

تأثير إدمان المتابعة لمشاهير التواصل الاجتماعي
على

الحالة المزاجية للأسرة السعودية
(دراسة ميدانية)

The effect of addiction to following celebrities on social networking
sites on the mood of the Saudi family: a
(field study)

إعداد /عبدالرحمن محمد الفوزان

222000123

إشراف الدكتورة/ مهيتاب الرافي

للعام الدراسي

2023

الفصل الأول

- المقدمة
- الدراسات السابقة
- مشكلة الدراسة
- أهمية الدراسة
- أهداف الدراسة
- فروض الدراسة
- متغيرات الدراسة
- مفاهيم الدراسة
- الإطار المنهجي للدراسة
- أدوات الدراسة
- حدود الدراسة
- المصادر والمراجع

● المقدمة

تعرف شبكات التواصل الاجتماعي بأنها: شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاءون وفي أي مكان من العالم ، ظهرت على شبكة الانترنت منذ سنوات وتمكنهم أيضا من المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطد العلاقة الاجتماعية بينهم (1)

وتعتبر وسائل التواصل الاجتماعي أحد مظاهر الإعلام الجديد ، والتي بدورها أتاحت الفرصة لظهور ما يسمى بإعلام المواطن (citizen media) والذي لا يشترط فيه أن يكون إعلاميا مهنيا بل يقوم باستغلال وتوظيف المنصات لنقل الفعاليات والأحداث ومشاركتها مع الآخرين عبر شبكة الانترنت ، إضافة لما كان موجودا أصلا وهو الإعلام المهني وقد انبثق من إعلام المواطن من يسمون بالمؤثرين (influencers) وهم شخصيات عادية جمعوا الكثير من المتابعين المتفاعلين برابط ودي ، بعضهم جعلته الصدفة مؤثرا بغض النظر عن مستواه التعليمي والانضباطي الخاص بمجتمعه ، وقد يكون تأثيره سلبيا لعدم إلمامه بخطورة وضوابط الرسالة على المتلقين .

ويذكر تقرير مواقع التواصل الاجتماعي العربي: (نحو ٣٩٪ من سكان العالم العربي يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي وهذا يسهم في ظهور المؤثرين العرب في مواقع التواصل الاجتماعي وبالتالي فإن الشركات تتنافس على العمل معهم للوصول إلى قاعدة مستخدمين أوسع) (2)

إن المتابعة المفرطة وبشكل يومي للمشاهير تؤدي لجعل المتابع مدمنا لهذا المؤثر أو ذاك مما قد ينعكس سلبا على حياته اليومية والتزاماته الحياتية والتي قد تتدخل في كثير من السلوكيات والأنشطة وتخلق نوعا من القلق والتوتر يؤثر فعليا على الحالة المزاجية على الفرد وبالتالي على الأسرة ثم المجتمع ، يقول ديل كارنيجي: " تذكر وأنت تتعامل مع الناس أنك لا تتعامل مع مخلوقات منطقية، ولكن مخلوقات لها عواطف ومشاعر أيضا". (3)

ومن هذا المنطلق أحببت أن أشارك فعليا في تسليط مزيدا من الضوء على تأثير إدمان المتابعة لمشاهير التواصل الاجتماعي على الحالة المزاجية للأسرة السعودية ؛لعل الدراسة تسهم في فتح مزيد من الأبواب للباحثين والمهتمين لإيجاد حلول منطقية وواقعية لهذه المشكلة .

