



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد بن أحمد 2 بوهران

كلية العلوم الاجتماعية

قسم علم الاجتماع

تخصص علم اجتماع اتصال

تصورات المجتمع الجزائري لمؤثري السوشيال ميديا
دراسة ميدانية لتصورات طلبة كلية العلوم الاجتماعية بجامعة
محمد بن أحمد 2 لمؤثري السوشيال ميديا

مذكرة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع تخصص علم اجتماع اتصال

إشراف الاستاذ :

إعداد الطالبة:

الدكتور مالك توفيق شليح

بهلول مامة

الاسم واللقب	الرتبة	الصفة
د. مالك توفيق شليح	أستاذ التعليم العالي	مشرفاً
د. سويح مهدي	أستاذ محاضر (أ)	رئيساً
د. العراجي عبد الكريم	أستاذ محاضر (ب)	مناقشا

السنة الجامعية 2023 - 2024

قال الله تعالى

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

﴿ وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ ۗ وَسَتُرَدُّونَ اِلٰى عَالَمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ
بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ﴾

سورة التوبة الآية 105

شكر وتقدير

إن الحمد لله نحمده ونستعينه ونستهديه والصلاة والسلام على أشرف الخلق والمرسلين سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم.

نشكر الله على كل لحظه نجحنا فيها نشكر الله على كل حرف تعلمناه وعلى كل درجة علم بلغناها ونسأله أن يزدنا أما بعد:

أتقدم بالشكر الخاص والخالص الى استاذي الفاضل الدكتور توفيق شليح جزاه الله كل خير بكل ما قدمه من نصائح وتوجيهات قيمة وسعة صدره طيلة اعدادي لهذه المذكرة جزاك الله كل خير.

إلى الأساتذة أعضاء اللجنة المناقشة على قبولهم مناقشة ثمرة جهودنا وتقييم منهجي علمنا.

إلى كل أساتذة قسم علم الاجتماع الذين اشرفوا علينا خلال مسارنا الدراسي بالجامعة وشكر خاص لأستاذي الذي اعتبره أبي وهو عميد كلية العلوم الاجتماعية بجامعة وهران الدكتور بوزيدي الهواري.

والى كل زملائي الطلبة

شكرا لكم

إهداء

إلى والدي أبي وأمي نبض قلبي وفؤادي
الدرع الواقي وسندي وقوتي أبي بن عودة
إلى منبع الحب والحنان وأجمل أم في الكون فتيحة
أُكيد إلى أجمل هدية من الله وتوأم روعي أختي عائشة

إلى ذراعي الأيمن أخي إبراهيم

إلى ذراعي الأيسر أخي عبد القادر

وزوجاتهم ومريم الحبوبة

إلى جدتي الغالية والرائعة بختة

إلى خالتي أُمِّي الثانية فضيلة و خالي دياب وكل عائلة مختاري

إلى أعمامي وعماتي وكل عائلة بهلول

إلى من تفتخر بي وقطعة من قلبي ابنتي أنفال

إلى الدكاترة الأصدقاء

الدكتور سفيان جبران والدكتور عياد محمد والباحث معمر خالد بن الوليد

إلى صديقاتي أولهنَّ خديجة بوخرص وعائلتها وإسراء وإكرام ومليكة وكل من يحبني

ملخص الدراسة

تناولت هذه المذكرة دراسة ميدانية لتصورات طلبة كلية العلوم الاجتماعية بجامعة محمد بن أحمد 2 بوهران لمؤثري السوشيال ميديا حيث أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي جزء لا يتجزأ من حياة الطلبة الجامعيين اليومية ومع ظهور صناعات المحتوى الذين يملكون تأثيراً كبيراً على متابعيهم برزت الحاجة لفهم كيف يتصور الطلبة الجامعيين هؤلاء المؤثرين وتأثيرهم حيث تشير الدراسة إلى أن التأثير كان يتنوع بين الإيجابية والسلبية حيث أن صناعات المحتوى يتمتعون بقدرة كبيرة على التأثير في متابعيهم ما وجب علينا نحن كباحثين في علم الاجتماع دراسة هذا الموضوع ونشر الوعي بين الشباب الجامعي خاصة لتجنب الآثار السلبية المحتملة وتقديم توصيات لتعزيز الاستخدام الإيجابي لمنصات التواصل وكذا تأثير صناعات المحتوى من خلال توصيل صوت الطلاب المطالبين بتفعيل العقوبات الصارمة لكل محتوى يتنافى والضبط الاجتماعي من خلال تقنين نشاط صناعات المحتوى في العالم الافتراضي.

Résumé de l'étude

Ce mémorandum portait sur une étude de terrain des perceptions des étudiants de la Faculté des Sciences Sociales de l'Université Mohammed bin Ahmed 2 d'Oran. À mes influenceurs Médias sociaux : les sites de réseaux sociaux font désormais partie intégrante de la vie quotidienne des étudiants universitaires et, avec l'émergence de créateurs de contenu qui ont une grande influence sur leurs adeptes. Il était nécessaire de comprendre comment les étudiants universitaires perçoivent ces influenceurs et leur influence, car l'étude indique que l'influence variait entre positive et négative, car les créateurs de contenu ont une grande capacité d'influence. Leurs adeptes Il nous incombe, en tant que chercheurs en sociologie, d'étudier cette question et de sensibiliser la jeunesse universitaire, notamment pour éviter d'éventuels effets négatifs, et de formuler des recommandations pour renforcer l'utilisation positive des plateformes de communication, ainsi que l'influence des créateurs de contenu, en faisant entendre la voix des étudiants exigeant la mise en œuvre de sanctions strictes pour tout contenu qui contredit le contrôle social en légalisant l'activité des créateurs de contenu dans le monde virtuel.

الفهرس

1	المقدمة:
3	الفصل الأول الإطار المنهجي
16	الفصل الثاني المجتمع الجزائري ومواقع التواصل الاجتماعي
17	تمهيد
18	مفهوم المجتمع في علم الاجتماع:
18	صفات المجتمع:
19	تطور المجتمع:
19	مواقع التواصل الاجتماعي المفهوم والنشأة:
22	تعريف مواقع التواصل الاجتماعي:
22	خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:
23	اهم مواقع التواصل الاجتماعي:
25	انواع شبكات التواصل الاجتماعي:
26	المجتمع الجزائري والعالم الافتراضي:
32	خلاصة
33	الفصل الثالث المؤثرون والسوشيال ميديا
34	تمهيد
35	تعريف المؤثرين عبر السوشيال ميديا:
36	خصائص المؤثرين عبر السوشيال ميديا:
37	تصنيف المؤثرين عبر السوشيال ميديا:

39	أشهر مؤثرين السوشيال ميديا في الجزائر:
40	مؤثري السوشيال ميديا والقانون في الجزائر:
43	خلاصة:
44	الإطار التطبيقي
	دراسة ميدانية لتصورات طلاب كلية العلوم الاجتماعية بجامعة محمد بن أحمد
45	2 بوهران لمؤثري السوشيال ميديا
46	تمهيد:
46	دراسة عينات المجتمع:
46	نبذه عن جامعة وهران محمد بن احمد 2:
47	اولا: اداة البحث
48	ثانيا: نوع الدراسة وتقنيات البحث
48	ثالثا: مجتمع البحث:
49	النتائج النهائية للدراسة الميدانية:
67	خاتمة:
69	قائمة المراجع:
71	قائمة الملاحق

المقدمة:

تعيش المجتمعات اليوم في عصر اتسم بتطورات هائلة في وسائل الاتصال والتكنولوجيا حيث اصبحت مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دورا هاما واساسيا في تشكيل وتوجيه الافراد وتصوراتهم حول العديد من القضايا والمواضيع وفي هذا السياق تثير دراسة تصورات المجتمع الجزائري لمؤثري السوشيال ميديا اهتماما كبيرا نظرا للدور الذي يقدمونه صناع المحتوى في تشكيل الراي العام وهذا ما يؤثر على سلوكيات الافراد داخل المجتمع بشكل عام.

تهدف دراستنا الى تسليط الضوء حول تأثير صناع المحتوى في مواقع التواصل الاجتماعي على تصورات المجتمع الجزائري وتحليل العوامل التي تؤثر في تشكيل هذه التصورات سواء كانت اقتصادية اجتماعية او سياسية حيث ستركز دراستنا على فهم كيفية تأثير محتوى صناع الميديا في بناء صورته واضحة عن المفاهيم المختلفة والقضايا المتنوعة في الوعي الجماعي وسيتم التركيز أيضا على مدى استجابة المجتمع الجزائري لهذا المحتوى والتفاعل من خلال الدراسة الميدانية لطلبة كلية العلوم الاجتماعية بجامعة محمد احمد 2 بوهان

من خلال هذه الدراسة نأمل أن نلقي الضوء على التحديات والفرص التي تتيحها مواقع التواصل الاجتماعي و منصات الميديا في سياق المجتمع الجزائري وكذلك إبراز واعطاء كل من السلبيات والايجابيات وكيفية التعامل مع هذه التحديات بطريقة تعزز فهمنا للعالم الرقمي المتغير وتعزز تفاعلنا الايجابي معه.

لقد شملت دراستنا التي جاءت بعنوان تصورات المجتمع الجزائري لمؤثري السوشيال ميديا دراسة ميدانية للتصورات طلبت عليه العلوم الاجتماعية في جامعه محمد بن احمد 2 بوهان لمؤثري السوشيال خطه منهجية تمثلت في مقدمه اطار منهجي ومفاهيمي واطار نظري مشكل من فصلين اطار تطبيقي وخاتم.

حيث تناولنا في الاطار المنهجي والمفاهيم للدراسة تحديد الإشكالية أسباب اختيار الموضوع أهداف وأهمية الدراسة نوع منهج الدراسة الفرضيات وتحديد المفاهيم مرورا بالدراسات السابقة وصولا إلى نظرية الدراسة.

حيث أن الشق النظري للدراسة قسم الى فصلين أساسيين.

الفصل الاول حول المجتمع الجزائري ومواقع التواصل الاجتماعي حيث تناولنا فيه مفهوم المجتمع صفات المجتمع تطور المجتمع المفهوم والنشأة لمواقع التواصل الاجتماعي وكذا خصائص هذه المواقع وأهمها وانواع الشبكات وكذا المجتمع الجزائري والعالم الافتراضي.

أما الفصل الثاني والذي يمكن اعتباره القيمة المضافة لدراستنا فقد جاء بعنوان المؤثرون والسوشيال ميديا حيث تناولنا في هذا الفصل تعريف المؤثرون عبر السوشيال ميديا وخصائصهم وتصنيف هؤلاء المؤثرون وكذا مجالات المؤثرون وأشهر مؤثري السوشيال ميديا في الجزائر واخيرا المؤثرون والقانون في الجزائر.

بعدها جاء الإطار الميداني الذي يتضمن الدراسة الميدانية الذي احتوى هو الاخر على دراسة عينات المجتمع ونبدأ عن جامعة وهران محمد بن أحمد 2 وأداة البحث ونوع الدراسة وتقنيات البحث مجتمع البحث خصائص العينة الجداول والتحليلات وكذا النتائج النهائية للدراسة الميدانية وايجابيات وسلبيات المؤثرين والسوشيال ميديا في الطالب الجامعي.

الفصل الأول الإطار المنهجي

الإشكالية

عرف القرن 21 تحولات كثيرة فيما يتعلق بوسائل الاتصال الامر الذي تولد عنه ثوره جديده معنونه بالقمنة او ما يعرف بالأعلام الجديد الذي اعطى اي ما فرص للتواصل عبر الفضاء الالكتروني او ما يسمى بمواقع التواصل الاجتماعي الذي سهل عمليه تواصل وتبادل مختلف المعلومات بين الافراد والشعوب وحتى المؤسسات متحديا بذلك كل الحدود الجغرافية حيث تعتبر هذه المواقع كهزمه وصل ومجال للتفاعل والدرشة في عصرنا الحالي المتسارع حيث أصبحت هذه الاخيرة لا غنى عنها في تشكيل وتوجيه الآراء والمعتقدات في مجتمعاتنا اذ تشكل منبرا رقميا يتيح للأفراد التعبير عن أنفسهم

ومشاركه افكارهم بشكل لم يسبق له مثيل وفي هذا السياق يتجلى تأثير صناع المحتوى ومؤثري السوشيال ميديا بشكل خاص حيث يصبحون وسطا فاعلا في تشكيل الراي العام وتوجيه المحادثات الاجتماعية.

إن المجتمع الجزائري كأى مجتمع اخر يعكس تأثيرا كبيرا لهذه الظاهرة الرقمية اذ يندرج تحت طيات

هذا البحث محاولة فهم نظره المجتمع الجزائري لمؤثري وسائل التواصل الاجتماعي وكيف يتفاعل معهم الطلاب في كليه العلوم الاجتماعية بجامعة احمد بن احمد2 بوهران اذ سيشمل هذا البحث تحليلا دقيقا للتأثير الذي يمارسه صناع المحتوى على التصورات والآراء في المجتمع وكيفية تأثير ذلك على السلوكيات والتوجهات الاجتماعية.

ستكون هذه الدراسة ميدانية حيث سنقوم بجمع البيانات والمعلومات من خلال استمارات موجهه لطلبة كليه العلوم الاجتماعية مما يمنحنا نظره عميقه ومفصله حول كيفية استشعار هؤلاء الطلاب لتأثير مؤثري السوشيال ميديا وكيف ينعكس ذلك في تفاعلاتهم اليومية ومن هنا يمكننا طرح الاشكال الاتي:

ما طبيعة تأثير صناع المحتوى في المجتمع الجزائري؟ وكيف يروج مؤثري السوشيال ميديا للمحتوى والقيم التي يقدمونها؟ وماذي استجابة طلبه كليه العلوم الاجتماعية لهذا التأثير؟
أهمية الدراسة

إن التطورات المتسارعة في التكنولوجيا المتقدمة أدت إلى تغيرات جوهرية في مختلف المجالات وشكلت عصرا جديدا من عصور الاتصال والتفاعل بين الأفراد وصناع المحتوى الذي توفر لهم فضاء افتراضيا مرنا للتعرف والتقارب وتبادل الأفكار والرغبات والتأثير من هنا جاءت دراستنا التي تستهدف محاولة فهم ومعرفة تصورات المجتمع الجزائري وبوجه الخصوص الطلبة الجامعيين لمثيري السوشيال ميديا وبالتالي معرفة انعكاسات مؤثرين مواقع الافتراضية على المجتمع الجزائري.

