

اتجاهات الشباب المصري نحو معالجة المؤثرين بمواقع التواصل الاجتماعي لقضايا البيئة

محمود أحمد محمد (1,2) – محمود حسن إسماعيل (3) – هاني محمد شاكر (4) – أشرف مصطفى أحمد (5)
(1) كلية الدراسات العليا والبحوث البيئية، جامعة عين شمس (2) المركز الإعلامي، للأزهر (3) كلية الدراسات العليا
للطفولة، جامعة عين شمس (4) كلية التربية النوعية جامعة عين شمس (5) كلية الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين
شمس

المُستخلص

هدف البحث إلى الكشف عن أبرز القضايا البيئية التي يتابعها الشباب المصري بمحتوى المؤثرين، بالإضافة إلى رصد معارف واتجاهات الشباب نحو هذه القضايا، والكشف عن دوافع متابعة الشباب لهذه المضامين، وينتمي هذا البحث إلى البحوث الوصفية مُستخدماً نمط المسح الميداني، واعتمد البحث في جمع المعلومات على استمارة الاستبيان، وتوصل البحث إلى نتائج منها: وجود توافق بين أجندة المؤثرين عينة البحث في تناول القضايا البيئية حيث جاءت قضايا الاحتباس الحراري والتغيرات المناخية في صدارة القضايا البيئية، تليها قضايا التنوع البيولوجي، والتصحر، وقضايا التلوث والنفايات على الترتيب، بالإضافة إلى تنوع دوافع الشباب في متابعة القضايا البيئية، وجاء في مقدمة الدوافع: التعرف على أحداث القضايا البيئية، ثم الحصول على نصائح للحياة المستدامة، ثم التعرف على حلول عملية للمشكلات البيئية، كما توصل البحث إلى أن اتجاهات الشباب تجاه المضامين البيئية في محتوى المؤثرين جاءت إيجابية بمعدل مرتفع وكانت النسبة الأكبر لتوضيح المفاهيم البيئية بطريقة سهلة، وكشف البحث أن معارف الشباب الناتجة عن تعرضهم لمحتوى المؤثرين في مواقع التواصل الاجتماعي عن قضايا البيئة، قد جاءت إيجابية بشكل كبير.

الكلمات المفتاحية: قضايا البيئة، المؤثرين، اتجاهات، معالجة، الشباب.

مقدمة البحث

صاحب التطور في الميدان التقني وتكنولوجيا الاتصال تطوراً في مجال الاستخدام؛ نتيجة أن الجمهور وخاصة فئة الشباب لم يستطيعوا مقاومة الاستمالات وأساليب الإقناع التي تعمل على إثارة غريزة المشاهدة لديهم، وصاحب ذلك ظهور شخصيات استطاعت أن تستثمر هذه الأدوات في عرض محتوى قريب من الناس عبر مواقع التواصل الاجتماعي، فأصبح لهم تأثير كبير ليس فقط في مجال المواقف والآراء، وإنما يمتد هذا التأثير إلى الجوانب المعرفية والوجدانية والسلوكية والتي يهتم البحث الحال برصدها من خلال معرفة أثر القضايا البيئية التي يتناولها المؤثرون بمواقع التواصل على اتجاهات ومعارف الشباب، ونتيجةً للدور الذي تؤديه مواقع التواصل الاجتماعي في الترويج للأفكار والآراء تضاعفت أيضاً المخاوف المترتبة على المحتوى المقدم من خلالها للجمهور، لافتقار مواقع التواصل الاجتماعي للتنظيم والمسؤولية، مما يسهل معه إخضاع المحتوى للرغبات والأهواء والاتجاهات الفكرية للقائم بالاتصال عبر هذه المواقع (الشمايلة، اللحام، وكافي، 2015)، وعلى الجانب الآخر ونتيجةً لزيادة القلق العالمي بشأن المخاطر التي باتت تهدد كوكب الأرض؛ بسبب الاستغلال السليبي لمواردها والممارسات الخاطئة تجاهها، بدأت تنمو المضامين البيئية في محتوى المؤثرين بمواقع التواصل الاجتماعي؛ لذا يركز البحث الحالي على دراسة أثر معالجة المؤثرين للقضايا البيئية بمواقع التواصل الاجتماعي على معارف واتجاهات الشباب المصري.

مشكلة البحث

في ضوء الدراسات العلمية حول ما يشهده العالم اليوم من تطوراتٍ متلاحقةٍ في تكنولوجيا الاتصال، تعد مواقع التواصل الاجتماعي الظاهرة الإعلامية الأبرز من حيث تأثيرها في فئة الشباب، كونهم جمهورٌ نشط، لما تتيحه لهم من مزايا مختلفة سواء كانت: اجتماعية كالتواصل مع الآخرين، أو نفسية كتقدير الذات، أو عقلية كالبحث عن المعلومة والشغف المعرفي، إضافة إلى الترفيهية والبحث عن التسلية، وهذه المزايا لا تتوافر في وسائل الإعلام التقليدي، مما جعل من مواقع التواصل الاجتماعي وسيلتهم الرئيسة في التعامل مع الأمور الحياتية، وهنا يظهر الدور الذي يؤديه المؤثرون بمواقع التواصل الاجتماعي، وقدرتهم على جذب الشباب للتعرض للمحتوى الذي يقدمونه، وقدرتهم على إحداث تأثير في اتجاهات الشباب وأفكارهم تجاه القضايا التي تحملها المضامين المقدمة لهم، وخاصة بعد انخفاض نسب إقبال الشباب على متابعة وسائل الإعلام التقليدية وتنامي ارتباطهم بمواقع التواصل الاجتماعي؛ ومن هذا المنطلق يمكن بلورة مشكلة البحث في سؤال رئيس: ما المعارف والاتجاهات البيئية المتحققة لدى الشباب المصري نتيجة تعرضهم للقضايا البيئية بمحتوى المؤثرين بمواقع التواصل الاجتماعي؟

تساؤلات البحث

- 1- ما أبرز القضايا البيئية التي يتابعها الشباب في محتوى المؤثرين بمواقع التواصل الاجتماعي؟
- 2- ما دوافع متابعة الشباب للمضامين البيئية في محتوى المؤثرين بمواقع التواصل الاجتماعي؟
- 3- ما المعارف والاتجاهات التي يكتسبها الشباب المصري من خلال متابعتهم للمضامين البيئية في محتوى المؤثرين بمواقع التواصل الاجتماعي؟

أهداف البحث

- 1- التعرف على أبرز القضايا البيئية التي يتابعها الشباب في محتوى المؤثرين بمواقع التواصل.
- 2- رصد دوافع تعرض الشباب للمضامين البيئية بمحتوى المؤثرين بمواقع التواصل الاجتماعي.
- 3- الكشف عن المعارف والاتجاهات البيئية للشباب المصري نتيجة متابعتهم للمضامين البيئية بمحتوى المؤثرين بمواقع التواصل الاجتماعي.

فروض البحث

- الفرض الأول:** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين دوافع تعرض الشباب للمضامين البيئية في محتوى المؤثرين بمواقع التواصل الاجتماعي والمعارف الناتجة لديهم.
- الفرض الثاني:** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعرض للمضامين البيئية في محتوى المؤثرين وطبيعة الاتجاهات البيئية لدى الشباب.
- الفرض الثالث:** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض الشباب للمضامين البيئية في محتوى المؤثرين بمواقع التواصل الاجتماعي والمعارف الناتجة لدى الشباب.

أهمية البحث

الأهمية النظرية للبحث: رصد معارف واتجاهات الشباب - عينة البحث - تجاه القضايا البيئية بمحتوى المؤثرين بمواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما يُضيف للمكتبة العلمية رصيداً علمياً يفيد في معرفة تأثير مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي في القضايا التي يتناولونها ومن بينها القضايا البيئية.

الأهمية التطبيقية للبحث: يُعالج البحث قضية ذات أبعادٍ مجتمعية متنوعة، فهي تربط المعارف والاتجاهات البيئية بنمط اتصالي جديد بات الكثير يعتمد عليه في معرفة الأخبار والمعلومات.

مصطلحات البحث

التعريف الاصطلاحي للمؤثرين (Influencer): هو ذلك الشخص الذي يستخدم مدونة شخصية أو الوسائل والمنصات الأخرى (تويتر، فيسبوك، المنتديات، الإنستغرام، سناب شات) لبث أفكاره مع مستخدمي الإنترنت للتأثير والتغيير من نمطهم الاستهلاكي (سوالمية، حفياتي، وبن سعيد، 2020).

