٤٪، بينما حصلت الاناث على نسبة ٤٣,٨٪ كما حصل الذكور للمتابعة بدرجة ضعيفة على نسبة ١٥,٥٪، بينما حصلت الاناث على نسبة ١٧,٨٪.

وباستخدام معامل كا^٢ وجدت = ٢,٢٦٤، ومعامل توافق = ٠,٠٧٥ وهي قيمة ضعيفة عند مستوى معنوية ٠,٠١، ودرجة ثقة ٩٩٪ مما يؤكد وجود علاقة ذات دلالة احصائيا بين المبحوثين من حيث النوع (ذكور، واناث) ودرجة متابعتهم لصفحات المدونين.

جدول (٨) العلاقة بين عدد ساعات متابعة المراهقين يوميا لصفحات المدونين على مواقع التواصل الاجتماعي، وفقا للنوع:

الإجمالي		انثى		ذكر		النوع
%	ك	%	ك	%	ك	
٥٦	٢٢٤	٥٧,٠	١٢٥	٥٤,٧	٩٩	أقل من ساعة
٣١,٨	١٢٧	٣٢,٠	٧٠	٣١,٥	٥٧	من ساعة لأقل من ساعتين
١٣,٢	٤٩	١١,٠	٢٤	١٣,٨	٢٥	ساعتين فأكثر
١٠١	٤٠٠	١٠٠	٢١٩	١٠٠	١٨١	الإجمالي
قيمة كا ^٢ = ٠,٧٦٦ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠,٠٤٤ مستوى المعنوية = ٠,٦٨٢ غير دال احصائيا						

تشير بيانات الجدول السابق إلى حصول الذكور على نسبة ٤٥,٧٪ للمتابعة بعدد ساعات أقل من ساعة بينما حصلت الاناث على نسبة ٥٤,٧٪ وحصل الذكور في المتابعة من ساعة لأقل من ساعتين على نسبة ٣١,٥٪ بينما حصلت الاناث على نسبة ٣٢,٠٪ كما حصل الذكور للمتابعة بعدد ساعات ساعتين فأكثر على نسبة ١٣,٨٪، بينما حصلت الاناث على نسبة ١١,٠٪.

وباستخدام معامل ٢٤ لدراسة العلاقة بين مدى متابعة المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي ومتغير النوع وجد أن هناك علاقة دالة حيث كانت قيمة $z = ٠,٧٦٦$ ، ومعامل توافق $= ٠,٠٤٤$ وهي قيمة ضعيفة عند مستوى معنوية $٠,٠٠١$ ، ودرجة ثقة ٩٩% .
*مما يؤكد وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من حيث النوع (ذكور، واناث) وعدد ساعات متابعتهم يوميا لصفحات المدونين على مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (٩) الفروق في اهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يفضلها المراهقين لصفحات المدونين وفقا للنوع:

مستوى المعنوية	z	الإجمالي		انثى		ذكر		النوع أهم المواقع
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٠١ دال احصائيا	٦,٢٣	٥٨,٣	٢٣٣	٧١,٧	١٥٧	٥٢	٧٦	إنستغرام
٠,٣٣١ غير دال احصائيا	٠,٩٧	٥٤,٣	٢١٧	٥٢,١	١١٤	٥٦,٩	١٠٣	الفيس بوك
٠,٠٦١ غير دال احصائيا	١,٨٧	٢٣,٣	٩٣	١٩,٦	٤٣	٢٧,٦	٥٠	يوتيوب
٠,٠٠٢ دال احصائيا	٣,١٢	٩,٣	٣٧	٥	١١	١٤,٤	٢٦	تويتر
٠,٢٢٦ غير دال احصائيا	١,٢١	٢	٨	٢,٧	٦	١,١	٢	تيك توك
		٤٠٠		٢١٩		١٨١		جملة من اجابوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى أنه بلغ استخدام الذكور لموقع الفيس بوك نسبة ٥٢% بينما حصلت الاناث على $٧١,٧\%$ ، وباستخدام معامل (z) لدراسة معنوية الفروق بين اهم مواقع التواصل الاجتماعي وفقا للنوع حيث كانت قيمة $z = -٦,٢٣$ وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية $٠,٠٠٥$ ودرجة ثقة ٩٩% .

مما يؤكد وجود فروق ذات دلالة احصائية بين المبحوثين (ذكور، اناث) لصالح الاناث.

وقد حصل الذكور على نسبة ٥٦,٩٪ في استخدام موقع الانستغرام، بينما حصلت الاناث على نسبة ٥٢,١٪، وباستخدام معامل (z) لدراسة معنوية الفروق بين اهم مواقع التواصل الاجتماعي وفقا للنوع حيث كانت قيمة $z = ٠,٩٧$ ، وهي قيمة غير دالة مما يؤكد عدم وجود فروق ذات دلالة احصائيا بين المبحوثين (ذكور، اناث) واستخدام موقع الفيس بوك.

كما حصل الذكور على نسبة ٢٧,٦٪ في استخدام موقع اليوتيوب، بينما حصل الاناث على نسبة ١٩,٦٪ وباستخدام معامل (z) لدراسة معنوية الفروق بين اهم مواقع التواصل الاجتماعي وفقا للنوع حيث كانت قيمة $z = ١,٨٧$ ، وهي قيمة غير دالة مما يؤكد عدم وجود فروق ذات دلالة احصائيا بين المبحوثين (ذكور، اناث) واستخدام موقع اليوتيوب، وبلغت نسبة استخدام الذكور لموقع تويتر على ١٤,٤٪، بينما حصل الاناث على ٥٪، وباستخدام معامل (z) لدراسة معنوية الفروق بين اهم مواقع التواصل الاجتماعي وفقا للنوع حيث كانت قيمة $z = ٣,١٢$ ، وهي علاقة دالة عند مستوى معنوية ٠,٠٥ ودرجة ثقة ٩٥٪، مما يؤكد وجود فروق ذات دلالة احصائيا بين المبحوثين (ذكور، اناث) واستخدام موقع تويتر لصالح الذكور. كما حصل الذكور على نسبة ١,١ ٪، في استخدام التيك توك، بينما حصلت الاناث على نسبة ٢,٧٪، وباستخدام معامل (z) لدراسة معنوية الفروق بين اهم مواقع التواصل الاجتماعي وفقا للنوع حيث كانت قيمة $z = ١,٢١$ ، وهي غير دالة مما يؤكد عدم وجود فروق ذات دلالة احصائيا بين المبحوثين (ذكور، اناث) واستخدام موقع التيك توك.

وترى الباحثة أن الاناث هي أكثر استخداما لموقع الانستغرام لما يتمتع به من إمكانيات عديدة حيث يمنحهم متابعة أحدث صيحات الموضة والجمال عن طريق مدونتهم المفضلين، كما يتيح لهم التسوق الإلكتروني للمنتجات التي يتم ترشيحهم لها عبر هذه الصفحات.