الدراسات السابقة :

تبين من خلال الاطلاع على بعض الدراسات السابقة المتعلقة بالإنترنت والتواصل الاجتماعي وإدمان المتابعة وعلاقتها ببعض الاضطرابات ، وبعد الاطلاع عليها تضمنت بعض الدراسات ما يلي :

*** العلاقة بين اعتماد الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الشعور بالاكئاب والقلق المستقبلي لديهم .**

داليا إبراهيم المتبولي 2023

هدفت الدراسة لكشف العلاقة بين اعتماد الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الشعور بالاكئاب والقلق المستقبلي لديهم ، وخلصت الدراسة إلى أن الغالبية العظمى من الشباب في عينة الدراسة يتعرضون ويعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة كبيرة ، وذكرت الدراسة ترتيب مواقع التواصل من حيث الاعتماد عليها (الواتس آب – الفيسبوك -صفحاتهم الشخصية – صفحات الأصدقاء) وأن تلك الغالبية من الشباب تهتم إلى حد ما بأداء آرائها عبر تلك المنصات ، وبينت الدراسة أن نسبة لا يستهان بها يشعرون بالاكئاب بدرجات متفاوتة وأن هناك علاقة ارتباطية بين التعرض والاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي ودرجة القلق والاكئاب لديهم .

*** الأساليب الدعائية في حملات التسويق السياسي عبر الإنترنت وعلاقتها بإدارة المزاج العام: دراسة تطبيقية تتبعه لاعتصام رابعة العدوية**

مروة مصطفى مصطفى شمس 2023

ركزت الدراسة على دراسة الأساليب الدعائية في حملات التسويق السياسي عبر الإنترنت وعلاقتها بإدارة المزاج العام ، وذلك في دراسة تطبيقية تتبعه لاعتصام رابعة العدوية ، وأشارت الدراسة لخطورة استخدام تلك الحملات عندما يتم استغلالها وتوجيهها بشكل خاطئ لإضفاء السلمية على تلك الأحداث السياسية ، لتحقيق مكاسب سياسية لجماعة بعينها . وأشارت الدراسة إلى أنه تم استخدام نظرية إدارة المزاج العام التي تربط بين الرسائل الإعلامية التي يتعرض لها الفرد والمزاج المتوقع أن يسيطر عليه سلبي كان أو إيجابا ، وتوصلت الدراسة إلى أن حملة (قصة رابعة) أثرت على مشاعر الجمهور المستهدف ، وتحكمت بمزاجه ، شاعرا بالحزن على ضحايا فض الاعتصام .

* تفاعل الجمهور مع المواد الإعلامية الزائفة والمتحقق منها ، على مواقع التواصل الاجتماعي:

دراسة الإستراتيجيات التحقق البصرية المستخدمة في غرف صناعة الأخبار

إلهام يونس أحمد 2023

سعت الدراسة لمعرفة مقدار تفاعل الجماهير مع المواد الإعلامية الزائفة والحقيقية ، وركزت الدراسة على أبرز الموضوعات التي تعد أكثر جذبا للقائمين على التزييف ، وحاولت الكشف عن الأهداف التي تنشدها المواد الإعلامية الزائفة ، وتم التطرق إلى أنواع الزيف الشائعة على مواقع التواصل الاجتماعي وأهم الآليات المستخدمة لفحصها والتحقق منها ، وذكرت الدراسة أن التزييف يتطرق لعدة مجالات وأهمها السياسي ، وأشارت لطرق التحقق من المحتوى ومدى تأثيره على المتلقي .

* اتجاهات المجتمع السعودي نحو إعلانات المشاهير في شبكات التواصل الاجتماعي وانعكاسها

على السلوك الشرائي دراسة مسحية على عينة من سكان مدينة الرياض

محمد بن فهد الجبير (2023)

عمدت الدراسة لمعرفة اتجاهات المجتمع السعودي نحو إعلانات مشاهير التواصل الاجتماعي وأثرها على السلوك الشرائي ، وتوصلت الدراسة إلى أن أكثر وسائل التواصل الاجتماعي متابعة (للعينة) هي سناب شات ثم تويتر ، وأقلها هي فيسبوك ، وأن المجالات المفضلة هي: (صاحب محتوى - سياحة-والسفر ورجال الأعمال) ، ومن الدوافع بالإضافة للمحتوى هو الأسلوب الجذاب ، وتميز الشخصية ، وذكرت الدراسة أن مستوى الثقة بمصداقية الإعلانات كانت قليلة ، ووجدت الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بالجنس لصالح الإناث ومستوى الدخل لصالح أصحاب الدخل المرتفع .

