

تصورات الشباب نحو أنماط العمل المستحدثة، وعلاقتها بالحراك الاجتماعي (المؤثرون على وسائل التواصل الاجتماعي نموذجًا)

د/ دعاء أحمد توفيق

أستاذ علم الاجتماع المساعد

كلية التربية - جامعة عين شمس

مقدمة:

تهتم أدبيات علم اجتماع العمل بدراسة تأثيرات التغيير التكنولوجي والتحول الرقمي على سوق العمل واتجاه الشباب لأنماط عمل مستحدثة ، لا تمارس إلا بأجهزة الكمبيوتر وشبكات الأنترنت ووفقاً لنظرية النمو الداخلي endogenous فإن بدلا من العوامل الخارجية فالتحسينات في الإنتاجية يمكن ربطها مباشرة بالابتكار الأسرع والمزيد من الاستثمارات في رأس المال البشري من الحكومات، ومؤسسات القطاع الخاص وكان هذا نتيجة التحول من التكنولوجيا التناظرية إلى التكنولوجيا الرقمية The shift from analogue to digital technology. هذا التحول يشير إلى الانتقال من الأنظمة القديمة التي كانت تعتمد على الإشارات التناظرية (analog signals) مثل التلفزيون والراديو التقليديين، إلى الأنظمة الرقمية (digital systems) التي تعتمد على معالجة البيانات بصورة إلكترونية. فأجهزة الكمبيوتر المحمولة والأجهزة اللوحية والهواتف الذكية (ES) ومع توافر الإتصالات اللاسلكية جعلت اتصالات الأنترنت تزيل القيود المكانية، والزمانية التقليدية للعمل: مثل البرامج، والتطبيقات، والخدمات والبيانات اللازمة من الشبكات اللامركزية والخوادم وأنظمة التخزين المتوفرة، جعلت العمل ممكن في أي مكان وفي أي وقت؛ مما أدى إلى إعادة هندسة العمل .

وحيث أن الثابت أن السوشيال ميديا أخذت من وقتنا حيزاً كبيراً في حياتنا الشخصية واليومية، وأصبح يستخدمها و بكثرة العديد من الشباب والأطفال بل والكبار كما أدى انتشار فيديوهات مُنشئي المحتوى على وسائل التواصل الاجتماعي أو ما يطلق عليهم " المؤثرون الجدد " إلى ظهور مجالات عمل مستحدثة لها عوائد مادية ومعنوية بالإضافة إلى تيسير مفهوم "العمل بأجر من دون شرط إلتزام أماكن العمل التقليدية".

وأُتجه العديد من الشباب حالياً إلى فكرة عمل الفيديوهات عبر وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة، وأطلق الكثير من الشباب على أنفسهم مصطلح المؤثرون، وتتباين موضوعات كل فيديو عن الآخر وعن المؤثر الآخرومنهم من يقدم فيديوهات عن حياتهم اليومية، والآخر يقدم تحديات، والآخرين يقدمون محتوى ترفيهي اجتماعي ، ويتفاعل المشاهدين مع هذه الفيديوهات كثيراً، وتحقق هذه الفيديوهات نسب مشاهدات عالية فور طرحها، وتستمر في التزايد مع مرور الوقت، وأصبح "المؤثرين" يحظون على شعبية كبيرة وشهرة في مصر والوطن العربي، وأصبحت الماركات العالمية تستعين بهم للإعلان

والترويج عن كل منتج جديد لديهم ؛ مما جعلها مهنة مستحدثة ترتبط بالتسريع التقني قد تؤدي إلى حراكهم الاجتماعي على المستوى الفكري - الاقتصادي - المهني - المكاني - المكانة).

أولاً: موضوع البحث

تُعرف أنماط العمل المستحدثة بأنها نشأت عن الاقتصاد الرقمي، وتعمل على شكل منصة رقمية منظمة خوارزمية، و يطلق عليها (أداء العمل في الظل)، أي الأنشطة الاقتصادية التي يمارسها الأفراد بشكل غير رسمي أو غير موثق لأنها لا تخضع للتنظيم الرسمي أو للضرائب ففي ظل الثورة الرقمية بدأت بعض الأنشطة التي كانت تُعد جزءاً من "العمل في الظل" تتخذ أشكالاً جديدة، مثل العمل الحر عبر الإنترنت (freelancing)، و تكون هذه الأنشطة مصدر دخل رئيسي للأفراد الذين لا يجدون فرصاً في سوق العمل الرسمي، أو يرغبون في تجنب القيود البيروقراطية والضريبية، أو لتأمين دخل إضافي في ظل عدم كفاية الفرص الوظيفية الرسمية أو تدني الأجور في القطاعات المنظمة كما يمنح العمل في الظل للأفراد مرونة أكبر في تحديد ساعات العمل والشروط، مما يجعله خياراً جذاباً للشباب يساعد في تقليل نسب البطالة وتوفير دخل للأسر؛ مما يسهم في تحسين الظروف المعيشية (Countouris, N., De Stefano, 2019).

كما أشار تقرير مستقبل الوظائف ٢٠٢٣ إلى توقع حدوث تحولات هيكلية في سوق العمل بنحو ٢٣% وتمثل هذه النسبة التأثير الصافي لخلق واختفاء الوظائف، بمعدل ٦٩ مليون وظيفة جديدة وتراجع نحو 83 مليون وظيفة في المقابل، وذلك خلال السنوات الخمسة المقبلة وأكد التقرير أن التكنولوجيا وظهور التقنيات الحديثة من الميكنة والذكاء الاصطناعي و تعلم الآلة (learning Machine) وغيرها، دوراً رئيسي في تسارع وتيرة خلق الوظائف الجديدة وإحلال الوظائف البشرية، في حين تقع الوظائف التي يتسارع تلاشيها من سوق العمل تحت تصنيف الوظائف الإدارية التقليدية (المركز المصري للدراسات الاقتصادية، مايو ٢٠٢٣).

ووفقاً لهذا التوقع، فإن عدد الوظائف المفقودة يتم تعويضه على الأقل بالوظائف المستحدثة، وإن كانت بخصائص مختلفة تماماً، ولكن التوسع في التقنيات الرقمية سيؤدي إلى حدوث فجوتين: أولاً فجوة بين قدرات ومهارات البشر ومتطلبات سوق العمل ثانياً: اتساع فجوة التفاوت في الأجور والدخل. (Acemoglu, Restrepo, 2020, 188-244) بالإضافة إلى انخفاض في الوظائف ذات المحتوى القياسي والروتيني العالي إلى جانب زيادة متزامنة في طلب الوظائف ذات المحتوى العالي من تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أو الذكاء الاصطناعي كما تزايدت الفجوة الاقتصادية بين المناطق الحضرية والريفية (Dauth, et al., 2021, 19).

ومما لا شك فيه تغير القوى العاملة بالتطور التكنولوجي فأصبحت أكثر رقمية، وأكثر تقنية، وعالمية. وفي الوقت نفسه تتطور توقعات الأعمال، واحتياجاتها ومطالبها بشكل أسرع من المتوقع من أي وقت مضى. (Ramani Moses, 2017) فظهر ICT-based mobile work أي العمل المتنقل القائم على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات حيث العمل في المنزل أو في مقر العمل أو

"على الطريق"، مدعومة بالتقنيات الحديثة مثل أجهزة الكمبيوتر المحمولة والكمبيوتر اللوحي. وهذا يختلف عن العمل التقليدي عن بُعد بمعنى كونها أقل "تقييداً بالمكان" بالنسبة للعاملين لحسابهم الخاص والمستقلين، كما تتوافق المنصات الافتراضية مع عدد كبير من المشترين والبائعين للخدمات أو المنتجات، يشير العمل الذي يقوم به العاملون لحسابهم الخاص إلى المواقف التي يعملون فيها لصالح عدد كبير من العملاء، وأخيراً، أنماط جديدة من العمل الحر في شكل نماذج تعاونية جديدة تتعدى ذلك (Mand, found, 2015, p45) فظهر العامل الافتراضي غير المرئي الذي يعمل رقمياً في أي مكان وفي كل مكان "mobile workers العمال المتنقلون (Popma, J., 2013, P25) أو اقتصاد المنصة 'platform economy'. ويشير هذا المصطلح إلى نماذج الأعمال التي ظهرت منذ مطلع الألفية والتي غالباً ما تكون عبر الإنترنت فالمنصات القائمة هي الوسيط الرابط بين أولئك الذين يريدون استخدام المنشأة أو الخدمة أو النشاط، ومن امتلاكها" (Rasmussen, & Madsen, 2017) ومن ثم **ظهر الاقتصاد المؤثر 'affective economy'** بحيث تتحول الشخصية إلى منتج تعتمد على الإيمان العمي blind faith للمحتوى الرقمي (Shareef, 2020) ، والتي يمكن أن تكون جزءاً من الاقتصاد والمواد الاستهلاكية و يتم تبادل الأموال بهذه الطريقة، وتتمثل الآليات الكامنة في وسائل التواصل الاجتماعي وثقافة المستهلك وثقافة المشاهير وتشكل ثقافات سوق العمل الجديدة. (Marwick, 2013, p25).

وفضلاً عن ذلك يحقق المؤثرون انتشاراً وشهرةً واسعةً ليس على المستوى المحلي فحسب بل على المستوى الإقليمي، كما يُحقّق لهم عمل المنصة على وسائل التواصل الاجتماعيّ مردوداً مالياً بحسب المشاهدات ، وعدد المتابعين الذي يحصدونه؛ لذا قد يذهب بعضٌ منهم إلى تقديم محتوى عاديّ أو ضعيف أحياناً لمجرّد كسب المال. كما برز المؤثرون على وسائل التواصل الاجتماعي كمؤيدين ديناميكين أو معارضين لطرف ثالث (Ho, H., & Ito, K. 2019) ويتم استخدام المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي بشكل كبير للدعاية للمنتجات كسفير لعلامات تجارية، ويمكن للمؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي أيضاً عرض منتجاتهم ، وأحدث العروض الترويجية للمتابعين عبر الإنترنت (Markethub, 2016)؛ مما يحقق أرباح طائلة وبالتالي قد يؤثر على حراكهم الاجتماعي .

ثانياً: مشكلة البحث

يرى عالم الاجتماع جيدنز أن هناك مجموعة من العوامل البنائية (موضوعية) التي تلعب دوراً في دخول الأفراد سوق العمل مثل الطبقة ،الجنس، المستوى التعليمي، و بناء الفرص المتاحة الا انه ثمة عوامل شخصية (ذاتية) تلعب دوراً هاماً في تحديد فرص العمل مثل مهارات الشخص، طموحه، سماته الفيزيائية ودوافعه واهتماماته ومعارفه وكلها لها نفس أهميه المتغيرات البنائية .

فالنقد الهائل في وسائل الاعلام والاتصال وتطور نظم المعلومات في مجتمعات ما بعد الحداثة احدثت تأثيراً في نمط الحياه الاقتصادية، وكما اشار جان فرانسوا ليتوار أن العالم يشهد تفككاً في المذاهب والنظريات والاتجاهات الفكرية في جميع فروع المعرفة كما يعاني من اختفاء أنساق القيم، والمعتقدات التي توجه سلوك الأفراد وذلك في ظل ما يتصل بالاقتصاد المعول ومؤسساته الإنتاجية من

شيوخ ثقافته الريح السريعة في الوقت الذي يصدر فيه البنك الدولي تقرير The Great Reversal (الإنعكاسات الكبرى): الآفاق والمخاطر والسياسات في البلدان المؤهلة للأقراض من المؤسسه الدوليه للتميه) أشار التقرير أن نصف بلدان العالم الأشد ضعفاً وتعرضاً للمخاطر وعددها (٧٥) بلداً ومنها مصر تواجه فجوه في الدخل آخذة في الإتساع مقارنة بالبلدان الأكثر ثراءً للمره الأولى في هذا القرن رغم امكاناتها العاليه لتعزيز الرخاء العالمي والإستفاده الكامله من السكان الأصغر سناً، والموارد الطبيعيه الغنيه وامكاناتها الوفيره من الطاقه الشمسيه(The World Bank,2024).

ويجدر الإشارة إلى استطلاع أجرته شركة Korn Ferry إلى أن ما يقرب من ثلث (٣٢٪) من المحترفين قالوا إنهم لا يعتقدون أنهم سيذهبون أبداً إلى المكتب بدوام كامل، ويقول ٧٤% إنهم بذلوا المزيد من الطاقة والتركيز في العمل من المنزل بدلاً من المكتب. (Korn 2022) وهذا ما أكدته تقرير مستقبل العمل في استراليا (Williamson, Alicia, 2021) و تقرير Microsoft New Future of Work Report 2022 وذكر تقرير منظمة العمل الدولية بيانات عن استمرار انخفاض معدل مشاركة الشباب (الذين تتراوح أعمارهم بين ١٥ و ٢٤ عاماً) في القوى العاملة بين عامي ١٩٩٩ و ٢٠١٩، على الرغم من زيادة عدد الشباب في العالم من مليار إلى ١.٣ مليار ومن الجدير بالذكر أن الشباب أكثر عرضة بثلاثة أضعاف من البالغين (٢٥ عاماً فما فوق). ٣٠ في المائة في شمال أفريقيا. البطالة أكثر انتشاراً بين النساء الشبابات في معظم المناطق الفرعية ومن بين ٤٢٩ مليون عامل شاب في جميع أنحاء العالم، هناك حوالي ٥٥ مليون، أو ١٣ في المائة، يعانون من الفقر المدقع في حين يعيش ٧١ مليون منهم، أو ١٧ في المائة، في فقر معتدل (Global Employment Trends for Youth 2020,P 14-16).

كما يشير تقرير منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية لعام ٢٠١٩ إلى أن ١٤% من الوظائف الحالية قد تختفي خلال الـ ١٥ إلى ٢٠ سنة القادمة، ومن المرجح أن يتغير ٣٢% من الوظائف بشكل جذري مع أتمتة المهام الفردية وبالمثل، يشير تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي لعام ٢٠١٨ إلى أن الحصة "البشرية" من ساعات العمل ستخف من ٧١% إلى ٥٨% بحلول عام ٢٠٢٥، وهو ما تتوقعه ما يقرب من نصف المؤسسات الأتمتة ستؤدي إلى خفض القوى العاملة بدوام كامل بحلول عام ٢٠٢٥. (CIPD. ,2020, P5-6)

تحولت وسائل التواصل الاجتماعي إلى واحدة من أهم القنوات التي يمكن للمستخدمين الاتصال بها للتواصل مع الآخرين، وبالتالي سيكون المؤثرون على وسائل التواصل الاجتماعي أداة التسويق الترويجية لتعزيز العلامة التجارية وبما أن شبكة الويب متاحة للجميع يمكن لأي شخص بل يمكن للجميع التفاعل مباشرة. لقد أعطى فرصة للأفراد العاديين ليصبحوا مؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي، وهذا ما ثبت أن هذه المواقع توفر منصة حيث يمكن للمؤثرين التفاعل بسهولة مع متابعيهم. (Riga, 2016) ووفقاً لتقرير أجرته Hootsuite We Are Social في عام ٢٠٢٣ أن هناك ٤.٩١٦ مليار (٥٢%) من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي النشطين ارتفع بنسبة ٢٦ بالمائة على أساس سنوي كما بلغ عدد مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي النشطين عبر الهاتف

المحمول ٢.٩٥٨ مليار (٣٩%) وفي نفس الصدد يمكن أن تكون وسائل التواصل الاجتماعي محركاً ربحياً هائلاً للأعمال، ولكنها تتطلب تحويل التركيز إلى العلاقات، وليس المعاملات. Hootsuite, (2023)

وتأسيساً على ما سبق نشأت بعض المهن الجديدة، مثل بلوجر blogger»، «الإنفلونسر»، «influencer»، اليوتيوبر «Youtuber» والبابليك فيجر، الفاشينيسستا، المياكب ارتست، فلوجر...أخ. ووفقاً لاستطلاع تسويقي أجرته شركة نيلسن يُنظر إلى المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي على أنهم أكثر موثوقية، وإقناعاً للمستهلكين، وقد تم إثبات ذلك بنسبة ٨٢% من استطلاعات المتابعين، والتي يُقال إن المستهلكين أكثر ميلاً إلى اتباع التأثيرات المفضلة لديهم نظراً لقدرته على بناء علاقة مع المستهلكين. (Tap influence, 2017) أو إظهار الألفة والأصالة والحفاظ على الخداع البصري مع المتابعين (Argyris, , et al., 2020) على الرغم من أن المستهلكين يكرهون الشعور بالتضليل. وبالتالي، ينبغي للشركات أن تهدف للإعلان بطريقة أخلاقية وشفافة وفعالة أيضاً. (De Veirman, & Hudders, 2020)

علاوة على انطلاقهم في مشروعاتهم الخاصة فعلى سبيل المثال أطلقت Ferragni مدونتها The Blond Salad في عام ٢٠٠٩ من أجل المتعة فقط. الآن لديها أكثر من ٢٠ مليون متابع على إنستغرام، وقد تعاونت مع العديد من العلامات التجارية العالمية وأطلقت خط الأحذية الخاص بها والتي توسعت لتشمل الملابس والإكسسوارات وأصبحت الان سيدة أعمال مشهورة من خلال ما يعرف بإسم التسويق المؤثر (IM) وأصبحت تملك علامة تجارية (Martínez, et al., 2020) وفقاً لآخر إحصاءات معهد التسويق الرقمي، ٢٠٢٣، تقريباً ما يقرب من ٧٠٪ من مستخدمي الإنترنت يتابعون نوعاً من الحسابات المؤثرة على وسائل التواصل الاجتماعي والاعتماد على توصيات المؤثرين، في حين ٦٠% اشتروا منتجاً بعد رؤيته على Instagram أو YouTube. (Digital Marketing Institute, 2023) ويجدر الإشارة إلى كونك "مؤثراً" يعني أسلوب حياة محدد، ومكانة مجتمعية، والآن مهنة مستحدثة مما قد يؤدي إلى حراك اجتماعي قد لا يكون حراكاً مطلقاً، بل حراك نسبي. ومن هنا يجدر الإشارة إلى الفرق بين الحراك الاجتماعي المطلق absolute social mobility والحراك الاجتماعي النسبي relative social mobility، حيث يشير الحراك المطلق إلى انتقال جماعات من الأفراد من طبقة إلى أخرى أو من شريحة إلى أخرى، وهو يحدث في حالات التغيير الواسع النطاق الذي يحدث على أثر تغيير البناء المهني أو الصناعي للمجتمع الذي قد يؤدي إلى تحول أعداد كبيرة من السكان من الأعمال اليدوية إلى الأعمال الإدارية والخدمية. أما الحراك النسبي فهو الحراك الذي يحدث بين الطبقات عبر انتقال أفراد من طبقة إلى أخرى دون حدوث تغييرات جذرية في بنية الحياة الاقتصادية أو الاجتماعية (Broye, Preston, 2005).

وعلى الصعيد النظري فسرت نظرية Davis & Moor التدرج الاجتماعي ليعضن المراكز الأكثر الأهمية يشغلها الأفراد الأكثر كفاءة لتوزيع المكانات الاجتماعية وتجاهلت البعد الاقتصادي وبعد السلطة وعطفاً على ما سبق تلعب محددات الحراك الاجتماعي (الخلفية الأسرية والأصول الاجتماعية-

المؤهلات العلمية - الخبرات المهنية) دوراً مهماً في هذا الصدد وعلى العكس تماماً فسرت نظرية النوع الاجتماعي والتواصل gender and communication theory نظرية التسريع الاجتماعي Social Acceleration أن شعبية وسائل التواصل الاجتماعي قد أعادت تشكيل هيكل المجتمع حيث يؤدي النساء والرجال أدواراً مختلفة في مختلف الشبكات الاجتماعية المترابطة، والنساء يميلن إلى أن يكونن أكثر فعالية على مستوى الشبكة وأكثر تأثيراً (Lakshimi, , et al., 2017). حيث أن مصدر دخلهم الرئيسي يأتي من العلامة التجارية على المنصة. لكي تبدو جذابة لمديري العلامات التجارية، فإنهم يستخدمون العديد من العناصر واستراتيجيات إدارة الأصالة لتعزيز العلاقة الحميمة مع أتباعهم وتنمية رأس مالهم الاجتماعي (Wang, C.L. 2021).

وأشارت ملاحظات الواقع إلى دور الأساس الاقتصادي في الحراك الاجتماعي حيث القدرة على الملكية الخاصة والقدرة الشرائية فدخل الفرد أساس الوضع الطبقي وتحديد الفرص المتاحة أمامة لإستهلاك البضائع والخدمات ، أما المكانة فهي تمثل البعد الاجتماعي للحراك الاجتماعي وتقوم على أساس نمط الحياة style of life. تأسيساً على ما سبق نبعت مشكلة البحث الحالي من سؤال رئيس مؤداه ما تأثير أنماط العمل المستحدثة مثل العمل كمؤثر على الحراك الاجتماعي من وجهة نظر الشباب الجامعي؟ وما مقترحات الشباب للاستفادة من منصات العمل الرقمية ؟

ثالثاً : أهداف البحث:

- (١) تحديد أنماط العمل المستحدثة من وجهة نظر الشباب عينة البحث .
- (٢) تحليل العوامل الاجتماعية في عمل المؤثرين على وسائل التواصل من وجهة نظر الشباب.
- (٣) الكشف عن تأثير العمل كمؤثر على أنماط الحراك الاجتماعي .

رابعاً : تساؤلات البحث:

لتحقيق أهداف البحث يمكن طرح التساؤلات الآتية:

- (١) ما أنماط العمل المستحدثة ؟
- (٢) ما القيم المادية في الترويج للعمل كمؤثر ؟
- (٣) ما القيم الاجتماعية في ترويج للعمل كمؤثر ؟
- (٤) ما القيم الروحية (الدينية - الأخلاقية) في الترويج للعمل كمؤثر؟
- (٥) ما تأثير النوع الاجتماعي للمؤثرين على عملهم ؟
- (٦) ما تأثير المستوى الثقافي للمؤثرين على عملهم ؟
- (٧) ما تأثير الكشف عن الحياة الخاصة للمؤثرين على عملهم ؟
- (٨) ما تأثير تفاهه المحتوى الرقمي على عمل المؤثرين ؟
- (٩) ما العوامل المتعلقة بالمتابعين في عمل المؤثرين ؟
- (١٠) ما تأثير عمل المؤثرين على حراكهم الفكري ؟
- (١١) ما تأثير عمل المؤثرين على حراكهم المهني ؟

- ١٢) ما تأثير عمل المؤثرين على حراكهم الاقتصادي ؟
 ١٣) ما تأثير عمل المؤثرين على حراكهم المكاني (السكني) ؟
 ١٤) ما تأثير عمل المؤثرين على مكانتهم الاجتماعية ؟

خامساً: أهمية البحث

(١) أهمية نظرية:

- أ - محاولة إثراء المعرفة النظرية في مجال الدراسات المهمة بالحراك الاجتماعي كظاهرة اجتماعية معقدة ومؤثرة في المجتمع في ظل المستحدثات التكنولوجية ، وفحص متغير استحداث أنماط عمل كمتغير مستقل على الحراك الاجتماعي من وجهة نظر الشباب الجامعي .
 ب- تبرر نظرية التعلم الاجتماعي Bandura (١٩٦٣) دور المؤثرين كوكلاء للتنشئة الاجتماعية يمكنهم تشكيل اتجاهات الجمهور وصناعة القرار من خلال استخدام وسائل التواصل الاجتماعي إما بشكل مباشر أو غير مباشر من خلال التفاعل مع المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن يؤثر على معتقدات المتابعين وآرائهم ومواقفهم وهنا تكمن أهمية دراسة تلك الفئة من وجه نظر الشباب خاصة المقبل على سوق العمل.
 ج - تقديم نموذج نظري مفسر لعلاقة أنماط العمل المستحدثة مثل العمل على منصات السوشيال ميديا بالحراك الاجتماعي .

(٢) أهمية تطبيقية:

- أ- تقديم توصيات لصانعي القرار خاصة وزارة التربية والتعليم الفني، و التعليم العالي بالمعلومات عن أنماط العمل المستحدثة و تسارع الحراك الاجتماعي نتيجة التسريع التقني للاستفادة منه في عمليات وضع السياسات التعليمية والتربوية لتواكب سوق العمل .
 ب- يمكن أن يساعد البحث وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية ، وزارة العمل للاستفادة من اقتصاد المنصة بما يمكنهم من وضع وتنفيذ استراتيجية قومية لتمكين الشباب في ظل المستحدثات التكنولوجية.
 ج- توفير بيانات عن إيجابيات وسلبيات عمل المؤثرين بما يساعد على تعزيز إيجابياته ومواجهة سلبياته خاصة في ظل انبهار الشباب بما يحقق من عوائد مادية .
 د- توعية الشباب للإنقاذ من أنماط العمل المستحدثة لتجنب الحراك الاجتماعي السلبي و بما يتماشى مع أهداف استراتيجية التنمية المستدامة لمصر ٢٠٣٠ و المبادرة الرئاسية "بداية" القائمة على الاستثمار في الموارد البشرية و الحفاظ على الهوية ، والتمكين والعدالة الاجتماعية.

سادساً : الدراسات السابقة:

المحور الأول : دراسات تناولت أنماط العمل المستحدثة

رصدت دراسة علام (٢٠١٦) تحولات ثقافة العمل حيث اهتمت بالتعرف على ما يحدث من تحولات في العمل وثقافته بفعل التأثيرات الكبرى للعولمة وآلياتها في عصر الكمبيوتر، وذلك من خلال عدد من المحاور بدأت برصد مفهوم العمل للتعرف على صورته وأشكاله المستحدثة، ثم تعرضت لثقافة العمل الجديدة، وانتقلت منها الى رصد بعض أنواع الثقافة التنظيمية والعلاقة الجدلية بينها وبين ثقافة العمل، التي مكنت من تحديد ثقافة المرونة وصورها المستحدثة، ثم تناولت التحديات التي تواجه التنظيمات في تطبيقها لثقافة المرونة لاسيما في مجال تحقيق التوازن بين شقي العمل والحياة، مع ربط كل هذا بالسياق العالمي ، كما اختبرت دراسة (Heejung & Mariska 2020) فرضية (مفارقة الاستقلالية) The (autonomy Control) في الاعمال المستحدثة والتي مفادها أن العمال يميلون للعمل بجدية أكثر وساعات عمل إضافية عند العمل بشكل مستقل . وأن العمل عن بعد يزيد التعارض بين مهام العمل، ومتطلبات الأسرة لأن العمل الإضافي سيعيد من أهم محددات الترقية المستقبلية ، والفرص، والأجور. كما يتم شرحها بنظرية " تبادل الهدايا" The gift exchange theory حيث الرد بالمثل على خيارات العمل المرنة المقدمة لهم كهدية من قبل أرباب العمل فالعمال يبذلون جهدًا أكبر، ويزيدون من دافعية العمل والالتزام الذي يقودهم إلى عمل أصعب وإضافي .ولكن هناك فرق بين النساء والرجال وتم استخدام منهج الكمي عن طريق تحميل المقياس الرقمي على Web Appendix انتهى الأمر بـ ٣٠٧٦١ مشاركًا منهم ١٤٨٤٦ رجلاً و ١٥٩١٥ امرأة. وأكدت نتائج الدراسة على أنه: تحتاج النساء للعمل المستحدث المرنة أكثر من الرجال لكثرة الأعباء المنزلية وتيسير مطالب الأسرة. أما الرجال فيحتاجونه لتحسين الدخل وتوسيع خياراتهم و مجالات عملهم، و تناولت دراسة الزوهيري، كوثر (٢٠٢٢) مستقبل عالم العمل ما بعد جائحة كورونا والعمل بالمنصات الرقمية ، وذلك أن التطورات التكنولوجية وما تعرفه وسائل الاتصال من تقدم متسارع وبالأخص في ميدان الشغل ساهم في تغيير طبيعة العمل، لم تعد الصورة النمطية للعمل الدائم بدوام كامل مع ساعات عمل ثابتة ومع نفس المشغل، محط إقبال سواء من طرف الباحث عن عمل أو من لدن المقاول. فالعمل بالمنصات الرقمية يسمح للعاملين بالقيام بالعديد من الأعمال، سواء تلك القائمة على الويب التي تعمل على الاستعانة بمصادر خارجية في العمل، من خلال مكالمات مفتوحة إلى عمال متفرقون جغرافياً، وتشمل الترجمة وتطوير المواقع وتسمى بذلك منصات إلكترونية قائمة على الويب، أو أعمال تؤدي بناء على الموقع التي تعمل على تخصيص العمل للأفراد في منطقة جغرافية واحدة ومحددة وتشمل خدمات سيارة الأجرة على سبيل المثال ويطلق عليها المنصات القائمة على الموقع. فمنصات العمل الرقمية توفر للعمال فرصة للعمل من أي مكان، وفي أي وقت، وفي نوع الشغل الذي يناسبهم. غير أن هذا النمط الجديد من العمل ورغم المرونة التي تميزه، يجب بين طياته عدة مخاطر.