التعريف الإجرائي: أشخاص لديهم قاعدة كبيرة من المتابعين بمواقع التواصل الاجتماعي، ويتمتعون بتأثير كبير على هؤلاء المتابعين.

التعريف الاصطلاحي لمواقع التواصل الاجتماعي: عرّفها البعض بأنها: "مجموعة من صفحات الويب التي تُسهّل التفاعلَ النشط بين الأعضاء المشتركين في مواقع التواصل الاجتماعي وتهدف إلى توفير مختلف وسائل الاهتمام التي تساعد الأعضاء على التفاعل فيما بينهم" (فهيم، 2018).

التعريف الإجرائي لمواقع التواصل الاجتماعي: نقصد بها في البحث الحالي التطبيقات المتاحة على شبكة الإنترنت وهي (فيس بوك، يوتيوب، نيك توك، انستغرام، سناب شات، تويتر) وغيرها من التطبيقات التي يتواجد عليها الشباب لفتراتٍ طويلة.

التعريف الاصطلاحي لقضايا البيئة: تُعرّف قضايا البيئة بأنها: جملة المشكلات البيئية التي تنشأ عن الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية والأنماط غير السليمة لسلوك الإنسان والمُرجو الوصول إلى حلولٍ لها، ويقع على عاتق الإنسان تغيير سلوكه وتوسيع مداركه وتبني قيماً أكثر وعياً وإيجابية إزاء البيئة وصولاً إلى حل مشكلته (الشوملي، 2010).

التعريف الإجرائي لقضايا البيئة: يقصد بقضايا البيئة في البحث الحالي: هي مجموعة من الأحداث البيئية مثل: تغيرات المناخ، الفيضانات، الزلازل، الأعاصير.

التعريف الاصطلاحي للاتجاه: موقف الفرد ومشاعره تجاه المشكلات والقضايا البيئية والمُكوّن لديه من خلال احتكاكه وتفاعله مع مشكلات البيئة وقضاياها المختلفة، وهذا الموقف يظهر في صورة الموافقة أو الرفض، ومن خلال سلوك الفرد في بيئته (موسى، 2007).

التعريف الإجرائي للاتجاه: جملة المشاعر والأفكار التي يمتلكها الشباب عن القضايا البيئية، ومدى استعدادهم لتبني سلوكٍ معين نتيجة هذه المشاعر والأفكار التي تكوّنت لديهم.

التعريف الاصطلاحي للشباب: يُعرّف "الشباب" وفقاً لإحصاءات الأمم المتحدة ولأغراض إحصائية ودون المساس بأي تعريفاتٍ أخرى تضعها الدول الأعضاء بـ "أنهم الأفراد الذين تتراوح أعمارهم بين (15، 24) سنة، ونشأ هذا التعريف في

سياق الأعمال التحضيرية للسنة الدولية للشباب عام 1985م، ومع ذلك فإن تعريف مصطلح "الشباب" يختلف من بلد إلى آخر وهذا يتوقف على تناسب بعض العوامل القانونية والاجتماعية والثقافية والسياسية لكل مجتمع (المتحدة، 2022).

التعريف الإجرائي للشباب: الفئة العمرية التي تتراوح بين سن المراهقة والرشد، وتظهر عليهم علامات النضج النفسي والاجتماعي، والتي تكون في الغالب بين الفئة العمرية (18-29)، كونها تمثل الشريحة الأكبر كما جاء بمؤشر الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء عام 2023م أن هذه الفئة تمثل نسبة 21% من إجمال السكان في جمهورية مصر العربية (اليوم السابع، 2023).

التعريف الاصطلاحي للمعالجة: القرارات التي يتخذها المصدر بالنسبة للطريقة التي يقدم بها المضمون، فالمصدر قد يختار معلومات معينة ويتجاهل معلومات أخرى، وقد يكرر الدليل الذي يثب به رأي، وقد يلخص ما يقوله في البداية أو النهاية، ويستطيع المصدر أن يذكر كل الحقائق، وقد يترك للمتلقي تكملة الجوانب التي لم يكملها في الرسالة (مكاوي، 2005).

التعريف الإجرائي للمعالجة: الطريقة التي يتناول بها المؤثر قضايا البيئة شكلاً ومضموناً، والتي تساهم في إبراز الجوانب المختلفة للقضايا البيئية.

الدراسات السابقة

1- دراسة هبة فتحي وسهر أحمد (2024). بعنوان: "اتجاهات الشباب المصري نحو دور المؤثرين في وقت الأزمات بالتطبيق على فترة الحرب على غزة" (فتحي وأحمد، 2024)، وهدفت إلى التعرف على اتجاهات الشباب المصري الذين يعتمدون على المؤثرين والمشاهير في نقل الأحداث، من خلال تحديد اتجاهات الشباب نحو الكيفية التي قام بها المؤثرون في تسليط الضوء على أعمال الحرب على غزة وأبعاده، وتم التطبيق على عينة قوامها 400 شاب مصري من متابعي مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن نسبة كبيرة من الشباب استخدموا مواقع التواصل الاجتماعي باستمرار لمتابعة أحداث الحرب، وكانوا أكثر متابعة لصفحات المؤثرين.

2- دراسة أماني حمدي (2024) بعنوان: "الفاعلون الجدد في قيادة الرأي العام عبر مواقع التواصل الاجتماعي ودورهم في حملات التوعية بالتغيرات المناخية" (قرني، 2024)، هدفت إلى التعرف على دور الفاعلين على مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام تجاه أزمة المناخ، وتحليل سمات معالجة التغيرات المناخية بمواقع التواصل، والكشف عن الأساليب التي يتبعها الفاعلون، وأبرز الميكانيزمات المستخدمة، وتنتمي الدراسة إلى نوعية الدراسات الوصفية، معتمدة على أسلوب تحليل المضمون، وطبقت على عينة زمنية بداية من شهر يناير 2023م حتى ديسمبر 2023م، وتوصلت الدراسة إلى نتائج منها: أن (232) من المبحوثين يرون أن أبرز الأسباب المتعلقة بقضية تغير المناخ تتمثل في حرق الوقود الأحفوري، وانبعاثات الغازات الدفيئة التي جاءت بنسبة 51.6%، وأن غالبية المبحوثين بنسبة 87.3% لديهم فهم جيد لمفهوم التغيرات المناخية، نتيجة تعرضهم لمحتوى الفاعلين.

3- دراسة هاني البمباوي (2024) بعنوان: "دور الحملات التسويقية للمؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي ومدى انعكاس مصداقيتها على الجمهور"، (البمباوي، 2024)، هدفت إلى التعرف على معدلات اعتماد الجمهور على متابعة المؤثرين، في استقاء المعلومات، والتعرف على دوافع الجمهور في متابعة هؤلاء المؤثرين، وتوصلت

الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: أن الذكور والإناث يتقاربان في نسبة متابعتهم للمؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي، وأن فئة الشباب هي أكثر فئة تتابع المؤثرين ويتأثرون بهم، حيث إنهم الأكثر استخداماً للإنترنت، وهي فئة عمرية تواكب التطورات والتكنولوجيا، وأن من أهم أسباب متابعة الجمهور للمؤثرين الذين يتابعونهم، هو حصولهم على معلومات مفيدة، وأنهم يُصدّقون المعلومات التي يذكرها المؤثرون الذين يتابعونهم.

4- دراسة إلهام أحمد سلطان أحمد (2023) بعنوان: "تعرض الشباب لصفحات المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة ميدانية"، (أحمد، 2023)، هدفت إلى التعرف على تعرض الشباب لصفحات المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ومدى تفاعلهم معها، مستخدمة منهج المسح بالعينة من خلال استمارة الاستبيان الإلكتروني وتم تطبيقها على (400 مفردة) من متابعي المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: أن أبرز المؤثرين الذين يتابعهم الشباب (أحمد الغندور "الدحيح")، حيث جاء في المرتبة الأولى.

