

Digital Influencers' Impact on Adolescents Behavior and the Role of AI in Mitigating Associated Risks

Ahmed Thabet Ibrahim¹, Aya Mohamad Salem²

1.Social Work, College of Arts and Social Sciences, Sultan Qaboos University, Muscat, Sultanate of Oman

2.Social Worker and Designated Safeguarding Lead, Repton Abu Dhabi School, Abu Dhabi, United Arab Emirates

تأثير المؤثرين الرقميين على سلوكيات المراهقين ودور الذكاء الاصطناعي في تصفية المحتوى والحد من مخاطره

أحمد ثابت إبراهيم¹، آية محمد سالم²

1. أستاذ مساعد، قسم علم الاجتماع والعمل الاجتماعي، كلية الآداب والعلوم

الاجتماعية، جامعة السلطان قابوس، مسقط، سلطنة عمان

2. إحصائية اجتماعية ومسؤولة حماية الطفل بمدرسة ريبتون أبو ظبي، دولة

الإمارات العربية المتحدة

Received:16/06/2026 Revised:08/06/2026 Accepted:10/05/2026

تاريخ التقديم:2026/05/10 تاريخ ارسال التعديلات:2026/06/08 تاريخ القبول:2026/06/16

الملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف إسهام أنظمة تصفية المحتوى المدعومة بالذكاء الاصطناعي في الحد من تأثير المؤثرين الرقميين على سلوكيات المراهقين، وذلك من منظور الخدمة الاجتماعية. وتنبع أهمية الدراسة من التنامي المتسارع لتأثير المؤثرين الرقميين عبر منصات التواصل الاجتماعي، وما قد يترتب عليه من انعكاسات على منظومة القيم والسلوكيات لدى المراهقين، في ظل تزايد الحاجة إلى أدوات تقنية فاعلة تعزز الحماية الرقمية لهذه الفئة العمرية. واعتمدت الدراسة منهجية البحث المختلط (Mixed Methods) الذي يجمع بين المنهجين الكمي والكيفي، حيث طبقت استبانات على عينة مكونة من (18) أخصائياً اجتماعياً، و(52) معلماً، و(77) طالباً من إحدى المدارس الدولية في دولة الإمارات العربية المتحدة، إضافة إلى إجراء مقابلات معمقة مع عدد من الطلبة لاستكشاف تجاربهم وتصوراتهم حول تأثير المؤثرين الرقميين وآليات الحماية الرقمية. وأظهرت النتائج أن التعرض المكثف لمحتوى المؤثرين الرقميين يرتبط بتأثيرات سلبية محتملة على الهوية والقيم الاجتماعية والسلوكيات الاستهلاكية والأداء الأكاديمي لدى المراهقين. كما بينت النتائج أن أنظمة تصفية المحتوى المدعومة بالذكاء الاصطناعي تسهم في تعزيز الحماية الرقمية داخل البيئة المدرسية، من خلال الحد من الوصول إلى المحتوى غير اللائق، وتقليل التعرض لبعض التأثيرات السلبية المرتبطة بالمؤثرين الرقميين. وأكدت الدراسة أهمية التكامل بين الحلول التقنية والتدخلات المهنية للخدمة الاجتماعية في تنمية الوعي النقدي لدى المراهقين. وفي ضوء ذلك، أوصت الدراسة بتعزيز توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في حماية المراهقين، ودعم برامج التربية الإعلامية والرقمية، وتفعيل دور الأخصائيين الاجتماعيين والمؤسسات التعليمية والأسرة في بناء بيئة رقمية أكثر أماناً ووعياً.

الكلمات المفتاحية:

أنظمة تصفية المحتوى المدعومة بالذكاء الاصطناعي، المؤثرون الرقميون، سلوكيات المراهقين، الحماية الرقمية، الخدمة الاجتماعية، المدارس الدولية، دولة الإمارات العربية المتحدة.

Abstract:

This study explored the contribution of artificial intelligence (AI)-powered content filtering systems to mitigating the influence of digital influencers on adolescent behaviors from a social work perspective. Its significance stems from the growing influence of digital influencers across social media platforms and its potential implications for adolescents' values and behaviors, amid an increasing need for technological tools that enhance digital protection. The study adopted a mixed-methods approach, in which questionnaires were administered to a sample of 18 social workers, 52 teachers, and 77 students from an international school in the United Arab Emirates. In-depth interviews were also conducted with students to explore their experiences and perceptions of digital influencers and digital protection mechanisms. The findings revealed that intensive exposure to digital influencer content is associated with potential negative effects on adolescents' identity, social values, consumer behaviors, and academic performance. The results also showed that AI-powered content filtering systems contribute to enhancing digital protection within the school environment by limiting access to inappropriate content and reducing exposure to negative influences associated with digital influencers. The study further emphasized the importance of integrating technological solutions with professional social work interventions to foster adolescents' critical awareness. Accordingly, it recommended expanding the use of AI applications in protecting adolescents, supporting media and digital literacy programs, and activating the role of social workers, educational institutions, and families in building a safer digital environment.

Keywords: AI-powered content filtering systems, digital influencers, adolescent behaviors, digital protection, social work, international schools, United Arab Emirates

مقدمة

المؤثرين في تعزيز السلوكيات الخطرة لدى الشباب الجامعي Strowger et al., 2023).

ومن جهة أخرى، أكدت بعض الدراسات أن العلاقة الشبه اجتماعية بين المتابع والمؤثر تسهم في زيادة التأثير بالمحتوى الرقمي وإدراكه بوصفه مصدرا موثوقا للمعلومات والتوجيه (Farivar et al., 2024). كما بينت دراسة أن الثقة بالمؤثرين والشعور بالقرب منهم يمثلان من أهم دوافع متابعة الشباب للمحتوى الرقمي، رغم ما قد يتضمنه من معلومات مضللة أو غير دقيقة (De Castro, 2023). وفي البيئة العربية، أظهرت دراسة العنسي وآخرين (2023) أن الاستخدام المكثف لوسائل التواصل الاجتماعي بين المراهقين يرتبط بتأثيرات اجتماعية وأخلاقية وصحية سلبية، رغم وجود بعض الآثار الإيجابية على الجانب الفكري والمعرفي.

وفي ضوء تصاعد التحديات المرتبطة بالسلوكيات الرقمية الخطرة، اتجهت الأدبيات الحديثة إلى توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الكشف المبكر عن المشكلات السلوكية والنفسية لدى المراهقين. وقد أشارت دراسة إلى أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي القائمة على تحليل البيانات الضخمة والتعلم الآلي أسهمت في تحسين دقة التنبؤ بالسلوكيات الخطرة مقارنة بالأساليب التقليدية (Bernert et al., 2020). كما أكدت الدراسات الحديثة فعالية الذكاء الاصطناعي في مجالات الوقاية من الانتحار والتنمر والسلوكيات عالية الخطورة؛ إذ أوضحت دراسة (Abdelmoteleb et al., 2025) أن تقنيات التعلم الآلي تمثل أداة واعدة للتنبؤ بمحاولات الانتحار والحد منها، بينما بينت دراسة (Saputra et al., 2025) إمكانية استخدام الذكاء الاصطناعي في الكشف عن التنمر اللفظي داخل البيئات التعليمية. كذلك أشارت دراسة (Sinaga et al., 2025) إلى أن الحلول الذكية القائمة على الذكاء الاصطناعي قد تسهم في تقليل معدلات التنمر وتوفير حماية أفضل للضحايا.

وبناء على ما سبق، يتضح أن المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي أصبحوا عنصرا فاعلا في تشكيل اتجاهات المراهقين وسلوكياتهم، بما يحمله ذلك من آثار إيجابية وسلبية، كما تكشف الأدبيات الحديثة أهمية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في رصد السلوكيات الخطرة والتنبؤ بها، بما يعزز تطوير برامج وقائية وتوعوية تسهم في حماية المراهقين وتعزيز صحتهم النفسية والاجتماعية. (Ibrahim et al., 2023)

مشكلة الدراسة

شهدت دولة الإمارات العربية المتحدة خلال السنوات الأخيرة ارتفاعا ملحوظا في معدلات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، ولا سيما بين فئة المراهقين، بالتزامن مع تنامي ظاهرة المؤثرين الرقميين الذين أصبحوا مصدرا رئيسيا للمعلومات والاتجاهات والأنماط السلوكية لدى هذه الفئة. وتشير التقارير الرقمية الحديثة إلى أن الإمارات تعد من أكثر دول المنطقة استخداما لمنصات التواصل الاجتماعي، كما تحتل موقعا متقدما عالميا في معدلات

شهدت وسائل التواصل الاجتماعي خلال العقد الأخير نمواً متسارعا جعلها جزءا أساسيا من الحياة اليومية للأفراد، إذ بلغ عدد مستخدميها نحو 5.24 مليار مستخدم، بما يمثل قرابة 63.9% من سكان العالم، كما يشكّل مستخدموها 94.2% من إجمالي مستخدمي الإنترنت عالميا (We Are Social & Meltwater, 2025). وقد أسهم هذا الانتشار الواسع في إعادة تشكيل أنماط التواصل وتبادل المعلومات والتسويق الرقمي، كما أتاح للأفراد بناء جماهير واسعة عبر المنصات الرقمية المختلفة، الأمر الذي أدى إلى بروز فئة «المؤثرين» بوصفهم فاعلين رقميين يمتلكون القدرة على التأثير في الاتجاهات والسلوكيات والقرارات الاجتماعية والاستهلاكية (Akdim et al., 2022; Shamim et al., 2024).

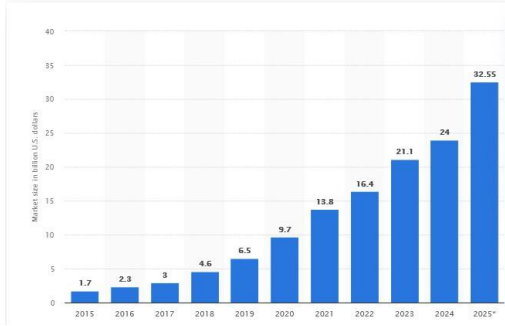
ويشير مفهوم المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي إلى الأفراد الذين يقدمون محتوى متخصصا في مجالات متعددة، مثل الصحة والجمال والرياضة والموضة ونمط الحياة، ويتمتعون بقدرة كبيرة على التأثير في المتابعين من خلال العلاقات التفاعلية المستمرة عبر المنصات الرقمية. وقد تحولت الشهرة في العصر الرقمي من ارتباطها التقليدي بالمشاهير إلى نمط جديد قائم على الحضور الرقمي وصناعة المحتوى، الأمر الذي جعل المؤثرين جزءا مهما من الثقافة الرقمية المعاصرة.

وتعد فئة المراهقين من أكثر الفئات تأثرا بالمؤثرين الرقميين؛ نظرا لما تمر به هذه المرحلة العمرية من تغيرات نفسية واجتماعية تجعل المراهق أكثر حساسية تجاه آراء الآخرين وتقييماتهم الاجتماعية (Lajnef, 2023). وقد أوضحت الأدبيات أن المراهقين يطورون علاقات شبه اجتماعية مع المؤثرين تقوم على التفاعل العاطفي والشعور بالقرب منهم، مما يؤدي إلى تعزيز تأثيرهم في الاتجاهات والسلوكيات اليومية (Zhang & Mac, 2023). كما أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي أداة قوية للتأثير في معايير المجتمع وسلوكياته، حيث يلجأ المتابعون إلى المؤثرين للحصول على توصيات وإلهام يتعلق بأنماط الحياة المختلفة (Jaiswal & Kumar, 2023).

ورغم بعض الجوانب الإيجابية المرتبطة بالمؤثرين، فقد ركزت العديد من الدراسات على الآثار السلبية المحتملة لمحتوهم الرقمي. فقد بينت دراسة أن بعض المؤثرين يروجون لسلوكيات غير أخلاقية، مثل نشر المعلومات المضللة، وترسيخ معايير جمالية غير واقعية، وتعزيز ثقافة المقارنة الاجتماعية (Ekinci et al., 2025). كما أوضحت دراسة أن المؤثرين قد يقدمون معلومات صحية غير دقيقة تتعلق بالتغذية والصحة النفسية وتعاطي المواد الضارة، بما قد يؤثر سلبا في وعي المراهقين الصحي (Engel et al., 2024). وأظهرت نتائج عدد من الدراسات وجود علاقة بين متابعة المؤثرين وتراجع الرضا عن صورة الجسد وارتفاع مؤشرات اضطرابات الأكل، خصوصا لدى الفتيات والمراهقات (Benucci et al., 2024; Prichard et al., 2023). كذلك حذرت دراسة من تأثير المحتوى المرتبط بالكحول الذي يقدمه بعض

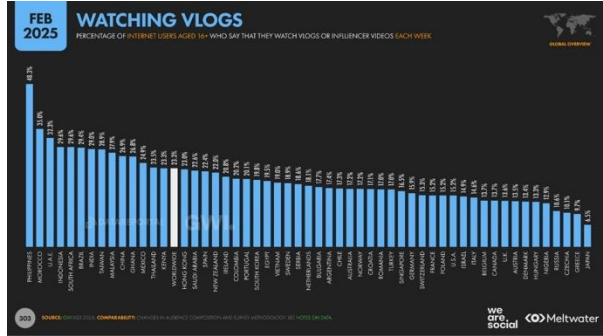
بدراسة التأثيرات المترتبة على تعرض المراهقين في دول الخليج العربي لتأثيرات هؤلاء المؤثرين.