* المشاهدة الشرهة للمسلسلات الدرامية عبر المنصات الرقمية وعلاقتها بتشكيل الحالة المزاجية

للأسر العربية دراسة مسحية في إطار نظريتي التعرض الانتقائي وإدارة المزاج العام

محمد محمد عبده بكير (2023)

أشارت الدراسة للتعرض الانتقائي وإدارة المزاج العام للفرد ، والذي بدوره يجذب للمحتوى الموافق لميوله ، وبالتالي يؤدي لتعزيز مزاجه الإيجابي فينتج لهذا المحتوى ، وركزت الدراسة على رصد وتفسير انعكاسات المشاهدة الشرهة للمسلسلات الدرامية عبر التعرض الانتقائي على منصات التواصل على الحالة المزاجية العامة للأسر العربية وفي نظريتي التعرض الانتقائي وإدارة المزاج العام ، وأسفرت الدراسة عن وجود علاقة ارتباطية بين نظرية التعرض والفائدة ، وبين شراهة المشاهدة ودرجة الرضا ، وأشارت للتأثير الكبير لتلك المشاهدة على المتابع وكلما زادت المتابعة زادت المشاعر السلبية فعزلته عن الآخرين بسبب تلك المتابعة الشرهة تسبب له الإحساس بالذنب.

* القيم الأخلاقية والاجتماعية التي يعكسها مؤثرو موقع اليوتيوب ودورها في تشكيل اتجاهات

الشباب الجامعي

دنيا أحمد علي علي 2022

هدفت الدراسة لمعرفة القيم الأخلاقية والاجتماعية التي يعكسها مؤثرو موقع اليوتيوب وعلاقتها باتجاهات الشباب الجامعي المصري .

وخلصت الدراسة إلى أن اللغة العامية هي الأكثر استخداما ، وعلى مستوى القيم الأخلاقية جاءت قيمة أدب الحوار في مقدمة القيم الإيجابية ، وقيمة السخرية بالآخرين كقيمة سلبية ، واجتماعيا جاءت قيمة تعلم أشياء جديدة ، وذكرت الدراسة (في وقتها) أن الذكور هم أكثر نوع من المؤثرين على اليوتيوب مصريا وعربيا .

وقدت الدراسة مقترحات ومنها : عمل منصات الكترونية متخصصة في رقابة المحتوى ، وعمل دراسات مقارنة لأنواع المقارنة الاجتماعية وأثرها على الشباب ، ودراسة هذا التأثير.

* تأثيرات مشاهدة المحتوى الميديوقراطي بيوتيوب على التفاعل شبه الاجتماعي للشباب السعودي

حسنا منصور 2022

اهتمت الدراسة بتأثير تفاعل الشباب السعودي شبه الاجتماعي مع مشاهير المحتوى الميديوقراطي على منصة اليوتيوب ، وأشارت الدراسة إلى أن المقصود بالمحتوى الميديوقراطي : كل محتوى لا يقدم فائدة لمتابعيه ، وينزل بذوقهم إلى الدرجة الثانية .

وذكرت الدراسة في نتائجها أن القصص جاءت بمقدمة المحتوى الميديوقراطي ، كما أشارت إلى أن نسبة كبيرة من العينة يتمنون كسب الأموال كالمشهور .

* الفواصل الإعلانية بفيديوهات اليوتيوب وعلاقتها بالحالة المزاجية لدى المراهقين

أشرف مصطفى شلي 2022

جاءت الدراسة بعد ملاحظة كثافة الفواصل الإعلانية المتخللة لفيديوهات اليوتيوب ، عبر ما يسمى بالإعلان الجبري ، وقد تكون أحيانا منافيه للقيم والأخلاق ، مما يؤثر بشكل أو بآخر على الحالة المزاجية لدى المراهقين .

