الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الشهيد حمة لخضر بالوادي

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم: العلوم الاجتماعية

دور المؤثرين الرقميين في تغيير أنماط التفكير لدى الشباب

دراسة ميدانية لعينة من الطلبة الجامعيين بكلية العلوم الاجتماعية والإنسانية بجامعة الوادي

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر أكاديمي في علم الاجتماع

تخصص: علم اجتماع اتصال

إعداد الطلبة:

- عبد الحكيم ناني
- عبد الفتاح بده زكري

إشراف الأستاذة:

د- عائشة لشهب

لجنة المناقشة:

اللجنة	الرتبة	الجامعة	الصفة
		جامعة الوادي	رئيسا
		جامعة الوادي	مشرفا ومناقشا
		جامعة الوادي	ممتحنا

السنة الجامعية: 2026/2025

الإهداء

الإهداء إلى من لولاهمَا ما خطتْ أناملنا حرفاً، ومن نلنا ببرهما كل توفيق،

والدينا الكريمين أطال الله في أعماره

وألبسهم لباس الصحة والعافية.

إلى السند والرفيق، من تقاسمنا معهم البيت والذكريات... إخوتنا وعائلاتنا.

إلى من جعلوا للدراسة طعماً أجمل، وكانوا خير رفاق في رحلة العلم... أصدقائنا الأعزاء.

شكر وتقدير

قال تعالى:﴿ فَاذْكُرُونِي أَذْكُرْكُمْ وَاشْكُرُوا لِي وَلَا تَكْفُرُونِ ﴾

ملاً بقوله ﷺ: " مَنْ صَنَعَ إِلَيْكُمْ مَعْرُوفًا فَكَافِئُوهُ، فَإِنْ لَمْ تَجِدُوا مَا تُكَافِئُونَهُ فَادْعُوا لَهُ حَتَّى تَرَوْا أَنَّكُمْ قَدْ كَافَأْتُمُوهُ "

الحمد لله، لله حمداً كثيرا طيبا مباركا فيه، الحمد لله الذي أنار لنا درب المعرفة والعلم، ووفقنا على إتمام هذا العمل بفضله ومنّته.

اعترافاً بالفضل لأهله، وتجسيداً لأرقى معاني الامتنان، نتقدم بجزيل الشكر والامتنان إلى أستاذتنا الفاضلة والمشرفة على هذا العمل د–عائشة لشهب، التي شرفتنا بقبول الإشراف على هذا البحث، نشكرها على رحابة صدرها، وحسن تعاملها معنا، وعلى توجيهاتها ونصائحها القيمة التي ذللت لنا الصعاب وسهلت علينا عمل هذا البحث حتى استوى على سوقه، فجزاها الله عنا خير الجزاء ووفقها في مسيرتها العلمية. كما نتقدم بجزيل الشكر والتقدير إلى كافة الأساتذة الكرام في قسم العلوم الاجتماعية، الذين حملوا أقدس رسالة وتجرعنا من فيض علمهم طيلة مسيرتنا الجامعية، فكانوا لنا خير عون في مهد المعرفة والعلم. وفي الختام نتوجه بثناءٍ عطر إلى جميع الزملاء والزميلات في قسم علم الاجتماع الاتصال. وإلى كل من مد لنا يد العون وساندنا بكلمة أو فعل في إنجاز هذا العمل المتواضع.

ملخص:

تهدف الدراسة إلى التعرف على دور المؤثرين الرقميين في تغيير أنماط التفكير لدى الشباب الجزائري ، والكشف عن دوافع متابعتهم. وقد تمثلت إشكالية الدراسة في التساؤل الآتي: ما دور المؤثرين الرقميين في تغيير أنماط التفكير لدى الشباب الجزائري؟

فرضيات الدراسة:

- تؤثر دوافع الشباب الجزائري لمتابعة المؤثرين الرقميين في أنماط تفكيرهم.

-تؤثر موثوقية المؤثرين في تبني الشباب الجزائري لأفكار ومعتقدات جديدة.

-يساهم محتوى المؤثرين الرقميين في التأثير على قيم وعادات الشباب الجزائري.

-تؤدي متابعة المؤثرين الرقمين إلى ظهور تأثيرات سلبية على أنماط تفكير الشباب الجزائري.

تم الاعتماد على المنهج الوصفي لتحليل الظاهرة، لعينة قصدية عددها(165) اقتصرت على طلبة العلوم الاجتماعية والإنسانية باستخدام الاستمارة كأداة أساسية في جمع البيانات.

توصلت الدراسة إلى:

وجود دوافع متعدد لمتابعة المؤثرين الرقميين، تسهم بدرجات متفاوتة في التأثير على أنماط تفكير الشباب الجزائري. كما تبين لنا أن عنصر الموثوقية يعد عاملا أساسيا في قبول الشباب للأفكار والمعتقدات الجديدة. كذلك كشفت لنا النتائج أن محتوى المؤثرين الرقميين يساهم في التأثير على القيم والعادات اليومية للشباب، في حين ظهرت لنا بعض التأثيرات السلبية المرتبطة أساسا بتضييع الوقت دون أن تصل على مستويات مرتفعة من الضغط النفسي أو المشكلات الاجتماعية.

كلمات مفتاحية: المؤثرين-التفكير-المعتقدات-الشباب-المحتوى.

Summary:

The study aims to identify the role of digital influencers in changing the thinking patterns of Algerian youth, and to reveal the motivations for following them. The problem of the study was the following question: What is the role of digital influencers in changing the thinking patterns of Algerian youth?

Study hypotheses:

The motivations of Algerian youth to follow digital influencers influence their thinking patterns.

The reliability of influencers affects the adoption of new ideas and beliefs by Algerian youth.

The content of digital influencers contributes to influencing the values and habits of Algerian youth.

Following the two influencers has negative effects on the thinking patterns of Algerian youth.

The descriptive approach was relied upon to analyze the phenomenon, for an intentional sample of (165) limited to students of social sciences and humanities, using the form as a basic tool in collecting data.

The study found:

There are multiple motivations for following digital influencers, which contribute to varying degrees to influencing the thinking patterns of Algerian youth. We also found that reliability is a key factor in young people's acceptance of new ideas and beliefs. The results also revealed to us that the content of digital influencers contributes to influencing the values and daily habits of young people, while some negative effects appeared to us that are mainly related to wasting time without reaching high levels of psychological pressure or social problems.

Keywords: *influencers - thinking - beliefs - youth - content.*

الفهرس

فهرس المحتويات:

المحتوى	الصفحة
الاهداء	
الشكر	
الملخص	
فهرس المحتويات	
فهرس الجداول	
فهرس الاشكال	
مقدمة	أ–د
الفصل الأول: الأدبيات النظرية والتطبيقية	
تمهيد:	02
المبحث الأول: الأدبيات النظرية	03
أولا: مفاهيم الدراسة	03
ثانيا: العلاقة بين المؤثرين الرقميين وانماط التفكير لدى الشباب الجزائري	06
المبحث الثاني: الأدبيات التطبيقية	09
أولا: الدراسات السابقة	09
ثانيا: المقاربة النظرية	14
خلاصة الفصل	16
الفصل الثاني: الدراسة الميدانية	
تمهيد	18
المبحث الأول: الطريقة والأدوات	19
أولا: الطريقة	19
ثانيا: الأدوات	21
المبحث الثاني: النتائج والمناقشة	23
أولا: النتائج	23
ثانيا: المناقشة	37
خلاصة الفصل	41

خاتمة	**42**
قائمة المصادر والمراجع	**44**
الملاحق	**49**

فهرس الجداول:

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	توزيع المبحوثين حسب الجنس	**23**
02	توزيع المبحوثين حسب العمر	**24**
03	توزيع المبحوثين حسب المستوى الدراسي	**25**
04	توزيع المبحوثين حسب قضاء الوقت في وسائل التواصل الاجتماعي	**26**
05	توزيع المبحوثين حسب التطبيقات الأكثر استخداما	**26**
06	توزيع المبحوثين حسب المحتوى الأكثر متابعه	**27**
07	توزيع المبحوثين حسب متابعة المؤثرين الرقميين المحليين	**27**
08	توزيع المبحوثين حسب متابعتهم للمؤثرين الرقميين الاجانب	**28**
09	توزيع المبحوثين حسب متابعة محتواهم بدافع التسلية والترفيه	**28**
10	توزيع المبحوثين حسب استخدام المؤثرين الرقميين كمصدر موثوق لفهم الأحداث اليومية.	**29**
11	توزيع المبحوثين حسب في ثقتهم بآراء المؤثر الرقمي في الخبرة والتخصص	**29**
12	توزيع المبحوثين حسب الشعور بتأثيرهم على الأفكار	**30**
13	توزيع المبحوثين حسب إعادة التفكير في بعض المعتقدات	**30**
14	توزيع المبحوثين حسب اعتقادهم المؤثرين الرقميين يقدمون معلومات موثوقة	**31**
15	توزيع المبحوثين حسب ثقتهم في المحتوى المقدم من المؤثرين الرقميين	**31**
16	توزيع المبحوثين حسب تحققهم من صحة المعلومات التي يقدمها المؤثرين الرقميين	**32**
17	توزيع المبحوثين حسب تغييرهم بعض العادات اليومية بسبب نصائح المؤثرين الرقميين	**32**
18	توزيع المبحوثين حسب اكتسابهم أفكار جديدة من خلال حملات التوعية من طرف المؤثرين الرقميين	**33**
19	توزيع المبحوثين حسب مراجعة الأفكار والعادات المؤمن بها.	**33**

20	توزيع المبحوثين حسب التأثير الإيجابي المتحصل عليه من متابعة المؤثرين الرقميين	**34**
21	توزيع المبحوثين حسب شعور بتضييع الوقت في متابعة المؤثرين الرقميين	**34**
22	توزيع المبحوثين حسب شعور بضغط نفسي بسب ما ينشره المؤثرين الرقميين	**34**
23	توزيع المبحوثين حسب دفعهم لشراء أشياء لا يحتاجونها بسبب محتوى المؤثرين الرقميين	**35**
24	توزيع المبحوثين حسب متابعة المؤثرين الرقميين تسبب لي مشاكل داخل الاسرة والمجتمع	**35**
25	توزيع المبحوثين حسب تأثيرهم على أسلوب الحياة والمظهر بطريقة غير مقبولة في المجتمع	**36**
26	توزيع المبحوثين حسب تأثيرهم على ذوق العام في اخيار الملابس الديكور	**36**

فهرس الأشكال:

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
01	يمثل توزيع المبحوثين حسب الجنس	**23**
02	يمثل توزيع المبحوثين حسب العمر	**24**
03	يمثل توزيع المبحوثين حسب المستوى الدراسي	**25**

مقدمة

1-توطئة:

شـهدت البيئـة الاتصـالية في السـنوات الأخـيرة تغـيرات كبـيرة بفعـل الانتشـار الواسـع لوسـائل الاتصـال الاجتماعي، حيث لم تعد وسائل الاعلام التقليدية وحدها من تملك القدرة على التأثير في الجمهور، بل أصبح اليوم في الفضاء الرقمي مجالا هاما لصناعة التأثير. وفي هذا الإطار ساهمت خصائص وسائل التواصل الاجتماعي وتطبيقاتها الحديثة في ظهور فئة جديدة تعرف "بالمؤثرين الرقمين "،حيث أصبح بإمكان أي شخص الدخول إلى المجال الإعلامي وصناعة المحتوى دون الحاجة إلى شهادات أو مكانة اجتماعية، بل يكفي امتلاك جهاز متصل بالأنترنت وحساب على المنصات الرقمية، وقد اتاحت هذه المنصات للمؤثرين التعبير عن آرائهم مع الجمهور، كما ساعد التفاعل المستمر بين المؤثرين الرقميين ومتابعيهم عبر صفحات التواصل الاجتماعي على تكوين نوع من الثقة والتقارب، مما جعل الكثير من الشباب يعتمدون عليهم في الحصول على المعلومات والتوجيه، ولم يعد دورهم يقتصر على الترفيه أو صناعة المحتوى فقط، بل أصبح لهم تأثير واضح في تشكيل القيم والمواقف الاجتماعية.

ورغم أن بعض المؤثرين الرقميين يساهمون في نشر الوعي وتقديم محتوى مفيد يساعد الشباب على تطوير أفكارهم وتنمية قدراتهم، إلا أن هذا التأثير قد يؤثر بشكل غير مرغوب فيه خاصة وأن الشباب اليوم يقضون وقتا طويلا في متابعة المحتوى الرقمي، الأمر الذي يجعلهم أكثر تأثرا بالأفكار والآراء والسلوكيات التي يقدمها المؤثرون بشكل يومي. فنجد أن المحتوى يختلف من مؤثر إلى آخر حيث هنالك نوع يقدم محتوى هادف ويشجع على تطوير والابداع وفي المقابل محتوى آخر يساهم في انتشار التفكير السطحي، مما يسبب اختلافات في وجهة نظرة الشباب ليس فقط في أنماط التفكير بل ينعكس على القيم الاجتماعية كمفهوم النجاح والشهرة ...الخ. وأصبح بعض الشباب الجزائري اليوم يربط النجاح بعدد المتابعين للمؤثرين الرقميين وممتلكاتهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي. وهذا ما يجعل دراسة المؤثرين الرقميين ضرورية لفهم طبيعة تأثيرهم في أفكار الشباب واتجاهاتهم داخل المجتمع الجزائري.

2-إشكالية الدراسة:

بناء على ما سبق، تتمثل الإشكالية الرئيسة لهذه الدراسة في التساؤل الآتي:

-ما دور المؤثرين الرقميين في تغيير أنماط التفكير لدى الشباب الجزائريين؟

الأسئلة الفرعية:

-ما دوافع الشباب الجزائري لمتابعة المؤثرين الرقميين؟

-كيف تؤثر موثوقية المؤثرين (من وجهة نظر الشباب) على تبني معتقدات جديدة في المجتمع الجزائري؟

-كيف يساهم محتوى المؤثرين الرقمين في التأثير على قيم وعادات الشباب الجزائريين؟

-ماهي التأثيرات السلبية لمحتوى المؤثرين على أنماط تفكير الشباب الجزائري؟

3 -فرضيات الدراسة:

- تؤثر دوافع الشباب الجزائري لمتابعة المؤثرين الرقميين في أنماط تفكيرهم.

-تؤثر موثوقية المؤثرين الرقميين في تبني الشباب الجزائري لأفكار ومعتقدات جديدة.

-يساهم محتوى المؤثرين الرقميين في التأثير على قيم وعادات الشباب الجزائري.

-تؤدي متابعة المؤثرين الرقمين إلى ظهور تأثيرات سلبية على أنماط تفكير الشباب الجزائري.

4 -مبررات اختيار الموضوع:

يرجع اختيار موضوع الدراسة لأسباب موضوعية وأخرى ذاتية وهي:

1-أسباب موضوعية:

-تزايد اعتماد الشباب الجزائري على المؤثرين الرقميين كمصدر للمعلومات والآراء عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

-أهمية دراسة تأثير المؤثرين الرقمين على أنماط التفكير لدى الشباب الجزائري في ظل الانتشار الكبير للمحتوى الرقمي.

-ارتباط موضوع الدراسة بالتغيرات التي أحدثتها وسائل التواصل الاجتماعي في المجتمع الجزائري.

-قلة الدراسات التي تناولت تأثير المؤثرين الرقميين على أنماط التفكير لدى الشباب الجزائري، مقارنة بالدراسات التي ركزت على الجانب التسويقي والسلوك الشرائي.

2-أسباب ذاتية:

-رغبتنا في فهم الدور الذي يمارسه المؤثرين الرقميين في تشكيل أفكار الشاب الجزائري.

-رغبتنا في فهم طبيعة العلاقة بين الشباب الجزائري ووسائل التواصل الاجتماعي.

-ملاحظتنا بشكل متكرر للتأثير الكبير للمؤثرين الرقميين في الحياة اليومية للشباب من خلال المظهر، اللغة...الخ.

-اهتمامنا بدراسة مواضيع في تخصص علم الاجتماع الاتصال وتفسيرها وفق نظريات اجتماعية واتصالية.

5 -أهداف وأهمية الدراسة:

1-أهداف الدراسة:

-التعرف على دوافع الشباب الجزائري لمتابعة المؤثرين الرقميين.

-دراسة تأثير موثوقية المؤثرين في تبني الشباب لبعض الأفكار والمعتقدات الجديدة.

-معرفة مدى تأثير محتوى المؤثرين الرقميين على قيم وعادات الشباب الجزائري.

-الكشف عن التأثيرات السلبية لمحتوى المؤثرين الرقميين على أنماط التفكير لدى الشباب الجزائري.

2-أهمية الدراسة:

-تساعد في فهم العلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي وتغير أنماط التفكير لدى الشباب الجزائري.

-توظف الدراسة نظرية الاستخدام والاشباعات والمقاربة التفاعلية الرمزية لفهم طبيعة التفاعل بين الشباب الجزائري والمؤثرين الرقميين.

-تساعد في فهم كيفية تشكل بعض القيم والعادات والأفكار لدى الشباب الجزائري عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

6-مجالات الدراسة:

المجال المكاني: أجريت هذه الدراسة بكلية العلوم الاجتماعية والإنسانية بجامعة الوادي.

المجال البشري: تمثلت في الطلبة الجامعين بقسم العلوم الاجتماعية.

المجال الزمني: أجريت الدراسة الميدانية شهر أفريل 2026.بداية من 2026/04/05إلى 2026/04/21.