جدول (١٠) الفروق في تعرض المرهقين لصفحات المدونين على وسائل التواصل الاجتماعي، وفقا للنوع:

مستوى المعنوية	z	الإجمالي		انثى		ذكر		النوع صفحات المدونين
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٠١ دال احصائيا	-٧,٧٣	٣٣,٨	١٣٥	٤٨,٩	١٠٧	١٥,٥	٢٨	كثري مدبولي

تعرض الهماميين لصفحات الهدونيين في وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقته بالتأثيرات الاجتماعية عليهم

مستوى المعنوية	z	الإجمالي		انثى		ذكر		النوع / صفحات المدونين
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٠١١ دال احصائيا	-٨,١٩	٢٥,٠	١٠٠	٣٩,٣	٨٦	٧,٧	١٤	بطوطة نصر
٠,٠٠١ دال احصائيا	-٦,٣٢	٢٢,٨	٩١	٣٣,٨	٧٤	٩,٤	١٧	نادية الخولي
٠,٠١٤ دال احصائيا	٢,٤٥	٢٢,٠	٨٨	١٧,٤	٣٨	٢٧,٦	٥٠	كيرو فوزي
٠,٠٢١ دال احصائيا	٢,٣١	١٩,٨	٧٩	١٥,٥	٣٤	٢٤,٩	٤٥	حمدي ووفاء
٠,٠٠١ دال احصائيا	-٣,٢٣	١٩,٥	٧٨	٢٥,١	٥٥	١٢,٧	٢٣	أمال أبو المجد
٠,٠٠١ دال احصائيا	-٤,٠٥	١٨,٨	٧٥	٢٥,٦	٥٦	١٠,٥	١٩	مريم سيف
٠,٠٠١ دال احصائيا	-٥,١٢	١٧,٠	٦٨	٢٥,١	٥٥	٧,٢	١٣	أحلام عادل
٠,٠٠١ دال احصائيا	-٣,٣٥	١٦,٥	٦٦	٢١,٩	٤٨	٩,٩	١٨	سلى عبد العظيم
٠,٠٠١ دال احصائيا	٣,٩٢	١٦,٣	٦٥	٩,٦	٢١	٢٤,٣	٤٤	حسن عطا الله
٠,٠٠٢ دال احصائيا	٣,١٣	١٥,٣	٦١	١٠,٠	٢٢	٢١,٥	٣٩	صلاح فوج
٠,٠٠١ دال احصائيا	-٤,٤٥	١٤,٨	٥٩	٢١,٥	٤٧	٦,٦	١٢	منة السوني

مستوى المعنوية	z	الإجمالي		انثى		ذكر		النوع / صفحات المدونين
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٠١ دال احصائيا	٠,٤٥٦	١٤,٣	٥٧	٢١,٠	٤٦	٦,١	١١	جهاد البنا
٠,٠١ دال احصائيا	٠,٥٢٥	١٤,٣	٥٧	٢١,٩	٤٨	٥,٠	٩	دالا المهندس
٠,٨٠٠ غير دال احصائيا	٠,٢٥	١٢,٣	٤٩	١١,٩	٢٦	١٢,٧	٢٣	إسلام فوزي
٠,٠١ دال احصائيا	٠,٢٥٥	١١,٥	٤٦	١٥,١	٣٣	٧,٢	١٣	علاء عبد الحميد
٠,١٤٧ غير دال احصائيا	١,٤٥	٩,٨	٣٩	٧,٨	١٧	١٢,٢	٢٢	أحمد حسن وزينب
٠,٠١ دال احصائيا	٣,٧٨	٩,٣	٣٧	٤,١	٩	١٥,٥	٢٨	هشام يحيى
٠,٠٦٨ غير دال احصائيا	١,٨٣	٧,٨	٣١	٥,٥	١٢	١٠,٥	١٩	مي محمد
٠,٩٩٢ غير دال احصائيا	٠,٠١	٧,٨	٣١	٧,٨	١٧	٧,٧	١٤	إسلام سامي
٠,٦٤٨ غير دال احصائيا	٠,٤٦	٥,٥	٢٢	٥,٠	١١	٦,١	١١	هدير عبد الرازق
٠,٠٠٣ دال احصائيا	٢,٩٧	٥,٥	٢٢	٢,٣	٥	٩,٤	١٧	أكرم أحمد

تعرض المراهقين لصفحات الهدونين في وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقته بالتأثيرات الاجتماعية عليهم

مستوى المعنوية	z	الإجمالي		انثى		ذكر		النوع صفحات المدونين
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٠١٤ دال احصائيا	٢,٤٥	٤,٨	١٩	٢,٣	٥	٧,٧	١٤	صالح بديع
٠,١٤٤ دال احصائيا	١,٤٦	٣,٠	١٢	١,٨	٤	٤,٤	٨	إيمان رشاد
		٤٠٠		٢١٩		١٨١		جملة من اجابوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى: أنه بلغ استخدام الذكور لصفحة كنزي مدبولي نسبة ١٥,٥٪ بينما حصلت الاناث على ٤٨,٩٪، وباستخدام معامل (z) لدراسة معنوية الفروق بين اهم صفحات المدونين لمواقع التواصل الاجتماعي وفقا للنوع حيث كانت قيمة $z = ٧,٧٣$ وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية ٠,٠٥ ودرجة ثقة ٩٩ ٪، مما يؤكد وجود فروق ذات دلالة احصائيا بين المبحوثين (ذكور، اناث) ومتابعة صفحة كنزي مدبولي لصالح الاناث.

وقد حصل الذكور على نسبة ٧,٧٪ في متابعة صفحة بطوطة نصر، بينما حصلت الاناث على نسبة ٣٩,٣٪، وباستخدام معامل (z) لدراسة معنوية الفروق بين اهم مواقع التواصل الاجتماعي وفقا للنوع حيث كانت قيمة $z = -٨,١٩$ وهي قيمة دالة عند مستوى ثقة ٩٩ ٪، مما يؤكد وجود فروق ذات دلالة احصائيا بين المبحوثين (ذكور، اناث) ومتابعة صفحة بطوطة نصر لصالح الاناث.

كما حصل الذكور على نسبة ٩,٤٪ في متابعة صفحة نادية الخولي، بينما حصل الاناث على نسبة ٣٣,٨٪ وباستخدام معامل (z) لدراسة معنوية الفروق بين اهم مواقع التواصل الاجتماعي وفقا للنوع حيث كانت قيمة $z = -٦,٣٢$ وهي قيمة دالة عند مستوى ثقة ٩٩ ٪، مما يؤكد وجود فروق ذات دلالة احصائيا بين المبحوثين (ذكور، اناث) ومتابعة صفحة نادية الخولي لصالح الاناث؛ وبلغت نسبة استخدام الذكور لصفحة كبرو فوزي على ٢٧,٦٪، بينما حصل الاناث على ١٧,٤٪، وباستخدام معامل (z) لدراسة معنوية الفروق بين اهم مواقع التواصل

الاجتماعي وفقا للنوع حيث كانت قيمة $z = ٢,٤٥$ وهي علاقة دالة عند مستوى معنوية $٠,٠٥$ ودرجة ثقة ٩٥% مما يؤكد وجود فروق ذات دلالة احصائيا بين المبحوثين (ذكور، اناث) واستخدام صفحة كبرو فوزي لصالح الذكور، كما حصل الذكور على نسبة $٧,٧\%$ في متابعة صفحة صالح بديع، بينما حصلت الاناث على نسبة $٢,٣\%$ ، وباستخدام معامل (z) لدراسة معنوية الفروق بين اهم مواقع التواصل الاجتماعي وفقا للنوع حيث كانت قيمة $z = ٢,٤٥$ وهي دالة عند مستوى ثقة ٩٥% مما يؤكد وجود فروق ذات دلالة احصائيا بين المبحوثين (ذكور، اناث) ومتابعة صفحة صالح بديع وبلغت نسبة استخدام الذكور لصفحة ايمان رشاد على $٤,٤\%$ بينما حصل الاناث على $١,٨\%$ ، وباستخدام معامل (z) لدراسة معنوية الفروق بين اهم مواقع التواصل الاجتماعي وفقا للنوع حيث كانت قيمة $z = ١,٤٦$ وهي علاقة غير دالة مما يؤكد عدم وجود فروق ذات دلالة احصائيا بين المبحوثين (ذكور، اناث) واستخدام صفحة ايمان رشاد.