Fig. 1: Influencer marketing market size worldwide from 2016 to 2025: Influencer Marketing Hub, 2025



تكتسب هذه الدراسة أهميتها من خصوصية السياق الإماراتي؛ إذ تعد دولة الإمارات العربية المتحدة من الدول الأكثر استخداماً لوسائل التواصل الاجتماعي ومتابعة للمؤثرين الرقميين، الأمر الذي يبرز الحاجة إلى دراسة انعكاسات هذا التعرض المكثف على سلوكيات المراهقين داخل البيئة التعليمية.

Fig. 2: Percentage of internet users who say the Influencer videos: We are social, 2025



تنبع أهمية الدراسة الحالية من الحاجة الملحة إلى إجراء بحوث منهجية تركز على رصد آثار متابعة المراهقين لمؤثري وسائل التواصل الاجتماعي على سلوكياتهم وهويتهم. فمع توسع انتشار المحتوى الذي يروج له هؤلاء المؤثرون—والذي قد يتسم أحياناً بالتفاهة أو التخلف الاجتماعي—يتوجب تقييم مدى تأثير المراهقين بهذا المحتوى في تشكيل مواقفهم وسلوكياتهم وهويتهم الذاتية.

تنبع أهمية الدراسة من ندرة البحوث والدراسات العربية التي تناولت بصورة مباشرة دور أنظمة تصنيفية المحتوى المدعومة بالذكاء الاصطناعي في الحد من التأثيرات السلبية للمؤثرين الرقميين على المراهقين، فلم تعرض دراسة (في حدود علم الباحثان) في البيئة العربية عن توظيف أنظمة تصنيفية المحتوى المدعومة بالذكاء الاصطناعي في الوقاية من تأثيرات المؤثرين، ومن هنا جاءت فكرة الدراسة كمشاهدة لإضافة أطروحات نظرية ونتائج ميدانية مرتبطة بتلك الفئة.

متابعة المؤثرين الرقميين والتفاعل مع محتوهم، الأمر الذي يزيد من احتمالات تأثر المراهقين بالرسائل والقيم والسلوكيات التي يروج لها هؤلاء المؤثرون.

وقد أظهرت العديد من الدراسات السابقة وجود تأثيرات متعددة للتعرض المكثف للمؤثرين الرقميين، شملت تشكيل الهوية الشخصية، والتوجهات الاستهلاكية، والأنماط السلوكية، ومستويات التحصيل الأكاديمي، إضافة إلى التأثير في القيم الاجتماعية والثقافية للمراهقين. ومع ذلك، كزت معظم الدراسات العربية والأجنبية على قياس طبيعة هذه التأثيرات أو تفسيرها، في حين لم تحظ الآليات التقنية الوقائية القادرة على الحد من هذه التأثيرات بالقدر الكافي من الدراسة، وخاصة في البيئات التعليمية.

وعلى الرغم من التوسع المتسارع في توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسات التعليمية، وبخاصة أنظمة تصنيفية المحتوى المدعومة بالذكاء الاصطناعي التي تستخدم لرصد المحتوى الرقمي غير الملائم والحد من الوصول إليه، فإن مراجعة الأدبيات ذات الصلة أظهرت ندرة الدراسات العربية التي تناولت دور هذه الأنظمة في حماية المراهقين من التأثيرات السلبية المرتبطة بمتابعة المؤثرين الرقميين. كما لم تكشف المراجعة العلمية عن دراسات ميدانية تناولت هذا الموضوع في سياق المدارس الدولية بدولة الإمارات العربية المتحدة من خلال الجمع بين وجهات نظر المعلمين والأخصائيين الاجتماعيين والطلاب أنفسهم.

ومن ثم تمثل الفجوة البحثية التي تسعى الدراسة الحالية إلى سدها في استكشاف مدى إسهام أنظمة تصنيفية المحتوى المدعومة بالذكاء الاصطناعي في الحد من تأثير المؤثرين الرقميين على سلوكيات المراهقين داخل البيئة المدرسية، والكشف عن طبيعة التأثيرات المرتبطة بمتابعة المؤثرين الرقميين، وتقييم فاعلية الحلول التقنية المستخدمة في الحد من هذه التأثيرات في المدارس الدولية بدولة الإمارات العربية المتحدة.

أهمية الدراسة

تستمد الدراسة الحالية أهميتها العلمية والتطبيقية من مجموعة من المبررات النظرية والميدانية، والتي يمكن عرضها على النحو الآتي:

الأهمية العلمية (النظرية)

تستجيب هذه الدراسة لما أوضحه التقرير الإحصائي الصادر عن المنصة الإعلامية الهولندية (Influencer Marketing Hub) المعنية بتقديم تقارير بحثية معمقة في مجالات التسويق عبر المؤثرين ووسائل التواصل الاجتماعي، حيث قدّر أن يصل حجم سوق التسويق عبر المؤثرين عالمياً إلى نحو 32.55 مليار دولار بحلول نهاية 2025، وذلك وفق تقرير مؤشر التسويق بالمؤثرين 2025. وخاصة مع بروز الولايات المتحدة والصين كمحركين رئيسيين للإنفاق، وكذلك تزايد اعتماد العلامات التجارية في الشرق الأوسط ومناطق أخرى على المؤثرين ضمن مزيجها التسويقي، الأمر الذي يستوجب ضرورة الاهتمام

تساؤلات الدراسة

تسعى الدراسة الحالية إلى الإجابة عن التساؤل الرئيس الآتي:

ما إسهام أنظمة تصفية المحتوى المدعومة بالذكاء الاصطناعي في الحد من تأثير المؤثرين الرقميين على سلوكيات المراهقين في المدارس الدولية بدولة الإمارات العربية المتحدة؟

وينبثق من هذا التساؤل الرئيس التساؤلات الفرعية الآتية:

- ما تصورات الأخصائيين الاجتماعيين في المدارس الدولية بدولة الإمارات العربية المتحدة نحو تأثيرات تعرض المراهقين للمؤثرين الرقميين عبر وسائل التواصل الاجتماعي؟
- ما تصورات المعلمين في المدارس الدولية بدولة الإمارات العربية المتحدة نحو تأثيرات تعرض المراهقين للمؤثرين الرقميين عبر وسائل التواصل الاجتماعي؟
- ما تصورات طلبة المدارس الدولية في دولة الإمارات العربية المتحدة نحو تأثيرات تعرضهم للمؤثرين الرقميين عبر وسائل التواصل الاجتماعي؟
- ما الفروق بين تصورات الأخصائيين الاجتماعيين والمعلمين بشأن تأثيرات تعرض المراهقين للمؤثرين الرقميين وفقاً لمتغير الوظيفة (أخصائي اجتماعي - معلم)؟
- ما تصورات المشاركين حول إسهام أنظمة تصفية المحتوى المدعومة بالذكاء الاصطناعي في الحد من التأثيرات السلبية المرتبطة بتعرض المراهقين للمؤثرين الرقميين؟

الإطار النظري للدراسة:

مفهوم المؤثرين عبر شبكات التواصل الاجتماعي:

عرف التأثير بكونه القدرة على تحفيز التفاعل وجذب تفاعل الناس مع منشور يشاركه مؤثر اجتماعي قوي على وسائل التواصل الاجتماعي أو في الحياة الواقعية. (Arora et al., 2019, P88)

وتشير وسائل التواصل الاجتماعي إلى مجموعة من التطبيقات المستندة إلى الإنترنت والتي تستفيد من مبادئ الويب 2.0 لتسهيل إنشاء وتبادل المحتوى الذي ينشئه المستخدم، وتتيح هذه المنصات للمستخدمين الانخراط في تفاعلات اجتماعية في الوقت الفعلي أو غير متزامنة مع جماهير واسعة وضيقة، مما يعزز الروابط الاجتماعية ونشر المعلومات. (Husandani et al., 2024, P114)

وقد اكتسب مستخدمو وسائل التواصل الاجتماعي شهرة واسعة وقاعدة عريضة من المتابعين عبر الإنترنت من خلال منصات رائعة، وأسسوا حضوراً قوياً على الإنترنت من خلال مواقع جديدة للتواصل الاجتماعي، مثل تيك

- استتقت الدراسة الحالية أهميتها كونها تحاول إلقاء الضوء على واحدة من أحدث القضايا ألا وهي قضية إدماج تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التعامل مع المشكلات السلوكية، الأمر الذي قد يفتح الطريق للباحثين في نحو إجراء مزيداً من الدراسات والبحوث المرتبطة باختبار فاعلية التقنيات الذكية في التعامل مع المشكلات والتحديات السلوكية في البيئة العربية.

الأهمية العملية (التطبيقية)

تمثل الأهمية التطبيقية للدراسة في إمكانية الاستفادة من نتائجها - في ضوء ما ستسفر عنه البيانات الميدانية - في دعم صانعي السياسات التعليمية والعاملين في المدارس والمؤسسات المعنية بحماية الأطفال والمراهقين عند تطوير استراتيجيات الحماية الرقمية، وتقييم جدوى توظيف أنظمة تصفية المحتوى المدعومة بالذكاء الاصطناعي في الحد من التعرض للمحتوى الرقمي غير الملازم داخل البيئة التعليمية

أهداف الدراسة

تسعى الدراسة الحالية إلى تحقيق الهدف الرئيسي الآتي:

التعرف إلى إسهام أنظمة تصفية المحتوى المدعومة بالذكاء الاصطناعي في الحد من تأثير المؤثرين الرقميين على سلوكيات المراهقين في المدارس الدولية بدولة الإمارات العربية المتحدة.

وينبثق من هذا الهدف الرئيس الأهداف الفرعية الآتية:

- استكشاف تصورات الأخصائيين الاجتماعيين والمعلمين في المدارس الدولية بدولة الإمارات العربية المتحدة نحو تأثيرات تعرض المراهقين للمؤثرين الرقميين عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
- تحديد تصورات طلبة المدارس الدولية في دولة الإمارات العربية المتحدة نحو تأثيرات تعرضهم للمؤثرين الرقميين عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
- تحديد الفروق بين تصورات الأخصائيين الاجتماعيين والمعلمين بشأن تأثيرات تعرض المراهقين للمؤثرين الرقميين عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
- تحديد تصورات المشاركين حول إسهام أنظمة تصفية المحتوى المدعومة بالذكاء الاصطناعي في الحد من التأثيرات السلبية المرتبطة بتعرض المراهقين للمؤثرين الرقميين.
- تقديم مجموعة من المقترحات والتوصيات العملية الموجهة لصانعي القرار والمسؤولين التربويين بشأن آليات توظيف أنظمة تصفية المحتوى المدعومة بالذكاء الاصطناعي لتعزيز الحماية الرقمية للمراهقين في المدارس الدولية بدولة الإمارات العربية المتحدة.

المدونين السابقين، ومدوني الفيديو الجدد، ومنشئي محتوى يوتيوب، ومشاهير إنستغرام مؤثرين اجتماعيين (Lou and Zhou, 2024, P1).

ويمكن الإشارة الى مؤثر وسائل التواصل الاجتماعي اجرائيا في هذه الدراسة بكونهم منشئي المحتوى الذين يشاركون الذين يشاركون ينشر بانتظام (مرتين على الأقل أسبوعياً) معارف متخصصة و/أو ترفيهية، ويسردون حياتهم اليومية على منصة أو أكثر من منصات التواصل الاجتماعي، مما يجذب عددا كبيرا من المتابعين المراهقين من طلبة المدارس الدولية المشاركون في الدراسة عبر منصات التواصل الاجتماعي، والذين تم قياس مستوى تأثيرهم من خلال استجابات الطلبة والمعلمين والأخصائيين الاجتماعيين على بنود الاستبانات المتعلقة بالهوية والسلوكيات والأداء الأكاديمي ونمط التسوق.

مفهوم الذكاء الاصطناعي:

يطلق على الذكاء الاصطناعي علم وهندسة انشاء أنظمة قادرة على أداء المهام المرتبطة بشكل شائع بالذكاء البشري مثل التعلم والحكم والقدرة على اتخاذ القرار (Xu et al., 2021)

وأشارت اللائحة الأوروبية للذكاء الاصطناعي (EU Regulation 2024/1689) للذكاء الاصطناعي بكونه نظام قائم على الآلة صمم ليعمل بدرجات متفاوتة من الاستقلالية وقد يظهر قدرة على التكيف بعد النشر، ويستخلص "لغايات صريحة أو ضمنية" من المدخلات التي يتلقاها كيفية إنتاج مخرجات مثل التنبؤات، أو المحتوى، أو التوصيات، أو القرارات القادرة على التأثير في البيئات المادية أو الافتراضية" (European Union, 2024, art. 3).

وعرفه كذلك بكونه "قدرة الحاسوب أو الروبوت المتحكم فيه بالحاسوب على أداء مهام ترتبط عادة بالكائنات الذكية، مثل الإدراك والاستدلال والتعلم والتفاعل مع البيئة وحل المشكلات والإبداع" (Kavic & Lanzafame, 2024; Ibrahim, 2023)

ويقصد بأنظمة تصفية المحتوى المدعومة بالذكاء الاصطناعي (AI-Powered Content Filtering Systems) الأنظمة الرقمية المستخدمة داخل البيئة المدرسية لرصد المحتوى الإلكتروني وتصنيفه والتحكم في الوصول إلى المواقع والتطبيقات والمحتويات غير الملائمة اعتمادا على خوارزميات ذكية وتحليلات رقمية.

وتعرف إجرائيا في هذه الدراسة بأنها النظام المستخدم فعليا في المدرسة محل الدراسة (Lightspeed Filter)، كما تم تناوله من خلال تحليل خصائصه ووظائفه واستطلاع آراء المشاركين حول دوره في تعزيز الحماية الرقمية والحد من التعرض للمحتوى غير اللائق.