7-منهج الدراسة:

يعرف المنهج يعرف المنهج على أنه" مجموعة منظمة من العمليات تسعى لبلوغ هدف" (أنجرس، 2004،ص98)و يتحدث عمر اكتوف عن الأهمية القصوى للمناهج في البحث العلمي قائلا" ينبغي التذكير أن كل مجال معرفي مستقل، لابد أن يحدد موضوع(ما هو الموضوع الذي يدرسه؟)، ثم مناهج(أي كيف يتم دراسة هذا الموضوع؟)، هذا يعني أن كل المجالات المعرفية، بحاجة إلى اطار فكري مخطط بسلسلة من العمليات

والإجراءات المعرفية يقال لها منهج، اذن هي نوع من الترابط بين مقاصد تلك المجلات المعرفية وبين الإجراءات التي تساعد للوصول الى ذلك، ومادام أن المجالات المعرفية كثيرة ومتنوعة بتعدد وتنوع ميادين البحث في كل منها، فإن المناهج هي أيضا كثيرة ومتنوعة. (تمار، 2017، ص.ص 34-35) وفي الدراسة الحالية تم الاعتماد على المنهج الوصفي ويقوم المنهج الوصفي على دراسة وتحليل وتفسير الظاهرة من خلال تحديد خصائصها وابعادها وتوصيف العلاقات القائمة بينها، بهدف الوصول الى وصف علمي متكامل لها. لذلك فان المنهج الوصفي يشتمل عدد من المناهج الفرعية والأساليب المساعدة، كأن يعتمد على دراسة الحالة أو الدراسة الميدانية أو التاريخية أو المسوح الاجتماعية. (حامد، 2012،ص47) والمنهج الوصفي الأنسب لدراسة الظاهرة والتعرف على خصائصها ووصف علاقة المؤثرين الرقميين بأنماط التفكير الشباب الجزائري.

8-صعوبات الدراسة:

-عدم استرجاع بعض الاستمارات من طرف الطلبة بالكلية.

-نقص المراجع والدراسات العربية التي تناولت موضوع المؤثرين الرقميين وعلاقته بتغيير أنماط التفكير من جانب علم الاجتماع الاتصال.

9-هيكل الدراسة:

تم تقسيم الدراسة إلى أجزاء وهي مقدمة وفصلين (الأدبيات النظرية والتطبيقية –الدراسة الميدانية) وخاتمة.

تحتوي المقدمة على مجموعة من العناصر تتمثل في: (توطئة، إشكالية الدراسة، فرضيات الدراسة، مبررات اختيار الموضوع (موضوعية -ذاتية)، أهداف وأهمية الدراسة، مجالات الدراسة، منهج الدراسة وصعوبات الدراسة)

و يتضمن الفصل الأول من الدراسة بعنوان: الأدبيات النظرية والتطبيقية المبحث الأول التعريف بمفاهيم الدراسة لغة واصطلاحا واجرائيا ، للمؤثرين الرقميين، الشباب الجزائري ،صناعة المحتوى... كذلك العلاقة بين الشباب والمؤثرين الرقمين، أما المبحث الثاني تناولنا فيه الدراسات السابقة من خلال عرض لأهم العناصر وأوجه الاتفاق والاختلاف مع الدراسة الحالية كذلك المقاربات النظرية واسقاطها على الدراسة الحالية، أما الفصل الثاني تضمن الدراسة الميدانية وتم تقسيمه إلى مبحثين المبحث الأول يحتوي على الطريقة وأدوات الدراسة أما المبحث الثاني يشـــــــــــــــمل نتـــــــــــــــائج الدراســـــــــــــــة ومناقشـــــــــــــــتها.

الأدبيات
النظرية والتطبيقية

تمهيد:

تفرض البيئة الرقمية المعاصرة واقعاً اتصالي جديدا أعاد تشكيل الآليات الإدراكية والمعرفية لدى فئة الشباب، وتحديداً النخبة الجامعية؛ حيث برز "المؤثر الرقمي" كفاعل أساسي في توجيه الوعي الجمعي وإعادة صياغة المفاهيم السلوكية والقيمية. ويأتي هذا الفصل المعنون بـ "الأدبيات النظرية والتطبيقية للدراسة" ليضع اللبنات المفاهيمي والتحليلية لتفكيك هذه الظاهرة؛ حيث ينقسم إلى مبحثين رئيسيين:

المبحث الأول (الأدبيات النظرية): ويعالج التحديد الاصطلاحي والإجرائي لمتغيرات الدراسة (المؤثر الرقمي، صناعة المحتوى، أنماط التفكير، القيم والعادات، وفئة الشباب)، مع تسليط الضوء على طبيعة العلاقة الديناميكية بين استهلاك المحتوى الرقمي والتحولات التي تطرأ على البناء المعرفي لطلبة جامعة "حمة لخضر" بالوادي، ورصد أهم العوامل النفسية والتكنولوجية (الخوارزمية) والسوسيو-اقتصادية المساهمة في ذلك.

المبحث الثاني (الأدبيات التطبيقية): ويستعرض رصيداً من الدراسات السابقة التي تقاطعت مع موضوع البحث محلياً وعربياً للاستفادة من نتائجها ومنهجيتها، تليها المقاربة النظرية المعتمدة (نظرية التفاعلية الرمزية ونظرية الاستخدامات والإشباعات) كأطر تفسيرية لآلية تفاعل الطلبة مع الرموز الرقمية وكيفية إشباع حاجاتهم الاتصالية عبرها.

المبحث الأول: الأدبيات النظرية

أولا: مفاهيم الدراسة

1-مفهوم المؤثر الرقمي (Digital Influencer)

1-1 -التعريف من منظور " القوة التأثيرية ":

يُعرف المؤثر الرقمي بأنه الشخص الذي يمتلك القدرة على التأثير في قرارات واتجاهات جمهور محدد عبر منصات التواصل الاجتماعي، مستمداً سلطته من "المصداقية الاجتماعية" التي يبنيها عبر التفاعل المستمر. يتميز المؤثر بالقدرة على إقامة علاقة "شبه اجتماعية" مع متابعيه، حيث يشعر المتابع بأن المؤثر صديق مقرب يشاركه يومياته، مما يجعل الرسائل الموجهة أكثر إقناعاً وقبولاً من الإعلانات التقليدية. (حجاب،2020، ص142)

1-2-التعريف من منظور "صناعة المحتوى":

هو صانع محتوى يمتلك قاعدة جماهيرية مخلصة على منصة رقمية واحدة أو أكثر، ويستخدم مكانته وخبرته في مجال معين لإحداث تغيير في وعي المتابعين أو سلوكهم الشرائي من خلال محتوى يتسم بالعفوية والقرب من لغة الجمهور (عجوة، 2021، ص88).

1-3-التعريف من منظور "التفاعل الاتصالي":

هو مستخدم نشط لشبكات التواصل الاجتماعي نجح في بناء شبكة من المتابعين حول اهتمام مشترك، ويتميز بالقدرة على إثارة النقاشات وتوجيه تدفق المعلومات داخل هذه الشبكة، مما يجعله وسيطاً حيوياً بين المؤسسات والجمهور (الزغبي، 2022، ص215)

1-4التعريف الاصطلاحي: يُقصد به الفرد الذي استطاع بناء سمعة ومصداقية في مجال محدد عبر منصات التواصل الاجتماعي، ويمتلك القدرة على ممارسة قوة ناعمة تؤثر في آراء وقرارات قاعدة جماهيرية واسعة ترتبط به عاطفياً ومعرفياً. (بوقفة، 2022، ص45)

1-4-تعريف إجرائي:

المؤثر الرقمي هو صانع محتوى متخصص، يمتلك قاعدة جماهيرية متفاعلة على المنصات الرقمية، يستمد قوته من المصداقية والارتباط العاطفي مع متابعيه، ويقوم بدور الوسيط الاتصالي القادر على تغيير السلوكيات أو الاتجاهات من خلال محتوى يدمج بين العفوية والتوجيه المقنن. وينتجون مضامين رقمية دورية يتابعها طلبة جامعة "حمة لخضر" بالوادي، ويكون لآرائهم صدى واضح في تشكيل قناعات الطلبة.

2 مفهوم صناعة المحتوى الرقمي (Digital Content Creation)

•**التعريف الاصطلاحي**: هي عملية إنتاج وبث المعلومات والمواد الإعلامية الموجهة لجمهور رقمي محدد عبر وسائط إلكترونية، وتتضمن مراحل التخطيط، التصوير، والمونتاج لتقديم رسائل تتسم بالسرعة والتفاعلية. تهدف هذه الصناعة إلى خلق قيمة مضافة للمتلقي سواء كانت تعليمية، ترفيهية، أو قيمية.

•**التعريف الإجرائي**: هي الأنشطة والرسائل الاتصالية التي يقوم المؤثرون ببثها عبر تطبيقات (تيك توك، يوتيوب، إنستغرام)، والتي تتميز بلغة بسيطة وقريبة من واقع الشباب الجزائري، وتستهدف التأثير في وعيهم المعرفي.

3مفهوم أنماط التفكير (Thinking Patterns)

تشير أنماط التفكير إلى الأطر الذهنية والعمليات الإدراكية التي يستخدمها الشاب في استقبال المعلومات وتحليلها. في البيئة الرقمية، يميل الشباب إلى "التفكير البصري السريع" الذي يعتمد على الصورة والرمز أكثر من الكلمة المكتوبة، وهو ما يؤدي إلى سرعة في اتخاذ الأحكام وتفضيل المحتوى المختصر والمبسط.

اين تعددت الرؤى الأكاديمية في تعريف أنماط التفكير، حيث لم تعد تُفهم كمجرد قدرات عقلية، بل كطرق مفضلة لاستخدام هذه القدرات:

يُعرف ستيرنبرغ (Sternberg) أنماط التفكير بأنها الوسائل أو الطرق التي يفضل الفرد استخدامها في توظيف قدراته وذكائه، وهي ليست قدرة في حد ذاتها بل هي أسلوب الفرد في إدارة أنشطته الذهنية وتوجيهها نحو حل المشكلات، تماماً كما تدير الحكومة شؤون الدولة (العتوم، 2021، ص212).

هي عبارة عن آليات معينة يتبعها الفرد في استقبال المعلومات وتنظيمها وترميزها داخل البناء المعرفي، وهي تمثل الاتساق في السلوك المعرفي للفرد عند مواجهة المواقف المختلفة، مما يجعل أسلوب تفكيره يتمتع بنوع من الثبات النسبي (سعادة، 2022، ص84).

تُعرف أنماط التفكير بأنها هيمنة جانب معين من الدماغ (الأيمن أو الأيسر) على عملية المعالجة، حيث يميل الأفراد ذوو النمط الأيسر إلى التفكير التحليلي والمنطقي، بينما يميل ذوو النمط الأيمن إلى التفكير الشمولي والإبداعي (نوفل، 2020).

هي الطريقة التي يدرك بها الفرد واقعه، والأسلوب الذي يتبناه في إصدار الأحكام، وهي تتأثر بالبيئة والنشأة وليست فطرية بالكامل، مما يجعلها قابلة للتعديل والتعلم (أبو جادو ونوفل، 2017، ص142).

•**التعريف الاصطلاحي**: هي الأطر الذهنية والعمليات الإدراكية التي يستخدمها الفرد في استقبال المعلومات وتحليلها ومن ثم تكوين قناعاته الشخصية. تشمل هذه الأنماط كيفية الاستنتاج واتخاذ القرارات، وتتأثر بشكل مباشر بالمحيط الثقافي والتكنولوجي للفرد. (زرواتي وبن زاهي، 2021، ص. 146)

•**التعريف الإجرائي**: هي التحولات التي طرأت على الكيفية التي يعالج بها طلبة جامعة الوادي المعلومات المتعلقة بقضايا الهوية، النجاح، والقيم، نتيجة تعرضهم المستمر والمكثف لمحتوى المؤثرين الرقميين.

4 مفهوم الشباب (فئة الدراسة)

•**التعريف الاصطلاحي**: هي مرحلة عمرية وديناميكية تتسم بالقوة والحيوية والقدرة على التأقلم مع التغيرات التكنولوجية، وتمثل الفئة الأكثر استهلاكاً للمضامين الرقمية في المجتمع.

•**التعريف الإجرائي**: يقصد بهم في هذه الدراسة طلبة جامعة "حمة لخضر" بالوادي (ذكوراً وإناثاً) المسجلين في مختلف التخصصات، والذين يمثلون العينة الميدانية التي سيتم قياس مدى تأثر أنماط تفكيرها بالمؤثرين الرقميين.

5 مفهوم العادات (Habits & Customs)

•**التعريف الاصطلاحي**: تُعرف العادات بأنها نماذج سلوكية مكتسبة تُكرر بانتظام حتى تصبح جزءاً من البناء السلوكي للفرد أو الجماعة. وهي تمثل التعبير العملي عن القيم السائدة في المجتمع، حيث تنتقل عبر التنشئة الاجتماعية وتساهم في الحفاظ على استمرارية الهوية الثقافية. (بوقرة، 2021، ص. 91)

•**التعريف الإجرائي**: يقصد بالعادات في هذه الدراسة تلك الممارسات السلوكية واليومية لطلبة جامعة "حمة لخضر" بالوادي (مثل عادات الاستهلاك، طرق التواصل، والممارسات الاجتماعية)، والتي تعرضت لعملية تعديل أو تغيير نتيجة تبني نماذج سلوكية يروج لها المؤثرون الرقميون.

6مفهوم القيم (Values)

•**التعريف الاصطلاحي**: تُعرف القيم بأنها مجموعة من المعايير والمبادئ والمقاييس التي تنشأ في جماعة معينة، وتعمل كمرجع يوجه سلوك الأفراد، ويحدد ما هو مرغوب فيه أو غير مرغوب، وهي تمثل الضابط الأخلاقي والاجتماعي الذي يحكم أحكام الفرد وتصرفاته. (بوقرة، 2021، ص. 89)

•**التعريف الإجرائي**: يقصد بالقيم في هذه الدراسة هي المنظومة الأخلاقية والمعيارية لدى طلبة جامعة "حمة لخضر" بالوادي (مثل قيم النجاح، المواطنة، الجمال، والتدين)، والتي قد تتعرض لعملية إعادة تشكيل أو تعديل نتيجة تماهي الطلبة مع النماذج القيمية التي يروج لها المؤثرون الرقميون عبر محتواهم.

ثانيا: العلاقة بين المؤثرين الرقميين وانماط التفكير لدى الشباب الجزائري

1-أنماط التفكير لدى الشباب الجزائري في البيئة الرقمية:

يعيش الشباب الجزائري تحولاً عميقاً في بنية تفكيره نتيجة الانفتاح التكنولوجي، حيث لم يعد مجرد مستهلك سلبي، بل أصبح يمتلك أنماط تفكير تتسم بالنقد والبحث عن الهوية والتميز.

1-1-نمط التفكير النقدي والتحليلي

أصبح الشباب الجزائري أكثر قدرة على فحص الرسائل الإعلامية الرقمية وعدم قبولها بشكل بديهي. هذا النمط نتج عن خبرات تراكمية في كشف المحتويات المضللة، حيث يميل الشاب الجزائري حالياً إلى مقارنة المصادر قبل تبني رأي معين أو اتخاذ قرار شراء، وهو ما يُعرف بـ "اليقظة المعلوماتية" (بوكروح، 2021، ص44).

1-2-نمط التفكير البراغماتي (النفعي)

يتجه تفكير الشباب الجزائري نحو البرغماتية، خاصة في ظل الظروف الاقتصادية الراهنة. فهو ينجذب للمحتوى الذي يقدم له "حلولاً عملية" أو "فرصاً للتعلم" و"الربح من الإنترنت". هذا النمط يفسر سرعة انتشار المؤثرين الذين يقدمون محتوىً تعليمياً أو تقنياً أو نصائح حول الهجرة والعمل الحر (بومعالي و الزهواني، 2022، ص112).

1-3-نمط التفكير الاستعراضي والبحث عن المكانة

يتأثر جزء من الشباب الجزائري بنمط تفكير يركز على "الصورة الذهنية" والبروز الاجتماعي عبر المنصات. هذا النمط يدفعهم لمحاكاة أساليب حياة المؤثرين (Lifestyle) بحثاً عن الاعتراف الاجتماعي أو ما يسمى بـ "البرستيج الرقمي"، مما يؤدي أحياناً إلى فجوة بين الواقع المعيش والحياة الافتراضية (بلقاسم، 2020، ص78).

1-4-نمط التفكير الهجين (بين الأصالة والمعاصرة)

يتميز الشاب الجزائري بنمط تفكير يجمع بين التمسك بالقيم المحلية والتقاليد وبين الرغبة الجامحة في التحرر التكنولوجي ومواكبة العولمة. يظهر هذا التفكير في نوعية المحتوى الذي يدمج بين "الفكاهة المحلية" (الدارجة الجزائري) وبين "القوالب العالمية" (مثل ترندات التيك توك)، مما يخلق هوية رقمية جزائرية فريدة (حمادي، 2023، ص59).

2. العوامل المؤثرة في تشكيل أنماط التفكير:

يتشكل وعي الشاب الجزائري اليوم نتيجة تداخل عدة قوى: القوى التقليدية (الأسرة والجامعة) والقوى الرقمية الوافدة. حيث أصبح الفضاء الافتراضي منافساً قوياً في غرس القيم وتعديل الاتجاهات، خاصة في ظل الفجوة

الاتصالية بين الأجيال، مما جعل الشباب يميلون لاستقاء مرجعيتهم الفكرية من المؤثرين الرقميين، اين تتداخل مجموعة من العوامل المتنوعة في صياغة وتوجيه الطريقة التي يفكر بها الشاب الجزائري في العصر الرقمي، وهي عوامل تتراوح بين ما هو تقني، اجتماعي، ونفسي. ونذكر ما يلي :

2-1- العوامل التكنولوجية (سلطة الخوارزميات)

تؤثر خوارزميات منصات التواصل الاجتماعي بشكل مباشر في صياغة أنماط التفكير عبر ما يُعرف بـ "غرف الصدى" (Echo Chambers)؛ حيث تفرض هذه التقنيات محتوىً يتماشى مع ميولاتهم الشاب السابقة، مما يعزز لديه أنماط تفكير محددة ويقلل من فرص تعرضه لآراء مخالفة، وهو ما يساهم في تشكيل تفكير رقمي انتقائي (بوكروح، 2021،ص52).