جدول (١١) اسباب اختيار المراهقين (السمات الشخصية والاخلاقية) لصفحات المدونين المفضلة على

مواقع التواصل الاجتماعي:

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	نادرا		احيانا		دائما		درجة الموافقة	العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك		
٨٢,٨	٠,٦٣٧	٢,٤٩	٧,٨	٣١	٣٦	١٤٤	٥٦,٢	٢٢٥	واضح	السمات الشخصية
٨٢,٥	٠,٦٢٩	٢,٤٨	٧,٣	٢٩	٣٨	١٥٢	٥٤,٧	٢١٩	متفائل	
٨٢,٣	٠,٦٧٨	٢,٤٧	١٠,٥	٤٢	٣٢	١٢٨	٥٧,٥	٢٣٠	يحترم الآراء	
٨٢,١	٠,٦٥٩	٢,٤٦	٩,٣	٣٧	٣٥,٣	١٤١	٥٥,٤	٢٢٢	يقبل النقد	
٧٩,١	٠,٦٧٨	٢,٣٧	١١,٣	٤٥	٤٠,٣	١٦١	٤٨,٤	١٩٤	مبدع	
٧٣,١	٠,٦٦٨	٢,١٩	١٤,٥	٥٨	٥١,٨	٢٠٧	٣٣,٧	١٣٥	جاد	
٦٠,٨	٠,٧٨٣	١,٨٢	٤١	١٦٤	٣٥,٨	١٤٣	٢٣,٢	٩٣	هزلي	
٥٥,٧	٠,٧٣٠	١,٦٧	٤٨,٥	١٩٤	٣٦	١٤٤	١٥,٥	٦٢	الانفتاح	
٥٠,٦	٠,٦٩٧	١,٥٢	٦٠	٢٤٠	٢٨,٣	١١٣	١١,٧	٤٧	متوتر	

تعرض المراهقين لصفحات الهدوين في وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقته بالتأثيرات الاجتماعية عليهم

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	نادرا		أحيانا		دائما		درجة الموافقة	العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك		
٨٤,٩	٠,٦١٩	٢,٥٥	٦,٨	٢٧	٣١,٨	١٢٧	٦١,٤	٢٤٦	متواضع	السمات الأخلاقية
٨٢,٣	٠,٦٣٦	٢,٤٧	٧,٨	٣١	٣٧,٨	١٥١	٥٤,٤	٢١٨	تمسك بالأخلاق	
٨١,٨	٠,٦٥٥	٢,٤٥	٩	٣٦	٣٦,٨	١٤٧	٥٤,٢	٢١٧	صادق	
٨١,٤	٠,٦٢٧	٢,٤٤	٧,٣	٢٩	٤١,٣	١٦٥	٥١,٤	٢٠٦	التعاطف	
٧٩,٦	٠,٦٦٢	٢,٣٩	١٠	٤٠	٤١,٣	١٦٥	٤٨,٧	١٩٥	الولاء	
٧٨,٨	٠,٦٣٩	٢,٣٧	٨,٨	٣٥	٤٦	١٨٤	٤٥,٢	١٨١	ضبط النفس	
٥١,١	٠,٧٢٨	١,٥٣	٦٠,٨	٢٤٣	٢٥,٢	١٠١	١٤	٥٦	متنمر	
٤٠٠									جملة من اجابوا	

تشير بيانات الجدول السابق إلى: أسباب اختيار المراهقين (السمات الشخصية والأخلاقية) لصفحات المدونين المفضلة على مواقع التواصل الاجتماعي كالتالي فقد جاءت سمة واضح دائما بنسبة ٥٦,٢% وأحيانا بنسبة ٣٦%، أما نادرا فقد حصلت على ٧,٨%؛ وسمة متفائل دائما على نسبة ٥٤,٧%، وأحيانا بنسبة ٣٨%، أما نادرا فقد حصلت على ٧,٣%؛ وسمة يحترم الآراء دائما على نسبة ٥٧,٥% وأحيانا على نسبة ٣٢%، أما نادرا فقد حصلت على نسبة ٢,٤٧%؛ وحصلت سمة الانفتاح على ١٥,٥% دائما، بينما أحيانا على نسبة ٣٦%، أما نادرا فجاءت نسبتها ٤٨,٥%، وجاءت سمة التوتر بنسبة ١١,٧%، دائما وأحيانا على نسبة ٢٨,٣%، ونادرا بنسبة ٦٠%. وقد جاءت سمة واضح في المرتبة الأولى حيث حصلت على وزن نسبي ٨٢,٨%، وجاءت في المرتبة الثانية سمة متفائل حيث حصلت على وزن نسبي ٨٢,٥%، وجاءت في المرتبة الثالثة سمة يحترم الآراء بنسبة ٨٢,٣%، وجاءت في المرتبة الأخيرة سمة متوتر حيث حصلت على وزن نسبي ٥٠,٦%. أما بالنسبة للسمات الأخلاقية فقد جاءت متواضع دائما على نسبة ٦١,٤%، ومتواضع أحيانا على نسبة ٣١,٨%، ومتواضع نادرا على نسبة ٦,٨%، وجاءت سمة متمسك بالأخلاق دائما

على نسبة ٥٤,٤٪، وتمسك بالأخلاق أحيانا على نسبة ٣٧,٨٪، وتمسك بالأخلاق نادرا على نسبة ٧,٨٪، وحصلت سمة صادق دائما على نسبة ٥٤,٢٪، وصادق أحيانا بنسبة ٤١,٣٪، وجاءت صادق نادرا بنسبة ٧,٣٪، وحصلت يضبط النفس دائما على نسبة ٤٥,٢٪، وضبط النفس أحيانا على نسبة ٤٦٪، وضبط النفس نادرا على ٨,٨٪، كما جاءت نسبة متمم دائما على نسبة ١٤٪، ومتمم أحيانا على نسبة ٢٥,٢٪، ومتمم نادرا على نسبة ٦٠,٨٪. وقد جاءت سمة متواضع في المرتبة الأولى حيث حصلت على وزن نسبي ٨٤,٩٪، وجاءت في المرتبة الثانية سمة متمسك بالأخلاق حيث حصلت على وزن نسبي ٨٢,٣٪، تلتها سمة صادق حيث حصلت على وزن نسبي ٨١,٨٪، وقد جاءت سمة ضبط النفس ومتمم في المرتبة الأخيرة حيث حصلت سمة ضبط النفس على وزن نسبي ٧٨,٨٪، وتلتها سمة متمم بوزن نسبي ٥١,٥٪.

جدول (١٢) اسباب اشتراك المراهقين لصفحات المدونين على مواقع التواصل الاجتماعي:

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	نادرا		احيانا		دائما		درجة الموافقة العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	
٧٨,٣	٠,٦٧٣	٢,٣٥	١١,٣	٤٥	٤٢,٧	١٧١	٤٦	١٨٤	تقدم محتوى شيق وجذاب ومتنوع يؤثر اهتمامي
٧٨,٣	٠,٦٨١	٢,٣٥	١١,٨	٤٧	٤١,٥	١٦٦	٤٦,٧	١٨٧	تبادل الحوار والأفكار مع الآخرين يكسبني طرق

تعرض المراهقين لصفحات الهدونين في وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقته بالتأثيرات الاجتماعية عليهم

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	نادرا		احيانا		دائما		درجة الموافقة العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	
									جديدة في التفكير
٧٧,٧	٠,٦٩١	٢,٣٣	١٢,٨	٥١	٤١,٥	١٦٦	٤٥,٧	١٨٣	تجذب انتباهي لأنها تستخدم أساليب إخراجية جيدة من حيث الشكل والأسلوب
٧٦,٨	٠,٧٠٢	٢,٣٠	١٤	٥٦	٤١,٨	١٦٧	٤٤,٢	١٧٧	جودة الصوت ودقة الكاميرا والإضاءة
٧٦,٧	٠,٦٩٤	٢,٣٠	١٣,٥	٥٤	٤٣	١٧٢	٤٣,٥	١٧٤	تقدم لي أساليب جديدة ومهارات تجعلني أطور من ذاتي
٧٣,٨	٠,٦٧٨	٢,٢٢	١٤,٥	٥٨	٤٩,٥	١٩٨	٣٦	١٤٤	للتسلية وقضاء