5- دراسة رانيا رمزي حليم (2022) بعنوان: "دور المؤثرين الاجتماعيين في الحياة اليومية للشباب المصري" دراسة ميدانية على الشباب الجامعي"، (حليم، 2022)، هدفت إلى التعرف على دور المؤثرين في الشباب الجامعي، والكشف عن موضوعات الاهتمام لدى الشباب فيما يتعلق بما يقدمه المؤثرون، وتعد الدراسة إحدى الدراسات الوصفية من خلال المسح الاستقصائي بالعينة، ونظراً لاتساع مجتمع الدراسة فقد اختصرتها الباحثة في لعبة كرة التلج، وقد بلغ عدد مفردات العينة 562 مفردة، وقد خلّصت الدراسة إلى تنوع دوافع متابعة الشباب للمواقع المؤثرة ما بين دوافع طقوسية مثل: التسلية والمتعة، تضيعة الوقت بسبب الفراغ، الهروب من المشكلات الحياتية اليومية، الرغبة في السفر لأجمل الأماكن حول العالم، ودوافع نفعية مثل: الحصول على معلومات جديدة (علمية، إدارية، دينية، طبية... إلخ) واكتساب خبرات ديناميكية ومعرفة عامة.

6- دراسة Louisa & Peter, Christina, Muth (2023) بعنوان: "دور المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الآراء السياسية وأفعال الجماهير الشابة"، (Muth و Peter، 2023) هدفت الدراسة الحالية لمعرفة كيفية استخدام المراهقين والشباب وإدراكهم لمؤثري وسائل التواصل الاجتماعي في سياق نشر المعلومات السياسية وتكوين الرأي والتعبئة العامة، مستخدمة أسلوب المقابلات النوعية للشباب في ألمانيا (16-22 عاماً)، وأظهرت نتائج الدراسة أنه رغم أن وسائل الإعلام السائدة لا تزال المصدر الأساسي للمعلومات السياسية، فإن المؤثرين الذين يركزون على السياسة يُستخدمون بشكل متزايد لفهم هذه المعلومات، ويتراوح التأثير المفترض من تضخيم تأثيرات الآراء الموجودة إلى تكوين الرأي والتغييرات في نوايا التصويت بناءً على التقييم الذي يقدمه المؤثر، بينما لا يُنظر إلى المؤثرين الذين يتحدثون عن مواضيع سياسية من حين لآخر على أنهم مصادر موثوقة للمعلومات السياسية، كما توصلت الدراسة إلى أن المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي جزءاً لا غنى عنه من وسائل التواصل الاجتماعي، حيث يقومون بإعلام الجماهير.

7- دراسة S. & Santoso, B.S.D., Otomo (2023) بعنوان "دور وسائل التواصل الاجتماعي الرقمية في تشكيل الاتجاهات نحو المنتجات الخضراء بين الشباب المثقف معلوماتياً" (Santoso، 2023)، هدفت الدراسة إلى معرفة إلى أي مدى يُمكن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في إندونيسيا للتأثير على مواقف الشباب تجاه القضايا العالمية الحالية، وخاصة المنتجات الصديقة للبيئة، واستخدمت الدراسة المنهج المسحي بشقيه: التحليلي،

والميداني لمعرفة آراء المستجيبين، وأجريت الدراسة على عينة قوامها 137 مستجيباً، وتوصلت الدراسة إلى أن معرفة المنتج الأخضر لا تؤثر على المواقف تجاه المنتجات الخضراء، كما ثبت أن التوعية بقيمة المنتجات يؤثر على مواقف المستهلكين، وتوصلت أيضاً إلى أن الموقف يؤثر على نية شراء المنتجات الخضراء بشكل إيجابي، كما اتضح أن معرفة المنتجات ليس لها تأثير على تحديد مواقف المستهلكين.

التعليق على الدراسات السابقة: برز من خلال الدراسات السابقة، الاهتمام بالتعرف على قدرة مواقع التواصل الاجتماعي والمؤثرين على التأثير في قرارات الجمهور وأسباب تأثيرهم في سلوكيات الجمهور، مع تسليط الضوء على رسائل مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي باعتبارها نمطاً اتصالياً لا يمكن إغفاله، كما أظهرت هذه الدراسات أن مواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام والمؤثرين بشكل خاص لهم دور مهم في تعزيز مشاركتهم في القضايا، إضافة إلى دورها في تشكيل وعي واتجاهات الشباب، وكانت استمارة الاستبانة الأكثر استخداماً؛ لمعرفة سلوكيات المستخدمين.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة: أفاد الباحثون من نتائج الدراسات السابقة في بلورة مشكلة البحث، وأهدافه، كما ساعدت الدراسات السابقة في صياغة أسئلة البحث وفروضه، وتحديد المنهج والإطار النظري المناسب لهذه البحث، بعد الاطلاع على الدراسات المماثلة.

الإطار النظري للبحث

يعتمد البحث على نظرية: الاعتماد على وسائل الإعلام: Media dependence theory تنطلق هذه النظرية من مقولة رئيسية مفادها، أنه كلما زاد اعتماد الفرد على وسائل الإعلام في تحقيق حاجاته، زاد ذلك من أهمية الدور الذي تؤديه تلك الوسائل (كنعان، 2017).

تطبيق النظرية في البحث الحالي:

1- تُعد نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام مدخلاً ملائماً لهذا البحث في توضيح الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية تجاه القضايا البيئية، جراء اعتماد الشباب على المضامين البيئية في محتوى المؤثرين بمواقع التواصل الاجتماعي.

2- الإلمام الكافي بجملة المعارف: كلما زادت معرفة الشخص بهذه القضية، كان أكثر قدرة على المشاركة بفعالية في النقاشات واتخاذ قرارات مستنيرة بشأنها.

النشأة والتأصيل التاريخي للمؤثرين: صاحبت كل المجتمعات التي قامت والممالك التي شيدت شخصية المؤثرين سواء كانوا علماء أم قادة دين أم فلاسفة، وعلى أيديهم اشتعلت حروب وأطفت أخرى، فهم جزء مهم من حركة المجتمعات عبر تاريخها الطويل (ثابت، 2014)، وتشير الأدبيات أن قادة الرأي هم الأشخاص الذين يتمتعون بمهارات الاتصال الجيد التي تمكنهم من إحداث تغيير في اتجاهات الجماهير، ويؤكد "إمري" و"أوزر" عام 1958م بأن القادة أو المؤثرين في مجال الأفكار الزراعية أو الصناعية ليسوا بقيادة في مجال السياسية أو الشؤون الأخرى (روجرز و ترجمة (ناشد، 1961)، حيث أتاح ظهور مواقع التواصل للأفراد مشاركة محتوهم وأفكارهم مع الآخرين، وأصبحوا يعرفون باسم "المؤثرين" (الدهراوي، 2019).

دور المؤثرين في تشكيل معارف واتجاهات المتابعين: يعتمد المؤثر على عنصرين أساسيين في عملية الاتصال التي يقوم بها على مواقع التواصل الاجتماعي وهما:

الأول: المحتوى، فاختيار المعلومات المناسبة لاهتمام الجمهور؛ يضمن أن الرسالة ستكون ذات صلة بالجمهور، وبالتالي ستكون أكثر تأثيرًا، من خلال إيجاد حلول لمشكلات الجمهور، أو تقديم معلومة مفيدة، وذلك لتحقيق التثقيف المنشود، ويجري القائمون على وسائل الإعلام دراسات دقيقة لمعرفة المضمون المتميز للرسائل الإعلامية، وما يجب أن تحتوي عليه من بيانات وأشكال ومعلومات، ومعرفة ما يجب أن تستخدمه من أساليب إعلامية مهنية (كبير، 2019)، ويرجع تزايد متابعة المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي من قبل فئة الشباب إلى عدة عوامل (ضاهر، 2019):

- 1- تسليطهم الضوء على المواضيع والقضايا التي تهتم الجمهور المستهدف، وهو ما يعزز الشعور بالانتماء لدى الجمهور، بحيث يشعر الشباب برباط قوي مع المؤثرين الذين يتحدثون عن قضايا تهمهم.
- 2- التفاعل المباشر: نتيجة لاختيار الموضوعات الملائمة لاحتياجات الجمهور، ووضوح الأهداف وارتباطها بالموضوعات، وتوظيف المهارات الشخصية والفنية في تقديم المحتوى.