2-2-العوامل السوسيو-اقتصادية

تلعب الظروف المادية والاجتماعية دوراً محورياً في توجيه التفكير نحو "البرغماتية". فالشاب الجزائري تحت ضغط البحث عن الاستقلال المادي، يميل لتطوير نمط تفكير نفعي يبحث في المحتوى الرقمي عن سبل تطوير الذات، الهجرة، أو الربح السريع، كآلية دفاعية لمواجهة تحديات الواقع الاقتصادي. (بومعالي والزهواني، 2022،ص130).

2-3-ضغط الجماعة المرجعية الافتراضية

لم يعد "الأصدقاء الواقعيون" هم المصدر الوحيد للتأثير، بل برز "المؤثرون" كجماعة مرجعية جديدة يقتدي بها الشباب. هذا الضغط يدفع الشاب لتبني أنماط تفكير استعراضية أو استهلاكية لمحاكاة "النموذج الناجح" الذي يراه خلف الشاشة، مما يخلق نوعاً من الاغتراب عن الواقع المحلي (بلقاسم، 2020،ص94).

2-4-الفجوة بين الأجيال (التنشئة الرقمية)

يعاني الشاب الجزائري من فجوة قيمية بين ما تتلقاه في الأسرة (تنشئة تقليدية) وما يتلقاه عبر الإنترنت (تنشئة رقمية). هذا الصراع يؤدي إلى نمو "تفكير هجين" يحاول التوفيق بين الأصالة والحداثة، وهو عامل أساسي في صياغة الهوية الرقمية المتذبذبة أحياناً لدى الشباب . (حمادي، 2023،ص65).

2-5-العوامل النفسية (البحث عن الاعتراف)

يؤثر الدافع النفسي المتمثل في "البحث عن التقدير والاعتراف" في نمط التفكير، حيث يميل الشباب للتفكير في كيفية صناعة صورة ذهنية مثالية عن أنفسهم رقمياً. إن الرغبة في الحصول على "الإعجابات" والمتابعة تحول التفكير من الجوهر إلى المظهر، وتجعل القبول الاجتماعي الافتراضي معياراً للحقيقة. (حميد، 2019، ص108).

3-الشباب الجزائري والبيئة الرقمية:

يعتبر الشباب في الجزائر، والطلبة الجامعيون على وجه الخصوص، من أكثر الفئات استهلاكاً للمحتوى الرقمي. يمثل الفضاء الرقمي بالنسبة لهم وسيلة للهروب من الواقع أو البحث عن فرص لإثبات الذات. هذا الارتباط الوثيق يجعلهم في حالة "انكشاف فكري" أمام ما يطرحه المؤثرون من أفكار وتوجهات.

3-1الفضاء الرقمي كبديل سوسيولوجي (الهروب من الواقع)

يعتبر الشباب الجزائري الفضاء الرقمي "مجالاً عاماً بدلاً" عن الفضاءات الفيزيائية المحدودة. هو وسيلة للتحرر من الضغوط الاجتماعية والاقتصادية، حيث يجد الشاب في "الافتراضي" ما يفتقده في "الواقعي" من حرية تعبير وتواصل عابر للحدود.(جابي، 2021،ص42).

3-2-البحث عن إثبات الذات وبناء الهوية الرقمية

يسعى الطلبة الجامعيون عبر المنصات الرقمية إلى بناء "بروفايل" مثالي يعوض نقص الفرص المهنية أو التهميش الاجتماعي. يتحول الرقمي هنا من أداة تواصل إلى "مسرح" لاستعراض المهارات والنجاحات الافتراضية، وهو ما يسمى بـ "إدارة الانطباع".(لوصيف، 2019،ص112).

3-4- حالة "الانكشاف الفكري" وسطوة المؤثرين

يؤدي الارتباط الوثيق بالمنصات إلى ضعف "الحصانة الفكرية". فالطالب الجامعي، رغم مستواه التعليمي، قد يقع تحت تأثير "خوارزميات التوجيه" التي تفرض عليه أنماطاً فكرية واستهلاكية معينة يروج لها المؤثرون، مما يؤدي إلى تراجع الروح النقدية أمام قوة "لترند".(شومان، 2020،ص88).

3-4- الاستهلاك الرقمي والهوية الهجينة

يعيش الشاب الجزائري حالة من التذبذب بين قيمه المحلية (الأصالة) وبين القيم الكونية التي تضخها البيئة الرقمية (المعاصرة). هذا الاستهلاك المكثف يخلق "هوية هجينة" تظهر في اللغة (العرنسية الرقمية) والسلوكيات الاجتماعية الجديدة التي تتأثر بالنماذج الغربية أو العولمية. (معيزة، 2021،ص134).

3-5-الفجوة الرقمية والتبعية المعرفية

رغم كثافة الاستهلاك، يظل هناك خطر "التبعية الرقمية"، حيث يكتفي الشاب بدور المستهلك للمحتوى الذي تنتجه مراكز القوى الكبرى، مما يجعله في وضعية "انكشاف" معرفي مستمر أمام الأجندات الثقافية الخارجية. (منصوري، 2014، ص190).

4-العوامل المؤثر في تشكيل أنماط التفكير لدى الشباب الجزائري:

يمارس المؤثر دور "القدوة الرقمية"، حيث يساهم في إعادة صياغة مفاهيم النجاح لدى الشباب الجزائري (من النجاح الأكاديمي إلى النجاح المادي السريع). كما يؤثر في طريقة معالجتهم للقضايا الاجتماعية والسياسية، مما يجعل "الوعي الفكري" للشباب عرضة للتعديل المستمر بناءً على ما يروج له المؤثرون في "الترند" اليومي.

4-1-المؤثر كـ "قدوة رقمية" وإعادة تعريف النجاح

لم يعد النموذج المثالي للشاب الجزائري هو "المثقف" أو "الإطار الجامعي"، بل برز نموذج "المؤثر الناجح" الذي يحقق مكاسب مادية سريعة وشهرة واسعة بأقل جهد أكاديمي ممكن. هذا التحول خلق قطيعة مع قيم "الجهد والصبر" واستبدلها بقيم "السرعة والظهور".(بوخلخال، 2019،ص79).

4-2- من "الرأس المال الثقافي" إلى "الرأس المال الرقمي"

يساهم المؤثرون في إعادة صياغة مفهوم "الترقي الاجتماعي". قديماً كان التعليم هو المصعد الاجتماعي الوحيد في الجزائر، أما اليوم فقد أصبح "عدد المتابعين" (Followers) هو المعيار الجديد للقوة والتأثير، مما أدى إلى تراجع قيمة الشهادة الجامعية مقابل "التفاعل الرقمي".(بوزيد، 2021،ص150).

4-3- توجيه الوعي الجمعي عبر "سلطة الترند"

يمارس المؤثرون دور "حراس البوابة" الجدد؛ فهم من يحددون ما هو مهم وما هو تافه. القضايا الاجتماعية والسياسية في الجزائر أصبحت تُعالج بمنطق "الترينـد" (Trend)، مما يجعل وعي الشباب وعياً "لحظياً" و"انفعالياً" يفتقر للعمق التاريخي أو التحليل الرصين. (بن زروق، 2020، ص118).

4-4-التعديل المستمر للمنظومة الفكرية (الوعي الهش)

التعرض المستمر لمحتوى المؤثرين يخلق حالة من "التبعية الفكرية". الشاب الجزائري يجد نفسه في حالة "تحديث" (Update) مستمر لأفكاره ليس بناءً على قناعات، بل لمجاراة ما هو رائج خوفاً من "الإقصاء الرقمي" (FOMO – الخوف من ضياع الفرص . (السماراني، 2023،ص92).

المبحث الثاني: الأدبيات التطبيقية

أولا: الدراسات السابقة.

1-عرض الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى: دراسة حداده(2023)

عنوان الدراسة: دور المؤثرين على منصات التواصل الاجتماعي في تعزيز النية الشرائية لدى المستهلك الفلسطيني "مدينة روابي على صفحات فيسبوك كحالة دراسة"

نوع الدراسة: رسالة ماجستير في العلاقات العامة المعاصرة

هدف الدراسة: التعرف على دور المؤثرين على منصات التواصل الاجتماعي في تعزيز النية الشرائية لدى المستهلك الفلسطيني من وجهة نظر الجمهور والمؤسسة.

المنهج المتبع: المنهج الوصفي التحليلي

عينة الدراسة: عينة احتمالية شملت 385 مشاركا بنسبة 85.7بالمئة.

أداة البحث: اعتمدت الباحثة على الاستمارة والمقابلة في جمع البيانات.

نتائج الدراسة:

أظهرت الدراسة العديد من النتائج منها: برزت أهمية صفحات مدينة "روابي" على فيسبوك كأداة أساسية في الحملات الاعلانية، وتميزت المنشورات المصورة ومقاطع الفيديو القصيرة بفعاليتها في الوصول إلى الجمهور المستهدف، وأظهرت الدراسة أيضا ان المستهلك الفلسطيني يحمل موقفا إيجابيا تجاه استخدام المؤثرين على صفحة" روابي" على فيسبوك بشكل كبير، وأن فئة الشباب وبخاصة الاناث تتأثر بشكل أكبر بمحتوى المؤثرين ، وعدم تأثر الفئات العمرية الكبيرة تجاه صفحات روابي على الفيسبوك، كما كشفت الدراسة عن الدور الفعال للعلاقات العامة في مدينة روابي في توظيف المؤثرين الاجتماعية وتطوير استراتيجيات الحملات الاعلانية في " روابي" .

الدراسة الثانية: دراسة علواني وبن شعلية (2025-2024)

عنوان الدراسة: دور المؤثرين الرقميين في تشكيل اراء الشباب نحو القضايا الاجتماعية —دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي-تبسة.

نوع الدراسة: مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر.

هدف الدراسة: تسعى إلى فهم طبيعة العلاقة التي نشأت بين مواقع التواصل الاجتماعي والمؤثرين الرقميين.

المنهج المتبع: المنهج الوصفي المعتمد على التحليل.

عينة الدراسة: عينة عشوائية طبقية مكونة من 100مفردة من طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال.

أداة البحث: الاستبيان.

نتائج الدراسة:

-يتضح من خلال الدراسة أن المؤثرين الرقميين يلعبون دورا ملحوظا في تشكيل آراء الشباب الجامعي نحو القضايا الاجتماعية، سواء بشكل مباشر أو غير مباشر، وهو ما يؤكد أن منصات التواصل الاجتماعي أصبحت فضاء مؤثرا في البناء المعرفي والمواقف الفكرية لدى هذه الفئة.

-يتجه أغلب الشباب الجامعي على متابعة المؤثرين بناء على جودة المحتوى والمصداقية، وليس على عدد المتابعين أو المكانة الاجتماعية، مما يعكس سلوكا ناضجا وواعيا تجاه الفضاء الرقمي.

-أكدت النتائج ان اللغة المستخدمة والمضمون الواقعي البسيط يلعبان دورا كبيرا في التأثير، حيث تفضل اللغة العربية والمحتوى الذي يعكس الواقع الاجتماعي، بعيدا عن التهويل أو المبالغة.

-يظهر أن المؤثرين يؤثرون فعليا على آراء الشباب في القضايا الاجتماعية، حيث صرحت نسبة معتبرة من العينة بانها غيرت رأيها بعد مشاهدة محتوى لمؤثر، واعتبر الكثير أن لذلك المحتوى تأثيرا إيجابيا في رفع الوعي.

الدراسة الثالثة: دراسة الراسي(2022-2021)

عنوان الدراسة: دراسة أثر أبعاد جاذبية المؤثرين على العلاقة شبه الاجتماعية بين المؤثرين في تطبيق انستغرام ومتابعيهم وعلاقتها بنية شراء التجربة الحياتية الخاصة بالمؤثر ونية شراء المنتجات التي يعلنون عنها.

نوع الدراسة: مذكرة تخرج-اختصاص التسويق والتجارة الدولية

هدف الدراسة: دراسة مدى فاعلية إعلانات المؤثرات في تطبيق انستغرام اللواتي يتابعن حسابات لمؤثرات، وهو أما محتوى متعلق بالجمال والموضة أو محتوى عام موجه نحو مشاركة النشاطات الحياتية للمؤثرة.

المنهج المتبع: المنهج التجريبي

عينة الدراسة: بلغ عدد العينة 135 أنثى.

أداة البحث: الاستبيان

نتائج الدراسة:

-ان الجاذبية الاجتماعية وحب المماثلة لمدوني الجمال لم يكن لها أثر في العلاقة شبه الاجتماعية بين المؤثرة المختصة بمجال الجمال ومتابعتها. على عكس الجاذبية الجسدية والتي تؤثر في العلاقة شبه الاجتماعية، فالمتابعات لا يشعرون بالتعاطف تجاه مدونة فيديو الجمال ويركزون على مظهرها الجسدي وليس على شخصيتها.

-لم تكن هنالك أي علاقة تأثير لأبعاد الجاذبية الاجتماعية وحب المماثلة والجاذبية الجسدية في العلاقة شبه الاجتماعية بين المتابعات والمؤثرة غير المختصة في مجال الجمال.

-أظهرت نتائج المقارنة بين النية الشرائية تجاه المنتجات التي أعلنت عنها المؤثرتان على حساباتهما افضلية في التأثير على النية الشرائية للمنتجات المعلن عنها، للمؤثرة المتخصصة في مجال الجمال.

الدراسة الرابعة: دراسة محند اعمر (2020-2021)

عنوان الدراسة: دور المؤثرين في توجيه السلوك الشرائي لدى الشباب الجزائري-دراسة استطلاعية على عينة من مستخدمي موقع الانستغرام-

نوع الدراسة: مذكرة ماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة

هدف الدراسة: دور المؤثرين في توجيه السلوك الشرائي لدى الشباب الجزائري.

المنهج المتبع: المنهج الوصفي المسحي.

عينة الدراسة: عينة عشوائية بلغت 90مفردة.

أداة البحث: الاستبيان

نتائج الدراسة:

-تبين لنا أن نسبة كبيرة من فئة المبحوثين الذي يستخدمون الانستغرام هم اناث حيث امتدت فترة استخدامهم لهذا التطبيق من سنة الى سنتين، وانهم يتصفحونه بشكل كبير من البيت باستخدام الهاتف المحمول وان اغلبيتهم يعتمدون في استخدامهم للانستغرام على اللغة العامية باعتبارها اللغة الاسهل لهم، كما أوضحت النتائج ان اغلبية المبحوثين يستخدمون حساب واحد وبأسمائهم الحقيقية.-كما تبين أن الغرض من استخدام الانستغرام هو من أجل ملئ الفراغ ومتابعة كل جديد عن الموضة أكبر دوافع استخداما، وأن الهدف الأساسي من انشاء واستخدام الانستغرام هو لأجل متابعة الفنانين والمشاهير.

-تبين أن الانستغرام يؤثر بشكل كبير على السلوك الشرائي لدى الشباب الجزائري حيث يساهم مؤثرو الانستغرام في تغير سلوكياتهم لأنهم يعتمدون على المعلومات التي يتحصلون عليها من هؤلاء المؤثرين بدرجة متوسطة كما أنه يساهم في تغيير مواقفهم واتجاهاتهم نحو سلع ومنتجات يشعرون بالرغبة في تجربتها ويولد لديهم الرغبة في الشراء.

2-أوجه الاتفاق:

-تتشابه الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في تناولها لموضوع المؤثرين الرقميين ودورهم في التأثير على فئة الشباب عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

-وتتقاطع الدراسة الحالية مع دراسة "علواني وبن شعلية"، في اهتمامها بتأثير المؤثرين على الأفكار والمواقف الاجتماعية لدى الشباب الجامعي، خاصة من حيث التركيز على المصداقية وجودة المحتوى باعتبارهما عاملين أساسيين في التأثير.

-كما تتفق الدراسة الحالية مع دراسة "محند أعمر ليليا"، في اعتمادها نظرية الاستخدام والاشباعات من خلال التركيز على دوافع متابعة الشباب للمؤثرين والاشباعات التي يحققونها من هذا المحتوى.

- وتتشابه أيضا مع دراسة "نجوى الراسي" في الاهتمام بعامل الثقة والعلاقة التي يبنيها المؤثر مع المتابعين، وتأثير ذلك في تغيير المواقف والاتجاهات.

-أما مع دراسة "اسراء مهدي"، فتلتقي الدراسة الحالية في التأكيد على الدور المتزايد للمؤثرين في التأثير على الجمهور عبر المحتوى الرقمي، خاصة لدى فئة الشباب.

-ومن الناحية المنهجية تتفق الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية في اعتماد المنهج الوصفي، استخدام الاستبيان كأداة لجمع البيانات.

3-أوجه الاختلاف:

-ركزت معظم الدراسات السابقة على التأثير الشرائي مثل دراسة "اسراء حدادة" دراسة "محند أعمر ليليا " دراسة نجوى الراسي"، بينما ركز الدراسة الحالية على دور المؤثرين الرقميين في تغيير أنماط التفكير لدى الشباب الجزائري، وهو جانب الفكري والاجتماعي أكثر من كونه استهلاكي أو تسويقي.

-تختلف الدراسة الحالية عن دراسة" علوني وبن شعلية"، في كونها لا تقتصر على تشكيل الآراء حول القضايا الاجتماعية بل تمتد الى دراسة تأثير المؤثرين على المعتقدات والقيم والعادات وأنماط التفكير.