صعوبات الدراسة

لقد واجهنا القليل من الصعوبات خلال اعدادنا لهذه المذكرة من اهمها ندره الدراسات السابقة التي تتناول موضوع مذكرتنا الامر الذي جعلنا نفتقد بعض المعلومات حول الموضوع

نقص المراجع والمصادر المتعلقة بالفصل النظري مما اضطرنا الى الاستعانة بمواقع ومجلات الكترونية

نوع الدراسة

تندرج دراستنا ضمن الدراسات الجديدة وهي تلك الدراسات الاستكشافية التي تقوم على البحث عن معلومات جديدة بهدف فهم الظاهرة أو المشكلة وفهمها واقتراح توصيات ونصائح تعود بالإيجاب في المجتمع

المنهج المستخدم

تعريف المنهج: هو وسيلة محده توصل الى غايه معينه ويعرف بصفه عامه على انه الترتيب الصائب للعمليات العقلية التي نقوم بها بصدور الكشف عن الحقيقة والبرهنة عليها.¹

¹عبود عبد الله العسكري منهجيه البحث العلمي في العلوم الإنسانية طبعه ثانيه دار النشر دمشق 2004 صفحه واحد

فقط استخدمنا في دراستنا لموضوع تصورات المجتمع الجزائري لمؤثري السوشيال ميديا المنهج المسحي بشقيه الوصفي والتحليلي باعتبار الدراسة تركز على جمع البيانات والمعلومات وتفسيرها للخروج بالاستنتاجات

فمنهج المسحي هو عبارة عن تجميع منظم لبيانات متعلقة بمؤسسات اداريه او عمليه او ثقافيه خلال فتره زمنية معينه فهو محاوله بحثيه منظمه لتقرير وتحليل ووصف الوضع الراهن لموضوع او ظاهره بهدف الوصول الى معلومات واضحة.¹

أدوات جمع البيانات:

لقد اعتمدنا على الاستبيان الالكتروني كاداه رئيسيه في دراستنا نظرا لطبيعة الموضوع والمنهج المتبع ونظرا لما يوفر من سهوله في جمع المعلومات والبيانات عن الظاهرة وكذا استغلال الوقت الاستبيان هو تقنيه تستخدم لجمع المعلومات بشأن معتقدات ورغبات المبحوثين وكذلك الحقائق التي هم على علم بها ولهذا تستخدم الاستبيانات بشكل رئيسي في مجال الدراسات التي تهدف الى استكشاف حقائق عن الممارسات الحالية واستطلاعات الراي وميول الأفراد.²

والغرض من توظيف الاستبانة الالكترونية في دراستنا هو الحصول على بيانات ومعلومات لا يمكن لنا الحصول عليها بأداة بحث أخرى وقد وزعنا الاستبيان الالكتروني عبر مواقع تواصل اجتماعي والإيميلات الخاصة للطلاب والتي كانت تحتوي على غرار الأسئلة التي اجوبتها مغلقة كانت تحتوي على أسئلة مفتوحة حتى يتمكن المبحوث من كتابه اقتراحه بشأن الموضوع تشكل مضمون الاستبيان من اربع محاور المحور الاول خاص بالبيانات الشخصية المبحوثين وتضمن المتغيرات التالية الجنس السن المستوى

أما المحور الثاني فقط تضمن أسئلة حول مواقع التواصل الاجتماعي في حين المحور الثالث جاء حول مؤثره السوشيال ميديا واخر محور وهو حول المجتمع الجزائري وصنع المحتوى

¹عادل محمد العدل مناهج البحث العلمي في العلوم الإنسانية الطبعة الاولى دار الشروق للنشر والتوزيع عمال 2014 صفحه 60
²فوزي غرابية واخرون اساليب البحث العلمي في علوم الاجتماعية والإنسانية الجامعة الأردنية 1977 صفحه 53

الدراسات السابقة:

الدراسة 1: للدكتور جبران سفيان والتي تتمحور إشكالية دراستها حول ضوء شبكات التواصل الاجتماعي في عملية التحول السياسي بتونس والتي جاع إشكالها الرئيسي حول ما مدى تأثير شبكة التواصل الاجتماعي في عملية التحول السياسي بتونس حيث اعتمد على المنهج الوصفي التحليل

نتائج الدراسة: لقد تبين لنا من خلال هذه الدراسة التي كانت حول دور شبكات التواصل الاجتماعي في عملية تحول سياسي بتونس من حيث الشكل والمضمون خاصة في الجانب النظري وتجدر الإشارة بأن هناك نقاط التقاء بين هذه الدراسة وبين دراستنا من خلال استعمال المنهج المسحي بشقيه الوصفي والتحليل وكذلك استعمال أداة الاستبيان من أجل جمع البيانات والمعلومات.

الدراسة 2: للدكتور مأمون محمد الأمين حول دور مؤثرين في قياده الرأي العام عبر مواقع التواصل الاجتماعي التي جاء طرحها للإشكال كالتالي كيف يساهم المؤثر انستينا في قيادة الراي العام عبر صفحته الرسمية على الفايسبوك

المنهج المستخدم هو المنهج المسحي كونه مناسباً لدراسة هذه الظاهرة نتائج الدراسة: من أهم النتائج المتوصل إليها هو أن المجتمع الجزائري من المجتمعات الغير مدروسة لذلك فإن التصنيف المتواصل اليه هو مبدئي حتى نعرف ما مدى هذا التأثير في قياده الرأي العام وقد استفدنا منها من مراجعها ومصادرها وأخذ فكرة عامة عن الموضوع وما سيتم البحث فيه.

أسباب اختيار الموضوع

تعد عملية اختيار الموضوع من أصعب المراحل بالنسبة للباحث بحيث يساهم في اطرء المجال المعرفي وهذه المرحلة تتطلب أسباب ذاتية لدى الباحث حيث ان اختيار الموضوع يخضع بشكل

كبير الى اهتماماته وميوله واستعداداته للدراسة اضافة الى الاسباب الموضوعية وعلى ضوء هذا
يمكن ان تتدرج الاسباب على النحو التالي:

الأسباب الذاتية:

الميول الشخصية للموضوع

التعرف على أهمية ومدى تأثير صناع المحتوى في المجتمع الجزائريّ
الوقوف على النتائج المترتبة عن نظره المجتمع الجزائري لمؤثري مواقع التواصل الاجتماعي

الاسباب الموضوعية:

اهمية الموضوع وثقله في المجتمع

الانتشار الواسع لمؤثري السوشيال ميديا والكم الهائل من المتابعين

أهداف الدراسة:

اهداف الدراسة هي من اهم ما يدفع بالباحث الى دراسة اي موضوع والتي سوف نحددها فيما يلي:

تحليل تأثير محتوى مؤثري التواصل الاجتماعي على اراء وسلوكيات المجتمع الجزائري

استكشاف ماذا تأثير صناع المحتوى على القيم والثقافة في المجتمع الجزائري

الكشف والتعرف عن نظره الطالب الجامعي لمؤثري السوشيال ميديا في المجتمع الجزائري

الفرضيات

الفرضية هي اجابه مؤقتة يعتمد عليها الباحث في دراسته للموضوع وهي عباره عن تخمين او

استنتاج ذكي يتوصل اليه ويتمسك به بشكل مؤقت فهو اشبه برأيي الباحث المبدئي في حل

الإشكالية وهي عباره عن فكره مبدئية تربط بين ظاهره موضوع الدراسة والعوامل المرتبطة او

المسببة لها¹

¹ كاظم كريم الجابري و داد عبد السلام صبري مناهج البحث العلمي بغداد 2014 ص36

الفرضية الرئيسية

نظرة المجتمع الجزائري لمؤثري السوشيال ميديا تعتمد على الشبكات الاجتماعية والعلاقات المحلية التي يمتلكونها.

اعتبار مؤثري وسائل التواصل الاجتماعي مصادر للتعليم والتثقيف بالنسبة للطلاب الجامعيين تأثير صناعات المحتوى في تشكيل الرأي العام وتوجيه الشباب والمساهمة في تغيير القيم والتقاليد الثقافية في المجتمع الجزائري.

تحديد المفاهيم الأساسية

يعتبر تحديد المفاهيم من أهم الخطوات التي يحتاجها الباحث في دراسته لأي موضوع خاصه تلك المواضيع ذات الطابع الاجتماعي حيث ومن خلالها يتسنى لنا فهم بالتحديد الكلمات المفتاحية لموضوع الدراسة من هذا المنطلق سوف يتم عرض المفاهيم.

تعريف التصورات:

لغة: تصورات الجمع من تصور تعني في اللغة الفهم او التصور او الرؤية الذهنية لشيء ما وهي تشير الى الطريق التي يقوم بها الفرد بتشكيل صورته او فكره في ذهنه حول شيء ما وهي من الفعل تصور يتصور تصورا ويعني تمثل صورته في ذهنه¹

والتصور يعني مثل يمثل مثولا وتصور الشيء له بمعنى تمثل له وشخصه كقوله تعالى " فأرسلنا اليها روحنا فتمثل لها بشرا سويا"²

اصطلاحا: تباينت تعريف مفهوم التصور بين الفلاسفة والباحثين وعلماء النفس وعلماء الاجتماع حيث عرفه كل واحد حسب توجهه ومنظوره له فيعتبر ايميل دور كايم Emile Durkheim اول من عرف التصور الاجتماعي حيث عرض في عام 1898م فكره التصور الاجتماعي فقد عرفه بانه "ظواهر تتميز عن باقي الظواهر في الطبيعة بسبب ميزاتها الخاصة اذ

¹المعجم العربي الاساسي لاروس المنظمة العربية والثقافية والعلوم 1990م ص144

²سوره مريم الآية 17

هي عادات مكتسبه وبكلمه واحده هي كل ما شكل سماتنا الأخلاقية «، وفي سياق علم الاجتماع يمكن ان تكون التصورات حول مواضيع مثل الهوية الثقافية او التفاعلات الاجتماعية.¹

اما موسكوفيسي Moscovici فيعرفه بانه "عباره عن شكل من اشكال المعرفة الخاصة بالمجتمع، انها نظام معرفي وتنظيم نفسي، كما يعتبر بمثابة جسر بينما هو فردي وما هو اجتماعي، اسمح للأفكار والجماعات بالتفاهم بواسطة الاتصال والذي يدخل في بيئة ديناميكية المعرفة"

اما عن ابريك Abric فيعرف التصور بانه "نتاج وعملية في النشاط العقلي لدى فرد او مجموعه بحيث يعيد تكوين الواقع الذي يواجه واعطائه معنى محدد"²

تعريف المجتمع:

لغة: المجتمع في اللغة هو مصطلح مشتق من الفعل جمع، وهي عكس كلمه فرق، كما انها مشتقه على وزن مفتعل، وتعني مكان الاجتماع، والمعنى الذي يقصد بهذه الكلمة هو جماعه من الناس وهذا ردا على من يعتقد انها كلمه خاطئة ويقال انه ينبغي استخدام كلمه جماعه بدلا منها ويسمى العلم الذي يعنى بدراسة المجتمع من جميع نواحيه بعلم الاجتماع³

اصطلاحا: يرى ابن خلدون المجتمع انه كيان متحول منتقل من مرحله لأخرى حيث ان سمة التغيير هي السمة الغالبة عليه يبدا المجتمع بمرحلة البداوة ويتطور بشكل تدريجي الى ان يصل الى حاله التحضر فالمجتمع متأثر بعوامل عدة اهمها الحركة العمرانية التوطين والسكن التجمعات القائمة على العشائرية قضاء الحاجات وتبادل المصالح.⁴

تعريف المؤثرين:

لغة: أثر ب أثر على أثر في يؤثر تأثيرا فهو مؤثر.⁵

¹ عبد الهادي عبد الحلیم مقدمه في علم الاجتماع الطبعة الاولى دار النهضة العربية القاهرة 2008 صفحه 65

² منندى طلبت ورقلة كلية الآداب والعلوم الإنسانية تخصص علم الاجتماع 16 جانفي 2023 15:00

³ حسن عبد الرزاق منصور بناء الانسان الطبعة الثانية عمان الاردن امواج للنشر والتوزيع 2013 صفحه 187

⁴ اسهامات ابن خلدون في بناء النظرية الاجتماعيه مركز الدراسات والبحوث الاجتماعيه الطبعة 21 2002 صفحه 15 16

⁵ قاموس المعاني الجامع معجم عربي الكتروني 21 جانفي 2024 14:00

المؤثر في اللغة يشير الى القدرة على تحقيق تأثيرا او تأثيرات بارزه باستخدام اللغة سواء كان ذلك في الكتابة او الخطاب يمكن ان يكون المؤثر عبارة عن استخدام مهارات لغويه مثل التشبيه والاستعارة او توظيف النبرة الصوتية بفعالية لنقل الرسالة بشكل اقوى

اصطلاحا: الشخص المؤثر هو الذي لديه القدرة بالتأثير في قرارات الاخرين وهم جمهوره وذلك بسبب سلطه معرفه علم مركز علاقة الجمهور المؤثر به والمؤثر ببساطه هو الشخص الذي يتبعه عدده ملايين وبعده اذني 10 الاف متابع على وسائل التواصل الاجتماعي يتقنون في تقييمهم لسلع او خدمات في مجال معين بحيث تستعين بهم الشركات لتسويق منتجاتها مقابل مدفوعات او هدايا¹

¹ موقع صحيفة العرب الاولى الشرق الاوسط 14 جانفي 2024 12:00

تعريف مواقع التواصل الاجتماعي او السوشيال ميديا:

مواقع

لغة: هو مفرد موقع مكان الوقوع مثال مواقع والقتال او الجيش مواضعه¹

اصطلاحا: مجموعة من الصفحات التي تصف شخص أو هيئه على الاغلب تكون مشهوره

وتعرف بهما²

التواصل

لغة من الفعل وصل حبله كوصلة والوصلة الاتصال والوصلة ما اتصل بالشيء ويقال وصل فلانا