الثاني: طريقة العرض الملائمة، فهي تساعد على إيصال الرسالة الإعلامية بشكل واضح، وبالتالي تزيد من فرص تأثيرها في الجمهور (سوالمية، حفياتي، و بن سعيد، 2020)، ويحتاج هذا العمل إلى جهد لتحقيق النتيجة المرجوة، إضافة إلى التخطيط لتلاشي المعوقات التي يمكن أن تعيق ذلك، ويتم عرض المحتوى من خلال عدة طرق منها (الدر، 2023): العروض التقديمية التي من خلال تصميم عروض تفاعلية تشجع الجمهور على الانخراط في المحتوى، بالإضافة إلى الصور والرسومات التعبيرية داخل المحتوى والتي تجذب الجمهور للمحتوى أو الفكرة المعروضة، كما يمكن استخدام القصص والتجارب لبناء علاقة مع الجمهور لأن مشاركة لحظات حقيقية تجعل المحتوى أكثر ارتباطًا، واستخدام المؤثرات السمعية والبصرية، لأنها تجعل المحتوى المقدم أكثر حيوية.

الأساليب التي يعتمد عليها المؤثر لإقناع الجمهور بالمعلومات المقدمة: يستخدم المؤثرون على مواقع التواصل الاجتماعي استراتيجيات متعددة لجذب انتباه الجمهور (إصبع، 2017):

- 1- الاستمالات العاطفية: عن طريق استهداف المحتوى جوانبنا عاطفية كالخوف والحب والغضب والحماسة، من خلال ربط الفكرة بمشاعر إيجابية أو سلبية (مهدي، 2020).
- 2- الاستمالات المنطقية أو العقلية: من خلال تقديم الحجج المنطقية والقرائن لدعم وجهة النظر باستخدام الحقائق والإحصائيات (مهدي، 2020).

طرق تناول المؤثرين للقضايا المختلفة: يتناول المؤثرون القضايا بطرق متنوعة تعتمد على أسلوبهم الشخصي والجمهور المستهدف والتقنيات المتاحة، والدعم المقدم، ومن هذه الطرق: (المحتوى المرئي على مواقع التواصل، المشاركة في المبادرات لتحفيز المتابعين على المشاركة في هذه المبادرات، تبني قضية بعينها انطلاقًا من قنوات لديهم) (Sofia، 2024).

الإجراءات المنهجية للبحث

حدود البحث:

الحدود البشرية (عينة البحث): الشباب المتابعين للمضامين البيئية بمحتوى المؤثرين بمواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك)؛ وقام الباحثون بتطبيق البحث على عينة عمدية قوامها 400 مفردة من الشباب.

الحدود الزمنية (فترة إجراء البحث): تم إجراء البحث الميداني في الفترة التي تطلبها استكمال العدد المطلوب من الاستجابات والبالغ عددها (400) استجابة.

الحدود المكانية: تم إجراء البحث الميداني على الشباب المصري من خلال تطبيق البحث على عينة عمدية قوامها 400 مفردة من الشباب المصري تمثل الجمهور المستهدف.

جدول (1): يوضح توصيف عينة البحث

المتغيرات	الفئة	ك	%
النوع	ذكر	192	48.0
	أنثى	208	52.0
مستوى التعليم	مؤهل متوسط	51	12.5
	مؤهل جامعي	216	54.0
	مؤهل فوق جامعي	133	33.3
العمر	من 18 إلى أقل من 21 عامًا	53	13.3
	من 21 إلى أقل من 25 عامًا	128	32.0
	من 25 إلى 29 عامًا	219	54.8
المنطقة السكنية	ريف	143	35.8
	حضر	257	64.3
المستوى الاقتصادي الاجتماعي	مرتفع	105	26.3
	متوسط	145	36.3
	منخفض	150	37.5
الإجمالي		400	100.0

نوع البحث:

ينتمي هذا البحث إلى البحوث الوصفية، حيث يهدف إلى معرفة اتجاهات الشباب المصري نحو معالجة المؤثرين للقضايا البيئية بمحتواهم بمواقع التواصل الاجتماعي، والمعارف البيئية التي تتكون لدى الشباب نتيجة تعرضهم للمضامين البيئية بمحتوى المؤثرين.

منهج البحث:

يعتمد البحث على المنهج المسحي؛ مستخدمًا النمط الميداني، لجمع بيانات حول ظاهرة الاتجاهات والمعارف البيئية لدى الشباب المصري، نتيجة تعرضهم للقضايا البيئية بمحتوى المؤثرين بمواقع التواصل الاجتماعي.

أداة البحث:

استمارة الاستبانة (الاستقصاء): استخدم الباحثون استمارة استبانة إلكترونية، بالاعتماد على (Google Forms)، وتوزيعها عبر مواقع التواصل الاجتماعي (واتس آب - فيس بوك) كأداة لجمع البيانات الميدانية من عينة البحث

جدول (2): معامل الثبات للاستبانة

م	معامل ألفا كرونباخ	عدد العبارات	معامل الثبات
1	الاستبانة ككل	102	0.95

تشير قيمة معامل الثبات إلى استقرار المقياس وعدم تناقضه مع نفسه، وإذا ما أُعيد استخدام الاستبانة على العينة نفسها فإنه يعطي النتائج ذاتها باحتمال مساوٍ لقيمة المقياس، وتشير قيمة معامل ألفا كرونباخ في الجدول السابق، التي بلغت (0.95)، إلى أن الاستبانة تتمتع بدرجة عالية من الثبات، مما يُبرهن إمكانية الاعتماد عليها في البحث وصلاحياتها للتطبيق، إضافة إلى تعميم نتائجها.

المعالجة الإحصائية للبيانات: المعالجة الإحصائية للبيانات: تم جمع البيانات، وترميزها وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها واستخراج النتائج الإحصائية، باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية" "SPSS (Statistical Package for Social Science)". وقد تنوعت المتغيرات الإحصائية بين: متغيرات اسمية Nominal، ومتغيرات ترتيبية Ordinal، ومتغيرات وزنية Scale، وعلى هذا فقد طبقت المعاملات الإحصائية التي تلائم كل متغير من هذه المتغيرات وذلك من خلال استخدام الاختبارات والمعالجات الإحصائية الآتية:

- التكرارات البسيطة. Frequency والنسب المئوية Percent.
- المتوسط الحسابي Mean والانحراف المعياري Std. Deviation.
- اختبار (Independent Samples T Test) لمقارنة متوسطي عينتين مستقلتين والمعروف اختصاراً باختبار "ت" أو (T- Test).
- اختبار تحليل التباين في اتجاه واحد (One Way ANOVA) والمعروف اختصاراً ANOVA، وذلك لقياس الفروق بين المتوسطات بين أكثر من مجموعتين.
- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة. وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من 0.300، ومتوسطة إذا كانت ما بين 0.300: 0.600، وقوية إذا كانت أكثر من 0.600.
- مستوى الدلالة المعتمد في هذا البحث: اعتمد الباحثون على مستوى دلالة يبلغ 0.05، لاعتبار الفروق ذات دلالة إحصائية من عدمه. وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95% فأكثر، أي عند مستوى معنوية 0.05 فأقل.

نتائج البحث

أولاً: نتائج البحث:

جدول (3): معدل متابعة القضايا البيئية في محتوى المؤثرين بمواقع التواصل الاجتماعي

المعدل	ك	%	متوسط حسابي	انحراف معياري
نادرًا ما أتابعها	71	17.8	2.195	0.716
أتابعها إلى حد ما	180	45.0		
أتابعها دائماً	149	37.3		
الإجمالي	400	100.0		

تشير بيانات الجدول السابق إلى ارتفاع معدل متابعة المبحوثين لحسابات المؤثرين بمواقع التواصل الاجتماعي؛ إذ بلغت قيمة المتوسط الحسابي 2.195، وهي قيمة مرتفعة، ويفسر الباحثون مجيئ خيارات المبحوثين بنسبة أكبر لمعدل أتابع القضايا البيئية بمحتوى المؤثرين "إلى حد ما" بقلة المحتوى البيئي بين المحتويات التي يتناولها المؤثرون إذا ما قورنت بمحتوى الموضة والأزياء والسفر والسياحة والسياسية، والمحتوى الترفيهي، واتفقت هذه النتيجة مع دراسة (Muth و Peter، 2023) من حيث الاعتماد على المؤثرين لفهم المعلومة.