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	نادرا		احيانا		دائما		درجة الموافقة العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	
									وقت فراغي ونسيان همومي ومشاكلي
٧٠,٦	٠,٧٣١	٢,١٢	٢١,٥	٨٦	٤٥,٣	١٨١	٣٣,٢	١٣٣	يعجبني شكل المدون والملابس التي يظهر بها والديكور الذي يستخدمه
٦٩,٥	٠,٧٣٤	٢,٠٩	٢٣	٩٢	٤٥,٥	١٨٢	٣١,٥	١٢٦	لأنها متاحة على كل وسائل التواصل التي أتابعها
٦٩,٣	٠,٧٦٧	٢,٠٨	٢٥,٨	١٠٣	٤٠,٨	١٦٣	٣٣,٤	١٣٤	أعرف من خلالهم أحدث صيحات

تعرض الهماميين لصفحات الهدونين في وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقته بالتأثيرات الاجتماعية عليهم

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	نادرا		احيانا		دائما		درجة الموافقة العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	
									الموضحة والجمال
٦٨,١	٠,٧٤٦	٢,٠٤	٢٥,٨	١٠٣	٤٤,٢	١٧٧	٣٠	١٢٠	التعود (الاعتیاد) على استخدام وسائل الإعلام
٦٤,٤	٠,٧٨١	١,٩٣	٣٤	١٣٦	٣٨,٨	١٥٥	٢٧,٢	١٠٩	تستخدم أدوات تفاعلية تمكيني من التفاعل والتعليق
٦١,٢	٠,٧٧١	١,٨٤	٣٩,٣	١٥٧	٣٨	١٥٢	٢٢,٧	٩١	جاذبية وشهرة المدون وعدد متابعينه يجعلني أعجب به وأتبعه
٥٨,٨	٠,٧٥٧	١,٧٦	٤٣,٣	١٧٣	٣٧,٣	١٤٩	١٩,٤	٧٨	أحب أن أتابع تفاصيل

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	نادرا		احيانا		دائما		درجة الموافقة العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	
									حياة المدون
٥٨,٦	٠,٧٩٧	١,٧٦	٤٦,٨	١٨٧	٣٠,٨	١٢٣	٢٢,٤	٩٠	أتطلع إلى الشهرة والمكسب السريع
٥٥,٩	٠,٧٥٨	١,٦٨	٥٠	٢٠٠	٣٢,٣	١٢٩	١٧,٧	٧١	من أجل التسوق من المدونين إعلانات
٥٤,٠	٠,٧٢٢	١,٦٢	٥٢,٣	٢٠٩	٣٣,٥	١٣٤	١٤,٢	٥٧	لأن أصدقائي يشاهدونها
			٤٠٠						جملة من اجابوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى أسباب اشتراك المراهقين لصفحات المدونين على

مواقع التواصل الاجتماعي كالتالي:

فقد حصلت آراء المبحوثين في عبارة تقدم محتوى شيق وجذاب ومتنوع يثير اهتمامي دائما على نسبة ٤٦٪، وأحيانا بنسبة ٤٢,٧٪، أما نادرا فقد حصلت على ١١,٣٪؛ وحصلت عبارة تبادل الحوار والأفكار مع الآخرين يكسبني طرق جديدة في التفكير على نسبة ٤٦,٧٪ دائما ، وأحيانا بنسبة ٤١,٥٪، أما نادرا فقد حصلت ١١,٨٪، وقد جاءت في المرتبة الأولى تقدم محتوى شيق وجذاب ومتنوع يثير اهتمامي وعبارة تبادل الحوار والأفكار مع الآخرين يكسبني طرق جديدة في التفكير حيث حصلوا على وزن نسبي ٧٨,٣٪، ، وجاءت في المرتبة الثانية عبارة تجذب انتباهي

لأنها تستخدم أساليب اخراجية جيدة من حيث الشكل والأسلوب حيث حصلت على وزن نسبي ٧٧,٧٪ وهذه النتيجة تدل على وعي المراهقين بسمات الشبكات الفاعلة وقدرتها التأثيرية في توصيل ونقل المعلومات؛ وحصلت عبارة تجذب انتباهي لأنها تستخدم أساليب اخراجية جيدة من حيث الشكل والأسلوب دائما على نسبة ٤٥,٧٪ وأحيانا على نسبة ٤١,٥٪، أما نادرا فقد حصلت على نسبة ١٢,٨٪: وحصلت عبارة من أجل التسوق من إعلانات المدونين على نسبة ١٧,٧٪ دائما، بينما أحيانا على نسبة ٣٢,٣٪ أما نادرا فجاءت نسبتها ٥,٠٪، وجاءت عبارة لأن أصدقائي يشاهدونها بنسبة ١٤,٢٪ دائما وأحيانا على نسبة ٣٣,٥٪ ونادرا بنسبة ٥٢,٣٪، وجاءت في المرتبة قبل الأخيرة عبارة من أجل التسوق من إعلانات المدونين حيث حصلت على وزن نسبي ٥٥,٩٪، وجاء في المرتبة الأخيرة عبارة لأن أصدقائي يشاهدونها بوزن نسبي ٥٤,٠٪. وقد اختلفت هذه النتائج مع دراسة رانيا رمزي حليم، (٢٠٢١) ودراسة حسام علي علي سلامة (٢٠٢١)، ودراسة (Emmely Croes&JosBartels، ٢٠٢٠) حيث توصلت دراستهم إلى أن من أهم دوافع استخدام المراهقين لصفحات المدونين هو دافع التسلية والترفيه.

جدول (١٣) تقييم المراهقين ومتابعتهم لأبرز المضامين التي تحتويها صفحات المدونين على مواقع التواصل الاجتماعي:

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	اتباعها بدرجة ضعيفة		اتباعها بدرجة متوسطة		اتباعها بدرجة كبيرة		درجة المتابعة أهم المضامين
			%	ك	%	ك	%	ك	
٨٣,٧	٠,٦٠٥	٢,٥١	٥,٨	٢٣	٣٧,٥	١٥٠	٥٦,٧	٢٢٧	محتوى ديني
٧٩,٩	٠,٦٨٢	٢,٤٠	١١,٣	٤٥	٣٧,٧	١٥١	٥١	٢٠٤	محتوى كوميدي
٧٩,٠	٠,٧١٤	٢,٣٧	١٣,٨	٥٥	٣٥,٥	١٤٢	٥٠,٧	٢٠٣	محتوى ترفيهي
٧٦,٣	٠,٧٢٣	٢,٢٩	١٥,٨	٦٣	٣٩,٥	١٥٨	٤٤,٧	١٧٩	محتوى تعليمي
٧٢,٥	٠,٨٣٤	٢,١٨	٢٧,٥	١١٠	٢٧,٥	١١٠	٤٥	١٨٠	محتوى رياضي