واعتبرت الدراسة أن موقع اليوتيوب نموذجا للمنصات الشهيرة ، وخاصة للمراهقين .

وقد هدفت الدراسة لعدة أهداف منها : الكشف والتعرف عن تأثير الفواصل الإعلانية أثناء المشاهدة على اليوتيوب على الحالة المزاجية لديهم .

ووضحت الدراسة أن المراهقين هم أكثر أشكال تأثير الفواصل الإعلانية على حالتهم المزاجية (سلبا أو إيجابا)

وقدمت الدراسة بعض التوصيات ، كالاهتمام بطريقة العرض للإعلان وتقليله ، وجعلها اختيارية ، وإجراء مزيد من الدراسات حول المحتوى الإعلاني .

* تأثير متابعة صفحات وحسابات المشاهير الرسمية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي على

التفاعل شبه الاجتماعي لدى المراهقين

ياسمين محمد إبراهيم السيد 2019

نظرت الدراسة في كيفية قيام المتابعين بتطوير تفاعلاتهم شبه الاجتماعية مع المشاهير في مجالاتهم المختلفة على صفحات مواقع التواصل ، وهدفت الدراسة للتعرف على دوافع المراهقين لتلك المتابعة ، والاستجابات المعرفية والسلوكية والعاطفية ، وأي الأنواع من أنشطة المشاهير قد حقق مستوى أعلى بالمتابعة والتفاعل ، وسعت الدراسة لقياس التأثير السلوكي والعاطفي الناتج من تطوير التفاعلات شبه الاجتماعية لمتابعي أولئك المشاهير .

واظهرت نتائج الدراسة على العينة المقصودة (السمات الديموغرافية) أن الإناث والفئة العمرية من ١٥-١٧ وفي مرحلة الثانوية هم الأعلى في نسبة متابعة مشاهير التواصل .

وأكدت الدراسة عبر أفراد العينة المقصودة أن متابعة مشاهير التواصل الاجتماعي تؤثر في تغيير الأفكار والمفاهيم (سلبا وإيجابا) .

* دور مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اهتمامات المتابعين تجاه أنماط الحياة اليومية

أمانى رضا عبد المقصود 2019

سعت الدراسة إلى معرفة الدور الذي قد تؤديه متابعة مؤثري مواقع التواصل في التأثير على متابعيهم .

وبينت الدراسة (في العينة المقصودة) أن (انستجرام) يعد من أكثر المنصات الاجتماعية تأثيرا وانتشارا بين المؤثرين لعدة أسباب .

واقترحت الدراسة دراسة العلاقة بين النوع ، ودراسة تحليلية لحسابات المؤثرين والمحتوى المنشور واستراتيجيات إعلاناتهم ، ووضع ضوابط للمؤثرين لمحاولة التغلب على سلبيات هذه الظاهرة .

* الأثار الناجمة عن الإفراط في متابعة مشاهير السنا ب شات على الشباب السعودي الجامعي :

دراسة للتفاعلات شبه الاجتماعية وتأثيراتها (الإدراكية والعاطفية والسلوكية)

محمد مسعد طلق العتيبي

منصور ردة جبرين السلمي

اختارت الدراسة منصة سنا ب شات لتخطي مستخدميه ١٤ مليون مستخدم (وقت الدراسة) ، ولإتاحة سنا ب شات لما يسمى التفاعل شبه الاجتماعي ، متخطية حدود التسلية والمال والشهرة ...إلى كونها عملية تفاعلية ينتج عنه تأثيرات إدراكية وأخلاقية ونفسية .