ثانيا: المقاربة النظرية:

1-التفاعلية الرمزية:

ظهرت التفاعلية الرمزية في بداية الثلاثينات من القرن العشرين على يد الفيلسوف جورج هربت ميد خاصة بعد تأليفه ونشره لكتاب العقل والذات والمجتمع، هذا الكتاب الذي يحمل أهم الأفكار والمبادئ التي جاء بها ميد عن التفاعلية الرمزية حيث حاول تنظيمها مع بدايات القرن العشرين.

إلى ذلك فإن هربت ميد يعتقد أن الفرد عند انتهائه من عملية التفاعل مع الآخرين يكون رمزا عند كل فرد تفاعل معه، هذا الرمز قد يكون محببا أو غير محبب حسب طبيعة الرمز الذي أعطاه الفرد للآخرين، أن التفاعلية الرمزية تربط بين العالم أو الحياة الداخلية النفسية للفرد وبين طبيعة المجتمع الذي يعيش فيه وما يحتويه من لغة، حضارة ورموز. (مقديش، 2022، الصفحات 1041-1042)

فالرموز هنا تعني مجموعة الوسائل التي يستعملها الناس فيما بينهم لتسهيل عملية التواصل. وبذلك تشمل الإشارات والعلامات والأدوات والحركات والأصوات والانطباعات والصور الذهنية التي يصنعونها، وتعد اللغة من أهم مجموعة الرموز اللازمة للتفاعل الاجتماعي. ووفقا لهذه النظرية، يعلق الناس معاني كثيرة على هذه الرموز، ثم يتصرفون بناء على تفسيرهم الشخصي لها. وعلى ذلك، فان المجتمع وعلاقاته وتركيبته، هي نتيجة التفاعل الديناميكي المستمر لهذه الرموز ومعانيها. (الزير، 2020، صفحة 607)

حينما تتكون الصورة الرمزية عن شخص معين فإن هذه الصورة سرعان ما ينشرها الشخص الذي كونها عن الشخص الآخر المتفاعل معه، وتنتشر هذه الصورة بين الآخرين، فيكونون صورا إيجابية أو سلبية اعتمادا على نوع الانطباع وليس عن حقيقة ذلك الشخص ودوافعه. عندما يعطي الشخص المقيم انطباعا صوريا أو رمزيا معينا، يكون هذا الانطباع ذا نمط متصلب ليس من السهولة بمكان تغييره أو ادخال صورة ذهنية مخالفة للصورة الذهنية التي تكونت عنه، وهذه الصورة الذهنية أو الانطباعية سرعان ما يعلم بها الفرد القيم فيقيم نفسه بموجبها، وهنا يكون تقويم الفرد لذاته بموجب الصورة الرمزية التي تكونت عنه أو الصورة الرمزية التي كونها الآخرون تجاهه. (Mawla & Almohamedao, 2024, pp. 450-451)

اسقاط النظرية على الدراسة الحالية: نجد أن الشباب لا يتلقون المحتوى بشكل سلبي، بل يمنحونه معاني معينة من خلال التعليقات المشاركة والتقليد وهو ما يجعل عملية التأثير قائمة على التفاعل. كذلك تساهم اللغة البسيطة، طريقة الحديث واللباس وأسلوب الحياة الذي يقدمه المؤثرون في بناء تصورات جديدة لدى الشباب حول القيم والمكانة الاجتماعية. فالمؤثرين الرقميين لا يكتفون بنقل المعلومات بل يقدمون رموزا ومعاني ويقوم المتابعين الشباب بتفسير هذه المعاني والتفاعل معها.

2-نظرية الاستخدامات الاشباعات

إن اتجاه أو نظرية الاستخدامات واشباع الحاجات، هي اتجاه آخر يضاف إلى البحوث التي اهتمت بتأثير وسائل الاعلام على الأفراد وعلى هذا فهي لا تخرج عن مبدأ أن الفرد –أمام وسائل الاعلام–لا يكون سلبيا، بل قادرا على الاختيار بناء على الحاجيات المرغوب في اشباعها. (بصلي وحمدي، 2017، ص 338)

هناك عدة اشباعات تتحقق لدى الجمهور المستخدم للإنترنت واسقاطا على شبكات التواصل الاجتماعي يمكن ادراجها كالتالي:

-استكشاف كل ما هو جديد من معلومات، موسيقى، ترفيه...

-اشباعات معرفية تتعلق بالبحث عن المعلومات المتعلقة بمختلف مجالات الحياة.

-الترفيه والتسلية.

-الحفاظ على الاتصال مع الاخرين، فالإنترنت يحقق أشكالا عديدة من الاتصال (واحد لمجموعة، واحد لواحد، مجموعة لمجموعة...) كاستعمال البريد الالكتروني، جماعات المناقشة، غرف الحوار والدردشة. (رايس علي، 2016، ص 192)

ونظرية الاستخدامات والاشباعات تندرج في خانة الحتمية السسيولوجية، إذ تفترض أن التحولات الناجمة عن تكنولوجيات الاعلام والاتصال، انما ترتبط بالكيفيات التي يستعمل بها الأفراد هذه الوسيلة، وبالتالي تسعى إلى دراسة تملك التكنولوجيا ضمن السياق الاجتماعي والثقافي الذي ينتمي إليها الأفراد، أو بالأحرى مثلما يقول جوسيان جويت (Josiane Jouet) استجابات البناء الاجتماعي لمجيء وسائل اتصالية جديدة. (بوخاري و قاسمي، 2019، ص 41)

اسقاط النظرية على الدراسة الحالية:

-تهتم النظرية بمعرفة أسباب متابعة الشباب الجزائري للمؤثرين الرقميين، وما الفوائد والاشباعات التي يحصلون عليها من هذه المتابعة. حيث ان الشباب لا يتابعون المؤثرين بشكل عشوائي بل لحاجات معينة. فعندما يشعر الشباب أن المحتوى يحقق لهم فائدة أو يساعدهم في بعض القضايا، فانهم يستمرون في متابعته مما يزيد في تأثرهم في الأفكار.

-معظم الشباب الجزائري يتابعون المؤثرين الرقميين لحاجات مختلفة من أجل الترفيه وتمضية الوقت والبعض الأخر من أجل معلومات أو نصائح فيما نجد أن من يتابعهم من أجل نوع اللباس الأكل ...الخ.

خلاصة:

تأسيسا على ما تم تناوله في هذا الفصل، يمكن القول إن المؤثر الرقمي لم يعد مجرد صانع محتوى عابر، بل تحول إلى "قدوة رقمية" وجماعة مرجعية موازية تملك القدرة على ممارسة قوة ناعمة تخترق المنظومة الفكرية والقيمية لطلبة جامعة الوادي. وقد أظهرت التحديدات المفاهيمي والتحليلات النظرية أن الشاب الجزائري يعيش حالة من "الانكشاف الفكري" والهوية الهجينة التي توازن بين الأصالة والمعاصرة، مدفوعاً بسلطة الخوارزميات وضغوط الواقع السوسيو–اقتصادي التي وجهت تفكيره نحو البراغماتية والبحث الافتراضي عن إثبات الذات.

ومن خلال استقراء الأدبيات التطبيقية، تبين أن الدراسة الحالية تفترق عن الطرح التجاري والاستهلاكي السائد في أغلب الدراسات السابقة لتغوص في العمق الفكري والاجتماعي المرتبط بتعديل "أنماط التفكير". وبإسقاط نظريتي "التفاعلية الرمزية" و"الاستخدامات والإشباعات"، يتضح أن طلبة الجامعة لا يتلقون الرسائل الرقمية بسلبية، بل يمنحونها معاني ورموزاً تترجم في سلوكياتهم اليومية بناءً على إشباعات معرفية ونفسية محددة. إن هذه الأرضية النظرية والتطبيقية المتكاملة تشكل الموجه الأساسي الذي سيرتكز عليه البحث في فصله القادم (الجانب التطبيقي الميداني)، لمحاولة قياس وفحص هذه الفرضيات والتحولات على عينة من طلبة جامعة "حمة لخضر" بالوادي للوقوف على الحجم الحقيقي لسطوة المؤثرين في واقعهم المعاش.

الدراسة الميدانية

تمهيد:

بعد تطرقنا للجزء النظري الخاص بالمؤثرين الرقمين وانماط التفكير لدى الشباب الجزائري، سنسلط الضوء في هذا الجزء إلى تقديم الخطوات المنهجية المستخدمة في دراستنا الحالية، والتي تضم المنهج المستخدم في الدراسة، اضافة الى ذلك مجتمع الدراسة حجم عينة الدراسة، أدوات جمع البيانات المتمثل في الاستبيان مع توضيح مراحل الاستبيان وتحديد محاوره، وكذلك الأساليب الإحصائية والبرامج. اضافة إلى ذلك عرض النتائج ومناقشتها وتم تقسيم الفصل إلى:

المبحث الأول: الطريقة والأدوات

المبحث الثاني: النتائج والمناقشة

المبحث الأول: الطريقة والأدوات

أولا: الطريقة

1-مجتمع وعينة الدراسة

1-1-مجتمع الدراسة:

تتحدد عناصر هذه الدراسة لطلبة كلية العلوم الاجتماعية بجامعة الوادي، حيث تقتصر على جميع طلبة شعبة العلوم الاجتماعية سواء مستوى الليسانس أو مستوى ماستر أو دكتوراه.

1-2-عينة الدراسة:

اعتمدنا في الدراسة على العينة القصدية حيث اقتصرت عينة الدراسة على طلبة شعبة العلوم الاجتماعية، بكلية العلوم الاجتماعية والإنسانية جامعة الوادي، وقد تم توزيع 170استمارة، واسترجاع 165استمارة.

1-3 التعريف بالمؤسسة مكان الدراسة:

-الإنشاء : أنشئت كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية بناء على المرسوم التنفيذي رقم: 12-243 المؤرخ في 14 رجب 1433هـ الموافق لـ 04 يونيو(جوان)2012، والمتضمن إنشاء جامعة الوادي، الذي الغى المرسوم التنفيذي الصادر في 01-277 الصادر في 30 جمادى 1422هـ الموافق لـ 18 سبتمبر 2001 والمتضمن إنشاء المركز الجامعي بالوادي.

-التشكيل والتأطير: الكلية هي وحدة تعليم وبحث في الجامعة في ميدان العلم والمعرفة، وتكون الكلية متعددة التخصصات ويمكن عند الاقتضاء إنشاؤها على أساس تخصص غالب. تتشكل الكلية حاليا من خمسة أقسام هي: - قسم العلوم الإنسانية - قسم الإعلام والاتصال– قسم التاريخ- قسم العلوم الاجتماعية – قسم علم النفس وعلوم التربية.كما تحوي الكلية مكتبة متنوعة المراجع ذات صلة بميدان التكوين.

يسهر على تنظيم الكلية من الناحية الإدارية مجلس الكلية الذي يرتكز هدفه على دراسة واقتراح كل التدابير التي من شأنها أن تسهم في تحسين سير الكلية وتشجيع وتحقيق أهدافها.كما يبدي رأيه في كل مسألة يعرضها عليه العميد.يضاف الى هذا مجلس علمي للكلية ولجان علمية خاصة بكل قسم.لكل منها صلاحياته واختصاصاته حسب ما حددها القانون الساري العمل به.كما يسهر على الكلية عميد كلية، وهو المسؤول عن سيرها ويتولى تسيير وسائلها البشرية والمالية والمادية، ويساعده في مهامه :01- نائب العميد المكلف بالدراسات والمسائل

المرتبطة بالطلبة.02 – نائب العميد المكلف بما بعد التدرج والبحث العلمي والعلاقات الخارجية.03 – الأمين العام.04 – رؤساء الأقسام.05 – مسؤول مكتبة الكلية.

–الأمـانة العـامة : تعتبر الأمانة العامة المحور الأساسي التي تقوم عليه الكلية من الناحية التنظيمية و تسيير وتكييف المهام على حسب الطاقم الإداري الذي تتوفر عليه. حيث يسهر الأمين العام على ضمان تسيير المسار المهني لكافة مستخدمي الكلية ومتابعة تنسيق مخططات الأمن الداخلي بالتنسيق مع مسؤول الأمن. كما يتكفل بتحضير مشروع ميزانية الكلية ومتابعة تنفيذها. مع ضمان متابعة تموين أنشطة المخابر ووحدات البحث. تتكفل الأمانة العامة بتنفيذ كافة برامج الأنشطة الثقافية والرياضية الخاصة بالكلية وترقيتها والسهر على السير الحسن للمصالح المشتركة للكلية كما تضمن تسيير وحفظ الأرشيف والتوثيق للكلية.

تشمل الأمانة العامة التي يلحق بها مكتب الأمن الداخلي للكلية المصالح الآتية: مصلحة المستخدمين. مصلحة الميزانية والمحاسبة. مصلحة الوسائل والصيانة. (https://faculty.univ-eloued.dz/)

2–تحديد المتغيرات وطرق قياسها:

المتغير المستقل هو المتغير المؤثر يتحكم فيه الباحث ليغير من شدته أو خاصية أخرى ليعرف تأثيرها على المتغير التابع. إذا وجدت علاقة بين المتغير المستقل والسلوك المدروس، فيعنى هذا أن درجات مختلفة من المتغير المستقل ستحدث تأثيرات مختلفة في السلوك. (بوحفص،2011، ص14)، وتتمثل الدراسة في متغير مستقل يتمثل في المؤثرين الرقمين ، ومتغير تابع يتمثل في تغيير أنماط التفكير لدى الشباب الجزائري، حيث يتم قياس هذا التأثير من خلال مجموعة من الأبعاد .

–أبعاد المتغير المستقل (المؤثرين الرقميين):

–دوافع وإشباعات المتابعة

–الآليات الاتصالية المستخدمة

–موثوقية المؤثرين

–طبيعة المحتوى المقدم

–أبعاد المتغير التابع (تغيير أنماط التفكير):

–تبني أفكار أو معتقدات جديدة

-التأثير على القيم والعادات

-التأثيرات السلبية على التفكير

-تغير الآراء والاتجاهات

ثانيا: الأدوات

أدوات جمع البيانات: يتم تحديد وسيلة جمع المعلومات وفقا لمجتمع البحث أو العينة المأخوذة منه، بعد أن يتم تجربتها واختبارها. وفي الإطار الميداني أو العملي أو المعياري يتم تجميع المعلومات من مصادرها بمجموعة من الوسائل أو أحد منها، وذلك وفقا لمشكلة البحث ومتطلبات فروضه أو تساؤلاته الموضوعية. (حمدي،2017، ص112)

1-الاستمارة: وهي عبارة عن مجموعة من الأسئلة أو العبارات المكتوبة والمزودة بإجاباتها المحتملة والمعدة بطريقة منهجية، يطلب فيها المبحوثين الإشارة إلى ما يعتقدون أنه يمثل رأيهم حول السؤال المطروح أو العبارة المقترحة. (دليو، 2014، ص 217)

مرحلة تصميم الاستمارة:

تم إعداد أداة البحث(الاستمارة) وتوزيعها نحو جمع المعلومات المتعلقة بـ دور المؤثرين الرقميين في تغيير أنماط التفكير لدى الشباب. وقد تم اعتماد في تصميمها بناء على فرضيات الدراسة وأهدافها، مع الحرص على أن تكون واضحة وبسيطة حتى يتمكن المبحوثين من فهمها والاجابة عنها بسهولة.

وقد تضمنت الاستمارة مجموعة من الأسئلة التي تساعد في اختبار فرضيات البحث.

بدأت الاستمارة بمقدمة تعريفية تناولت موضوع البحث والهدف منه، مع تقديم مختصر عن الشهادة العلمية المراد الحصول عليها -ماستر في علم اجتماع الاتصال-.

والى جانب ذلك ذكر الكلية التي ينتمي اليها الباحثان كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية جامعة الوادي. كما تم إخبار المبحوثين بأهمية آرائهم في هذا الموضوع، مع التأكيد على ضرورة تم توضيح أن جميع الإجابات سرية وتستخدم فقط لأغراض البحث العلمي.

محتوى الاستمارة:

احتوت الاستمارة على مجموعة من الأسئلة يقوم المبحوثين بالإجابة عليها وهي كالاتي:

المحور الأول البيانات الديمغرافية: يشمل المعلومات الشخصية: الجنس، العمر، المستوى الدراسي.

المحور الثاني: (الدوافع)، يحتوي على (8) فقرات مع بدائل مختلفة

المحور الثالث: (الموثوقية)، يحتوي على (8) فقرات مع بدائل مختلفة

المحور الرابع: (**التأثيرات**)، يحتوي على (8) فقرات مع بدائل مختلفة

2-الملاحظة: في الأصل هي المشاهدة والمتابعة. وهي الملاحظة العلمية التي يقوم بها الباحث، وذلك بمشاهدة الظاهرة أو الوقائع على ما هي عليه في الواقع أو في الطبيعة، بهدف بناء الواقعة العلمية محل الملاحظة والدراسة. (بن عيسى، 2019، ص 120)

3-الأساليب الإحصائية المستخدمة

تم استعمال الأساليب الإحصائية الآتية: التكرار. النسب المئوية.