الموجهات النظرية للدراسة:

نظرية الادراك الاجتماعي:

توك، وفيسبوك، ويوتيوب، وإنستغرام. ويطلق على هؤلاء المستخدمين المعروفين لمواقع التواصل الاجتماعي اسم "مؤثري وسائل التواصل الاجتماعي"، أو "نجوم وسائل التواصل الاجتماعي" أو "المؤثرين الافتراضيين"، أو "المشاهير الصغار"، ويشار إليهم ببساطة باسم "المؤثرين الاجتماعيين" (Vippa et al., 2023 P1).

وقد أوضح هارف وآخرون (2022)، إن المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي هم "أشخاص عاديون اكتسبوا شهرة واسعة على وسائل التواصل الاجتماعي بفضل عرضهم الفعال لأنفسهم على هذه المنصات" (ص 831).

وعرف مؤثرو وسائل التواصل الاجتماعي، كذلك بكونهم اشخاص ينشطون بشكل كبير على منصات مثل تيك توك وسناب شات ويوتيوب، كشخصيات مؤثرة في المشهد الرقمي، ويجذب هؤلاء الأفراد قاعدة جماهيرية واسعة من المتابعين من خلال مشاركة خبراتهم ورؤاهم في مجالات مثل السفر والأزياء والطعام (Dong et al., 2024).

وقد أشارت دراسة هديرز وآخرون (2021) Hudders للمؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي بأنهم أفراد يجمعون عددا كبيرا من المتابعين على وسائل التواصل الاجتماعي ويمارسون تأثيرا كبيرا على جمهورهم من خلال محتوى جذاب.

وأوضحت دراسة أنجيل وآخرون (Engel 2024م) ان هناك العديد من المصطلحات التي تطلق على المؤثرين عبر شبكات التواصل الاجتماعي المحتوي، والمؤثرين الاجتماعيين، وقادة الرأي، وأضافت كذلك انه لا يوجد إجماع على مجموعة معايير محددة تتوفر في المؤثرين. ومع ذلك، تركز معظم التعريفات على المعايير الثلاثة الأساسية الآتية: وجود عدد محدد من المتابعين على وسائل التواصل الاجتماعي، وإنشاء المحتوى، وبالتالي التأثير على الآخرين.

ويعتبر المؤثرون على وسائل التواصل الاجتماعي، هم جهات مستقلة تشكل سلوكيات الجمهور من خلال المدونات والتغريدات وغيرها من قنوات التواصل الاجتماعي، وأنهم أفراد ظهروا على وسائل التواصل الاجتماعي ويحافظون على علاقات مباشرة مع مستخدمين متعددين وهذا ما يميزهم عن المشاهير التقليديين، المعروفين بالسينما والرياضة والموسيقى المؤثرون، ويصفهم منشئي محتوى، يشكلون آراء الجمهور، وينظر إليهم كمستشارين جديرين بالثقة. (Munaro et al., 2024, P401)

وعرف مؤثرو وسائل التواصل الاجتماعي (SMIs) هم مولدو محتوى يتمتعون بشعبية بين عدد كبير من المتابعين المستهدفين، ويمارسون تأثيرا على سلوكياتهم الاستهلاكية وغيرها من السلوكيات (مثل السلوكيات الاجتماعية الإيجابية، والسلوكيات الصحية أو المتعلقة بالنظام الغذائي) ويعتبر كل من

مصادقية المُصدّقين قد تؤثر على معتقدات ومواقف وسلوكيات المتلقين تجاه هذه العناصر. تُحدد خصائص المصدر التي وضعتها هذه النظرية ثلاث خصائص لمصادر الاتصالات التسويقية الناجحة: مصداقية المصدر، وجاذبيته، وقوته (Sadiq et al., 2023).

النموذج المنهجي الاستدلالي لمعالجة المعلومات:

يوفر النموذج المنهجي الاستدلالي The heuristic-systematic model of information processing (HSM) إطاراً قيماً لفهم كيفية تفاعل المراهقين مع التواصل الإقناعي، لا سيما في سياق المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي. طُور هذا النموذج في الأصل من قبل شيلي تشاينكين Shelly Chaiken عام 1980، ويحدد مسارين متميزين لمعالجة المعلومات: الاستدلالي والمنهجي حيث تتضمن المعالجة الاستدلالية استخدام إشارات بسيطة أو قواعد عامة لإصدار أحكام سريعة، بينما تستلزم المعالجة المنهجية تقييماً أكثر تفصيلاً وتأنياً للمعلومات.

ومن بين الإشارات الاستدلالية في سياقات وسائل التواصل الاجتماعي، يلعب عدد المتابعين دوراً محورياً في تشكيل التصورات الأولية للمصداقية والخبرة ومن ناحية أخرى، تتضمن المعالجة المنهجية تفاعلاً أعمق مع المحتوى الذي يقدمه المؤثرون. تؤدي المعالجة المنهجية إلى تغييرات أكثر استدامة في المواقف، حيث يدمج المستهلكون المحتوى المفصل في هياكلهم المعرفية الحالية. (Misra et al., 2024)

الإجراءات المنهجية للدراسة:

نوع الدراسة والمنهج المستخدم:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية، وذلك لكونها تسعى إلى وصف وتحليل التأثيرات المرتبطة بمتابعة المراهقين للمؤثرين الرقميين عبر وسائل التواصل الاجتماعي، واستكشاف تصورات المشاركين حول دور أنظمة تصنيفية المحتوى المدعومة بالذكاء الاصطناعي في الحد من هذه التأثيرات داخل البيئة المدرسية.

واعتمدت الدراسة المنهج المختلط (Mixed Methods Research)، لما يوفره من قدرة على الجمع بين البيانات الكمية والكيفية بما يحقق فهماً أكثر شمولاً لموضوع الدراسة. ففي الجانب الكمي، تم استخدام أسلوب المسح الاجتماعي بالعينة من خلال تطبيق استبانتيين على عينة من الأخصائيين الاجتماعيين والمعلمين والطلبة بإحدى المدارس الدولية في دولة الإمارات العربية المتحدة. أما في الجانب الكيفي، فقد تم إجراء مقابلات فردية معمقة مع عدد من الطلبة بهدف استكشاف تجاربهم وتصوراتهم المرتبطة بتأثير المؤثرين الرقميين وآليات الحماية الرقمية المستخدمة داخل المدرسة.

وقد أسهم الدمج بين المعطيات الكمية والكيفية في تقديم فهم أكثر عمقاً لظاهرة تأثير المؤثرين الرقميين على سلوكيات المراهقين، وفي استكشاف الدور

استناداً إلى مفاهيم وافتراضات وتفسيرات نظرية الإدراك الاجتماعي Social cognitive theory التي طورها ألبرت باندورا (Bandura, 1986, 2001)، يكتسب الأفراد خبرة غير مباشرة من خلال مراقبة سلوك الآخرين في الحياة الواقعية وعبر وسائل الإعلام. فالمراقبة تُسهّل اكتساب المعارف والمهارات وقد تحفز سلوكيات مدركة، ولكن لم تُمارَس فعلياً بعد. وفي هذا السياق، ينظر إلى مؤثري وسائل التواصل الاجتماعي—لا سيما لدى الأجيال الشابة والمراهقين—بوصفهم نماذج يُحتذى بها يمكن أن يفعلوا آليات التعلم بالملاحظة؛ إذ يتركز هذا النمط من التعلم على عناصر الانتباه، والاحتفاظ، وإعادة الإنتاج، والدافعية. وبما أن المتابعين ينتقون المحتوى الذي يتفاعلون معه ويتابعون حسابات بعينها باستمرار، يفترض أنهم يمنحون محتوى المؤثرين قدراً عالياً من الانتباه، وتُعزز معالجة المحتوى المختص عملية الاحتفاظ به. كما يمكن للمستخدمين حفظ المنشورات والعودة إليها لاحقاً لإعادة إنتاج السلوك عندما تدعو الحاجة. وخلال هذه العملية، يقيم المشاهد التكاليف والفوائد المتوقعة، ويجري مقارنة اجتماعية أو يفحص مدى انسجام السلوك مع قيمه الشخصية؛ وبذلك يُختار السلوك أولاً على مستوى عقلي غير مباشر. فإذا تبين أن نتائج السلوك الملاحظ مجدية وقابلة للتحقق، فإن احتمالية تكراره فعلياً ترتفع، وهذا بدوره يشير إلى الدور المحوري للمؤثرين في توجيه متابعيهم. (Sokolova et al., 2024)

نظرية التأثير الاجتماعي

هذا وتستكشف نظرية التأثير الاجتماعي Social Influence Theory، التي وضعها كورت لوين Kurt Lewin في منتصف القرن العشرين، كيفية تأثير الأفراد ببيئتهم الاجتماعية، بما في ذلك أقرانهم وقادة الرأي والمؤثرين. وتعمق هذه النظرية في قوة العلاقات الشخصية وتأثير التفاعلات الاجتماعية على المواقف والآراء والسلوكيات، وبناء على هذه المعطيات النظرية يلعب مؤثرو وسائل التواصل الاجتماعي دوراً هاماً في تشكيل سلوكيات المراهقين من خلال دورهم كقادة رأي معاصرين. فهم يتكرونها محتوى يلقي صدى لدى متابعيهم، مما يؤثر على تصوراتهم وقراراتهم، يمكن أن يساعد فهم مبادئ نظرية التأثير الاجتماعي في توضيح كيفية استفادة مؤثري وسائل التواصل الاجتماعي من علاقاتهم مع جماهيرهم للتأثير على خيارات وسلوكيات المراهقين. (Alexander, 2024)

نظرية مصداقية المصدر

نظرية موثوقية المصدر Source Credibility Theory هي نظرية قديمة تحاول تفسير كيفية تأثير موثوقية مصدر التواصل على إقناع الرسالة. كان أرسطو أول من تناول المصداقية، مؤكداً على ضرورة إثبات مصداقية المتحدث. هذا وقد اقترح هوفلاند وجانيس وكيلي 1952م نظرية موثوقية المصدر في ورقتهم البحثية، حيث يفترض أن صفات المراسل الجيد تؤثر على إدراك المُستقبل وقبوله للرسالة. بمعنى آخر، يكون المُستقبلون أكثر ميلاً لقبول رسالتك وإقناعها إذا بدا المصدر موثقاً. هذا وتفترض هذه النظرية أن

الذي يمكن أن تؤديه أنظمة تصفية المحتوى المدعومة بالذكاء الاصطناعي في تعزيز الحماية الرقمية داخل البيئة التعليمية.

أدوات الدراسة:

لتحديد التأثيرات المرتبة على تعرض المراهقين بدولة الإمارات العربية المتحدة لمؤثري شبكات التواصل الاجتماعي تم الاعتماد على الأدوات الآتية (من إعداد الباحثان):

- استبانة مدركات الاخصائيين الاجتماعيين والمعلمين بالمدارس الدولية في دولة الإمارات العربية المتحدة نحو تأثيرات تعرض المراهقين لمؤثري وسائل التواصل الاجتماعي.
- استبانة مدركات طلبة المدارس الدولية في دولة الإمارات العربية المتحدة نحو تأثيرات تعرضهم لمؤثري وسائل التواصل الاجتماعي.
- المقابلات الفردية المعمقة مع عدد من طلبة المدرسة، وذلك بهدف التعمق في فهم تجاربهم الشخصية المرتبطة بمتابعة المؤثرين الرقميين، واستكشاف تصوراتهم تجاه آليات الحماية الرقمية المستخدمة داخل البيئة المدرسية.
- تحليل البيانات والتقارير الوصفية المستخرجة من نظام تصفية المحتوى المستخدم في المدرسة (Lightspeed Filter)، وذلك بوصفها بيانات داعمة لفهم بيئة الحماية الرقمية المطبقة داخل المدرسة وتفسير النتائج الميدانية للدراسة.

تقنين الأدوات البحثية المستخدمة في تلك الدراسة:

الأداة الأولى: استبانة مدركات المعلمين/ الاخصائيين الاجتماعيين بالمدارس الدولية في دولة الإمارات العربية المتحدة "نحو تأثيرات تعرض المراهقين لمؤثري وسائل التواصل الاجتماعي".

تم إعداد أداة الدراسة لتقييم مدركات الأخصائيين الاجتماعيين بالمدارس الدولية في الإمارات بشأن تأثير تعرض المراهقين لمؤثري وسائل التواصل الاجتماعي. استند الباحثان إلى عدد من الدراسات السابقة، ومن خلالها تم تحديد أربعة أبعاد رئيسية: التأثير على الهوية (5 عبارات)، السلوكيات (6 عبارات)، الأداء الأكاديمي (4 عبارات)، ونمط التسوق (5 عبارات). اعتمدت الأداة مقياس خماسي للاستجابة (اختلف بشدة - اختلف - محايد - اتفق - اتفق بشدة)، وتم التحقق من صدقها وثباتها.

الصدق والثبات لأداة الاستبانة المستخدمة في الدراسة:

صدق المحكمين:

عرضت النسخة الأولية على 7 أساتذة في مجال الخدمة الاجتماعية شُرت نسبة اتفاق $\leq 86\%$ للعبارات المقبولة، فتم الاستبقاء على 20 عبارة نهائية وتعديل الصياغة عند الضرورة.

صدق البناء:

تم حساب معامل ارتباط بيرسون بين كل عبارة والدرجة الكلية لبعدها الفرعي (ن=30)، فتراوحت قيم الارتباط بين 0.312 و 0.812**، وجميعها دالة عند مستوى دلالة ≥ 0.01 .