المحور الثاني : دراسات تناولت العمل كمؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي :

سعت دراسة (Augustine Pang and others,2016) للكشف عن رؤي SMIs حول بناء العلاقات على مواقع التواصل الاجتماعي، تم إجراء مقابلات مع عشرة من المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي SMIs بسنغافورة اعتمد الباحثون على موقع ويب خاص بنمط الحياة، The Smart "المدونون الأقوياء" على موقع Local.com والذي كان عبارة عن قائمة من "المدونات التي تحصل على أكبر عدد من المتابعين في سنغافورة تم الاتصال بـ SMIs عبر معلومات الاتصال المقدمة على مدوناتهم. بناء على وافقتهم، أجريت ثماني مقابلات وجهًا لوجه واثنين عبر البريد الإلكتروني . وتوصل البحث إلى تركيز المؤثرين على نبض الأحاديث العامة ذات الصلة بالقضايا اليومية لقد حرصت SMIs على التحديثات و إبقاء نفسها على اطلاع دائم من خلال تقارير وسائل الإعلام الرئيسية أو المنتديات عبر الإنترنت. كانوا منفتحين لتلقي عوائد نقدية أو حوافز مادية ، وأكدت عينة البحث من المؤثرين أن فيديو دقيقة أفضل من ألف كلمة و الابتعاد عن القضايا الجدلية أو التي تخص العرق أو الدين للابتعاد عن المساءلة القانونية ولكنهم قادرين على خلق سيناريوهات، أهمية التفاعل مع المتابعين ، إنك حر وليس عليك قيود مثل الإعلامي التقليدي، الاعتماد على تسويق الذات وكأنها سلعة .

أما دراسة (Xin Jean Lim,2017) فهدفت إلى التعرف على التسويق عبر المؤثرين في وسائل التواصل الاجتماعي على المستهلكين مع التركيز على مصداقية المصدر، وجاذبية المصدر، ومطابقة المنتج، ومعنى النقل. ويقترح موقف المستهلك للتوسط بين كل من العلاقات الخارجية والداخلية. تم تصميم استمارة جمع البيانات باستخدام طريقة أخذ العينات العمدية ، من ٢٠٠ مفردة باستخدام تقنية PLS-SEM. واسترشدت الدراسة بنظرية التعلم الاجتماعي كإطار نظري لتقديم أفكار وكلاء التنشئة الاجتماعية التي يمكن التنبؤ بسلوكيات المستهلكين عبر مشاهدات المؤثرين، وانطلقت دراسة من فرضية وجود علاقة طردية بين مصداقية المؤثر وكسب ثقة المتابعين و نية الشراء وموقف المستهلك تجاه المنتج .

وتناولت دراسة (Delia Balaban,2019) مسألة مصداقية مصدر المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المستخدمين وقام الباحث بإجراء بحث نوعي يمكن أن يتيح لنا منظورًا متعمقًا حول ظاهرة مصداقية المصدر في التسويق المؤثر و اعتمد على الجماعات البؤرية، أربع مناقشات جماعية في ألمانيا وخمسة في رومانيا. فإن الاستنتاج الرئيسي للدراسة أن الجاذبية والجدارة بالثقة والخبرة والتشابه تعتبر عناصر مهمة في تقديرات المصداقية الملموسة للمؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي تعد الجاذبية سمة مهمة للمؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي. لا يمكن للجميع أن يصبحوا مؤثرين، وتوصل إلى أوجه تشابه: الشباب الروماني والألماني يفضلون استخدام الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي على وسائل الإعلام التقليدية. وكان المستخدمون الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين ١٦ و ٢٤ عامًا هم الأكثر نشاطًا، يليهم الأشخاص الذين تتراوح أعمارهم بين ٢٥ و ٣٤ عامًا أن انتشار وسائل التواصل الاجتماعي في كلا البلدين متشابه نسبيًا: رومانيا (٥١٪)

وألمانيا (٤٦%)، إن المؤثر مصدر إلهام للمتابعين هناك رغبة قوية بين المتابعين أن نكون مثلهم. المؤثر "هو الشخصية التي توجه قيمك الشخصية،" إنهم يكسبون الكثير من المال".

وهدفت دراسة (Komathi Lokithasan and others, 2019) دراسة تصورات البالغين الناشئين حول الفرق بين الذكور وأسلوب الترويج للنساء المؤثرات على وسائل التواصل الاجتماعي. تم استخدام الطريقة النوعية من خلال إجراء مجموعة بؤرية، شارك في هذه الدراسة ١٦ مشتركاً على مجموعتين تتراوح أعمارهم بين ١٨ و ٢١ عاماً. المجموعة الأولى من الذكور والثانية من الإناث. ومن المقدر أن تستغرق حوالي ٣٠ إلى ٤٥ دقيقة للمشاركين لإكمال جلسة المقابلة. وتحليل المحتوى لمقارنة تأثير الذكور والإناث الاجتماعي المؤثرون الإعلاميون تجاه البالغين الناشئين. وأظهرت النتائج أن النساء المؤثرات على وسائل التواصل الاجتماعي يشغلن ٦٨٪. ٤٧% من النساء المؤثرات (مقابل ٣٦%) ذكر) ينشرون المحتوى على موقعهم الشخصي ١-٣ مرات يوميًا. تم شراء ٤٥% (مقابل ٣١% من الذكور). أن المؤثرات من الإناث تروج لمنتجات التجميل بينما يجذب إليها المشاركون الذكور لأنها تستخدم جسدها كسلعة للعرض.

وحاولت دراسة (Alexandra Ruiz-Gómez, 2019) تحليل أشكال الشهرة التي تم إنشاؤها على وسائل التواصل الاجتماعي وأطلقت على مشاهير السوشيال ميديا (أصنام عصر التكنولوجيا لهذا الجيل) . generation's idols . فالمكافآت المالية المرتبطة بالشهرة، تبدو قابلة للتحقيق إلى حد كبير للناس العاديين وقد أدى هذا إلى وجود عدد غير مسبوق من الباحثين عن الشهرة يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي كبوابة للترويج الذاتي للحصول على نوع الاعتراف الذي يمكن تحويله إلى المال. تراوح هؤلاء المستخدمون من المتمنيين والهواة إلى الذات المهنية ، واستخدمت الدراسة مراجعة الأدبيات لتحقيق أهدافها وتوصلت إلى أن أشكال الشهرة: "الشخص المشهور بالصدفة" هو الشخص الذي قد يجذب الانتباه عن غير قصد لأسباب خارج نطاق سيطرته لفترة قصيرة فقط ومن ثم سيحاول عادةً جني الأموال في أسرع وقت ممكن . وأن مشاهير السوشيال ميديا شخصيات سيئة السمعة الذين يجذبون الانتباه لأسباب سلبية، مثل الشخصيات المخالفة أو سيئة السمعة أو الإجرامية، الذين يمكنك أيضاً إنشاء معجبين أو متابعين أو حتى مقلدين. وأخيراً صناعة مشاهير وسائل التواصل الاجتماعيهم الأفراد الذين ليس لديهم شهرة سابقة والذين يصبحون مشهورين على واحد أو أكثر من منصات التواصل الاجتماعي الذين لديهم القدرة على تحويل رأسمال الاجتماعي إلى اقتصادي.

وهدفت دراسة (Agostino Deborah, 2019) إلى تحليل القدرة على تحديد وتقييم المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي (SMIs)، نظراً لدورها الرئيسي في التأثير على المحادثات التفاعلات على وسائل التواصل الاجتماعي يتم الدفع لهم فيما يتعلق بمدى قدرتهم على ممارسة نفوذهم. اعتمد البحث على تحليل الشبكات الاجتماعية ، و إجراء بحث ميانى بمسرح ألا سكالاً بميلانو . توصل البحث إلى تصنيف SMIs في ثلاث فئات، تم الكشف عنها من خلال التحليل الكمي للشبكة. الفئة الأولى الكتاب، تم الكشف عنهم من خلال ahubindex، وأنهم مؤثرون بين عدد المشاركات التي يكتبونها. والفئة

الثانية هي فئة السلطات، أي المؤثرين الذين تم ذكرهم على نطاق واسع داخل الشبكة، الفئة الثالثة هي تلك الخاصة بالموزعات، التي تم اكتشافها من خلال اعتماد تحليل K-shell الغوريتم.

وهدفت دراسة (Ryan Stoldt & others, 2019) إلى التعرف على كيفية وضع المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي أنفسهم كجسر ضروري بين العملاء والعلامات التجارية من خلال التسهيل والاحتراف والرياح من هذه العلاقات المعقدة. وتحلل العلاقة بين أصحاب النفوذ وغيرهم من الوسطاء الجدد الذين يديرون العلاقات بين المؤثرين والعلامات التجارية من خلال المقابلات المتعمقة والملاحظات وتحليل الوثائق وتم التطبيق في منظمات تسويق الوجهات السياحية مثل Visit Milwaukee و Company & NYC لأن السفر والسياحة من مقومات الاقتصادات في جميع أنحاء العالم. وتكونت عينة البحث من ٢٠ مؤثريهم ١٤ امرأة و ٦ رجال. أجرى الباحثون مقابلات عبر الهاتف أو سكايب. تراوحت مدة المقابلات من ٢٠ إلى ٥٨ دقيقة، وتوصلت الدراسة سعى الوسطاء إلى إضفاء الطابع الرسمي على المعاملات وإضفاء الطابع المهني علي صناعة المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي من خلال تسهيل علاقات العمل والعلاقات بين المؤثرين والعلامات التجارية أثناء ترسيخها ودورهم كوسيط ضروري لهذه العلاقات. تستمد قيمتها من "استغلال عدد من العمليات التواصلية والعاطفية

وهدفت دراسة السيد، ياسمين محمد إبراهيم (٢٠٢٠) إلى التقديم الذاتي لمنشئي المحتوى "اليوتيوبرز" على موقع يوتيوب وكيفية تحقيقهم للثقافة التشاركية: دراسة حالة على يوتيوبرز "الدحيح وإيجيكولوجي" حيث غير موقع يوتيوب استهلاك الوسائط مع هذا الكم الهائل من المحتوى والوصول السهل لمحتوى الفيديوهات المختلفة؛ حيث مكن الأفراد من التعبير عن أنفسهم بطرق إبداعية، ومكنهم من أن يصبحوا مؤثرين اجتماعياً نظراً لهيمنتهم وللوظائف الكثيرة التي يقدمها لمستخدميه. بحثت هذه الدراسة في كيفية تقديم منشئي محتوى موقع يوتيوب، أو ما يطلق عليهم اسم "اليوتيوبرز"، ذاتهم من خلال المحتوى السمعي والبصري الذي ينتجونه في فيديوهاتهم، وتوصلت الدراسة إلى أن إدارة التقديم الذاتي جزء لا يتجزأ من الحياة الخاصة والمهنية لليوتيوبرز؛ حيث يكشف الأشخاص عن تفاصيل حياتهم، ويقدمون صورة ثرية لشخصيتهم، ويروون قصصاً حول اهتماماتهم أو خبراتهم أو أنشطتهم المهنية، أو مناقشة القضايا الاجتماعية والسياسية والعلمية وتقديم المعرفة والمعلومات. ويميل "اليوتيوبرز" إلى تقديم الذات وإظهارها بصورة إيجابية ومثالية؛ فهم يتصرفون عن قصد من أجل نقل الصورة الإيجابية والمثالية أمام الآخرين، وبالتالي يتفاعل مقدمو العروض الذاتية بشكل مختلف باختلاف المواقف والأحداث.

في حين حاولت دراسة (Gillian Brooks, Jenna Drenten, 2021) فحص العملية التي يكتسب من خلالها المؤثرون على وسائل التواصل الاجتماعي رأس مال المشاهير، الذي يعمل كعملة رئيسية يتم تبادلها في صناعة الإعلانات المؤثرة على وسائل التواصل الاجتماعي (SMIs) الشهرة ويملكوا رأسمال المشاهير واعتمدت الدراسة على مقابلات مع ٤٠ من ممارسي صناعة الإعلان العالمية والمؤثرات على وسائل التواصل الاجتماعي عبر سبع مدن : سينسيناتي، لندن، لوس أنجلوس، باريس، سان فرانسيسكو وتورونتو ونيويورك. تتصور الدراسة عملية أطلقت عليها اسم "الاحتفال المؤثر"

تحدد النتائج التجريبية ثلاثة أنواع من الممارسات لدى المؤثر في عملية الاحتفال: الممارسات التوليدية (أي الاهتمام بالعمل والمنصة اللارادية)؛ الممارسات التعاونية (أي منفذ الجمهور القدرة والتفكير الإبداعي)؛ والممارسات التقييمية (أي مؤشرات الأداء الرئيسية المتمحورة حول المجتمع المؤثرون يتم تقييمهم بناءً على قدرتهم على تحقيق الربح عبر الإنترنت). كما توصلت النتائج أن المشاهير لا يولدون؛ يتم إنتاجها اجتماعياً في علاقة جدلية مع الجمهور تحولها إلى مورداً اقتصادياً. بالإضافة إلى قدرتهم على التواجد خارج هذا الفضاء على الإنترنت، وهم يمكنهم سحب جمهورهم معهم. يكتسب المؤثرون رأس مال المشاهير من خلال مشاركة مسؤوليات التفكير الإبداعي.

وسعت دراسة Matthew, Jung Ah Lee, 2021 إلى التحقق من صحة مقياس الأصالة المدركة للشبكات الاجتماعية المؤثر الرقمي والذي من خلاله قدم فهمًا شاملاً لما هو عليه يعني أن تكون SMI أصيلة في عيون المستهلكين. واسترشد البحث بمراجعة الأدبيات و وطبق استبيان إلكتروني على ١٣٠ طالباً جامعياً من إحدى الجامعات الجنوبية الغربية الكبيرة واعتبر طلاب الجامعات مناسب لأنهم جزء من الجيل الأكثر نشاطاً (Gen Z) من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي. تم تصور أصالة SMI كبناء مكون من خمسة عوامل تتكون من: التمتع بشخصية دافئة، والانخراط في الحياة الحقيقية، والكشف عن أمور الحياة الشخصية، والموهبة في مجالهم، والتميز عن الآخرين أي أنه لا يقدم نفس ما يقدمه الآخرون ويكون هو مركز القيل والقال داخل الشبكة الاجتماعية.

كما ركزت دراسة Alexandra Wolf, 2022 على فهم تفضيلات جيل Z للمؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي الذين اكتسبوا عادة مكانه اجتماعية كبيرة، استطاعت الدراسة باستطلاع عبر الإنترنت وتكونت عينة البحث النهائية من ٦٢ شاب تتراوح أعمارهم بين ١٨ و ٢٥ عاماً. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أنه يجد المواطنون الرقميون من جيل Z أن الأصالة هي الجانب الأكثر أهمية عندما يتعلق الأمر باختيار من يتابعونه، أو ما يعجبهم، أو أين يمكنهم العثور على منتجات جديدة. يريد الجيل Z خوض تجربة، ويريدونها أن تكون حقيقية. يريد الجيل Z الأشخاص أو المؤثرين الذين لديهم اهتمامات مماثلة.

المحور الثالث : دراسات تناولت الحراك الاجتماعي:

تناولت دراسته (Peter .A, 2004) تأثير الجسد على الحراك الاجتماعي والتي من خلالها يمكن لجسم الفرد أن يرتبط بشبكات أكبر من المعنى بمقاييس متنوعه وهذا التجسيد يشير الى إقامة علاقات اجتماعيه وثقافيه بواسطه الجسد في الوقت نفسه الذي يتشكل فيه الجسد بالقوه الخارجيه والأجساد تستخدم في القيام بأدوار معينه في بيئات متعدده فإن النوع متضمن ايضا في السلطه الاجتماعيه كنتيجه للسلطه وكمنتج لها وقد تبين أن الحراك والتجسيد والنوع في ترابط مع بعضها البعض بطرق معقدّه ومتنوعه خاصه إذا كانت الأنثى صغيره ، وتتمتع بدرجة عالية من الأنوثة.

أما دراسة (نادية جبر عبد الله ٢٠١٠)^١ فهدفت إلى الوقوف على أثر رأس المال الاجتماعي و التحالفات التكنولوجية والنوع والجسد في إفراس أشكال حديثه للحراك المهني الاجتماعي وهي دراسته كيفية تناولت ١٠ حالات ببندر المنيا . وتوصلت الدراسة إلى تباين الرؤى في الآليات التي تساهم في حدوث الحراك من عدمه بين التقليديه والعصريه المصاحبه للتغيرات العالميه فجاءت هذه الاليات بين التعليم، والهجرة، المهنة كآليات الموروثة. وبرزت آليات اخرى مثل التنمية البشرية والحراك ، البرامج القوميه والحراك الديني والحراك الخصصه والحراك خاصه الهابط. تسليع الجسد وحراك التحالفات التكنولوجيه وحراك رأس المال الاجتماعي وحراك التمييز العنصري وحراك التمييز الطبقي بالإضافة إلى المصاحبات (الموبايل -الدش- السيارات ما بين الفارهه والسيارات لأغراض العمل عليها مثل التويوتا) ظاهره التوريث المهني الإقبال على التعليم الأجنبي خاصه لدى حائزي المال وأصحاب الحراك الصاعد ، توريث في التمييز بين جيل الأباء والأبناء فقد حرص المتعلمين على تعليم ابنائهم. النظره التشاؤميه لما آلت إليه مصر اقتصاديا من حيث انهيار الاقتصاد القومي و تباين الدخل، عدم وجود فرص عمل ، الهجره غير الشرعيه ، اختفاء العدالة الاجتماعيه داخل الدوله بين من يملكون كل شيء ومن لا يملكون شيء ، انهيار القيم وفساد الحياه السياسيه.

وكشف دراسة(زايد ٢٠١٣) عن حالة الحراك الاجتماعي في مصر و العلاقة بين التعليم والحراك الاجتماعي ، استخدم البحث المنهج التكاملية بين ما يؤلف بين وجهات نظر عديده من علم الاقتصاد وعلم الاجتماع وعلم النفس ودراسات الإتصال وذلك في النظر إلى قضيه علاقته بين التعليم والحراك الاجتماعي تطلب جمع بيانات تقدم ملفاً يغطي هذه الجوانب جميعاً، منهج المسح بالعينه معتمداً على تصميم استبيان . واعتمدت الدراسة على عينه عشوائيه قوامها ٢١٦٢ حيث تم تمثيل المحافظات الحضاريه بمدينة القاهره ومحافظات الوجهين القبلي والبحري بمحافظتي سوهاج والدقهليه وروعي داخل كل محافظه تمثيل مختلف المستويات الاقتصاديه الاجتماعيه . كشفت النتائج على أن التعليم في مصر يلعب دورا محوريا في عمليه الصعود إلى أعلى عبر السلم الاجتماعي وقد اتضح ذلك بجلاء من مقارنة ظروف المتعلمين من المبحوثين بظروف ابائهم وامهاتهم ولكن أكدت بحوث الحراك الاجتماعي على حقيقه هامه مفادها أن علاقته بين التعليم والحراك الاجتماعي تؤثر عليها متغيرات اخرى بنائيه وثقافيه. ويمكن القول بأن لا علاقته بين التعليم والحراك الاجتماعي إلا في ضوء نوعيه التعليم وجودته.

هدفت دراسة كادوجة وكوشي (٢٠١٧) إلى دراسة الحراك الاجتماعي بوصفه سمة ملازمة للمجتمعات وأجريت الدراسة على المجتمع الجزائري واستخدمت الدراسة الاستبانة في تحقيق هدفها واستخدمت المنهج الوصفي وتكونت عينة الدراسة من مجموعة من أفراد المجتمع الجزائري . وأشارت نتائج الدراسة إلى أن الحراك سمة ملازمة للمجتمعات البشرية المختلفة حيث لا يخلو مجتمع ما من تحرك الأفراد والجماعات من مركز اجتماعي إلى مركز اجتماعي آخر، عدا تلك المجتمعات المغلقة التي يقل فيها الحراك الاجتماعي إلى أدنى مستوياته، كما أن المجتمعات تؤثر سلباً وإيجابياً في النظام الاجتماعي حيث أنها قد تتواءم معه أو أنها تحدث تغييراً فيه ليكون متوائماً معها، و أكدت الدراسة على

^١ نادية جبر عبد الله ، الحراك الاجتماعي : الآليات والمصاحبات: دراسته حالة ببندر المنيا، مجله كليه الاداب والعلوم الانسانيه، جامعه قناه السويس عدد ٢، ٢٠١٠.

تفعيل توقعات الحراك يمثل خطوه هامه في عمليه الحراك السكني، وطبقا لهذا النموذج فان عدم التناسب بين احتياجات السكن الحالي يؤدي الى تفعيل عمليه الحراك التي تتضمن المقارنه بين سمات مكان المنشأ والسمات الأخرى الخاصه بالمكان المقصود وتشكيل نوايا الحراك أو التوقعات التي تستند إلى تلك المقارنه واخيرًا ترجمه نوايا الحراك إلى انتقال فعلي إلى مكان سكن آخر.

وهدف ت دراسة (رضوان قطبي ٢٠١٧) التعرف على الطرق التي يساهم بها النقابيون في موضوعات الحراك السياسي والجماهيري من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، تكون مجتمع الدراسه من النقابيين المغاربه في مدينه فاس وتشكلت عينه من ٣٠٠ مفرده من النقابيين الذين ينتمون للنقابات الخمسه الاكثر تمثليه بواقع ٦٠ مفرده لكل نقابه وتشكل الاناث حوالي ٢٠% من عينه البحث وتوصلت الدراسه، ان وسائل التواصل الاجتماعي شكلت عالماً افتراضيا يفسح المجال للأفراد والتجمعات والتنظيمات لابداء ارائهم ومواقفهم في القضايا والموضوعات التي تهمهم بحريه غير مسبوقه مما يجعل السياسه شأنًا عامًا يمارسه معظم أفراد الشعب دون أن يقتصر على فئة دون اخرى وبالتالي تحقق حراك فكري سياسي إلكتروني لجمهور المتابعين .

وهدف ت دراسة (فاطمة، ٢٠٢٢) إلى الوقوف على نمط واتجاه الحراك الاجتماعي صاعد أم هابط لدى الفقراء ، ورصد ديناميات الحراك الاجتماعي والكيفيه التي يتحركون بها عبر الطبقات الاجتماعيه ، والأبعاد الموضوعيه كالدخل والمهنه. والأبعاد الذاتيه كالرغبه في الاندماج، والطموح والانجاز ورؤيه الفقراء لذواتهم ولآخرين. اعتمدت الدراسه على المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت دليل المقابله عن طريق منهج دراسه حاله (عشرون حالة) لجمع حقائق ومعلومات عن حياه حالات الدراسه في مراحل حياتهم المختلفه حتى تيسر عمليه المقارنه بين الأوضاع الاقتصاديه والاجتماعيه الحاليه وبين الأوضاع الاقتصاديه والاجتماعيه في الأسره الأولى. توصلت الدراسه إلى أن الخصائص الموضوعيه للسياق الاجتماعي ساهمت بدرجة كبيره في تشكيل الخصائص الذاتيه لحالات الدراسه والتي عبرت عن ثقافه الطموح والانجاز والمرونه كعوامل دافعه إلى عمليه الحراك الاجتماعي لدى الحالات.

ورصدت دراسة (Anwar, Choiril 2023) العوامل التي تؤثر على حدوث الحراك الاجتماعي مثل البيئه الاقتصاديه والاجتماعيه والتعليميه وغيرها. ويفترض أن التعليم الجيد قد يفتح الفرص أمام الأفراد لتطوير مهاراتهم ويخلق فرص أفضل للحراك الاجتماعي. يستخدم هذا البحث منهج دراسه حاله، من خلال المقابلات والملاحظات، وكذلك تحليل الوثائق للحصول على فهم أكثر شمولاً مثل الدراسات السابقه والسياسات العامه والسجلات التاريخيه. وتوصلت الدراسه إلى المجتمع الحديث يفتح قطاعات جديده ويخلق فرص عمل جديده. تمكن بيئه ريادة الأعمال، بما في ذلك الوصول إلى الموارد ورأس المال، و تسهل الأنشطة الاجتماعيه الحراك الاقتصادي للأفراد الذين لديهم القدرة على البدء والنمو بأنفسهم. كلما اتسعت فجوة الدخل بين الأغنياء والفقراء ، أصبحت فرص تحسين الوضع الاقتصادي محدوده أكثر بالنسبة لأولئك الذين يعيشون في القاع. يمكن أن يمنع التمييز على أساس الجنس أو العرق أو الدين أو الخلفية الاجتماعيه والاقتصاديه الأفراد من التقدم في حياتهم المهنيه. أحدثت العولمة تغييرات في هيكل

سوق العمل مع ظهور قطاعات جديدة تتعلق بالتكنولوجيا والتمويل والإبداع. وهذا يوفر الفرص للأفراد لتحقيق الحراك الاجتماعي من خلال الوصول إلى وظائف أفضل وربما أعلى في الدخل.

تعقيب

تناولت دراسات أنماط العمل المستحدثة في تطبيقها لثقافة المرونة لاسيما في مجال تحقيق التوازن بين شقي العمل والحياة، واختبار فرضية (مفارقة الاستقلالية) (The autonomy Control) في الاعمال المستحدثة والتي مفادها أن العمال يميلون للعمل بجدية أكثر وساعات عمل إضافية عند العمل بشكل مستقل، ودراسات تناولت مستقبل عالم العمل ما بعد جائحة كورونا والعمل بالمنصات الرقمية، أما العمل كمؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي ركزت الدراسات على تحليل أشكال الشهرة التي تم إنشاؤها على وسائل التواصل الاجتماعي وأطلقت على مشاهير السوشيال ميديا (أصنام عصر التكنولوجيا لهذا الجيل) generation's idols فالمكافآت المالية المرتبطة بالشهرة، تبدو قابلة للتحقيق إلى حد كبير للناس العاديين وقد أدى هذا إلى وجود عدد غير مسبوق من الباحثين عن الشهرة يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي كبوابة للترويج الذاتي للحصول على نوع الاعتراف الذي يمكن تحويله إلى المال. وحللت دراسات الحراك الاجتماعي أنماط الحراك الاجتماعي صاعد أم هابط لدى الفاعلين الاجتماعيين، ورصد ديناميات الحراك الاجتماعي والكيفية التي يتحركون بها عبر الطبقات الاجتماعية، والأبعاد الموضوعية كالدخل والمهنة. والأبعاد الذاتية كالرغبة في الاندماج، والطموح والانجاز ورؤية الفقراء لذواتهم وللآخرين.

أبرز ما سيضيفه البحث الحالي عن الدراسات السابقة:

- ١- يحاول البحث الحالي دراسة عمل المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي كعمل مستحدث.
- ٢- تحليل الحراك الاجتماعي في ضوء متغيرات جديدة مثل تسليع الجسد و التقديم الذاتي لمنشئ المحتوى والمرونة الزمانية والمكانية من خلال أطر نظرية معاصرة (الحداثة السائلة - التسريع الاجتماعي - الممارسة).
- ٣- تتميز الدراسة الحالية من حيث استخدام منهج البحث التكامل الكمي والكيفي. ومن حيث مجتمع الدراسة.

سابعًا : المدخل النظري للبحث

(١) نظرية التسريع الاجتماعي Social Acceleration

يقدم "هارتموت روزا Hartmut Rosa's, 2013" حسابًا للبنية الزمنية للمجتمع الحديث من منظور النظرية النقدية، حيث حدوث تغيير في الهياكل و الأفاق الزمنية. لقد حدد ثلاث فئات من التغيير في إيقاع الحياة الاجتماعية الحديثة: التسارع التكنولوجي، والواضح في النقل، والاتصالات، والإنتاج حيث ضغط الزمكان. تسريع التغيير الاجتماعي، الذي ينعكس في المعرفة الثقافية والمؤسسات الاجتماعية والعلاقات الشخصية، وتسارع وتيرة الحياة الاجتماعية، وهو ما يحدث على الرغم من

التوقعات بأن التغيير التكنولوجي يجب أن يزيد من وقت فراغ الفرد وفقاً لـ"روزا"، فإنّ الجوانب الهيكلية والثقافية لمؤسساتنا وممارساتنا تتميز بـ"تقلص الحاضر"، وهي فترة زمنية متناقصة تتطابق خلالها التوقعات المستندة إلى الخبرة السابقة مع المستقبل بشكل موثوق. عندما تجتمع هذه الظاهرة مع التسارع التكنولوجي والوتيرة المتزايدة للحياة، يبدو أن الوقت يتدفق بشكل أسرع. (Hartmut Rosa, 2020).

لأن التطور الاجتماعي في القرن الحادي والعشرين يتميز بـ"أسواق تعمل على مدار الساعة طوال أيام الأسبوع وبنية تحتية عالمية للعمل المستمر والاستهلاك"؛ فالتسارع الزمني ظاهرة كمية لها عواقب نوعية حيث يدرك المواطنون أن أسلوب حياتهم يتشكل بأيديهم، وهو ما يعطي فرصة للجيل القادم لتقرير مصيره، وهكذا يُحدد روزا موقع مشروع الحداثة المتأخرة في العلاقة بين التسارع وقدرة البشر على السيطرة على مصيرهم. ويتضح في قلب أفكار روزا الحياة العملية للطبقات الوسطى في البلدان الأكثر تقدماً. ويبرز دور التسريع التقني في رفع مستوى الطبقة الوسطى من خلال إتاحة الحصول على أكثر من عمل تقني في ضوء تلاشي الحدود بين العمل بالمنزل والعمل الوظيفي بسبب وجود البريد الإلكتروني، فبدلاً من وظيفة واحدة يستطيع العمل في ثلاث وظائف (Rosa, 2021) وهو ما يفسر كيف يتم استخراج فائض القيمة لأغراض الربح. يشرح روزا بدقة كيفية التسارع الاجتماعي في القرن الحادي والعشرين، ويحصره في ثلاثة أنواع مختلفة هي: (١) التسريع التقني حيث؛ ضغط الزمكان. (٢) تسريع التغيير الاجتماعي (التسريع الجيلي)، المرتبط بتغيير توجهات العمل والتوقعات والخبرات في الحداثة المتأخرة، وهو ما يشير إلى صعوبة وضع إستراتيجية على مدى الحياة كما في الحداثة الكلاسيكية، وبالتالي يؤدي إلى هويات الطرفية والسياسة الطرفية. (٣) تسريع وتيرة الحياة: عن طريق الضغط التقني أو عن طريق تعدد المهام. مما يزداد معه ضغط الوقت لتنفيذ المهام" (Rosa, 2016) فالفاعلين يعملون في ظل ظروف التغيير الدائم متعدد الأبعاد التقنية والثقافية والاجتماعية.