وجمعت الدراسة بين الدراسات الكمية التي تركز على المتفاعلين مع المشاهير ، والدراسات الكيفية التي تحلل المحتوى المقدم للتعرف على سلوكيات المشاهير .

وركزت الدراسة على إفراط الشباب في متابعة هؤلاء المشاهير والذي بدروه يؤثر على الجوانب الإدراكية والعاطفية والسلوكية لهم ،

وأوصت الدراسة بضرورة الاهتمام والمتابعة والمراقبة من قبل أولياء الأمور ، وأهمية تشجيع الباحثين لإجراء المزيد من الأبحاث والدراسات حول هذا الموضوع ، وبينت أنه على العائلة دور هام وكبير في جذب الأبناء إليهم ومشاركتهم الحياة الاجتماعية والأسرية .

* تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب دراسة ميدانية

سمر عز الدين جلال 2018

انطلقت هذه الدراسة من أن وسائل الاتصال الحديثة عملت بشكل كبير على تدمير الحياة الاجتماعية للأسر ، والتي شغلهم متابعتها عن القيام بواجباتهم الاجتماعية ، فاصبح كل واحد منهم منعزلا في غرفته ومشغولا بتلك الصفحات والمواقع .

وهدفَت الدراسة لمعرفة مدى التأثير ، ونوعية المواقع ، وعلاقة العوامل الديموغرافية ، وأيضا معرفة أهم العوامل النفسية الاجتماعية المتعلقة باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى المستخدمين الشباب.

وبينت نتائج الدراسة أن النسبة متقاربة بين الطرفين حيث يشعر حوالي نصف عدد العينة بمخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على تفكك ترابط الأسرة .

*** الأسرة المعاصرة وتأثيرات التكنولوجيا الحديثة على منظومة القيم الأسرية.**

فهيمة بن عثمان

بوالي محمد 2017

تطرقت الدراسة إلى أن التكنولوجيا الحديثة لها دور بارز في تغير المجتمعات ومنا المفاهيم ،وطال هذا التغير القيم الأسرية بل أهم قيمة وهي التنشئة الاجتماعية ، فحل العالم الافتراضي على الأسرة وغابت معه اللقاءات الأسرية بل وصل الأمر لبعض مواقع العالم الافتراضي لدرجة الإدمان .

وذكرت الدراسة أبرز القيم التي هددتها تلك المنصات والمواقع ، ومنها قيمة الاجتماعات ، والزيارات ، وقيمة اللعب مع المجتمع المحيط فعلياً والذي يسهل مراقبته من قبل الوالدين .

*** إدمان شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالاضطرابات**

النفسية لدى طلبة الجامعة في محافظة غزة

بسمه حسني عيد يونس (2016)

هدفت الدراسة لمعرفة العلاقة بين إدمان شبكات التواصل الاجتماعي والاضطرابات النفسية لعينة الدراسة وفروق الإدمان والاضطرابات وأبعادها وفقاً للمتغيرات الديموغرافية .

وركزت الدراسة على الاضطرابات النفسية التالية : (الأعراض الجسمية-الوسواس القهري -الحساسية التفاعلية – الاكتئاب -القلق – العداوة- البارانونيا التخيلية- الذهانية)

وتوصلت الدراسة لوجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين إدمان مواقع التواصل الاجتماعي وبين الدرجة لكلية للاضطرابات النفسية وأبعاده ، وسردت الدراسة نتائج المتغيرات الديموغرافية وعلاقتها .

* الادمان على الانترنت :اضطراب العصر

حمودة سليمة (2015)

تدرجت الدراسة بتطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال ومن بينها الانترنت ، والتي شكلت شبكة عملاقة سمحت بتقديم خدمات مختلفة كالتعليم والتجارة ...

ووضحت الدراسة تعريف الإدمان وكيفية حدوثه ومفهوم إدمان الانترنت ومنها ما عرفته الجمعية الأميركية للطب النفسي على أنه "اضطراب يظهر حاجة سيكولوجية قسرية نتيجة عدم الإشباع من استخدام الانترنت.