4-البرامج المستخدمة في معالجة المعطيات

- برنامج SPSS
- برنامج EXCEL

المبحث الثاني: عرض ومناقشة النتائج

أولا: عرض الجداول:

المحور الأول: البيانات الديمغرافية

الجدول رقم (01) يمثل توزيع المبحوثين حسب الجنس

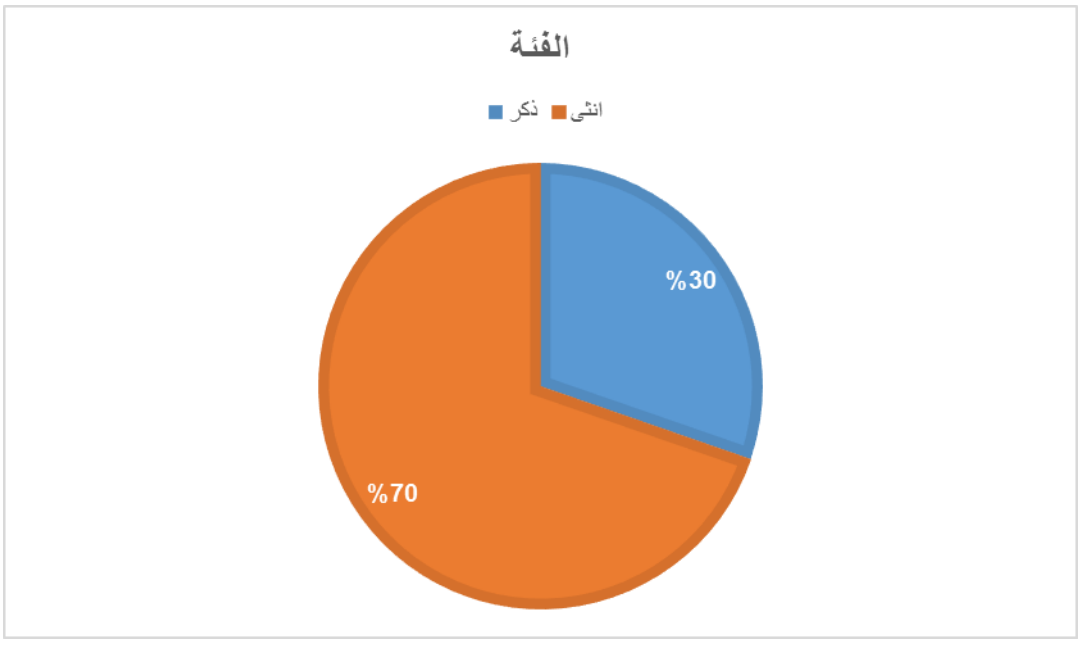
الفئة	التكرار	النسبة
ذكر	**50**	**%30.3**
أنثى	**115**	**%69.7**
المجموع	**165**	**%100**

المصدر: من اعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

تعليق:

يوضح الجدول أن 69.7% من البحوثين هم من الإناث (عدد 115 مبحوثة)، في حين يخصص نسبة 30.3% (عدد 50 مبحوثاً)، مما يشير إلى وجود تفوق ملحوظ للجانب النسوي في عينة الدراسة

شكل رقم 01: توزيع المبحوثين حسب الجنس.



مصدر: اعداد الطلبة معطيات برنامج EXCEL

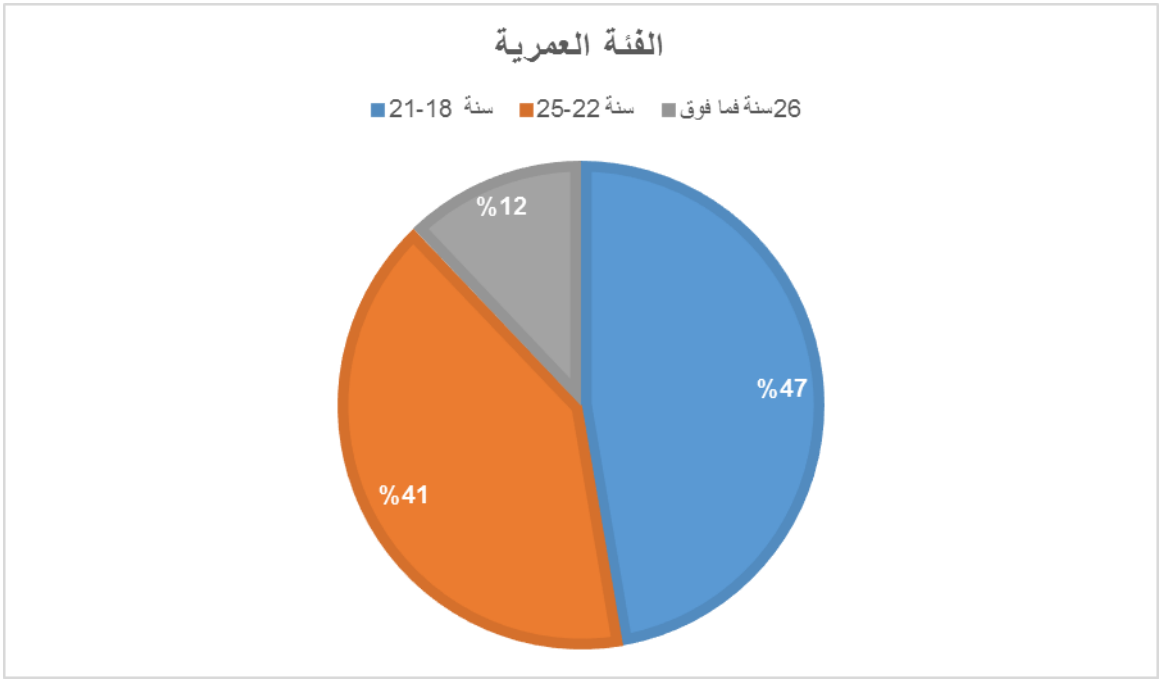
الجدول رقم (02) يمثل توزيع المبحوثين حسب فئات العمر

الفئة	التكرار	النسبة
21-18 سنة	**78**	**%47.3**
25-22 سنة	**67**	**%40.6**
26 سنة فما أكثر	**20**	**%12.1**
المجموع	**165**	**%100**

المصدر: من اعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

يشير الجدول إلى أن الفئة الأكثر تمثيلاً هي الشباب الذين تتراوح اعمارهم ما بين 18 و21 سنة، حيث بلغ عددهم 78 المتخصصة بنسبة 47.3%، بينما الفئة العمرية من 22 إلى 25 سنة وعددهم 67 مبحوث وبنسبة 40.6%، بينما كانت النسبية في الفئة العمرية 26 سنة فما فوق والتي بلغت 12.1%. ب20 مبحوث.

شكل رقم 02: توزيع المبحوثين حسب العمر.



مصدر: اعداد الطلبة معطيات برنامج EXCEL

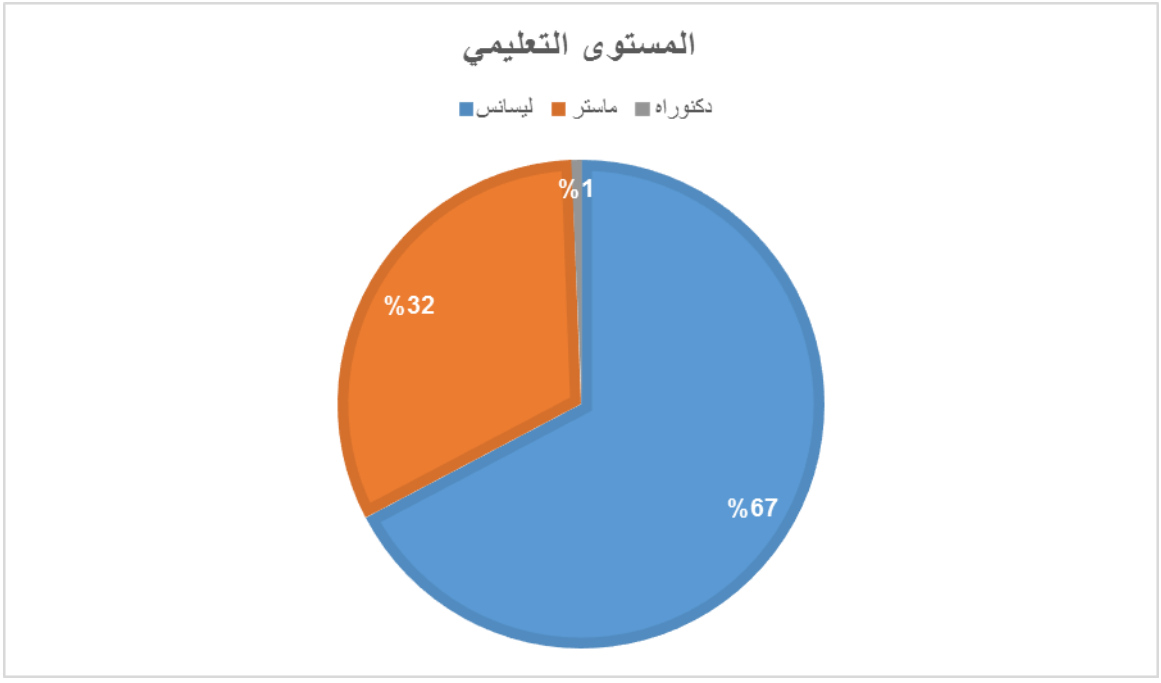
الجدول رقم (03) يمثل توزيع المبحوثين حسب المستوى التعليمي

الفئة	التكرار	النسبة
ليسانس	**111**	**%67.3**
ماستر	**53**	**%32.1**
دكتوراه	**1**	**%0.6**
المجموع	**165**	**%100**

المصدر: من اعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

يتبين من الجدول أن العينة اعلى نسبة ليسانس بنسبة 67.3% (عدد 111 مبحوثاً)، ويتبعهم الحاصلون على الماستر بنسبة 32.1% (53 مبحوثاً)، في حين سجلوا طلبة الدكتوراه نسبة ضئيلة جداً 0.6%، وبواقع مبحوث واحد فقط. تم توزيع الاستبيان في السداسي الثاني من السنة الجامعية حيث الدراسة تقتصر على المستوى الأول اما طلبة الماستر فيدرسون السنة الأولى فقط.

شكل رقم 03: توزيع المبحوثين حسب المستوى التعليمي.



مصدر: اعداد الطلبة معطيات برنامج EXCEL

المحور الثاني:

الجدول رقم (04) يمثل توزيع المبحوثين حسب قضاء الوقت في وسائل التواصل الاجتماعي

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
أقل من ساعة	**15**	**%9.1**
ساعة	**45**	**%27.3**
من ساعتين إلى ثلاث ساعات	**43**	**%26.1**
من ثلاث ساعات فما أكثر	**62**	**%37.6**
المجموع	**165**	**%100**

المصدر: من اعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

الوقت المستغرق في وسائل التواصل الاجتماعي: يظهر الجدول أن الفئة الأكبر من المبحوثين يقضون ثلاث ساعات أو أكثر يوميا بنسبة 37.6% عددهم 62 مبحوثاً، تليها فئة من يقضون ساعة واحدة بنسبة 27.3%، وعددهم 45 مبحوثاً، ثم فئة ساعتين إلى ثلاث ساعات بنسبة 26.1%، وعددهم 43 مبحوثا، في حين سجلت الفئة التي تقضي أقل من ساعة أدنى نسبة بلغت 9.1% ،15 مبحوثاً. ومنه نستنتج أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي أصبح بشكل مكثف لدى أغلب الشباب الجزائري.

الجدول رقم (05) يمثل توزيع المبحوثين حسب التطبيقات الأكثر استخداما

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
فيسبوك	**44**	**%26.7**
انستغرام	**61**	**%37**
يوتيوب	**29**	**%17.6**
سناب شات	**9**	**%5.5**
تيك توك	**22**	**%13.3**
المجموع	**165**	**%100**

المصدر: من اعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

تشير البيانات إلى تصدر تطبيق انستغرام القائمة بنسبة 37%، تمثلت في 61 شخص يليه فيسبوك بنسبة 26.7%، ب44 شخص ثم يوتيوب بنسبة 17.6%، ب29شخص وتيك توك بنسبة 13.3%، ب22 شخص بينما حاز سناب شات على أقل نسبة بلغت 5.5% ب9 اشخاص. ويتضح لنا ان تطبيق الانستغرام هي الأكثر استخداما بين المبحوثين يليه الفيسبوك ثم تطبيق اليوتيوب وهو ما يعكس تفضيل الشباب الجزائري للتطبيقات التي تعتمد على الصورة والفيديو والمحتوى السريع التفاعل. ان التطبيقات تتميز بخاصية التفاعلية وسهولة الاستخدام الأكثر جذبا واهتماما لدى الشباب.

الجدول رقم (06) يمثل توزيع المبحوثين حسب المحتوى الأكثر متابعة

الفئة	التكرار	النسبة
قضايا اجتماعية	5	%3
الصحة والرياضة	49	%29.7
التنمية البشرية	16	%9.7
الترفيه	55	%33.3
تعليمي وثقافي	29	%17.6
الاخبار والقضايا السياسية	6	%3.6
السفر والسياحة	5	%3
المجموع	165	%100

المصدر: من اعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

يعكس الجدول تفضيل المبحوثين لمحتوى الترفيه بنسبة 33.3%، بـ 55 مبحوثاً، يليه محتوى الصحة والرياضة بنسبة 29.7%، بـ49 مبحوثاً، ثم المحتوى التعليمي والثقافي بنسبة 17.6%، بـ29 مبحوثا، فيما كانت أقل المحتويات متابعة القضايا الاجتماعية والسفر والسياحة بنسبة 3% لكل منهما. ومنه نستنتج أن الشباب يفضلون المحتوى الترفيهي أكثر من باقي أنواع المحتوى.

الجدول رقم (07) يمثل توزيع المبحوثين حسب متابعة المؤثرين الرقميين المحليين

الفئة	التكرار	النسبة	الفئة الفرعية	التكرار	النسبة
نعم	93	%56.4	نفس لغتي	2	%2.15
			قضايا قريبه مني	34	%36.56
			معلومات مفيدة	57	%61.29
			المجموع	93	%100
لا	72	%43.6			
المجموع	165	%100			

المصدر: من اعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

نلاحظ أن نسبة 56،4% من المبحوثين صرحوا بـ "نعم" حول متابعتهم للمؤثرين المحليين في حين أن نسبة 43،6% صرحوا بـ "لا"، ونجد في خيارات الإجابة بـ "نعم" أن السبب الرئيسي هو الحصول على معلومات مفيدة بنسبة 34،30%، تليها الرغبة في متابعة قضايا قريبة مني بنسبة 20،55% ، وأخيرا عامل نفس لغتي بنسبة 1،15%. توضح النتائج ان اغلب المبحوثين يتابعون المؤثرين المحليين وذلك لارتباط محتواهم بالواقع اليومي وقربهم من اهتمامات الشباب اضافة الى سهولة فهم الرسائل التي يقدمونها ومنه نستنتج أن المؤثرين المحليين يحظون بمتابعة أكبر لدى الشباب الجزائري بسبب قرب محتواهم من واقعهم الاجتماعي.

.

الجدول رقم (08) يمثل توزيع المبحوثين حسب متابعتهم للمؤثرين الرقميين الأجانب

الفئة	التكرار	النسبة	الفئة الفرعية	التكرار	النسبة
نعم	96	%58.2	أفكار جديدة	27	%28.12
			حماسي ومشوق	19	%19.79
			صناعة قوية	16	%16.67
			تعلم لغات	10	%10.42
			التعرف على ثقافات	24	%25
			المجموع	96	%100
لا	69	%41.8			
المجموع	165	%100			

المصدر: من اعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

يتضح أن نسبة 58،2% من المبحوثين صرحوا بـ "نعم" بينما نسبة 41،8% صرحوا بـ "لا"،ونجد في خيارات الإجابة بـ "نعم" أن الدافع الأول هو البحث عن أفكار جديدة بنسبة 28،12%، يليه التعرف على ثقافات بنسبة 25%، ثم الانجذاب للمحتوى كونه حماسي ومشوق بنسبة 19،79% ،وامتلاكهم لصناعة قوية بنسبة 16،67% ،وأخيراً تعلم لغات بنسبة 10،42%.وتبين لنا أن نسبة كبيرة من المبحوثين يتابعون المؤثرين الأجانب بدافع البحث عن أفكار جديدة والتعرف على ثقافات مختلفة اضافة الى الرغبة في تنويع المحتوى الذي يتابعونه ومنه نستنتج أن المؤثرين المحليين يحظون بمتابعة أكبر لدى الشباب الجزائري بسبب قرب محتواهم من واقعهم الاجتماعي.

الجدول رقم (09) يمثل توزيع المبحوثين حسب متابعة محتواهم بدافع التسلية والترفيه

الفئة	التكرار	النسبة	الفئة الفرعية	التكرار	النسبة
نعم	107	%64.8	محتوى فكاهي	51	%47.66
			متابعة يومياتهم	27	%25.23
			استغلال وقت الفراغ	19	%17.76
			الهروب من الروتين	10	%9.35
لا	58	%35.2	المجموع	107	%100
المجموع	165	%100			

المصدر: من اعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

أظهرت النتائج أن نسبة 64،8% من المبحوثين اجابوا بـ "نعم"، في حين أن نسبة 35،2% اجابوا بـ "لا"، ونجد في خيارات الإجابة بـ "نعم" أن المحتوى الفكاهي تصدر القائمة بنسبة 47،66%، يليه متابعة يومياتهم بنسبة 25،23%، ثم استغلال وقت الفراغ بنسبة 17،76%، وفي المرتبة الأخيرة الهروب من الروتين بنسبة

9،35%.ويعكس الجدول أن اغلب المبحوثين يتابعون المؤثرين بدافع التسلية والترفيه، خاصة المحتوى الفكاهي ومتابعة يومياتهم. ومنه نستنتج أن الترفيه هو الدافع الأساسي لمتابعة المؤثريين الرقميين.

الجدول رقم (10) يمثل توزيع المبحوثين حسب استخدام المؤثرين الرقميين كمصدر موثوق لفهم الأحداث اليومية

الفئة	التكرار	النسبة	الفئة الفرعية	التكرار	النسبة
نعم	64	%38.8	سرعة نقل الخبر	24	%37.5
			أسلوب بسيط	16	%25
			الاستقلالية والتنوع الفكري	6	%9.38
			القدرة على تحليل الاحداث	18	%28.12
لا	101	%61.2	المجموع	64	%100
المجموع	165	%100			

المصدر: من اعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

نجد أن نسبة 38،8% من المبحوثين أجابوا بـ "نعم"، بينما الغالبية بنسبة 61،2% اجابوا بـ "لا"، ونجد في خيارات الإجابة بـ "نعم" أن المبحوثين يثقون بهم بسبب سرعة نقل الخبر، بنسبة 37،5%، تليها القدرة على تحليل الأحداث، بنسبة 28،12%، ثم الاعتماد على أسلوب بسيط بنسبة 25%، وأخيراً الاستقلالية والتنوع الفكري، بنسبة 9.38%. ويتضح لنا ان أغلب المبحوثين لا يعتبرون المؤثرين الرقميين مصدرا موثوقا لفهم الاحداث اليومية رغم وجود نسبة ترى فيهم سرعة نقل المعلومات وتحليلها.