٢) نظرية الحداثة السائلة :

تتطلق هذه الدراسة من نظرية "الحداثة السائلة" حيث يري Bauman أن المجتمع المعاصر الذي يطلق عليه مجتمع المستهلكين Consumer Society هو بمثابة حداثة مائعة وهو ينظر إلى الحراك على أنه سمة من سمات وقتنا المعاصر. والعولمة توضح لنا بشكل موجز الحراك المتزايد للصفوة من الرأسماليين والاشتراكيين، ويؤكد Bauman على أن المجتمع الاستهلاكي المعاصر مقسم تقسيماً طبقياً، أما بالنسبة للفقراء فإن الحراك ليس اختياراً سهلاً. فالتمييز المكاني يسير جنباً إلى جنب مع التمييز الاجتماعي. كما أن الشرائح الثرية تعزل نفسها بشكل اختياري في مجتمعات مغلقة بينما يتم نفي وإبعاد الشرائح الفقيرة إلى أماكن معينة بشكل إجباري حيث ينظر اليهم على أنهم دون الطبقة أو على أنهم لا فائدة منهم أو غير مرغوب فيهم (Abrahamson, 2014, 45-54).

تتسم هذه المرحلة بأعلى درجات التقدم التكنولوجي والصناعي وهو المجتمع الذي تعيش فيه الآن ولقد أدى ذلك إلى إنتاج أو إعادة إنتاج وتغيير جميع المظاهر الحياتية التي يطلق عليها مجتمع ما بعد الحداثة الجديد، تلك المرحلة التي تحتاج إلى الكثير من التحليلات حول ما تم إنتاجه بالفعل سواء من

الناحية التاريخية أو الثقافية ، وما يرتبط بها عموماً من مفاهيم وتصورات فرعية أخرى (حجازي، زيد، د ن، ص ص ٢٢٦ - ٢٢٧)

فالتغيرات المتسارعة الراهنة قضت على كافة الثوابت في مرحلة الحداثة ومن ثم - وفقاً لتعبير باومان - فلقد قضت تلك التغيرات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية على الأصالة في كافة البناءات الاجتماعية ومن ثم فنحن إزاء مرحلة تحول ما بعد الحداثة إلى مرحلة الحداثة السائلة. (Raymond, 2005, P. 61)

يذهب "باومان" إلى أن مرحلة ما بعد الحداثة تلت الحرب العالمية الثانية، وإزاء تفسيرها يرى المفكر البولندي، أن صلابة المرحلة السابقة زالت وتداخلت الحدود وتراخت السمات وازدادت ضبابية وتشابهت حتى صار من الممكن أن نتحدث عن سيوله أو ذوبان سواء في حدود الدول أو معالم المجتمع أو سمات الهوية الفردية أو خصائص الثقافات ، ولم تعد حداثّة التتوير الصلبة قائمة وحلت محلها حداثّة سائلة ، هي ما يقصده بها الآخرون بما بعد الحداثة (باومان، ٢٠١٦، ص ٣٢) ويشير باومان أن ذلك كان متبعاً في مرحلة ما قبل الحداثة ، ذلك لأن الفرد كانت له هوية محددة ومعروفة ، ولكن هذا نفتقده في ظل الحداثة السائلة - وهو ما يجعلنا نعيش في حالة من اللابيقين (Barmaki , 2009 , P.255)

فالحداثة السائلة هي نفيًا قطعياً للحداثة الصلبة، و لكن اذا أمعنا النظر وأخذنا مسافة تسمح لنا بفحصها في مجملها ، ربما يتضح لنا انها تذكرنا بالمركب الجدلي - (synthesis) الناتج من تأليف الموضوع thesis ونقيضه Antithesis في الدائرة الجدلية عند هيجل Hegel فالحداثة السائلة أكثر من مجرد نقيض للحداثة الصلبة (باومان ، ٢٠١٦ ، ص ٢٣)

ويشير "باومان" أن هناك تغيير على الصعيد الثقافي في مجتمع الاستهلاك ، إذ نجد أن الثقافة التقليدية التي كانت سائدة في مرحلة الحداثة الصلبة والتي كانت تتلخص في (مجتمع واحد ثقافة واحدة). فقد استبدلت بثقافة أخرى هي الثقافة اللحظية أو الثقافة العجولة كما يطلق عليها "ستيفن البرتمان" وهي وصف مناسب بثقافة مجتمع الحداثة السائلة (باومان ، ٢٠١٦ ، ص ٢٩٣).

ويشير النظام ما بعد الحداثي بحالة من الانفتاح الواسعة، وهذا الانفتاح يؤسس بدوره لمناخ يحفز على الإبداع وينضج بإمكانيات الابتكار والتجديد في مناحي الحياة المختلفة، ومنها المهن الرقمية.

٣) نظرية المجتمع الشبكي أيمانول كاستلز:

تساعد التكنولوجيا ، والإنترنت على إنشاء فضاءات منفصلة نسبياً من رقابة الدولة و مجالها المعرفي من خلال استخدامهم للتكنولوجيا الحديثه تمكنوا من تحويل رسائلهم الفرديه والذاتيه إلى رسائل عموميه يتلقاها ويتفاعل معها جمهور واسع والأكثر من هذا أن الأفراد بإعتمادهم على هذه الوسائل أصبحوا أكثر من ذي قبل قادرين على صناعه مصادر المعلومه (مقولة التواصل الذاتي الجماهيري (Self-communication de masse) أصبحت السلطه موجوده في مناحي الحياه الاجتماعيه كلها وهو التوجه نفسه الذي ذهب إليه الفيلسوف الفرنسي ميشيل فوكو حيث ترمز الذات

Self إلى النشاطات التي يحاول فيها الناس تأكيد هوياتهم المتجلبية في الخبرات والتجارب والمعارف والفنون واللغة والمسكن والملبس والغذاء والدواء والمعايير والانتاج والتوزيع والعلاقة بالآخرين والقوه التي اعرضت عنها في التواصل المجدي عن طريق ثقافته (Castells,2004) في ظل الظروف تتسم بالتغيرات البنائية وعدم الاستقرار التي ترافق تنظيم النشاطات الرئيسة الاجتماعية والاقتصادية وتصوغها في شكل شبكات ديناميكية حيث تعد التكنولوجيا في المجتمع الشبكي بمنزلة البنية التحتية التي تساهم في توسيع شبكه اقتصاد المعلومات فهي البنية الأساسية لتتطور الأنشطة الاقتصادية لكي تأخذ بعدا عالمياً ولا مركزياً تساهم هذه البنية بشكل كبير في تطوير وظيفه الاقتصاد القائم على المعرفة لأن البيانات يمكن أن ترتبط في الوقت ذاته عالمياً ومحلياً في شبكه تفاعلية ومستمره (٣٤ p: ٢٠٠١ ، Castells) إن أهم ما يميز أنشطة الأفراد في العالم الرقمي هو قدرتهم على انتاج ثقافه تتألف من قيم ومعتقدات خاصه توجه سلوكياتهم داخل هذا العالم تتألف ثقافه الإنترنت بحسب كاستلز من أربعة أبعاد هي ثقافه الجداره التقنيه (وهي الضامن لاستمرارية المجتمع الشبكي)، وثقافه القرصنه) لتعزيز شبكات التعاون والمشاركة حيث تتضمن للأفراد حرية وسهولة الوصول إلى التكنولوجيا (، وثقافه التواصل الافتراضي) لإضفاء الطابع الاجتماعي من خلال التفاعلات والمشاركات (، وثقافه رواد الأعمال) التي تستثمر بشكل جيد الثقافات سالفه الذكر (من أجل ربط حياة الأفراد أكثر وأكثر بكوكب الإنترنت وجعله محور حياتهم اليومية .؛ مما يجعلها تتنافس مؤسسات التنشئة الاجتماعية في دورها الاجتماعي في انتاج الهوية وتنتج هي أفراد بلا هوية(٣٥- P12, Castells, 1996) فيوفر لهم المجتمع مشاريع هويات جديدة حيث يسمح لهم بالتشبيك بغرض إيجاد أفكار وقيم ومعتقدات تتأسس عليها هويات جماعية مشتركة تتشكل داخل العالم الرقمي المنفصل بعيداً عن القيود والضبط القانوني في العالم الواقعي .

ويجدر الإشارة إلى فرضية كاستلز أن ثقافه مجتمع الشبكات هي ثقافه " بروتوكولات التواصل " Protocols of Communication بين مختلف الثقافات في العالم ، والتعاون من خلال عطاء الآخرين والآخذ منهم اي على أساس التبادل إنها سيروره في البناء المادي لثقافه مجتمع الشبكات من خلالها يحضر الفاعلون الاجتماعيون الواعون امرهم الذين ينتمون إلى مختلف الشرائح الاجتماعيه والمنابع الثقافيه والمعتقدات الدينيه ويتقاسمون العالم المتنوع(Castells,2004) .

٤) نظرية الممارسة بيير بورديو

تكتسب نظريه الممارسه الاجتماعيه أهميتها في العلوم الاجتماعيه التفسيريه، والملائمه لكشف طبيعه الظواهر الاجتماعيه والإنسانيه المختلفه فعن طريقها يمكن تفسير التباينات الاجتماعيه والثقافيه في آن واحد وحاول بييربورديو في نظريه الممارسه أن يقدم حلا للفجوه بين النظره الذاتيه للعالم الاجتماعيه والنظره الموضوعيه وانتهى إلى أن العلاقه بين الذات والموضوع علاقته جديله متداخله ومتشابهه فانتج مقولة الهابيتوس وكيف تؤثر هذه الذات في تلك الشروط فانتج مقوله المجال (Bourdieu Pierre, 1986: P85-88).

وجدير بالذكر أن مقوله المجال Filed عند بير بورديو توضح أن المجال الواحد يعوزه فاعلون وشبكه من العلاقات المستقلة عن إرادته هؤلاء الفاعلين ولكل مجال موارده أو رأس مال النوعي الخاص وهيكل من المراكز والمكانات المترججه هرميا التي تعبر عن مستويات القوة داخل هذا المجال وتحدد مسار الصراع بين الفاعلين الذين يحاولون استثمار رأس مال النوعي الموضع في الهابيتوس الخاص بهم في مجال ما ، وينقسم رأس المال النوعي إلى رأس المال الثقافي وبحسب تعبير ريمول ارون استثناء لقوانين فهو ينظر إلى رأس المال الثقافي بوصفه طابعاً اجتماعياً ثقافياً اي بوصفه ميلاً أو نزولاً مجسداً للعمل والتفكير والشعور بطريقة معينة وينتقل بطريقتين الأولى من خلال الأسره فعن طريقها يكتسب أنماط التفكير والإستعدادات ونظم المعنى والقيم المحدده للسلوك ، والثانيه عن طريق نظم التعليم الذي يعتبره العائق الثقافي الأكبر لأنه مسؤول عن إعادة انتاج الأوضاع الاجتماعيه القائمه (موسى ، ٢٠٠٩ ، ٢٠-٢٣). وسنتناول رؤوس الأموال عند بييربورديو من خلال تطبيقها على المؤثرين :

- رأس المال الاجتماعي هو مجموعه الموارد الفعليه أو المحتمله المرتبطه بإمتلاك شبكه دائمه من العلاقات الاجتماعيه على وسائل التواصل الاجتماعي فالمؤثر عضو في شبكات اجتماعيه مختلفه ومتنوعه في المجال العام الإفتراضي وهذه الشبكات هي مفتاح الفوائد الماديه والرمزيه في المجال الواقعي ولا بد له أن يمتلك رأس مال اجتماعي يمكنه من الاستثمار الكلي الخاص به وأكد على أن الشبكات والجماعات و المؤسسات لا ترتب لهم الحصول على المنافع بشكل تلقائي لكنها تتطلب جهداً ارادياً منظمًا في عرض المحتوى الرقمي (نشر صور - فيديوهات - لايف مباشر) من خلال ما يؤسسه الأفراد من روابط اجتماعيه (مشاركات - تفاعلات - تعليقات - دعم) يسمح لهم بالحصول على مزايا اقتصاديه تساهم في تغيير أوضاعهم الطبقيه بصوره أكبر فرأس المال الاجتماعي يمثل قوه تساعد على خلق وترسيخ مزايا اجتماعيه للمؤثرين على المواقع التواصل الاجتماعي.
- رأس المال الرمزي يشير الى درجات المكانه التي يكتسبها المؤثرون ويتم التعبير عنها او عن القوه الرمزيه من خلال علامات التميز (شارة تحقق أو كما يطلق عليها البعض ب العلامة الزرقاء، (Verified badge) أو (blue tick) تستخدم في مواقع التواصل الاجتماعي للإشارة بشكل مرئي من أنه تم التحقق من أن هذا الحساب رسمي لتعزيز المصداقية مع الجمهور (داخل كل مجال وتلك العلامات تعمل على ابراز وتأكيد المكانه الاجتماعيه وشهرة المؤثر بالإضافة إلى الحصول على الدروع الفضية ١٠٠٠٠٠٠٠ متابع ، والذهبية ١٠٠٠٠٠٠٠ متابع .
- رأس المال الاقتصادي يشير إلى كافه الموارد الماديه التي يمتلكها المؤثرون ويكتسبونها عن طريق الربح من (الريفيوهات - الإعلانات - التسويق - الدعم المادي في البث المباشر - الهدايا) ويعد عنصرًا مهما في الحياه الاجتماعيه من خلال تحديد الوضع الطبقي فكل من رأس المال الثقافي والاجتماعي والرمزي يتداخل بصوره معقده مع رأس المال الاقتصادي بمعنى انه دائما يوجد عائد اقتصادي من داخل كل رأس مال نوعي للمؤثرين .

نحو نموذج نظري مفسر لموضوع البحث

من خلال عرض النظريات السابقة يتبين أن معالجة قضايا البحث من منظور واحد مخاطرة كبيرة على حساب الوضوح والتحليل والتفسير. لذا تحاول الباحثة صياغة مدخل نظري من مقولات نظرية بالاعتماد على النظريات السابقة. ويتمثل فيما يلي:

المقولة الأولى: التسريع التقني ، الذي يشير إلى استخدام التقنيات ، وخاصة التكنولوجيا ، لزيادة السرعة في العمليات الموجهة نحو الهدف و ضغط الزمكان.

المقولة الثانية: تسريع التغيير الاجتماعي ، والذي يعني السرعة التي تتغير بها توجهات العمل والتوقعات والخبرات وتسريع وتيرة الحياة عن طريق تعدد المهام

المقولة الثالثة : الحراك سمة من سمات وقتنا المعاصر، والتميز المكاني يسير جنباً إلى جنب مع التمييز الاجتماعي. كما أن الشرائح الثرية تعزل نفسها بشكل اختياري في مجتمعات مغلقة. المقولة الرابعة : قضت تلك التغيرات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية على الأصالة في كافة البناءات الاجتماعية.

المقولة الخامسة : استبدلت الثقافة التقليدية التي كانت سائدة في مرحلة الحداثة الصلبة والتي كانت تتلخص في (مجتمع واحد ثقافة واحدة). بثقافة أخرى هي الثقافة اللحظية أو الثقافة العجولة. المقولة السادسة : تساعد التكنولوجيا ، والإنترنت على إنشاء فضاءات منفلة نسبياً من رقابه الدولة .

المقولة السابعة: يستطيع المؤثرين في العالم الرقمي إنتاج ثقافه تتألف من قيم ومعتقدات خاصه توجه سلوكياتهم داخل هذا العالم.

المقولة الثامنة : يسمح للمؤثرين بالتشبيك بغرض إيجاد أفكار وقيم ومعتقدات تتأسس عليها هويات جماعية مشتركة تتشكل داخل العالم الرقمي المنفلة بعيداً عن القيود والضبط القانوني في العالم الواقعي . (نظرية المجتمع الشبكي)

المقولة التاسعة: إن الأفراد يرتدون الأقنعة، ويلعبون الأدوار، ويقدمون أنفسهم بالطرق التي يرون أنفسهم بها أو بالطرق التي يرغبون في أن يراها الآخرون عنهم(نظرية التقديم الذاتي لمنشئي المحتوى)

المقولة العاشرة : المؤثر عضو في شبكات اجتماعيه مختلفه ومتنوعه في المجال العام الافتراضي وهذه الشبكات هي مفتاح الفوائد الماديه والرمزيه في المجال الواقعي ولا بد له أن يمتلك رأس مال اجتماعي يمكنه من الاستثمار الكلي .

المقولة الحادية عشر : تتطلب الشبكات والجماعات و المؤسسات جهداً ارادياً منظماً في عرض المحتوى الرقمي (نشر صور - فيديوهات - لايف مباشر) من خلال ما يؤسسه الأفراد من روابط اجتماعيه (مشاركات - تفاعلات - تعليقات - دعم) يسمح لهم بالحصول على مزايا اقتصاديه تساهم في تغيير أوضاعهم الطبقيه.

ثامناً : التأصيل النظري لمفاهيم البحث :

١) أنماط العمل المستحدثة .

جذبت أمتة مهام العمل اهتماماً كبيراً بين علماء علم اجتماع العمل في الولايات المتحدة. حيث أعادت الثورة الصناعية الرابعة (Schwab,2016) إحياء المخاوف من أننا نتجه نحو "مستقبل بلا وظائف" حيث ستؤدي التغييرات التكنولوجية إلى تقليل الطلب على العمالة البشرية. كان للقلق من قيام الآلات بالقضاء على الوظائف تاريخ طويل في الولايات المتحدة. على سبيل المثال ، خلصت لجنة أنشأها الرئيس ليندون جونسون في عام ١٩٦٤ إلى أنه في حين أن التكنولوجيا ألغت بعض الوظائف ، فإنها لا تلغي الحاجة إلى العمل حيث سيتم إنشاء وظائف جديدة ؛ ومن ثم ، فإن استبدال الآلة بالعمالة لا يحل محل العمالة البشرية بل يؤدي إلى إزاحة العمال من جزء من الاقتصاد إلى جزء آخر يطلق عليه الاقتصاد الرقمي (Autor, 2015). إن أعداد وأنواع الوظائف التي يُحتمل إلغاؤها وإنشائها نتيجة للتكنولوجيا والأتمتة أقل وضوحاً. خلص (Frey and Osborne, ٢٠١٧) إلى أن التغييرات التكنولوجية الحالية ستجعل من الممكن استبدال حوالي نصف الوظائف في الولايات المتحدة بالآلات في السنوات العشر إلى العشرين القادمة. الوظائف الأكثر تعرضاً لخطر التشغيل الآلي هي تلك التي تتضمن النقل واللوجستيات والدعم المكتبي والإداري والإنتاج. تميل الوظائف في هذه الصناعات إلى أن تكون روتينية بطبيعتها وتتضمن عادةً منطقاً قائماً على القواعد تكون أجهزة الكمبيوتر جيدة بشكل خاص في تكرارها (Levy and Murnane,2013). تشمل الوظائف الأقل احتمالاً أن تكون آلية تلك التي تتضمن مهاماً غير منظمة وتتطلب تعليماً وخبرة مكثفين ، وقدرة على التفكير النقدي وحل المشكلات ، والقدرة على التكيف والإبداع ، والتفكير أو التخطيط المعقد (Brynjolfsson and Mitchell,2017).

فقد تغير شكل الوظائف، والفرص، وآليات العمل، وجودة المنتجات، في العالم المعاصر (عصر المعرفة)، الذي يتأسس على مهارات خاصة مثل: (الكفاءة، والإبداع والمسئولية الاجتماعية، وإدارة المعرفة من حيث اكتسابها، وتحليلها، وإعادة إنتاجها بشكل جديد)، أضحي امتلاك المعرفة المتجددة "أساس القوة"، باعتبارها القيمة المضافة التي تعطي للأشياء تأثيرها وقيمتها، دليل ذلك: من البحث عن دور المؤثرات غير المادية intangibles على زيادة الدخل القومي GDP، تبين أن القيمة المضافة value added للاستثمار وقطاع السوق MGVA: قوية جدا حيث إن كل ١٥% من الاستثمار غير

المادي يدعم ٥٠% من إجمالي الكفاءات الاقتصادية بمعنى: (الاستثمار في السمعة ورأس المال التنظيمي والبشري، و ٣٥% على الميزة المبتكرة innovative property. علاوة على ذلك ، مع زيادة انتشار الأتمتة والتكنولوجيا الذكية ، سيتم إنشاء وظائف جديدة إلى جانب تلك التي تم إنشاؤها بواسطة الذكاء الاصطناعي. سيُطلب من العاملين البشريين استكمال المهام التي تؤديها التكنولوجيا والآلات المعرفية. التغييرات التكنولوجية الأخرى ستعيد تعريف بعض الوظائف بدلاً من القضاء عليها. سيغير الذكاء الاصطناعي والابتكارات التكنولوجية الأخرى الطريقة التي يتم بها توفير خبرة مجموعة واسعة من المهن للمجتمع (Susskind,2015) يحمل نمو الأشكال التنظيمية المرنة عواقب مهمة على حياة الأفراد. أظهرت الأبحاث حول المهن "بلا حدود" أن التنقل الوظيفي يحدث بشكل متزايد عبر الحركات بين المنظمات وليس داخلها. تتطلب مثل هذه الأنماط المهنية مجموعات مهارات مرنة وقابلة للتكيف. تتطلب وتيرة التغيير في أسواق المنتجات، والخدمات أن يمتلك العمال مهارات منتشرة مناسبة لأداء مهام متعددة ، بدلاً من اكتساب المهارات اللازمة فقط لأداء الأنشطة المحددة من خلال وصف وظيفي ثابت ومحدد جيداً

يتضمن عمل المنصة (work platform) التوسط عبر الإنترنت في العلاقة بين العملاء ، ومقدمي الخدمات وينتج تبادل الخدمة والدفع بمجرد الانتهاء من المهام. يوفر اقتصاد المنصة أيضاً آلية حوكمة مختلفة عن الأسواق والتسلسلات الهرمية والشبكات لتنظيم العمل حيث يتحكم تطبيقات التقنيات الرقمية في "المقاولين المستقلين" الذين لا يرتبطون إلا ارتباطاً وثيقاً بالأعمال المشاركة في هذه المعاملات (Vallas and Schor,2020). يوفر اقتصاد النظام الأساسي مزايا عديدة للشركات ، مع وجود مزايا وعيوب للعمال. يتطلب أشكالاً جديدة من تنظيم سوق العمل والحماية الاجتماعية حيث لا يتم تغطية عمال المنصات عموماً بقوانين العمل الحالية وخطط الضمان الاجتماعي.

التعريف الإجرائي لأنماط العمل المستحدثة : هو أعمال انتشرت بكثرة في العصر الحديث بسبب تطور وانتشار التقنية والتكنولوجيا والشبكة المعلوماتية (الإنترنت) وشملت عدة مجالات من الأعمال الإدارية والمحاسبة والتصميم الجغرافي والخدمات الاستشارية والتعليم والبنوك والقضاء و التسويق الإلكتروني و المؤثرين على الشوشال ميديا وغيرها، وأصبحت أسلوب عالمي سائد في أغلب الدول غير مفهوم العمل التقليدي لأنه لا يلتزم بهيكل إداري أو تنظيمي أو زمان أو مكان .

(٢) **الحراك الاجتماعي:** لغة أنه من المصدر حرك حركا ضد سكنه وحركته فتحرك حركه وحراك (أبادي ،٢٠٠٩:ص ٨٦٢).

يعرف الحراك الاجتماعي بأنه " العملية التي ينتقل بها الأفراد من موقع إلى آخر في المجتمع، وغالباً ما تكون المواقع التي ينتقل إليها الأفراد مدرجة عبر قيم تدريجية محددة، ويكون الحراك من موقع إلى آخر صعوداً أو هبوطاً " (زايد، ٢٠١٣) وهو " عملية أو آلية يتيح بها المجتمع الفرص أمام الأفراد لتغيير مواقعهم و مواقعهم وأوضاعهم الاجتماعية والاقتصادية (عمران ،٢٠١٦:٤، Behrman, 2000).

الحراك الاجتماعي يعبر عن عملية اجتماعية ينتقل من خلالها الفرد أو الجماعة من وضع اجتماعي معين إلى وضع آخر" (سعفان، حسن ، ٢٠١٧ ، ص ٣١٥)

لا يرتبط الحراك الاجتماعي بالثراء الاقتصادي فقط بل بالغنى الفكري والإبداع الفني والثقافي، إضافة إلى التطور في التقاليد والموروثات مع مسيرة الزمن وتطور الحياة (Shepard, 2017: p98) (" . ويعرف الحراك الاجتماعي بأنه " حركة الأفراد من وضع اجتماعي إلى آخر "أعلى أو أسفل" وهو نوع من التغيير في الطبقات الاجتماعية والسلم الاجتماعي (Lampard, 2015: 87).

وأكد (سروكن) أن الجيش والدين والمنظمات الاقتصادية والمهنية هي المرتكزات الأساسية المساعده على الحراك الاجتماعي السريع في البناء الاجتماعي و توزع الأفراد على مراكز وظيفيه وتحدد من الذين يرتفعون أو ينخفضون في الهرم الطبقي داخل البناء الاجتماعي إضافة إلى قيام الأنساق الأسريه، والتربويه ودينيه والاقتصاديه والسياسيه والعسكريه التي توزع الافراد على الشرائح الاجتماعيه وتيسر أو تعرقل عمليه الحراك الاجتماعي الرأسي. (سيد ، غريب : ١٩٩٥: ص ١١٠). فالحراك الاجتماعي هو التغييرات وضع الاجتماعي للأفراد والجماعات في تسلسل الهرمي الاجتماعي .

وعلى المستوى الإجرائي يتم قياس الحراك الاجتماعي عن طريق مقارنة الوضع الاجتماعي للأبناء بأوضاع آبائهم واجدادهم ويطلق على هذا النوع القياس بين الأجيال وقد يقاس الحراك ايضا بالنسبه للفرد الواحد خلال مختلف الفترات التي يعيشها مع كل جيل ، ويطلق عليه القياس داخل الجيل الواحد) (حسيب، ٢٠١٣ :ص ٢٨).

ولعله من المفيد أن نذكر المؤشرات الست للويد ورنر لقياس الحراك الاجتماعي(الثروة- الدخل- المهنة -التعليم -نوع السكن- مصدر الدخل) . (الموسي ، ٢٠٢١: ص ١٢).

وعليه فظاهرة ارتفاع أو انخفاض الجماعه الاجتماعيه في الهرم الطبقي تكون بمقدار الثروه ، والقوه والسمعه التي تتمتع بها الجماعه الاجتماعيه أما مقدار الفوارق الاجتماعيه بين الأفراد داخل الجماعه يحددها الثروه والنفوذ ومكانه الفرد في الجماعه الاجتماعيه ويعتمد ذلك على وجود عوامل تشجع الحراك الاجتماعي أو تعرقله بناء على ظروف المجتمع ومعطياته وطبيعته المرحله الحضاريه التاريخيه التي يمر بها (ج. اوسيواف ، ترجمه نعيم ، ١٩٧٠ : ٢٣١-٢٢٧)

وفي هذا الصدد يقصد بالحراك المهني تغيير الفرد لمهنة أسرته، وتبديل الأبناء لمهن آبائهم نتيجة لزيادة التخصص المهني، وتوافر مجالات العمل أمام الفرد، حسب ميوله الفرديه واستعداده للإنتاج، ويساعد الحراك المهني على تحرك الأفراد اجتماعيًا واقتصاديًا، عن مكانة أسرهم الاجتماعيه والاقتصاديه، ويؤدي ارتفاع الفرد في التركيب المهني وتغييره لوضعه المهني، عن وضع أسرته الأصلية، وصعوده أو هبوطه في السلم المهني، إلى تغييره مكان إقامته، ومعارفه وأصدقائه الذين تربى معهم في نشأته الأولى، واختلاطه بأفراد جدد ذوي ميول واتجاهات مغايرة عن الوسط الذي نشأ فيه، وتغييره أيضًا لأسلوب حياته ومركزه الاجتماعي ما يؤثر في علاقته القرابية بأعضاء أسرته بغض النظر عن مكانته الاجتماعيه الموروثة .

وبمراجعته التراث النظري والبحثي حددت العديد من الدراسات المسحية والنظرية مؤشرات الحراك في (الهجرة - التعليم - المهنة - الملكية) ولكنها أكدت أن المهنة Occupation وحدها دليل كافياً على المستوى الاقتصادي والاجتماعي كمؤشر للحراك الاجتماعي والمهني ، وأن المهنة كمحك أو مؤشر يكفي لقياس الحراك الاجتماعي لارتباطها بالهوية والمكانة والمستوى الاقتصادي للفرد و حددت (عبد الباسط : ١٩٧٧ : ص ٣٧٤ ص ٣٧٧ ، Richard H.Hall,1983,p24 ، الزيات : ١٩٨٦ : ص ١٣٥ ، Julia Evetts: 2003:P396) .