تحقق الصدق الكلي لكل بعد رئيسي عبر ارتباط الدرجة الكلية للبعد مع الدرجة الكلية للمقياس، فكانت القيم:

- التأثير على الهوية: 0.716**
- التأثير على السلوكيات: 0.910**
- الأداء الأكاديمي: 0.818**
- نمط التسوق: 0.870**

مقياس الحكم على النتائج: تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي لتقدير درجات استجابات أفراد العينة على استبيان تقييم تأثيرات تعرض المراهقين لمؤثري وسائل التواصل الاجتماعي، وقد تدرجت الإجابات بين خمس خيارات على النحو التالي: اختلف تماماً (1)، اختلف (2)، محايد (3)، اتفق (4)، اتفق بشدة (5) لقياس مدى تحقق هذه المهارات وفقاً للآتي:

جدول 1: يوضح مقياس تفسير استجابات أفراد العينة حول تقييم تأثيرات متابعة المراهقين للمؤثرين عبر شبكات التواصل الاجتماعي وفق فئات المتوسطات الحسابية المرجحة

فئات المتوسط الحسابي المرجح	درجة الموافقة	مستوى التحقق
من 1.00 إلى > 1.79	1	منخفض جداً
من 1.80 إلى > 2.59	2	منخفض
من 2.60 إلى > 3.39	3	متوسط
من 3.40 إلى > 4.19	4	مرتفع
من 4.20 إلى > 5.00	5	مرتفع جداً

الثبات:

الاتساق الداخلي

جدول 2: معاملات ألفا كرونباخ و ω ماكدونالد لكل بعد والمقياس ككل (ن=30):

البعد	α كرونباخ	ω ماكدونالد
الهوية	0.805	0.812
السلوكيات	0.812	0.832
الأداء الأكاديمي	0.823	0.842
نمط التسوق	0.832	0.822
المقياس ككل	0.879	0.885

المقياس		قيمة الثبات
تأثيرات متابعة المراهقين للمؤثرين عبر شبكات التواصل الاجتماعي	عدد العبارات	ألفا كرونباك ماكدونالد أوميغا
	5	.796 .804

يظهر الجدول معاملات ثبات الاستبيان باستخدام معامل ألفا كرونباخ، تعكس قيم الثبات العالية الاتساق الداخلي للاستبيان، حيث بلغ α كرونباخ 0.796 و ماكدونالد 0.804، مما يؤكد موثوقيته وجاهزيته للاستخدام البحثي.

مقياس الحكم على النتائج: عرفت فئات المتوسطات المرجحة للمقياس الخماسي كما يلي:

جدول 4: يوضح مقياس تفسير استجابات أفراد العينة حول تقييم تأثيرات متابعة المراهقين للمؤثرين عبر شبكات التواصل الاجتماعي وفق فئات المتوسطات الحسابية المرجحة

فئات المتوسط الحسابي المرجح	درجة الموافقة	مستوى التحقق
من 1.00 إلى 1.79	1	منخفض جدا
من 1.80 إلى 2.59	2	منخفض
من 2.60 إلى 3.39	3	متوسط
من 3.40 إلى 4.19	4	مرتفع
من 4.20 إلى 5.00	5	مرتفع جدا

هذا التقنين يضمن أن استبانة متابعة المراهقين للمؤثرين متينة من حيث الصدق والثبات، وتؤهله لتقديم نتائج دقيقة وموثوقة.

محددات الدراسة:

الحدود الموضوعية للدراسة: اقتصرَت الدراسة الحالية على دراسة دور مؤثري شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على سلوكيات المراهقين، وامكانات أنظمة تصفية المحتوى المدعومة بالذكاء الاصطناعي في الحد من تلك التأثيرات.

الحدود البشرية للدراسة: وفيما يتعلق بالحدود البشرية والمكانية للدراسة، اقتصرَت الدراسة الحالية على عينة مكونة من (18) من الاخصائيين الاجتماعيين بالمدارس الدولية و (52) من المعلمين و (77) من الطلبة من احدى تلك المدارس في دولة الإمارات العربية المتحدة. هذا وقد جمعت بيانات الدراسة الحالية باستخدام أسلوب العينة الميسرة (Convenience Sampling) نظرا لاعتبارات إجرائية تتعلق بإمكانية الوصول إلى المبحوثين والحصول على الموافقات اللازمة للتطبيق الميداني.

يوضح الجدول قيم الثبات 0.80 حُتدل على اتساق داخلي مرتفع ومستقر، مما يؤكد موثوقية الأداة وإمكانية استخدامها مستقبلاً في قياس تأثيرات تعرض المراهقين لمؤثري وسائل التواصل الاجتماعي.

الأداة الثانية: الخصائص السيكومترية لاستبانة تصورات الطلاب بالمدارس الدولية في دولة الإمارات العربية المتحدة" نحو تأثيرات متابعة المراهقين للمؤثرين عبر شبكات التواصل الاجتماعي

تم إعداد أداة الدراسة لتقييم تصورات طلاب المدارس الدولية بالإمارات حول تأثير متابعة المراهقين للمؤثرين على شبكات التواصل الاجتماعي. استند الباحثان إلى عدد من الدراسات السابقة مثل دراسة Tas & Karabay (2019)، وتم بناء الأداة من 14 عبارة تُقيم عبر مقياس خماسي (أبداً - نادراً - أحياناً - غالباً - دائماً)، مع التحقق من صدقها وثباتها.

الصدق والثبات للأداة الثانية المستخدمة في الدراسة:

صدق المحكمين:

عرضت النسخة المبدئية على 7 أساتذة متخصصين في الخدمة الاجتماعية (ملحق 4) لتقييم ملاءمة كل عبارة وبعدها وصياغتها. تم الاحتفاظ بالعبارات التي حققت نسبة اتفاق $\geq 86\%$ ، واستبعدت العبارات المكررة دلاليًا. بعد موافقة المحكمين، استقر العدد النهائي على 20 عبارة (ملحق 5)، صممت في استبانة إلكترونية يسهل تعبئتها دون قيد زمني، مع استخدام مقياس ليكرت الخماسي (أبداً=1 ... دائماً=5).

صدق البناء:

- حسب معامل ارتباط بيرسون بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمقياس. ($n=30$)
- تراوحت قيم الارتباط من 0.400** إلى 0.709**، وجميعها دالة عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.01$ ، مما يؤكد اتساق العبارات مع المقياس ككل ويعزز صدق البناء.

ثبات استبانة تأثيرات متابعة المراهقين للمؤثرين عبر شبكات التواصل الاجتماعي:

تم التحقق من ثبات استبانة تأثيرات متابعة المراهقين للمؤثرين عبر شبكات التواصل الاجتماعي باستخدام طريقة الاتساق الداخلي (ألفا كرونباخ)، وماكدونالد أوميغا، ويوضح جدول (3) هذه النتائج.

جدول 3: يوضح قيم معاملات استبانة تأثيرات متابعة المراهقين للمؤثرين عبر شبكات التواصل الاجتماعي -ألفا كرونباخ- ($n=30$)

للمؤثرين الرقميين عبر وسائل التواصل الاجتماعي؟، بينما جاء السؤال الثاني للدراسة: ما مدركات المعلمين في المدارس الدولية بدولة الإمارات العربية المتحدة نحو تأثيرات تعرض المراهقين للمؤثرين الرقميين عبر وسائل التواصل الاجتماعي؟ وللإجابة عن هذا السؤال: فقد تم الاعتماد على حساب المتوسطات الحسابية المرجحة وترتيب درجة الاستجابات المختلفة نحو تأثيرات تعرض المراهقين لمؤثري وسائل التواصل الاجتماعي وفقا لما ورد بجدول (6).

جدول 6: يوضح المتوسطات الحسابية المرجحة والانحرافات المعيارية وترتيبها لكل بعد من أبعاد نحو تأثيرات تعرض المراهقين لمؤثري وسائل التواصل الاجتماعي (ن=70)

الأبعاد	المتوسط المرجح	الانحراف المعياري	الترتيب	مستوي التحقق
التأثير على الهوية	4.0714	.55355	2	متوسط
التأثير على السلوكيات	3.7429	.66345	3	متوسط
الأداء الأكاديمي	3.3357	.55640	4	متوسط
نمط التسوق	4.1571	.62868	1	متوسط

تشير النتائج بجدول (6) إلى أن تأثير المؤثرين على نمط التسوق لدى المراهقين والتي تعبر عن البعد الرابع جاءت في المرتبة الأولى بمتوسط مرجح (4.1571) وانحراف معياري (.62868)، وهي تشير إلى مستوى أداء متوسط، وهذا يفسر كيف أن المراهقين يتأثرون بالمؤثرين عند اتخاذ قرارات الشراء ولعل ذلك بسبب التعرض المباشر للإعلانات التي يتم عرضها بشكل مباشر أو من خلال التعرض لما اطلق عليها تسليع أنماط الحياة the commodification of lifestyles التي يعرضه المؤثرون عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وجاء البعد الثاني: التأثير على سلوكيات المراهقين في المرتبة الثانية بمتوسط مرجح (3.7429) وانحراف معياري (.66345)، وهذا يفسر أن المحتوى الذي يقدمه المؤثرون ينعكس على سلوك الحياة اليومية للمراهقين، ولعل ذلك بسبب أن المراهقين يستلهمون سلوكهم من النماذج المرجعية الأكثر حضورا على منصاتهم كما اشارت اليها نظرية التأثير الاجتماعي والتي اشارت إلى أن للعلاقات الشخصية وكذلك التفاعلات الاجتماعية تأثير قوي على المواقف والآراء والسلوكيات، وهذا ما أشارت إليه دراسة لجنيف وآخرون 2023م والتي اشارت الى ان المؤثرين يقومون ببناء تفاعل قوي مع متابعيهم. وقد أثرت هذه التفاعلات، بطريقة أو بأخرى، على سلوكيات الشباب ومواقفهم وخياراتهم. أما التأثير على الهوية فقد جاءت في المرتبة الثالثة بمتوسط مرجح (4.0714)، وانحراف معياري (.55355)، وتشير أيضا أن التأثير متوسط، وهذا بدوره يعكس دور المؤثرين في تشكيل الهوية الرقمية وصورة الذات لدى المراهقين، وجاء البعد الرابع: التأثير على الأداء الأكاديمي في المرتبة الرابعة بمتوسط مرجح (3.3357) وانحراف معياري (.55640). وقد يعزى وجود هذا البند في المرتبة الأخيرة

الحدود المكانية للدراسة: اقتصر تطبيق أداة الطلاب على إحدى المدارس الدولية في دولة الإمارات العربية المتحدة التي تستخدم أنظمة تصفية المحتوى المدعومة بالذكاء الاصطناعي بصورة فعالة داخل بيئتها التعليمية، وهو ما جعلها مناسبة لتحقيق أهداف الدراسة. وعليه ينبغي تفسير النتائج في ضوء هذه الحدود وعدم تعميمها على جميع المدارس الدولية أو جميع فئات المراهقين في دولة الإمارات العربية المتحدة. وقد حصلنا على موافقة جامعة السلطان قابوس، وكذلك إدارة المدرسة على تنفيذ هذه الدراسة، بالإضافة إلى حصولنا على موافقة مستنيرة من المشاركين

الحدود الزمنية للدراسة: اقتصرت هذه الدراسة على البيانات التي تم جمعها من عينة الدراسة في الفترة من 2024/12/12م وحتى 2025/3/17م.

الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

بعد عملية جمع البيانات ومراجعتها ميدانيا ومكتبيا، قاما الباحثان بترميز وتكويد البيانات وتفرغها باستخدام برنامج (SPSS V 25) وطبق الأساليب الإحصائية التالية: التكررات والنسب المئوية، المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري، معامل الثبات (ألفا كرونباخ، ماكدونالد أوميغا، معامل الارتباط بيرسون)، تحليل التباين الاحادي، واختبار T-Test لعينتين مستقلتين.

عرض ومناقشة نتائج الدراسة:

عرض نتائج البيانات الديموغرافية للدراسة:

جدول 5: يوضح توزيع عينة الدراسة الخاصة بالأخصائيين وفق المتغيرات الديموغرافية (النوع، ومستوى الخبرة)

المتغير	فئات المتغير	العدد	النسبة المئوية
الوظيفة	أخصائي اجتماعي	18	25.71%
	معلم	52	74.29%
	الاجمالي	70	100%

يتضح من جدول (5) وفقاً لمتغير الوظيفة (اخصائي اجتماعي-معلم)، أن البيانات تشير إلى أن نسبة المشاركين من حيث الوظائف تظهر وظيفة المعلم بنسبة أعلى بلغت 74.29 %، ونسبة الاخصائيين بلغت 25.71% هذا التوزيع يظهر تنوعا في خصائص العينة.