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	اتباعها بدرجة ضعيفة		اتباعها بدرجة متوسطة		اتباعها بدرجة كبيرة		درجة المتابعة أهم المضامين
			%	ك	%	ك	%	ك	
٧٢,١	٠,٧٤٧	٢,١٦	٢١	٨٤	٤١,٨	١٦٧	٣٧,٢	١٤٩	حالات واستكشافات
٧٢,٠	٠,٧٢٥	٢,١٦	١٩,٥	٧٨	٤٥	١٨٠	٣٥,٥	١٤٢	محتوى طبي وعلاجي
٧٠,٧	٠,٧٧٣	٢,١٢	٢٤,٥	٩٨	٣٩	١٥٦	٣٦,٥	١٤٦	سفر وسياحة
٦٧,٨	٠,٧٧٥	٢,٠٤	٢٨,٣	١١٣	٤٠	١٦٠	٣١,٧	١٢٧	طبي ومطبخ
٦٧,٠	٠,٧٧٦	٢,٠١	٢٩,٥	١١٨	٤٠	١٦٠	٣٠,٥	١٢٢	موضة وجمال
٦٦,٢	٠,٨٠١	١,٩٩	٣٢,٨	١٣١	٣٦	١٤٤	٣١,٢	١٢٥	تنمية بشرية
٥٨,٣	٠,٨١٢	١,٧٥	٤٨,٥	١٩٤	٢٨	١١٢	٢٣,٥	٩٤	محتوى ألعاب فيديو
٥٦,٣	٠,٧٩٤	١,٦٩	٥١,٨	٢٠٧	٢٧,٥	١١٠	٢٠,٧	٨٣	محتوى ساخر
٥٣,٢	٠,٧٣٣	١,٦٠	٥٥,٣	٢٢١	٣٠	١٢٠	١٤,٧	٥٩	محتوى سياسي
٤٥,٧	٠,٦٤٧	١,٣٧	٧٢,٣	٢٨٩	١٨,٥	٧٤	٩,٢	٣٧	محتوى جنسي
٤٠٠									جملة من اجابوا

*تشير بيانات الجدول السابق إلي: تقييم لأبرز المضامين التي يتابعها المراهقين على صفحات المدونين كالتالي حيث جاءت المتابعة بدرجة كبيرة للمحتوى الديني بنسبة ٥٦,٧٪، والمتابعة بدرجة متوسطة بنسبة ٣٧,٥٪، والمتابعة بدرجة ضعيفة على نسبة ٥,٨٪، وجاءت درجة متابعة المحتوى الكوميدي بدرجة كبيرة بنسبة ٥١٪، والمتابعة بدرجة متوسطة بنسبة ٣٧,٧٪، والمتابعة بدرجة ضعيفة على نسبة ١١,٣٪، وجاءت متابعة المحتوى الترفيهي بدرجة كبيرة على نسبة ٥٠,٧٪، والمتابعة بدرجة متوسطة على ٣٥,٥٪، والمتابعة بدرجة ضعيفة على نسبة ١٣,٨٪،

وقد حصل المحتوى السياسي على نسبة ٩,٢٪، للمتابعة بدرجة كبيرة، ونسبة ٣٠٪، للمتابعة بدرجة متوسطة والمتابعة بنسبة ٥٥,٣٪، للمتابعة بدرجة ضعيفة، وبلغت نسبة المتابعة بدرجة كبيرة للمحتوى الجنسي ٩,٢٪، والمتابعة بدرجة متوسطة ١٨,٥٪، والمتابعة بدرجة ضعيفة على نسبة ٧٢,٣٪.

وقد جاء المحتوى الديني في المرتبة الأولى حيث حصل على وزن نسبي ٨٣,٧٪، وجاء المحتوى الكوميدي في المرتبة الثانية حيث حصل على وزن نسبي ٧٩,٩٪، ثم المحتوى الترفيهي حيث حصل على وزن نسبي ٧٩,٠٪ وجاء المحتوى السياسي في المرتبة قبل الأخيرة حيث حصل على وزن نسبي ٥٣,٢٪ ثم جاء المحتوى الجنسي في المرتبة الأخيرة حيث حصل على وزن نسبي ٤٥,٧٪، وقد اختلفت نتائج هذه الدراسة مع دراسة عبد الرحمن بن عبد الله العمري (٢٠١٨) التي توصلت إلى أن أعلى الموضوعات متابعة هي الموضوعات الرياضية ثم الألعاب الالكترونية.

كما اختلفت مع دراسة [Sophie Rosenbohm.Fabian Hoose](#) (٢٠٢٣) والتي توصلت نتائج دراسته أن موضوعات الموضة والجمال في المرتبة الأولى ثم السفر والرحلات في المرتبة الثانية.

كما اختلفت مع دراسة (أحمد حسين، ٢٠١٩) والذي توصلت نتائج دراسته أن الموضوعات التي يركز عليها المدونين هي الموضوعات الاجتماعية

جدول (١٤) تقييم المراهقين للطرق التي يتفاعل بها مع محتوى صفحات المدونين على مواقع التواصل

الاجتماعي

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا أتفاعل		نادرا ما أتفاعل		احيانا أتفاعل		اتفاعل باستمرار		درجة التفاعل العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٦٩,٩	٠,٩٥١	٢,٨٠	١١,٥	٤٦	٢٢,٨	٩١	٤٠,٣	١٦١	٢٥,٤	١٠,٢	أسجل إعجابي به
٦٦,١	٠,٩٧٣	٢,٦٤	١٤,٥	٥٨	٢٨	١١٢	٣٦,٣	١٤٥	٢١,٢	٨٥	أشاهد عنوان

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا أتفاعل		نادرا ما أتفاعل		أحيانا أتفاعل		أتفاعل باستمرار		درجة التفاعل العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
											الفيديو فقط
٥٢,٦	١,٠٠٦	٢,١١	٣٥,٨	١٤٣	٢٨	١١٢	٢٦,٢	١٠,٥	١٠	٤٠	أعلق عليه بالرد أو بالكتابة
٤٧,٣	٠,٩٨٨	١,٨٩	٤٦,٨	١٨٧	٢٥,٥	١٠,٢	١٩,٧	٧٩	٨	٣٢	أعيد نشره على صفحتي الشخصية
٤٣,٧	١,٠١٨	١,٧٥	٥٩,٣	٢٣٧	١٥	٦٠	١٧,٥	٧٠	٨,٢	٣٣	أصنع محتوى مماثل وأقوم بنشره على صفحتي
٤٠٠											جملة من اجابوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى: تقييم المراهقين للطرق التي يتفاعلون بها مع محتوى صفحات المدونين على مواقع التواصل الاجتماعي كالتالي حيث حصلت درجة التفاعل أسجل اعجابي به على نسبة ٢٥,٤٪، للتفاعل باستمرار، بنسبة ٤٠,٣٪، للتفاعل أحيانا، ونسبة ٢٢,٨ للتفاعل نادرا، ونسبة ١١,٥٪، لعدم التفاعل، وقد حصل عبارة أشاهد عنوان الفيديو فقط على نسبة ٢١,٢٪، للتفاعل باستمرار كما حصلت أتفاعل أحيانا على نسبة ٣٦,٣٪، ونادرا ما أتفاعل على نسبة ٢٨٪، ولا أتفاعل حصلت على نسبة ٣٥,٨٪، وقد حصل أعلق عليه بالرد أو الكتابة على نسبة ١٠٪ للتفاعل باستمرار، و٢٦,٢٪ للتفاعل أحيانا، ونسبة ٢٨٪ لنادرا ما

تعرض المراهقين لصفحات الهدوين في وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقته بالتأثيرات الاجتماعية عليهم

أتفاعل، و٣٥,٨٪ لعبارة لا أتفاعل، وقد حصلت عبارة أعيد نشره على صفحتي الشخصية على نسبة ٨٪ للتفاعل باستمرار، و١٩,٧٪ للتفاعل أحيانا، و٢٥,٥٪ لنادرا ما أتفاعل ونسبة ٤٦,٨٪ لعدم التفاعل، وقد جاءت نسبة عبارة أصنع محتوى مماثل وأقوم بنشره على صفحتي ٨,٢٪ للتفاعل باستمرار، و١٧,٥٪ للتفاعل أحيانا، و١٥٪ لنادرا ما أتفاعل، و٥٩,٣٪ لعدم التفاعل. وقد جاءت عبارة أسجل اعجابي به في المرتبة الأولى حيث حصلت على وزن نسبي ٦٩,٩٪، ثم أشاهد عنوان الفيديو فقط في المرتبة الثانية بنسبة ٦٦,١٪، ثم أعلق عليه بالرد أو الكتابة في المرتبة الثالثة، كما جاءت عبارة أصنع محتوى مماثل وأقوم بنشره على صفحتي الشخصية في المرتبة الأخيرة حيث حصلت على وزن نسبي ٤٣,٧٪.