الجدول رقم (11) يمثل توزيع المبحوثين حسب في ثقتهم بآراء المؤثر الرقمي في الخبرة والتخصص

الفئة	التكرار	النسبة	الفئة الفرعية	التكرار	النسبة
نعم	86	%52.1	التخصص الأكاديمي	24	%27.90
			التجربة الواقعية	32	%37.20
			المعلومات من المختصين	17	%19.80
			أسلوب مبسط	13	%15.10
لا	79	%47.9	المجموع	86	%100
المجموع	165	%100			

المصدر: من اعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

يشير الجدول إلى أن نسبة 52،1% من المبحوثين اجابوا بـ "نعم"، في حين أن نسبة 47،9% اجابوا بـ "لا"، ونجد في خيارات الإجابة بـ "نعم" أن المعيار الأساسي للثقة هو التجربة الواقعية، بنسبة 37.20%، يليها التخصص الأكاديمي، بنسبة 27.90%، ثم الحصول على المعلومات من المختصين. بنسبة 19.80%، وأخيراً الارتياح للأسلوب المبسط. بنسبة 15.10%. يتبين أن ثقة المبحوثين في آراء المؤثرين مرتبطة أساسا بالتجربة

الواقعية والخبرة الشخصية ومنه نستنتج أن الخبرة الواقعية تعتبر العامل الأساسي في بناء ثقة الشباب في المؤثرين الرقميين.

المحور الثالث:

الجدول رقم (12) يمثل توزيع المبحوثين حسب الشعور بتأثيرهم على الافكار

الفئة	التكرار	النسبة
نعم	**43**	**%26.1**
لا	**30**	**%18.2**
أحيانا	**92**	**%55.8**
المجموع	**165**	**%100**

المصدر: من اعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

يظهر الجدول رقم 12 ان 26،1% والمتمثلين في 43 شخص أجابوا بنعم، بينما 18،2% والمتمثلين في 30 شخص اجابوا بلا ،في حين 55،8% والمتمثلين في 92 شخص اجابوا بأ حياناً وهم الفئة الغالبة.تشير النتائج الى أن اغلب المبحوثين يشعرون أحيانا بتأثير المؤثرين على أفكارهم بينما نسبة اقل تشعر بتأثير مباشر ومنه نستنتج أن تأثير المؤثرين الرقميين على الأفكار موجود لكنه غير ثابت ويختلف من شخص لآخر.

الجدول رقم (13) يمثل توزيع المبحوثين حسب إعادة التفكير في بعض المعتقدات

الفئة	التكرار	النسبة	الفئة الفرعية	التكرار	النسبة
نعم	**74**	**44.85**	**معتقدات دينية**	**15**	**17.65**
			قيم اجتماعية	**22**	**25.88**
			أفكار شخصية	**32**	**37.65**
			معتقدات صحية	**16**	**18.82**
لا	**53**	**32.12**	**المجموع**	**85**	**100**
احيانا	**38**	**23.03**			
المجموع	**165**	**100**			

المصدر: من اعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

يظهر الجدول رقم (13) أن 44،85% ,والمتمثلين في 74 شخص أجابوا بنعم ،توزعت إجاباتهم كالتالي، في الفئة الفرعية 37،65% والمتمثلين في 32 شخص أجابوا بأفكار شخصية وهي الفئة الغالبة، بينما 25،82% والمتمثلين في 22 شخص أجابوا بقيم اجتماعية ،في حين 18،82% والمتمثلين في 16 شخص أجابوا بمعتقدات صحية ،و 17،65% والمتمثلين في 15 شخص أجابوا بمعتقدات دينية. أما بالنسبة للفئات الرئيسية الأخرى أجابوا 32،12% والمتمثلين في 53 شخص بلا، و 23،03% والمتمثلين في 38 شخص أجابوا ب أحيانا.يتضح لنا أن نسبة معتبرة من المبحوثين الذين أعادوا التفكير في بعض معتقداتهم بعد متابعة المؤثرين

الرقميين خاصة في المعتقدات الصحية والاجتماعية. ونستنتج ان المؤثرين الرقميين يساهمون في إعادة تشكيل بعض المعتقدات لدى الشباب الجزائري.

الجدول رقم (14) يمثل توزيع المبحوثين حسب اعتقادهم المؤثرين الرقميين يقدمون معلومات موثوقة

الفئة	التكرار	النسبة
دائما	**48**	**%29.1**
لا	**103**	**%62.4**
أحيانا	**14**	**%8.5**
المجموع	**165**	**%100**

المصدر: من اعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

يبين الجدول رقم 14 أن 29،1% والمتمثلين في 48 شخص أجابوا دائما، بينما 62،4% والمتمثلين في 103 فرد أجابوا بلا وهم الفئة الأعلى، في حين 8،5% والمتمثلين في 14 فرد أجابوا بـ أحيانا. وتظهر النتائج أن أغلب المبحوثين لا يعتقدون ان المؤثرين الرقميين يقدمون معلومات موثوقة بشكل دائم ومنه نستنتج ان مصداقية المؤثرين لا تزال محل نقاش لدى الشباب الجزائري.

الجدول رقم (15) يمثل توزيع المبحوثين حسب ثقتهم في المحتوى المقدم من المؤثرين الرقميين

الفئة	التكرار	النسبة	الفئة الفرعية	التكرار	النسبة
نعم	**77**	**%46.7**	**خبرة في الموضوع**	**30**	**%38.96**
			معلومات مفيدة	**26**	**%33.77**
			الصدق والوضوح	**17**	**%22.08**
			عدد كبير يتابعه	**4**	**%5.19**
لا	**88**	**%53.3**	**المجموع**	**77**	**%100**
المجموع	**165**	**%100**			

المصدر: من اعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

يبين الجدول رقم 15 أن 46،7% والمتمثلين في 77 شخص أجابوا بنعم، توزعت إجاباتهم في الفئة الفرعية كالتالي : 38،96% والمتمثلين في 30 شخص أجابوا بخبرة في الموضوع ،وهي الفئة الغالبة ،بينما 33،77% والمتمثلين في 26 شخص أجابوا بمعلومات مفيدة ،في حين 22،8% والمتمثلين في 17 شخص أجابوا بالصدق والوضوح ،و 5،19% والمتمثلين في 4 أشخاص اجابوا بعدد كبير يتابعه، أما الفئة الرئيسية الثانية فقد أجاب 53،3% والمتمثلين في 88 شخص بلا وهم الفئة الغالبة .وتشير النتائج الى أن الثقة في محتوى المؤثرين

يرتبط بدرجة كبيرة بخبرة المؤثر ووضوح المعلومات المقدمة ومنه نستنتج ان الثقة في محتوى المؤثرين الرقميين يبن أساسا على الخبرة والمصداقية.

.

الجدول رقم (16) يمثل توزيع المبحوثين حسب تحققهم من صحة المعلومات التي يقدمها المؤثرين الرقميين

الفئة	التكرار	النسبة
دائما	**48**	**%29.1**
أحيانا	**103**	**%62.4**
لا	**14**	**%8.5**
المجموع	**165**	**%100**

المصدر: من اعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

نلاحظ في الجدول رقم 16 أن 29،1% والمتمثلين في 48 فرد أجابوا بـ دائماً ، بينما 62،4% والمتمثلين في 103 فرد أجابوا بأحياناً وهم الفئة الغالبة ،في حين 8،5% والمتمثلين في 14 فرد أجابوا بلا .وتشير النتائج الى ان اغلب المبحوثين يتحققون من صحة المعلومات التي يقدمها المؤثرين بينما القلة من المبحوثين تقوم بتحقق بشكل دائم ومنه نستنتج أن التحقق من المعلومات موجود لكنه غير منتظم عن الشباب الجزائري.

الجدول رقم (17) يمثل توزيع المبحوثين حسب تغييرهم بعض العادات اليومية بسبب نصائح المؤثرين الرقميين

الفئة	التكرار	النسبة	الفئة الفرعية	التكرار	النسبة
نعم	**123**	**%74.55**	**ممارسة الرياضة**	**21**	**%17.07**
			القراءة والتعلم	**34**	**%27.64**
			تنظيم الوقت	**36**	**%29.27**
			تحسين العلاقات	**30**	**%24.39**
			العمل التطوعي	**02**	**%1.63**
لا	**42**	**%25.45**	**المجموع**	**123**	**%100**
المجموع	**165**	**%100**			

المصدر: من اعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

يظهر الجدول رقم 17 أن 74.55% والمتمثلين في 123 فرد أجابوا بنعم وهم الفئة الغالبة ، وتوزعت إجاباتهم في الفئة الفرعية كالتالي :29.27% والمتمثلين في 36 فرد أجابوا بتنظيم الوقت وهي الفئة الغالبة ،بينما 27.64% والمتمثلين في 34 فرد أجابوا بالقراءة والتعلم ،في حين 24.39% والمتمثلين في 30 فرد أجابوا بتحسين العلاقات ،و 17.07% والمتمثلين في 21 فرد أجابوا بممارسة الرياضة، و 1.63% والمتمثلين في شخصين أجابوا بالعمل التطوعي ،أما الفئة الرئيسية الثانية فقد أجاب 25.45% والمتمثلين في 42 فرد بلا .نجد

أن نسبة كبيرة من المبحوثين قد غيروا بعض عاداتهم اليومية بسبب نصائح المؤثرين الرقميين خاصة في تنظيم الوقت والتعلم ومنه نستنتج أن المؤثرين الرقميين يؤثرون على بعض العادات اليومية للشباب.

.

.الجدول رقم (18) يمثل توزيع المبحوثين حسب اكتسابهم أفكار جديدة من خلال حملات التوعية من طرف المؤثرين الرقميين.

الفئة	التكرار	النسبة	الفئة الفرعية	التكرار	النسبة
نعم	121	73.3	أفكار اجتماعية	57	47.11
			حماية البيئة	18	14.88
			الصحة والوقاية العامة	41	33.88
			رعاية الحيوانات الضالة	5	4.13
لا	44	26.7	المجموع	121	100
المجموع	165	100			

المصدر: من اعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

يظهر الجدول رقم 18 أن 73.3% والمتمثلين في 121 فرد أجابوا بنعم، وهم الفئة الغالبة، توزعت إجاباتهم في الفئة الفرعية كالتالي: 47.11% والمتمثلين في 57 فرد أجابوا بأفكار اجتماعية وهي الفئة الغالبة، بينما 33.88% والمتمثلين في 41 فرد أجابوا بـ الصحة والوقاية العامة، في حين 14.88% والمتمثلين في 18 فرد أجابوا بحماية البيئة، و4.13% والمتمثلين في 5 افراد أجابوا برعاية الحيوانات الضالة، أما الفئة الرئيسية الثانية، فقد أجاب 26.7% والمتمثلين في 44 فرد بلا. ومنه نستنتج ان المؤثرين يساهمون في نشر الوعي وتوسيع معارف الشباب.

الجدول رقم (19) يمثل توزيع المبحوثين حسب مراجعة الأفكار والعادات المؤمن بها

الفئة	التكرار	النسبة	الفئة الفرعية	التكرار	النسبة
نعم	99	%60	عادات لم تعد مناسبة	27	%27.27
			ترك الأفكار المسبقة	22	%22.22
			تبني عادات أكثر وعي	37	%37.37
			تساؤل عن سلوكيات موروثة	13	%13.13
لا	66	%40	المجموع	99	%100
المجموع	165	%100			

المصدر: من اعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

يظهر الجدول رقم 19 أن 60% والمتمثلين في 99 فرد أجابوا بنعم وهم الفئة الغالبة، توزعت إجاباتهم في الفئة الفرعية كالتالي: 37.37% والمتمثلين في 37 فرد أجابوا بتبني عادات أكثر وعي، وهي الفئة الغالبة، بينما

27.27% والمتمثلين في 27 فرد أجابوا بعادات لم تعد مناسبة، في حين 22.22% والمتمثلين في 22 فرد أجابوا بترك الأفكار المسبقة، و13.13% والمتمثلين في 13 فرد أجابوا بتساؤل عن سلوكيات موروثة، أما الفئة الرئيسية الثانية فقد أجاب 40% والمتمثلين في 66 شخصاً بلا، يتبين لنا أن نسبة معتبرة من المبحوثين قاموا بمراجعة أفكارهم وعاداتهم بعد متابعة المؤثرين سواء من الجوانب الاجتماعية أو الصحية أو الشخصية ومنه نستنتج أن متابعة المؤثرين الرقميين قد تدفع الشباب الى إعادة التفكير في بعض السلوكيات والمعتقدات.

المحور الرابع:

الجدول رقم (20) يمثل توزيع المبحوثين حسب التأثير الإيجابي المتحصل عليه من متابعة المؤثرين الرقميين

الفئة	التكرار	النسبة
تعلم أشياء جديدة	66	%40
اكتساب عادات جديدة	50	%30.3
الوعي بقضايا جديدة	49	%29.7
المجموع	165	%100

المصدر: من اعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

يظهر الجدول رقم 20 أن 40% والمتمثلين في 66 فرد أجابوا بتعلم أشياء جديدة وهم الفئة الغالبة، بينما 30.3% والمتمثلين في 50 فرد أجابوا باكتساب عادات جديدة، في حين 29.7% والمتمثلين في 49 فرد أجابوا بالوعي بقضايا جديدة. وتشير النتائج الى أن أبرز تأثير إيجابي يتمثل في اكتساب معارف جديدة وتحسين الوعي بالقضايا المختلفة ومنه نستنتج أن المؤثرين الرقميين يساهمون في تعزيز المعرفة والوعي لدى الشباب الجزائري.

الجدول رقم (21) يمثل توزيع المبحوثين حسب شعور بتضييع الوقت في متابعة المؤثرين الرقميين

الفئة	التكرار	النسبة
نعم	104	%63
لا	61	%37
المجموع	165	%100

المصدر: من اعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

يبين الجدول رقم 21 أن 63% والمتمثلين في 104 فرد أجابوا بنعم وهم الفئة الغالبة، بينما 37% والمتمثلين في 61 فرد أجابوا بلا. ويتضح أن اغلب المبحوثين يشعرون أحيانا بأنهم يضيعون الوقت عند متابعة المؤثرين ومنه نستنتج أن هناك إدراك لدى الشباب الجزائري بأن متابعة المؤثرين قد تؤدي الى استنزاف الوقت.

الجدول رقم (22) يمثل توزيع المبحوثين حسب شعور بضغط نفسي بسب ما ينشره المؤثرين الرقميين

الفئة	التكرار	النسبة	الفئة الفرعية	التكرار	النسبة

نعم	74	%44.8	عرض حياتهم مثالية	52	%70.2
			مقارنة نفسي بهم	22	%29.8
لا	91	%55.2	المجموع	74	%100
المجموع	165	%100			

المصدر: من اعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

يظهر الجدول رقم 22 أن 44.8% والمتمثلين في 74 فرد أجابوا بنعم، توزعت إجاباتهم في الفئة الفرعية كالتالي: 70.2% والمتمثلين في 52 فرد أجابوا بعرض حياتهم مثالية، وهي الفئة الغالبة، بينما 29.8% والمتمثلين في 22 فرد أجابوا بمقارنة نفسي بهم، أما الفئة الرئيسية الثانية فقد أجاب 55.2% والمتمثلين في 91 فرد بلا وهم الفئة الغالبة. وتظهر النتائج وجود ضغط نفسي لدى بعض المبحوثين بسبب مقارنة حياتهم بما يعرضه المؤثرين خاصة الصورة المثالية لحياتهم ومنه نستنتج أن المحتوى المثالي للمؤثرين قد يؤثر نفسيا على بعض الشباب.

الجدول رقم (23) يمثل توزيع المبحوثين حسب دفعهم لشراء أشياء لا يحتاجونها بسبب محتوى المؤثرين الرقميين

الفئة	التكرار	النسبة	الفئة الفرعية	التكرار	النسبة
نعم	44	%26.7	الإعلانات التي يقدمونها	%30	%68.2
			الرغبة في تقليدهم	%14	%31.8
			التأثر بآراء المتابعين	-	-
لا	121	%73.3	المجموع	%44	%100
المجموع	165	%100			

المصدر: من اعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

يبين الجدول رقم 23 أن 26.7% والمتمثلين في 44 فرد أجابوا بنعم، توزعت إجاباتهم في الفئة الفرعية كالتالي: 68.2% والمتمثلين في 30 فرد أجابوا بالإعلانات التي يقدمونها وهي الفئة الغالبة، بينما 31.8% والمتمثلين في 14 فرد أجابوا بالرغبة في تقليدهم، أما الفئة الرئيسية الثانية فقد أجاب 73.3% والمتمثلين في 121 فرد بلا وهم الفئة الغالبة. تبين لنا أن اغلب المبحوثين لا يتأثرون بشكل كبير بالمؤثرين في قرارات الشراء غير الضرورية رغم وجود نسبة متأثرة بالإعلانات ومنه نستنتج أن تأثير الاستهلاكي محدود نسبيا وهو ما اختلفت فيه الدراسة الحالية مع دراسة "محند اعمر ليليا" التي وجدت ان الشباب يعتمدون بدرجة متوسطة على معلومات المؤثرين في تشكيل سلوكهم الشرائي.