عرض نتائج البيانات الخاصة بتساؤلات الدراسة الأول والثاني:

نص السؤال الأول على أنه "ما مدركات الأخصائيين الاجتماعيين في المدارس الدولية بدولة الإمارات العربية المتحدة نحو تأثيرات تعرض المراهقين

إلى عوامل وقائية داخل المدرسة والأسرة، مثل قواعد الانضباط السلوكي، أو لوائح استخدام الأجهزة، أو إشراف الوالدين، هذا وقد اختلفت هذه النتيجة مع ما أشارت إليه دراسة محبي 2025م، والتي أوضحت أن ارتباط الطلبة بمنصات التواصل الاجتماعي يرتبط ارتباطاً سلبياً بالنواحي الأكاديمية للطلاب سواء من ناحية التوجه نحو المذاكرة، أو من ناحية معدلات حضور الطلبة للمحاضرات. (Mohebi, 2025)

جدول 7: يوضح المتوسطات الحسابية المرجحة والانحرافات " تأثيرات تعرض المراهقين لمؤثري وسائل التواصل الاجتماعي " والعبارات الدالة عليها (n=70)

الأبعاد الفرعية	العبارات	المتوسط المرجح	الانحراف المعياري	الترتيب	مستوي الأداء المهني
نمط التسوق	الطلاب يشاهدون أو يستمعون إلى محتوى إعلامي يوصي به المشاهير المفضل لديهم.	4.3286	.71670	2	مرتفع
	الطلاب يظهرون دعماً للقضايا الاجتماعية التي يشارك فيها المشاهير.	3.8143	.72817	4	متوسط
	الطلاب يشترون منتجات أو خدمات يروج لها المشاهير المفضل لديهم.	4.0857	.81192	3	متوسط
	الطلاب يعبرون عن رغبتهم في الحصول على علاقات تشبه تلك التي لدى المشاهير.	3.5143	.79387	5	متوسط
	الطلاب يستخدمون الميمات أو اللغة الإنترنتية الشائعة بين المشاهير.	4.6000	.64606	1	مرتفع
	الدرجة الكلية	4.1571	.62868	الأولى	متوسط
التأثير على الهوية	الطلاب يرتدون أقماع ملابس تشبه تلك التي يرتديها المشاهير بشكل متكرر.	4.3429	.69960	1	مرتفع
	الطلاب يغترون تسريحات شعرهم لتكون مشابهة لتسريحات المشاهير المفضل لديهم.	3.81429	.803847	4	متوسط
	الطلاب يعبرون عن رغبتهم في متابعة مهنة مشابهة لتلك التي يمارسها المشاهير.	3.8857	.82608	3	متوسط
	الطلاب يمارسون روتينيات رياضية أو لياقة بدنية مستوحاة من المشاهير.	4.0286	.72174	2	متوسط
	الطلاب يحصلون على وشم أو ثقب في الجلد مستوحى من المشاهير.	3.3429	.73987	5	متوسط
	الدرجة الكلية	4.0714	.55355	الثانية	متوسط
التأثير على السلوكيات	الطلاب يبدأون هوايات أو أنشطة جديدة لأن المشاهير يمارسونها.	4.0143	.75167	1	متوسط
	الطلاب يتبعون خطط غذائية أو عادات أكل يروج لها المشاهير.	3.9286	.82218	2	متوسط
	الطلاب يمارسون سلوكيات مخفوفة بالمخاطر تشبه تلك التي يقوم بها المشاهير.	3.7143	.76410	4	متوسط
	الطلاب يتأثرون بالمشاهير لممارسة سلوكيات غير مرغوب فيها من قبل الوالدين أو المعلمين.	3.5857	.78929	5	متوسط
	اظهر الطلاب سلوكيات عنيفة بسبب متابعتهم للمشاهير	3.2429	.93925	6	متوسط
	يظهر الطلاب علامات مشاكل الصحة العقلية بسبب تأثير المؤثرين.	3.9000	.81915	3	متوسط

الأبعاد الفرعية	العبارات	المتوسط المزج	الانحراف المعياري	الترتيب	مستوي الأداء المهني
	الدرجة الكلية	3.7429	.66345	الثالثة	متوسط
الأداء الأكاديمي	الطلاب يختارون مواد دراسية استنادا إلى ما درس المشاهير المفضل لديهم.	2.8143	.90558	3	متوسط
	لاحظت انخفاض في المستوى الدراسي للطلاب من جراء متابعتهم للمشاهير	3.1714	.88418	1	متوسط
	يتبنى الطلاب الأيديولوجيات التي يروج لها المؤثرون المفضلون لديهم.	4.0143	.71207	2	متوسط
	الطلاب يظهرون دافعية عالية للأداء الأكاديمي بسبب تأكيد المشاهير على أهمية التعليم.	3.4286	.73369	4	متوسط
	الدرجة الكلية	3.3357	.55640	الرابعة	متوسط
الدرجة الكلية	تأثيرات تعرض المراهقين لمؤثري وسائل التواصل الاجتماعي	3.8500	.54739	متوسط	

4. أما في بعد التأثير على الهوية، فقد حصلت عبارة "الطلاب يريدون أنماط ملابس تشبه تلك التي يرتديها المشاهير بشكل متكرر" على أعلى متوسط حسابي بلغ (4.3429)، بما يشير إلى مستوى مرتفع جداً من التأثير.

5. وفي بعد التأثير على السلوكيات، جاءت عبارة "الطلاب يريدون هوايات أو أنشطة جديدة لأن المشاهير يمارسونها" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (4.0143)، وهو ما يشير إلى مستوى مرتفع، بينما جاءت عبارة "يظهر الطلاب علامات مشكلات الصحة العقلية بسبب تأثير المؤثرين" في المرتبة الثالثة بمتوسط بلغ (3.9000)، وهو ما يشير أيضاً إلى مستوى مرتفع.

6. أما في بعد الأداء الأكاديمي، فقد احتلت عبارة "لاحظت انخفاضاً في المستوى الدراسي للطلاب من جراء متابعتهم للمشاهير" المرتبة الأولى داخل البعد بمتوسط حسابي بلغ (3.1714)، بما يشير إلى مستوى متوسط، تلتها عبارة "يتبنى الطلاب الأيديولوجيات التي يروج لها المؤثرون المفضلون لديهم" بمتوسط حسابي بلغ (4.0143)، وهو ما يشير إلى مستوى مرتفع.

وتشير هذه النتائج بصورة عامة إلى أن التأثيرات المرتبطة بنمط الاستهلاك والهوية الشخصية تبدو أكثر وضوحاً من التأثيرات المرتبطة بالأداء الأكاديمي من وجهة نظر أفراد العينة، حيث تشير نتائج الدراسة إلى أن تعرض المراهقين للمؤثرين الرقميين يرتبط بمجموعة من التأثيرات التي تشمل أنماط الاستهلاك والهوية الشخصية والسلوكيات والأداء الأكاديمي، حيث جاء بعد نمط التسوق في المرتبة الأولى من حيث مستوى التأثير، يليه التأثير على الهوية، ثم

يوضح جدول (7) نتائج التحليل الإحصائي المتعلقة بمدركات المعلمين والأخصائيين الاجتماعيين نحو تأثيرات تعرض المراهقين للمؤثرين الرقميين عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

1. يتضح من بيانات الجدول أن المتوسط الحسابي الكلي لأبعاد تأثيرات تعرض المراهقين للمؤثرين الرقميين بلغ (3.8500)، وهو ما يشير إلى مستوى مرتفع من التأثير بوجه عام من وجهة نظر المعلمين والأخصائيين الاجتماعيين، وفقاً لمعيار تفسير المتوسطات الحسابية المعتمد في الدراسة.

2. وعلى مستوى الأبعاد الرئيسة، جاء بعد "نمط التسوق" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (4.1571) مشيراً إلى مستوى مرتفع، تلاه بعد "التأثير على الهوية" بمتوسط حسابي بلغ (4.0714) وبمستوى مرتفع أيضاً، ثم بعد "التأثير على السلوكيات" بمتوسط حسابي بلغ (3.7429) وبمستوى مرتفع، في حين جاء بعد "الأداء الأكاديمي" في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ (3.3357) مشيراً إلى مستوى متوسط.

3. وفيما يتعلق ببعد نمط التسوق، فقد جاءت العبارة "الطلاب يستخدمون الميمات أو اللغة الإنترنتية الشائعة بين المشاهير" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (4.6000)، وهو ما يشير إلى مستوى مرتفع جداً، بينما جاءت عبارة "الطلاب يشاهدون أو يستمعون إلى محتوى إعلامي يوصي به المشاهير المفضل لديهم" في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ (4.3286)، وهو ما يشير كذلك إلى مستوى مرتفع جداً.

قائمة على الثقة والتفاعل المستمر مع المتابعين قد تسهم في زيادة الوقت الذي يقضيه المراهقون في متابعة محتواهم، الأمر الذي قد ينعكس على جوانب مختلفة من حياتهم، بما فيها الأداء الأكاديمي. وتشير هذه النتائج مجتمعة إلى أهمية تعزيز الوعي الإعلامي والرقمي لدى المراهقين، وتفعيل أدوار الأسرة والمدرسة في تنمية التفكير النقدي تجاه المحتوى الذي يقدمه المؤثرون الرقميون.

عرض نتائج البيانات الخاصة بتساؤل الدراسة الثالث:

نص السؤال الثاني على أنه " ما الفرق بين مدركات الأخصائيين الاجتماعيين والمعلمين بشأن تأثيرات تعرض المراهقين للمؤثرين الرقميين وفقاً لمتغير الوظيفة (أخصائي اجتماعي - معلم)؟ وللإجابة عن هذا السؤال تم استخدام اختبار (ت) للعينات المستقلة، لإيجاد دلالة الفرق في درجة التصورات للأخصائيين الاجتماعيين بالمدارس الدولية في دولة الإمارات العربية المتحدة" نحو تأثيرات تعرض المراهقين لمؤثري وسائل التواصل الاجتماعي تبعاً لمتغير الوظيفة (أخصائي - معلم). وفيما يلي عرض مفصل للنتائج وتفسيرها.

جدول 8: نتائج اختبار (ت) لعينتين مستقلتين للكشف عن الفرق ذات الدلالة الإحصائية في تأثيرات تعرض المراهقين لمؤثري وسائل التواصل الاجتماعي تبعاً لمتغير الوظيفة (أخصائي / معلم). (ن = 70)

البعد	النوع	اختبار ليفين قيمة F	القيمة الاحتمالية	عدد العينة	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	درجات الحرية	القيمة الاحتمالية
البعد الأول: التأثير على الهوية	معلم	.004	.952	52	15.8077	2.01989	1.952	32	.060
	أخصائي			18	16.8333	1.88648			
البعد الثاني: التأثير على السلوكيات	معلم	.372	.544	52	21.5962	3.11391	3.417	28	.002*
	أخصائي			18	24.6667	3.34312			
البعد الثالث: الأداء الأكاديمي	معلم	1.401	.241	52	13.0962	1.77410	2.148	24	.042*
	أخصائي			18	14.3889	2.32983			
البعد الرابع: نمط التسوق	معلم	1.323	.254	52	20.1346	2.40122	1.439	37	.159
	أخصائي			18	20.9444	1.92422			
الدرجة الكلية	معلم	.000	.990	52	73.8846	8.16654	2.923	29	.007*
	أخصائي			18	80.4444	8.21922			

*دال عند مستوى 0.05

الجوانب النفسية والاجتماعية والسلوكية للطلبة، الأمر الذي قد يؤدي إلى اختلاف مستوى إدراك كل فئة لطبيعة التأثيرات المرتبطة بالمؤثرين الرقميين. ومن هذا المنطلق سعت الدراسة إلى اختبار ما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين الفئتين في تقدير هذه التأثيرات.

هذا وتشير بيانات جدول رقم (8) أن هناك فروقا دالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05)، بين متوسطات درجات عينة الدراسة في الدرجة الكلية

التأثير على السلوكيات، وأخيرا الأداء الأكاديمي. ويمكن تفسير ذلك في ضوء الطبيعة التجارية والرمزية التي يقوم عليها جزء كبير من محتوى المؤثرين الرقميين، والذي يركز على الترويج للمنتجات والخدمات وأنماط الحياة المختلفة، الأمر الذي يزيد من احتمالات تأثر المراهقين بالسلوكيات الاستهلاكية والرموز الثقافية المرتبطة بالمؤثرين.

وتتفق هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسة رضوان وآخرين (Radwan et al., 2021) التي أوضحت أن نسبة تتراوح بين 56% و74% من اليافعين قاموا بشراء منتجات أو خدمات نتيجة لتأثير مؤثر واحد على الأقل، بما يؤكد الدور الذي يمارسه المؤثرون في تشكيل السلوك الاستهلاكي للمراهقين. كما تتفق النتائج مع ما أشارت إليه دراسة ماكباي وآخرين (Mcbjay et al., 2024) بشأن قدرة المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي على التأثير في مواقف المراهقين وقيمهم واختياراتهم وأنشطتهم اليومية، بما في ذلك تبني هوايات أو اهتمامات جديدة مستوحاة من المحتوى الذي يقدمونه. وكذلك تتوافق النتائج مع ما توصلت إليه دراسة إنجل وآخرين (Engel et al., 2024) التي أكدت أن قدرة المؤثرين على بناء علاقات

تضمنت الدراسة مقارنة بين مدركات المعلمين والأخصائيين الاجتماعيين نحو تأثيرات تعرض المراهقين للمؤثرين الرقميين؛ نظرا لاختلاف الأدوار المهنية لكل منهما داخل البيئة المدرسية. فالمعلم يتفاعل بصورة مباشرة مع الطلبة في المواقف التعليمية ويراقب انعكاسات السلوك الرقمي على التحصيل الدراسي والمشاركة الصفية، في حين يتعامل الأخصائي الاجتماعي مع

استبيان، وكذلك اجراء مقابلات متعمقة مع (4) حالات من الطلبة عينة الدراسة والذين الذين تم التعامل معهم بسبب تأثير مؤثري شبكات التواصل الاجتماعي عليهم ممن تم تحويلهم الى الاختصاصي الاجتماعي بالمدرسة وفيما يلي عرض وتفسير النتائج:-

وعرض ومناقشة البيانات الكمية لهذا التساؤل:

تم الاعتماد على حساب المتوسطات الحسابية المرجحة وترتيب درجة الاستجابات المختلفة نحو تأثيرات متابعة المراهقين للمؤثرين عبر شبكات التواصل الاجتماعي. جدول (9) يوضح المتوسطات الحسابية المرجحة والانحرافات المعيارية، وترتيبها لكل عبارة من عبارات استبيان نحو تأثيرات متابعة المراهقين للمؤثرين عبر شبكات التواصل الاجتماعي وتحديد مستوى كل منها

جدول 9: المتوسطات الحسابية المرجحة والانحرافات المعيارية وترتيبها لكل عبارة من عبارات استبيان تأثيرات متابعة المراهقين لمؤثري وسائل التواصل الاجتماعي (ن=77)