جدول (4) صفحات المؤثرين التي يتابعها المبحوثين وتتناول قضايا متعلقة بالبيئة

صفحات المؤثرين	ك	%
صفحة "الدحيح"	271	67.8
صفحة "زي الكتاب ما بيقول"	181	45.3
صفحة شارع العلوم	180	45.0
صفحة شرفشتاين	96	24.0
صفحة الطقسجي للرصد الجوي	67	16.8
صفحة شباب بتحب مصر	59	14.8
صفحة محمد عادل سويلم – Mohammad Adel Sweilam	31	7.8
صفحة عمرو رمضان	27	6.8
صفحة emanexisting – إيمان	26	6.5
أخرى	18	4.5
الإجمالي (اختيار أكثر من بديل)		ن = 400

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن صفحات المؤثرين التي يتابعها المبحوثون، رُتبت من حيث الأكثر متابعة على النحو الآتي: حساب "الدحيح" بنسبة 67.8%، يليها حساب "زي الكتاب ما بيقول" بنسبة بلغت 45.3%، ثم حساب "شارع العلوم" بنسبة بلغت 45.0%، ثم حساب "شرفشتاين" بنسبة بلغت 24.0%، ثم باقي الحسابات على الترتيب، ويفسر الباحثون تصدر حساب "الدحيح" في اختيارات المبحوثين؛ لقيامه بنشر فيديوهات أكثر عن القضايا البيئية مقارنةً بالحسابات التي أتت في الترتيب الذي يليه، كما أن حساب "الدحيح" على الفيس بوك لأحمد الغندور تم إنشاؤه في عام 2014م بينما الحساب الذي أتى في المرتبة الثانية "زي الكتاب ما بيقول" لأحمد سلامة تم إنشاؤه في 2019م، فربما ظهور شخصية "الدحيح" مبكرًا كان له تأثير على ترتيب الصفحات وفقًا لمعرفة الجمهور بها ومتابعتها، واتفقت نتائج هذا الجدول مع دراسة (أحمد، 2023)، في أن حساب "الدحيح" لأحمد الغندور أتى في صدارة حسابات المؤثرين الذين يحرص الشباب على متابعتهم بشكل مستمر.

جدول (5): القضايا البيئية التي يتابعها المبحوثون في محتوى المؤثرين بمواقع التواصل الاجتماعي

القضايا المتعلقة بالبيئة	ك	%
التغيرات المناخية	251	62.7
التلوث	215	53.8
المياه	195	48.8
الطاقة	161	40.3
أزمة الغذاء	161	40.3
المشاكل الطبيعية	149	37.3
الاحتباس الحراري	139	34.8
النفايات	129	32.3
الفيضانات	124	31.0
ارتفاع مستوى سطح البحر	109	27.3
التغيرات في التربة	105	26.3
الأعاصير	102	25.5
الغطاء النباتي	99	24.8
البكتيريا	99	24.8
الجفاف	95	23.8
الغازات	89	22.3
نفوق الكائنات الحية البحرية	89	22.3
حرائق الغابات	89	22.3
نضوب طبقة الأوزون	75	18.8
نفوق الكائنات الحية البرية	63	15.8
تحمض المحيطات والأمطار	43	10.8
أخرى	8	2.0
الإجمالي (اختيار أكثر من بديل)		ن = 400

تشير بيانات الجدول السابق إلى قضايا البيئة التي يتابعها المبحوثون بمحتوى المؤثرين، وقد جاءت في مقدمة هذه القضايا: "التغيرات المناخية" بنسبة 62.7%، ثم "التلوث" بنسبة بلغت 53.8%، ثم "المياه" بنسبة بلغت 48.8%، ثم "الطاقة وأزمة الغذاء" بالنسبة ذاتها 40.3%، ثم "المشاكل الطبيعية" بنسبة بلغت 37.3%، ثم "الاحتباس الحراري" بنسبة بلغت 34.8%، ثم "النفايات" بنسبة بلغت 32.3%، ثم "العواصف والفيضانات" بنسبة بلغت 31.0%، ثم "ارتفاع مستوى سطح البحر" بنسبة بلغت 27.3%، ثم "التغيرات في التربة" بنسبة بلغت 26.3%، ويُفسر الباحثون ذلك بأن السنوات الأخيرة شهدت اهتمامًا بقضايا التغيرات المناخية، من حيث تنوع التغطية وتعدد النقاشات المُستفيضة حولها، إضافة إلى ارتفاع درجات الحرارة المُلاحَظ، مما جعل محتوى المؤثرين حول "التغيرات المناخية" يحظى باهتمام من قبل الشباب، لفهم أسباب الظاهرة، وهو ما يتفق مع دراسة (قرني، 2024)، بأن الفاعلون الجدد استطاعوا التوعية بقضايا التغيرات المناخية.

جدول (6): دوافع متابعة الشباب للمضامين البيئية في محتوى المؤثرين بمواقع التواصل الاجتماعي

الانحراف المعياري	متوسط حسابي	درجة الموافقة						دوافع المتابعة
		موافق		محايد		معارض		
		%	ك	%	ك	%	ك	
0.561	2.660	70.5	282	25.0	100	4.5	18	التعرف على أحداث القضايا البيئية.
0.576	2.637	68.8	275	26.3	105	5.0	20	الحصول على نصائح للحياة المستدامة.
0.585	2.637	69.3	277	25.3	101	5.5	22	للتعرف على حلول عملية للمشكلات البيئية.
0.600	2.602	66.3	265	27.8	111	6.0	24	للتعرف على معلومات جديدة ومثيرة حول البيئة.
0.603	2.585	64.5	258	29.5	118	6.0	24	دعم القضايا البيئية التي أؤمن بها.
0.617	2.575	64.3	257	29.0	116	6.8	27	لأنهم يشاركون معلومات مفيدة (مثل نصائح حول نمط الحياة، معلومات عن المنتجات، أو أخبار موثوقة).
0.653	2.505	59.3	237	32.0	128	8.8	35	تساعدني في اتخاذ قرارات تتعلق بتعاملي مع البيئة.
0.641	2.492	57.3	229	34.8	139	8.0	32	أسلوب المؤثر الشيق في عرض أو طرح القضايا.
0.658	2.442	53.5	214	37.3	149	9.3	37	أتابع مؤثرين يشاركوني الاهتمامات نفسها (هوايات، قيم)
0.706	2.347	48.3	193	38.3	153	13.5	54	البحث عن الترفيه والاستمتاع بمحتوى مثير للاهتمام.
0.749	2.300	47.5	190	35.0	140	17.5	70	أتابعها حباً في شخصية مقدم المحتوى.
0.720	2.292	44.8	179	39.8	159	15.5	62	اعتدت على متابعة حسابات المؤثرين.
0.786	2.210	43.5	174	34.0	136	22.5	90	قضاء وقت الفراغ.

تشير بيانات الجدول إلى دوافع متابعة الشباب للقضايا البيئية بمحتوى المؤثرين، وجاء في مقدمتها الدوافع النفعية، مثل: "التعرف على أحداث القضايا البيئية" بمتوسط حسابي 2.660 وانحراف معياري 0.561، ثم "الحصول على

نصائح للحياة المستدامة" بمتوسط حسابي 2.637 وانحراف معياري 0.576، ثم "للتعرف على حلول عميلة للمشكلات البيئية" بمتوسط حسابي 2.637 وانحراف معياري 0.585، ثم "للتعرف على معلومات جديدة ومثيرة حول البيئة" بمتوسط حسابي 2.602 وانحراف معياري 0.600، ثم "دعم القضايا البيئية التي أومن بها" بمتوسط حسابي 2.585 وانحراف معياري 0.603، **ويفسر الباحثون** تنوع الدوافع لدى عينة البحث، مع صدارة الدوافع النفعية في متابعة القضايا البيئية بمحتوى المؤثرين، يعود لوجود العديد من الفعاليات والمؤتمرات المتعلقة بقضايا التغيرات المناخية مثل: مؤتمر المناخ COP27 – مؤتمر المناخ "COP28"، **وهو ما يتفق** مع دراسة (حليم، 2022)، التي أظهرت تنوع دوافع متابعة الشباب للمؤثرين بين دوافع طقوسية ونفعية، **كما اتفقت** هذا نتائج جزئياً مع نتائج دراسة (البمباوي، 2024) في مجيئ الدوافع النفعية في المقدمة.

جدول (7): مقياس دوافع متابعة الشباب للقضايا البيئية بمحتوى المؤثرين بمواقع التواصل.