رحمه يصلها صلة بينهما وصلة اي اتصال ودرعه³

اصطلاحا عرف محمد محمود الحيلة التواصل بالعملية الاجتماعية التي يقتضي تحقيقها وجود

طرفين مرسل ومستقبل ونشوء تفاعل بينهما ينتج عنه نقل الأفكار أو المعلومات او المهارات او

المشاعر او تبادل إيذاء موضوع محور التواصل⁴

وتعرفه اميره علي محمد على أنه ظاهر اجتماعية ترتبط بطبيعة الإنسان في كونه اجتماعي بطبعه

لا يستطيع الحياة بمعزل عن الآخرين فهو بحاجة إلى تبادل المنافع والمشاركة الوجدانية وهو

يرتبط بصلة الرحم والعلاقات مع الغير⁵

الاجتماعي

لغة منسوب إلى الاجتماع النشاط الاجتماعي والحركة الاجتماعية اجتمع اجتماع انضم تجمع

وتؤلف⁶

¹ جبران مسعود الرائد الصغير معجم ابجدي للمبتدئين دار العلم للملايين لبنان 1982 صفحة 587

² يوقنون نهاد وآخرون دور مواقع تواصل اجتماعي في التعريف بالمقومات السياحية الجزائرية مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في الاعلام والاتصال كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ويسمع علوم الاعلام والاتصال جامعة 8 ماي 1945 قالمة 2017 صفحه 22 يوم التصفح 2024/01/01

³ حليلة قادري التواصل الاجتماعي الدار المنهجية للنشر والتوزيع دون مكان النشر 2016 صفحه 15

⁴ رزيق بن يوب وآخرون استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل سمعة المؤسسة السياحية الفندقية مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر تخصص

اتصال وعلاقات عامة جامعة 8 ماي 1945 قالمه 2019 صفحه 12 يوم التصفح 2024/01/02

⁵ رزيق بن يوب وآخرون استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل سمعة المؤسسة السياحية الفندقية مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر تخصص

اتصال وعلاقات عامة جامعة 8 ماي 1945 قالمه 2019 صفحه 13 يوم التصفح 2024/01/03

⁶ جبران مسعود الرائد الصغير معجم ابجدي للمبتدئين مرجع سبق ذكره صفحة 16

اصطلاحا الاجتماعي هو الشخص كثير المخالطة للناس والتواصل مع أفراد مجتمعه اي اجتماعي بطبعه¹

التواصل الاجتماعي

هناك عدة تعريفات لشبكات التواصل الاجتماعي نذكر منها ما يلي عرفها البعض بأنها شبكة تضم مجموعة من الأفراد لهم نفس الاهتمامات والميول والرغبة في تكوين بعض الصداقات من خلال استخدام الشبكة العنكبوتية² وعرفها البعض الاخر بانها مقهى اجتماعي يجتمع فيه بعض الأفراد للقيام بتبادل المعلومات فيما بينهم مع وجود فارق بين المقهى الحقيقي والمقهى التكنولوجي وهو أنك تستطيع حمل هذا المقهى التكنولوجي اينما كنت³ وقد عرفت شبكات التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن تجمعات اجتماعية من خلال شبكة الإنترنت يستطيع روادها القيام بمناقشات خلال فترة زمنية مفتوحة يجمعهم شعور إنساني طيب وذلك في إطار محدد.

الطالب الجامعي:

لغة: طالب يطالب مطالبه وطلابا فهو مطالب طالبه بالشيء سال بالحاح ما يعتبره حقا له⁴ اصطلاحا: الفرد الذي يختار مواصلة الدراسة الأكاديمية والمهنية ويأتي الى الجامعة محملا معه جملة القيم والتوجهات صقلتها المؤسسات التربوية الاخرى والجامعة من المفروض ان تحضره للحياة⁵ وهو فرد مسجل في الجامعة رسميا بعد حصوله على شهادة البكالوريا ويزاول دراسته في احدى التخصصات.⁶

مفهوم الجامعة:

رزيق بن يوب وآخرون باستخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل سمعة المؤسسة السياحية الفندقية مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر تخصص

¹ اتصال وعلاقات عامة جامعة 8 ماي 1945 قالمة 2019 صفحة 13 يوم التصفح 2024/01/04

² الدكتور بهاء الدين محمد مزيد المجتمعات الافتراضية بديلا للمجتمعات الواقعية كتاب الوجوه نموذجا جامع الامارات العربية المتحدة 2012

³ الدكتور علي محمد رحومة الإنترنت والمنظومة التكنو الاجتماعية ببيروت مركز الدراسات الوحدة العربية 2008 صفحہ 85

⁴ معجم المعاني الجامع عربي عربي دون مكان دون سنه صفحہ 24

⁵ محمد ابراهيم دوره تربيته في مستقبل الوطن العربي دار مجد لاوي عمان طبع الاولى 2003 صفحہ 223/222

⁶ حليمه قادري اتجاهات طلبه الجامعة نحو العنف في الحي الجامعي جامع وهران 2015 صفحہ 112

لغة: مؤنث الجامع وهو الاسم الذي يطلق على المؤسسة الثقافية التي تتمثل على معاهد التعليم العالي في اهم فروع كالفلسفة والطب والحقوق والادب واخذت كلمه جامعه من كلمة univertas والتي تعني الاتحاد او التجمع الذي يضم اقوى الاسر نفودا في المجال السياسي في المدينة من اجل ممارسه السلطة.¹

اصطلاحا: الجامعة هي التعليم الذي تم داخل المعاهد والكليات الجامعية بعد الحصول على الشهادة الثانوية وتختلف مده الدراسة في هذه المؤسسات من سنتين الى أربع سنوات وهو اخر مرحله من مراحل التعليم النظامي²

نظرية الدراسة:

نظرية الاستخدامات: ولدت هذه النظرية من رحم نظريه التأثير النسبي وقد حظيت باهتمام كبير من قبل وسائل الاعلام الرقمي وشبكه التواصل الاجتماعي حيث تكيفت هذه النظرية مع طبيعة الاعلام الجديد إذ أن متصفح الانترنت يتوجهون للبحث عن محتوى محدد لإشباع رغباتهم وحاجاتهم المحددة من هذا التصفح.³

أهم أفكار هذه النظرية تنحصر في كونها تعتبر الفرد الرئيسي لمدخل الإشباعات هو أن الجمهور نشط وان استخدامه لوسائل الاتصال موجهه لإشباع احتياجاته.⁴

الاسقاط النظري: اهتمت نظرية الاستخدامات والإشباعات بالمؤثرين ودورهم في التأثير على أفراد المجتمع المتابع لهم وبالتالي السيطرة على الرأي العام وهذا ما تم التوصل إليه من خلال دراستنا لما يقدمونه مؤثري السوشيال ميديا وكيف يقيمونه الطلبة الجامعي.

¹ محمد منير موسى الاتجاهات الحديثه في التعليم الجامعي عالم الكتب القايره 2002 صفحه 9

² الموسوعه العربيه العالميه مؤسسه اعمال موسوعه للنشر والتوزيع الرياض المملكه العربيه السعوديه 1999 صفحه 25

³ محمد محمد علي العقاري 2020 المداخل النظرية في دراسة الاعلام الرقمي جامعه الملك العدد سته مجلد علوم الاتصال

⁴مورس انجلوس منهجيه البحث العلمي دار القصبة للنشر الجزائر 2006 صفحه 114

الفصل الثاني المجتمع
الجزائري ومواقع التواصل
الاجتماعي

تمهيد

ان أهم التغيرات التي دقت على المجتمعات العربية والجزائر خصوصا هي تلك التطورات في المجال التكنولوجي باعتباره المصدر الرئيسي للمعرفة والثقافة التي يعيش معها الفرد حاليا وهذا ما نلتمسه من التأثير القوي لوسائل التواصل الاجتماعي وما أحدثته من تغييرات على جل مستويات الحياه في المجتمع الجزائري حيث تلعب مواقع التواصل الاجتماعي دورا بارزا في بلوره ثقافه الفرد على حساب الثقافات الوطنية والمحلية التي اصبحت تعاني من العجز والضعف امام الثقافة العالمية من خلال عده متغيرات كالعولمة وثوره المعلومات الرقمية والفضاءات الافتراضية حيث أهم ما نلتمسه من خلال هذه المواقع هو نزع الحدود الجغرافية وتقريبا مسافات هذا ما يفتح المجال لتجسيد مفهوم القرية الكونية التي اشار اليها مارشال ماكلوهان.

سنتطرق خلال هذا الفصل لاهم ما أحدثته مواقع التواصل الاجتماعي في المجتمع الجزائري

مرورا بتسليط الضوء على ماهية هذه المواقع والتعمق فيها

مفهوم المجتمع في علم الاجتماع:

قد وصف المجتمع من قبل علماء الاجتماع على انه أكبر جماعه يمكن ان ينتمي اليها الافراد وله القدرة على التكيف بذاته وان يكون مكتفيا بحيث يستمر الى اللانهاية ويعتبر من الصعب ان ترسم حدود معينه وثابته لأي مجتمع معين حيث ان هذه الحدود تتغير وتختلف باختلاف الاحوال وحسب الغرض المراد من تحديدها¹

يرى ايميل دور Emile Durkheim ان المجتمع حقيقة ثابتة وان له وجود مستقل عن الافراد المكونين له والمجتمع هو جماعه من الناس يعيشون على قطعه محدده من الارض لفته من الزمن بحيث يكونون معا ثقافه مشتركه تميزهم عن غيرهم من المجتمعات وليس هناك وجود لمجتمع بلا افراد فالمجتمع يتكون نتيجة لتعامل الافراد مع بعضهم البعض بحيث يصبح للأفراد سلوك جماعي يختلف عن سلوكياتهم فيما لو كانوا افرادا منفصلين²

وهو مجموعه من الافراد يعيشون في بلد واحد ينتمون الى حضارة معينة والمجتمع جماعه تتقاسم نفس الثقافة والعادات والتقاليد والقيم ونفس القوانين والضوابط وهو مجموعه منظمه من البشر اقاموا روابط او علاقات دائمة ومتواصلة والتي تتعايش في ظل قوانين مشتركه واهتمامات موحده

صفات المجتمع:

العلاقات الاجتماعية: اساسها الاحترام المتبادل بين الافراد وقبول الغير
الشعور بالانتماء: هو الانتماء الى الارض الاصدقاء العائلة العمل
التشابه: مما يسمح بالترابط والتفاهم وخلق علاقات صداقه وتكامل وتعاون

¹ دكتور محمد الجوهري المدخل الى علم الاجتماع كلية الآداب جامعه القاهرة 2006 صفحه 32_33

² دكتور سلوى عبد الحميد الخطيب نظره في علم الاجتماع المعاصر دار الموسوعة للنشر والتوزيع 2017 صفحه 41_42

الاختلافات البيولوجية: التي تسمح بتقسيم الأدوار وتعدد العلاقات والنشاطات الاجتماعية الترابط: هو شكل من اشكال التعاون والتآخي كالتعاون في الازمات والتكافل من اجل الامن العام والاستقرار

تقاسم الفرص وتنوع الكفاءات: وهذا من اجل خلق نظام اقتصادي ملائم ومتوازن من اجل تقدم وازدهار المجتمع

امتلاك ثقافه خاصه: هي ثقافه يتوارثها الاجيال والتي تعبر عن طريقه حياه افراد المجتمع وما يتميز به عن غيره

تطور المجتمع:

المجتمع ما قبل الصناعة	المجتمع الصناعي	المجتمع الرقمي
مجتمعات الصيد وجمع الثمار المجتمعات الرعوية المجتمعات النباتية المجتمعات الإقطاعية	وجدت مع مطلع القرن 18 ظهرت العديد من الاختراعات التي اثر في المجتمع وطورت عدة مجالات كالصحة والتعليم زيادة الانتاج بفضل الآلات والمصانع	من بداية النصف الثاني من القرن 20 الى اليوم وهو ما يمتاز به انتاج الخدمات والمعلومات حيث أصبح المجتمع بإنتاج المعرفة لا بإنتاج السلع المادية

المصدر: محاضرات السداسي الثالث في مقياس المجتمع والاقتصاد في الجزائر المعاصرة السنة الثانية علم المكتبات عن الأستاذة بن عياش حدة 20 ابريل 2024 11:00

مواقع التواصل الاجتماعي المفهوم والنشأة:

مواقع التواصل الاجتماعي هي منظومه من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها لإنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع اعضاء الاخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها ومن خلال هذه التعاريف يمكن القول ان مواقع التواصل الاجتماعي هي عبارة عن مجموعه من الخدمات تقدم عبر الشبكة العنكبوتية اهمها التواصل المتفاعل الذي يكون مجتمعا افتراضيا لأهداف محدد بغض النظر عن الجهة المؤطرة لها والواقع ان هذه المواقع قد نشأت بصورة تدريجية حيث تم صياغه مصطلح الشبكات الاجتماعية عام 1954 من قبل الباحث في العلوم الإنسانية في جامعه لندن جون بارانز للدلالة على انماط من العلاقات تشمل المفاهيم التي يستعملها الجمهور بشكل تقليدي وتلك التي يستخدمها علماء الاجتماع لوصف المجموعات البشرية كالعائلة والاسر وفي السبعينيات من القرن الماضي ظهرت بعض الوسائل الإلكترونية الاجتماعية البدائية فقط كانت هناك شبكة تواصل تضم الاف من الاطراف مرتبطة بجهاز الحاسوب¹

لكن الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم كان سنة 2002م فع بدأ العام ظهر موقع friendster.com وهو وسيله للتعارف وتشكيل الصداقات بين مختلف فئات المجتمع العالمي²

ونظرا لشهرته ونجاحه الكبير حاول موقع جوجل المعروف شرائه سنة 2003 م لكن ونظرا لعدم الاتفاق على شروط الاستحواذ تم الغاء الصفقة وفي النصف الثاني من العام نفسه ظهرت شبكه skyreek في فرنسا كمنصة للتدوين