(أ) آليات الحراك الاجتماعي : عوامل حدوثه الإنجاز العملي ، الإرتقاء العلمي ، التدرج المهني ومن القضايا الهامة التي اثارها ماكس فيبر عن ماهية المجتمع التي قد تؤدي إلى ظهور شكل معين من أشكال الحراك الاجتماعي أنه في فترات الإستقرار الاقتصادي يميل الحراك الاجتماعي إلى الإستناد على اعتبارات الهيبة والمكانة الاجتماعية ، بينما في فترات التغير الاقتصادي السريع يميل الحراك الاجتماعي إلى الإستناد على العوامل الاقتصادية المادية ، وفي ذلك يفترض أنه من الملاحظ أن كل حدث تكنولوجي أو تحول اقتصادي يهدد نمط التدرج المستند إلى المكانة والقوة(عبد الباقي : ١٩٧٣ ، ص ١٦٠ ، Lipset and Zetterberg, 1969,p12) هناك متغير طرحه بيكون وهو أن المعرفة يمكن أن تخلق القوة وتخلق معها مكانة جديدة للفرد داخل الهرمي الاجتماعي (Irfan, 2016,p25).

ووفقا لمايلز ، فقد أوضح في دراسته أن المجتمع الحديث منفتح يتيح للأفراد القادرين الحصول على الفرصة لتنفيذ الأنشطة الاجتماعية وتحقيق الحراك . وكشف مايلز أن العمل والإنجاز هما العاملان الأكثر سيطرة في الحياة المعاصرة لحدوث الحراك الاجتماعي.

ولكن دخل عنصر جديد كآلية من آليات الحراك الاجتماعي للمؤثرين على السوشيال ميديا إلا وهو الحظ والصدفة فالأفراد يختلفون عادةً في مدى استفادتهم الكاملة من هباتهم، وقد تفودهم سعة الحيلة أو الدافع للحراك إلى إيجاد فرص جديدة للشهرة على وسائل التواصل الاجتماعي .

(ج) الوظائف الاجتماعية للحراك الاجتماعي : وحيث أن الثابت أن للحراك الاجتماعي وظيفتان فهناك آثار وظيفية مفيدة واثار وظيفية مضره فمن الوظائف المضره والهدامه التي تركتها ظاهره الحراك الاجتماعي الهابط على الأفراد هي تعرضهم إلى العزله الاجتماعيه والمرض الاجتماعي والعقد النفسيه بل حتى الإنتحار إضافة إلى تفكك الجماعات التقليديه التي ينتمي إليها الأفراد نتيجة خروج بعضهم منها ودخولهم إلى جماعات أخرى. أما فوائد الحراك الاجتماعي الصاعد كثيره ، ومتنوعه أهمها ترسيخ مبادئ وقيم الديمقراطية والعداله الاجتماعيه وتكافؤ الفرص وتشجيع الأفراد على الإنجاز الاقتصادي والعلمي والمهني لتحقيق الذات الذي من شأنه أن يطور المجتمع ويعزز الشعور بالذات والقناعه، والفخر وبالتالي الانتماء والولاء للمجتمع.

(د) أنماط الحراك الاجتماعي

الحراك الفكري : تتيح وسائل التواصل الاجتماعي لمستخدميها طرح أفكارهم واتجاهاتهم الفكرية والثقافية وكذلك تتيح لكل متابع وصديق أو عضو في جماعه متابعة ومشاركة ما يرغب فيه مما ينشر

عبر وسائل التواصل ولكل هدفه وسعيه في اقناع الآخرين بشيء عن فكرته ويعتقد اصحاب نظريه الطلقه للعالم **هارلود لازويل** أن وسائل الاتصال الجماهيري تتمتع بنفوذ قوي ومباشر وفوري على الأفراد ولديها القدره على تغيير الاتجاهات والاراء والميول بما تتناسب مع صاحب الوسيله أو مستخدميها .وبهذا الطرح المتواصل تستمر عمليه الحراك الفكري سواء كان صاعداً أو هابطاً وهو تبني افكار وقيم ترتبط بالموروث الثقافي وتواكب مسجديات العصر تساعد في التطور، أو ضاره أو تافهه تؤثر سلبيًا على عادات المجتمع وتقاليده وبالتالي هويته وأمنه المجتمعي .

الحراك المكانه : الحراك الرأسي من اكتساب أو فقد مكانة وهيبة اجتماعية أو شهرة

الحراك المهني : احتراف الفرد لمهنة أخرى غير مهنة ابيه أو مهنة أسرته أو مهنته هو في فترة سابقة ؛ لتوافر فرص ومجالات عمل أمام الفرد حسب ميوله الفرديه واستعداده للانتاج ويساعد الحراك المهني في تحرك الأفراد اقتصاديا واجتماعيا عن مكانه أسرهم الاقتصادي والاجتماعيه.

الحراك الاقتصادي: تحقيق امتيازات ومكاسب مادية أو حتي امتلاك ثروة، ويظهر ذلك في ارتفاع مستويات الإستهلاك والمعيشة (Ritonga,2023).

الحراك المكاني : أو السكني أي الانتقال من مكان إلى آخر أرقى أو أدنى داخل الدولة أو خارجها (تغير مكان تواجده أو اقامته).

يتمثل الحراك الاجتماعي إجرائيًا مقارنة الوضع الاجتماعي والاقتصادي للمؤثرين قبل وبعد هذا العمل المستحدث من خلال " التغيير في مضمون و شكل المحتوى الرقمي على وسائل التواصل الاجتماعي على حسابات المؤثرين ، تغيير أحكامهم ، وشهرتهم (نسبة المشاهدات والتفاعلات على صفحاتهم) مؤشر الدخل (فرص تجميع ثروة) - مؤشر المهنة ،تغيير المهنة ، والحراك المكاني (السكن داخل الوطن أو خارجه) مؤشر الملكية (امتلاك شقق وفيلل وسيارات ومقتنيات)، إضافة إلى التغيير في العادات والتقاليد، و التغيير في شبكة العلاقات الاجتماعية" معارفه واصدقائه أي رصيد الفرد من العلاقات وتعزيز صداقات واختلاطة بيئة اجتماعية مغايرة لأسلوب حياته ومركزه الاجتماعي الذي نشأ فيه من قبل .

٣) المؤثرون على وسائل التواصل الاجتماعي

فكرة استخدام قادة الرأي للتأثير على الجمهور لصنع القرار ليس جديدا. يمكن تعريف قادة الرأي على أنهم الشخصيات التي لها تأثير قوي على اتجاهات المستهلكين وسلوكياتهم بسبب تفوقهم ، ومكانتهم الاجتماعية، والشخصية المتميزة أو الخبرة (Godey, et al., 2016) وفسر هذا التأثير نموذج التدفق ذو الخطوتين: الخطوة الأولى نشر وسائل الإعلان عن طريق قادة الرأي ثم تأتي الخطوة الثانية في التفاعلات الجماعية فعلى مدى العقود العديدة الماضية، تم استخدام المشاهير، مثل نجوم السينما وشخصيات هوليوود ولاعبى كرة القدم وغيرهم ، كوسيلة لتعزيز التسويق والتأثير على الجماهير (Casaló, , et al., 2018)

عرفهم Enke, N., & Borchers بأنهم جهات فاعلة خارجية أنشأت عددًا كبيرًا من العلاقات ذات الصلة بجودة محددة وتأثير على أصحاب المصلحة التنظيميين من خلال إنتاج المحتوى، توزيع

المحتوى والتفاعل والمظهر الشخصي على شبكة التواصل الاجتماعي. (Enke, & Borchers, 2018)

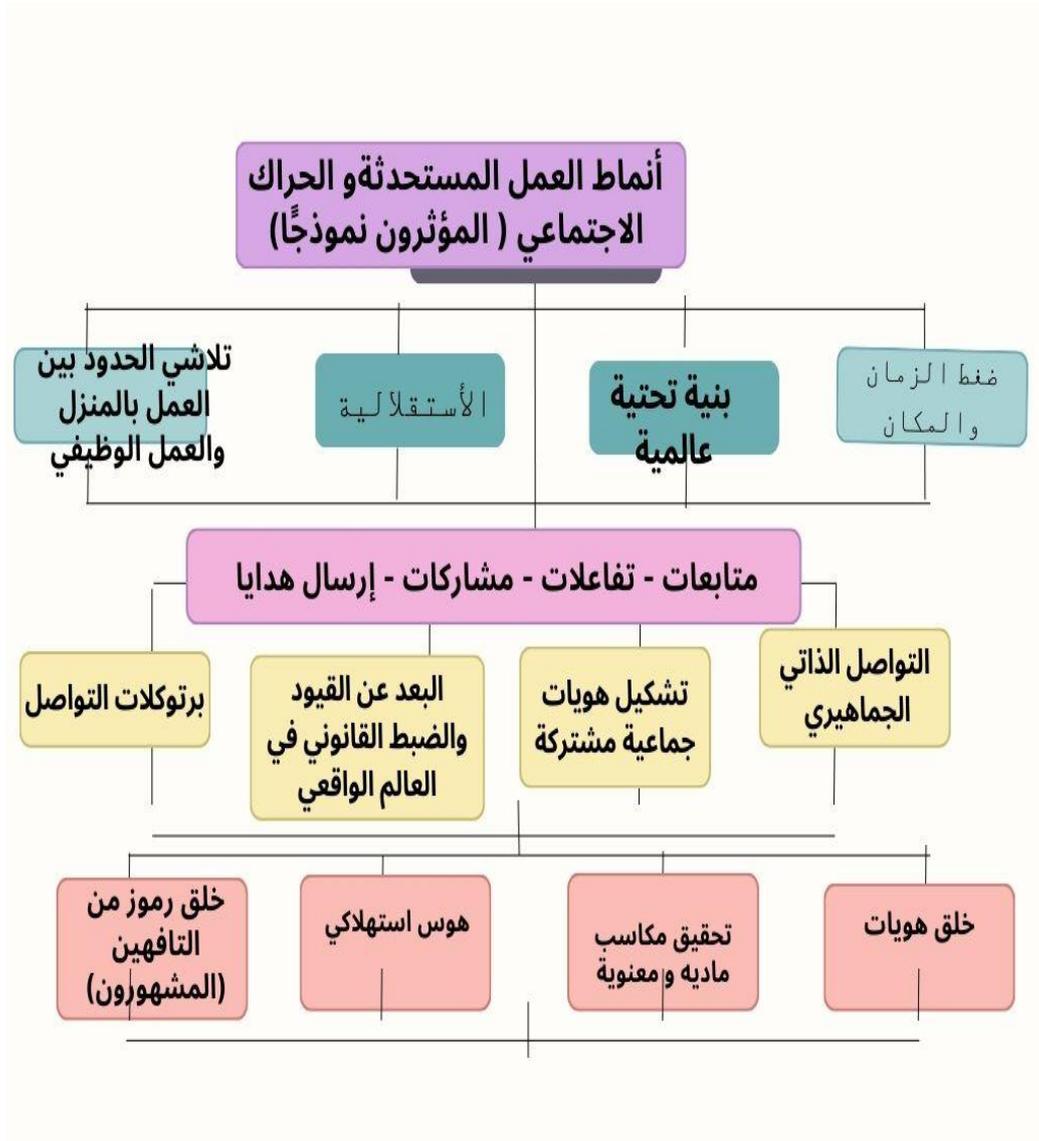
ويمكن تعريفهم بأنهم "شخصيات عبر الإنترنت لديهم عدد كبير من المعجبين والمتابعين عبر واحد أو أكثر من منصات التواصل الاجتماعي مثل Instagram و YouTube face book و Snapchat، أو المدونات الشخصية. لديهم تأثير على متابعيهم يتم قياس التفاعل من خلال عدد الإعجابات والتعليقات والرسائل المباشرة. " (Varsamis, E., 2018) ويمكن تصنيفهم مؤثرون على المستوى الجزئي (٥٠٠-١٠٠٠٠ متابع)، المؤثرون الكبار (ما يصل إلى مليون متابع)، مشاهير المؤثرين مع أكثر من مليون متابع بالتالي، يقدم المؤثرون معلومات حول المنتجات ذات الصلة للجماهير المستهدفة: "معلومات حول اتجاهات الموضة والمطاعم والأماكن المثيرة للاهتمام (Gottbrecht, L., 2016) وأضافت بعض التعريفات "أن مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي يلعبون أدوار مختلفة داخل منصات التواصل الاجتماعي بناءً على مستواهم في التعامل مع إنتاج واستهلاك المعلومات واستخدام الرموز التعبيرية Emoji rhetoric في التواصل والإقناع " (Ge and Gretzel, 2018,15-16).

وتجدر الإشارة إلى وسائل التواصل الاجتماعي من حيث التعريف والتوصيف العلمي عبارته عن مواقع على شبكة الإنترنت توفر لمستخدميها سواء كانوا أفراد أو جماعات فرص التلاقي وتبادل المعلومات والآراء والأفكار والهموم والمشكلات من خلال الملفات الشخصية، والألبومات وصور، وغرف الدردشة وغير ذلك من أمثله هذه الوسائل أو المواقع والخدمات الفيسبوك ماسنجر- انستجرام- تويتر -تساب- تيك توك وغيرها وهي سهلة في التعامل معها وقله تكلفتها وتنتشر استخدامها وسط فئة الشباب (عبد الكريم، ٢٠١٣: ص ٣٣٠).

وتعرف بأنها "التواصل بواسطة الكمبيوتر أو الجوال أو اللاب ... حيث يقوم الأفراد بإنشاء المحتوى الخاص بهم، ورؤيته و تفاعل أصدقائهم أو المستخدمين الآخرين معه عبر الإنترنت (Carr, & Heyes, 2015, 46-65) يعد التأثير الاجتماعي ظاهرة تغير الآراء والأفعال بسبب التفاعلات مع الناس من حولنا. يتم تقسيم المستخدمين عموماً إلى فئتين رئيسيتين، مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي المؤثرين ومستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي النشيطين وهم متفرجون يشاهدون من داخل منصات التواصل الاجتماعي أما المؤثرون هم صانعي المحتوى على المنصات المختلفة " (Flanagin, 2017)

التعريف الإجرائي للمؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي: مجهود عقلي وجسدي مريح عبر الإنترنت يقوم به أشخاص لديهم عدد كبير من المعجبين والمتابعين عبر واحد أو أكثر من منصات التواصل الاجتماعي مثل Instagram و YouTube face book و Snapchat، أو المدونات الشخصية. لديهم تأثير على متابعيهم يتم قياس التفاعل من خلال عدد الإعجابات والتعليقات والرسائل المباشرة ويحقق أرباح مالية وشهرة اجتماعية تحقق مكاسب مادية مثل الهدايا و رحلات السفر للدعابا والإعلان ويقاس التفاعل من خلال عدد الإعجابات والتعليقات والرسائل المباشرة. ويمكن تصنيفهم

مؤثرون على المستوى الجزئي (٥٠٠-١٠٠٠٠ متابع)، المؤثرون الكبار (ما يصل إلى مليون متابع)، مشاهير المؤثرين مع أكثر من مليون متابع .
تأسيسًا على مراجعة التراث البحثي والنظري لموضوع البحث يمكن تصميم النمذجة نظرية للبحث
الراهن كما يلي



تاسعًا: الإجراءات المنهجية للبحث الميداني :

(١) نوع البحث : في ضوء أهداف البحث وتساؤلاته، والأطر النظرية، أمكن تحديد نوع البحث بأنه

وصفي تحليلي .

(٢) منهج البحث:

تعتمد الدراسة على منهجين:

(أ) منهج كمي: لدراسة عينة كمية من طلبة الفرقة الرابعة من جميع أقسام كلية التربية جامعه

عين شمس والمقبلين على سوق العمل (٣٠٠) مفردة من الجنسين.

(ب) منهج كفي : لجمع البيانات اللفظية الأولية بل وتوليدها ويتمثل في تطبيق دليل مقابلة متعمقة في مقابلة جماعية (جماعة بؤرية تكونت من عشرة طلاب تم جمعهم من أجل البحث خصيصًا) لاستكشاف وتوضيح وجهات نظرهم وفهم المشاعر والدوافع ذات الصلة بموضوع البحث .

٣) أدوات البحث:

(أ) أداة كمية: وتتمثل في مقياس ثرستون ثلاثي الأبعاد المتدرج (موافق - إلى حد ما - غير موافق) بوزن نسبي (٣-١) لدراسة عدد كبير من طلبة الفرقة الرابعة المقبلين على سوق العمل .
(ب) أداة كيفية : وتتمثل في دليلان مقابلة متعمقة ، حيث تم تطبيق الأول خمسة مؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي وتم اختيارهم وفقًا للأسباب التالية:

- مهنة يترشح منها
- أن يكون له أكثر من مليون متابع .
- تنوع مجالاتهم .
- موافقتهم على التطبيق.

أما الدليل الثاني تم تطبيقه على (عشر طلبة: خمس طالبات، وخمسة طلاب) من طلاب الفرقة الرابعة اثنان قسم الفلسفة والاجتماع واثنان قسم الفزياء - اثنان قسم الرياضيات - اثنان قسم دراسات اجتماعية - اثنان قسم اللغة الانجليزية . وتم اختيارهم عمدا من بين عينة البحث لأنهم كانوا حالات مثيرة للاستبصار و ذلك من خلال تكوين جماعة بؤرية استغرقت ثلاث ساعات واربع وخمسون دقيقة . استخدام دليل مقابلة متعمقة مع خمسة مؤثرين

٤) الدراسة استطلاعية :

تم إجراء دراسة استطلاعية على ٣٠ مفردة ١٥ من طلبة جامعة أسيوط كممثلين للريف و ١٥ مفردة كممثلين للحضر من طلبة جامعة عين شمس. لمعرفة أنماط العمل المستحدثة من وجهة نظرهم ، القيم التي يلتزم بها المؤثرين في عملهم ، تأثير أنماط العمل المستحدثة على الحراك الاجتماعي لصانعي المحتوى الرقمي، وصور الحراك الاجتماعي. وتوصلت الدراسة إلى: عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين العينتين فيما يتعلق بالاستجابات على مقياس البحث (اى أن قيمة كا < ٠.٠٥) ما جعل استخدام المنهج المقارن بين شباب الريف والحضر غير مجدي .

٥) صدق مقاييس البحث:

(أ) الصدق الظاهري (صدق المحكمين):

للتحقق من صدق مقاييس الدراسة تم استخدام الصدق الظاهري، وذلك بعرض استمارة الدراسة) مقاييس) على (٨) من المحكمين، لإبداء الرأي في صلاحية مقاييس الدراسة، من حيث السلامة

للغوية للعبارات من ناحية وارتباطها بمتغيرات الدراسة من ناحية أخرى، وبناء على ذلك تم تعديل وإضافة وحذف بعض الأسئلة والعبارات وفقاً لدرجة اتفاق لا تقل عن ٨٢% ، وفي نهاية هذه المرحلة تم وضع المقاييس في صورتها النهائية.

ب) صدق الاتساق الداخلي :

قامت الباحثة بالتحقق من صدق المقياس باستخدام صدق الاتساق الداخلي وذلك بإخراج مصفوفة (معامل) الارتباط لكل فقرة من فقرات المقياس مع الدرجة الكلية للمقياس ، وقد جاءت النتائج كما هو واضح في الجدول التالي.

جدول رقم (١)

يبين ارتباط فقرات مقياس أنماط العمل المستحدثة والحراك الاجتماعي مع الدرجة الكلية للمقياس

الارتباط	العبارة	الارتباط	العبارة	الارتباط	العبارة	الارتباط	العبارة
**٠.٨٣٠	١٢	*٠.٧١٠	١١	*٠.٦٨٨	٥	ثانياً: الوعي	
**٠.٧٧٢	١٣	**٠.٧٦٧	١٢	*٠.٧٢٤	٦	**٠.٧٦٩	١
**٠.٧٩٥	١٤	*٠.٧٠٩	١٣	**٠.٨١٨	٧	**٠.٧٣٠	٢
*٠.٧١٠	١٥	**٠.٧٥٦	١٤	*٠.٦٤٤	٨	**٠.٩٠٨	٣
**٠.٧٦٧	١٦	خامساً: تأثير أنماط		*٠.٧٣٨	٩	*٠.٧٣٠	٤
**٠.٨٦٢	١٧	**٠.٨٠٣	١	رابعاً: العوامل المؤثرة		*٠.٦٩٣	٥
**٠.٧٨٠	١٨	*٠.٦٢٧	٢	*٠.٧٣١	١	**٠.٨١٠	٦
*٠.٧٢١	١٩	**٠.٧٧٢	٣	*٠.٧٠٣	٢	*٠.٧٢٣	٧
*٠.٦٥٠	٢٠	**٠.٧٦٧	٤	**٠.٧٨٢	٣	**٠.٧٧٨	٨
*٠.٦٤٩	٢١	**٠.٨٤٣	٥	*٠.٦٨٥	٤	**٠.٧٨٢	٩
*٠.٧٢٥	٢٢	**٠.٧٥٨	٦	*٠.٦٥٢	٥	*٠.٦٨٢	١٠
*٠.٦٣٧	٢٣	**٠.٧٧١	٧	**٠.٧٩٢	٦	*٠.٧٢٢	١١
		*٠.٧٣٧	٨	**٠.٧٦٦	٧	ثالثاً: القيم	
		**٠.٨٢٥	٩	*٠.٧٣٢	٨	*٠.٧١٦	١
		**٠.٨٦٢	١٠	**٠.٧٩٦	٩	*٠.٧٠٧	٢
		**٠.٧٦٦	١١	**٠.٧٧١	١٠	*٠.٧٢٩	٣
						**٠.٩٠٨	٤

** دالة عند ٠.٠١

* دالة عند ٠.٠٥

يتبين من الجدول رقم (١) أن جميع قيم ارتباطات فقرات مقياس يبين ارتباط فقرات مقياس أنماط العمل المستحدثة والحراك الاجتماعي مع الدرجة الكلية للمقياس دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٥

٠.٠١ ، مما يؤكد أنها تشترك معاً في قياس درجة أنماط العمل المستحدثة والحراك الاجتماعي لدى أفراد العينة ، في ضوء الإطار النظري الذي بُني المقياس على أساسه.

(ت) ثبات مقاييس البحث:

جدول (٢) يوضح

ثبات مقياس البحث باستخدام معامل ألفا كرونباخ

الدلالة	قيمة معامل ألفا كرونباخ	مقاييس الدراسة
٠.٠١	٠.٨٦٢	(١) مدى الوعي بأنماط العمل المستحدثة (المؤثرون أو صناع المحتوى الرقمي)
٠.٠١	٠.٨٦٣	(٢) القيم التي يلتزم بها المؤثرين في المحتوى الرقمي
٠.٠١	٠.٨٤٧	(٣) العوامل المؤثرة في رواج المحتوى الرقمي
٠.٠١	٠.٨١٢	(٤) تأثير أنماط العمل المستحدثة على الحراك الاجتماعي لصانعي المحتوى الرقمي

نلاحظ أن جميع معاملات الارتباط بين درجات كل مقياس وفقاً لمعامل ألفا كرونباخ دالة إحصائياً عند مستوى (٠.٠١) مما يدل على ثبات جميع مقاييس الدراسة .

(ب) عينة البحث:

مجتمع البحث : طلاب كلية التربية جامعة عين شمس وذلك للأسباب الآتية :

- تضم الكلية سبعة عشر قسم علمي وأدبي وتربية خاصة بالإضافة إلى البرامج المتخصصة مما يضيف على طلابها التنوع
- خريجي الكلية هم معلمون ومربيون للنشئ ، وبالتالي قياس اتجاهاتهم نحو أنماط العمل المستحدثة يعد متطلب هام .

نوع العينة : عينة غير احتمالية

طريقة سحب العينة : تم سحب العينة بطريقة عمدية (المتاحة) من طلبة الفرقة الرابعة بجميع أقسام كلية التربية جامعه عين شمس لتواجدهم الدائم فترة تقديم مشروع التخرج للعام الجامعي ٢٠٢٣-٢٠٢٤ عينة من الطلبة (٣٠٠) مفردة من الجنسين .

- عينة غير احتمالية من المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي قوامها خمسة مؤثرين طريقة سحب العينة (كرة الثلج) عن طريق الوصول لبلووجر مشهورة تم التوصل لمفردات العينة وبالإتفاق عقدت معهم كل مفردة على حدا مقابلات إلكترونية عبر تطبيق مايكروسفت تيميز و تطبيق زووم .

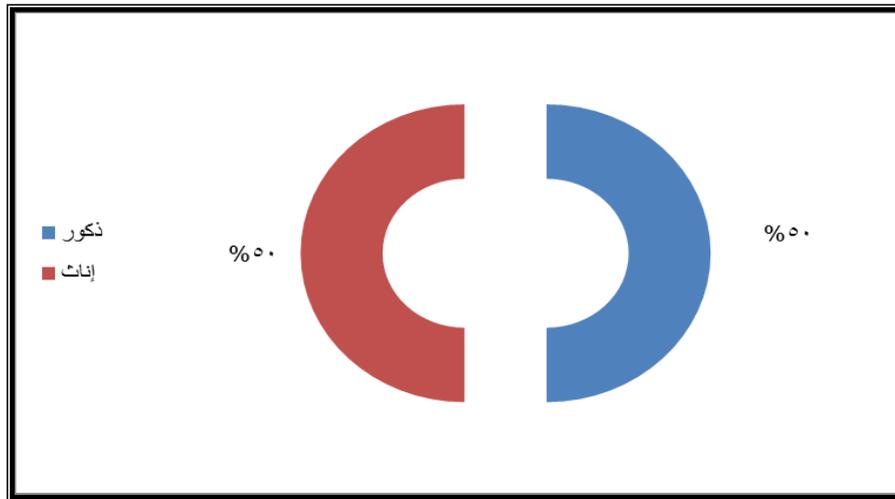
أولاً بيانات عينة المؤثرين :

المتابعين	المجال	نمط العمل المستحدث	المفردة(المؤثر)
١.٨٢ مليون مشترك	الألعاب الإلكترونية	Online منشئ محتوى بث مباشر Streamer	ص.ع ذكر بالغ من العمر ١٦ سنة في الصف الثاني الثانوي
١.١٥ مليون متابع	القضايا والأحداث المميزة والترند	يوتيوبر Youtuber على منصات التواصل الاجتماعي (صانع محتوى مرئي)	ر.ع انثي ٣١ عام خريجة كلية تجارة
١.٢ مليون متابع	اللبسنج نوع من الفيديوهات يقوم على تحريك الشخص شفاه على كلمات الاغنية معبراً عنها بجسده وروحه	تيك توكر tiktalker أى ناشر لفيديوهات القصيرة على منصة التيك توك	م.خ ذكر ٢٠ عام كلية حاسبات ونظم معلومات
١٣ مليون متابع	تمثيل مصغر لحياة الخاصة بكل تفاصيلها	بلوجر Blogger	أ.ي ذكر ١٩ عام
١.٢ مليون متابع	مايكب ارتست ، ومناقشة موضوعات اجتماعية	بلوجر	ه.ع انثي ٣٠ عام مطلقة وحاصلة على دبلوم تجارة

ثانياً : البيانات الأساسية لعينة الشباب :

النوع:

شكل (١) توزيع العينة وفقاً للنوع



توضح البيانات توزيع العينة على الذكور والإناث بالتساوي بنسبة ٥٠% لكل منهما، وقد حرصت الباحثة على التوزيع المتساوي لرصد متغيرات الدراسة عند كلا الجنسين و تثبيت متغير النوع كمتغير وسيط .

عاشراً مناقشة نتائج البحث

١- الوعي بأنماط العمل المستحدثة

جدول (٣) أنماط العمل المستحدثة(المؤثرون على مواقع التواصل الاجتماعي نموذجًا)

فيما يتعلق بمدى الوعي بأنماط العمل المستحدثة(المؤثرون أو صناع المحتوى الرقمي) تشير

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	غير موافق	محايد	موافق	أنماط العمل المستحدثة(المؤثرون أو صناع المحتوى الرقمي)
٢	٩٤.	٤٣١.	٢.٨٢	١.٧	١٥.٠	٨٣.٣	١. ترتبط المهن المستحدثة بانتشار وسائل التكنولوجيا الحديثة
٣	٨٨.	٦٣٣.	٢.٦٥	٨.٣	١٨.٣	٧٣.٣	٢. تستهدف مهنة المؤثرين في الأساس التسويق والدعاية والترويج لبعض المنتجات والخدمات المختلفة
٤	.٨٧	٥٨٥.	٢.٦٢	٥.٠	٢٨.٣	٦٦.٧	٣. تختلف موضوعات المؤثرون في كل فيديو عن الآخر
٦	٨١.	٦٩٩.	٢.٤٥	١١.٧	٣١.٧	٥٦.٧	٤. تختلف موضوعات المؤثرين عن غيرها من موضوعات مواقع التواصل الاجتماعي
٥	٨٦.	٦٤٥.	٢.٥٨	٨.٣	٢٥.٠	٦٦.٧	٥. يتاجر المؤثرون بفيديوهات عن حياتهم اليومية
٧	٨١.	٧٤٥.	٢.٤٣	١٥.٠	٢٦.٧	٥٨.٣	٦. يركز المؤثرون على تقديم المحتوى الترفيهي الاجتماعي
٤	٨٧.	٥٥٥.	٢.٦٢	٣.٣	٣١.٧	٦٥.٠	٧. هدفت فيديوهات المؤثرين نسب المشاهدات مهما كانت الوسيلة
١	٩٥.	٤٠٤.	٢.٨٥	١.٧	١١.٧	٨٦.٧	٨. يحظى المؤثرون بشعبية كبيرة في مصر والوطن العربي
٢	٩٤.	٥٠٤.	٢.٨٢	٥.٠	٨.٣	٨٦.٧	٩. أصبحت الماركات العالمية تستعين بالمؤثرين للإعلان والترويج عن كل منتج جديد لديهم
٨	٨.	٧٤١.	٢.٤٠	١٥.٠	٣٠.٠	٥٥.٠	١٠. تمكن المهن المستحدثة الأفراد من التعبير عن أنفسهم بطرق إبداعية

التحليلات الإحصائية إلى تراوح المتوسطات ما بين؛ ٢.٨٥، والمتوسط ٢.٤٠. وجاء ترتيب العبارات كالآتي:

- فيما يتعلق بشعبية المؤثرين كمهنة مستحدثة: جاءت العبارة (يحظى المؤثرون بشعبية كبيرة في مصر والوطن العربي) في المرتبة الأولى بمتوسط ٢.٨٥ وانحراف معياري ٠.٤٠٤. ولاشك أن هذه الشعبية تساعد على تحقيق عائد مادي كبير للمؤثرين.