الجدول رقم (24) يمثل توزيع المبحوثين حسب متابعة المؤثرين الرقميين تسبب لي مشاكل داخل الأسرة والمجتمع

الفئة	التكرار	النسبة	الفئة الفرعية	التكرار	النسبة
نعم	43	%26.1	تصرفات على مواقع التواصل	20	%46.5
			إعادة نشري لمحتواهم	11	%25.6

			دعمهم في التعليقات	10	%23.2
			تصميم وترويج لهم	2	%4.7
لا	122	%73.9	المجموع	43	%100
المجموع	165	%100			

المصدر: من اعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

يظهر الجدول رقم 24 أن 26.1% والمتمثلين في 43 فرد أجابوا بنعم، وتوزعت إجاباتهم في الفئة الفرعية كالتالي: 46.5% والمتمثلين في 20 فرد أجابوا بتصرفات على مواقع التواصل، وهي الفئة الغالبة ، بينما 25.6% والمتمثلين في 11 فرد أجابوا بإعادة نشري لمحتواهم ،في حين 23.2% والمتمثلين في 10 أشخاص أجابوا بدعمهم في التعليقات ،و 4.7% والمتمثلين في شخصين أجابوا بالتصميم والترويج لهم، أما الفئة الرئيسية الثانية فقد أجاب 73.9% والمتمثلين في 122 فرد بلا وهم الفئة الغالبة وتبين لنا ان اغلب المبحوثين لا يعانون من مشاكل اسرية او اجتماعية بسبب متابعة المؤثرين الرقميين رغم وجود حالات محدودة ومنه نستنتج ان تأثيرهم على العلاقات الاجتماعية محدود أو ضعيف.

الجدول رقم (25) يمثل توزيع المبحوثين حسب تأثيرهم على أسلوب الحياة والمظهر بطريقة غير مقبولة في المجتمع

الفئة	التكرار	النسبة	الفئة الفرعية	التكرار	النسبة
نعم	48	%29.1	اللباس	20	%41.7
			عادات الاكل	13	%27
			أسلوب الكلام	15	%31.3
لا	117	%70.9	المجموع	48	%100
المجموع	165	%100			

المصدر: من اعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

يظهر الجدول رقم 25 أن 29.1% والمتمثلين في 48 فرد أجابوا بنعم، توزعت إجاباتهم في الفئة الفرعية كالتالي: 41.7% والمتمثلين في 20 فرد أجابوا باللباس وهي الفئة الغالبة، بينما 31.3% والمتمثلين في 15 فرد أجابوا بأسلوب الكلام، في حين 27% والمتمثلين في 13 فرد أجابوا بعادات الاكل، أما الفئة الرئيسية الثانية فقد أجاب 70.9% والمتمثلين في 117 فرد بلا وهم الفئة الغالبة. ويتضح لنا ان أغلب المبحوثين لا يغيرون أسلوب الحياة رغم وجود تأثير بسيط في بعض السلوكيات. ومنه نستنتج أن تأثير المؤثرين على السلوك الاجتماعي غير سلبي.

الجدول رقم (26) يمثل توزيع المبحوثين حسب تأثيرهم على ذوق العام في اخيار الملابس الديكور

الفئة	التكرار	النسبة	الفئة الفرعية	التكرار	النسبة
نعم	91	%55.2	اتباع صيحات الموضة	37	%40.6
			تجربة مطاعم جديدة	12	%13.2
			محاكات أسلوب حياتهم	15	%16.6

			اقتناء علامات تجارية يروجون لها	27	29.6%
لا	74	44.8%	المجموع	91	100%
المجموع	165	100%			

المصدر: من اعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

يظهر الجدول رقم 26 أن 55.2% والمتمثلين في 91 فرد أجابوا بنعم وهم الفئة الغالبة، توزعت إجاباتهم في الفئة الفرعية كالتالي: 40.6% والمتمثلين في 37 فرد أجابوا بإتباع صيحات الموضة، وهي الفئة الغالبة، بينما 29.6% والمتمثلين في 27 شخص أجابوا باقتناء علامات تجارية. تظهر النتائج أن أكثر من نصف المبحوثين تأثروا بذوقهم في اللباس نتيجة متابعة المؤثرين ومنه نستنتج أن المؤثرين الرقميين يؤثرون بشكل واضح في الذوق العام والاختيارات الجمالية لدى الشباب الجزائري.

ثانيا: مناقشة

1-الفرضية الأولى: تؤثر دوافع الشباب الجزائري لمتابعة المؤثرين الرقميين في أنماط تفكيرهم.

أظهرت نتائج الدراسة أن المبحوثين يتابعون المؤثرين لدوافع مختلفة، وتبين لنا النتائج أن المبحوثين يتابعون المؤثرين المحليين بسبب تقديمهم معلومات مفيدة بنسبة 61.29 %، بينما يتابع عدد من المبحوثين المؤثرين الأجانب بهدف ا الحصول على أفكار جديدة بنسبة 37.65 %،كما نجد عدد من المبحوثين لديهم يتابعون المؤثرين الرقميين لدافع التسلية والترفيه من خلال محتوى الفكاهي بنسبة 40.61 %، وتشير هذه النتائج أن الشباب الجزائريين " الطلبة الجامعيين"، يتابعون المحتوى لدوافع متعددة تختلف باختلاف حاجاتهم واهتماماتهم مثل: الحصول على المعلومات –اكتساب أفكار جديدة –التسلية والترفيه...الخ.

وتفسر التفاعلية الرمزية هذه النتائج على أن الشباب لا يستقبلون الرسالة الإعلامية بشكل مباشر، بل يعطونها معاني ودلالات وفق تجاربهم وتفاعلاتهم الاجتماعي. فالمؤثر الرقمي لا يؤثر فقط بسبب امتلاكه محتوى وحساب في مواقع التواصل الاجتماعي فحسب، بل لأنه يقدم رموز وأفكار يعيد الشباب الجزائري "الطلبة الجامعيين" تفسيرها وربطها بواقعهم. في حين يمكن تفسير في ضوء نظرية الاستخدامات والاشباعات حيث ترى النظرية أن الشباب "الطلبة الجامعيين" جمهور نشط يسعى الى اشباع حاجات متعددة مثل المعرفة والترفيه والاطلاع على المستجدات، وبالتالي فإن تعرضهم للمؤثرين لحاجة ذاتية.

وجدنا ان الدراسة الحالية اتفقت مع دراسة علواني وبن شعيلة التي أكدت أن المؤثرين الرقميين يؤثرون في تشكيل أراء الشباب نحو القضايا الاجتماعية بصورة مباشر وغير مباشر، فالشباب يتابعون المؤثرين بناء على جودة

المحتوى. وعليه يمكن القول إن الفرضية تحققت. حيث وجدنا دوافع متعددة لمتابعة المؤثرين كما بينت النتائج لنا أن هناك تأثير لهذه المتابعة بدرجات متفاوتة.

2-الفرضية الثانية: تؤثر موثوقية المؤثرين الرقميين في تبني الشباب الجزائري لأفكار ومعتقدات جديدة

أظهرت لنا النتائج أن 62.5%من المبحوثين لا يعتبرون معلومات المؤثرين موثوقة، كما أن53.3%، لا يثقون بشكل مطلق في المحتوى، بينما يتحقق 62.4%من صحة المعلومات أحيانا، في حين أشار المبحوثين بنسبة37.20%، إلى أنهم يثقون أكثر على المحتوى المبني على تجربة واقعية. وفي ضوء التفاعلية الرمزية نجد أن الثقة تبنى اجتماعيا من خلال الرموز والدلالات التي يقدمها المؤثر، فالتجربة الواقعية تجعل الشباب " الطلبة الجامعيين " أكثر قابلية لتبني الأفكار المرتبطة بها. وتفسر نظرية الاستخدامات والاشباعات ذلك بان الشباب "الطلبة الجامعيين" يسعون لإشباع حاجاتهم المعرفية والحصول على معلومات موثوقة وعندما يتحقق ذلك لا يقبلون المعلومات مباشرة بل يتحققون منها. وعليه يمكن القول إن الفرضية تحققت بشكل جزئي.

3-الفرضية الثالثة: يساهم محتوى المؤثرين الرقميين في التأثير على القيم وعادات الشباب

أوضحت النتائج أن حملات التوعية الرقمية أكسبت المبحوثين "الطلبة الجامعيين" أفكارا اجتماعية جديدة بنسبة 47.11%، وان 37.37 %تبنوا عادات أكثر وعيا بعد مراجعة أفكارهم السابقة، كما أن 40 %أكدوا أن أبرز تأثير إيجابي هو تعلم أشياء جديدة، بينما نجد 55.2 %اتباعهم صياحات الموضة.

وحسب التفاعلية الرمزية فالنظرية تجد أن القيم والعادات تكتسب من خلال التفاعل الاجتماعي، والمؤثرين الرقميين يمثلون مصدرا للرموز الاجتماعية الجديدة التي يعيد الشباب تفسيرها وتبني بعضها في حياتهم اليومية. ويمكن تفسير النتائج في ضوء نظرية الاستخدامات والاشباعات بأن الشباب الجزائري " الطلبة الجامعيين" يتابعون المحتوى لإشباع الحاجات المعرفية الترفيهية، ومع التعرض بشكل متكرر تصبح بعض السلوكيات جزءا من ممارستهم اليومية.

وتتفق هذه النتائج مع دراسة علواني وبن شعيلة التي أكدت أن المؤثرين يساهمون في رفع الوعي لدى الشباب وتغيير بعض آرائهم. وعليه يمكن القول إن الفرضية قد تحققت.

4-الفرضية الرابعة: تؤدي متابعة الرقميين إلى ظهور تأثيرات سلبية على أنماط التفكير لدى الشباب.

اظهرت النتائج أن 63 %من المبحوثين يرون أن متابعة المؤثرين تؤدي إلى تضييع الوقت، إلا أن 55.2% لا يشعرون بضغط نفسي، كما ان 73.3 % لا يندفعون لشراء أشياء غير ضرورة و73.9 %لا يواجهون مشكلات اجتماعية أو اسرية بسب متابعة المؤثرين الرقميين.

وحسب التفاعلية الرمزية يمكن تفسير النتائج بان الشباب لا يتأثرون بالمحتوى الرقمي بالطريقة نفسها، بل ان كل فرد يفسر ما يشاهده حسب أفكاره وتجربته الشخصية لذلك فإن شعور بعض المبحوثين بأن متابعة المؤثرين تؤدي إلى تضييع الوقت يعود إلى المعنى الذي يمنحونه لهذه المتابعة وكيف يرون أثرها على حياتهم اليومية. ويمكن تفسير النتائج وفق نظرية الاستخدامات والاشباعات بأن الشباب يتابعون المؤثرين من أجل تحقيق حاجات مختلفة مثل الترفيه، قضاء وقت الفراغ، أو الحصول على معلومات جديدة. لكن كثرة المتابعة قد تؤدي أحيانا إلى قضاء وقت طويل على مواقع التواصل الاجتماعي ليس بالضرورة ظهور مشكلات اجتماعية كبيرة.

وعليه يمكن القول ان الفرضية قد تحققت بشكل جزئي.

5-الاستنتاجات والحلول:

أ-الاستنتاجات:

-اتضح أن أغلبية المبحوثين يقضون من ثلاث ساعات فما أكثر يومياً بنسبة 43%.

-وجدنا أن انستغرام هو المنصة الأكثر متابعة لدى المبحوثين بنسبة 46.7%.

-تبين المحتوى الترفيهي هو النوع الأكثر متابعة من طرف المبحوثين بنسبة 33،3%.

-اتضح أن المبحوثين يتابعون المؤثرين المحليين لأنهم يقدمون معلومات مفيدة بنسبة 61،29%.

-تبين أن اغلب المبحوثين يتابعون المؤثرين الأجانب من أجل استقاء أفكار جديدة ،بنسبة 37.65%.

-وجدنا أن دافع التسلية والترفيه يتحقق للمبحوثين من خلال متابعة المحتوى الفكاهي بنسبة 40.61%.

-تبين المبحوثين ينجذبون للمؤثرين لسرعة نقلهم للأخبار اليومية بنسبة 37،5%.

-اتضح أن المبحوثين يثقون في آراء المؤثر الرقمي عندما تنبع من تجربة واقعية بنسبة 37،20%.

-اتضح أن أغلب المبحوثين يشعرون بتأثير المؤثرين على أفكارهم "أحياناً" بنسبة 55.8% .

-وجدنا الفئة الأكثر من المبحوثين هم الذين اختاروا افكار شخصية ،بنسبة 37.65%.

-تبين أن المبحوثين لا يعتبرون المعلومات التي يقدمها المؤثرون موثوقة ،بنسبة 62.4%.

-وجدنا أن المبحوثين لا يثقون بشكل مطلق في المحتوى المقدم من طرف المؤثرين بنسبة 53.3%.

-اتضح أن المبحوثين يتحققون من صحة معلومات المؤثرين في أحياناً بنسبة 62.4%.

-تبين أن المبحوثين استجابوا لنصائح المؤثرين في مجال تنظيم الوقت بنسبة 29.27%.

-وجدنا أن حملات التوعية الرقمية أكسبت المبحوثين أفكاراً اجتماعية جديدة ،بنسبة 47.11%.

-أتضح أن المبحوثين اتجهوا لتبني عادات أكثر وعياً بعد مراجعة أفكارهم السابقة ،بنسبة 37.37%.

-أتضح أن التأثير الإيجابي الأبرز للمتابعة هو تعلم أشياء ومعارف جديدة ،بنسبة 40%.

-تبين أن أغلبية المبحوثين يشعرون بأن متابعة المؤثرين تؤدي لتضييع الوقت ،بنسبة 63%.

-تبين أن المبحوثين لا يشعرون بضغط نفسي نتيجة ما ينشره المؤثرون ،بنسبة 55.2%.

-وجدنا ان المبحوثين لا يندفعون لشراء أشياء لا يحتاجونها بسبب المؤثرين ،بنسبة 73.3%.

-وجدنا أن متابعة المؤثرين لا تسبب مشاكل للمبحوثين داخل الأسرة والمجتمع ،بنسبة 73.9%.

-أتضح أن المبحوثين لا يرون تأثيراً للمؤثرين على مظهرهم بطريقة غير مقبولة ،بنسبة 70.9%.

-تبين أن المبحوثين يميلون لإتباع صيحات الموضة بتأثير من المؤثرين، بنسبة 55.2%.

ب-الحلول التوصيات:

- زيادة وعي الشباب بكيفية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل صحيح، وتعليمهم التفكير قبل تصديق أي معلومة ينشرها المؤثرين.

- إدخال دروس أو أنشطة في الجامعة حول الاعلام الرقمي، حتى يتعلم الطلبة كيف تعاملون مع المحتوى الذي يشاهدونه بشكل أفضل.

-يجب أن يكون للأسرة دور في متابعة استخدام الأبناء لوسائل التواصل الاجتماعي وتنظيم وقتهم حتى لا يضيع كثير من الوقت عليها.

-ينصح المؤثرين أنفسهم بتقديم محتوى مفيد وهادف، وليس فقط محتوى للترفيه، حتى يكون له تأثير إيجابي على الشباب.

-من الجانب القانوني، ضروري سن قوانين أو تنظيمات أوضح للمحتوى الرقمي، وسد الثغرات المتعلقة بالإعلانات ونشر المعلومات مع تحديد مسؤولية المؤثرين.

-تعزيز التوعية الأخلاقية والدينية لدى الشباب، وتوجيههم نحو اختيار محتوى يتماشى مع القيم الاجتماعية والدينية.

-القيام بدراسات أخرى في حول دور المؤثرين الرقميين بشكل أوسع مثل السلوك، الهوية الثقافية والصحة النفسية لدى الشباب.

خلاصة:

أظهرت نتائج الدراسة الميدانية، أن للمؤثرين الرقميين دورا في التأثير على أنماط تفكير الشباب الجزائري بدرجات مختلفة حيث تبين أن طريقة تقديم المحتوى والعوامل المرتبطة بالمصداقة والثقة لها دور مهم في تقبل الشباب للأفكار الجديدة. كما اتضح أن المحتوى الذي يقدمه المؤثرين يمكن أن يؤثر في بعض القيم والعادات اليومية لدى الشباب، سواء من خلال اكتساب أفكار جديدة أو تبني بعض السلوكيات والعادات. وفي المقابل، ظهرت بعض الآثار السلبية مثل تضييع الوقت، إلا أنها لم تظهر بشكل كبير في الجوانب المتعلقة بالضغط النفسي أو المشكلات الاجتماعية.

خاتمة

خاتمة:

متابعة المؤثرين الرقميين أصبحت جزاء من الممارسات اليومية لدى فئة الشباب، حيث لا تقتصر دوافع المتابعة على جانب الترفيه فقط، وانما تمتد لتشمل البحث عن المعلومات وكذلك اكتساب أفكار جديدة والاستفادة من الخبرات والتجارب التي يقدمونها المؤثرين الرقميين عبر مختلف وسائل التواصل الاجتماعي. كما بينت النتائج أن اغلب الفرضيات تحققت بصورة كلية أو بشكل جزئي حول دور المؤثرين الرقميين في تغيير أنماط التفكير لدى الشباب.

واظهرت الدراسة أن المؤثرين الرقميين لم يعودا يقتصرون على تقديم أو صناعة المحتوى الترفيهي أو معلومات ثقافية علمية...الخ، بل أصبح لهم درا في التأثير على بعض الجوانب الفكرية والسلوكية لدى الشباب، كذلك وجود بعض التأثيرات السلبية المرتبطة أساسا بالاستخدام المفرط لمواقع التواصل الاجتماعي.

وانطلاقا من النتائج المتوصل لها، توصي الدراسة بتعزيز الوعي الرقمي وتشجيع الاستخدام الإيجابي لمختلف مواقع التواصل الاجتماعي بما يخدم الفرد والمجتمع.