اما في عام 2004م فقد تم انشاء موقع الفيسبوك على يد "مارك زكريبرغ" في جامعه "هارفارد" وفي عام 2005م تأسس موقع اليوتيوب في كاليفورنيا بالولايات المتحدة الامريكيه وهو الموقع الذي يتيح مشاهدته تحميل مقاطع فيديو ثم ظهر موقع تويتر في عام 2006م على يد "جاك ديرزاي" وعلى الرغم من حدثت هذه المواقع كمجتمعات افتراضيه مقارنة بالمجتمع المادي الا ان

¹ شبكات التواصل الاجتماعي منصات للحرب الأمريكية الناعمة مركز الحرب 2016 صفحة 160

² مجله التنوير للدراسات الأدبية والإنسانية الكاتب خالد اسماء العدد الخامس 20 فيفري 2024 13:00

عدد المنتمين لها ساره يقدر بالملايير اذ بلغ عدد مستخدمي مواقع تواصل الاجتماعي عام 2024م اكثر من 6 مليار مستخدم موزعين على اشهر المواقع كما يلي

- الفيسبوك الاول عالميا حوالي 2.8 مليار مستخدم
- تويتر نحو 330 مليون مستخدم
- يوتيوب أكثر من مليار مستخدم
- التيك توك حوالي 1.2 مليار مستخدم
- انستقرام أكثر من مليار مستخدم¹

¹ مجله الكترونيه دايلي بيروت فقره مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي 11 ماي 2024

تعريف مواقع التواصل الاجتماعي:

ينظر الى هذه المواقع على انها منظومه من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء حساب خاص به وسميت اجتماعيه لأنها اتت من مفهوم بناء المجتمعات وبهذه الطريقة يستطيع المستخدم التعرف على الاشخاص لديهم اهتمامات مشتركة عن طريق الانترنت¹ ويعرف زاهر راضي مواقع التواصل الاجتماعي بانها: منظومه من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به ومن تم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع اعضاء اخرين لديهم الاهتمامات والهويات نفسها² مواقع التواصل الاجتماعي هي اسلوب تواصل اجتماعي يسهل عمليه انشاء وتبادل المعلومات والمحتويات بين الافراد والمجموعات وتسمح بتبادل الصور والفيديو والملفات الاخرى³ عرفها شريف اللبان: بانها خدمات توجد على شبكه الويب تتيح للأفراد بناء بيانات شخصيه PROFILE عامه او شبه عامه خلال نظام محدد ويمكنهم وضع قائمه لمن يرغبون في مشاركتهم الاتصال ورؤية قوائم ايضا للذين يتصلون بهم⁴ وبتعريف اخر: هي مواقع مبنية على فكره الشبكات الاجتماعية التقليدية حيث تتواصل مع افراد جدد لا تعرفهم عن طريق افراد تعرفه⁵ **خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:** تتصف المواقع الاجتماعية بعدد من المميزات التي تجعلها مختلفة عن بقية التطبيقات والمنصات في الشبكة العنكبوتية ومن أبرزها:

مشتاق طالب فاضل دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الراي العام المحلي مجله تكريت للعلوم السياسية العدد 12 صفحه 199 3 مارس 2024
11:00¹

مركز المحتسب للاستشارات دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب تويتر نموذجا للطبعة الاولى دار المحتسب للنشر والتوزيع الرياض 1438 هجري
صفحة 16²

خالد بن الوليد نهار فطوم لحول دور التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق اهداف المنظمات غير الربحية جامعه الجلفة صفحه 167 10
جانفي 2020 10:00³

حسين محمود هاتيمي العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي دار اسامه للنشر والتوزيع عمال الطبعة الاولى 2015 صفحه 82⁴

ماهر عوده الشمالية واخرون الاعلام الرقمي الجديد دار الاحصار للنشر والتوزيع عمان الطبعة الاولى 2015 صفحه 200⁵

المشاركة والتفاعلية: وسائل التواصل الاجتماعي تشجع المساهمات والمشاركات وردود الافعال من الاشخاص المهتمين بالفرد مستقبل وقارئ مرسل وكاتب ومشارك حيث انها تطمس الخط الفاصل بين وسائل الاعلام والجمهور وتلغي السلبية المقيدة في الاعلام القديم وتفتح المجال للمشاركة الفعالة من المشاهد والقارئ وكل هذا لضمان الاستمرارية والتطور¹

التعريف بالذات: أول خطوه لدخول مواقع التواصل الاجتماعي هي انشاء صفحه معلومات شخصيه التي من خلالها يتمكن المستخدم من التعريف بنفسه من خلال نصوص صور موسيقى وغيرها من الوظائف²

اللاتزامنية: يستطيع المستخدم ارسال الرسائل والصور المتلقي في اي وقت ممكن بغض النظر عن تواجد المتلقي في الوقت نفسه او عدمه حيث يستطيع هذا المتلقي ان يرى رسالة في اي وقت لاحق حين يدخل لحسابه في مواقع التواصل الاجتماعي

اللاحدودية: لقد جعلت شبكات التواصل الاجتماعي العالم قرية صغيرة ونزعت كل الحدود الجغرافية حيث ان الفرد يستطيع التواصل وتبادل المعلومات التي يريدها في اي مكان ومن اي مكان

نزع القيود: سهولة النشر في مواقع التواصل الاجتماعي تقدم أكبر حريه حيث يتمكن الفرد من النشر والتسويق والتعبير بدون قيود

اهم مواقع التواصل الاجتماعي:

منذ ظهور الاول لمواقع التواصل الاجتماعي تعددت تنوعت المنصات والتطبيقات حيث أصبح تصنيفها يأتي بالنظر الى تهاتف المستخدمين حيث تصدر القائمة عدد من الشبكات الا وهي الفيسبوك التيك توك الانستقرام اليوتيوب وهي المواقع التي سنتحدث عنها باعتبارها اهم وأشهر مواقع التواصل الاجتماعي حاليا

¹ عباس صادق الاعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات الشروق عمان 2008 صفحه 23

مريم ناريمان نورمان استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية مذكرة شهادة الماجستير في العلوم الاعلام والاتصال جامعه باتنة 2011²

الفيسبوك Facebook: هو شبكة تواصل اجتماعي الاكثر انتشارا في الانترنت تعطي الساحة للمستخدمين المسجلين فيها بأثناء صفحه او أكثر وارسال واستقبال الرسائل والصور والفيديوهات وهي مجانية الاستعمال وهي ما يطلق عليها بالفضاء الازرق ويعد الموقع الاكثر انتشارا في السوشيال ميديا حيث يرتاده أكثر من ملياري مستخدم حول العالم وظهر على يد مارك زوكربيرغ عام 2004 في جامعه هارفارد ليتم الاعتماد عليها في التواصل داخليا بالجامعة بين الطلبة

اليوتيوب YouTube: هو موقع يتيح للمستخدم امكانيه ارسال وتحميل فيديوهات التي تكون متاحة في الانترنت باستثناء المقاطع التي تحتوي على محتوى مسيء او تحريض او غير قانوني وقد فعل سنه 2005 وتطور خلال الاشهر اللاحقة من نفس السنة واول فيديو حمل على اليوتيوب بعنوان " انا في حديقة الحيوان " ويظهر فيه الشريك المؤسس جاود كريم ووفقا لإحصائيات يوتيوب يوجد أكثر من اثنين مليار مستخدم نشاط شهريا

انستغرام instagram: هو تطبيق شائع للتواصل الاجتماعي يركز على مشاركة الصور ومقاطع الفيديو لقد وجد التطبيق منذ عام 2010 وحافظ على مستوى عالم من الشعبية من خلال اضافته مميزات جديده ومبتكره مثل قصص الإنستغرام وريلز الانستغرام وعندما يفتح الشخص حسابا عليه فانه يظهر له الملف الشخصي الخاص به كما سيتمكن من نشر صور او مقاطع فيديو ويتراوح عدد مستخدمي أكثر من مليار مستخدم¹

تيك توك TikTok: هو عباره عن تطبيق اجتماعي متخصص بنشر الفيديوهات بين رواده ظهر عام 2016 كان باسم ميوزيكال وتحول الى تيك توك عام 2018 حيث يقوم مستخدم المنصة بنشر فيديو او مقطع قصير مع اصدقائه لمشاركته لحظات حياته بكل سهوله²

¹ <https://www.lifewire.com/what-is-instagram>

² مقال لي سعيد عطاء الله ما هو التيك توك موسوعة أراجيك 15 ماي 2024 22:00

وهو أحد شبكات التواصل الاجتماعي على الانترنت يمكن استخدامه لإنشاء مقاطع فيديو قصيره مثل مقاطع الرقص والكوميديا والتعليم ونحوها حيث وصل عدد المستخدمين فيه حوالي مليار مستخدم شهريا¹

المدونات: المدونة هي تعريب لكلمه blog الإنجليزية التي هي باختصار لكلمتي web blog بمعنى سجل الشبكة والمدونة هي تطبيق الانترنت الحديثة التي تتيح للأفراد والجماعات والمؤسسات امكانيه الولوج في شبكة الانترنت بواسطة صفحة الويب التي تحتوي في معظم الاحيان على معلومات وواجهات نظر شخصيه او خاصه او ورد ظهور لها عام 1997 على يد جون بارجر هو اول من صاغ هذا المصطلح الى انها لم تنتشر على شبكة الانترنت الا بعد عام 1999 وذلك عندما طور بيررا لابس برنامجا مختصا بالتدوين وجعله متاحا مجانا لمستعملي الانترنت حيث تعد احداث الحادي عشر من سبتمبر 2011 اهم عامل دفع الافراد الى التوجه نحو التدوين وذلك بغيت التعبير عن مشاعرهم تجاه الهجمات التي شهدتها الولايات المتحدة الأمريكية²

انواع شبكات التواصل الاجتماعي:

توجد العديد من انواع شبكات التواصل الاجتماعي وتصنف على حسب نوع استخدامها من طرف الافراد ومن بينها نجد ما يلي

الشبكات الخاصة: تعود هذه الشبكات الى الحسابات الشخصية ومجموعه الاصدقاء التي يتمكن من خلالها المستخدم من انشاء صداقات وخدمات عامه مثل التراسل الشخصي ومشاركه الصور والفيديوهات والنصوص والمعلومات

شبكة الشركات: هي مواقع تابعه لمؤسسات وشركات تمثل مجموعه من الصفحات الثابتة نجد فيها كل ما يخص المؤسسة او الشركة ونبذه عن نشاطاتها والخدمات التي تقدمها وعرض منتوجاتها

¹ ابو هناء عبد الله السواح الجندي فتح ملك الملوك في معرفه حكم التيك توك بوكيلين نيويورك امريكا 2021 صفحه 3

² انتصار ابراهيم عبد الرزاق صفد حسام الساموك الاعلام الجديد تطور الاداء والوسيلة الطبعة الاولى بغداد الدار الجامعية 2011 صفحه 30

والترويج لها وعنوانها وكيفية الاتصال بها حيث تعتبر أفضل وسيلة اعلاميه ودعائية للمؤسسة كونها متاحة لكافة زوار

الشبكة الثقافية: تعد هذه الأخيرة فضاء معلوماتي متاح للجميع ومنفتح لكل ثقافات العالم حيث تستقدم المستخدمين المثقفين من كل ربوع العالم فهي توفر او تعطي الفرص للسواح والمثقفين وحتى لعامة الناس في اكتشاف اهم الاصدارات العلمية

شبكة المهن: تحتوي هذه الشبكة على اصحاب المهن المتقاربة او المتشابهة لكونها تجمع بين المهنيين مثل شبكة LinkedIn وتسهل في ارسال السيرة الذاتية والبحث على فرص عمل أكثر

المجتمع الجزائري والعالم الافتراضي:

ان المجتمع الجزائري كغيره من المجتمعات منفتح على هذا العالم الافتراضي يتأثر بطريقه مباشره او غير مباشره فالمنتبع لتحول المجتمع الجزائري يلاحظ ان مجتمع القرن 21 ليس نفسه مجتمع القرن 20 اذ اختلفت احوال المجتمع الجزائري في جميع نواحيه منذ استقلاله وحتى الساعة ولعل مرحله الثمانينات وبداية التسعينيات كانت الهم من حيث حجم ونوع التغيرات التي شهدها المجتمع الجزائري وإذا ربطنا تغيير المجتمع الجزائري بمواقع التواصل الاجتماعي¹ فيمكن عرض مظاهر التغير على النحو التالي:

على الصعيد السوسيوثقافي:

على الرغم من صعوبة التمييز بين التغيير الثقافي والتغيير الاجتماعي الى انه يمكننا التمييز بينهما فالتغيير الاجتماعي يشير الى تبدل في انماط التنظيمات لجماعات معينه تعيش ضمن مجتمع معين بينما يشير التغيير الثقافي الى ظهور صفات جديدة مثل الغزو الثقافي على اي مجتمع من خلال تأثره بثقافات اخرى جديدة دخيله سواء ان كان ذلك في اللباس او في الاكل او في تسريحات الشعر او عادات وتقاليد من مجتمع اخر تمارس عبر احتفالات او تجمعات،

¹ مجله التنوير للدراسات الأدبية والإنسانية الكاتب خالد اسماء العدد الخامس 20 فيفري 2024 13:00

ان تغير الثقافي في المجتمع الجزائري ينافي نسبيا ما يجب ان يكون لان عمليات الانتقاء لا تتم بالصورة المفترضة وما يحدث غالبا هو العكس اذ يتم في الآونة الأخيرة اخذ كل القيم بغض النظر عن مخالفتها للقيام السائلة ادعو على اعتبار ان كل فرد تقريبا من الأسرة يمتلك حسابا على مواقع السوشيال ميديا فقد صارت الأسرة الجزائرية منفتحة بالكامل على الفضاء الثقافي العالمي مساعده في ذلك هي تلك الصور للمشاهير والنجوم والفنانين المتداولة على تلك المواقع واقتداء الشباب بهم وهذا ما يوضح البعد التام عن ما كان سائدا في القرن 19 ومطلع القرن 20 اضافة الى التغيير في اللباس حيث اصبحنا لا نفرق بين لباس الجنسين هذا فضلا عن انتشار نمط من الاخلاقيات والسلوكيات المتناقضة لخصوصيات المجتمع الجزائري ومن بين ملامح التغير الثقافي نجد ما يلي:

ظهور لغة جديدة بين الشباب: تتميز هذه اللغة بانها مصطلحات لا يعرفها عامه الناس الذين لا يملكون احتكاكا بالميديا الجديدة ويستخدم الشباب في محادثاتهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي مصطلحات تهدد مصير اللغة العربية تحولت الى رموز وارقام مثل الحاء التي يرمز لها رقم 7 والعين برقم 3 ولا يخفى علينا بان مواقع التواصل الاجتماعي خاصه موقع الفيسبوك قد ضربت تقاليدنا عرض الحائط حيث سمح بالتعارف السهل والمباح بين الجنسين من العالم عبر لغة تتميز بالركاكة والبعد عن اللغة العربية¹

ضياع الهوية الثقافية المحلية: لقد تم استبدال الهوية الثقافية المحلية بالهوية العالمية لمواقع التواصل الاجتماعي فالعولمة الثقافية هي من الاثار السلبية للسوشيال ميديا بنظر الكثيرين وهي تلك الثقافة الغربية الطاغية حاليا في العالم وفق مبدا طغيان ثقافه الامه السائدة والمزدهرة في العالم كل ذلك ساهم بشكل رئيسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي الى الضياع التدريجي للهويه

علي محمد بن فتح محمد مواقع التواصل الاجتماعي واثارها الأخلاقية والقيمية مذكور ماجستير منشوره قسم الدعوة والثقافة الإسلامية الجامعة الإسلامية

¹صفحة 5

الثقافية محليه وهو بارز بشكل واضح اذا نظرنا الى لغة التواصل المستخدمة بين الشباب وهي تلك العربية كتلك التي تستخدم في رسائل الهاتف مثلا اسم محمد يكتب¹ mo7amed على الصعيد الاجتماعي:

اما فيما يخص التغيير الاجتماعي للمجتمع الجزائري قد تجسد في مظاهر عدة البعض منها كان لصالح المجتمع والبعض الاخر كان ضده فعند الحديث عن المظاهر الإيجابية تتجلى لنا مظاهر التضامن والتكافل التي صارت تسود هذه المواقع من خلال تصوير الحالات التي تحتاج المساعدة ونشرها ومشاركه الصور او الفيديو في المجموعات² وهو ما يتبعه جمع مبالغ وتبرعات كبيرة لفائدة الحالة كما اتاحت هذه المواقع الفرصة لتكوين صداقات وتعارف وهو ما يؤدي الى اعاده ربط علاقات جمال او قرابه قديمة كانت الظروف الزمن قد فرقتهما واحيانا تتطور هذه العلاقات لتكوين اسر عن طريق الزواج

ويحينا الحديث عن تكون علاقات عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي للنظر الى جانبها السلبي الذي قد يتمظهر من خلال الكذب والتظليل و تزيف الحقائق هنا يقع احد الطرفين ضحية للأخر كما اننا نلاحظ تزايد خطيرا في نسبه الطلاق في المجتمع والخianات الزوجية وعلى الرغم من تعدد عوامل هذه الظاهرة الا ان مواقع التواصل الاجتماعي صار تشكل عاملا حاسما في الخلافات الأسرية المؤدية لانفصال الزوجين بالإضافة الى ذلك فقد رسمت مواقع التواصل الاجتماعي ملامح العزلة الاجتماعية متجسده في خلق الافراد للعالم الافتراضي الخاص بهم وانغلاقهم داخله بحساب بسيط في الفيسبوك او تويتر او الانستقرام والمثير ان هذا الحساب صار بالنسبة لهم عالم يحويهم اكثر مما يحميهم واقعهم الاجتماعي وهو ما اوجد مظهرا اخر على الصعيد الاجتماعي وهو تغيير بناء التنظيم الاجتماعي المجسد في غياب سلطه الابوين والأسرة والمدرسة وكافه مؤسسات المجتمع بسبب صعوبة التحكم في مواقع التواصل الاجتماعي وغياب

مقال دكتور قرنان ياسين والدكتورة بكار امينه مواقع التواصل الاجتماعي ونوستالوجيا القيم في المجتمع الجزائري جامعه محمد لمين دباغين سطيف اثنان

14¹ ابريل 2024 10:00

2² مجله التنوير للدراسات الأدبية والإنسانية الكاتب خالد اسماء العدد الخامس 20 فيفري 2024 13:00

القيادة والرقابة الأسرية مما أدى الى تشويه وتفكك العلاقات الأسرية فانعدام الحوار بين الافراد أدى الى قطع العلاقات شيئا فشيئا¹

ان هذا التغيير في البناء الاسري وضعف الترابط الاجتماعي قد أدى الى مخاطر واضرار جسيمة لعل اولها تسبب الابناء وعجز مؤسسات الضبط الاجتماعي والياتهم عن توجيههم مما جعلهم ينشئون بطريقة غير سليمة وهو ما انعكس على المجتمع الذي صارت الجرائم الإلكترونية والتهديد والابتزاز السرقة القرصنة فيه منتشرة بصورة ملفته للانتباه اذ تحولت عوامل الانتحار المعروفة في الفكر السوسيولوجي الى عوامل تتعلق بمواقع التواصل الاجتماعي فقد روجت هذه المواقع لألعاب إلكترونية مثل "الحوت الأزرق" التي جعلت العديد من المراهقين في المجتمع الجزائري يقعون ضحية سهلة وينتهي بهم المطاف للانتحار وما يزيد الطين بل ان حجب هذه الألعاب يكاد يكون مستحيلا بسبب استحاله حجم مواقع التواصل الاجتماعي ويمكننا الوقوف على اهم ملامح التغيير الاجتماعي:

التقليل من مهارات التفاعل الشخصي: فمع سهوله التواصل عبر موقع الفيسبوك او الانستقرام مثلا او غيره هذا ما يقلل التفاعل على الصعيد الشخصي للأفراد والجماعات المستخدمة للفضاء الافتراضي

اضاعه الوقت: مواقع التواصل من خدماتها الترفيهية التي توفرها للمستخدمين قد تكون جذابه جدا لدرجة تنسى معها الوقت وان مستخدمي هذه المواقع يهدرون وقتا طويلا في عالم غير واقعي ويتحدثون لساعات طويله مع اصدقاء وهميين دون فأنده ترجى فتخلق عندهم حاله من الانفصال عن الواقع والشعور الدائم بالوحدة وتجعلهم يعيشون في واقع لا يمت باي صلة للواقع الحقيقي²

انتهاك الخصوصية الشخصية: تمثل اشكال انتهاك الخصوصية في مختلف الجرائم الإلكترونية باستخدام عده اساليب في سرقة المعلومات بواسطة اشخاص مخولين او غير مخولين

¹ مجله التنوير للدراسات الأدبية والإنسانية الكاتب خالد اسماء العدد الخامس 20 فيفري 2024 13:00

عيد الكريم غريب القيم العالمية واثارها في السلوك الانساني مجله عالم التربية المغرب منشورات عالم التربية العدد 21 صفحہ 151 10

²فيفري 2024 13:00

الادمان والعزلة الاجتماعية: ان صفحة الفيسبوك من أبرز مواقع التواصل وهي مغرية وجذابه تسحر الشباب بشكل كبير الى ان ينتهي بهم الامر الى الادمان الذي يؤدي الى العزلة عن المجتمع¹

على الصعيد السياسي:

لقد كان لمواقع التواصل الاجتماعي ايما تأثير على الجانب السياسي للمجتمع الجزائري اذ ساهمت في تغيير انتماءات حزبيه وشن الحملات الانتخابية والدعوة لتنظيم مظاهرات تأييد او معارضه ومظاهرات عديده مثل مظاهرات الكرامة للأطباء المقيمين وهي المظاهرات التي تم تنظيمها عبر مواقع التواصل الاجتماعي وفي هذا السياق لا يمكننا المرور دون التحدث عن الحراك السلمي الذي يعد انجح حراك شعبي سلمي في العالم في حين كانت الشعوب المضطهدة خاصة العربية تخرج في مظاهرات مليئة بالخسائر المادية وحتى البشرية حيث كانت مواقع التواصل الاجتماعي هي المحرك الرئيسي في هذا الحراك²

على الصعيد الاقتصادي:

لقد صارت مواقع تواصل الاجتماعي في المجتمع منبرا للتسويق والترويج لمنتجات مختلفة مستخدمه في ذلك الاعلانات التي تظهر للمتصفح دون ان يبحث عنها هذا وصار الكثير يستخدم مواقع تواصل اجتماعي للبحث عن عمل او لعرض طلبه من اليد العاملة او للبحث عن سلعه او خدمه حيث اضحت مواقع التواصل الاجتماعي تشكل سوقا افتراضيا تتم فيه كل العمليات الاقتصادية من بيع وشراء وتبادل استهلاك

ولقد صارت المؤسسات والجمعيات الناشطة في المجال الاقتصادي تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي لمساعدتها على اداء مهامها وتحقيق اهدافها ففي ديسمبر 2017 ورغبه منها في منع

مقال دكتور قرنان ياسين الدكتور بكار امينه مواقع التواصل الاجتماعي ونوستالوجيا القيم في المجتمع الجزائري جامعه محمد لمين دباغين سطيف اثنان

14 ابريل 2024 11:00

2 مجله التنوير للدراسات الأدبية والإنسانية الكاتب خالد اسماء العدد الخامس 20 فيفري 2024 13:00

قرار رفع اسعار البنزين أطلقت جمعية حماية المستهلك حملة جمع مليون توقيع لمناشدة الرئيس بعدم رفع في الاسعار

الحقيقة انا مواقع التواصل الاجتماعي وباختلاف الفئات التي تستخدمها قد ساهمت الى حد بعيد في تشكيل التغير في المجتمع الجزائري وليس من التشاؤم ان نقول ان التغييرات السلبية التي طرأت على المجتمع الجزائري بفعل مواقع التواصل الاجتماعي قد طغت على التغييرات الإيجابية وهو ما يؤكد الواقع الذي نعيشه¹

¹ مجله التنوير للدراسات الأدبية والإنسانية الكاتب خالد اسماء العدد الخامس 20 فيفري 2024 13:00

خلاصة

اصبحت شبكات التواصل الاجتماعي ذات اهمية بالغه في الحياه اليومية للأفراد والمجتمعات حيث باتت من الضروريات التي ينبغي على الانسان ان يمتلكها ويتفاعل بواسطتها ويتواصل بها مع غيره من البشر فقد كان لظهور الانترنت بالغ الاثر في تغير نظره المجتمعات للتكنولوجيا والاعلام بحيث ساهمت في تقريب المسافات بين الشعوب والدول واصبحت مفهوما تنصهر فيه الثقافات والمجتمعات مشكله بذلك مجتمعا افتراضيا موازيا للمجتمع الحقيقي فالمجتمع الجزائري كغيره من المجتمعات تأثر ايما تأثر بهذه المواقع والشبكات الافتراضية حيث اصبحنا نلتمس اي ما تغيرات في جميع المستويات الثقافية الاجتماعية السياسية الاقتصادية وغيرها الإيجابية منها وحتى السلبية اي بمعنى اخر نتائج التغيرات تكون على حسب كيفية استخداماتنا لمواقع التواصل الاجتماعي

الفصل الثالث المؤثرون والسوشياي

ميديا

تمهيد

من اهم الظواهر التي تجتاح وسائل التواصل الاجتماعي حاليا هي ظاهرة المؤثرون influencers الذين يساهمون في تسويق السلع والخدمات والتأثير على سلوكيات الافراد داخل المجتمع الواحد فالمؤثرون يتمتعون بالابتكار ويرسمون خطوط توجهات الانترنت التي تعرف باسم تريندز وهناك العديد من الفئات التي يمكن اطلاق اسم المؤثرون عليهم مثل الصحافيين والاكاديميين وخبراء التسويق ومحلي الاسواق والرياضيين ولكن في المقابل نجد فئات بلا مهن محددة ولكنهم استطاعوا جمع اعداد غفيرة من المتابعين وتجذب قراءه ما يكتبه هؤلاء في يومياتهم التي يضعونها على مواقعهم المتابعين بالآلاف لهم¹

وقد نال هؤلاء المؤثرين الايجابيين والسلبين على وسائل التواصل الاجتماعي على حد سواء شهرة على نطاق واسع حتى أصبح الناس يتباهون ويتسابقون بالتقاط صور معهم ويتفاخرون بمعرفتهم بل حتى وصل الحال بهم الى تقليدهم في سلوكياتهم وتصرفاتهم للأسف الشديد²

إذا أردنا ان نعرف من هو المؤثر الايجابي بمعناها صحيح فانه هو ذلك الشخص الذي انشا حسابه في مواقع التواصل الاجتماعي ويتابعه عده ملايين من الاشخاص او مئات الالاف وبعده أدنى عشرات الالاف على وسائل التواصل الاجتماعي ويكون محتواه او المادة التي يقدمها ذات فائده لفئات مجتمعه وذات جدوى والمؤثرون على مواقع التواصل الاجتماعي يختلفون باختلاف اهتماماتهم ويتميزون بجوده محتواهم فهم على سبيل المثال الشخصيات العامة قاده الراي المتخصصون المدونون بحيث يصبحون مؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي³

¹ صحيفة العرب الاولى الشرق الاوسط مقال ظاهره المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي 4 جانفي 2024 10:00

² جريدة رؤيا الإلكترونية الكاتب سالم البادي ابو معين 20 فيفري 2024 13:30

³ جريدة رؤيا الإلكترونية الكاتب سالم البادي ابو معين 20 فيفري 2024 13:30

تعريف المؤثرين عبر السوشيال ميديا:

عرف المؤثر عبر شبكات التواصل الاجتماعي على انه شخص خبير في مجال معين او ربما شخص مشهور ولديه عدد كبير من المتابعين على مواقع التواصل الاجتماعي فوجود عدد كبير من المتابعين على وسائل التواصل الاجتماعي شرطاً مهم لكي نطلق على شخص ما بانه مؤثر لذلك نستطيع القول ان كل مؤثر هو قائد راي ولكن ليس كل قائد راي هو مؤثر¹