أكد المؤثرون قدرتهم على جذب الجمهور وزيادة المتابعين قال البلوجر أ.ي " الموضوع متعب جدا ويحتاج مجهود كبير أنت طول الوقت ماسك الموبيل المواظبة شئ اساسي بحياتك استمرارية النشر على المنصة والتواجد يتطلب تقديم محتوى ناجح وفعال مع الجمهور واستخدام كل ادوات المنصة لجذب الجمهور مثل نشر صور وفيديوهات الرد على التعليقات واسئلة الجمهور"وقالت البلوجر(ع.ه)

- الدور الدعائي للمؤثرين: العبارة (أصبحت الماركات العالمية تستعين بالمؤثرين للإعلان والترويج عن كل منتج جديد لديهم) جاءت في المرتبة الثانية بمتوسط ٢.٨٢ وانحراف معياري ٠.٥٠٤. العبارة (تستهدف مهنة المؤثرين في الأساس التسويق والدعاية والترويج لبعض المنتجات والخدمات المختلفة) بمتوسط ٢.٦٥ وانحراف معياري ٠.٦٣٣. ولاشك أن هذا الدور الدعائي والتسويقي يمثل الهدف الأساسي للمؤثرين، حيث أنه يحقق عائد مادي كبير لهم. العمل كله دلوقتي متوجه نحو البرمجة والتسويق الإلكتروني و Freelancer " وذكر طالب (م. س) صاحب شركة تسويق إلكتروني " أنا كشركة تسويق إلكتروني أروح أعمل اثنين أو ثلاثة هشتاك على الفيديو يفضل باين للكل اي حد يفتح الانستجرام يظهر عنده إنك صاحب المحتوى ده اعمل سبونسر عليه يظهر الفيديو لمدة من الساعه ٦-٧ مثلا هو بيكون عارف أكثر وقت الناس بتتدخل فيه على الانستجرام فالبوست يظهر للجميع حتي لو مش متابعين له على الانستجرام ولو عجبهم المحتوى هيتابعوه بعد كده" . وذكرت طالبة (ي. م) "إن إدارة الصفحات على الفيس أو الإنستجرام أو التيك توك لجعلها مشهوره و المبرمج يقوم بمونتاغ للفيديوهات والأرباح تنقسم بنسب بين المؤثر و المبرمج فكل ما المؤثر بيعلى في الشهره والمكاسب المبرمج بيعلى معه. وذكرت طالبة (س. س) أنثى " مصر شغاله على ده دلوقتي شركات التسويق الالكتروني والبرمجة و الفري لانسر"

- وسائل التكنولوجيا الحديثة والمهن المستحدثة: لاشك أن مهن المؤثرين ارتبطت بانتشار وسائل التكنولوجيا الحديثة، حيث الانتشار الكبير للفيديوهات، وتحقيق أعلى نسبة مشاهدات وتؤكد العبارة (ارتباط المهن المستحدثة بانتشار وسائل التكنولوجيا الحديثة) والتي جاءت في المرتبة الثانية مكرر بمتوسط ٢.٨٢ وانحراف معياري ٠.٤٣١. وهذا ما أكده المؤثرون أنفسهم قالوا "العالم كله بقا اونلاين والناس بتابع الاخبار والاحداث ويتقدم التهنة وواجب العزاء كله اونلاين اللي مش هيبقي اونلاين هيبقي اوفلاين ده حتي احنا بتخانق وبتصالح اونلاين العالم بقا جزء من السوشيال ميديا وليس العكس" " كمان اي حد يقدر يمارس وظيفته في الواقع واونلاين على السوشيال ميديا مثل أطباء ومهندسين وصيادلة كل واحد عنده محتوى اي كان المحتوى"

العبارة (تمكن المهن المستحدثة الأفراد من التعبير عن أنفسهم بطرق إبداعية) بمتوسط ٢.٤٠ وانحراف معياري ٠.٧٤١. حيث يحاول المؤثرين التجديد في المحتوى الذي يقدمونه بما يساعد على تحقيق نسب أعلى من المشاهدات قال ص.ع " لازم يكون معاك متخصص يحمي حسابك من السرقة أو الاختراق وكمان يعرفه تفاصيل كثير يمسك حسابك ويوثقه ويعملك حملات بأفكار جديده ومبتكرة في اللوجو والتصميم وتكون مميزة المجال مش محتاج دراسة عاوز ممارسة وخبرة ويُفعل الريح على اي منصه والترويج للصفحة وربط السيرفير بوتات انستجرام لصناعة حسابات من صفر إلى ١٠٠ مليون انا بروج لفيدوهات لعبت بيجي ويفتح لايفات وده باخد دخل ثابت سواء من الشركة أو من اليوتيوب والاكونت ١١ ألف دولار "

- **فيما يتعلق بموضوعات المؤثرين:** تتنوع موضوعات المؤثرين وقد أكدت البيانات الميدانية على أنه (تختلف موضوعات المؤثرين في كل فيديو عن الآخر) بمتوسط ٢.٦٢ وانحراف معياري ٠.٥٨٥. وهو ما يشير إلى التنوع في الموضوعات بهدف تحقيق عدد كبير من المشاهدات. كما أكدت العبارة على أنه (تختلف موضوعات المؤثرين عن غيرها من موضوعات مواقع التواصل الاجتماعي) بمتوسط ٢.٤٥ وانحراف معياري ٠.٦٩٩. وقد يرجع ذلك إلى محاولة اختيار موضوعات ذات طبيعة معينة حتى وإن كانت تافهة بغرض تحقيق أعلى نسبة مشاهدات. وأكدت العبارة (على تركيز المؤثرين على تقديم المحتوى الترفيهي الاجتماعي) بمتوسط ٢.٤٣ وانحراف معياري ٠.٧٤٥. وهي موضوعات غالبا ما تفضل بعض الفئات مشاهدتها.

وقالت البلوجر ه.ع " انت حر تصنع المحتوى بتاعك لازم دمك يبقي خفيف عنده قدرة يجيب أمعاء الشعب المصري احنا مراهه المجتمع انا كان نفسي اكون ممثلة من ٢٠٠٨ لكن علشان لابسه حجاب مدخلتش المجال لكن لما ظهرت السوشيال ميديا دخلت من ٢٠٢١ وعملت قناه على اليوتيوب عملت فيديو عن المراقبين في الامتحانات في المدارس والجامعات كله على الموبيل احط الموبيل على ترابيزة الانترنتية في البيت ولما نشرته عجب الناس اوي وده خلني استمر دخول السوشيال ميديا مفهوش قيود وقتحت الباب بأقل التكاليف وعملت اني هتجوز بلوجر م.ف كان محامي وعملنا فيديوهات عن معاناه الزواج في مصر تفاصيل كثير كل الناس بتمر بيها واتشهرنا جدا وعملت مشاهدات عالية جدا الفيديو مش مكلف حاجة والمسألة بسيطة هو حساب على جيميل والتعامل سهل جدا وممكن تتدفع ١٠ كحد أدني دولار للفيس بوك ينشر المحتوى بتاعك بالمواصفات اللي انت عوزاها في اي دولة واي منطقة واي فئه عمرية وحاملي اي نوع موبيل انت بتتواصل مع الجمهور والجمهور هو اللي بيحكم "

- **وفيما يتعلق بأهداف فيديوهات المؤثرين:** تمثلت أهداف الفيديوهات في العبارة (هدفت فيديوهات المؤثرين نسب المشاهدات مهما كانت الوسيلة) بمتوسط ٢.٦٢ وانحراف معياري ٠.٥٥٥. وذلك باعتبار أنه ارتفاع نسب المشاهدات تمثل الهدف الأساسي للمؤثرين. تليها العبارة (يتاجر المؤثرين بفيديوهات عن حياتهم اليومية) بمتوسط ٢.٥٨ وانحراف معياري ٠.٦٤٥. ولاشك أن نشر فيديوهات عن حياتهم اليومية تتم بترتيب وإخراج بحيث تحقق أعلى نسب المشاهدات لهذه الفيديوهات التي

غالبا ماتكون تافهة، وتساعد على الدعاية والتسويق لبعض المنتجات من خلال محتوى (الدخول في علاقة وعرض يوميات العلاقة - الهزار والإيفهات الحلوة بسبب ان شخص له قبول - وضع المايكب).لكن في نوعية اخري "يعمل ضجة يعمل ترند مثل م.أ بتاع الزبالة ، وعامل محل الكشري، الواد اللي كان بينادى على البطة ديه طفرات وبتختفي بسرعة وتحقق مكسب وقتي " دول غير الناس اللي بتقدم محتوى وتأخذها كبنسس".

أما عينة البحث من المؤثرين قال ص .ع " ان التقدم التكنولوجي غير شكل سوق العمل وغير شكل القوى العاملة ووفر فرص لكسب الأموال بسرعة منهم صاتعوا المحتوى هم عاملون يتزايد وجودهم باستمرار لانهم يكسبون من انتاج المحتوى على الأنترنت وهو مجال عمل مهم جدا في العصر الحالي . وقالت (ر.ع)" العمل المستحدث هو عمل جديد في أدواته ومجالاته لم يكن موجود من قبل هو عمل قائم على تطبيقات تكنولوجيه ووسائل اتصال رقمية ومنصات قائم عليها نظام العمل ويقدم الفرص لتقديم خدمات مبتكرة وإبداعية بعيداً عن الطرق التقليدية لاننا نستطيع الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور في أسرع وقت .وقال (ر.ع) يتم سرد الأحداث و الجرائم بطريقة شيقة احنا بنعتمد اعتماد كلي على التكنولوجيا و الرينج لايت ومحول بوينز و شمسية سوفت بوكس وغيرها من أدوات توزيع الإضاءة و ميكرفون ليكون الصوت واضح للمستمع وقال (م.خ) استخدام برامج المونتاج : كبرنامج Camtasia لوضع العلامة المائية ، وامكانية التعديل والحذف والدمج لإخراج فيديو بدقة عالية واستخدام برامج تصميم الغلاف مثل Canva ليجذب الأنظاروبرامج خاصة بالصوت Audacity لتسجيل المقطوعات الصوتية وتعديلها بشكل بسيط وسلس برنامج خاص بالصور Eyedropper لتكن الصور متناسقة الألوان مع الفيديو .

تأسيساً على البيانات سالفة الذكر نستنتج أن المؤثرين يستمتعون بشعبية كبيرة في مصر والوطن العربي وترتبط المهنة المستحدثة بانتشار وسائل التكنولوجيا و يتفق ذلك مع دراسة الزوهيري، كوثر (٢٠٢٢) لم يعد العمل بمفاهيمه التقليدية قادرا على استيعاب التحولات الطارئة في سوق العمل، خاصة مع ما عرفته جائحة كورونا من حاجة إلى إيجاد بدائل تتناسب مع ما فرضته الوضعية الوبائية الشيء الذي عجل بالانتقال للاقتصاد الرقمي ودراسة (Xin Jean Lim,2017) يمكن التنبؤ بسلوكيات المستهلكين عبر مشاهدات المؤثرين ، كما نستنتج أن مهنة المؤثرين في الأساس تهدف إلى التسويق والدعاية والترويج لبعض المنتجات والخدمات المختلفة للترويج ويتفق ذلك مع دراسة Rachel (Lara Cohen,2021) أن الطبيعة المتغيرة للعمل أفرزت أربعة أنواع من العمل التفاعلي عبر الأنترنت : العمل العاطفي، والعمل الجمالي، والعمل الجسدي (تتم مناقشته أحياناً على أنه عمل جسدي قد يتضمن العناية بالجسم أو إصلاحه أو إسعاده أو تجميله أو تدريبه أو التحكم فيه) والعمل

الجنسي (أو العمل المثير يتم تنفيذ أعمال العرض عن طريق الموضة عارضات الأزياء ونجوم الإباحية والممثلين والراقصين والمشجعات والتعريبات وغيرهم. في هذا النوع من العمل العرض هو الغرض الأساسي). وتفسر نظرية المجتمع الشبكي والحادثة السائلة والتسريع الاجتماعي ظهور أنماط عمل مستحدثة نتيجة أن الشبكات والجماعات و المؤسسات لا ترتب لهم الحصول على المنافع بشكل تلقائي لكنها تتطلب جهداً ارادياً منظمًا في عرض المحتوى الرقمي (نشر صور - فيديوهات - لايف مباشر) من خلال ما يؤسسه الأفراد من روابط اجتماعيه (مشاركات - تفاعلات - تعليقات - دعم) يسمح لهم بالحصول على مزايا اقتصادية وبالتالي اتخاذها كعمل.

ثانياً: القيم التي يتمثلها المؤثرون في المحتوى الرقمي:

تعد القيم من أهم المحددات التي يتشكل السلوك الإنساني وفقاً لها، سواء كان السلوك فردياً أو اجتماعياً، وتلعب الظروف الاقتصادية والاجتماعية والثقافية دوراً أساسياً في تحديد السائد من القيم في وقت معين، وفي مجتمع معين.

جدول (٤) القيم التي يتمثلها المؤثرون على مواقع التواصل الاجتماعي

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	غير موافق	محايد	موافق	القيم التي يلتزم بها المؤثرون:
٦	٦٩.	٨٢١.	٢.٠٧	٣٠.٠	٣٣.٣	٣٦.٧	١. يتفق المحتوى الرقمي الذي يقدمه المؤثرون مع القيم الأخلاقية للمجتمع
٨	٦٤.	٧٦٦.	١.٩٢	٣٣.٣	٤١.٧	٢٥.٠	٢. يتفق المحتوى الرقمي الذي يقدمه المؤثرون بالقيم والعادات الروحية والدينية للمجتمع
١	٨٧.	٦٤٠.	٢.٦٢	٨.٣	٢١.٧	٧٠.٠	٣. يلتزم المؤثرون بالقيم المادية : حب الشراء والرغبة في الاستهلاك
٧	٦٨.	٧٤٦.	٢.٠٥	٢٥.٠	٤٥.٠	٣٠.٠	٤. يلتزم المؤثرون بالقيم الأسرية في المحتويات الرقمية التي يقدموها
٣	٧٦.	٧٦٦.	٢.٣٠	١٨.٣	٣٣.٣	٤٨.٣	٥. يروج المحتوى الرقمي لقيم التعاون والمشاركة في المجتمع .
٤	٧٦.	٧٦١.	٢.٢٨	١٨.٣	٣٥.٠	٤٦.٧	٦. يعد تقدير قيم المجتمع وهويته أحد العوامل المؤثرة في رواج المحتوى الرقمي
٢	٨٢.	٦٢٤.	٢.٤٨	٦.٧	٣٨.٣	٥٥.٠	٧. يمثل تقدير ثقافة المجتمع أحد العوامل المؤثرة لرواج المحتوى الرقمي.
٥	٧٤.	٧١٥.	٢.٢٢	١٦.٧	٤٥.٠	٣٨.٣	٨. يؤكد المحتوى الرقمي على أهمية قيم مساعدة الفقراء.

فيما يتعلق بالقيم التي يلتزم بها المؤثرين في المحتوى الرقمي على وسائل التواصل الاجتماعي تشير التحليلات الإحصائية الى تراوح المتوسطات ما بين؛ ٢.٦٢، والمتوسط ١.٩٢.

الترويج للقيم المادية: جاءت العبارة (يلتزم المؤثرين بالقيم المادية: حب الشراء والرغبة في الاستهلاك) بمتوسط ٢.٦٢ وانحراف معياري ٠.٦٤٠. حيث أن المؤثرين يروجون للشراء والاستهلاك لبعض المنتجات التي يقومون بالدعاية لها.

- **الترويج للقيم الاجتماعية:** ومن هذه القيم ما تؤكد عليه العبارة (يمثل تقدير ثقافة المجتمع أحد العوامل المؤثرة لرواج المحتوى الرقمي) بمتوسط ٢.٤٨ وانحراف معياري ٠.٦٢٤. حيث أن تقدير ثقافة المجتمع يعد أحد أساليب الترويج للمحتوى الذي يقدمه المؤثرين، وذلك حيث يدرك المؤثرون أهمية الاتفاق مع ثقافة المجتمع وعدم مخالفته في الترويج لمحتواهم. والعبارة (يروج المحتوى الرقمي لقيم التعاون والمشاركة في المجتمع) بمتوسط ٢.٣٠ وانحراف معياري ٠.٧٦٦. والعبارة (يعد تقدير قيم المجتمع وهويته أحد العوامل المؤثرة في رواج المحتوى الرقمي) بمتوسط ٢.٢٨ وانحراف معياري ٠.٧٦١. بمتوسط ٢.٠٧ وانحراف معياري ٠.٨٢١. كما تؤكد على الالتزام بالقيم الأسرية كما توضح العبارة (يلتزم المؤثرين بالقيم الأسرية في المحتويات الرقمية التي يقدموها) بمتوسط ٢.٠٥ وانحراف معياري ٠.٧٤٦. ولاشك أن الالتزام بالقيم الاجتماعية تساعد على القبول الاجتماعي لهذه الفيديوهات، وزيادة نسب المشاهدات، وهو ما يساعد على زيادة الدخل للمؤثرين.

- **القيم الدينية والأخلاقية:** يمثل الالتزام بالقيم الدينية والأخلاقية أحد العوامل المروجة للمحتوى الرقمي الذي يقدمه المؤثرين. وتوضح العبارة (يؤكد المحتوى الرقمي على أهمية قيم مساعدة الفقراء) بمتوسط ٢.٢٢ وانحراف معياري ٠.٧١٥. والعبارة (يتفق المحتوى الرقمي الذي يقدمه المؤثرون مع القيم الأخلاقية للمجتمع) العبارة (يتفق المحتوى الرقمي الذي يقدمه المؤثرون بالقيم والعادات الروحية والدينية للمجتمع) بمتوسط ١.٩٢ وانحراف معياري ٠.٧٦٦. . وذكرت طالبة (ل. م) "على الرغم من ادعاء القيم الدينية وأهميتها إلا أن معظمهم لا يلتزم بقيم دينية خالص " وذكرت طالبة (س. م) " كله عاوز يوصل للفلوس بأي طريقة " وذكر طالب (ي. م) "أنا عاوز اتشهر ممكن أتفق مع واحد عنده عربية غالية أوى أني اتصور فيها كأنها بتاعتي واصور فيديو إنها عربيتي الجديدة علشان الناس تتدخل تباركلي" وذكر طالب (م. ع) "بيعلموا الناس الكذب والنفاق والخداع" خاصة العيال من ١٠-١٧ سنة بيتأثروا جدا " وذكرت طالبة (م. م) "واحد عنده بنت يطلعها علشان تجيب مشاهدات ويطلع مراته عادي فين القيم هنا والبيوت اتحولت لاستديوهات تصوير .

قالت المؤثرة (ر. ع) المؤثر الشاطر يطرح اسئلة علشان الجمهور يتفاعل معه لان المنصة سوق مفتوح وهويشارك الجمهور التجربة باستعمال المنتجات بلوجر والفود بلوجر و فيلوجر يعمل أكثر من مهنه علشان يواكب ويستمر دخله لازم دايمًا يقدم اشياء جديدة " **وقالت (ه. ع)** " احنا لازم نجذب الجمهور ونشوف هوعاوز يشوف ويسمع ايه علشان نحقق أعلى نسبة مشاهدة والشركات تتفق معنا نسوق لهم منتجاتهم " " انا حد كان مش عارف هو عاوز ايه لكن اشتغلت بياعة في محل عطارة

وعرفت في التوابل واشتغلت في حاجات كثير وبعدين عرفت اني بعرف ابيع واقنع الناس " أنا اتعقدت مع شركة لمناقشة عاهات وتقالييد "

نستج من البيانات السابقة أن المؤثرين يلتزمون بالقيم المادية : حب الشراء والرغبة في الاستهلاك" ما يتفق مع دراسة (Alexandra Ruiz-Gómez,2019) ٢ هدفت الدراسة إلى تحليل أشكال الشهرة التي تم إنشاؤها على وسائل التواصل الاجتماعي وأطلقت على مشاهير السوشيال ميديا (أصنام عصر التكنولوجيا لهذا الجيل . generation's idols فالمكافآت المالية المرتبطة بالشهرة، تبدو قابلة للتحقيق إلى حد كبير للناس العاديين وقد أدى هذا إلى وجود عدد غير مسبوق من الباحثين عن الشهرة يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي كبوابة للترويج الذاتي للحصول على نوع الاعتراف الذي يمكن تحويله إلى المال وذلك وفقاً لنظرية تقديم الذات لمنشئ المحتوى الرقمي إن الأفراد يرتدون الأقنعة، ويلعبون الأدوار، ويقدمون أنفسهم بالطرق التي يرون أنفسهم بها أو بالطرق التي يرغبون في أن يراها الآخرون عنهم وتفسره نظرية المجتمع الشبكي يستطيع المؤثرين في العالم الرقمي انتاج ثقافه تتألف من قيم ومعتقدات خاصه توجه سلوكياتهم داخل هذا العالم.

رابعاً: العوامل المؤثرة في رواج المحتوى الرقمي:

تتعدد العوامل المؤثرة في رواج المحتوى، وهو ما يمكن أن يشكل أهمية في المحتوى الذي يقدمه المؤثرين، والفئات التي يتم استهدافها.

جدول(٥) العوامل المؤثرة في رواج المحتوى الرقمي

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	غير موافق	محايد	موافق	العوامل المؤثرة في رواج المحتوى الرقمي
							(أ) عوامل تتعلق بالمؤثرين:
١	٩٢.	٥٩٣.	٢.٧٧	٨.٣	٦.٧	٨٥.٠	١. يختلف تأثير جنس المؤثرين على رواج المحتويات الرقمية
٧	٨١.	٧٤٥.	٢.٤٣	١٥.٠	٢٦.٧	٥٨.٣	٢. يؤثر المستوى الثقافي للمؤثرين على رواج المحتوى الرقمي.
٥	٨٥.	٦٤٩.	٢.٥٥	٨.٣	٢٨.٣	٦٣.٣	٣. يزداد تأثير المحتوى الرقمي للمؤثرين الأكثر ثقافة وخبرة باحتياجات المتابعين
٤	٨٦.	٦٤٧.	٢.٥٧	٨.٣	٢٦.٧	٦٥.٠	٤. يفضل المتابعين المحتوى الرقمي في حالة الالتزام بالقيم والعادات والتقاليد للمتابعين

² Alexandra Ruiz-Gómez, Digital Fame and Fortune in the age of social media: A Classification of social media influencers, N° 19 Vol 19 · Primer semestre, enero-junio 2019 · págs. 8 a 29.

٦	٨٤.	٦٧٦.	٢.٥٢	١٠.٠	٢٨.٣	٦١.٧	٥. يساعد المحتوى الرقمي المناسب للظروف الاقتصادية للمتابعين على رواجه.
٢	٩٠.	٥٢٤.	٢.٧٢	٣.٣	٢١.٧	٧٥.٠	٦. تؤدي تفاهه المحتوى الرقمي إلى زيادة أعداد المتابعين .
٣	٨٩.	١.٤٢٢	٢.٦٧	١٣.٣	٢١.٧	٦٣.٣	٧. يفضل المتابعين تصوير الحياة الخاصة لصانع المحتوى.
٣	٨٩.	٦٢٩.	٢.٦٧	٨.٣	١٦.٧	٧٥.٠	٨. يفضل المتابعين التحدث بلغة بسيطة وعامية
							(ب) عوامل تتعلق بالمتابعين:
١	٩١.	٦١٣.	٢.٧٢	٨.٣	١١.٧	٨٠.٠	١. يؤثر المحتوى الرقمي بدرجة أكبر على الفئات الأقل تعليماً
٢	٩.	٥٩١.	٢.٧٠	٦.٧	١٦.٧	٧٦.٧	٢. يزداد تأثير المحتوى الرقمي للمؤثرين على الفئات الأقل ثقافة
٢	٩.	٥٩١.	٢.٧٠	٦.٧	١٦.٧	٧٦.٧	٣. يزداد تأثير المحتويات الرقمية على الفئات الأصغر سناً من الشباب والأطفال
٣	٨٧.	٦٦٦.	٢.٦٢	١٠.٠	١٨.٣	٧١.٧	٤. يزداد تأثير المحتوى الرقمي على الفئات الأكثر قدرة على الإنفاق
٥	٨١.	٧٢٠.	٢.٤٢	١٣.٣	٣١.٧	٥٥.٠	٥. يؤثر المحتوى الرقمي بدرجة أكبر على أبناء الطبقة المتوسطة
٤	٨٦.	٦٧١.	٢.٥٨	١٠.٠	٢١.٧	٦٨.٣	٦. يؤثر المحتوى الرقمي بدرجة أكبر على الإناث بالمقارنة بالذكور.

فيما يتعلق بمدى الوعي بالعوامل المؤثرة في رواج المحتوى الرقمي تشير التحليلات الإحصائية إلى الاختلاف في المتوسط والانحراف المعياري في مختلف العبارات حيث انقسمت هذه العوامل إلى عوامل تتعلق بالمؤثرين وعوامل تتعلق بالمتابعين وجاء ترتيب العوامل التي تتعلق بالمؤثرين كالآتي :

- **تأثير نوع المؤثرين:** ويتضح في العبارة (يختلف تأثير جنس المؤثرين على رواج المحتويات الرقمية) بمتوسط ٢.٧٧ وانحراف معياري ٥.٩٣. حيث أن بعض الفئات قد تفضل المحتوى الذي يتم تقديمه من خلال رجل أو امرأة. وذكر طالب (م. س) " طبعا البنات تحصل على نسب مشاهدات أكثر ، وبتكسب أكثر لو الراجل عنده مليون الست يكون عندها ١٢ مليون طبعا الإناث بتأثر أكثر بكثير وبتقدر تروج أكثر".