العبارة	المتوسط المرجح	الانحراف المعياري	الترتيب	مستوي التحقق
أقوم بتقليد أسلوب و عبارات المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي الذين أتابعهم.	2.2208	.92656	5	منخفض
أقضي وقتاً أقل مع صائقي وأصدقائي بسبب الوقت الذي أقضيه على وسائل التواصل الاجتماعي.	1.7922	.86356	9	منخفض جداً
أشعر أن المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي هم قذوة في طريقة تفكيرهم وتفاعلهم مع الآخرين.	2.1558	.88948	7	منخفض
أشعر أن المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي لديهم تأثير سلبي على صحتي العقلية.	1.9481	.98537	8	منخفض
إن متابعة المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي دفعتني إلى تغيير بعض القيم أو العادات التي كنت ألتزم بها.	2.1818	1.06038	6	منخفض
أشعر بوجود عوارق بين قيم صائقي ومحتوى وما يروج له بعض المؤثرين الذين أتابعهم.	1.6623	.89752	11	منخفض جداً
لقد ألهمني المؤثرون على وسائل التواصل الاجتماعي لاني قيمة إيجابية أو الانحراف في نشاط مفيد لم أكن مهتماً به سابقاً، مثل التطوع أو دعم قضية اجتماعية أو بيئية.	2.5974	.99021	1	منخفض
أشعر بالقلق أو التوتر إذا لم أتحقق من أحدث منشورات المؤثر المفضل لدي لفترة طويلة (عدة ساعات أو يوم واحد).	1.3766	.72618	13	منخفض جداً
مقارنة نفسي بالمؤثرين الذين أتابعهم يجعلني غير راضية عن مظهري أو أسلوب حياتي.	1.7273	.95472	10	منخفض جداً
إن مشاهدة منشورات المؤثرين المفضلين لدي يمس مزاجي ويغني شعوري بالسعادة والتحفيز.	2.5065	.95454	2	منخفض
إن متابعة المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي يعرف اتبعني عن دراستي ويجعل من الصعب علي التركيز على واجباتي.	2.2987	1.02681	4	منخفض
ألهمني المؤثرون على وسائل التواصل الاجتماعي لتغيير عاداتي الغذائية وروتين التمرين.	2.3636	1.12284	3	منخفض
أشعر مع والدتي كثيرًا بسبب متابعتي لبعض المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي.	1.1818	.60104	14	منخفض جداً
أنفق مبلغًا كبيرًا من المال على الاتفاقيات والمنتجات التي يروج لها المؤثرون.	1.5325	.78781	12	منخفض جداً
الاستجابة ككل	1.968	1.3012		

إيجابية أو الانحراف في نشاط مفيد لم أكن مهتماً به سابقاً، مثل التطوع أو دعم قضية اجتماعية أو بيئية" في المرتبة الاولى من منظور أفراد العينة بمتوسط مرجح (2.5974) وانحراف معياري (.99021)، ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن عينة الدراسة يتذكرون أمثلة للمحتوى الإيجابي للمؤثرين أكثر من السلبي، وهو نافذة يمكن استثمارها تربوياً داخل المدارس.

وبشكل عام أظهرت نتائج هذه الجدول التأثير الضعيف لمتابعة المراهقين للمؤثر الاجتماعي، وربما كذلك لعدم وعي الطلبة لتلك التأثيرات او

تأثيرات تعرض المراهقين لمؤثري وسائل التواصل الاجتماعي تعزى للوظيفة؛ وأيضاً في بعدي (التأثير على السلوكيات، الأداء الأكاديمي) لأن القيمة الاحتمالية لتساوي المتوسطات أقل من النسبة الاحتمالية (5 %)، وكانت الفروق لصالح الأخصائيين، وذلك يرجع إلى طبيعة عمل الأخصائيين في التعامل مع المشكلات التي تواجه الطالب، حيث انهم مدربون على رصد الأبعاد النفسية والسلوكية للطلبة وذلك بهدف تقدير كيف يمكن لهذه الابعاد التأثير في السلوك والأداء الدراسي.

نتائج السؤال الرابع ومناقشتها:

نص السؤال الرابع للدراسة على أنه "ما مدركات طلبة المدارس الدولية في دولة الإمارات العربية المتحدة نحو تأثيرات تعرضهم للمؤثرين الرقميين عبر وسائل التواصل الاجتماعي؟" ولإجابة عن هذا السؤال تم تطبيق استمارة

تشير النتائج بجدول (9) إلى أن تأثيرات متابعة المراهقين للمؤثرين عبر شبكات التواصل الاجتماعي تتحقق بشكل منخفض بمتوسط مرجح (1.968) وانحراف معياري (1.3012) وهذا يعني ان الغالبية من عينة الدراسة من الطلبة لا تشعر بان متابعة المؤثرين تغير من سلوكهم او من قيمهم بشكل جوهري، ولعل هذا يعود الى وجود مجموعة من الضوابط المدرسية او الاسرية التي تحد من التعرض غير المنضبط لتأثيرات المؤثرين. وجاءت العبارة السابعة " لقد ألهمني المؤثرون على وسائل التواصل الاجتماعي لتبني قيمة

الأمر وتشجيعهم على خوض حوار داعم مع أبنائهم بالتنسيق مع التوصيات المقدمة من المدرسة. عند الحاجة، يتم إحالة الطالب إلى جلسات دعم نفسي إضافية، أو خدمات علاجية متخصصة بالتعاون مع جهات خارجية. للحالات المصنفة عالية الخطورة، يوفر النظام ميزة "الرصد الحي"، مما يمكن الفريق المختص من مراقبة النشاط الإلكتروني بشكل لحظي واتخاذ التدخلات الوقائية المناسبة فوراً.

بذلك، يوظف نظام لايتسبيد ليس فقط كأداة تصفية للمحتوى، بل كنظام نشط للدعم المبكر والتدخل السريع، مساهماً في بناء بيئة إلكترونية آمنة وتعزيز المرونة النفسية للطلاب.

وفي سياق هذه الدراسة، تم استخدام نظام "لايت سبيد" (Lightspeed) بطريقتين رئيسيتين:

- تم الاستعانة به لرصد عدد المرات وعدد المستخدمين الذين قاموا بالبحث عن بعض الشخصيات المؤثرة على وسائل التواصل الاجتماعي، والمعروفين بتأثيرهم السلبي على المجتمعات الإلكترونية. وقد تم اتباع خطوات منهجية دقيقة لاسترجاع وتحليل هذه البيانات.
- بعد استرجاع النتائج، تم إضافة أسماء المؤثرين المعروفين بتأثيرهم السلبي إلى قائمة الخطر، مما أدى إلى منع الطلاب من الوصول إلى محتوهم سواء أثناء وجودهم في المدرسة أو خارجها.
- تم إطلاق حملات توعية موجهة داخل المدرسة، بهدف زيادة وعي الطلاب بتأثير هؤلاء المؤثرين السلبي. وقد لاقت هذه المبادرة دعماً من المجتمع الأسري، حيث تم تنظيم محاضرات مخصصة لأولياء الأمور لرفع مستوى وعيهم حول كيفية استهلاك أبنائهم محتوى وسائل التواصل الاجتماعي، خاصة أن معظم أولياء الأمور لم يكونوا على دراية بمخاطر هؤلاء المؤثرين ومدى تأثيرهم. وقد أسهم هذا النهج الاستباقي في تحسين آليات الكشف المبكر عن المخاطر والتأثيرات المترتبة على متابعة المؤثرين عبر شبكات التواصل الاجتماعي والحد منها بشكل فعال.

الخطوات التي اتبعتها الباحثة لاسترجاع النتائج:

- من لوحة التحكم الرئيسية في نظام Lightspeed، انتقلنا إلى "التقارير" > "عمليات البحث".
- اختارنا نطاقاً زمنياً مخصصاً يغطي آخر 90 يوماً (من 12 ديسمبر 2024 حتى 12 مارس 2025).
- في خانة البحث، قاما بالبحث عن المصطلحات التالية: Facebook، Instagram، Snapchat، TikTok، Andrew Tate، Sophie Rain، Ice، P. Diddy، iShowSpeed، Kai Cenat، Spice، Kanye West، Kylie Jenner، Ronaldo، Messi، Taylor Swift، و Elon Musk.

اعتقادهم ان هذا ليس تأثير يذكر، وهذا ما اتفق مع ما جاءت به نتائج دراسة العلالي والنجار 2020م، والتي بحثت في مدى تفاعل طلاب المرحلة الثانوية مع التكنولوجيا أثناء وجودهم خارج المدرسة، أوضحت نتائج هذه الدراسة أن طلاب المدارس الدولية عادة ما يكون لديهم مستوى أعلى من الكفاءة الإعلامية، ما يقلص آثار المقارنة الاجتماعية والضغط الاستهلاكية (Alaleeli, S., & Alnajjar, 2020).

نتائج السؤال الخامس ومناقشتها

نص السؤال الخامس على أنه "ما مدركات المشاركين حول إسهام أنظمة تصفية المحتوى المدعومة بالذكاء الاصطناعي في الحد من التأثيرات السلبية المرتبطة بتعرض المراهقين للمؤثرين الرقميين؟

هذا وتجدر الإشارة ان هذه الدراسة تلقي الضوء على أحد أنظمة تصفية المحتوى المدعومة بالذكاء الاصطناعي دولية في دولة الإمارات العربية المتحدة. (المجال المكاني للدراسة) ويطلق على هذا النظام مسمى نظام لايتسبيد (Lightspeed)، هذا ويتم استخدام هذا البرنامج بهدف تعزيز السلامة الرقمية، وفيما يلي شرح وتفسير هذا البرنامج:

نظرة عامة على برنامج Lightspeed Filter

يعدّ Lightspeed Filter برنامجاً لترشيح ومراقبة الويب، مصمماً خصيصاً للمدارس بهدف ضمان نشاط آمن ومناسب عبر الإنترنت على أجهزة الطلاب. يساهم البرنامج في حجب المحتوى غير اللائق، ومراقبة نشاط الطلاب، وإصدار تنبيهات في حالة السلوكيات المثيرة للقلق، مع الالتزام بالمعايير التعليمية مثل قانون حماية الإنترنت للأطفال (CIPA)

ما المشكلات التي يكتشفها برنامج Lightspeed Filter

في إطار جهود المدرسة لتعزيز السلامة الرقمية والصحة النفسية، تم إضافة نظام لايتسبيد على جميع أجهزة الآيباد الخاصة بالطلاب، ويعمل برنامج لايتسبيد كنظام متكامل للحماية والمراقبة، حيث يسمح برصد الأنشطة الإلكترونية للطلاب في الوقت الفعلي، مع إصدار تنبيهات فورية عند رصد محاولات للوصول إلى مواد خطيرة مثل:

- المحتوى العنيف،
- الأيديولوجيات المتطرفة،
- المواد الإباحية،
- موضوعات إيذاء النفس والانتحار.

وتشمل التنبيهات التي يصدرها النظام معلومات دقيقة: تاريخ ووقت النشاط، الكلمات المفتاحية أو الروابط المستخدمة، المنصة التي تمت عبرها المحاولة، وصورة مصغرة للمحتوى المتصفح.

فور صدور التنبيه، يتواصل فريق حماية الطفل بالمدرسة مع الطالب لإجراء مقابلة أولية لفهم السياق وتقييم درجة الخطورة. يتم بعد ذلك إخطار أولياء

نتائج البحث: في برنامج Lightspeed

شكل 3: استخدام برنامج Lightspeed لرصد النشاط الإلكتروني للطلبة المصنفين ضمن الخطوة العالية:

Search term	Searches	Users
whowasid	7	2
whowasid prime	5	1
did whowasid win a battle	4	1
whowasid 3rd grade photo	4	1
whowasid	3	1
il see a and whowasid	3	1
did whowasid retire	2	1
whowasid on reddit	2	1
whowasid beefy link	2	1
whowasid big fan	2	1
whowasid eating food chicken	2	1
whowasid kylo pence lip challenge	2	1

تم استخدام نظام "لايت سبيد" لرصد النشاط الإلكتروني للطلاب المصنفين ضمن فئة الطلاب ذوي الخطورة العالية بسبب وجود تاريخ سابق من المشكلات النفسية. كان الهدف من هذا الرصد هو الكشف المبكر عن أي تعرض لمحتوى غير لائق أو مثير للمشاعر السلبية، مما يسمح بالتدخل السريع عند الحاجة. عقب اكتشاف أي نشاط مثير للقلق، تم اتخاذ الإجراءات اللازمة، حيث تم التواصل مع الطلاب وأولياء أمورهم، وتم وضع خطط دعم مناسبة لكل حالة لضمان توفير بيئة آمنة وداعمة للطلاب.

من خلال هذين الاستخدامين، أثبت نظام "لايت سبيد" فعاليته كأداة ذكية حيوية في حماية الطلاب من التأثيرات السلبية لبعض الشخصيات المؤثرة على وسائل التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى تمكين الكشف المبكر والتدخل الفوري، وهو ما قد يساهم، في بعض الحالات، في إنقاذ الأرواح.