ويمثل مؤثر وسائل التواصل الاجتماعي نوعاً جديداً من الاشخاص المستقلين والمؤيدين من طرف اخر الذي يشكل مواقف الجمهور من خلال المدونات والتغريدات واستخدام قنوات التواصل الاجتماعي الاخرى من خلال مواقع مثل الانستقرام ويوتيوب تويتر وفيسبوك وغيرها من المواقع يقوم المؤثرون على وسائل التواصل الاجتماعي بأبناء محتوى يروج لعلامات تجاربه معينه بهدف الحصول على المتابعة والتعرف على العلامة التجارية ويشكل نجاح المؤثرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي اهميه بالغه بالنسبة للعلامات التجارية ولذلك تم تطوير التكنولوجيا لتحديد وتعقب صله المؤثرين بعلامه تجاربه او منظمه ما² هذا نوع من المحاصرة تفرضها كل دوله على المؤثرين ولكل دوله قوانينها ونظامها الخاص بها

وفي سياق اخر يمثل مفهوم صناع المحتوى احدى الاشكاليات التي تثير فضولنا باعتبارها ان اول ظهور لمفهوم صناعه محتوى ظهر في التسعينات القرن الماضي مع دخول المجتمعات عشر المعلومات ثم المعرفة وكان يشير الى تلك الشركات والمؤسسات العاملة في انتاج المحتوى الرقمي وتوزيعه واستضافته وتطويره مع البرمجيات كان ام خاصه دون غيرها من الفاعلين في عمليه صناعه المحتوى على شبكه الانترنت ومع مرور الوقت ظهرت فئه قليله من الافراد اصحاب المدونات والمهتمين بالنشر الالكتروني العلمي والاعلامي الذي صاروا يساهمون في نمو هذه

¹ محرم محمد مصطفى رفعت اكتوبر 2020 تقييم الفاعلية اساليب التسويق التائيري عبر مواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي الصفحة 386
تونسي امين مهدي 2021 مذكره ماستر إثر التسويق بالمؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية البصرية للعلامة التجارية كليه العلوم التجارية ام البواقي²

الصناعة وتطورها لكن مع ظهور منصات للتواصل الاجتماعي وتطورها وبفضل الخصائص التي تتميز بها من تفاعليه وتشارك ظهر الملايين من صناع المحتوى بمختلف المجالات والتوجهات¹ بعدما جعلت هذه المنصات من اي شخص صانع للمحتوى سواء كان فيديو مصورا او تسجيلا صوتيا او تدوينه الامر الذي يجعلنا نتساءل هل كل صانع محتوى مؤثر؟

خصائص المؤثرين عبر السوشيال ميديا:

يتميز مؤثر مواقع التواصل الاجتماعي بعده خصائص تميزهم عن باقي الاشخاص والتي تتمثل فيما يلي:

المؤثر هو صانع محتوى: وذلك من خلال كتابتي واخراج البودكاست والفيديو ومشاركته عبر مواقع التواصل الاجتماعي

المؤثر خبير: فهو قبل كل شيء مختص معروف في مجال نشاطه قد يكون سفير واصف قائد راي او مرشد فمن خلال موقعه على الشبكة الاجتماعية ومستوى خبرته ينقل مواقفه خبرته ونظراته بطريقة مفصلة وبمصداقية

المؤثر ذو شخصيه فريدة من نوعها: وذلك لان الابتكار التنوع مواكبه كل ما هو جديد الشغف المصداقية هي جوانب تسمح للمؤثر بان يتميز عن باقي الاشخاص

المؤثرون هم اشخاص رقميون: وذلك لتواجد هم على منصات التواصل الاجتماعي ومن العناصر السابقة يمكن استنتاج الخصائص التالية:

- **قوه شخصيه المؤثرين وقدرتهم على التأثير في وجهات النظر وسلوكيات واختيارات المتابعين**
- **يمتلك المؤثرين قاعده جماهيرية واسعه تقدر بأعداد مهولة من المتابعين**
- **قيام المؤثرين بتقديم محتوى هاتف وقيم للتعريف بالعلامات التجارية**
- **التأثير الاجتماعي من خلال عرض المؤثرين لتفاصيل حياتهم اليومية**

¹مجله علميه رقمه جوان 2022 العدد الاول المجلد الثاني المؤثرون الاجتماعيون على الواب

شده المنافسة بين المؤثرين تدفعهم الى جذب متابعي أكثر مما يجعلهم يعملون على الموازنة بينما يحبونه وما يحبه متابعيهم.¹

تصنيف المؤثرين عبر السوشيال ميديا:

تصنيف المؤثرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي يشكل جزءا لا يتجزأ من ثقافة الاعلام الرقمي حيث يمتلك هؤلاء الافراد القدرة على التأثير وجذب الانتباه لدى جمهورهم يتم تصنيفهم بناء على معايير مثل عدد المتابعين مستوى التفاعل وموضوعات المحتوى التي يقدمونه يعكس هذا التصنيف الذي يقسم الى خمس فئات كما يلي:

المؤثرون محدود التأثير (NANO): لديهم جمهور صغير نسبيا على مواقع السوشيال ميديا وخبرتهم في مجال العلامات التجارية قليلة او ضئيلة ويتراوح عدد المتابعين لديهم من واحد الى 10.000 متابع

المؤثرون ذو التأثير المنخفض (MICRO): لديهم نسبة متابعة أكبر بقليل مقارنة بالفئة الاولى على مواقع التواصل الاجتماعي ولديهم عادة بعض الخبرة في التعاون مع العلامات التجارية ويتراوح عدد المتابعين الخاص بهم من 10 الى 50.000 متابع

المؤثرون متوسطو التأثير (MID): يعد هذا النوع من المؤثرين هو الشريحة الوسطى ويكونون مؤهلين في التعاون مع العلامات التجارية لذلك فمن الصعب الحصول عليهم لأنهم مطلوبون واسعار اعلاناتهم مرتفعة نسبيا مقارنة بالنوعين السابقين ويتراوح عدد المتابعين الخاص بهم من 50 الى 500.000 متابع

المؤثرون ذو التأثير العالي (MACRO): هذا النوع من المؤثرين يعد محترفا في عمليه التسويق للمنتجات لكن زيادة الكفاءة يقابلها تضخم التكاليف التسويقية ويتراوح عدد المتابعين الخاص بهم من 500.000 الى مليون متابع

¹ Adabe, les 6 caractéristiques de l'influenceur, Bérangère ; le 22.05.2024

المؤثرون المشاهير (MEGA): وهنا تأتي فئة المؤثرين المشاهير ذوي التأثير العالي جدا وهم المؤثرون الذين لديهم أكثر من مليون متابع عادة ما يكونون محترفين جدا على السوشيال ميديا ويتضمن هذا النوع المغنيين الممثلين الرياضيين عارضين ازياء الموضة الى آخره¹

مجالات مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي:

ان مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي أصبحوا يتواجدون في عدة مجالات مختلفة وذلك نظرا لميول المتابعين وما يحبون ان يشاهدوه او يتابعوه عند هؤلاء المؤثرين حيث نجد العديد من المجالات التي نذكر من بينها ما يلي

هواه الطعام والطبخ: تتميز هذه الفئة بنشر محتوى حول الطبخ وزياره المطاعم وتقديم وصفات فخمة ووصفات سهلة وسريعة كما انهم يزورون مطاعم حول البلدان لتجربة الأكل ومشاركتها على صفحاتهم ومنهم من يطبخون في منازلهم ويقومون بتصوير هذه الكيفيات والترويج خاصه للمأكولات المحلية

هواة السفر: هذه الفئة فهو السفر والمغامرات وتقدم برامج وعروض حيث يقومون بالسفر حول العالم وتوثيق الاماكن السياحية الجذابة والنقاط الصور ومشاركتها في صفحاتهم اليومية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

هواه الموضة والأناقة: يقومون بنشر كل ما هو جديد ورائج حول الموضة من ثياب وأكسسوارات وتقديم نصائح عن التجميل والمكياج والترويج للسلع المستوردة وحتى الماركات الذين انتجوها بأنفسهم

هواه الرياضة: هذه الفئة الاكثر شيوعا في العالم لما لها من المتابعين الرياضيين ومحترفين وهواه الأندية خاصه كره القدم وكل ما يتعلق بالرياضة

هواه التكنولوجيا: ونجد اغلبهم ينشرون كل شيء جديد يتعلق بالتطبيقات والهواتف والخصائص التي تظهر مثل تقنيات الحواسيب والشاشات اي كل ما هو جديد في عالم التكنولوجيا

¹ محرم محمد مصطفى رفعت اكتوبر 2020 تقييم فاعليه اساليب التسويق التأثير عبر مواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي صفحه 388

أشهر مؤثرين السوشيال ميديا في الجزائر:

ام وليد: هي الطباخة الجزائرية الغامضة متزوجة وام لأطفال من الغرب الجزائري محبوبه الجزائريات تتميز ببساطتها في ادائها وكلامها ونجاحي اطباقتها اول ظهور لها عن طريق فيديوهات في اليوتيوب لقي نجاحا كبيرا وتحدث كل قنوات الطبخ الجزائرية الى يومنا هذا لم نرى سوى يديها ومع ذلك تعتبر الاكثر متابعه في مواقع تواصل الاجتماعي

عدد متابعيها: 11 مليون متابع

نوميديا لزول: هي ممثلة جزائرية وعارضة ازياء مشهورة تعتبر من أبرز الشخصيات في السوشيال ميديا ولدت في الجزائر في تيزي وزو أول ظهور لها عام 2012 في برنامج الحان وشباب كما انها تتقن اللغة العربية الفرنسية والإنجليزية والقبائلية ودراسة موسيقى والتراث الاندلسي لمدة ثمانية اعوام وتقوم بتقديم برامج تلفزيونيه واخيرا قامت بإنتاج اول عطر نسائي لها الذي عمل ضجة كبيره في السوق الجزائري

عدد متابعيها: أكثر من 6 ملايين متابع

اميره رياش: المدعوة بأميرة ريا تعتبر من أشهر مؤثرات الجزائريات متابعه وهي من الاوائل الذين اقتحموا عالم المؤثرين في الجزائر وتعتبر من أصغر السيدات الاعمال في الجزائر كما شاركت في العديد من برامج التلفزيونية حيث استغلت السوشيال ميديا لتصبح من أبرز الوجوه الإعلامية والترويجية للعديد من المنتجات المختلفة.

عدد متابعيها: يفوق 5 ملايين متابع

فاروق بوجملين: المدعو ريفكا شاب جزائري متحصل على شهادة ليسانس في الاقتصاد يبلغ 26 سنة اشتهر على موقع سناب شات بمقاطع فيديو غريبة وتحديات جريئة ليكسب شعبية كبيرة بعد حادثة مقام الشهيد التي جلبت له العديد من المتابعين الجدد حيث احتفى بعيد ميلاده مع 10,000 شخص ما جعل الصحافة الجزائرية والعربية تتحدث عنه

عدد متابعيه: اكثر من 5 ملايين متابع

خبيب كواس: رحاله جزائري يبلغ من العمر 27 عاما درس شعبه رياضيات في الثانوية والتحق بالجامعة ليدرس اقتصاد تحصل على أحسن صانع محتوى سياحي في الجزائر لهذا العام
عدد متابعيه: أكثر من 4 ملايين متابع

نوال بريطانیا: مغتربة جزائرية تعيش في بريطانيا مطلقه وأم لثلاث اطفال تنتشر يومياتها عبر السوشيل ميديا وبالتفاصيل هي واطفالها وتعد المرأة الأكثر متابعة في مواقع التواصل الاجتماعي
عدد متابعيها: يفوق 3 ملايين متابع

مايا رجيل: درست إدارة أعمال ومناجمنت بالجزائر بالإضافة لتحصلها على شهادة في الصحافة تعتبر من أشهر مؤثرين كانت ضيفة للعديد من الحصص التلفزيونية الجزائرية
عدد متابعيها: يفوق 2 مليون متابع

انس بوزغوب: المدعو انس تينا مدون ويوتيوبر جزائري يبلغ من العمر 34 عاما من اصول قبائلية متخرج من مدرسة الدراسات التجارية صنف من ضمن أكثر من 102 شخصية مؤثرة في العالم حسب مركز "غلوبل انفليونس السويسري" الذي دعا "لثورة أخلاقية" بفيديو كليب ضد ما اعتبره سفاهة المؤثرين على السوشال ميديا

عدد متابعيه: أكثر من 2 مليون متابع

مؤثري السوشال ميديا والقانون في الجزائر:

تتجه مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر الى التضييق القانوني بعد الفوضى التي باتت تطبع هذا القطع وعلى الرغم من الترسانة التشريعية التي تنظمه غير ان التطبيق يبقى بعيدا من الواقع الامر .

الذي شجع على النصب والاحتيال وارتكاب الجرائم الإلكترونية

اذ يعتبر شهر ماي 2018 تاريخ صدور اول نص ينظم التجارة الإلكترونية في الجزائر و تم اعتبارا

من 2019 ادراج هذا النشاط في مدونة الاعمال الاقتصادية بحسب الاحصائيات الصادرة عن المركز الوطني للسجل التجاري فقد بلغ عدد التجار الالكترونيين المسجلين حالياً أكثر من اثنان ملايين تاجر الكتروني

ولخص القانون شروط ممارسة هذه التجارة في وجوب تمتع احد اطراف العقد الالكتروني بالجنسية الجزائرية او ان لديه اقامة شرعية في الجزائر او انه شخص معنوي خاضع للقانون الجزائري او ان

يكون العقد محل ابرام او تنفيذ في البلاد كما وضع وحدد قائمه المواد الممنوعة في التجارة الإلكترونية ويتضمن العقد المعلومات المرتبطة بالخصائص التفصيلية للسلع او الخدمات وشروط وكيفية التسليم والضمان وخدمات ما بعد البيع وكيفية الدفع واعادة المنتج ومعالجة الشكاوي

تقنين نشاط المؤثرين للحد من الفوضى:

اعتبر الحقوقي إبراهيم بهلولي أن صفحات التواصل الاجتماعي في الجزائر أصبحت تستغل بشكل سيء وسلبى، وتحولت وسيلة للثراء من دون أن تستفيد الدولة من الأرباح التي يجنيها هؤلاء من الومضات الإشهارية ومقاطع الدعاية لشركات اقتصادية وحتى لدعم حملات انتخابية، مشدداً على ضرورة تقنين هذا النشاط ووضع حد للفوضى التي عرفتها المواقع الإلكترونية قبل سنوات، ووضع شروط للعمل بسجل تجاري إلكتروني وبطاقة خاصة، مع فرض رقابة صارمة، وأبرز ضرورة التعريف بـ"المؤثر" وتحديد شروط عمله، ووضع إطار قانوني لنشاطه لما يتطلبه المجتمع من حيث المحتوى والتحصيل المالي والضريبي.