- **تفاهة المحتوى:** لاشك أن بعض المحتويات الرقمية التافهة تجذب مشاهدات كبيرة العبارة (تؤدي تفاهة المحتوى الرقمي إلى زيادة أعداد المتابعين) بمتوسط ٢.٧٢ وانحراف معياري ٥.٢٤. وأكدت بعض الحالات على تفاهة المحتوى فذكرت طالبة (م. أ) " لو هنبص للمجتمع هم دول الناس اللي بنتجح في مصر دلوقتي وهو ده اللي احنا متوجهين له في مصر لكن لو في بلد محترمة وانا

طلعت مهندس ولا دكتور الحاجات اللي الناس بتحترمها التافهين دول مش هيكون لهم ثلاثين لازمة " وأشارت طالبة (أ.م) " الناس هي اللي بتتدعم التفاهه ديه" وذكرت طالبة (س.س) " دلوقتي المجتمع أما بيدعم الحرام أو التفاهه" وذكرت طالبة(ل.م) " لو حد معدوش حاجة يعملها ممكن ينزل ويصور في مطاعم وهو بياكل ويبقا food blogger وبيقم الأكل ويبقا مشهور أو يشتري أكل ويصور نفسه وهو بيقيمه لحد ما الناس تعرفه ويبقا عنده متابعين و هياخد فلوس" وذكر طالب (م.ع) " أو يطلع يرقص على التيك توك ويشتهر وياخد فلوس" وذكرت طالبة (س.م) " وممكن واحد سعودي يدعمك ويبعتلك أسود وهدايا لمجرد إنك بضحكة وبتكسر بيض على نفسك "في إهانات بس الموضوع فيه فلوس " واصدار الأحكام الغربية على بعضهم في اللايف علشان المتابعين يضحكوا " وذكرت طالبة (ل.م) "استثاره المتابعين في ناس بتطلع تنقد ناس تانية بالاتفاق بينهم اهلك فيديو واشتمك فيه وانت تطلع بعدي بفيديو ترد عليا فيبدأ هنا المتابعين يدخلوا على الصفحتين . استخدام الاستفزاز واحد يطلع امامه طبق ويقول الفرخه ديه جنيه ونص فياخذ تعليقات من ٢٠ إلى ٤٠ مليون مشاهده بسبب الاستفزاز عاوز بسلة برع جنيه هو بيعمل مشاهده من لا شئ "قال المؤثر (م.خ) " أنا بغير كلمات الاغاني المشهورة بعمل عليها اغنية بكلمات جديدة ولكن بنفس اللحن ، الناس عوزة الفضايح و الترنادات ومصر احداثها كثيرة اليوتيوب بيحاسبك ٤٠٠٠ ساعة إجمالي مشاهده وألف سببكريب للقناه (مشارك) تحقيق الفلوس يجي بعد الشهره"

- تأثير الكشف عن الحياة الخاصة: وتوضح العبارة (يفضل المتابعين تصوير الحياة الخاصة لصانع المحتوى) بمتوسط ٢.٦٧ وانحراف معياري ١.٤٢٢. حيث يميل البعض إلى اختراق ومشاهدة الحياة الخاصة للبعض، كما أن الحياة الخاصة تعكس العديد من الصور سواء التفاعلات الاجتماعية والأسرية، أو ثقافة المأكل والمشرب وغيرها من صور الحياة الخاصة. وذكرت طالبة (ن.ص) " أن لكذب واختلاق حياة غير حقيقية أحد أساليب الحصول على مشاهدات "الناس ممكن تعمل أى حاجة مثل اثنين يمثلوا أنهم مخطوبين وبعدها بشهرين يقولوا انهم اتجوزوا وممكن يعملوا فرح عادى جدا وينزلوا أحداث كثيرة اوي وغريبة وممكن كمان يمثلوا أنهم خلفوا ويكون كل ده مش حقيقي " يتم استقطاب الشباب من خلال هذه الفيديوهات. وذكر طالب (م.س) " أنا كمراهق عاوز اعيش قصة حب وأنا شايف اثنين بيصوروا نفسهم في فيديوهات فاكون عاوز دايمًا اتابع صورهم وخروجاتهم و كمان مشاكلهم هيعملوا ايه في كل موقف " وذكر طالب (م.أ) "في اثنين انفلونسر وهو طلع قال يا جدعان أنا جبنتها النهارده ايفون وانه عمله مفاجأة ليها في عيد الحب ويعدين اتخانقوا والناس تسأل هم ليه اتخانقوا وليه سابوا بعض ويبقا في تساؤلات فكثر rich ويتأثروا بيهم طيب مش هترجعوا و الواقع أنه كل ده كان تمثيل وهو مأجر الايفون ساعتين " بالاتفاق ما بينهم هي عملت انها مبهوره وفرحانه انه جبلها الإيفون وتقوم تحضنه وتصوير رد فعلها والشباب تتابع بشكل جنوني والبنات تتابع ده بقا غني ونفسي في شاب زيه هم يعتمدوا على إبهار المتابعين الاعتماد على الوسيلة اللي تحرك معايا وتشدك ليا علشان المحتوى ياخذ أعلى نسبة

مشاهده" . واحمد حسن وزينب أول من ابتدعوا تصوير حياتهم الشخصية على اليوتيوب بكل تفاصيلها صور زوجته في حمام السباحة بالبيكني وكانت محببة وقلعها الحجاب علشان يشد المتابعين بجسمها تعمل فيديو وهي بترسم تاتو أو يصورهم وهم بيتصالحوا بعد ما هو قالها كلمه وحشه مش عجاها فجلها زجاجة ريحة مش عجاها كسرتها في وشه والفيديو ده جاب نسبة مشاهدة عالية جدا وعمل لبنته اللي عمرها سنة حسابات على كل المنصات ووصل متابعينها إلى ٥٠٠ ألف متابع. وذكر طالب (أ. م) " يتفق مع اصحابه لما تشفوني اضربوني كسرولي عربيتي ويطلع على صفحته يقول يا جماعه أنا النهاردة حصل معايا موقف صعب جدا متابعين شافوني في الشارع وجربوا ورايا وكسرو عربيتي عجبكوا كده عربيتي BM ويبدأ المتابعين يتفاعلوا طيب روجت بلغت في قسم الشرطة؟ يا تري هيعمل ايه؟ " وذكر طالب (أ. م) " المؤثر بيبين أن حياته مثالية مثل دوشة اللي بيعمل فيديوهات مع اصحابه خروج ودلع"

ترددت عبارات المؤثرين ما بين " المتابعين عوزين يشوفوا حياتنا الخاصة ويبحثون عن الفخامة وعن

التعاطف انت بتوصل بسرعه البرق للجمهور تقدر تتدعم فكرة أو ترفضها وأي ترند بيظهر على

السوشيال ميديا " " بدخل في نقاشات مع الناس ، الناس بدخلني في شؤونهم وحياتهم ومش عوزني

شخص عادي انا كل يوم بتجيني الالاف الرسائل" قالت المؤثرة (ه.ع) " السوشيال ميديا بقت زحمة

اقوي مؤثر لكل مواطن لكن مين هيتميز في ايه الناس بتحب الفنانين فيطلع انتقدهم واقول رايي فيهم " .

- لغة المحتوى الرقمي: وتوضح العبارة (يفضل المتابعين التحدث بلغة بسيطة وعامية) بمتوسط ٢.٦٧ وانحراف معيارى ٠.٦٢٩. حيث أن غالبية المشاهدين لايفضلون اللغة المصطنعة، ويفضلون اللغة اليومية البسيطة، والتلقائية، حيث تشعرهم بالحياة الطبيعية، وكأن المحتوى غير مصطنع. اكد المؤثرين تفضيل الجمهور للغة البسيطة قالت ر.ع " الناس يعتبروكي اختهم ويخدوا رايك في كل حاجة لازم تكلمهم بلغة بسيطة "وقال م.خ " يعتمد اللبسج على الملابس واختيار نوع الفيديو وقرص مضي و حركة الشخص مع الفيديو وتمثيله للكلمات ومدى تأثره".

- الالتزام بالقيم والعادات: العبارة (يفضل المتابعين المحتوى الرقمي في حالة الالتزام بالقيم والعادات والتقاليد للمتابعين) بمتوسط ٢.٥٧ وانحراف معيارى ٠.٦٤٧. حيث يستخدم المؤثرين القيم والعادات والتقاليد في الترويج للمحتوى الذي يتم تقديمه، وذلك لاكتساب واستمالة أكبر عدد من المشاهدين. وذكرت طالبة (س. م) " فيه محتوى هادف زي الناس اللي بتطلع في الجيم تعلم الشباب التمارين المناسبة والفيتامينات و الأطباء ولكن اخره ٢ مليون مشاهد.

قال البلوجر أ.ي" أنا أغلب المتابعين من الأطفال والشباب لكن الاطفال أكثر لاني بصوريشكل كوميدي وقمت بتجميع تبرعات للمرضي من الاطفال وفتحت لايفات على جميع المنصات لمدة ٤٨ ساعة دون نوم وبالفعل استطاعت تجميع ٤٥ مليون جنيه وانفذتهم "أنا بحاول اقدم قيم حلوة واعلمها للاطفال علشان كده عندي نسب مشاهدة عالية ولكن بشكل ساخر وكوميدي"وأكد المؤثرون عينة البحث أن المؤثر يدمن الشهرة وتحقيق المال على حساب الجوانب الأخلاقية والانسانية ، حيث يلجأ البعض إلى

استخدام الأقوال وممارسة الأفعال السينة لكي يضحكون المتابعين ويحصدون المشاهدات والتفاعلات والمشاركات"

- **التوافق مع الظروف الاقتصادية:** ويتضح في العبارة (يساعد المحتوى الرقمي المناسب للظروف الاقتصادية للمتابعين على رواجه) بمتوسط ٢.٥٢ وانحراف معياري ٠.٦٧٦. حيث أن التوافق مع الظروف الاقتصادية يساعد على قبول المحتوى من المتابعين وبالتالي زيادة نسب المشاهدات. وذكرت طالبة (س.س) "هو يعرض إما غني فاحش أو فقير وعشوائيات أما مصر أو ايجيبت"
- **المستوى الثقافي للمؤثرين:** ويتضح في العبارة (يؤثر المستوى الثقافي للمؤثرين على رواج المحتوى الرقمي) بمتوسط ٢.٤٣ وانحراف معياري ٠.٧٤٥. حيث أن المستوى الثقافي للمؤثرين يساعد على تحديد محتوى رقمي يتناسب مع بعض الفئات الاجتماعية، وهو ما يحدد طبيعة المشاهدات. وذكر طالب (م.أ) "كل ما يبقى تافه كل ما المتابعين هيزيدوا" المثقفين ملهمش مكان في البلد ديه" ما دام ببيضحك خلاص" وذكر طالب (أ.م) "هو أكثر واحد اتعلم يعني عمل ايه اغلب الملياردرتات تعليمهم بسيط هو بس تشغيل دماغ، التعليم ده مشروع فاكس التقاهه هي اللي بتجيب فلوس"

قال المؤثرون لازم تنوع في أماكن التصوير المنزل - استديو - السيارة - حديقة... وأدواتك هي قدرتك في التفاعل مع الجمهور و جذب انتباههم وكسب حبهم ليك والرد على تعليقاتهم بأهتمام و اظهار حبك ليهم ، مهارة الإلقاء والتحدث بنبرة صوت جاذبة ،مهارة الإطلاع الدائم ، للبحث عن المعلومات والأحداث لسرد ما يطلبه المتابعين ،مهارة الاقتناع : فلا بد ان يكون المحتوى مقنع ومنطقي ،مهارة سرد الأفكار"

كما أكد المؤثرون عينة البحث " احنا بنستعين بمتخصصين لإدارة حساباتنا " وقالت (ر.ع) " لازم يكون عندك القدرة على المواظبة وتنزيل فيديوهات بإستمرار فهي مهنة تتطلب إلتزام طويل المدى ، التجديد وعدم التكرار حتي لا يصيب الملل المتابعين" قالت (ه.ع) " مقومات المؤثر الناجح متطلعش ترند و خلاص في ناس بتزهق وتتعب الشغلانه صعبة مش سهله انا شغالة على الحملات التسويقية العلاقات الطيبة بتخلي اي برند جديد يحاول اجربة وانقل خبرتي معاه للناس وطبعاً الشركات بتفضل البنات"

نستج من البيانات السابقة أن نوع المؤثر (ذكر - أنثى) يشكل عامل هام لجذب المتابعين وتحقيق أعلى نسب مشاهدة على وسائل التواصل الاجتماعي لصالح الإناث وهذا يتفق مع دراسة (Komathi Lokithasan and others,2019) أن المؤثرين من الإناث تروج لمنتجات التجميل، و دراسه (Peter .A,2004) عن تأثير الجسد على الحراك الاجتماعي والتي من خلالها يمكن لجسم الفرد أن يرتبط بشبكات أكبر من المعنى بمقاييس متنوعه وهذا التجسيد يشير الى إقامه علاقات اجتماعيه وثقافيه بواسطه الجسد في الوقت نفسه الذي يتشكل فيه الجسد بالقوه الخارجيه والأجساد تستخدم في القيام بأدوار معينه في بيئات متعدده لصالح الإناث التي تستخدم جسدها كسلعة للعرض و دراسة (نادية جبر عبد الله ٢٠١٠) تسليع الجسد والحراك الاجتماعي وأن التجسيد والنوع في ترابط مع بعضها البعض بطرق معقده ومتنوعه خاصه إذا كانت الأنثى صغيره ، وتتمتع بدرجة عالية من الأوثه. كما نستنتج

أن ثقافته المحتوى الرقمي يؤدي إلى زيادة أعداد المتابعين و يفضل المتابعين تصوير الحياة الخاصة لصانع المحتوى و التحدث بلغة بسيطة وعامية واتفقت هذه النتيجة مع دراسة Jung Ah ٢٠٢١، Lee, Matthew حدد خمسة عوامل تتكون من: التمتع بشخصية دافئة، والانخراط في الحياة الحقيقية ، والكشف عن أمور الحياة الشخصية، والموهبة في مجالهم ، والتميز عن الآخرين أي أنه لا يقدم نفس ما يقدمه الآخرون ويكون هو مركز القيل والقال داخل الشبكة الاجتماعية، و دراسة Augustine Pang and others, 2016) أن فيديو دقيقة أفضل من ألف كلمة و الابتعاد عن القضايا الجدلية أو التي تخص العرق أو الدين للابتعاد عن المساءلة القانونية ولكنهم قادرين على خلق سيناريوهات، أهمية التفاعل مع المتابعين ، إنك حر وليس عليك قيود مثل الإعلامي التقليدي، الاعتماد على تسويق الذات وكأنها سلعة .

ويمكن تفسير ذلك بمقولة (نظرية المجتمع الشبكي) تساعد التكنولوجيا ، والإنترنت على إنشاء فضاءات منفلة نسبياً من رقابة الدولة ، وكذلك تفسير آلان دونو تنتشر الثقافة والتسطيح في العالم، ويضرب بجذوره في المجتمعات بهدوء وإصرار، وصار بإمكان التافهين أن يكونوا رموزاً من خلال عدد الإعجابات التي يحصلون عليها، وتراجعت معايير العمل الجاد والصالح أو التفوق، لصالح معيار واحد هو المال.

وفيما يتعلق بالعوامل المتعلقة بالمتابعين جاء ترتيب العبارات كالآتي:

- تأثير المحتوى الرقمي على الفئات الأقل تعليماً وأقل ثقافة: يتضح من جاءت العبارة (يؤثر المحتوى الرقمي بدرجة أكبر على الفئات الأقل تعليماً) بمتوسط ٢.٧٢ وانحراف معياري ٠.٦١٣. تليها العبارة (يزاد تأثير المحتوى الرقمي للمؤثرين على الفئات الأقل ثقافة) بمتوسط ٢.٧٠ وانحراف معياري ٠.٥٩١. وذكرت طالبة (ل. م) "التعليم لا يؤثر الجميع يجذب للمؤثرين"
- الطبقة الاجتماعية وتأثير المحتوى الرقمي: ويتضح من العبارة (يزداد تأثير المحتوى الرقمي على الفئات الأكثر قدرة على الإنفاق) بمتوسط ٢.٦٢ وانحراف معياري ٠.٦٦٦. العبارة (يؤثر المحتوى الرقمي بدرجة أكبر على أبناء الطبقة المتوسطة) بمتوسط ٢.٤٢ وانحراف معياري ٠.٧٢٠. وذلك أن هذه الطبقة المتوسطة، والفئات الأكثر قدرة الإنفاق يتم استهدافها من صناعات المحتوى الرقمي باعتبار أن المؤثرين يروجون لبعض الأفكار والمنتجات الاستهلاكية. وذكر طالب (أ. م) " الطبقة الفقيرة بنتأثر اوي لانهم بيحلموا يعيشوا في عالم السوشيال ميديا ويهروا من واقعهم ، والغني بيدفع فلوس لاي حد هيهزأ نفسه علشان يمتعته ويضحكه"
- التأثير وفقاً للنوع والعمر: ويتضح من العبارة (يؤثر المحتوى الرقمي بدرجة أكبر على الإناث بالمقارنة بالذكور) بمتوسط ٢.٥٨ وانحراف معياري ٠.٦٧١. وذلك أن الإناث أكثر متابعة لهذه المحتويات الرقمية، وأكثر تأثراً بالأفكار والدعاية الاستهلاكية. والعبارة (يزداد تأثير المحتويات الرقمية على الفئات الأصغر سناً من الشباب والأطفال) بمتوسط ٢.٧٠ وانحراف معياري ٠.٥٩١. وذلك أن هذه الفئات أكثر تأثراً بالأفكار الجديدة والمختلفة، وأكثر تأثراً بالدعاية الاستهلاكية. وذكر طالب (م. ع) " يستقطب صغار السن -سواقين التكاتك" واي حد عيلته سبيته ومش مهتمه بيه "

وذكرت طالبة (س. م) " الفئات الأكثر تأثراً بفيديوهات المؤثرين هي الفئات " الأكثر قدرة على الإنفاق لأن اللي معاه فلوس مش هيكون في رقابه عليه من اسرته وهيدور على أسهل حاجه تبسطة مهما دفع فيها مش هيفرق معه كده كده أنا معايا فلوس" وذكرت طالبة (م. م) "المحتوى الرقمي يؤثر على الأولاد أكثر من البنات لان رقابه الأهل على البنات أكثر "

نستج من البيانات السابقة أن المتابعين الأقل تعليمًا والأصغر عمراً من الشباب والأطفال هم الأكثر تأثراً بوسائل التواصل الاجتماعي والأعلى مشاهدة ومتابعة لها واتفق ذلك مع دراسة Alexandra Wolf,2022 تفضيلات جيل Z للمؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي الذين اكتسبوا عادة مكانه اجتماعية كبيرة، يجد المواطنون الرقميون من جيل Z أن الأصالة هي الجانب الأكثر أهمية عندما يتعلق الأمر باختيار من يتابعونه، أو ما يعجبهم، أو أين يمكنهم العثور على منتجات جديدة. أكد المؤثرون عينة البحث أن أغلب متابعيهم من الأطفال والمراهقين والشباب حتى ٣٠ عام

خامساً: تأثير أنماط العمل المستحدثة على الحراك الاجتماعي:

جدول (٦) تأثير أنماط العمل المستحدثة على الحراك الاجتماعي لصانعي المحتوى الرقمي

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	غير موافق	محايد	موافق	العبارة
							(أ) تأثير أنماط العمل المستحدثة على الحراك الفكري:
٢	٨٦.	١.٣٠٤	٢.٦٠	١١.٧	٣٠.٠	٥٦.٧	١. يتبنى المؤثرون أفكار ومفاهيم جديدة
٣	٨٢.	٧٢٤.	٢.٤٧	١٣.٣	٢٦.٧	٦٠.٠	٢. يميل "المؤثرين" إلى تقديم الذات وإظهارها بصورة إيجابية ومثالية
١	٩.	٥٩١.	٢.٧٠	٦.٧	١٦.٧	٧٦.٧	٣. يجتهد المؤثرين في إبداع أفكار للحصول على نسب مشاهدات عالية.
٤	٧٩.	٧٦١.	٢.٣٨	١٦.٧	٢٨.٣	٥٥.٠	٤. يحاول المؤثرين تقديم أفكار تتناسب وطبيعة الجمهور الذي يخاطبونه.
							(ب) تأثير أنماط العمل المستحدثة على الحراك الاقتصادي والمهني:
١	٩٢.	٥٣٣.	٢.٧٧	٥.٠	١٣.٣	٨١.٧	١. يحقق المؤثرون مردوداً مالياً كبيراً نتيجة المشاهدات وعدد المتابعين
٣	٨٩.	٤٦٩.	٢.٦٨	٣١.٧	١٥.٨	٦٨.٣	٢. أدى العمل الرقمي انتقال المؤثرين لطبقة الأغنياء
٥	٨٨.	٦٣٣.	٢.٦٥	٨.٣	١٨.٣	٧٣.٣	٣. يقتني المؤثرون سيارات فاخرة وأجهزة إلكترونية حديثة نتيجة الأموال الكثيرة التي يتحصلون عليها من العمل المستحدث

٢	٩٢.	٥٤١.	٢.٧٥	٥.٠	١٥.٠	٨٠.٠	٤. يشترى المؤثرون فيلات ومنازل فاخرة نتيجة العائد من المهن المستحدثة
٤	٨٩.	٦٠١.	٢.٦٧	٦.٧	٢٠.٠	٧٣.٣	٥. تؤدي مهنة المؤثرين ومكاسيها الاقتصادية والاجتماعية إلى تغييرهم لمهنتهم الأصلية.
٦	٨٥.	٦٤٩.	٢.٥٥	٨.٣	٢٨.٣	٦٣.٣	٦. تؤدي مهنة المؤثرين إلى ارتفاع الفرد في التركيب المهني وتغييره لوضعه المهني، عن وضع أسرته الأصلية
							ج) تأثير أنماط العمل المستحدثة على مستوى التعليم:
١	٩١.	٤٤٦.	٢.٧٣	٢٦.٧	١٣.٦	٧٣.٣	١. يقوم المؤثرون بإلحاق أبنائهم بمدارس وجامعات خاصة.
٢	٨٦.	٥٣٠.	٢.٥٨	١.٧	٣٨.٣	٦٠.٠	٢. يستطيع المؤثرون الحصول على خدمات تعليمية متميزة لأسرهم
٣	٨٤.	٦٥١.	٢.٥٢	٨.٣	٣١.٧	٦٠.٠	٣. يستطيع المؤثرون إلحاق الأبناء في أسرهم بالدورات التدريبية وتعليم اللغات والتعليم الإلكتروني المعاصر.
٤	٨.	٦٦٩.	٢.٤٠	١٠.٠	٤٠.٠	٥٠.٠	٤. يحرص المؤثرون على اكتساب معارف ومهارات جديدة
							د) تأثير أنماط العمل المستحدثة على الأوضاع الاجتماعية:
٢	٩١.	٤٥٤.	٢.٧٢	٢٨.٣	١٥.٨	٧١.٧	١. تؤدي مهنة المؤثرين إلى انتقال الفرد من وضع اجتماعي إلى وضع آخر.
٤	٨٩.	٥١٠.	٢.٦٧	١.٧	٣٠.٠	٦٨.٣	٢. يؤدي تغير أماكن وأوضاع المؤثرين إلى التغير في بعض العادات والتقاليد
١	٩١.	٤٨٢.	٢.٧٣	١.٧	٢٣.٣	٧٥.٠	٣. تؤدي المهن المستحدثة لمؤثري وسائل التواصل الاجتماعي إلى الانتقال لطبقة اجتماعية أعلى.
٤	٨٩.	٥١٠.	٢.٦٧	٥.٠	٢٣.٣	٧١.٧	٤. تؤدي مهنة المؤثرين إلى تغيير استايل لبسهم
٣	٩.	٤٩٧.	٢.٧٠	١.٧	٢٦.٧	٧١.٧	٥. تؤدي مهنة المؤثرين وعوائدها الاقتصادية المرتفعة إلى الحراك الطبقي لأسرهم.
							هـ) تأثير أنماط العمل المستحدثة على العلاقات الاجتماعية:

١	٩١.	٤٤٦.	٢.٧٣	٢٦.٧	١٥.٦	٧٣.٣	١. يقوم المؤثرون بتسويق منتجات العلامات التجارية من خلال العلاقات مع متابعيهم.
٣	٨٢.	٦٢٣.	٢.٤٧	٦.٧	٤٠.٠	٥٣.٣	٢. تؤدي مهنة المؤثرين إلى تغيير معارفهم وأصدقائهم وجيرانهم الذين تربوا معهم .
٢	٨٦.	٦١٩.	٢.٥٨	٦.٧	٢٨.٣	٦٥.٠	٣. تؤدي مهنة المؤثرون إلى تغيير علاقاتهم الاجتماعية وارتباطهم بأصدقاء جدد.
							و) تأثير أنماط العمل المستحدثة على الحراك المكاني:
٢	٨٤.	٥٩٦.	٢.٥٢	٥.٠	٣٨.٣	٦٥.٧	١. يخلج بعض المؤثرين من مناطقهم العشوائية والشعبية
١	٩٢.	٤٦٥.	٢.٧٧	١.٧	٢٠.٠	٧٨.٣	٢. ينتقل المؤثرون إلى السكن في أحياء راقية نتيجة الأموال التي يتحصلون عليها من المحتويات التي يعرضونها.
							س) تأثير أنماط العمل المستحدثة على المكانة الاجتماعية :
١	٨٧.	٦٣٧.	٢.٦٣	٨.٣	٢٠.٠	٧١.٧	١. ينظر الشباب للمؤثرين على أنهم اشخاص ناجحين
٣	٨١.	٦٧٣.	٢.٤٣	١٠.٠	٣٦.٧	٥٣.٣	٢. يضع الشباب المؤثرين في مكانه مرموقة
٥	٧٥.	٧٥٦.	٢.٢٧	١٨.٣	٣٦.٧	٤٥.٠	٣. يمثل المؤثرون قدوة حسنة للشباب
٢	٨٢.	٦٢٤.	٢.٤٨	٦.٧	٣٨.٣	٥٥.٠	٤. احتل المؤثرون وضع متميز في المجتمع
٦	٧٤.	٧٨٩.	٢.٢٣	٢١.٧	٣٣.٣	٤٥.٠	٥. كسب المؤثرون احترام الناس لهم
٤	٨٠.	٧٦٦.	٢.٤٢	١٦.٧	٢٥.٠	٥٨.٣	٦. يعتبر المؤثرون تافهون لهم حظ

فيما يتعلق بتأثير أنماط العمل المستحدثة على الحراك الاجتماعي لصانعي المحتوى الرقمي تشير التحليلات الإحصائية إلى الاختلاف في المتوسط والانحراف المعياري في مختلف العبارات حيث أثرت أنماط العمل المستحدثة على عدة مجالات وجاء ترتيب العبارات كالآتي :

١- تأثير أنماط العمل المستحدثة على الحراك الفكري:

فيما يتعلق بتأثير أنماط العمل المستحدثة على الحراك الفكري تؤثر أفكار المؤثرين على نسب المشاهدات ويتضح في العبارة (يجتهد المؤثرين في إبداع أفكار للحصول على نسب مشاهدات عالية) بمتوسط ٢.٧٠ وانحراف معياري ٥٩١.٠٠ حيث أن طبيعة الأفكار تؤثر على نسب المشاهدات وهو ما يستهدفه المؤثرين، حيث أن نسب المشاهدات تؤثر على مستوى الدخل المادي لدى هذه الفئة. وهو ما يدفعهم إلى أن (يتبنى المؤثرون أفكار ومفاهيم جديدة) بمتوسط ٢.٦٠ وانحراف معياري ١.٣٠٤. وهو ما

يتطلب إعداد لهذه الأفكار والمفاهيم بما يساعد على زيادة قبولها وتداولها ومشاهدتها. وهو ما يؤكد على أهمية اتفاق هذه الأفكار مع طبيعة الجمهور، وتؤكد العبارة (يحاول المؤثرين تقديم أفكار تتناسب وطبيعة الجمهور الذي يخاطبونه) بمتوسط ٢.٣٨ وانحراف معياري ٠.٧٦١. وهو ما يشير إلى محاولة تقديم أفكار جديدة، تكون أكثر قبولا وجاذبية لدى المتلقين للحصول على نسب مشاهدات مرتفعة. وذكر طالب (م. ع) "الحراك الفكري دية أكثر حاجة تتلغي لأنه لازم يتحرك للخلف وللنفاهه" وذكر طالب (م. أ) " انا عاوز أفكار جديدة لكن غلط " هو ده اللي عمل الترنند" وذكرت طالبة (س. م) " هو معظمهم بيقدّم كذا فيديو ويشوف مين اللي هيجيب نسبة مشاهدته أعلى والجمهور هيتشد لأي واحد حسب طريقه عرض " وذكر طالب (م. س) " أري المؤثرين ناس ناجحين عرفوا يديروا حياتهم وكانوا عايشين في ظروف صعبة ورينا رزقهم -" " ديه أرزاق " " هم لازم يفكروا في تقديم كل ما هو جذاب علشان يحافظوا على المتابعين بتوعهم ده موال كبير ومش هيكمل فيه ناس تافهه علشان كده في شركات وفي فري لانسر بيمسكوا صفحات الناس ديه علشان تفكر لهم وعلشان تخليهم مستمرين وتدير الصفحات بتعتهم باحترافية وتكسب من وراهم ومن النفاهه اللي بيقدّموها " وذكرت طالبة (م. م) "في أدمغة شغاله ورا الناس ديه وهي اللي بتفكرلهم وتديهم أفكار " وذكرت طالبة (ن. ص) " في ناس بتفكر لهم وبتزييف الحقائق علشان نشوق المتابعين وتقدم المؤثر بالشكل اللي الناس عوزاه "

ولم تقتصر الفيديوهات على تقديم أفكار بقدر ما يعرض المؤثرين صور من حياتهم سواء هذه الأفكار والصور حقيقية أم مفتعلة للتصوير. ويتضح في العبارة (يميل "المؤثرين" إلى تقديم الذات وإظهارها بصورة إيجابية ومثالية) بمتوسط ٢.٤٧ وانحراف معياري ٠.٧٢٤. ولاشك أن صورة الذات واسلوب تقديمها يؤثر على نسب المشاهدة. توصلت دراسة (السيد، ٢٠٢٠) إلى أن إدارة التقديم الذاتي جزء لا يتجزأ من الحياة الخاصة والمهنية لليوتيوبرز؛ حيث يكشف الأشخاص عن تفاصيل حياتهم، ويقدمون صورة ثرية لشخصيتهم، ويروون قصصاً حول اهتماماتهم أو خبراتهم أو أنشطتهم المهنية، أو مناقشة القضايا الاجتماعية والسياسية والعلمية وتقديم المعرفة والمعلومات.

قال المؤثر عينة البحث: أن التجديد والتنوع في المحتوى المقدم ومواكبه كل جديد مهم للحفاظ على المتابعين بل وجذب المزيد قال المؤثر (ص.ع) "في مجال الألعاب مما ادي إلى انجذاب المزيد من المتابعين خاصة منذ أزمة كورونا . كذلك التجديد في شكل مكان البث مثل إدخال أضاءات جديدة و زينة وقت المناسبات مثل شهر رمضان والأعياد ، مما يعطي بهجة وسرور للمشاهدين "

نستج من البيانات السابقة أن المؤثرين ووكلائهم يجتهدون في إبداع أفكار للحصول على نسب مشاهدات عالية وهذا يتفق مع دراسة (Gillian Brooks, Jenna Drenten,2021) أن المشاهير لا يولدون؛ يتم إنتاجها اجتماعيا في علاقة جدلية مع الجمهور تحولها إلى مورداً اقتصادياً. بالإضافة إلى قدرتهم على التواجد خارج هذا الفضاء على الإنترنت، وهم يمكنهم سحب جمهورهم معهم. يكتسب المؤثرون رأس مال المشاهير من خلال مشاركة مسؤوليات التفكير الإبداعي. ويفسر بيير بورديو في مقولته عن رأسمال الاجتماعي أن المؤثر عضو في شبكات اجتماعية مختلفة ومتنوعة في المجال العام

الإفتراضي وهذه الشبكات هي مفتاح الفوائد المادية والرمزية في المجال الواقعي ولا بد له أن يمتلك رأس مال اجتماعي يمكنه من الاستثمار الكلي.