توصيات الدراسة

أشارت بيانات الدراسة الحالية إلى إمكانية دمج الذكاء الاصطناعي في آليات الحماية والدعم النفسي داخل المدارس كخطوة مبتكرة تتيح استباق المشكلات، وتقديم تدخلات مبكرة ومخصصة لكل طالب، مما يعزز من سلامة الطلاب النفسية والاجتماعية على نحو ملموس، ومن هذا المنطلق تظهر أهمية توظيف الذكاء الاصطناعي في التعامل مع مخاطر التعرض لمؤثرات شبكات التواصل الاجتماعي، حيث توفر أنظمة الذكاء الاصطناعي منظومة وقائية وتنموية، وذلك للقدرة على رصد الإشارات التحذيرية المبكرة والتي تساعد في اكتشاف المحتوى الذي يتعرض لها الطلاب وفيما يلي مجموعة من التوصيات التي قد تساعد في تعزيز استخدام تلك التقنيات في المدارس الخليجية:

- الحاجة إلى إنشاء نظام إنذار مبكر ذكية بالمدارس وتقوم تلك الأنظمة على تحليلات التعلم والسلوك، ويتم دمجها ببيانات الحضور، الدرجات الأكاديمية، سلوكيات الطالب، البلاغات المتعلقة بحماية الطفل لاكتشاف الأنماط الدقيقة باستخدام خوارزميات التعلم الآلي، والحرص على ربط تلك النبهات بفرق العمل من الاختصاصيين الاجتماعيين والنفسيين والمعلمين وقادة الصفوف داخل المدرسة. وهنا يظهر دور الذكاء الاصطناعي كأداة حيوية تقوم بدمج هذه البيانات المتعددة

جدول 10: استخدام برنامج Lightspeed لرصد النشاط الإلكتروني للطلبة بالمدرسة:

م	عدد الدخول / البحث	الموقع	اعداد المستخدمين
1	13,459 عملية بحث	Facebook	1,374 مستخدماً
2	129 عملية بحث	Instagram	103 مستخدمين
3	1,206 عملية بحث	Snapchat	416 مستخدماً
4	153 عملية بحث	TikTok	114 مستخدماً
5	2,211 عملية بحث	YouTube مقاطع الفيديو التعليمية	584 مستخدماً
6	667 عملية بحث	YouTube مقاطع الفيديو غير التعليمية	316 مستخدماً
7	9 عمليات بحث	Andrew Tate	5 مستخدمين
8	23 عملية بحث	Sophie Rain	9 مستخدمين
9	30 عملية بحث	Ice Spice	20 مستخدماً
10	16 عملية بحث	Kai Cenat	8 مستخدمين
11	43 عملية بحث	iShowSpeed	18 مستخدماً
12	14 عملية بحث	P. Diddy	5 مستخدمين
13	33 عملية بحث	Kanye West	21 مستخدماً
14	8 عمليات بحث	Kylie Jenner	5 مستخدمين
15	339 عملية بحث	Ronaldo	112 مستخدماً
16	246 عملية بحث	Messi	81 مستخدماً
17	192 عملية بحث	Elon Musk	69 مستخدماً
18	300 عملية بحث	Taylor Swift	76 مستخدماً

مناقشة ختامية ومقترحات للبحوث المستقبلية:

سعت الدراسة الحالية إلى استكشاف إسهام أنظمة تصفية المحتوى المدعومة بالذكاء الاصطناعي في الحد من تأثير المؤثرين الرقميين على سلوكيات المراهقين في المدارس الدولية بدولة الإمارات العربية المتحدة. وقد أظهرت النتائج أن تأثير المؤثرين الرقميين لا يقتصر على جانب واحد من حياة المراهقين، بل يمتد ليشمل أنماط الاستهلاك والهوية الشخصية وبعض السلوكيات الاجتماعية والأداء الأكاديمي بدرجات متفاوتة. وتنسجم هذه النتائج مع الطروحات النظرية التي تؤكد قدرة المؤثرين الرقميين على تشكيل الاتجاهات والقيم والسلوكيات من خلال التفاعل المستمر والعلاقات شبه الاجتماعية التي تنشأ بينهم وبين المتابعين.

كما كشفت الدراسة عن إدراك أفراد العينة لأهمية أنظمة تصفية المحتوى المدعومة بالذكاء الاصطناعي بوصفها إحدى الآليات التقنية التي يمكن أن تسهم في تعزيز الحماية الرقمية داخل البيئة المدرسية والحد من التعرض لبعض أشكال المحتوى غير الملائم المرتبط بالمؤثرين الرقميين. وفي هذا السياق، تقدم الدراسة إضافة علمية للأدبيات العربية من خلال تناول موضوع لا يزال محدود الحضور في البحوث العربية، يتمثل في الربط بين الحماية الرقمية للمراهقين واستخدام أنظمة تصفية المحتوى المدعومة بالذكاء الاصطناعي داخل المؤسسات التعليمية.

وعلى الرغم من أهمية النتائج التي توصلت إليها الدراسة، فإنها تخضع لعدد من المحددات المنهجية التي ينبغي أخذها في الاعتبار عند تفسير النتائج، من أبرزها الاعتماد على عينة ميسرة، واقتصار الدراسة على مدرسة دولية واحدة بالنسبة لعينة الطلاب، وصغر حجم عينة الأخصائيين الاجتماعيين مقارنة بعينة المعلمين، الأمر الذي قد يحد من إمكانية تعميم النتائج على جميع المدارس أو الفئات العمرية الأخرى. ومن ثم توصي الدراسة بإجراء بحوث مستقبلية على عينات أكبر وأكثر تنوعاً، تشمل المدارس الحكومية والخاصة والدولية، إلى جانب دراسة فاعلية أنواع مختلفة من تقنيات الحماية الرقمية في البيئات التعليمية العربية.

وخلاصة القول، تؤكد نتائج الدراسة أن التعامل مع التأثيرات المتزايدة للمؤثرين الرقميين على المراهقين لا ينبغي أن يقتصر على التوعية التقليدية أو الرقابة الأسرية فقط، بل يتطلب تبني مقاربة متكاملة تجمع بين التربية الإعلامية والرقمية، والدعم المؤسسي، وتوظيف أنظمة تصفية المحتوى المدعومة بالذكاء الاصطناعي، بما يساهم في بناء بيئة رقمية أكثر أماناً للمراهقين في المجتمع العربي.

الدعم المالي

لم يحصل الباحثون على أي دعم مالي موجه من أي مؤسسة سواء كانت رسمية أو غير رسمية لإجراء هذا البحث.

وتحليلها بصورة شاملة، بحيث يتمكن النظام من اكتشاف أنماط دقيقة قد يغفلها البشر، مثل تكرار الحوادث الطفيفة التي قد تكون مؤشراً على مشاكل أعمق في المستقبل، وعند رصد هذه الأنماط، يمكن للذكاء الاصطناعي إرسال تنبيهات مبكرة إلى أعضاء فريق الحماية أو الإرشاد الطلابي، مما يسمح بالتدخل السريع قبل تفاقم المشكلات.

- الحاجة إلى توفير روبوتات دعم نفسي (Mental-AI Bots)، بكونه تطبيقات للدراسة المدعومة بالذكاء الاصطناعي. تستخدم هذه الروبوتات تقنيات معالجة اللغة الطبيعية لفهم مشاعر الطلاب وتقديم الدعم المناسب لهم. تتيح هذه الأنظمة للطلاب الحديث بشكل مجهول عن ضغوطاتهم النفسية، أو مشاعر الوحدة، أو التحديات المتعلقة بالصحة النفسية، دون الحاجة إلى الإفصاح عن هويتهم أو مواجهة الوصمة الاجتماعية المرتبطة بطلب المساعدة. وفي حال ظهور مؤشرات خطيرة خلال المحادثة، تقوم هذه الأنظمة تلقائياً بإحالة الحالة إلى أخصائيين بشريين مختصين للتعامل مع الوضع بشكل مناسب. وتبرز هذه التقنية فائدتين أساسيتين:

- كونها خدمة مجهولة وغير قائمة على إصدار الأحكام، مما يسهل على الطلاب الإفصاح عن مشاعرهم، خاصة أولئك الذين يشعرون بالحرج أو الخوف من اللجوء المباشر إلى موظفي المدرسة.

- توفير قناة دعم مستمرة حتى خلال فترات الإجازات الطويلة، مثل العطلة الصيفية، حيث قد لا يكون هناك موظفون متاحون لتقديم المساندة الفورية، مما يضمن استمرار الدعم النفسي دون انقطاع.

- ينبغي إجراء شراكات مع المؤثرين الإيجابيين ويمكن الحصول عليهم من خلال أنظمة خوارزميات الفرز الدلالي في تحليل معنوي لمسح المؤثرين واختيار منخفضي المخاطر لدعوتهم في التعامل مع التحديات والقضايا المدرسية، فقد أظهرت بيانات الدراسة أن بعض الطلبة يقومون بتنفيذ بعض السلوكيات الإيجابية التي نوه عنها أحد المؤثرين.

- الدعوة إلى إنشاء مرصد وطني للتأثير الرقمي وسلامة المراهقين، حيث يتبنى ذلك المرصد برنامجاً بحثياً متكاملًا حول أثر مؤثري وسائل التواصل الاجتماعي، يتم من خلاله إجراء العديد من الدراسات والبحوث المعنية بمخاطر وتأثيرات مؤثري وسائل التواصل الاجتماعي.

- تعزيز التشبيك والشراكات العلمية بين الأقسام العلمية داخل الجامعات والمراكز البحثية في دول مجلس التعاون الخليجي، وبين المراكز الدولية بغرض توحيد الجهود البحثية المعنية بتأثيرات متابعة المراهقين لمؤثري شبكات التواصل الاجتماعي

الإفصاح والتصريحات

تضارب المصالح: ليس لدى المؤلفان أي مصالح مالية أو غير مالية ذات صلة للكشف عنها. المؤلفون يعلنون عن عدم وجود أي تضارب في المصالح.

الوصول المفتوح: هذه المقالة مرخصة بموجب ترخيص إسناد الإبداع التشاركي غير تجاري 4.0 الدولي (CC BY- NC 4.0)، الذي يسمح بالاستخدام والمشاركة والتعديل والتوزيع وإعادة الإنتاج بأي وسيلة أو تنسيق، طالما أنك تمنح الاعتماد المناسب للمؤلف (المؤلفين) الأصليين. والمصدر، قم بتوفير رابط لترخيص المشاع الإبداعي، ووضح ما إذا تم إجراء تغييرات. يتم تضمين الصور أو المواد الأخرى التابعة لجهات خارجية في هذه المقالة في ترخيص المشاع الإبداعي الخاص بالمقالة، إلا إذا تمت الإشارة إلى خلاف ذلك في جزء المواد. إذا لم يتم تضمين المادة في ترخيص المشاع الإبداعي الخاص بالمقال وكان الاستخدام المقصود غير مسموح به بموجب اللوائح القانونية أو يتجاوز الاستخدام المسموح به، فسوف تحتاج إلى الحصول على إذن مباشر من صاحب حقوق الطبع والنشر. لعرض نسخة من هذا الترخيص، قم بزيارة

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0>

References

- Aw, E. C. X., & Chuah, S. H. W. (2021). Stop the unattainable ideal for an ordinary me! Fostering parasocial relationships with social media influences: the role of self-discrepancy. *Journal of Business Research*, 132, 146–157.
- Bennett-Poynter, L., Kundurthi, S., Besa, R., Joyce, D. W., Kormilitzin, A., Shen, N., Sunwoo, J., Szkudlarek, P., Sequiera, L., & Sikstrom, L. (2025). Harnessing digital health data for suicide prevention and care: A rapid review. *Digital health*, 11, 20552076241308615. <https://doi.org/10.1177/20552076241308615>
- Bernert, R. A., Hilberg, A. M., Melia, R., Kim, J. P., Shah, N. H., & Abnoui, F. (2020). Artificial Intelligence and Suicide Prevention: A Systematic Review of Machine Learning Investigations. *International journal of environmental research and public health*, 17(16), 5929. <https://doi.org/10.3390/ijerph17165929>
- Bocci Benucci, S.; Fioravanti, G.; Silvestro, V.; Spinelli, M.C.; Brogioni, G.; Casalini, A.; Allegrini, L.; Altomare, A.I.; Castellini, G.; Ricca, V.; et al. (2024). The Impact of Following Instagram Influencers on Women's Body Dissatisfaction and Eating Disorder Symptoms. *Nutrients*, 16, 2730. <https://doi.org/10.3390/nu16162730>.
- Boerman, S.C., 2020. The effects of the standardized instagram disclosure for micro- and meso-influencers. *Comput. Hum. Behav.* 103, 199–207. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.09.015>.
- Sinaga, J. A., Sitohang, S. ., Pardede, F. O. I. ., Sitorus, E. ., Sidabutar, R. ., Tobing, M. T. ., Sinaga, Y. K. ., Herman, H., Panggabean, E. S. ., & Sinaga, D. Y. . (2025). A Socialization of the Impact on Artificial Intelligence (AI) in Overcoming Bullying for Children at School. *Journal Of Human And Education (JAHE)*, 5(1), 172–177. <https://doi.org/10.31004/jh.v5i1.2182>
- De Graaff, A. M., Habashneh, R., Fanatseh, S., Keyan, D., Akhtar, A., Abualhajja, A., Faroun, M., Aqel, I. S., Dardas, L., Servili, C., van Ommeren, M., Bryant, R., & Carswell, K. (2025). Evaluation of a Guided Chatbot Intervention for Young People in Jordan: Feasibility Randomized Controlled Trial. *JMIR mental health*, 12, e63515. <https://doi.org/10.2196/63515>
- Duyilemi, F. (2025). Artificial intelligence as a tool in suicide prevention amongst Inuits of Canada: A systematic review. *African Journal of Health, Nursing and Midwifery*, 8(1), 21–33. <https://doi.org/10.52589/AJHNM-IZQ6FNWU>
- Ekinici, Y., Dam, S., & Buckle, G. (2025). The dark side of social media influencers: A research agenda for analysing deceptive practices and regulatory challenges. *Psychology & Marketing*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1002/mar.22173>.
- Engel, E., Gell, S., Heiss, R., & Karsay, K. (2024). Social media influencers and adolescents' health: A scoping review of the research field. *Social Science & Medicine*, 340, 116387. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2023.116387>.
- European Union. (2024). Regulation (EU) 2024/1689 of the European Parliament and of the Council of 13 March 2024 on harmonised rules on artificial intelligence (Artificial Intelligence Act) and amending certain Union legislative acts. *Official Journal of the European Union*, L 1689/1–184. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32024R1689>.
- Farivar, S., Wang, F. and Turel, O. (2024), Unraveling threats in parasocial relationships: a study on social media influencers, *Internet Research*, Vol. ahead-of-print No. ahead-
- Abdelmoteleb, S., Ghallab, M., & IsHak, W. W. (2025). Evaluating the ability of artificial intelligence to predict suicide: A systematic review of reviews. *Journal of Affective Disorders*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1016/j.jad.2025.04.078>
- Akdim, K., Casaló, L. V., & Flavián, C. (2022). The role of utilitarian and hedonic aspects in the continuance intention to use social mobile apps. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 66, 102888. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102888>.
- Alaleeli, S., & Alnajjar, A. (2020). The Arab digital generation's engagement with technology: The case of high school students in the UAE. *Journal of Technology and Science Education*, 10(1), 159–178. <https://doi.org/10.3926/jotse.756>
- Al-Ansi, A. M., Hazaimah, M., Hendi, A., Al-Hrinat, J., & Adwan, G. (2023). How do social media influencers change adolescents' behavior? An evidence from Middle East Countries. *Heliyon*, 9(5), e15983. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e15983>.
- Alexander, G. (2024). Role of Social Media Influencers in Shaping Public Opinion and Consumer Behavior in Greece. *International Journal of Communication and Public Relation*, 9(1), 13 – 26. <https://doi.org/10.47604/ijcpr.2269>.
- Alves de Castro C (2023) Thematic analysis in social media influencers: who are they following and why? *Fortune. Commun.* 8:1217684. doi: 10.3389/fcomm.2023.1217684.
- Arora, A., Bansal, S., Kandpal, C., Aswani, R., & Dwivedi, Y.K. (2019). Measuring social media influencer insights from facebook, Twitter and Instagram. *Journal of Retailing and Consumer Services* 49 (2019) 86–101.