وتحدث بهلولي عن القضية التي أثارت ضجة إعلامية كبيرة أخيراً وعرفت بقضية "المؤثرين"، مطالباً بأخذ العبرة لتجنب تكرار ما حدث، ومراجعة النصوص القانونية لردع مثل هذه الجرائم وعمليات النصب الإلكترونية، وقال إن للترسانة القانونية المتعلقة بالجريمة الإلكترونية إجراءات

قديمة لا يمكنها ضبط النشاط ومحاربة التجاوزات، إذ لا بد من سن قوانين جديدة لتنظيم نشاط هؤلاء الأشخاص.¹

¹ مقال صحفي علي يحي جريدة الكترونيه اندييندنت عربيه 18 ماي 2024 22:00

خلاصة:

ان تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في المجتمع الجزائري يظهر بوضوح من خلال التغييرات في السلوك والمواقف الاجتماعية والسياسية والثقافية وغيرها ومع ذلك يجب ان نفهم ان هذا التأثير الذي نلتمسه خصوصا من صناع المحتوى لديه جانبين جانب سلبي وجانب ايجابي لذا وجب علينا ان نتبنى نهجا متوازيا في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الذي يجمع بين الاستفادة من فوائدها والتصدي لتحدياتها لتحقيق تأثير ايجابي ومستدام في مجتمعنا.

الإطار التطبيقي

دراسة ميدانية لتصورات طلاب
كلية العلوم الاجتماعية بجامعة
محمد بن أحمد 2 بوهران
لمؤثري السوشيال ميديا

تمهيد:

أشرنا في هذا الجانب الى اهم محاور الدراسة وذلك بعد توصلنا الى محورين اساسيين بعد الدراسة استطلاعيه المحور الاول حول المجتمع الجزائري ومواقع التواصل الاجتماعي اما المحور الثاني كان يضم المؤثرين والسوشيال ميديا وكيف هي تصورات طلبة كلية العلوم الاجتماعية لصناع المحتوى وهذا ضمن الاستمارة الإلكترونية لنقوم بعدها بتفريغ وتحليل البيانات وبعدها استخلاص النتائج المتوصل اليها

دراسة عينات المجتمع:

تم اختيار عينات من مجتمع كلية العلوم الاجتماعية بجميع اقسامها من اجل جمع احصائيات وبيانات للتحليل تحت منهاج الدراسة واعطاء نتائج تحلل وفق المنهج المعتمد في بحثنا
نبذه عن جامعة وهران محمد بن احمد 2:

تأسست جامعة وهران محمد بن احمد بعد تقسيم جامعه وهران الى جامعتين منفصلتين جامعه وهران 1 احمد بن بله وجامعه محمد بن احمد 2 في سبتمبر 2014 بموجب المرسوم التنفيذي المؤرخ في ذو القعدة 1435 هجري الموافق ل 22 سبتمبر 2014

تتكون جامعة وهران 2 من 5 كليات ومعاهد مع مجموع 22 قسم موزعة على النحو التالي:

كلية الحقوق والعلوم السياسي

كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

كلية اللغات الأجنبية

كلية علوم الأرض والكون

كلية العلوم الاجتماعية المتواجدة في مجمع الدكتور الطالب سليم السانية EX IGMO
معهد الصيانة والأمن الصناعي المتواجد في دائرة السانية عند نهاية TRAMWAY
عرفت جامعة وهران 2 محمد بن احمد قفزه نوعيه ترجمتها من خلال تطورات الملموسة التي
عرفتها

على مستوى الهياكل البيداغوجية عدد الطلبة وكذا الأساتذة
يقدر عدد الطلبة الإجمالي للسنة الجامعية 2022 2023 ب 26457 طالب موزعين كالاتي:

عدد الطلبة المسجلين في الليسانس 17906

عدد الطلبة المسجلين في الماستر 8551

عدد الطلبة الاجانب 116 من 19 جنسيه

عدد الأساتذة 957

عدد الموظفين الإداريين 539

كلية العلوم الاجتماعية مقسمة الى:

عمادة الكلية

قسم الفلسفة

قسم علم الاجتماع والانثروبولوجيا

قسم علم النفس والارطوفونيا

قسم علوم التربية

قسم علم السكان

مخابر البحث

(دليل الطالب للسنة الجامعية 2022 2023)

اولا: اداة البحث

صممنا استبياننا الكترونيا كأداة لجمع المعلومات في البحث وذلك بمرجعيه الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع البحث وقمنا بفحص صدق وثبات الاستبيان بالطرق البحثية المتبعة

ثانيا: نوع الدراسة وتقنيات البحث.

ما دامت الدراسة تتعلق بتصورات الطلبة الجامعيين طلبه العلوم الاجتماعية حول مؤثري مواقع تواصل اجتماعي فإننا فضلنا الاعتماد على الاستبيان الالكتروني حيث قمنا بطرح عده أسئلة تتماشى مع موضوع الدراسة

ثالثا: مجتمع البحث:

افراد عينه الدراسة هم الطلبة الجامعيين وبالضبط طلب بكلية العلوم الاجتماعية موزعه على عده تخصصات وقد تكونت العينة من 135 طالب بحيث تم اختيارها بطريقه عشوائية وتم توزيع استمارات الاستبيان الالكتروني عليهم بواسطة الايميلات الشخصية وكذا الصفحات الفيسبوكية بكلية العلوم الاجتماعية بجامعة وهران محمد بن احمد 2

ومن خلال الدراسة الميدانية توصلنا الى تحديد محاور الثلاثة للاستمارة هم:

المحور الاول: وسائل تواصل الاجتماعي

المحور الثاني: مؤثري السوشيال ميديا

المحور الثالث: المجتمع الجزائري مواقع التواصل الاجتماعي

النتائج النهائية للدراسة الميدانية:

خصائص عينة الدراسة:

الجدول رقم 01 توزيع افراد العينة حسب متغير الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	45	%33
انثى	90	%67
المجموع	135	%100

من خلال الجدول رقم 01 نلاحظ ان اغلب افراد العينة هم من الاناث اي هناك تفاوت في نسبه الاناث على نسبه الذكور بما يتوافق في توزيعات خاصيه الجنس في المجتمع الاحصائي للدراسة حيث بلغ تكرار الاناث 90 اي نسبه %67 ثم تليها نسبه الذكور ب 45 اي نسبه %33 ويرجع هذا التفاوت الى عزوف الذكور عن الدراسة من اجل الالتحاق بمناصب الشغل اما بالنسبة لارتفاع نسبه الاناث فهذا راجع الى تزايد الاهتمام بتعليم المرآه وزياده اقبال الاناث على التعليم والنجاح فيه

وخاصه ان الدراسة تمثل للإناث ضمان للمستقبل بالإضافة الى زياده عدد المواليد الاناث مقارنة بالذكور مما يجعل نسبه الذكور تقل في الاوساط الجامعية وفي مختلف المراحل

الجدول رقم 02 توزيع افراد العينة حسب متغير السن

النسبة المئوية	التكرار	الفئة العمرية
55,55%	75	اقل من 20-الى 40
44,45%	60	من 40_50
100%	135	المجموع

تشير نتائج الجدول ال رقم 02 المتعلق بمتغير السن من الفئة العمرية اقل من عشرون سنة الى 40 وذلك بنسبه 55.55 في حين جاءت في المرتبة الثانية الفئة العمرية من 40 الى 50 سنة بالنسبة 44.45 وهذا الترتيب منطقي لكون اكثر من نصف العينة المختارة من السنوات النهائية اعمارهم تكون اكثر من 20 سنة واقل من 40 سنة على الغالب

الجدول رقم 03 توزيع افراد العينة حسب المستوى الدراسي

النسبة المئوية	التكرار	المستوى الدراسي
10.37%	14	سنة اولى ليسانس
8.14%	11	سنة ثانيه ليسانس
17.03%	23	السنة الثالثة ليسانس
31.11%	42	سنة اولى ماستر
33.35%	45	سنة ثانيه ماستر
100%	135	المجموع

يشير الجدول رقم 03 الى توزيع طلبة كلية العلوم الاجتماعية وفقا لمستواهم التعليمي حيث نجد ان اعلى نسبة هي لطلبة السنة الثانية ماستر بنسبه 33.35% ثم تليها نسبة 31.11% لطلبة السنة الاولى ماستر ثم تليها نسبة 11.03% لطلبة السنة الثالثة لسانس ثم تليها نسبة 10.37% و 8.14% لكل من طلبت السنة الاولى والثانية ليسانس ويرجع هذا التفاوت في النسب الموجودة لدى الطلبة حسب مستواهم التعليمي الى كثره الاقسام والطلبة في السنة الثانية والاولى ماستر بخلاف سنوات الثانية والثالثة والاولى بحيث نلاحظ ان عدد الطلبة قليل داخل هذه الأقسام

الجدول رقم 04 استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	كيف تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي
59.25%	80	بشكل يومي
24.44%	33	مرتين في الأسبوع
16.31%	22	من حين الى آخر
100%	135	المجموع

يتضح من بيانات الجدول رقم 04 المتعلق بمدى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي حيث نحصل على الترتيب التالي:

بشكل يومي المرتبة الاولى بنسبه 59.25% ثم يليها مرتين في الاسبوع بنسبه 24.44% ثم يليه في المرتبة الثالثة من حين الى اخر بنسبه 16.31% وهذا يدل على اهتمام الطلبة في استخدام مواقع تواصل الاجتماعي حيث ان الطالب الجامعي يستخدم مواقع تواصل اجتماعي بشكل يومي هذا ما تجلى لنا من خلال النسبة الكبيرة من الطلاب التي تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي هذا ما يجعل الطالب الجامعي يلم بكافه المعلومات في كل الجوانب من الحياه وهذا الاخير يجعله عارفا بكل ما ينشره صناع المحتوى على السوشيال ميديا بشكل يومي حيث من بين الملاحظات المفتوحة في الاستبيان وجدنا اجابات العديد من الطلاب على انهم يوميا يقومون بفتح مواقع التواصل الاجتماعي من اجل متابعه يوميات بعض المؤثرين الذين يتابعونهم

الجدول رقم خمسة 05 انواع المنصات التي يستخدمها الطالب

النسبة المئوية	التكرار	منصات السوشيال ميديا
48.88%	66	فيسبوك
22.96%	31	يوتيوب
9.62%	13	انستقرام
18.54%	25	تيك توك
100%	135	المجموع

يتضح من بيانات الجدول رقم 05 المتعلق بمدى استخدام الطلبة لخمس من مواقع التواصل الاجتماعي ان الفيسبوك هو أكثر المواقع استخداما لدى الطلبة حيث حصل على الترتيب التالي موقع الفيسبوك في المرتبة الاولى بنسبه 48.88% ثم يليها اليوتيوب بنسبه 22.96% ثم يليه موقع التيك توك بنسبه 18.54% وفي الاخير موقع انستقرام بنسبه 9.62% وهذا الترتيب الذي احتل من خلاله الفيسبوك المرتبة الاولى راجع الى شعبيه الموقع وتزايد عدد استخدامه عبر العالم والتفاعل بين مستخدمي هذا الموقع يتم بشكل سهل وسريع وسهوله استخدامه هو ما يشجع الاقبال عليه بكثره هذا ما ترتب عنه استخدام الطلبة الجامعيين لموقع الفيسبوك بكثره لسهوله استخدامه ولان العديد من المؤثرين ينشرون اخبارهم وتنتشر كل معلوماتهم في الفيسبوك كصفحه اوليه من بين كل الصفحات والمنصات الاجتماعية وبعدها تأتي مرتبه اليوتيوب لأنه هذا الاخير يعد موقع استراتيجي هو الاخر الذين يستعملونه جل المؤثرين للنشر واستقطاب المتابعين بعدد

اكثر وعلى حسب الاجابات الطلبة وجدنا العديد من الطالبات يستعملن موقع اليوتيوب من اجل متابعه مؤثري الطبخ خاصه السيدة ام وليد

الجدول رقم 06 للأهداف الرئيسية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي

الاهداف	التكرار	النسبة المئوية
التواصل مع الاصدقاء	75	%55.55
متابعه محتوى تعليمي	16	%11.85
متابعه اخبار المشاهير	10	%7.40
التسوق عبر الانترنت	34	%25.20
المجموع	135	%100

يشير الجدول رقم 06 الى حيث نلاحظ في المرتبة الأولى الهدف هو من أجل التواصل مع الأصدقاء بنسبة %55.55 ومن أجل التسوق عبر الانترنت في المرتبة الثانية بنسبة %25.20 ثم تليها المرتبة الثالثة بغرض متابعة المحتوى التعليمي بنسبة %11.85 واخيرا متابعة اخبار المشاهير بنسبة %7.40 وهذا الترتيب يبدو منطقيا جدا بالنسبة لنا وهذا راجع الى تأثر الطلبة الجامعيين بالفضاء الازرق لتكوين الصداقات لأنها تسهل عملية التعارف وتبادل الخطابات والنقاشات والمعلومات حيث صرح لنا العديد من الطلبة خلال الاجابات المفتوحة ان الجامعيين اصبحوا مختلفين عن الطلبة سابقا حيث اصبحت لديهم صفحات فيسبوك من اجل معرفه كل مستجدات الجامعة وبالخصوص معلومات عن الكلية التابعين لها ولهم ايضا

مجموعات في الماسنجر للدردشة وتبادل المعلومات وحتى اتصالهم بالأساتذة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي ونجد مؤخرا العديد من المقاييس تدرس عن بعد وحتى امتحاناتها تكون عن بعد عبر اختبار الكتروني هذا ما سهل للطلبة الدراسة في الجامعة من جهة ومن جهة اخرى كانت الاجابات حول التسوق عبر الانترنت بالنسبة كبيره لان الطلب الجامعيين وبصفتهم دائمين التصفح عبر مواقع التواصل الاجتماعي هذا ما يجعلهم يتسوقون عبر الانترنت لسهولة العملية ووجود العديد من الاختيارات للمنتوج المراد شرائه وحتى عمليه التوصيل اصبح تتم بواسطه الانترنت وبواسطه مواقع التواصل الاجتماعي هذا ما سهل عمليه التنقل وتوصيل المنتجات للطلبة الجامعيين