وذكرت الدراسة أن الجلوس أمام شاشة الكمبيوتر لساعات طويلة وبشكل مفرط لها أضرار ونتائج سلبية على صحة الفرد وتوافقه النفسي والاجتماعي والمهني .

وقدمت الدراسة بعضا من طرق الوقاية والعلاج كنشر الوعي ، ومتابعة الأبناء ، والتوجيه لهم ، وإلزام مقاهي الانترنت بالالتزام بتعاليم الدين والخلق.

وخلصت الدراسة إلى أن التعلق الشديد بالإنترنت واستخدامها المفرط قد يؤدي بالشخص إلى الإدمان عليها ، مما يؤثر سلبا على حياته .

* وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على الأسرة (دراسة فقهية)

دعاء محمد كنانة (2015)

تطرقت الباحثة لمفهوم الاتصال وأنواعه قبل الإسلام وبعده ممثلة لكل نوع ، ثم تحولت لمواقع التواصل من حيث التعريف والنشأة والأنواع والتأثير ، ثم عرجت على أهم الضوابط الشرعية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي ، وأخيرا خلصت الباحثة لعدة نتائج ذكرتها في نهاية الدراسة ومنها ، أن تكنولوجيا وسائل الاتصال الاجتماعي أضفت بعدا إيجابيا ، وأنه هذا التواصل موجود منذ القدم ، وذكرت أن إضاعة الوقت فيها مكروه 'وتصفح بعضها محرم شرعا .

التعليق على الدراسات السابقة :

- ١- أوضحت الدراسات السابقة أهمية وسائل التواصل الاجتماعي للتأثير ، وأن مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي أحد أهم وسائل التأثير بشتى جوانبه ، ويمكن استخدامهم كوسيلة لتشكيل اهتمامات المتابعين المختلفة .
- ٢- اختلفت المجتمعات بالدراسات السابقة ، فكانت مجتمعات عربية مختلفة (السعودية- مصر-فلسطين- الجزائر) ، وجاءت نتائجها متقاربة
- ٣- اعتمدت أغلب الدراسات السابقة على دراسة ميدانية لدراسة الأثر الذي تنتجه هذه المواقع على المتابعين .
- ٤- استفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في اختيار عينة البحث ، وإعداد مجالات الاستبيان للدراسة (كالخصائص الديموغرافية ، وكثافة التصفح ، والتأثير الناتج عن المتابعة)

مشكلة الدراسة :

تكمن مشكلة الرسالة في السؤال الرئيس التالي :

ما تأثير إدمان المتابعة لمشاهير التواصل الاجتماعي على الحالة المزاجية للأسرة السعودية ؟

وينبثق عن هذا السؤال الأسئلة الفرعية الآتية :

- ١- ما مستوى الإدمان في متابعة مشاهير التواصل الاجتماعي للأسرة السعودية ؟
- ٢- هل توجد علاقة فعلية بين إدمان متابعة مشاهير التواصل الاجتماعي والحالة المزاجية ؟
- ٣- ما نوع هذا الإدمان ، سلبى أم إيجابى ؟
- ٤- هل هذا التأثير مقتصر على الأسرة السعودية ؟
- ٥- ما هي أبرز الحلول للحد من تأثير إدمان متابعة مشاهير التواصل الاجتماعي على الحالة المزاجية ؟

أهمية الدراسة :

تأتي أهمية هذه الرسالة من مشكلتها وأهدافها ومتغيراتها والتي أصبحت حديث أوساط المجتمع في السعودية ، بل أصبحت ظاهرة لا يمكن تجاهلها ، ويتضح ذلك من خلال ما يأتي :

الأهمية النظرية :