مستويات الدوافع	ك	%	متوسط حسابي	انحراف معياري
المستوى المرتفع	266	66.5	2.615	0.581
المستوى المتوسط	114	28.5		
المستوى المنخفض	20	5.0		
الإجمالي	400	100.0		

يتضح من بيانات الجدول السابق أن مقياس دوافع متابعة المضامين البيئية في محتوى المؤثرين بمواقع التواصل الاجتماعي جاء مرتفعاً، لأن نسبة المتوسط الحسابي بلغت 2.615، فقد أتى المستوى المرتفع بين أفراد العينة في المرتبة الأولى بنسبة بلغت 66.5%، **وهو ما يتفق** مع دراسة (حليم، 2022)، وهو ما أكدته الدراسات العلمية التي أجراها معهد رويترز للأبحاث (Reuters, 2023) والتي تفيد بأن نسبة الشباب الذي يعتمدون على المؤثرين كمصدر للمعلومات بدأ يتزايد بشكل ملاحظ.

جدول (8): اتجاهات المبحوثين نحو المضامين البيئية في محتوى المؤثرين بمواقع التواصل

الانحراف المعياري	متوسط حسابي	درجة الموافقة						العبارات
		موافق		إلى حد ما		لا أوافق		
		%	ك	%	ك	%	ك	
0.576	2.595	64.0	256	31.5	126	4.5	18	توضح المفاهيم البيئية بطريقة سهلة
0.609	2.492	55.3	221	38.8	155	6.0	24	تسهم في زيادة وعي الجمهور بالقضايا البيئية التي تعرضها
0.637	2.397	48.0	192	43.8	175	8.3	33	تسلط الضوء على قضايا بيئية تتطلب اهتماماً عاجلاً
0.642	2.382	47.0	188	44.3	177	8.8	35	المعلومات دقيقة ومستندة إلى حقائق ووجهات نظر ومصادر متنوعة
0.624	2.190	30.8	123	57.5	230	11.8	47	تحث الدولة على اتخاذ قرار تجاه القضية المطروحة
0.597	2.107	23.8	95	63.2	253	13.0	52	تركز على حلول فردية بسيطة
0.685	1.937	20.5	82	52.8	211	26.8	107	تسهم في زيادة المخاوف من القضايا البيئية وبث الزعر في المجتمع
0.703	1.920	21.0	84	50.0	200	29.0	116	تكون متحيزة تجاه وجهة نظر معينة وتتجاهل بقية الآراء
0.672	1.822	15.3	61	51.7	207	33.0	132	تعمل على تضخيم السلبيات وتتجاهل الجوانب الإيجابية
0.719	1.697	15.3	60	39.3	157	45.5	182	غير مدعومة ببيانات علمية دقيقة

تشير بيانات الجدول السابق إلى الاتجاهات البيئية لدى الشباب نتيجة تعرضهم للقضايا البيئية بمحتوى المؤثرين، بحيث جاء في مقدمة هذه الاتجاهات البيئية لدى الشباب المصري على النحو التالي، فنجد أن الاتجاه الذي حاز على أكبر نسبة "توضح المفاهيم البيئية بطريقة سهلة" بمتوسط حسابي (2.595) وانحراف معياري (0.576)، ثم اتجاه "تسهم في زيادة وعي الجمهور بالقضايا البيئية التي تعرضها" بمتوسط حسابي (2.492) وانحراف معياري (0.609)، ثم اتجاه "تسلط الضوء على قضايا بيئية تتطلب اهتمامًا عاجلاً" بمتوسط حسابي (2.397) وانحراف معياري (0.637)، ثم اتجاه "المعلومات دقيقة ومستندة إلى حقائق ووجهات نظر ومصادر متنوعة" بمتوسط حسابي (2.382) وانحراف معياري (0.642)، ثم اتجاه "تحت الدولة علي اتخاذ قرار تجاه القضية المطروحة" بمتوسط حسابي (2.190) وانحراف معياري (0.624).

ويُفسر الباحثون نتائج الجدول بأن الشباب يُقدرون بشكل كبير دور المؤثرين في توعيتهم بالقضايا الصغيرة والمفاهيم المعقدة، كما تدل أن المؤثرين يؤدون جزءاً مهماً في تبنّي الشباب لاتجاهات بيئية معينة، واتفقت نتائج هذا الجدول مع دراسة (فتحي و أحمد، 2024)، حيث جاءت غالبية اتجاهات الشباب إيجابية تجاه الأدوار الذي يؤديها المؤثرون تجاه القضايا البيئية.

جدول (9): مقياس اتجاهات المبحوثين نحو المضامين البيئية في محتوى المؤثرين بمواقع التواصل

اتجاهات المبحوثين	ك	%	متوسط حسابي	انحراف معياري
الاتجاه الإيجابي	172	43.0	2.417	0.518
الاتجاه المحايد	223	55.8		
الاتجاه السلبي	5	1.3		
الإجمالي	400	100.0		

يتضح من بيانات الجدول السابق مقياس اتجاهات المبحوثين نحو المضامين البيئية بمحتوى المؤثرين بمواقع التواصل الاجتماعي والذي جاء مرتفعاً بشكل عام، حيث بلغت نسبة المتوسط الحسابي (2.417)، **ويُفسر الباحثون ذلك بأنه نتيجة لثقة الشباب عينة البحث في محتوى المؤثرين البيئي، واتفقت نتائج هذا الجدول مع دراسة (Santoso، 2023) في أن التوعية بقيمة المنتجات يؤثر على مواقف المستهلكين بشكل إيجابي تجاه المنتجات الخضراء.**

جدول (10): معارف الشباب الناتجة عن تعرضهم للقضايا البيئية بمحتوى المؤثرين.

الانحراف المعياري	متوسط حسابي	درجة الموافقة						العبارات
		موافق		"إلى حد ما"		لا "أوافق"		
		%	ك	%	ك	%	ك	
0.637	2.575	65.5	262	26.5	106	8.0	32	أدركت أن التغير المناخي يؤثر بشكل مباشر على حياتنا ومستقبل أجيالنا القادمة.
0.644	2.522	60.5	242	31.3	125	8.3	33	غيرت نظرتي للبيئة من مجرد مكان نعيش فيه إلى كنز يجب أن نحافظ عليه
0.641	2.497	57.8	231	34.3	137	8.0	32	أصبحت أكثر وعيًا بكيفية تأثير أفعالي اليومية على البيئة.
0.637	2.485	56.3	225	36.0	144	7.8	31	أسهمت في زيادة معرفي بالمشكلات البيئية من حولي
0.641	2.475	55.5	222	36.5	146	8.0	32	كنت أعتقد سابقًا أن القضايا البيئية مسؤولية الحكومات فقط، ولكنني عرفت الآن أن كل فرد لديه دور أساس تجاه البيئة.
0.628	2.465	53.8	215	39.0	156	7.2	29	أصبحت لدي معلومات كثيرة عن القضايا البيئية
0.672	2.435	53.8	215	36.0	144	10.3	41	أشعر بأن لدي القدرة على أن أكون جزءًا من الحل وأن أترك بصمة حماية كوكبنا.
0.684	2.362	48.0	192	40.3	161	11.8	47	بدأت أشعر بالقلق من أن أفعالي اليومية التي قد تضر بالبيئة
0.641	2.357	44.8	179	46.3	185	9.0	36	تشجعتني على اتخاذ إجراءات عملية تجاه البيئة مثل إعادة التدوير وترشيد الاستهلاك
0.659	2.165	31.3	125	54.0	216	14.8	59	جعلتني أوصي بمتابعة صفحاتهم لأصدقائي المقربين
0.698	2.162	33.8	135	48.8	195	17.5	70	جعلتني أشارك في حملات للمحافظة في حماية البيئة
0.763	1.595	17.0	68	25.5	102	57.5	230	جعلتني أتجنب متابعة الصفحة

تشير بيانات الجدول السابق المعارف البيئية لدى الشباب المصري عينة البحث نتيجة تعرضهم للمحتوى البيئي للمؤثرين، بحيث جاء في مقدمة هذه المعارف، "أدركت أن التغير المناخي يؤثر بشكل مباشر على حياتنا ومستقبل أجيالنا القادمة" بمتوسط حسابي (2.575) وانحراف معياري (0.637)، ثم "غيرت نظرتي للبيئة من مجرد مكان نعيش فيه إلى كنز يجب أن نحافظ عليه" بمتوسط حسابي (2.522) وانحراف معياري (0.644)، ثم "أصبحت أكثر وعيًا بكيفية تأثير أفعالي اليومية على البيئة." بمتوسط حسابي (2.497) وانحراف معياري (0.641)، ثم "أسهمت في زيادة معرفي بالمشكلات البيئية من حولي" بمتوسط حسابي (2.485) وانحراف معياري (0.637)، ثم "كنت أعتقد سابقًا أن القضايا البيئية مسؤولية الحكومات فقط، ولكنني عرفت الآن أن كل فرد لديه دور أساس تجاه البيئة" بمتوسط حسابي (2.475) وانحراف معياري (0.641).