٢- تأثير أنماط العمل المستحدثة على الحراك الاقتصادي والمهني:

أكدت نتائج الدراسة على تأثير أنماط العمل المستحدثة وتقديم المحتوى الرقمي في الحصول على أموال كثيرة تساعد على الحراك الاقتصادي والمهني. حيث أوضحت النتائج هذا الحراك الاقتصادي وجاءت العبارة (يحقق المؤثرون مردوداً مالياً كبيراً نتيجة المشاهدات وعدد المتابعين) بمتوسط ٢.٧٧ وانحراف معياري ٥.٣٣. وتساعد هذه الأموال على الحراك الاقتصادي، وهو ما ينتج عنه شراء منازل وفيلات كما توضح العبارة (يشتري المؤثرون فيلات ومنازل فاخرة نتيجة العائد من المهن المستحدثة) بمتوسط ٢.٧٥ وانحراف معياري ٥.٤١. جاءت العبارة (يفتني المؤثرون سيارات فارهة وأجهزة إلكترونية حديثة نتيجة الأموال الكثيرة التي يتحصلون عليها من العمل المستحدث) بمتوسط ٢.٦٥ وانحراف معياري ٦.٣٣، وهذه الأموال وأساليب الانفاق والاستهلاك تساعد على الحراك الاقتصادي . حيث جاءت العبارة (أدى العمل الرقمي انتقال المؤثرين لطبقة الأغنياء) بمتوسط ٢.٦٨ وانحراف معياري ٤.٦٩. تليها العبارة (تؤدي مهنة المؤثرين ومكاسبها الاقتصادية والاجتماعية إلى تغييرهم لمهنتهم الأصلية) بمتوسط ٢.٦٧ وانحراف معياري ٦.٠١. تم. وأخيرا العبارة (تؤدي مهنة المؤثرين إلى ارتقاء الفرد في التركيب المهني وتغييره لوضعه المهني، عن وضع أسرته الأصلية) بمتوسط ٢.٥٥ وانحراف معياري ٦.٤٩ . وذكر طالب (ي. م) "ويا سلام لو طلع لايف أوكسب المال من خلال برنامج TikTok للتسويق بالعمولة تقديم محتوى مدفوع الأجر أو ادخل شراكة مع علامة تجارية موثوقة خاصة الملابس والميكاب ، دعوة الأصدقاء للاشتراك في TikTok استخدم ميزة Live Gifting ووكسب الهدايا من المتابعين خاصة الجولات ولايفات الابراج والتاروت.

وذكر طالب (ي. م) " انتشار برامج المراهنات مثل وان إكس بت واستغلال الاندرايدج (أقل من ١٨ سنة)" وذكر طالب (م. ع) " هم عدوا الاغنياء لكنه " غنى كداب " وذكرت طالبة (ل. م) " يشتروا فيلات في العلمين والساحل الشمالي مثل حمو بيكا كان ملابس مرته عقد ٥ كيلو ذهب و أبو الشوق " وذكر طالب (م. س) ذكر "أغلبهم يبيغير مهنتهم على أساس فرص الربح الأعلى على السوشيال ميديا والسعي للحصول علامة التوثيق على الانستجرام انك اتعرفت وحسابك اصبح موثوق فيه ونسبة المشاهدة والتفاعل مع المحتوى والتعليقات"

وتؤكد نتائج الدراسة الميدانية على تأثير أنماط العمل المستحدثة على الحراك الاقتصادي والمهني، حيث ارتفاع المستوى الاقتصادي نتيجة العائد المادي المرتفع وامتلاك السلع الترفيهية من شقق فاخرة وفيلات وسيارات فارهة، والتغير المهني بما يتفق مع الأوضاع الاقتصادية الجديدة. مما يتفق مع دراسة (Ryan Stoldt & others, 2019) وإضافة الطابع المهني علي صناعة المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي من خلال تسهيل علاقات العمل والعلاقات بين المؤثرين والعلامات التجارية أثناء ترسيخها ودورهم كوسيط ضروري لهذه العلاقات. تستمد قيمتها من "استغلال عدد من العمليات التواصلية والعاطفية، و دراسة (Alexandra Ruiz-Gómez, 2019) أطلقت على مشاهير السوشيال

الميديا (أصنام عصر التكنولوجيا لهذا الجيل) . generation's idols فالمكافآت المالية المرتبطة بالشهرة، تبدو قابلة للتحقيق إلى حد كبير للناس العاديين وقد أدى هذا إلى وجود عدد غير مسبوق من الباحثين عن الشهرة يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي كإبوابة للترويج الذاتي للحصول على نوع الاعتراف الذي يمكن تحويله إلى المال وأن صناعة مشاهير وسائل التواصل الاجتماعيهم الأفراد الذين ليس لديهم شهرة سابقة والذين يصبحون مشهورين على واحد أو أكثر من منصات التواصل الاجتماعي الذين لديهم القدرة على تحويل رأسمال الاجتماعي إلى اقتصادي ، و دراسة (Delia Balaban,2019) إن المؤثر مصدر إلهام للمتابعين هناك رغبة قوية بين المتابعين أن نكون مثلهم. المؤثر "هو الشخصية التي توجه قيمك الشخصية، "إنهم يكسبون الكثير من المال". وهذا ما يفسره بيير بورديو في مقوله رأسمال الاجتماعي حيث تتطلب الشبكات والجماعات و المؤسسات جهداً ارادياً منظماً في عرض المحتوى الرقمي (نشر صور - فيديوهات - لايف مباشر) من خلال ما يؤسسه الأفراد من روابط اجتماعيه (مشاركات - تفاعلات - تعليقات - دعم) يسمح لهم بالحصول على مزايا اقتصادية تساهم في تغيير أوضاعهم الطبقية.

ومن تحليل مقابلات المؤثرين قال (ص.ع) " مهاراته ممارسة الألعاب الإلكترونية يترشح الكثير من اليوتيوب والتيك توك و حقق شهرة فقد كان يعاني من نحافة جسمه وتتمر أصحابه ولكنة استطاع تقديم محتواه الترفيهي الرقمي وكان أول بث مباشر له في سايبير وذلك لظروفه الاقتصادية الصعبة وعدم امتلاكه جهاز كمبيوتر وتعرض للأستهزاء والسخرية وسبه وشتمه أثناء البث ، و كان ينعزل عن الناس ولكنه لم يتأثر من قلة المشاهدات والمتابعين في البداية ، وظل يقدم محتواه حتى أصبح واحد من أشهر صناع المحتوى الترفيهي القائم على الألعاب الإلكترونية في الوطن العربي، ويتم التعامل معه الآن وكأنه شاب خارق ومتميز ، وقليلاً ما يخرج من منزله بسبب المشكلات التي يواجهها من الشباب المتابعين له حيث يريدون التصوير معه باستمرار وقال أن في مصر يتم التعامل مع المؤثرين كمشاهير السينما وكرة القدم على عكس الغرب الذين ينظرون إليها كوظيفة مستحدثة مثل أي وظيفة "وقالت ر.ع و (أ.ي)، (م.خ) " بيتم استثمارنا من الشركات التجارية والعلامات التجارية والماركات وعمل اتفاقيات معنا لترويج للمنتجاتهم وخدماتهم وبنكسب حلو اوي احنا بنشتغل في اي وقت ومن اي مكان و كمان بقدر انشر نفس المحتوى عل كل المنصات" وقالت ه.ع " انا هتكرم في دبي وهعمل شغل هناك وهعمل شركة دعايا واعلان الفترة الجاية مع مؤثرين تتين " الشركات خصصت جزء كبير من ميزانية الاعلانات لكي تعطي المؤثرين ليسوقوا لمنتجاتهم "

٣-تأثير أنماط العمل المستحدثة على مستوى التعليم :

أكدت نتائج الدراسة على تأثير أنماط العمل المستحدثة على مستوى التعليم حيث تمثلت في: (يقوم المؤثرون بإلحاق أبنائهم بمدارس وجامعات خاصة) بمتوسط ٢.٧٣ وانحراف معياري ٠.٤٤٦ . وذلك نتيجة حصولهم على أموال كثيرة تساعدهم على القدرة المادية على إلحاق أبنائهم بهذه المدارس والجامعات.

والعبارة (يستطيع المؤثرون الحصول على خدمات تعليمية متميزة لأسرهم) بمتوسط ٢.٥٨ وانحراف معياري ٠.٥٣٠. (و) يستطيع المؤثرون إلحاق الأبناء في أسرهم بالدورات التدريبية وتعليم اللغات والتعليم الإلكتروني المعاصر) بمتوسط ٢.٥٢ وانحراف معياري ٠.٦٥١. وذكرت طالبة " أم خالد دخلت خالد مدارس دولية وعملتوا فيديو وهوبيتكلم انجلش وعمالة تقول شوفوا الصرف يا جدعان " ولم يقتصر المؤثرون على الانتقال لطبقة أعلى من خلال تعليم الأبناء، بل حاول المؤثرون على الارتقاء بتعليمهم الغير رسمي، من خلال التدريب وتنمية المهارات التي تساعد على تطوير أعمالهم. ويتضح في العبارة (يحرص المؤثرون على اكتساب معارف ومهارات جديدة) بمتوسط ٢.٤٠ وانحراف معياري ٠.٦٦٩ . وذكر طالب (أ.م) " الفكرة كلها اني اطلع الفيديوهين يطلعوني السما اجي ادوس على اي حد بفلوسي فالتعليم مش فارق معايا انا اشتري التعليم ده بفلوسي ادخل ليه جامعه حكومية وتطلع عيني في امتحانات وتكليفات" وذكرت طالبة (س.م) "بيعلموا ولادهم احسن تعليم" وذكر طالب (م.ع) " هم بيتعلموا ازاي بيقا تيك توكر"

قال المؤثر: (ص.ع) " أن صانع المحتوى شغله الشاغل طوال الوقت هو صناعة المحتوى الرقمي وتحقيق الأرقام القياسية ، وكيفية جذب المتابعين إليه ، وذلك على حساب اهتمامه بالعلم والعبادة وأفراد أسرته".

نستج من البيانات السابقة أن هناك حراك على مستوى ابناء المؤثرين عبر الإلتحاق بمدارس خاصة ودولية مما يتفق دراسة (نادية جبر عبد الله ٢٠١٠) الإقبال على التعليم الأجنبي خاصه لدى حائزي المال وأصحاب الحراك الصاعد ، ودراسة(زايد ٢٠١٣) كشفت النتائج على أن التعليم في مصر يلعب دورا محوريا في عمليه الصعود إلى أعلى عبر السلم الاجتماعي وقد اتضح ذلك بجلاء من مقارنه ظروف المتعلمين من المبحوثين بظروف ابائهم وامهاتهم ولكن أكدت بحوث الحراك الاجتماعي على حقيقه هامه مفادها أن العلاقة بين التعليم والحراك الاجتماعي تؤثر عليها متغيرات اخرى بنائيه وثقافيه.

٤-تأثير أنماط العمل المستحدثة على الأوضاع الاجتماعية :

فيما يتعلق بتأثير أنماط العمل المستحدثة على الأوضاع الاجتماعية جاءت العبارة (تؤدي المهن المستحدثة لمؤثري وسائل التواصل الاجتماعي إلى الانتقال لطبقة اجتماعية أعلى) بمتوسط ٢.٧٣ وانحراف معياري ٠.٤٨٢. تليها العبارة (تؤدي مهنة المؤثرين إلى انتقال الفرد من وضع اجتماعي إلى وضع آخر) بمتوسط ٢.٧٢ وانحراف معياري ٠.٤٥٤. ثم جاءت العبارة (تؤدي مهنة المؤثرين وعوائدها الاقتصادية المرتفعة إلى الحراك الطبقي لأسرهم) بمتوسط ٢.٧٠ وانحراف معياري ٠.٤٩٧ وأخيرا العبارة (يؤدي تغير أماكن وأوضاع المؤثرين إلى التغير في بعض العادات والتقاليد) بمتوسط ٢.٦٧ وانحراف معياري ٠.٥١٠. حيث تساوت هذه العبارة مع العبارة (تؤدي مهنة المؤثرين إلى تغيير استايل لبسهم) في المتوسط بانحراف معياري ٠.٥١٠. قالت طالبة " شوفي لبسهم في الفيديوهات قبل الشهرة وبعد الشهرة خاصة البنات وشوفي اللبس الغالي و عمليات التجميل دة سوزي الاردنية غيرت شكلها خالص و أم مكة ولوشة و كمان مداهم وغيرهم " وتؤكد البيانات الميدانية على تأثير أنماط العمل المستحدثة على الأوضاع الاجتماعية، حيث تغيرت الأوضاع الاجتماعية والذي يتضح في الحراك الطبقي وما يصاحبه من ملابس فاخرة ، وتغير في العادات والتقاليد. وذكر طالب (م.أ) " طبعا ينتقل من طبقة لطبقات"

وذكر طالب (أ. م) "ببغيروا من عاداتهم وتقاليدهم في طريقه اللبس شبرا غير مدينتي لان دايرة معارفة واصحابه بتختلف وهو عاوز يكون زيهم" وذكرت طالبة (س. س) "لأنهم بيروجوا لماركات عالمية في كثير من الاحيان وبيخدوا منتجات ببلاش " وذكرت طالبة (ل. م) " بيديه يرفع منتج وبأيديه ينزله الأرض " وذكر طالب (م. م) " حوار المقاطعة ده لولا البلوجرز اللي نزلين فيه على الميديا وعملوه ترند مكنتش الشركات ديه اضرت لان المتابعين اتأثروا بيهم جدا " وذكرت طالبة (م. م) " ببغيروا من معارفهم لان ازاي اعرف واحد راكب ١٢٨ واخرج معه وانا راكب فيراري، وانا فقير ممكن اشرب معك كويبة شاي وبقسماط ونعيشها لكن بعد ما سكنت في مدينتي هعرفك ازاي يعني " وذكر طالب (م. م) " بيكدبوا وينكروا أنهم كانوا من مناطق عشوائية ويطلعوا على الامارات علطول " وذكرت طالبة (س. م) " ينظر الشباب للمؤثرين على انهم اشخاص ناجحين لانهم قدروا يحققوا اللي كثير من الناس ماقدرتش تحققة خاصة الشهرة والمال وذكرت طالبة (ن. ص) " استحالته هتحترم شخص بيقلل من نفسه علشان الفلوس هم تافهين لهم حظ.

أكد المؤثرون عينة البحث تحسن أوضاعهم الاجتماعية بتحسن أوضاعهم الاقتصادية وشهرتهم وذلك بحصول على عملات من التيك توك وفلوس على مشاهدات اليوتيوب بالإضافة إلى هدايا من الجولات وفتح اللايفات قال (ص.ع) " استطاعت الحصول على ٤٨ مليون جنيه مصري من لايف استمر يومين " الحمد لله استطعت شراء شقة في مدينتي " وقالت (ه. ع) " احصل على هدايا من البرندات والشركات لعمل رفيوهات على المنتجات خاصة المايكاب وقدرت اشترى عربية وشقة في كمبوند " "قالت (ه. ع) " انا بقدر اصرف على نفسي وعلى أهلي وكمان فتحت مشروعني الخاص خدت محل في مول " وقال (أ. ي) " أنا سافرت الامارات وعملت دعايا لبرندات وخذت هدايا من متابعين عرب كثير وشباب وعملت مشروعني الخاص وفتحت كافية " وقالت (ر. ع) " بالفعل عملت فلوس واشترت شقة وعربية لكن لازم اعمل مشروع لان الشهرة لا تدوم ومفيش حاجة مضمونة " .

نسنتج من البيانات السابقة أن المهن المستحدثة لمؤثري وسائل التواصل الاجتماعي تؤدي إلى الانتقال لطبقة اجتماعية أعلى مما يتفق مع دراسة (Anwar, Choiril 2023) وتوصلت الدراسة إلى المجتمع الحديث يفتح قطاعات جديدة ويخلق فرص عمل جديدة. تمكن بيئة ريادة الأعمال، بما في ذلك الوصول إلى الموارد ورأس المال، وتسهل الأنشطة الاجتماعية الحراك الاقتصادي للأفراد الذين لديهم القدرة على البدء والنمو بأنفسهم أحدثت العولمة تغييرات في هيكل سوق العمل مع ظهور قطاعات جديدة تتعلق بالتكنولوجيا والتمويل والإبداع. وهذا يوفر الفرص للأفراد لتحقيق الحراك الاجتماعي من خلال الوصول إلى وظائف أفضل وربما أعلى في الدخل.

وتفسر نظرية التقديم الذاتي لمنشئ المحتوى الرقمي شهرته لأنهم يرتدون الأفتحة، ويلعبون الأدوار، ويقدمون أنفسهم بالطرق التي يرون أنفسهم بها أو بالطرق التي يرغبون في أن يراها الآخرون عنهم.

٥- تأثير أنماط العمل المستحدثة (العمل كمؤثرين) على العلاقات الاجتماعية :

فيما يتعلق بتأثير أنماط العمل المستحدثة على العلاقات الاجتماعية جاءت العبارة (يقوم المؤثرون بتسويق منتجات العلامات التجارية من خلال العلاقات مع متابعيهم) بمتوسط ٢.٧٣ وانحراف معياري

٤٤٦. تليها العبارة (تؤدي مهنة المؤثرون إلى تغيير علاقاتهم الاجتماعية وارتباطهم بأصدقاء جدد) بمتوسط ٢.٥٨ وانحراف معياري ٠.٦١٩. وأخيرا العبارة (تؤدي مهنة المؤثرين إلى تغيير مفاهيمهم وأصدقائهم وجيرانهم الذين تربوا معهم) بمتوسط ٢.٤٧ وانحراف معياري ٠.٦٢٣. وتؤكد هذه البيانات على تأثير أنماط العمل المستحدثة على العلاقات الاجتماعية، حيث زيادة مساحة العلاقات الاجتماعية نتيجة الشهرة وتدفق الأموال، والانتقال للسكن في أماكن متميزة قالت طالبة " ام مكة راحت بيوت ممثلين وهم اللي طلبوا يعملوا معها فيديوهات على الفيس بوك" وقال طالب " مداهم عمل علاقات مع ممثلين ولاعبين كرة وعزمهم وبيطلعوا معه فيديوهات " .

وذكر المؤثرون عينة البحث أن " المؤثر رأسماله الثقة لان الجمهور لو موثقش فيك مش هيسمع كلامك لان ممكن تتدمر حسابك في ثانية" " المؤثر يشارك المتابعين في حياتهم الشخصية يوجد بينهم ثقة" المؤثر دائما خايف يروح منه المتابعين لانهم رأسماله" " احنا بننجح علشان احنا مرتبطين بالناس وقريبين منهم احنا اصحابهم واخواتهم و اهلهم هم بيتقوا فينا وكمان بيحكولنا مشاكلهم وبيأخذوا رأينا في كل حاجة وممكن في حاجات خاصة جدا "سبب نجاحنا أننا نرتبط بالجمهور بشكل مباشر والشركات تستثمر ذلك بإقامة شراكات معنا "نستج من البيانات السابقة أن المؤثرين ينجحوا في تسويق منتجات العلامات التجارية من خلال رأسمالهم الاجتماعي مع متابعيهم. وتفسر ذلك بتأثر المتابعين بالدعاية التي يقوم بها المؤثرين، واستغلال المؤثرين لعدد المتابعين في الدعاية لبعض المنتجات. وهذا ما تفسره مقولة بروتوكولات التواصل في المجتمع الشبكي حيث يحصل المتابعين على هدفهم في الحصول على المتعة أو المعلومة و في المقابل يحصد المؤثر على المتابعات والتفاعلات للحصول على مكاسب مادية ومعنوية ، وتوكده مقولة رأسمال الاجتماعي القائمة على الثقة والاعتراف.

٦- تأثير أنماط العمل المستحدثة على الحراك المكاني :

فيما يتعلق بتأثير أنماط العمل المستحدثة على الحراك المكاني جاءت العبارة (ينتقل المؤثرون إلى السكن في أحياء راقية نتيجة الأموال التي يتحصلون عليها من المحتويات التي يعرضونها) بمتوسط ٢.٧٧ وانحراف معياري ٠.٤٦٥. تليها العبارة (يخجل بعض المؤثرين من مناطقهم العشوائية والشعبية) بمتوسط ٢.٥٢ وانحراف معياري ٠.٥٩٦. ولاشك أن الحراك المكاني يمثل أحد صور الحراك الاجتماعي. وهو ما يؤكد على تأثير أنماط العمل المستحدثة على الحراك الاجتماعي قالت طالبة " بيطلعوا على الامارات و مدينتي " .

نستج من البيانات السابقة أن المؤثرين يحققون حراك مكاني عن طريق الانتقال إلى السكن في أحياء راقية نتيجة الأموال التي يتحصلون عليها من المحتويات التي يعرضونها مما يتفق مع دراسة كادوجة وكوشي (٢٠١٧) و أكدت الدراسة على تفعيل توقعات الحراك يمثل خطوه هامه في عمليه الحراك السكني، وطبقا لهذا النموذج فان عدم التناسب بين احتياجات السكن الحالي يؤدي الى تفعيل عمليه الحراك التي تتضمن المقارنه بين سمات مكان المنشأ والسمات الأخرى الخاصه

بالمكان المقصود وتشكيل نوايا الحراك أو التوقعات التي تستند إلى تلك المقارنه واخيراً ترجمه نوايا الحراك إلى انتقال فعلي إلى مكان سكن آخر الحراك سمة من سمات وقتنا المعاصر، والتمييز المكاني يسير جنباً إلى جنب مع التمييز الاجتماعي. كما أن الشرائح الثرية تعزل نفسها بشكل اختياري في مجتمعات مغلقة. (نظرية الحداثة السائلة).

كما أكد جميع المؤثرين عينة البحث انتقالهم إلى مسكن جديد بعد الشهرة على وسائل التواصل الاجتماعي .

٧-تأثير أنماط العمل المستحدثة على المكانة الاجتماعية :

فيما يتعلق بتأثير أنماط العمل المستحدثة على المكانة الاجتماعية جاءت العبارة (ينظر الشباب للمؤثرين على أنهم اشخاص ناجحين) بمتوسط ٢.٦٣ وانحراف معياري ٠.٦٣٧. وذلك أنهم حققوا مكاسب مادية كبيرة، والعبارة (احتل المؤثرون وضع متميز في المجتمع) بمتوسط ٢.٤٨ وانحراف معياري ٠.٦٢٤. ثم جاءت العبارة (يضع الشباب المؤثرين في مكانه مرموقة) بمتوسط ٢.٤٣ وانحراف معياري ٠.٦٧٣. حيث أن الشهرة وارتفاع مستوى الدخل والحراك الطبقي والمكاني يضع المؤثرين في مكانة اجتماعية متميزة.

واشارت نتائج الدراسة إلى أنه (يعتبر المؤثرون تافهون لهم حظ) بمتوسط ٢.٤٢ وانحراف معياري ٠.٧٦٦. حيث أن هذه الفئة ليست متميزة تعليمياً ولاثقافياً، وتقدم محتوى تافه. وذكرت طالبة (م. م) "للوطني الناس شايعة انها تنتشر وتبقا بلوجرز مش فارق معها تتهان قد ايه اهم حاجة تاخذ فلوس و كده محدش يكون عاوز ينزل يشتغل " لان اللي شغالين على السوشيال ميديا مشهورين ومعاهم فلوس" ويمثل (المؤثرون قدوة حسنة للشباب) بمتوسط ٢.٢٧ وانحراف معياري ٠.٧٥٦. وأخيراً العبارة (كسب المؤثرون احترام الناس لهم) بمتوسط ٢.٣٢ وانحراف معياري ٠.٧٨٩. حيث أن الشباب ينظرون إلى هذه الفئة على أن لديها مهارة وقدرة على الترويج لبعض المحتويات التافهة، والتي استطاعت من خلال هذه المحتويات على الحصول على أموال طائلة وشهرة واسعة، وهذا ما ساعدها على الحراك الطبقي وتكوين علاقات اجتماعية مع شخصيات مرموقة.

نستنتج من البيانات السابقة أن المؤثرين يحظون بمكانة اجتماعية من وجهة نظر عينة البحث بل ويمثلون قدوة للشباب مما يتفق مع دراسة (Delia Balaban,2019) إن المؤثر مصدر إلهام للمتابعين هناك رغبة قوية بين المتابعين أن نكون مثلهم. المؤثر "هو الشخصية التي توجه قيمك الشخصية، إنهم يكسبون الكثير من المال".و دراسة (Alexandra Ruiz-Gómez,2019) أطلقت على مشاهير السوشيال ميديا (أصنام عصر التكنولوجيا لهذا الجيل) . generation's idols . فالمكافآت المالية المرتبطة بالشهرة، تبدو قابلة للتحقيق إلى حد كبير للناس العاديين وقد أدى هذا إلى وجود عدد غير مسبوق من الباحثين عن الشهرة يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي ك بوابة للترويج الذاتي للحصول على نوع الاعتراف الذي يمكن تحويله إلى المال. وأن صناعة مشاهير وسائل التواصل الاجتماعيهم الأفراد الذين ليس لديهم شهرة سابقة والذين يصبحون مشهورين على واحد أو أكثر من منصات التواصل الاجتماعي الذين لديهم القدرة على تحويل رأسمال الاجتماعي إلى اقتصادي

- سادسًا : آليات الاستفادة من مهنة المؤثرين كمهنة مستحدثة من وجهه نظر الجماعة البوذية
- وضع أساليب مراقبة على المواقع الإلكترونية والمحتويات التي يتم تقديمها من خلال المؤثرين .
 - وذكرت طالبة (س. م) الرقابة الإلكترونية في فيديوهات " مخله بالأخلاق " ده تحريض على الفسق". وذكرت طالبة (ن. ص) الحكومة سايبه الناس على السوشيال ميديا تعمل ما بدلها" وذكر طالب (م. ع) "لازم اتحكم في العيال اللي طالعين من سن (٦-١٧) بواسطة الأسرة والعيلة وتوعيتهم ، ما دام الأسرة اديته الصلاحية يعمل اي حاجة هيعمل الأسوأ لأنه مش لازم يتربي أن اي حاجة عاوز يعملها هيعملها بدون ما يعرف الصح من الغلط و الحلال من الحرام" وذكرت طالبة (م. م) "اقترح على الدولة وجود هيئة رقابية السوشيال ميديا والسماح بنشر كل ما يتفق مع عاداتنا وتقاليدنا وعدم السماح بغير كده"
 - أهمية قيام الأسرة ومؤسسات التربية بدورها التربوي، والتوعية بالصواب والخطأ. وذكرت طالبة (س. س) "لازم الأسرة تتابع لان الابناء بيقدوا الثقة في اهلهم لما بيشفوا أن اغلب الناس بتعمل الغلط مش واثق في رأي البيت ولا رأي اصحابي لازم الاحساس برينا وأن رينا شايفك ازرعها في الطفل من وهو صغير لان صعب اوي تغير من طبيعة شخص لكن مش صعب تربيته من صغره" وذكرت طالبة(م. م) "تدريب الشباب على المهارات اللازمة للعمل على شبكة الانترنت"
 - تشديد العقوبة على المؤثرين منتهكي الأخلاق، والخارجين على القيم الاجتماعية والدينية. وذكر طالب (ي. م) "الدولة ساعه مودة الادهم وحنين حسام عملوا ايه حبسوهم اقعدوا شوية الناس قلفت والاهالي خافوا على عيالهم طيب وبعدين بقا عادي رغم انهم عملوا حاجات تستحق عقاب أكثر من الحبس" . وذكرت طالبة (ن. ص) " نتمني ان العمل الرقمي يكون له ضوابط اخلاقية بما يتوافق مع اخلاق المجتمع المصري اللي اصبحت في الضياع" - " حظر المحتويات التافهه- " لو متمسكناش بعاداتنا وتقاليدنا ودينا هنضيع "
 - مراقبة السلع والمنتجات والأفكار التي يتم تسويقها من خلال المنصات الرقمية. وذكر طالب (ي. م) "الدولة لازم تفتح مراكز للتسويق الرقمي وتعلم الشباب ازاى يستفيدوا من منصات العمل الرقمية وتحميمهم من التهكير وسرقة الحسابات وتعلمهم ازاى يستفيدوا ويحققوا مكاسب "
 - التوعية بسلبيات متابعة الفيديوهات التي يقدمها اليوتيوبرز خاصة ما هو تافه منها. وذكر طالب (ي. م) "لما الكل يشوف أن ده عادي والتفاهه عادي والكذب عادي والخداع عادي. فينتشر لان الناس فرحانه ومبسوطة وعادي فالكل بقا يعمل كده" وذكر طالب (ي. م) توعية المتابعين بالأعياب المؤثرين و خداعهم لهم ولعب بمشاعرهم وعقولهم"
 - التوعية بخطر الإدمان الإلكتروني على الفرد والمجتمع، والثقافة السلبية التي تروجها مواقع الإنترنت ، وصفحات المؤثرين. وذكرت طالبة (س. س) "اطلاق حملات توعويه إلكترونية بتعاون وزارة الشباب و وزارة التربية والتعليم بالتوافق مع وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات عن اضرار السوشيال ميديا خاصة تأثيرها على أمن المجتمع و الهوية الوطنية لكي يلتزم الطرفين المتابع والمؤثر بقيم المجتمع"

- قيام الدولة بتقنين عمل المؤثرين، ليتسنى متابعتهم ومحاسبتهم. وذكر طالب (م. أ) "ممكن الدولة تعملهم نقابه ويكونوا تحت عين الدولة ومعروفين ومصرح لهم نشر الفيديوهات زيهم زي الإعلاميين والممثلين أوي اي مهنة تانية " وذكرت طالبة (س. م) "لازم يكونوا بيشتغلوا وفق قوانين عمل ديه خلاص أصبحت مهنة مش ظاهرة وهتنتهي ده واقع احنا عايشين فيه"
- شغل وقت الفراغ عند الشباب والمراهقين بما يقلص من متابعتهم بشكل مستمر لفيديوهات المؤثرين. وذكر طالب (م. ع) "وعي الشباب هو طوق النجاة لهذا المجتمع لأنهم أكثر من يتابع المؤثرين فلا بد ان تقوم الدولة بشغل وقت الفراغ عند الشباب والمراهقين من خلال أنشطة ودورات حتي لو هيعملوا وزارة لشغل وقت فراغ الشعب .
- واتفق المؤثرون عينة البحث على ضرورة تأسيس ائتلاف أو نقابة للمؤثرين بسبب سرقة الافكار علشان حماية حقوق الملكية المستقبل للاعلام الرقمي

النتائج العامة للبحث :

١- أنماط العمل المستحدثة

أكدت نتائج الدراسة على ارتباط المهن المستحدثة بانتشار وسائل التكنولوجيا الحديثة، تمكن المهن المستحدثة الأفراد من التعبير عن أنفسهم بطرق إبداعية . وفقاً نظرية الحداثة السائلة والتسريع التقني يبشر النظام ما بعد الحداثي بحالة من الانفتاح الواسعة، وهذا الانفتاح يؤسس بدوره لمناخ يحفز على الإبداع وينضج بإمكانيات الابتكار والتجديد في مناحي الحياة المختلفة، ومنها المهن الرقمية، كما يتمثل هدف فيديوهات المؤثرين في الحصول على نسب عالية من المشاهدات وهو ما يؤدي إلى زيادة الدخل المادي. وفقاً لنظام التفاهة زادت شبكات التواصل الاجتماعي من التفاهة، وهذه صنعت عقلا جماعيا من التفاهة، وصار بإمكان التافهين أن يكونوا رموزا من خلال عدد الإعجابات التي يحصلون عليها، ويلاحظ هنا تقلص صور النجاح التي تعارفت عليها البشرية والتي كانت معاييرها العمل الجاد والصالح أو التفوق، لصالح معيار واحد هو المال. كما يتاجر المؤثرون بفيديوهات عن حياتهم اليومية ؛ مما يهدد قيمة العمل الجاد .