- Jaroslava Kaňková, Alice Binder & Jörg Matthes (11 Sep 2024): Health-Related Communication of Social Media Influencers: A Scoping Review, Health Communication, DOI: 10.1080/10410236.2024.2397268.
- Kaňková, J., Binder, A., & Matthes, J. (2024). Helpful or harmful? Navigating the impact of social media influencers' health advice: insights from health expert content creators. *BMC public health*, 24(1), 3511. <https://doi.org/10.1186/s12889-024-21095-3>.
- Kavic, M. S., & Lanzaforame, R. J. (2024). Artificial intelligence and scientific publication. **JSLs: Journal of the Society of Laparoscopic & Robotic Surgeons*, 28*(1), e2024.00006. <https://doi.org/10.4293/JSLs.2024.00006>.
- Kostygina, G., Tran, H., Binns, S., Szczypka, G., Emery, S., Vallone, D., Hair, E., (2020). Boosting health campaign reach and engagement through the use of social media influencers and memes. *Social Media and Society* 6 (2). <https://doi.org/10.11772056305120912475>.
- Lajnef, K. (2023). The effect of social media influencers' on teenagers Behavior: an empirical study using cognitive map technique. *Current Psychology*. 42, 19364–19377. <https://doi.org/10.1007/s12144-023-04273-1>.
- Lee, A., & Chung, T. (2025). With great power comes great responsibility: The antecedents and outcomes of social media influencers perceived social responsibility authenticity. *Journal of Business Research*. *Journal of Business Research* 192 (2025) 115300. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2025.115300>.
- Lou C and Zhou X (2024) What else is new about social media influencers? Uncovering their relation and content strategies, and the downsides of being famous. *Fortune. Psychol.* 15:1437384. doi: 10.3389/fpsyg.2024.1437384.
- Mcbjay, H., Samartino, J. R., Torres, J. A., Francis, F., & Lazaro, B. L. (2024). The impact of influencers on adolescent behavior: Study of attitudes and decision-making. *International Journal of Advanced Multidisciplinary Research and Studies*, 4(6), 1156–1162. <https://doi.org/10.62225/2583049X.2024.4.6.3567>
- Misra, A., Dinh, T. D., & Ewe, S. Y. (2024). The more followers the better? The impact of food influencers on consumer behaviour in the social media context. *British Food Journal*, 126(12), 4018–4035. <https://doi.org/10.1108/BFJ-01-2024-0096>.
- Mohebi, L. (2025). Effects of Social Media Usage with Academic Performance of University Students: A Comparative Study of UAE and Pakistan. *Sustainable Perspectives in Business, Economics and Education: Theoretical and Empirical Approaches*.
- Munaro, A.C., Barcelos, R.H., & Maffezzoli, E.C. (2024). The impact of influences on sustainable consumption: A systematic literature review. *Sustainable Production and Consumption. Sustainable production and consumption* 52, 401-415. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2024.10.024>.
- Patel, M., Sanghvi, M., & Vidani, J. (2025). Unmasking the Influencers Impact of Social Media Personalities on Gen Z Buying Decisions. *International Journal of Sustainable Applied Sciences*. Vol. 3, No.1, 13-30. DOI: <https://doi.org/10.59890/ijssas.v3i1.147>.
- Powell, J., & Pring, T. (2023). The impact of social media influencers on health outcomes: Systematic review. *Social science & medicine*, 340, 116472.
- Prichard, I., Taylor, B., & Tiggemann, M. (2023). Comparing and self-objectifying: The effect of sexualized imagery posted by Instagram Influencers on women's body of-print. <https://doi.org/10.1108/INTR-01-2024-0075>.
- Gan, Y., Kuang, L., Xu, X. M., Ai, M., He, J. L., Wang, W., ... & Zhang, Q. (2025). Research on prediction model of adolescent suicide and self-injury behavior based on machine learning algorithm. *Frontiers in Psychiatry*, 15, 1521025.
- Golzar, J., Noor, S., & Tajik, O. (2022). Sampling method: Convenience sampling in descriptive research. *International Journal of Education & Language Studies*, 1(2), 72–77.
- Gupta, S., & Mahajan, R. (2019). Role of micro-influencers in affecting behavioural intentions. *International Journal of Recent Technology and Engineering*, 8(4S5), 189–192. <https://doi.org/10.35940/ijrte.D1045.1284S519>.
- Haghish, E. F. (2025). Differentiating adolescent suicidal and nonsuicidal self-harm with machine learning: Beyond suicidal intent and capability for suicide. *Journal of Affective Disorders*.
- Harff, D., Bollen, C., & Schmuck, D. (2022). Responses to social media health communication 1 influencers' misinformation about COVID-19: A pre-registered multiple-exposure experiment. *Media Psychology*, 25(6), 831–850. <https://doi.org/10.1080/15213269.2022.2080711>.
- Hendriks, H., Wilmsen, D., van Dalen, W., Gebhardt, W.A., (2020). Picture me drinking alcohol-related posts by Instagram influences popular among adolescents and young adults. *Front. Psychol.* 10 <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02991>
- Hudders, L., De Jans, S., De Veirman, M., (2021). The commercialization of social media stars: a literature review and conceptual framework on the strategic use of social media influences. *Int. J. Advert.* 40 (3), 327–375. <https://doi.org/10.108002650487.2020.1836925>.
- Husandani, R. A., Utari, P., & Rahmanto, A. N. (2025, March 14). Gen Z influence unleashed: The dynamic impact of social media influences consumer behavior in the digital era. In *Proceedings of MEDIACON 2024 International Conference: "Critical Vision—Mediatizing Populism and Authoritarianism"* (pp. 113–128). Petra Christian University. <https://proceeding-medi-con.petra.ac.id/index.php/med/article/view/10>.
- Influencer Marketing Hub. (2024, February 1). Influencer marketing market size worldwide from 2016 to 2024 (in billion U.S. dollars) [Graph]. In Statista. Retrieved April 24, 2025, from <https://www.statista.com/statistics/1092819/global-influencer-market-size/>
- Influencer Marketing Hub. (2025, January 30). Influencer marketing benchmark report 2025. Retrieved April 24, 2025, from <https://influencermarketinghub.com/influencer-marketing-benchmark-report/>
- Ibrahim, A. T. H., Saleh, E. F., Al Mamari, W. S., Elsherbiny, M. M. K., & Mustafa, M. M. (2023). Understanding the role of ChatGPT in social work: What we know and what we still need to discover. *Social issues*, 1(1), 5-13.
- Ibrahim, A. (2023). Perceptions of social work students at Sultan Qaboos University towards the use of artificial intelligence in professional interventions with clients. *College of Social Work Journal for Social Studies and Research*, 33(1), 49-86.
- Jaiswal, I., & Kumar, L. (2023). Social media influencers' impact on young women's acceptance of beauty standards. *International Journal of Research and Analytical Reviews*, 10(2), 597–614.

- Van der Bend, D.L.M., Jakstas, T., van Kleef, E., Shrewsbury, V.A., Bucher, T., (2022). Making sense of adolescent-targeted social media food marketing: a qualitative study of expert views on key definitions, priorities and challenges. *Appetite* 168, 105691. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2021.105691>.
- Vassey, J., Valente, T., Barker, J., Stanton, C., Li, D., Laestadius, L., Cruz, T.B., Unger, J.B., (2022). E-cigarette brands and social media influences on Instagram: social network analysis. *Tobac. Control.* <https://doi.org/10.1136/tobaccocontrol-2021-057053>.
- Vippa Dhingra, Sarika Keswani, Ramzan Sama & Mohamed Rafik Noor Mohamed Qureshi (2024) Social media influencers: a systematic review using PRISMA, *Cogent Business & Management*, 11:1, 2368100, DOI: 10.1080/23311975.2024.2368100
- Winstone, L., Mars, B., Haworth, C. M. A., & Kidger, J. (2022). Types of Social Media Use and Digital Stress in Early Adolescence. *The Journal of Early Adolescence*, 43(3), 294-319. <https://doi.org/10.1177/02724316221105560>.
- World Federation of Advertisers. (2025, March 27). More than half of multinational brands plan to boost influencer market spend. <https://www.wfanet.org/knowledge/item/2025/03/27/more-than-half-of-multinational-brands-plan-to-boost-influencer-market-spend>
- Wu, R. Y., Li, X. H., Li, Y. C., Ren, Z. H., Yang, B. X., Liu, Z. T., ... & Liu, C. L. (2025). The effect of social robot interventions on anxiety in children in clinical settings: a systematic review and meta-analysis. *Journal of Affective Disorders*.
- Xu, D., Liu, Y., Zeng, Y., & Liu, D. (2025). Virtual reality in adolescent mental health management under the new media communication environment. *Humanities and Social Sciences Communications*, 12(1), 1-13.
- Yu, X., Wang, L., Sun, P., Zhang, Y., & Chen, X. (2025). Using machine learning approach to predict suicide ideation and suicide attempts among Chinese adolescents: A cross-sectional study. *Journal of Affective Disorders*. <https://doi.org/10.1016/j.jad.2025.04.132>
- Zhang, Y., & Mac, L. (2023). Social media influencers: The formation and effects of affective factors during online interactions. *International Journal of Consumer Studies*. 47:1824–1837.
- image. *Body image*, 46, 347–355. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2023.07.002>.
- Qutteina, Y., Hallez, L., Mennes, N., De Backer, C., Smits, T., 2019. What do adolescents see on social media? A diary study of food marketing images on social media. *Front. Psychol.* 10, 2637. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02637>.
- Radwan, A. F., Mousa, S. A., Mohamed, M. M., & Youssef, E. Y. M. (2021). Impact of social media influencer marketing on youth purchase intentions in UAE. *Media Watch*, 12(3), 422–439. <https://doi.org/10.15655/mw/2021/v12i3/165405>
- Sadiq, T., Waheed, A., & Noor, Z. (2023). Examining the Impact of Social Media Make-Up Influencers on Millennials. *Global Digital & Print Media Review*, VI(II), 183–97. [https://doi.org/10.31703/gdpmr.2023\(VI-II\).12](https://doi.org/10.31703/gdpmr.2023(VI-II).12)
- Saputra, Y. M., Ali, E. Y., & Susilawati, D. (2025). UTILIZATION OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE (AI) TO DETECT ELEMENTS OF BULLYING IN THE SCHOOL AND CAMPUS ENVIRONMENT. *Journal Cakrawala Pendas*, 11(1), 33-43.
- Shamim, K., Azam, M., & Islam, T. (2024). How do social media influences induce the urge to buy impulsively? Social commerce context. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 77, 103621. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103621>.
- Sokolova, K., Perez, C., & Vessal, S.R. (2024). Using social media for health: How food influencers shape home-cooking intentions through vicarious experience. *Technological Forecasting and Social Change*. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2024.123462>.
- Strowger, M., Ayala Guzman, R., Geyer, R. B., Ward, R. M., & Braitman, A. L. (2024). Following social media influencers who share alcohol-related content is associated with college drinking. *Drug and alcohol review*, 43(1), 86–97. <https://doi.org/10.1111/dar.13694>.
- Suganya, R. V., & Bawa, S. A. (2024). Exploring the influence of social media influencers' credibility on consumer behavior: An empirical study. *ComFin Research*, 12(1), 82–92.
- Valenzuela-García, N., Maldonado-Guzmán, D. J., García-Pérez, A., & Del-Real, C. (2023). Too lucky to be a victim? An exploratory study of online harassment and hate messages faced by social media influencers. *European Journal of Criminal Policy and Research*, 29(3), 397–421. <https://doi.org/10.1007/s10610-023-09542-0>