ويفسر الباحثون نتائج الجدول بأن التأثيرات الناتجة عن متابعة الشباب للمضامين البيئية في محتوى المؤثرين هي تأثيرات معرفية ووجدانية وسلوكية، وهي في مجملها إيجابية، لكن التأثيرات المعرفية قد جاءت في مقدمة التأثيرات المتحققة لدى الشباب، واتفقت نتائج الجدول مع دراسة (Muth و Peter، 2023) في أن المؤثرون يُستخدمون بشكل متزايد لفهم هذه المعلومات، ويتراوح التأثير إلى درجة تكوين الرأي والتغييرات في المواقف بناءً على التقييم الذي يقدمه المؤثر.

جدول (11): مقياس معارف الشباب الناتجة عن تعرضهم للقضايا البيئية بمحتوى المؤثرين

مستويات المعارف	ك	%	متوسط حسابي	انحراف معياري
المستوى المرتفع	208	52.0	2.452	0.619
المستوى المتوسط	165	41.3		
المستوى المنخفض	27	6.8		
الإجمالي	400	100.0		

يتضح من بيانات الجدول السابق أن مقياس معارف الشباب الناتجة عن تعرضهم لمحتوى المؤثرين في مواقع التواصل الاجتماعي عن قضايا البيئة جاء مرتفعاً، حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي (2.452)، حيث جاءت المعارف عند "المستوى المرتفع" في المرتبة الأولى بنسبة بلغت (52.0%)، ثم "المستوى المتوسط" في المرتبة الثانية عند نسبة بلغت (41.3%)، ثم "المستوى المنخفض" في المرتبة الأخيرة بنسبة بلغت (6.8%)، ويفسر الباحثون هذا الأمر بتناول المؤثرين عددًا من القضايا حول البيئة مثل: التغيرات المناخية، وأزمات الطاقة، والتحول نحو الاقتصاد الأخضر، ومشاكل التلوث والتنوع البيولوجي، واستطاع المؤثرون تقديم معلومات متعمقة وشاملة حول هذه القضايا مما أسهم في رفع وعي الشباب بشكل خاص في هذه المفاهيم والعمل على المشاركة في حلها، واتفقت نتائج هذا الجدول مع دراسة (فتحي و أحمد ، 2024) في أن نسبة كبيرة من الشباب على صفحات المؤثرين باستمرار؛ لمتابعة أخبار الحرب في غزة.

ثانيًا نتائج اختبارات فروض البحث

الفرض الأول: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين دوافع تعرض الشباب للمضامين البيئية بمحتوى المؤثرين في مواقع التواصل الاجتماعي والمعارف الناتجة لدى الجمهور.

جدول (12): نتائج اختبار بيرسون للعلاقة بين دوافع تعرض الشباب للمضامين البيئية بمحتوى المؤثرين في مواقع التواصل الاجتماعي والمعارف الناتجة لدى الشباب

دوافع تعرض الشباب للمضامين البيئية				المتغيرات
معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى الدلالة	
0.583	طردي	متوسطة	0.000	المعارف الناتجة لدى الجمهور

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية متوسطة بين دوافع تعرض الشباب للمضامين البيئية بمحتوى المؤثرين في مواقع التواصل الاجتماعي ومعارفهم الناتجة لدى الجمهور؛ إذ بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.583)، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية (0.000)، أي أنه كلما زاد بين دوافع تعرض الشباب للمضامين البيئية بمحتوى المؤثرين كانت المعارف الناتجة لدى الشباب أكثر إيجابية، والعكس صحيح، وبذلك ثبتت صحة الفرض القائل بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين دوافع تعرض الشباب للمضامين البيئية بمحتوى المؤثرين في مواقع التواصل الاجتماعي والمعارف الناتجة لدى الجمهور.

الفرض الثاني: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعرض للمضامين البيئية في محتوى المؤثرين وطبيعة الاتجاهات البيئية لدى الشباب.

جدول (13): نتائج اختبار بيرسون للعلاقة بين التعرض للمضامين البيئية في محتوى المؤثرين وطبيعة الاتجاهات البيئية لدى الشباب

التعرض للمضامين البيئية بمحتوى المؤثرين				المتغيرات
معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى الدلالة	
0.273	طردي	ضعيفة	0.000	الاتجاهات البيئية لدى الشباب

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية ضعيفة بين التعرض للمضامين البيئية في محتوى المؤثرين وطبيعة الاتجاهات البيئية لدى الشباب؛ إذ بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.273)، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية (0.000)، أي أنه كلما زاد التعرض للمضامين البيئية في محتوى المؤثرين كانت الاتجاهات البيئية لدى الشباب أكثر إيجابية، والعكس صحيح، وبذلك ثبتت صحة الفرض الأول القائل بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعرض للمضامين البيئية بمحتوى المؤثرين وطبيعة الاتجاهات البيئية لدى الشباب.

الفرض الثالث: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض الشباب للمضامين البيئية بمحتوى المؤثرين في مواقع التواصل الاجتماعي والمعارف البيئية الناتجة لدى الشباب

جدول (14): نتائج اختبار بيرسون للعلاقة بين تعرض الشباب للمضامين البيئية بمحتوى المؤثرين في مواقع التواصل الاجتماعي والمعارف الناتجة لدى الجمهور

تعرض الشباب للمضامين البيئية				المتغيرات
معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى الدلالة	
0.439	طردي	متوسطة	0.000	المعارف الناتجة لدى الجمهور

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية متوسطة بين التعرض للمضامين البيئية بمحتوى المؤثرين في مواقع التواصل الاجتماعي وطبيعة المعارف البيئية الناتجة لدى الشباب؛ إذ بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.439)، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية (0.000)، أي أنه كلما زاد التعرض للمضامين البيئية بمحتوى المؤثرين كانت المعارف البيئية لدى الشباب أكثر إيجابية، والعكس صحيح، وبذلك ثبتت صحة الفرض الرابع القائل بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض الشباب للمضامين البيئية بمحتوى المؤثرين في مواقع التواصل الاجتماعي والمعارف البيئية الناتجة لدى الشباب.

النتائج العامة للبحث

- 1- كشف البحث عن تصدر "الدحيح" قائمة المؤثرين الذين يتابعهم الشباب- عينة البحث- بمواقع التواصل الاجتماعي، يليه حساب "زي الكتاب ما يقول"، ثم في الترتيب الثالث حساب "شارع العلوم".
- 2- أظهر البحث أن قضايا التغيرات المناخية هي القضايا الأكثر متابعة من قبل الشباب- عينة البحث- يليها قضايا التلوث، ثم قضايا المياه والطاقة وأزمة الغذاء، ثم المشاكل الطبيعية على الترتيب.
- 3- كشف البحث عن تنوع دوافع الشباب في متابعة القضايا البيئية، وجاء في مقدمة الدوافع التعرف على أحداث القضايا البيئية، ثم الحصول على نصائح للحياة المستدامة، ثم التعرف على حلول عملية للمشكلات البيئية، ثم دعم القضايا البيئية التي أؤمن بها.
- 4- كشف البحث عن وجود علاقة بين معدل تعرض الشباب للمضامين البيئية بمحتوى المؤثرين في مواقع التواصل الاجتماعي والمعارف البيئية الناتجة لدى الشباب.

5- كشف البحث عن وجود علاقة بين التعرض للمضامين البيئية في محتوى المؤثرين وطبيعة الاتجاهات البيئية لدى الشباب.

6- كشف البحث عن وجود علاقة بين دوافع تعرض الشباب للمضامين البيئية بمحتوى المؤثرين في مواقع التواصل الاجتماعي والمعارف الناتجة لدى الشباب.

الخلاصة

ينتمي هذا البحث إلى نوعية البحوث الوصفية مُستخدِماً منهج المسح الميداني، وطُبق هذا البحث على عدد (400) مفردة من الشباب مُتابعي المؤثرين بمواقع التواصل، للوصول إلى أبرز القضايا البيئية التي يتابعها الشباب محتوى المؤثرين، ورصد معارف واتجاهات الشباب نحوها، والكشف عن التأثيرات المعرفية والوجدانية لديهم ورصد السلوكيات البيئية نتيجة تعرضهم للمضامين البيئية.