جدول (١٥) تقييم المراهقين للتأثيرات الناتجة عن متابعتهم لصفحات المدونين على مواقع التواصل الاجتماعي

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		درجة الموافقة العبارة	المقارنة الاجتماعية
			%	ك	%	ك	%	ك		
٨٧,٣	٠,٦٦١	٢,٦٢	٧١,٨	٢٨٧	١٨,٢	٧٣	١٠	٤٠	أشعر بالغيرة والحسد من شهرة المدونين وأعداد متابعتهم	
٨٣,٢	٠,٧٠١	٢,٥٠	٦١,٥	٢٤٦	٢٦,٥	١٠٦	١٢	٤٨	أقارن شكلي بشكل المدونين وطريقة ملابسهم	
٨٢,٩	٠,٧١٥	٢,٤٩	٦١,٨	٢٤٧	٢٥,٢	١٠١	١٣	٥٢	الشعور بالعجز والإحباط وقلة الحيلة والدونية عند مشاهدة احتفالهم	

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		درجة الموافقة العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	
									بمناسبتهم السعيدة
٨١,٦	٠,٧٣٤	٢,٤٥	٥٩,٣	٢٣٧	٢٦,٣	١٠٥	١٤,٤	٥٨	أشعر بالغيرة عندما أرى المدون في بلد أجنبية
٨٠,٢	٠,٧١٦	٢,٤١	٥٤	٢١٦	٣٢,٥	١٣٠	١٣,٥	٥٤	الرغبة في الشهرة والمال والمكسب السريع وعدم الرغبة في العمل
٧٩,٨	٠,٧٢٨	٢,٣٩	١٤,٥	٥٨	٣١,٨	١٢٧	٥٣,٧	٢١٥	أحب شكلي وطريقة ملابسي ولا أرغب في التغيير
٧٩,٤	٠,٧٦٣	٢,٣٨	٥٥,٥	٢٢٢	٢٧,٣	١٠٩	١٧,٢	٦٩	عدم رضاك عن حياتك ومقارنة مستواك الاجتماعي بالمدونين
٧٧,٦	٠,٧٣٩	٢,٣٣	٤٩	١٩٦	٣٤,٨	١٣٩	١٦,٢	٦٥	لا أحب السفر ولا التنقلات
٧٤,٢	٠,٧٨٥	٢,٢٣	٢٢	٨٨	٣٣,٥	١٣٤	٤٤,٥	١٧٨	أري أن حياتي أفضل من حياة المدونين فحياتهم خالية من الخصوصية

تعرض الهماقين لصفحات الهدونين في وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقته بالتأثيرات الاجتماعية عليهم

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		درجة الموافقة العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	
٦٩,٥	٠,٧٧٤	٢,٠٩	٢٦	١٠٤	٣٩,٥	١٥٨	٣٤,٥	١٣٨	لا أحب الشهرة ولا أريد أن أكون مشهور
٨٣,٠	٠,٧٢٩	٢,٤٩	٦٣	٢٥٢	٢٣	٩٢	١٤	٥٦	سبق وأن غيرت نظام حياتي الشخصي تقليدا لمدون أحبه /
٨٣,٠	٠,٦٦٨	٢,٤٩	٩,٨	٣٩	٣١,٥	١٢٦	٥٨,٧	٢٣٥	أقبل حياتي ولا أريد في التقليد
٨١,٧	٠,٧١٣	٢,٤٥	٥٨	٢٣٢	٢٩	١١٦	١٣	٥٢	أحاول تغيير طريقة أكل أسوء بمدون أحبه
٧٩,٠	٠,٧٥٨	٢,٣٧	٥٤	٢١٦	٢٩	١١٦	١٧	٦٨	أتمنى أن أسافر حول العالم مثل المدونين
٧٣,١	٠,٧٣٦	٢,١٩	٣٨,٥	١٥٤	٤٢,٣	١٦٩	١٩,٢	٧٧	يعجبني الاستايل الخاص بلبس المدون وأحاول تقليده
٧٢,٠	٠,٧٦٢	٢,١٦	٢٢,٣	٨٩	٣٩,٥	١٥٨	٣٨,٢	١٥٣	أحاول تقليد الاحتفال بالمناسبات المختلفة
٤٠٠									جملة من اجابوا

التقليد الاجتماعي

تشير بيانات الجدول السابق إلى تقييم المراهقين للتأثيرات الناتجة عن متابعة المراهقين لصفحات تشير بيانات الجدول السابق إلى تقييم المراهقين للتأثيرات الناتجة عن متابعة المراهقين لصفحات المراهقين على مواقع التواصل الاجتماعي كالتالي:

أولاً: المقارنة الاجتماعية حيث حصلت عبارة أشعر بالغيرة من حياة المدونين وأعداد متابعيهم وقد جاءت في المرتبة الأولى حيث حصلت على وزن نسبي ٨٧,٣٪، نسبة ١٠٪ موافق ونسبة ١٨,٢٪ محايد، و٧١,٨٪ معارض، كما حصلت عبارة أقارن شكلي بشكل المدونين وطريقة ملابسهم على المرتبة الثانية حيث حصلت على وزن نسبي ٨٢,٣٪، بنسبة موافقة ١٢٪، ونسبة ٢٦,٥٪ محايد، ونسبة ٦١,٥٪ معارض، كما حصلت عبارة الشعور بالعجز والإحباط وقلة الحيلة والدونية عند مشاهدة احتفالهم بمناسباتهم السعيدة على نسبة موافقة ١٣٪، ونسبة ٢٥,٢٪ محايد، ونسبة ٦١,٨٪ معارض وكانت في الترتيب الثالث حيث حصلت على وزن نسبي ٨٢,٩٪، كما حصلت عبارة أرى حياتي أفضل من حياة المدونين فحياتهم خالية من الخصوصية على نسبة ٤٤,٥٪ موافق، ونسبة ٣٣,٥٪ محايد، ونسبة ٢٢٪ معارض، كما حصلت عبارة لا أحب الشهرة ولا أرغب في أن أكون مشهور بنسبة موافقة ٣٤,٥٪، و٣٩,٥٪ محايد، و٢,٠٩٪ معارض.

ثانياً: التقليد الاجتماعي؛ حيث حصلت عبارة سبق وأن غيرت نظام حياتي الشخصي تقليداً لمدون أحبه على نسبة ١٤٪ موافق، ونسبة ٢٣٪ محايد، ونسبة ٦٣٪ معارض، كما حصلت عبارة أتقبل حياتي ولا أرغب في التقليد على ٥٨,٧٪ موافق، ونسبة ٣١,٥٪، ونسبة ٩,٨٪، كما حصلت عبارة يعجبني الاستايل الخاص بلبس المدون وأحاول تقليده على نسبة ١٩,٢٪، ونسبة ٤٢,٣٪ محايد، ونسبة ٣٨,٥٪ معارض، كما حصلت عبارة أحاول تقليد الاحتفال بالمناسبات المختلفة على نسبة ٣٨,٢٪، ونسبة ٣٩,٥٪ محايد، ونسبة ٢٢,٣٪ معارض.