٢- الحراك الفكري للمؤثرين

تؤثر أنماط العمل المستحدثة على الحراك الفكري حيث يجتهد المؤثرين في إبداع أفكار للحصول على نسب مشاهدات عالية، و يتبنى المؤثرون أفكار ومفاهيم جديدة إضافة إلى محاولة المؤثرين تقديم أفكار تتناسب وطبيعة الجمهور الذي يخاطبونه من خلال استحداث أنماط عمل آخري مثل استئجار مدير إدارة حسابات المؤثرين . وأكدت دراسة (Gillian Brooks, Jenna) (Drenten,2021) يكتسب المؤثرون رأس مال المشاهير من خلال مشاركة مسؤوليات التفكير الإبداعي مع وكلاء مبدعين .

٣- الحراك الاقتصادي والمهني للمؤثرين

حيث يحقق المؤثرون مردوداً مالياً كبيراً نتيجة المشاهدات وعدد المتابعين، ويشتري المؤثرون فيلات ومنازل فاخرة، وسيارات فاخرة وأجهزة إلكترونية حديثة نتيجة الأموال الكثيرة التي يتحصلون

عليها من العمل المستحدث، كما أدى العمل الرقمي انتقال المؤثرين لطبقة الأغنياء، وتؤدي مهنة المؤثرين ومكاسبها الاقتصادية والاجتماعية إلى تغييرهم لمهنتهم الأصلية، وتؤدي مهنة المؤثرين إلى ارتفاع الفرد في التركيب المهني وتغييره لوضعه المهني، عن وضع أسرته الأصلية. وتوصلت دراسة (Ryan Stoldt & others) إلى إضفاء الطابع الرسمي على المعاملات وإضفاء الطابع المهني على صناعة المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي من خلال تسهيل علاقات العمل والعلاقات بين المؤثرين والعلامات التجارية أثناء ترسيخها ودورها كوسيط ضروري لهذه العلاقات. وأكدت دراسة الزوهيري، كوثر (٢٠٢٢) توفر منصات العمل الرقمية للعمال فرصة للعمل من أي مكان، وفي أي وقت، وفي نوع الشغل الذي يناسبهم.

٤- الحراك التعليمي للمؤثرين وبنائهم :

تساهم الرأسمالية التعليمية في تزايد عدم المساواة الاجتماعية في المجتمع الحديث. يتمتع الأفراد من خلفيات اقتصادية ثرية بفرص أفضل للحصول على تعليم عالي الجودة؛ مما يزيد من فرصهم في الحراك الاجتماعي بشكل أكبر. ومن ناحية أخرى اقتصادياً غالباً ما يكون الأفراد المحرومون محدودين في إمكانية الوصول إلى التعليم وجودته، وهو ما يحد من فرصهم في الارتفاع في السلم الاجتماعي (Ardlin, 2013)؛ مما يفسر نتائج الدراسة من حيث تأثير أنماط العمل المستحدثة على مستوى التعليم حيث يقوم المؤثرون بإلحاق أبنائهم بمدارس وجامعات خاصة، يستطيع المؤثرون الحصول على خدمات تعليمية متميزة لأسرهم، يستطيع المؤثرون إلحاق الأبناء في أسرهم بالدورات التدريبية وتعليم اللغات والتعليم الإلكتروني المعاصر، ويحرص المؤثرون على اكتساب معارف ومهارات جديدة للتجديد في المحتوى وبالتالي الحفاظ على نسب المشاهدة وعدد المتابعين من خلال وكلاء السوشيال ميديا .

٥- الحراك الطبقي للمؤثرين :

حيث تؤدي المهن المستحدثة لمؤثري وسائل التواصل الاجتماعي إلى الانتقال لطبقة اجتماعية أعلى، تؤدي مهنة المؤثرين إلى انتقال الفرد من وضع اجتماعي إلى وضع آخر، وتؤدي مهنة المؤثرين وعوائدها الاقتصادية المرتفعة إلى الحراك الطبقي لأسرهم نتيجة القدرة على تحويل رأسمال الاجتماعي إلى عوائد اقتصادية وفقاً لمقولة بروتوكولات التواصل في المجتمع الشبكي حيث يحصل المتابعين على هدفهم في الحصول على المتعة أو المعلومة و في المقابل يحصل المؤثر على المتابعات والتفاعلات للحصول على مكاسب مادية ومعنوية ، وتؤكد مقولة رأسمال الاجتماعي القائمة على الثقة والأعتراف.

٦- الحراك المكاني للمؤثرين:

حيث يجلب بعض المؤثرين من مناطقهم العشوائية والشعبية، و ينتقل المؤثرون إلى السكن في أحياء راقية نتيجة الأموال التي يتحصلون عليها من المحتويات التي يعرضونها. ووفقاً لنظرية الحداثة السائلة فالتمييز المكاني يسير جنباً إلى جنب مع التمييز الاجتماعي. كما أن الشرائح الثرية تعزل نفسها بشكل اختياري في مجتمعات مغلقة .

٧- حراك المكانة الاجتماعية للمؤثرين :

حيث ينظر الشباب للمؤثرين على أنهم اشخاص ناجحين، واحتل المؤثرون وضع متميز ومكانه مرموقة في المجتمع، ويعتبرون تافهون لهم حظ، كما يرى البعض أن المؤثرون يمثلون قدوة حسنة للشباب، ويكسبون احترام الناس لهم. وأشارت نتائج دراسة كادوجة وكوشي (٢٠١٧) إلى أن الحراك سمة ملازمة للمجتمعات البشرية المختلفة حيث لا يخلو مجتمع ما من تحرك الأفراد والجماعات من مركز اجتماعي إلى مركز اجتماعي آخر. وأكدت دراسة (Delia Balaban,2019) ان المؤثر مصدر إلهام للمتابعين هناك رغبة قوية بين المتابعين أن نكون مثلهم. المؤثر "هو الشخصية التي توجه قيمك الشخصية، "إنهم يكسبون الكثير من المال". وأكدت دراسة (Alexandra Ruiz-Gómez,2019) على أن صناعة مشاهير وسائل التواصل الاجتماعيهم الأفراد الذين ليس لديهم شهرة سابقة والذين يصبحون مشهورين على واحد أو أكثر من منصات التواصل الاجتماعي الذين لديهم القدرة على تحويل رأسمال الاجتماعي إلى اقتصادي.

توصيات:

- ١- يتقدم مجلس الشعب بطرح مشروع قانون لضبط حرية الطرح والنشر على وسائل التواصل الاجتماعي حتى لا يحدث حراك فكري سلبي يؤدي بدوره إلى مشكلات اجتماعية؛ فالقيم والمعايير الثقافية تلعب دوراً في المحافظة على تماسك المجتمع وامنه المجتمعي .
- ٢- حراك اجتماعي أكثر إنصافاً. الاستثمارات في التعليم الشامل والتمكين الاقتصادي ومن خلال السياسات التي تدعم ريادة الأعمال للشباب لتمكين الشباب اقتصادياً .
- ٣- قيام وزارات الداخلية بمتابعة ومراقبة أنشطة المؤثرين وتتبع انحرافات بعض المؤثرين بما يؤدي إلى القبض عليهم وتقديمهم للمحاكمة.
- ٤- قيام وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات بوضع آليات وبرامج تمكن الجهات الرقابية من متابعة المحتويات التي يقدمها المؤثرين ورصد خروقاتها، ليسهل حفظ الأدلة التي تساعد على تطبيق القانون.
- ٥- ضرورة النظر إلى المؤثرين على أنهم محفزات ثقافية، وأن يتم تنظيمهم وفقاً لذلك، من خلال النقابات.

المراجع:

- ١- آبادى ،فيروز، ٢٠٠٩، قاموس المحيط ، ٢٠٠٩، مؤسسة الرسالة .
- ٢- أحمد مجدي حجازي، عبد الحميد زيد، علم الاجتماع العام. الأسس و القضايا و المشكلات، غير مبينة جهة النشر، غير مبينة سنة النشر، ص ص ٢٢٦ - ٢٢٧.
- ٣- آزا حسيب القرداغي،(٢٠١٣) ،واقع الحراك الاجتماعي في المجتمع الكوري :إشكاليات ومؤشرات ،مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع ، العراق .
- ٤- آلان دونو ، نظام التفاهة .. وتذويب الإنسانية، ترجمة مشاعل عبد العزيز الهاجري، دار سؤال للنشر، لبنان بيروت، ٢٠٢٠م.
- ٥- ج.اوسيوف ، قضايا علم الاجتماع ، ترجمة سمير نعيم أحمد ، دار المعارف ، مصر ، ١٩٧٠.
- ٦- زايد، أحمد. (٢٠١٣). التعليم والحراك الاجتماعي في مصر، المجلة العربية لعلم الاجتماع، ١١ (١)، ١٠٩-١٦٥.
- ٧- الزوهيري، كوثر (٢٠٢٢) مستقبل عالم العمل ما بعد جائحة كورونا: العمل بالمنصات الرقمية نموذجا، المؤسسة العلمية للعلوم التربوية والتكنولوجية والتربية الخاصة، المجلة العلمية للتكنولوجيا وعلوم الإعاقة، مج ٤، ع ٢، يونيو، ص ص ١٨٥-٢١٠.
- ٨- زيجمونت باومان (2016) (الأخلاق في عصر الحداثة السائلة , ترجمة سعد اليازغي وبثينه الابراهيم ، هيئة أبوظبي للسياحة والثقافة ، الإمارات ، الطبعة الأولى ، ٢٠١٦.
- ٩- زيجمونت باومان , الحداثة سائلة ، ترجمة حجاج ابو جبر، الشبكة العربية للأبحاث والنشر، بيروت، ٢٠١٦.
- ١٠- زيدان عبد الباقي (١٩٧٣) ، ركائز علم الاجتماع ، دار المعارف ، مصر .
- ١١- سعبان، حسن (٢٠١٧). أسس علم الاجتماع، الطبعة الثانية عشر، دار النهضة العربية، القاهرة.
- ١٢- السيد، ياسمين محمد إبراهيم (٢٠٢٠) التقديم الذاتي لمنشئي المحتوى "اليوتيوبرز" على موقع يوتيوب وكيفية تحقيقهم للثقافة التشاركية: دراسة حالة على يوتيوبرز "الدحيح وإيجيكولوجي"، جامعة الأزهر - كلية الإعلام بالقاهرة، مجلة البحوث الإعلامية، أكتوبر، ص ص ٩١٣-٩٧٢.
- ١٣- ظاهرة "اليوتيوبرز العرب"...صناعة محتوى هادف أم مجرد سعي وراء الشهرة؟، مؤسسة الفكر العربي، <https://arabthought.org/ar/blog/10/3/2023>
- ١٤- عبد الباسط محمد حسن ، علم الاجتماع ، المدخل ، مكتبة غريب ، القاهرة ، ١٩٧٧
- ١٥- علي قاسم، أيام الميديوقراطيين. الوسطية ثورة شعبية أغرقت الإنسان في وحل التفاهة. الأحد/١/٢٠٢٠/٢٠٢٠ <https://alarab.uk>
- ١٦- عمران، نبيل (٢٠١٦) ، الأبعاد الاجتماعية للحراك الاجتماعي في المجتمع العراقي ،مجلة كلية التربية للصناعة والعلوم ، جامعه الكوفة ، الكوفة ، العدد (١١).

- ١٧- فاطمة الزهراء على ، آليات الحراك الاجتماعي الصاعد لدى الفقراء ، ٢٠٢٢ ، مجلة
الإنسانيات والعلوم الاجتماعية ، كلية الآداب جامعة الفيوم ، مج ١٤ ، عدد ٢.
- ١٨- كاوجة، الصغير وكوشي، ابتسام (٢٠١٧). الحراك الاجتماعي وعلاقته بالمتغيرات المجتمعية
للمجالات الاجتماعية في المدينة الجزائرية دراسة ميدانية لترامواي ورفلة، مجلة العلوم الإنسانية
والاجتماعية، ٢٣(١).
- ١٩- كمال عبد الحميد الزيات، (١٩٨٦)، علم الاجتماع المهني ، مدخل نظري ، مكتبة نهضة
الشرق ، القاهرة ، ١٩٨٦.
- ٢٠- المركز المصري للدراسات الاقتصادية عن المنتدى الاقتصادي العالمي ، العدد ٦٨٩ ، مايو
٢٠٢٣
- ٢١- موسى أحمد ، (٢٠٠٩) ، ما بين الفعل والبناء الاجتماعي : بحث في نظرية الممارسة لدى
بيير بورديو ، إضافات ، المجلة العربية لعلم الاجتماع مركز دراسات الوحدة العربية ، العدد ٨.
- ٢٢- ياسمين محمد إبراهيم السيد، ٢٠٢٠ التقديم الذاتي لمنشئي المحتوى "اليوتيوبرز" على موقع
يوتيوب وكيفية تحقيقهم للثقافة التشاركية. دراسة حالة على يوتيوبرز "الدحيح وإيجيكولوجي".،
ع ٥٥، ج ٢، أكتوبر.
- 23- Abrahamson, M. (2014). Measures of social class based on education for use in health studies in developing countries. *Journal of Epidemiology and Community Health*, 41(2), 45–179.
- 24- Acemoglu, D., P. Restrepo (2020), Robots and Jobs: Evidence from US Labor Markets, *Journal of Political Economy*, 128(6): 2188–2244.
- 25- Agostino Deborah, how to quantify social media influencers: An empirical application at the Teatro alla Scala, vol 5, issue5, Published by Elsevier Ltd.
- 26- Alexandra Ruiz–Gómez, Digital Fame and Fortune in the age of social media: A Classification of social media influencers, N° 19 Vol 19 · Primer semester, enero–junio 2019.
- 27- Argyris, Y. A., Wang, Z., Kim, Y., & Yin, Z. (2020). The effects of visual congruence on increasing consumers' brand engagement: An empirical investigation of influencer marketing on Instagram using deep–learning algorithms for automatic image classification. *Computers in Human Behavior*, 112, 106443. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106443>.

- 28- Autor, David H. 2015. "Why Are There Still So Many Jobs? The History and Future of Workplace Automation." *Journal of Economic Perspectives* 29 (3): 3–30
- 29- Augustine Pang, Elizabeth Yingzhi Tan, Rachael Song–Qi Lim, Truda Yue Ming Kwan & Priyanka Bhardwaj Lakhanpal (2016) Building effective relations with social media influencers in Singapore, *Media Asia*, 43:1, 56–68,
- 30-Behrman, Jere R. 2000. "Social Mobility: Concepts and Measurement." In *New markets, new opportunities? Economic and social mobility in a changing world*, 69–100. Washington, D.C., 2000.
- 31- Broye, R and Preston, R. (2005) Education, Opportunity and Social Inequality: Changing Prospect in Western Society, *New York* 45(2). 13–145.
- 32-Bourdieu Pierre, (1986), *The Forms of Capital*, Richardson, J., *Hand book of the Theory and research for the sociology of Education*, West Port, CT: Greenwood,
- 33- Carr, R., & Heyes, C. (2015). *Social Media: Defining, Developing, and Divining*. *Atlantic Journal of Communication*. 23(1), 46–65.
- 34- Casaló, L. V., Flavián, C., & Ibáñez–Sánchez, S. (2018). Influencers on Instagram: Antecedents and consequences of opinion leadership. *Journal of Business Research*, 117, 510–519. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.07.005>
- 35- CIPD. (2020) *Workplace technology: the employee experience*. London: Chartered Institute of Personnel and Development, P5–6
- 36- Countouris, N., De Stefano, V. (2019) *New trade union strategies for new forms of employment* .ETUC. Brussels
- 37- Anwar, Choiril. 2023, *Social Mobility in Modern society*, aril sosio.edited.docx, <https://osf.io/preprints/osf/38edn>.
- 38- Dauth, W., S. Findeisen, J. Südekum, N. Woessner (2021), *The Adjustment of Labor Markets to Robots*, *Journal of the European Economic Association*, 19 (6): 3104–3153

- 39- De Veirman, M., & Hudders, L. (2020). Disclosing sponsored Instagram posts: The role of material connection with the brand and message-sidedness when disclosing covert advertising. *International Journal of Advertising*, 39(1), 94–130. <https://doi.org/10.1080/02650487.2019.1575108>.
- 40- Delia Balaban, Users' Perspective on the Credibility of Social Media Influencers in Romania and Germany, *Romanian Journal of Communication and Public Relations* vol. 21, no 1 (46) / April 2019, 31–46.
- 41- Digital Marketing Institute. (2023). 20 Influencer marketing statistics that will surprise you. <https://digitalmarketinginstitute.com/en-eu/blog/20-influencer-marketing-statistics-that-will-surprise-you>
- 42- Enke, N., & Borchers, N. S. (2018b). Von den Zielen zur Umsetzung: Planung, organization und evaluation von influencer-communication. In A. Schach & T. Lommatzsch (Eds.), *Influencer relations: Marketing und PR mit digitalen Meinungsführern* (pp. 177–200). Wiesbaden, Germany: Springer VS.
- 43- Irfan, Miftah Nurul. 2016. "Knowledge, power, and social mobility in the novel (Divergent)". *Humanins journal*. Vol.16, No.1
- 44- Flanagan, A. J. (2017). Online social influence and the convergence of mass and interpersonal communication. *Human Communication Research*, 43, 450–463. doi:10.1111/hcre.12116.
- 45- Ge and Gretzel, 2018, Emoji rhetoric: a social media influencer perspective, *Journal of marketing management*, Volume 34, 2018 – Issue 15–16
- 46- Gillian Brooks, Jenna Drenten, 2021, Influencer Clarification: How Social Media Influencers Acquire Celebrity Capital, *Journal of Advertising*, 50:5, 528–547.
- 47- Global Employment Trends for Youth 2020 Technology and the future of jobs, International Labor Organization.
- 48- Godey, B., Manthiou, A., Pederzoli, D., Rokka, J., Aiello, G., Donvito, R., & Singh, R. (2016). Social media marketing efforts of luxury brands:

- Influence on brand equity and consumer behavior. *Journal of Business Research*, 69(12), 5833–5841. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.04.181>
- 49- Gottbrecht, L. (2016). The Three Types of Influencers All Marketers Should Know [Online], retrieved at <http://www.mavrck.co/the-three-types-of-influencers-all-marketers-should-knowinfographic/>.
- 50- George Ritzer Social Acceleration: A New Theory of Modernity First Published June 19, 2017 <https://doi.org/10.1177/0094306117714500hh>.
- 51- Ho, H., & Ito, K. (2019). Consumption-oriented engagement in social network sites. *European Journal of Marketing*, 53(7), 1355–1377. <https://doi.org/10.1108/EJM-11-2017-0809>
- 52- Holtgrewe, U. (2014), 'New technologies: The future and the present of work information and communication technology', *New Technology, Work and Employment*, Vol. 29, No. 1, pp. 9–24.
- 53- <https://www.hootsuite.com/newsroom/press-releases/hootsuite-unveils-the-trends-that-keep-on-trending-for-social-marketers>. November 14, 2023
- 54- https://www3.weforum.org/docs/WEF_Future_of_Jobs_2023.pdf
- 55- Irene Mand, Euro found (2015), New forms of employment, Publications Office of the European Union, Luxembourg.p45
- 56- Jung Ah Lee ,Matthew S. Eastin, Perceived authenticity of social media influencers: scale development and validation,2021, *Journal of Research in Interactive Marketing* Vol. 15 No. 4, pp. 822–841 ©Emerald Publishing Limited 2040–7122
- 57- Julia Evetts, the sociological analysis of professionalism occupational change in the modern world international sociology, Vol 18, No 2 June ,2003.
- 58- Knieps, G. (2021), Digitalization Technologies – The evolution of smart networks, in: J.J. Montero, M. Finger (Eds.), *A Modern Guide to the Digitization of Infrastructure*, Edward Elgar, Cheltenham et al., Chapter 2, 43–58
- 59- Korn Ferry survey, Future of work trends 2022: A new era of humanity,

- 60- Lakshimi, V. V., Niharika D. A. & Lahari. G (2017). Impact of Gender on Consumer Purchasing Behavior. IOSR Journal of Business and Management. 19(8): 33–36. Retrieved from 5/E1908053336.pdf
- 61- Lampard, K. (2015). Social Mobility. London: Encyclopedia Britannica Inc. New Economy, 10(4), 87–123.
- 62- Lokithasan, K., Simon, S., Jasmin, N. Z., & Othman, N. A. (2019). Male and Female Social Media Influencers: The Impact of Gender on Emerging Adults. International Journal of Modern Trends in Social Sciences, 2(9), 21–30.
- 63- Markethub, (2016), Influencer marketing vs word-of-mouth marketing. Retrieved from <https://www.markethub.io/influencer-marketing-vs-word-of-mouth-marketing/>
- 64- Martínez-López, F. J., Anaya-Sánchez, R., Fernández Giordano, M., & Lopez-Lopez, D. (2020). Behind influences marketing: Key marketing decisions and their effects on followers' responses. Journal of Marketing Management, 36(7–8), 579–607. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2020.1738525>.
- 65-Manuel, Castells, (2001) The Internet Galaxy, Reflexion on the internet business, and society, Oxford University Press, New York
- 66-Manuel, Castells, (1996) The power of identity, Wiley Blackwell, Second Edition, 1996.
- 67-Manuel Castells, (2004) «Informationalism, Networks, and the Network Society: a Theoretical Blueprint, » in: Manuel Castells (ed.), The Network Society: A Cross-cultural Perspective (Northampton, MA: Edward Elgar.
- 68- Marwick, A. E. (2013). Status Update: Celebrity, Publicity, and Branding in the Social Media Age. New Haven, CT: Yale University Press., Mette Lykke Nielsen, and others, 2019, new forms of work among young people: Implications for the working environment, Nordic Council of Ministers, p25
- 69- Popma, J. (2013), The Janus face of the 'New Ways of Work'. Rise, risks and regulation of nomadic work, ETUI, Working Paper 2013.07, Brussels, P25

- 70- Rachel Lara Cohen, 2021, Types of work and labour, Department of Sociology, City, University of London, Forthcoming, The Handbook on the Politics of Labour, Work and Employment, editor Gregor Gall .Edgar Elgar.
- 71- Ramani Moses, Nikita Garia, Forces of change: The Future of Work, 2017 Deloitte Development LLC. All rights reserved.
- 72- Rasmussen, S., & Madsen, P. K. (2017). Platforms Economic organization. Tidsskrift for Arbejdsliv 19, 1. 46–60.
- 73- Raymond L.M.lee, Liquid modernity and Dilemmas of development, thesis Eleven, No. 83, Nov., sage publications, London, 2005, P. 61.
- 74- Reza Barmaki, Criminals, Refuges in the Age of welfare less states: Zygmunt Bauman on the Ethnicity Aglum & Anew criminal, International Journal of criminology and social theory, vol .2, no.1, Jan., 2009 , P.255 .
- 75- Riga (2016). New Trends in Social Media. Latvia. The NATO StrataCom Centre of Excellence. Retrieved from <https://www.stratcomcoe.org/new-trends-social-media>.
- 76- Ritonga, irfan, azahari. Dkk.2023 "Studies of Traditional, Transitional, Modern, Rural and Urban Indonesian Society". Journal of Education and Early Childhood. Vol.4, No2.
- 77- Hartmut Rosa, Social Acceleration: ((2016) A New Theory of Modernity, project for critical theory, translated by Jonathan Trejo–Mathys, journals Permissions .nav,, Vol. 133(1) 122–129, DOI: 10.1177/0725513616638464.
- 78- Hartmut Rosa, Christoph Henning, Arthur Bueno: (2021), Critical Theory and New Materialisms, Routledge.
- 79- Ryan Stoldt & others, 2019, Professionalizing and Profiting: The Rise of Intermediaries in the Social Media Influencer Industry, social media + Society January–March: 1 –11
- 80- Shareef, M. A., Kapoor, K. K., Mukerji, B., Dwivedi, R., & Dwivedi, Y. K. (2020). Group behavior in social media: Antecedents of initial trust

- formation. *Computers in Human Behavior*, 105, 106225. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.106225>.
- 81- Shepard, M (2017). *Sociology*, West publishing Co., Minnesota Readings in the Theory of Educational Systems. Longon: Hutchinson, pp.13–37.
- 82- Smolka, M., M. Koch, I. Manuylov (2021), *Robots and Firms*, *Economic Journal* 131(638): 2553–2584
- 83- Sue Williamson, Alicia Pearce, Helen Dickinson, Report prepared for the Australian Tax Office and Department of Home Affairs September 2021
- 84- Peter Abrahamson, Review, *Essay liquid modernity in Acta sociological*, June ,Vol .47,N(2).2004.
- 85- Tap influence, (2017), What is influencer marketing? Retrieved from <https://www.tapinfluence.com/blog-what-is-influencer-marketing/>.
- 86- Teevan, J., Baym, N., Butler, J., Hecht, B., Jaffe, S., Nowak, K., Sellen, A., and Yang, L. (Eds.). *Microsoft New Future of Work Report 2022*. Microsoft Research Tech Report MSR-TR-2022-3 (<https://aka.ms/nfw2022>), 2022.
- 87- Varsamis, E. (2018). Are social media influences the next-generation brand ambassadors? *Forbes* [Online], retrieved at <https://www.forbes.com/sites/theyec/2018/06/13/are-social-media-influencers-the-next-generation-brand-ambassadors/#2d8b9e82473d>.
- 88- Vallas, Steven Peter, and Juliet B. Schor. 2020. "What Do Platforms Do? Understanding the Gig Economy." *Annual Review of Sociology* 46(1):273–94.
- 89- Wang, C.L. (2021), "New frontiers and future directions in interactive marketing: inaugural Editorial", *Journal of Research in Interactive Marketing*, Vol. 15 No. 1.
- 90- Wolf, Alexandra, "Gen Z & Social Media Influencers: The Generation Wanting a Real Experience" (2020). Honors Senior Capstone Projects. 51.
- 91-International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank, *The Great Reversal: Prospects, Risks, and Policies in International Development Association (IDA) Countries,2024*.

- 92- Xin Jean Lim, Aifa Rozaini bt Mohd Radzol, The Impact of Social Media Influencers on Purchase Intention and the Mediation Effect of Customer Attitude, Asian Journal of Business Research, Volume 7, Issue 2, 2017.