وفي ختام هذه الدراسة، نأمل أن تشكل اضافة علمية متواضعة تسهم في اثراء الرصيد المعرفي النظري والتطبيقي المرتبط بموضوع المؤثرين الرقميين ودورهم في تغيير أنماط التفكير لدى الشباب، وأن تكون منطلقا لدراسات مستقبلية تتناول هذه الظاهرة من ابعاد واتجاهات بحثية مختلفة.

المصادر والمراجع

أولاً: الكتب

أبو جادو، صالح، ونوفل، محمد. (2017). تعليم التفكير: النظرية والتطبيق. دار المسيرة للنشر والتوزيع.

بصلي فضة عباسي، وحمدي محمد الفاتح. (2017). مدخل لعلوم الاتصال والاعلام (الوسائل، النماذج والنظريات). دار اسامة للنشر والتوزيع.

بلقاسم، وردة. (2020). سوسيولوجيا الشباب الجزائري والتمثلات الاجتماعية عبر شبكات التواصل. منشورات جامعة قسنطينة 3.

بن عيسى، مبروك. (2019). مناهج البحث العلمي في العلوم الإنسانية. دار الخلدونية.

بوحفص، عبد الكريم. (2011). الإحصاء المطبق في العلوم الاجتماعية والإنسانية. ديوان المطبوعات الجامعية.

بوخلخال، عبد العزيز. (2019). القيم الاجتماعية لدى الشباب الجامعي في ظل العولمة الرقمية. دار العلوم للنشر والتوزيع.

بومعالي، السعيد، والزهواني، فوزية. (2022). الشباب والبيئة الرقمية في الجزائر: تحولات السلوك والقيم. دار المثقف للنشر والتوزيع.

تمار، يوسف. (2017). مناهج وتقنيات البحث في الدراسات الاعلامية-الاتصالية. ديوان المطبوعات الجامعية.

جابي، ناصر. (2021). الشباب والسياسة في الجزائر. المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات.

حامد، خالد. (2012). منهجية البحث في العلوم الاجتماعية والانسانية. جسور للنشر والتوزيع.

حجاب، محمد منير. (2020). المؤثرون عبر شبكات التواصل الاجتماعي. دار الفجر للنشر والتوزيع.

حمدي، محمد عبد الفاتح. (2017). منهجية البحث في علوم الاعلام والاتصال (دروس نظرية وتطبيقات). دار أسامة للنشر والتوزيع.

حميّد، بشير. (2019). الإعلام الجديد: منصات التواصل الاجتماعي وأثرها على الرأي العام. دار الكتاب الجامعي.

دليو، فيصل. (2014). مدخل الى منهجية البحث في العلوم الإنسانية. دار هومة للنشر والطباعة.

الزغبي، أماني. (2022). الإعلام الرقمي وقادة الرأي الجدد: دراسة في سوسيولوجيا التأثير. دار الكتاب الجامعي.

السامرائي، ليث. (2023). سيكولوجية المحتوى الرقمي ودوافع المتابعة. دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.

سعادة، جودت. (2022). تعليم مهارات التفكير: مع مئات الأمثلة التطبيقية. دار المسيرة للنشر والتوزيع.

شومان، محمد. (2020). تأثير الإعلام الجديد على الوعي الشبابي. دار النهضة العربية.

العتوم، عدنان. (2021). علم النفس المعرفي: النظرية والتطبيق. دار المسيرة للنشر والتوزيع.

عجوة، محمد. (2021). صناعة المحتوى والتسويق عبر المؤثرين. المكتبة الأكاديمية.

لوصيف، سعيد. (2019). سوسيولوجيا الجمهور الرقمي في الجزائر. دار الحكمة.

منصوري، نديم. (2014). سوسيولوجيا الإنترنت. دار الفارابي.

موريس، أنجرس. (2004). منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية تدريبات عملية. دار القصبة للنشر.

نوفل، محمد. (2020). تطبيقات عملية في تنمية التفكير. دار المسيرة للنشر والتوزيع.

ثانياً: الأطروحات والرسائل العلمية

بن زروق، طارق. (2020). محددات النجومية الافتراضية عبر شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر: دراسة سوسيولوجية في آليات صناعة المؤثرين ورأس المال الرمزي. أطروحة دكتوراه غير منشورة في علم اجتماع الاتصال، جامعة قسنطينة 2 .

بوزيد، ليلى. (2021). تأثير الرموز الرقمية على قيم الشباب الجامعي الجزائري. رسالة دكتوراه، جامعة الجزائر 3.

بوقفة، حنان (2022). صناعة المحتوى الرقمي عبر منصات التواصل الاجتماعي وأثرها في تشكيل قيم الشباب الجزائري. أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3.

حداده، أسراء مهدي فريد. (2023). دور المؤثرين على منصات التواصل الاجتماعي في تعزيز النية الشرائية لدى المستهلك الفلسطيني" مدينة روابي على صفحات فيسبوك كحالة دراسة". رسالة ماجستير في العلاقات العامة المعاصرة. كلية الدراسات العليا. جامعة النجاح الوطنية، نابلس–فلسطين.

الراسي، نجوى. (2022–2021). دراسة أثر ابعاد جاذبية المؤثرين على العلاقة شبه الاجتماعية بين المؤثرين في تطبيق انستغرام ومتابعيهم وعلاقتها بنية شراء التجربة الحياتية الخاصة بالمؤثر ونية شراء المنتجات التي يعلنون عنها. اختصاص التسويق والتجارة الدولية. المعهد العالي لإدارة الاعمال. الجمهورية العربية السورية.

علواني، ملك نور اليقين، وبن شعيلة، أحلام. (2025-2024). دور المؤثرين الرقميين في تشكيل أراء الشباب نحو القضايا الاجتماعية –دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي-تبسة.

محند أعمر، ليليا. (2021-2020). دور المؤثرين في توجيه السلوك الشرائي لدى الشباب الجزائري –دراسة استطلاعية على عينة من مستخدمي موقع انستغرام-. مذكرة تخرج ضمن متطلبات شهادة الماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة. كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية. جامعة البويرة.

ثالثاً: المجلات والدوريات العلمية

بن زروق، عبد الصمد. (2020). استخدامات الشباب الجزائري لشبكات التواصل الاجتماعي وإشباعاتها. مجلة الدراسات الإعلامية، الجزائر. الصفحات 118-184.

بوخاري محمد ، و ابراهيم قاسمي. (ديسمبر, 2019). الاعلام التقليدي والاعلام الجديد من خلال نظرية الاستخدامات والاشباعات. مجلة روافد للبحوث والدراسات. العدد السابع، الصفحات 25-45.

بوقرة، سميرة. (2021). سوسيولوجيا السلوك الاجتماعي: دراسة في تشكل العادات والقيم لدى الشباب. مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الوادي، مجلد 9، ع 4، الصفحات. 85-102.

بوكروح، نصر الدين. (2021). أنماط التفاعل الرقمي لدى الشباب الجامعي الجزائري: دراسة ميدانية. مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، برلين، (العدد 14). الصفحات 44-52

حمادي، عبد القادر. (2023). الهوية الرقمية للشباب الجزائري بين العولمة والخصوصية الثقافية. مجلة الحكمة للدراسات الاجتماعية، المجلد 11 (العدد 1). الصفحات 59-65.

رايس علي، ابتسام. (جوان, 2016). نظرية"الاستخدامات والاشباعات" وتطبيقاتها على الاعلام الجديد (مدخل نظري). مجلة دراسات، الصفحات 216-189.

زرواتي، أديب؛ وبن زاهي، منصور (2021). "التشكل المعرفي والثقافي للشباب في البيئة الرقمية: دراسة سوسيولوجية في التغير الإدراكي". مجلة آفاق علمية، جامعة الجلفة، مجلد 13، ع 2، الصفحات. 142-159

Mawla, N. M., & Almohamedao, A. A .(9 ,2024) .Symbolic Interactionism Theory. Al-Adab Journal, pp. 443-454.

الملاحق

الملحق رقم 01: الاستمارة



الجمهورية الجزائرية الشعبية الديمقراطية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي جامعة الوادي

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

شعبة العلوم الاجتماعية



استمارة حول:

دور المؤثرين الرقميين في تغيير أنماط التفكير لدى الشباب

دراسة ميدانية لعينة من الطلبة الجامعيين بكلية العلوم الاجتماعية والإنسانية بجامعة الوادي

التخصص: علم الاجتماع الاتصال سنة ثانية ماستر

في إطار انجاز دراسة حول دور المؤثرين الرقميين في تشكيل أنماط التفكير لدى الشباب

نضع بين ايديكم هذا الاستبيان ونرجو منكم الإجابة بكل موضوعية، علما ان جميع الإجابات سرية وتستخدم فقط لأغراض البحث العلمي نشكركم على تعاونكم معنا.

إعداد الطلبة

- **عبد الفتاح بده زكري**
- **عبد الحكيم ناني**

إشراف الأستاذة:

– عائشة لشهب

السنة الجامعية : 2026/2025

المحور الأول: البيانات الديمغرافية

1-الجنس: ذكر ❑ أنثى ❑

2-الفئة العمرية: 18-21 ❑ 22-25 ❑ أكثر من 26 ❑

3-المستوى التعليمي: ليسانس ❑ ماستر ❑ دكتورا ه❑

المحور الثاني: متابعة المؤثرين الرقميين وآلياتهم الاتصالية

4-كم تقضي من الوقت يوميا في وسائل التواصل الاجتماعي؟

أقل من ساعة ❑ ساعة ❑من ساعة الى ثلاثة ساعات❑ من ثلاثة ساعات فما أكثر❑

5-ما هي التطبيقات الأكثر استخداما لديك؟

فيسبوك ❑ انستغرام ❑ يوتيوب ❑ سناب شات ❑ تيك توك ❑

أخرى أذكرها.....

6-ما نوع المحتوى الذي تتابعه أكثر؟

قضايا اجتماعية ❑ الصحة والرياضة ❑ التنمية البشرية ❑ الترفيه ❑ تعليمي وثقافي ❑

الاخبار والقضايا السياسة ❑ السفر والسياحة ❑ أخرى اذكرها. .....

7-هل تتابع المؤثرين الرقميين المحليين الجزائريين نعم ❑ لا ❑

في حالة الإجابة بنعم:

يتحدثون نفس لغتي ❑يناقشون قضايا قريب من حياتي ❑ يقدمون معلومات مفيدة ❑ أخرى اذكرها.....

8-هل تتابع المؤثرين الرقميين الاجانب؟ نعم ❑ لا ❑

في حالة نعم اختر الإجابة المناسبة :

أفكار جديدة ومختلفة ❑ محتوى حماسي ومشوق ❑ طريقة صناعة المحتوى قوية ❑

تعلم اللغات ❑ التعرف على ثقافات مختلفة ❑ أخرى اذكرها .....

9-هل تتابع محتوى المؤثرين الرقميين بدافع التسلية اليومية والترفيه؟ نعم ❑ لا ❑

-في حالة نعم اختر الاجابة:

محتوى فكاهي للتخفيف من ضغوط العمل أو الدراسة❑ متابعة يومياتهم وتجاربهم الشخصية العفوية❑

-استغلال وقت الفراغ في مشاهدة محتوى خفيف وبسيط❑ -الهروب من الروتين اليومي عبر قصصهم وتفاعلاتهم❑

10-هل تستخدم المؤثرين الرقميين كمصدر موثوق لفهم القضايا والأحداث الحالية؟ نعم ❑ لا ❑

-في حالة نعم اختر اجابة:

-سرعة نقل الخبر مقارنة بالوسائل التقليدية❑ -تقديم المعلومة بأسلوب بسيط ومختصر يسهل استيعابه❑

-الاستقلالية والتنوع الفكري ❑-قدرتهم على تحليل الأحداث بأسلوب قريب من جيل الشباب❑

11هل تثق بآراء المؤثر الرقمي إذا كان يمتلك خبرة أو معرفة تخصصية في موضوعه؟ نعم ❑ لا ❑

-في حالة نعم اختر اجابة:

-التخصص الأكاديمي أو المهني يعطي مصداقية أكبر❑ -المعلومات المستندة إلى تجربة واقعية تكون أكثر دقة❑

-أفضل استقاء المعلومات من أهل الاختصاص وليس الهواة❑ -لأنهم يقدمون المعلومة العلمي ة بأسلوب مبسط❑

المحور الثالث: موثوقية المؤثرين ومدى تأثيرهم على أفكار الشباب

12-هل تشعر ان محتوى المؤثرين الرقميين يؤثر على أفكارك؟ نعم ❑ لا ❑ أحيانا ❑

13-هل محتوى المؤثرين الرقميين جعلك تعيد التفكير في بعض معتقداتك وافكارك؟ نعم ❑ لا ❑ أحيانا ❑

معتقدات دينية ❑ قيم اجتماعية واخلاقية ❑ أفكار شخصية ذاتية ❑ معتقدات صحية ❑

أخرى أذكرها.....

14-هل تعتقد ان المؤثرين الرقميين يقدمون معلومات موثوقة؟ نعم ❑ لا ❑ أحيانا ❑

15-هل تثق في محتوى المقدم من المؤثرين الرقميين؟ نعم ❑ لا ❑

في حالة الإجابة بنعم:

-عندما يكون لديه خبرة في الموضوع ❑ - عندما يقدم معلومات مفيدة ❑

-عندما يتحدث بصدق ووضوح ❑ - عندما يتابعه عدد كبير من الجمهور ❑

16-هل تتحقق من صحة المعلومات التي يقدمها المؤثرين الرقميين؟ دائما ❑ أحيانا ❑ لا ❑

17-هل شجعتك نصائح المؤثرين على تغيير بعض العادات في حياتك؟ نعم ❑ لا❑

في حالة الإجابة بنعم ما نوع العادات التي حاولت تغييرها؟

ممارسة الرياضة ❑ القراءة والتعلم ❑ تنظيم الوقت ❑ تحسين العلاقات الاجتماعية ❑ العمل التطوعي ❑

أخرى أذكرها.....

18. هل اكتسبت أفكارا جديدة من خلال حملات التوعية التي يقدمها هؤلاء المؤثرون؟ نعم ❑ لا ❑

في حالة نعم:

أفكار تتعلق بالقضايا الاجتماعية (التكافل، الأسرة) ❑ أفكار وتدابير تخص حماية البيئة ❑

معلومات وتوعية بخصوص الصحة العامة والوقاية❑ التوعية برعاية الحيوانات الضالة كالقطط والكلاب❑

أخرى اذكرها ....

19 هل دفعك محتواهم لمراجعة بعض الأفكار أو العادات الاجتماعية التي كنت تؤمن بها؟ نعم ❑ لا ❑

في حالة نعم اختر الإجابة المناسبة:

اكتشفت أن بعض العادات لم تعد مناسبة حاليا ❑ تخليت عن بعض الأفكار المسبقة ❑

شجعني المحتوى على تبني عادات أكثر وعيا ❑ بدأ ت أتساءل عن منطقية بعض السلوكيات الموروث ة❑

أخرى اذكرها. ....

المحور الرابع: تأثير المؤثرين الرقميين على القيم والعادات وأنماط التفكير

20-ما هو التأثير الإيجابي المتحصل عليه من متابعتك للمؤثرين الرقميين؟

تعلم أشياء جديدة ❑ تطوير نفسي اكتساب عادات جديدة ❑ زيادة الوعي ببعض القضايا ❑

أخرى أذكرها.....

21-هل شعرت ان متابعة المؤثرين قد تضيع الكثير من وقتك؟ نعم ❑ لا ❑

وضح لماذا.....

22-هل تشعر أحيانا بضغط نفسي بسبب ما ينشره بعض المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي؟

نعم ❑ لا ❑ في حالة نعم اختر الإجابة المناسبة

بسبب عرض حياة مثالية ❑ لأني اقارن نفسي بهم ❑ أخرى اذكرها.....

23-هل دفعك محتوى المؤثرين أحيانا الى شراء أشياء لا تحتاجها؟ نعم ❑ لا ❑

في حالة نعم اختر الإجابة المناسبة:

الإعلانات التي يقدمها المؤثرين ❑ الرغبة في تقليدهم التأثر بآراء المتابعين❑

24-هل شعرت ان متابعتك لبعض المؤثرين الرقميين تسبب مشاكل مع أسرتك ومجتمعك؟ نعم ❑ لا ❑

في حالة الإجابة بنعم :

بعض التصرفات على وسائل التواصل تسبب مشاكل لأسرتي ❑ إعادة نشري لمحتوى المؤثرين ❑

دعمهم في التعليقات ❑ العمل على تصميم فيديوهات تروج لمؤثري الرقمي المفضل ❑

أخرى أذكرها.....

25-هل أثر محتوى بعض المؤثرين الرقميين على أسلوب حياتك ومظهرك بطريقة غير مقبولة في مجتمعك ؟

نعم ❑ لا ❑ في حالة الإجابة بنعم اختر الإجابة المناسبة:

التأثر بأسلوب اللباس ❑ التأثر بعادات الاكل ❑ أسلوب الكلام ❑

أخرى

اذكرها.....

26هل أثر محتواهم على ذوقك في اختيار الملابس، الأكل، الديكور... إلخ؟ نعم ❑ لا ❑

في حالة نعم اختر الإجابة المناسبة:

اتباع صيحات الموضة التي يروجون لها أو يرتدونها ❑ تجربة مطاعم جديدة بنا ء على توصياتهم❑

محاكاة أسلوب حياتهم ❑ الرغبة في اقتناء علامات تجارية معينة أظهروا تميزها❑

أخرى اذكرها .....

27-ماهي النصيحة التي تقدمها للشباب حتى لا يتأثر تفكيرهم بشكل سلبي عند متابعة المؤثرين الرقميين؟

.....

.....

.....

.....