وأثبت البحث في مجمله مدى تأثير الشباب المصري بالمضامين البيئية بمحتوى المؤثرين، وأن معالجة المؤثرين للقضايا البيئية بمواقع التواصل تلبي دوافع الشباب، وجاءت قضايا التغيرات المناخية في مقدمة القضايا البيئية التي يتابعها الشباب في حسابات المؤثرين، وكشف البحث عن تنوع دوافع الشباب في متابعة القضايا البيئية، وجاء في مقدمة الدوافع: التعرف على أحداث القضايا البيئية، ثم الحصول على نصائح للحياة المستدامة، ثم التعرف على حلول عملية للمشكلات البيئية، ثم دعم القضايا البيئية التي أومنُ بها، كما توصل البحث إلى أن اتجاهات الشباب تجاه المضامين البيئية في محتوى المؤثرين جاءت إيجابية بمعدل مرتفع وكانت النسبة الأكبر لتوضيح المفاهيم البيئية بطريقة سهلة، كما توصل البحث إلى أن معارف الشباب الناتجة عن تعرضهم لمحتوى المؤثرين في مواقع التواصل الاجتماعي عن قضايا البيئة، قد جاءت إيجابية.

التوصيات

- 1- يوصي الباحثون بإجراء المزيد من الدراسات حول المحتوى البيئي للمؤثرين الذي يستهدف الأطفال، لمعرفة مدى تأثيره في تغيير سلوكياتهم نحو البيئة التي يعيشون فيها.
- 2- يوصي الباحثون بتأطير عمل مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي، من خلال استحداث جهة في الهيئات الإعلامية، للإشراف على مُقدّمِي المحتوى الرقمي؛ لضمان التزامهم بأخلاقيات المهنة، كونهم جزء من عملية الاتصال التي يعتمد عليها الجمهور في الحصول على المعلومات والأخبار.

مراجع

- E3arabi (البنى مهدي). (2020). ما هي الاستمالات المستخدمة في الرسائل الإعلامية؟ (2024/9/25) الرابط: <https://n9.cl/wgymn>
- Independent Arabi (كارين اليان ضاهر). (2019). المؤثرون في وسائل التواصل الاجتماعي.. ظاهرة مصدريها ومصيريها مجهولان. (2024/9/20).
- أبو إصبع، صالح خليل. (2017). الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة. عمان (الأردن): دار مجدلاوي للطباعة والنشر.
- احمد، إلهام أحمد سلطان. (2023). تعرض الشباب لصفحات المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة ميدانية. مجلة كلية الآداب بقنا، مجلد 32 ع (59)، 535-564.
- الأمم المتحدة. (2022). الشباب. (2024/7/13). <https://www.un.org/ar/summit-of-the-future/youth>

- البمباوي، هاني. (2024). دور الحملات التسويقية للمؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي ومدى انعكاس مصداقيتها على الجمهور. مجلة جامعة مصر للدراسات الإنسانية، مجلد4، ع (5)، 597-675.
- حليم، رانيا رمزي. (2022). دور المؤثرين الاجتماعيين في مباراة الشباب المصري "دراسة ميدانية على الشباب الجامعي". مجلة الدراسات الإنسانية والأدبية، مجلد26، ع (1)، 556-591.
- حمدي، أماني (2024). الفاعلون الجدد في قيادة الرأي العام عبر مواقع التواصل الاجتماعي ودورهم في حملات التوعية بالتغيرات المناخية. المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري مجلد7، ع (2) 1288-1372.
- الدر، هويدا. (2023). مقومات الثراء الإعلامي في محتوى حسابات المؤثرين في الوطن العربي على شبكة الإنترنت وعلاقتها بأنماط التفاعل. المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، جامعة القاهرة، مجلد 2023، ع (25)، 1-43.
- الدهراوي، محمد فؤاد محمد. (2019). اتجاهات الشباب العربي نحو التسويق عبر مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي Influencers Marketing وعلاقته بالسلوك الشرائي: دراسة ميدانية. المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، جامعة الأهرام الكندية، مصر، مجلد 27، ع (27)، 158-225.
- روجرز، أفريت، (ترجمة سامي ناشد) (1962) الأفكار المستحدثة وكيف تنشر. القاهرة، عالم الكتب.
- سوالمية، بسمة؛ وآخرين. (2020). المؤثرون على مواقع التواصل الاجتماعي وآليات تضمينهم في الإستراتيجية الاتصالية التسويقية. جامعة قلمة، الجزائر. (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة 08 ماي 1945 قلمة، الجزائر.
- شمالية، ماهر عادل؛ وآخرون. (2015). الإعلام الرقمي الجديد. القاهرة: جاز الإعمار العلمي للنشر والتوزيع.
- الشوملي، نوال سامي إبراهيم. (2010) مستوى الثقافة البيئية وعلاقتها بالاتجاهات نحو البيئة لدى طلبة جامعة بيت لحم، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القدس، فلسطين.
- فتحي، هبة؛ وأحمد سهر. (2024). اتجاهات الشباب المصري نحو دور المؤثرين والمشاهير في أوقات الأزمات. المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، جامعة القاهرة، مجلد 2024، ع (28)، 143-203.
- فهيم، دينا عبد العزيز. (2018). الحماية الجنائية من إساءة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي. مصر: دار النهضة العربية.
- كنعان، على عبد الفتاح. (2017). نظريات الاتصال. الأردن: دار البازوري للنشر.
- لحسن، لكبير. (2019) تأثير قادة الرأي على الوظيفة التفسيرية لمضامين وسائل الإعلام في ظل نظرية تدفق الاتصال على مرحلتين. (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة محمد خيضر -بسكرة-، الجزائر.
- مكاوي، حسن عماد. (2005). الإعلام وإدارة الأزمات. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- موسى، أحمد محمد. (2007). الخدمة الاجتماعية وحماية البيئة. مصر: المكتبة العصرية للنشر والتوزيع والطباعة.
- اليوم السابع. (2023). اليوم العالمي للشباب.. أهم مؤشرات الفئة العمرية في مصر (إنفو جراف). (2024/7/13). <https://linksshortcut.com/YCcx>
- Muth ،L. ،& Peter ،C. (2023). Social Media Influencers' Role in Shaping Political Opinions and Actions of Young Audiences. Media and Communication11 (3)، 174-164
- Otomo ،B.S.D. ،and Santoso ،S. (2023). The role of digital social media in shaping attitudes toward green products among information-literate youth. European Journal of Management Issues31 (3) 195-189.
- Reuters. (2023). Reuters Institute Digital News Report 2023. (20/1/2023): <https://2u.pw/VMLA1zpC>.
- Sofia، R. (2024). INFLUENCER MARKETING: TRENDS، CHALLENGES، AND OPPORTUNITIES. UNIFIED VISIONS، 18.

THE ATTITUDES OF EGYPTIAN YOUTH TOWARDS INFLUENCERS ON SOCIAL MEDIA ADDRESSING ENVIRONMENTAL ISSUES

**Mahmoud A. Mohamed^(1,2); Mahmoud H. Ismail⁽³⁾; Hany M. Shaker⁽⁴⁾;
Ashraf M. A. Shalaby⁽⁵⁾**

1) Faculty of Graduate Studies and Environmental Research, Ain Shams University
2) Media Center, Al-Azhar Sheikhdome, 3) Faculty of Graduate Studies for Childhood Ain
Shams University, 4) Faculty of Specific Education, Ain Shams University 5) Faculty of
Graduate Studies for Childhood Ain Shams University

ABSTRACT

The study aims to explore the most prominent environmental issues that young people follow in the content of influencers, in addition to examining the knowledge and attitudes of young people towards these issues and identifying their motives for following such content. This research is classified as descriptive and employs the field survey method, Data collection relied on a questionnaire form, The study's findings include the following: Alignment between the agendas of the influencers in the sample concerning environmental issues, with global warming and climate change ranking as the top environmental concerns. These are followed by biodiversity issues, desertification, pollution, and waste issues, respectively, Youth motivation for following environmental content varied. The primary motives were learning about current environmental events, obtaining tips for sustainable living, and exploring practical solutions to environmental problems, Youth attitudes towards environmental content provided by influencers were highly positive. The highest percentage was attributed to the ability of influencers to simplify environmental concepts, The knowledge gained by young individuals from exposure to influencers' content on environmental issues was significantly positive.

Keywords: Environmental issues, Influencers, trends, processing, youth,