وقد جاءت عبارة سبق وأن غيرت نظام حياتي الشخصي تقليداً لمدون أحبه في المرتبة الأولى حيث حصلت على وزن نسبي ٨٣,٠٪. وجاءت عبارة أتقبل حياتي ولا أرغب في التقليد في المرتبة الثانية حيث حصلت على وزن نسبي ٨٣,٠٪، وقد جاءت عبارة يعجبني الاستايل الخاص بلبس المدون وأحاول تقليده في المرتبة قبل الأخيرة حيث حصلت على وزن نسبي ٧٣,١٪، وجاءت عبارة أحاول تقليد الاحتفال بالمناسبات المختلفة في المرتبة الأخيرة حيث حصلت على وزن نسبي ٧٢,٠٪.

ثالثاً: التغيير في السلوك الاجتماعي؛ حصلت عبارة تجعلك تعتاد التنمر وتمارسه على ١١,٥٪ موافق، ونسبة ٢٣٪ محايد، و٦٥,٥٪ معارض، كما حصلت عبارة الشعور بالخوف والقلق على ١٥,٧٪ موافق، و٢٦٪ محايد، و٥٨,٣٪ معارض، كما حصلت عبارة تغير في قيمك وعاداتك وتقاليديك على نسبة ١٥,٧٪ موافق، و٣٢,٣٪ محايد، و٥٢٪ معارض، كما حصلت عبارة تشجعي على التوفير والادخار على نسبة ٢٩٪ موافق، و٣٨,٧٪ محايد، و٣٢,٣٪ معارض، كما حصلت عبارة تؤثر في معدل ساعات نومك على ٢٦,٢٪ موافق، و٤١,٥٪ محايد، و٣٢,٣٪ معارض. وقد جاءت عبارة الشعور بالخوف والقلق على المرتبة الأولى حيث حصلت على وزن نسبي ٨٠,٨٪، ثم جاءت عبارة تغير في قيمك وعاداتك وتقاليديك ٧٨,٨٪ ثم جاءت في المرتبة قبل الأخيرة عبارة تشجعي على التوفير والادخار حيث حصلت على وزن نسبي ٦٥,٦٪، وفي المرتبة الأخيرة جاءت عبارة تؤثر في ساعات نومك حيث حصلت على وزن نسبي ٦٤,٠٧٪.

رابعاً: التأثير على العلاقات؛ حصلت عبارة فتور العلاقات الأسرية على نسبة ١٧٪ موافق، و٣٩,٢٪ محايد، ونسبة ٤٣,٨٪ معارض؛ كما حصلت عبارة العزلة والبعد عن الآخرين نسبة ١٧,٧٪ موافق، ونسبة ٤٠,٣٪، و٤٢٪ معارض، كما حصلت عبارة تزيد من علاقتك الأسرية وتقويتها على نسبة موافقة بلغت ٣٣,٧% ونسبة محايدة بلغت ٤٠,٥٪، ونسبة معارضة ٢٥,٨٪. وقد جاءت عبارة فتور العلاقات الأسرية في المرتبة الأولى حيث حصلت على وزن نسبي ٧٥,٦٪، وجاءت عبارة تزيد من علاقتك الأسرية وتقويتها في المرتبة الأخيرة حيث حصلت على وزن نسبي ٦٤,٠٪.

وقد اتفقت نتائج الدراسة مع دراسة (Abdullah M. Al-Ansi، ٢٠٢٣) ودراسة (Andrea Irmer، ٢٠٢٣) حيث توصلت نتائج دراستهم أن المتابعة المستمرة تزيد من زيادة درجة المقارنة عند المراهقين.

كما اتفقت مع دراسة (Mamdouh Mohammed، ٢٠٢٢) التي توصلت دراستها أن استخدام وسائل الاعلام بشكل عام يجعل المراهق أقل رضا عن الحياة كما اتفقت مع دراسة (أمني رضا عبد المقصود، ٢٠١٩) حيث توصلت دراستها إلى أن المتابعة المستمرة لصفحات المدونين تجعل المراهقين في حالة تقليد دائمة ويرغبون أن يكونون مدونين أسوة بمدون يحبونه.

كما اتفقت مع دراسة (Walaa Elsayed، ٢٠٢١) ودراسة (Kiran Shankar، ٢٠١٩) ودراسة (Paul Mcname&Silvia Mendolia&others، ٢٠١٩) والتي توصلت دراساتهم أن استخدام المراهق لوسائل الاعلام يقلل من قدرة الفرد الاجتماعية كما أنها تقلل التفاعل داخل الأسرة وتهدر وقت المراهق، كما أنها تزيد من النفور العاطفي بين أفراد الأسرة الواحدة.

أهم ما توصلت اليه الدراسة من نتائج

١. أوضحت نتائج الدراسة الميدانية أن المتابعة للذكور والإناث بصورة دائمة بلغ ٤٧٪، بينما المتابعة أحيانا على نسبة ٣٩,٢٪، أما المتابعة بشكل نادر بلغ ١٣,٨٪.
٢. بلغت عدد الساعات التي يقضيها المراهقين لساعتين فأكثر ٥٢,٨٪، أما المتابعة من ساعة لأقل من ساعتين بلغ ٣٩,٢٪، أما المتابعة لأقل من ساعة بلغ ٨٪.
٣. حصل الفيس بوك على أعلى نسبة متابعة حيث حصل على نسبة ٦١,٣٪، أما الانستغرام حصل على نسبة ٥٣,٨٪، بينما حصل اليوتيوب على نسبة ٣٠,٨٪.
٤. حصلت متابعة المراهقين لصفحات المدونين لأقل من ساعة يوميا على نسبة ٥٦٪، بينما المتابعة من ساعة لأقل من ساعتين حصلت على نسبة ٣١,٨٪.
٥. كان الانستغرام من أهم المواقع التي يفضل المراهقين مشاهدة صفحات المدونين عليها بنسبة بلغت ٥٨,٣٪، بينما حصل الفيس بوك على نسبة ٥٤,٣٪، أما اليوتيوب فحصل على نسبة ٢٣,٣٪.
٦. حصلت صفحة كتزي مدبولي على أعلى نسبة متابعة حيث بلغت النسبة ٣٣,٨٪، أما صفحة بطولمة نصر فقد حصلت على نسبة ٢٥,٠٪، أما نادية الخولي فقد حصلت على نسبة ٢٢,٨٪.
٧. من أهم السمات الشخصية التي ظهرت في صفحات المدونين من خلال تقييم المراهقين لهم كانت سمة التوتر حيث حصلت على نسبة بلغت ٦٠٪، ثم الانفتاح بنسبة ٤٨,٥٪، ثم الهزلية بنسبة ٤١٪.
٨. ومن حيث السمات الأخلاقية كانت سمة التنمر الأعلى نسبة حيث بلغت ٦٠,٨٪، ثم سمة ضبط النفس بنسبة بلغت ٨,٨٪.

٩. أما من حيث أسباب اشتراك المراهقين في صفحات المدونين كانت لأنها تقدم محتوى شيق وجذاب ومتنوع يؤثر اهتمامي، وعبارة تبادل الحوار والأفكار مع الآخرين يكسبني طرق جديدة في التفكير وذلك بوزن نسبي بلغ ٧٨,٣٪، ثم عبارة تجذب انتباهي لأنها تستخدم أساليب إخراجية جيدة من حيث الشكل والأسلوب بوزن نسبي بلغ ٧٧,٧٪.
١٠. جاء المحتوى الديني في مقدمة المحتويات التي يفضلها المراهقين بوزن نسبي بلغ ٨٣,٧٪، بينما جاء في المرتبة الثانية المحتوى الكوميدي بوزن نسبي بلغ ٧٩,٩٪. أما المحتوى الترفيهي فحصل على وزن نسبي ٧٩,٠٪.
١١. جاء العيرة والحسد من شهرة المدونين من أولى تأثيرات المقارنة الاجتماعية التي قيمها المراهقين من متابعتهم لصفحات المدونين حيث حصلت على وزن نسبي بلغ ٨٧,٣٪، بينما حصلت عبارة "أفانر شكلي بشكل المدونين وطريقة ملابسهم" على وزن نسبي بلغ ٨٣,٢٪.
١٢. ومن حيث التقليد الاجتماعي جاءت عبارة "سبق وأن غيرت حياتي الشخصية تقليداً لمدون أحبه وزن نسبي بلغ ٨٣,٠٪، بينما حصلت عبارة أتقبل حياتي ولا أرغب في التقليد على وزن نسبي بلغ ٨٣,٠٪.