- ١- تأثير مشاهير التواصل الاجتماعي أصبح ظاهرا في كل المستويات العمرية .
- ٢- تسليط مزيدا من الضوء على مشكلة إدمان المتابعة للمشاهير .
- ٣- يعتبر موضوع تأثير إدمان متابعة مشاهير التواصل الاجتماعي على الحالة المزاجية حديثا والبحوث فيه قليلة إلى حد ما محليا وعالميا .
- ٤- قد تسهم هذه الرسالة في فتح أبوابا جديدة للباحثين والمهتمين لإجراء مزيد من الرسائل والبحوث لمعرفة تأثير إدمان متابعة مشاهير التواصل الاجتماعي على الحالة المزاجية لدى الأسرة .

الأهمية التطبيقية :

- ١- إمكانية الاستفادة من نتائج الرسالة من قبل المختصين والمعنيين في تخطيط وعمل برامج وقائية أو علاجية لمواجهة ظاهرة إدمان متابعة مشاهير التواصل الاجتماعي والتغلب على آثارها السلبية .
- ٢- تقديم بعض التوصيات للحد من تأثير إدمان متابعة مشاهير التواصل الاجتماعي على الحالة المزاجية لدى الأسرة .

أهداف الدراسة:

نهدف بهذه الدراسة لمحاولة تحقيق الأهداف التالية :

- ١- معرفة مستوى تأثير إدمان متابعة مشاهير التواصل الاجتماعي على الحالة المزاجية لدى عينة الدراسة .
- ٢- الكشف عن علاقة المحتوى المقدم من مشاهير التواصل الاجتماعي بالحالة المزاجية للمتابع .
- ٣- معرفة الفروق في درجة تأثير إدمان متابعة مشاهير التواصل الاجتماعي والحالة المزاجية وأبعادها لدى الأسرة السعودية وفقا إلى المتغيرات الديموغرافية التالية:

(الجنس، العمر، المستوى الدراسي، مستوى الدخل، عدد ساعات متابعة مشاهير التواصل الاجتماعي)

فروض الدراسة :

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية لتأثير إدمان المتابعة للمشاهير التواصل الاجتماعي على

الحالة المزاجية للأسرة السعودية وفق متغير النوع .

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية لتأثير إدمان المتابعة للمشاهير التواصل الاجتماعي على

الحالة المزاجية للأسرة السعودية وفق متغير مستوى التعليم .

الفرض الثالث: كلما زاد إدمان عينة الدراسة لمتابعة مشاهير التواصل الاجتماعي كلما زاد التأثير على

الحالة المزاجية للأسرة السعودية .

متغيرات الدراسة :

المتغير المستقل : الحالة المزاجية للأسرة السعودية .

المتغير التابع : ادمان المتابعة لمشاهير التواصل الاجتماعي .

مفاهيم الدراسة :

إدمان المتابعة ، مشاهير وسائل التواصل الاجتماعي ، الحالة المزاجية .

إدمان المتابعة :

هو الاستخدام المفرط لمواقع التواصل الاجتماعي وهو اقرب ما يكون للإدمان، يجمع بينهما تغير المزاج والانسحاب

الاجتماعي والصراع والشعور بالضيق والكدر والوحدة التي غالبا ما تظهر اعراضها عند توقف الفرد من استخدام

المواقع. (صباح والشجيري، 2018: 2146)

مشاهير وسائل التواصل الاجتماعي :

هم أشخاص عاديون يشاركون تجاربهم الحياتية، وينقلونها سواء بالكلمة، أو بالصورة، أو بالفيديو على وسائل التواصل الاجتماعي مثل: فيسبوك، تويتر، انستغرام، ويوتيوب، ولصديقها وقوتها. وتفردا تؤثر في نفوس الجمهور فيتابعونهم (4)

الحالة المزاجية:

تعرف المزاجية (Mood swings) أو كما تسمى أيضًا بتقلبات المزاج بأنها تغيير مفاجئ في الحالة العاطفية للفرد، وبذلك قد يتحول الشعور بالسعادة والتفاؤل إلى التعاسة والحزن أو الغضب والانفعال دون سابق إنذار . (5)

الإطار النظري :

تم الاعتماد على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام .

الإطار المنهجي :

منهج الرسالة ونوعها :

تم الاعتماد في هذه الدراسة على المنهج المسحي الكمي ، باعتبار أن هذه الدراسة من الدراسات الوصفية .

أدوات الدراسة :

الاستبيان الالكتروني: (للعينة المختارة وبأسئلة محددة بوضوح وتخدم الرسالة ، ويتم عرضها على المحكمين والمختصين قبل طرحها ...) ، وسيتم استخدام أداة التحليل الإحصائي على الاستبيان .

حدود الدراسة :

تنحصر حدود الدراسة بشريا بالأسرة السعودية ، المستخدمين لأحد منصات التواصل الاجتماعي ، ويتركز موضوع الدراسة على تأثير إدامان متابعة مشاهير التواصل الاجتماعي على الحالة المزاجية للأسرة السعودية ، وسيتم إجراء الدراسة في الفترة (يوليو – أغسطس) ٢٠٢٣ م ، للفئة العمرية ١٢ فما فوق ولعدد ٣٠٠ تقريبا .

المصادر والمراجع (الأولية)

١- الدليبي، عبدالرزاق، ٢٠١٠، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، دار وائل للنشر، عمان، الطبعة الأولى.

٢- سيلينا بيبر "دليل المؤثرون العرب في مواقع التواصل الاجتماعي"

<https://2u.pw/Uc5o8ED>

*-عائش، صباح والشجيري، عمر خلف رشيد (٢٠١٨)، أثر إدمان مواقع التواصل الاجتماعي على التطور الفكري
"لدى طلبة الجامعة"

دراسة مقارنة بين جامعتي سعيدة والأنبار، مجلة جامعة الأنبار للعلوم الإنسانية، مج ٤، ع ٢، ص ٢٤١ - ٢٥٩.

٣- الغامدي - ماجد محمد جعفر

صناعة المحتوى الإعلامي -الرياض-تشكيل ١٤٣٨ هـ

٤- المؤثرون الاجتماعيون

بناء الصورة الإعلامية المرتبطة بشخصيتك في عصر التواصل الاجتماعي. بريتاني هينيسي

<https://ddl-storage->

[server.sgp1.digitaloceanspaces.com/book_in_minutes/207_almoaethron_alegtmayon.pdf](https://ddl-storage-server.sgp1.digitaloceanspaces.com/book_in_minutes/207_almoaethron_alegtmayon.pdf)

٥- ويب طب

<https://2u.pw/nT6DmE4>

٦- وسائل التواصل الاجتماعي وفكرة الاخبار والتلاعب بالرأي العام
أحمد حسن الازبي/عبداللطيف دبيان العوفي

٢٠١٨- الناشر: كتب مؤلفين

٧- الادمان المسكوت عنه تأثير وسائل التواصل الاجتماعي
ذكرى البليهد -٢٠٢٠- كتب مؤلفين

٨- التماسك الاجتماعي الى أين الجانب المظلم لوسائل التواصل الاجتماعي

هبة صبحي جلال اسماعيل ٢٠٢٢

٩- الجنون الرقمي كيف تتسبب وسائل التواصل الاجتماعي في تدهور صحتنا- وكيف نستعيد سلامتنا العقلية .

نيكولاس كارداس- ٢٠٢٣- إصدارات مكتبة جرير

١٠- دور الضبط الإداري في مجال وسائل التواصل الاجتماعي

أحمد أكرم الدليمي- ٢٠٢٢- دار الفكر والقانون

١١- الإعلام الرقمي من البدايات إلى تشكيل الإمبراطوريات

ماجد عبدالله الجريوي/ مشعل محمد الوعيل ٢٠٢١- تشكيل