توصيات الدراسة

١. ضرورة إخضاع صفحات المدونين لمزيد من القوانين الحازمة في حالة الخروج عن الآداب العامة.
٢. كما فرضت الدولة الضرائب على المدونين فلا بد أن يكون إنشاء مدونة خاضع لجهة رسمية ويكون بتصريح رسمي ويكون من ضمن بنوده الالتزام بالقوانين وعدم المساس بالأخلاق، وفي حالة المخالفة يطبق عليه العقوبة الرسمية.
٣. ضرورة الاهتمام بفئة المراهقين من جميع المؤسسات التعليمية بداية من المنزل وحتى دور العبادة، والاهتمام بالندوات الدينية والتعليمية.
٤. ضرورة إشراك المراهق في الأنشطة المختلفة طبقاً لهواياته حتى نضمن أن يستغل وقت فراغه الاستغلال الأمثل.
٥. يجب أن تهتم هذه الصفحات بالمحتويات الدينية الهادفة بما يواكب ما يشغل تفكير المراهقين.

٦. باعتبار المدونين شخصيات مؤثرة ولهم قدرة عالية على الإقناع والتأثير فلا بد أن تتمسك بالأخلاق الحميدة وتسعى أن تبثها في نفوس المراهقين.
٧. أن تستغل الدولة هذه الصفحات أثناء انتشار الأوبئة والأمراض باعتبارهم شخصيات فاعلة.

المراجع

أولاً: المراجع العربية:

- إبراهيم وحيد محمود "المراهقة خصائصها ومشكلاتها"، (القاهرة، دار المعارف، ١٩٨١).
- أحمد حسين، "ملخص ظاهرة المدونات في الشبكة العنكبوتية: دراسة المضمون والقائم بالاتصال، مجلة العربي للأبحاث والدراسات الإعلامية، العدد الرابع، نوفمبر ٢٠١٩، Available at: <https://search.mandumah.com/Record/1044821>.
- أماني رضا عبد المقصود "دور مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اهتمامات المتابعين تجاه أنماط الحياة اليومية"، المجلة العلمية لبحوث الإعلام والاتصال، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد ٣٦، يوليو \ سبتمبر ٢٠١٩. Available at: <http://search.mandumah.com/Record/1003042>
- إنجي جمال حريري "تأثير وسائل التواصل الاجتماعي الحديثة على العلاقات الأسرية بين الوالدين والأبناء في سن المراهقة: دراسة تطبيقية على عينة من الأبناء المراهقين وأباءهم بمدينة جدة، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة الملك عبد العزيز، ٢٠٢٠). Available at: <https://search.mandumah.com/Record/1093580>
- حسام علي علي سلامة "العوامل المؤثرة في متابعة الجمهور العربي لحسابات المؤثرين على إنستغرام" دراسة في ضوء نظرية التبادل الاجتماعي، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام المجلد ٧٧، لجزء الأول، ديسمبر ٢٠٢١. Available at: https://ejsc.journals.ekb.eg/article_211342.html
- رانيا رمزي حلیم "دور المؤثرين الاجتماعيين في الحياة اليومية للشباب المصري" دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي، مجلة الدراسات الإنسانية والأدبية، كلية الآداب،

المجلد ٢٦، العدد الأول، ٢٠٢٢. Available at:

https://shak.journals.ekb.eg/article_224740.html

سالي أحمد محمد حسن جاد، " لتأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدي والرقمية على الجمهور المصري: دراسة ميدانية مقارنة"، المجلة العلمية لبحوث

الإذاعة والتلفزيون، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ديسمبر ٢٠٢٠. Available at:

<https://search.mandumah.com/Record/1137453>

شروق حاسن كبوها والنمر، أميرة أحمد إبراهيم "استخدام المراهقين لشبكات التواصل الاجتماعي وأثره على الاتصال الشخصي لديهم: دراسة مسحية على مواقع الفيس بوك

"المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، العدد ١٧، ٢٠١٩. Available at:

<https://0610ga1vq-1106-y-https-search-mandumah-com.mplbci.ekb.eg/Record/1137694/Description#tabnav>

مروي السعيد السيد حامد "مصدقية إعلانات المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالنوايا الشرائية لدى المستهلك المصري"، المجلة العلمية لبحوث

العلاقات العامة والإعلان، جامعة المنصورة، كلية الآداب، العدد الخامس

عشر، ٢٠١٨. Available at: <https://search.mandumah.com/Record/1137450>

هوزان عطيه الزهراني، إنجي جمال حريري "تأثير وسائل التواصل الاجتماعي الحديثة على

العلاقات الأسرية بين الوالدين والأبناء في سن المراهقة: دراسة تطبيقية على عينة من

الأبناء المراهقين وأبائهم بمدينة جدة رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة الملك عبد

العزیز، ٢٠٢٠). Available at: <https://search.mandumah.com/Record/1093580>

ثانياً: المراجع الأجنبية:

Abdullah M. Al-Ansi, Manar Hazaimh, how do social media influencers change

adolescents' behaviour? An evidence from Middle East Countries, [Volume 9,](#)

[Issue 5,](#) May (2023)

- Andrea Irmer ,Schmiedek "Associations between youth's daily social media use and well-being are mediated by upward comparisons,2023 .available at : <https://www.nature.com/articles/s44271-023-00013-0>
- Crystal Abidin "Engaging with Influencers' fashion brands and #OOTD advertorial campaigns on Instagram "The University of Western Australia, Australia Media International Australia Vol. 161No1 (٢٠١٦)available at: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1329878X16665177>
- Emmely Croes&JosBartels," Young adult motivations for following social influencers and their relationship to identification and buying behaviour, Hong Kong Baptist, university school of communication ,(2020). available at: <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2021.106910>
- Fulya **Acikgoz** Raffaele **Filieri** Electronic word-of-mouth from video bloggers: The role of content quality and source homophily across hedonic and utilitarian products ,[Journal of Business Research](#), [Volume 160](#), May (2023).
- Kiran Shankar Lal SONI ",Social Media Effect on Youth "international research of Engineering and Technology, Vol ,6, issue , December ,(2019). AVILABLE AT: www.irjet.net.
- Mamdouh Abdalla Mohammed "The impact of Social Media on life Satisfaction: The Mediating Role of social Comparison, Envy and Self_Esteem, DEBARTEMENT OF Radio and Television, faculty of mass Communication, Beni_suef,EGYPT,May,(2022)
- Oden, A., & Porter, L. The Kids Are Online: Teen Social Media Use, Civic Engagement, and Affective Polarization. *Social Media + Society*. (2023)
- Paul Mcname&Silvia Mendolia&OLEG Erokhin" social media Extensive use and Emotional and behavioural Outcomes in Adolescence: Evidence from British

longitudinal Date", Paul McNamee university of Aber.(2018)available at:
www.researcher.net.

[Sophie Rosenbohm](#),[Fabian Hoose](#)" Self-representation as platform work:
Stories about working as social media content creators,(2023).