الجدول رقم 07 مؤثري السوشيال ميديا

النسبة المئوية	التكرار	المؤثرين الجزائريين الاكثر شهرة
8.88%	12	خبيب
2.96%	4	انستينا
18.51%	25	نوميديا لازول
25.92%	35	نوال بريطانيا
33.33%	45	ام وليد
6.66%	9	مايا راجيل
3.74%	5	ريفكا
100%	135	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدوى رقم 07 ان اشهر المؤثرين الجزائريين تتقدمهم السيدة ام وليد في المرتبة الاولى بنسبه 33.33% ومن ثم تليها في المرتبة الثانية المغتربة السيدة نوال بريطانيا بنسبه 25.92% ثم في المرتبة الثالثة المؤثرة وميديا لازول بنسبه 18.51% وبعدها في المرتبة الرابعة المؤثر خبيب بالنسبة مئوية تقدر ب 8.88% ثم المؤثرة مايا راجلي في المرتبة الخامسة بالنسبة 6.66% ويليهما المؤثر ريفكا في المرتبة السادسة بنسبه مئوية تقدر ب 3.74% واخيرا المؤثر انستينا بنسبه مئوية تقدر 2.96% من خلال هذه النتائج يتبين لنا ان المحتوى الذي

يقدمونه المؤثرين يلعب دورا هاما في عمليه استقطاب المتابعين خاصه الطبقة المثقفة وهم الطلبة الجامعيين وبما ان اكثره العينات كانوا من الاناث هذا ما يدل على ان احتلال المرتبة الاولى المؤثرة السيدة ام وليد كان للمتابعة الساحقة للاناث لعالم الطبخ من جهة ومن جهة اخرى نجد ان العديد من الطلبة الجامعيين يتابعون وبشده يوميات المغتربة نوال بريطانیا من اجل الترفيه تارة ومن اجل بعض المعلومات التي تذكرها هذه المغتربة عن كيفية وصولها لبريطانيا وكيفية تسوية وضعيتها في هذا البلد في حين نجد ان العديد من الطالبات ايضا يتابعن اخبار الموضة والأناقة واخر صيحات المكياج من خلال متابعتهن للمؤثرة وميديا وكذا مايا راجيل في حين يذهب البعض الاخر الى متابعه المحتوى السياحي الذي يقدمه صانع المحتوى خبيب بنسبه هي الاخرى كبيره وايضا المؤثر ريفكا ويوميته المملوءة بفيديوهات الجريئة حيث زادت متابعه هذا الاخير بعد كاس افريقيا المقام في الساحل العاج 2023 من خلال الصورة الذي اعطاها للافارقة وخاصه الايفواريين عن الجزائر والجزائريين من خلال معاملته معهم في بعض من المواقف كانت مثيره ورائعة هذا ما تحدث عنه بعض من الطلبة الجامعيين وسلط الضوء عنه بانه اطفئ نار فتنه اشعلتها مؤثره اخرى بعرضها لفيديو قصير على ان الايفواريين يعيشون في ازمان اجتماعيه اقتصاديه ثقافيه سياسيه مزريه هذا ما اثار غضب المؤثرين الأفارقة وانتشر الفيديو كالنار في الهشيم وبذات اصابع العنصرية تتجه نحو كل جزائري متواجد لحضور العرس الافريقي في حين نجد ان بعد هذا الفيديو بساعات قليله خرج كل من ريفكا واصدقائه الذين كانوا معه هم الاخرين مؤثرين اجتماعيين خرجوا في الشوارع الأفريقية والاسواق وكانت معاملاتهم مع الشعب الافواري جد راقيه وهذا ما قلب راي كل مؤثري السوشيال ميديا في كوت ديفوار الى ان الجزائريين ليسوا عنصريين وهم شعب راقى ومتخلق ورائع ومتعايش مع كل جنسيات العالم من هنا نستنتج من خلال ما صرح به الطلاب الجامعيين لهذه المواقف ان المؤثر يستطيع ان ينقل الصورة الثقافية والاجتماعية لوطنه سواء ان كان داخل البلاد او خارجها بمعنى اخر المؤثر الحقيقي هو سفير لوطنه

الجدول رقم 08 المؤثرين الاكثر متابعه للطلبة الجامعيين

النسبة المئوية	التكرار	المؤثرين الأكثر متابعة
52%	70	المؤثرين الجزائريين
26%	35	المؤثرين العرب
22%	30	المؤثرين الاجانب
100%	135	المجموع

من خلال الجدول رقم 08 يتضح لنا ان الطالب الجامعي مهتم اكثر بمتابعه المؤثرين الجزائريين حيث جاءت في المرتبة الاولى بنسبه 52% وتليها في المرتبة الثانية متابعه المؤثرين العرب بنسبه 26% واخيرا المؤثرين الاجانب بنسبه 22% هذا ما يوضح لنا مدى اهتمام الطالب الجامعي بالمؤثرين المحليين الجزائريين على غيرهم من المؤثرين العرب وحتى الاجانب وهذا من خلال اجابات الطلبة الجامعي وتأثرهم بصناع المحتوى الجزائريين اكثر من المؤثرين العرب او الاجانب وهذا من خلال الحياه المشتركة التي يعيشها المؤثرين داخل الوطن الواحد

الجدول رقم 09 جنس المؤثرين الاكثر نشاطا على مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	جنس المؤثرين
14.81%	20	الرجال
59.27%	80	النساء
25.92%	35	حاله اخرى
100%	135	المجموع

يشير الجدول رقم 09 الى جنس المؤثرين الاكثر نشاطا على مواقع التواصل الاجتماعي بحيث تقدمنا النساء المؤثرات على البقية في المرتبة الاولى بنسبه 59.27% ليلها في المرتبة الثانية المؤثرين اشباها الرجال او ما يطلقون عليهم المخثون بنسبة 25.92% واخيرا في المرتبة الثالثة المؤثرين الرجال بنسبه 14.81% وهذا الترتيب يبدو غير متوازن لما اعتدناه نحن كمجتمعات محافظة حيث نجد فئة المخثين التي كانت غير معترف بها من الاساس اصبحت ترتاد مواقع التواصل الاجتماعي بكل حرية ولها متابعين حتى من الطبقة المثقفة وهم الطلبة الجامعيين هذا ما يعد من التابلوهات التي وجب تسليط الضوء عليها نحن كباحثين في علم الاجتماع فهؤلاء الطلبة الجامعيين يتابعون فئة المثليين او كما يسمونهم مؤخرا بفئة الالوان فهم منتشرون ايما انتشار في السوشيال ميديا من كوميديين او مغنيين وحتى ترويجهم للماركات النسائية والمنتجات الجمالية ومن بين الاجابات الطلبة الجامعيين انه مؤخرا اصبحت هذه الفئة تستضاف في العديد من الحفلات سواء فنيه او في بلاتوهات تلفزيونيه لاستقطاب العديد من المتابعين وهذا راجع من اساسه الى فكره كل ما هو ممنوع مرغوب اي كل شيء يخرج عن الضبط الاجتماعي وغير مألوف في تقاليدنا يكون له متابعين بأعداد هائلة

الجدول رقم 10 تقييم مؤثري السوشيال ميديا في الجزائر

النسبة المئوية	التكرار	تقييم المؤثرين في الجزائر
19.25%	26	كارثي
25.92%	35	رديء
32.59%	44	متوسط
22.24%	30	جيد
100%	135	المجموع

لقد تبين لنا من خلال الجدول رقم 10 تقييم مؤثري السوشيال ميديا في الجزائر من طرف الطلبة الجامعيين كان كالتالي:

تقدم المستوى المتوسط للتقييم في المرتبة الاولى بنسبه 32.59% ليأتي بعده في المرتبة الثانية مستوى رديء بنسبه 25.92% وبعده في المرتبة الثالثة جيد بنسبه 22.24% واخر مرتبه للمستوى الكارثي بنسبه 19.25% وهذا ما يقودنا للقول ان الطالب الجامعي يتابع محتوى المؤثرين ولكنه مدرك مستوى هذا المحتوى من خلال تقييمه هذاما تبين لنا من خلال اجابات الطلبة الجامعيين حيث ان متابعتهم لمحتوى المؤثرين ليس بالضرورة هو تمثيل لمولاتهم الشخصية وانما هو فضول لمتابعه هؤلاء المؤثرين ولكون طلبه الجامعيين من الطبقة المثقفة في المجتمع يتبين لنا مدى ادراكهم لصناع المحتوى وما يقدمونه

الجدول رقم 11 المجتمع الجزائري ومؤثري السوشيال ميديا

النسبة المئوية	التكرار	مؤثري السوشيال ميديا يلعبون دورا هاما في تشكيل الرأي العام
35%	48	نعم
24%	32	لا
41%	55	احيانا
100%	135	المجموع

يتضح من بيانات الجدول رقم 11 دور مثيري السوشيال ميديا في تشكيل الرأي العام حيث ان الطلاب الجامعيين صنفوا هذا الدور على النحو التالي

في المرتبة الاولى احيانا بنسبه 41% ويليه في المرتبة الثانية نعم بنسبه 35% وفي الاخير لا بنسبه 24% وهذا راجع لترتيب نتائج الجدول ومن خلال هذه النتائج يتبين لنا ان مؤثري السوشيال ميديا يلعبون دورا هاما في تشكيل الرأي العام وهذا على حسب راي الطلبة الجامعيين في الأسئلة المفتوحة في الاستبيان الالكتروني حيث صرح العديد من الطلبة على ان هؤلاء المؤثرين يستطيعون قياده الرأي العام خاصه اذا كان صانع المحتوى يتميز بخصائص تجعله يؤثر في الرأي العام مثلا ما تعاشنا معه في ايام الحراك حيث خرج العديد من المؤثرين كانوا داخل الوطن او خارجه لتوجيه الرأي العام والمطالبة بتغيير النظام وبطريقه سلميه حتى نجد ان البعض منهم اخرج فيديوهات او كليببات يتحدث فيها عن فساد النظام والمطالبة بتغييره بطريقه هادئة وعدم تحريض الشعب لأثارة الفوضى داخل المجتمع هذا من خلال اجوبه الطلاب الجامعيين حيث تأكد لنا ان الحراك الجزائري لتغيير النظام كان الاكثر سلميا في العالم باسره

الجدول رقم 12 المؤثرون وصوره الثقافة الجزائرية

النسبة المئوية	التكرار	المؤثرين يساهمون في نقل صورة الثقافة الجزائرية
51.84%	70	نعم
28.14%	38	لا
20%	27	احيانا
100	135	المجموع

من خلال الجدول رقم 12 نجد أن مؤثري السوشيال ميديا يساهمون في نقل صورة الثقافة الجزائرية بحسب الطلاب الجامعيين على الشكل الآتي:

في المرتبة الأولى نعم بنسبة 51.84 % وبعدها في المرتبة الثانية لا بالنسبة 28.14% وفي المرتبة الأخيرة احيانا بالنسبة 20% وهذا لتوضيح ان مؤثرين السوشيال ميديا هم حقا يشاركون في نقل صور الثقافة من خلال محتوهم حيث نجد ان العديد من المؤثرات خاصه النساء يسافرن الى الشرق الاوسط بالضبط في الامارات وكن اول من عرضنا الازياء والألبسة التقليدية الجزائرية وذلك حمايه للتراث الجزائري الذي اراد البعض من الدول المجاورة سرقه كل ما هو تقليدي وجزائري ونسبه اليهم فمن خلال المؤثرات تعرف العالم الخارجي على هذه الألبسة التقليدية الجزائرية وكذا الحلي الجزائري حتى ان البعض من المؤثرات قد سلطن الضوء على الحلية الجزائرية وذلك من خلال هذه العروض وحتى الكليبات الجزائرية هذا ما صرح به العديد من الطالبات الجامعيات بان المؤثر يستطيع ان يساهم في نقل الصورة الثقافية الجزائرية بشكل كبير جدا وهذا ما نفتخر به

الجدول رقم 13 تأثير السوشيال ميديا على التواصل بين الطلاب الجامعيين

النسبة المئوية	التكرار	تأثير استخدام السوشيال ميديا على تواصل مع الزملاء بالجامعة
72.59%	98	نعم
18.51%	25	لا
8.88%	12	احيانا
100%	135	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول رقم 13 ماذا تأثير استخدام السوشيال ميديا على التواصل مع الزملاء بالجامعة حيث نجد في المرتبة الاولى نعم بنسبه 72.59% و يليها لا بنسبه 18.51% وفي المرتبة الأخيرة احيانا ب 8.88% هذا ما يوضح ان التواصل داخل الجامعة بين الطلاب يكون من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وذلك من خلال سهوله استعمال هذه المواقع والسرعة في التواصل بين الزملاء داخل الجامعة او خارجها من خلال التطبيقات المجانية التي توفر خدمات كثيره ومتنوعه للطلبة وتبادل المعارف والمعلومات بينهم من خلال مجموعات الماسنجر التي يتواصلون فيها بشكل يومي بينهم وبين الطلاب وحتى الأساتذة لمعرفة جدول الامتحانات وكذا نقاط المقاييس المدرسة في الجامعة وهذه تصريحات كانت للطلبة الجامعيين وهم جد مرتاحين لهذه المواقع او استخدامات السوشيال ميديا لتسهيل معاملاتهم بينهم داخل الجامعة

الجدول رقم 14 المؤثرون وسلطة الضبط في الجزائر

النسبة المئوية	التكرار	ان الحكومة الجزائرية يجب ان تفرض قوانين لرقابه المحتوى وصناعه على وسائل التواصل الاجتماعي
88.88%	120	نعم
3.70%	5	لا
7.40%	10	ربما
100%	135	المجموع

يبين الجدول رقم 14 راي الطلاب من خلال فرض الحكومة الجزائرية قوانين الرقابة لصناع المحتوى على مواقع التواصل الاجتماعي حيث نجد في المرتبة الاولى وبالنسبة فائقة تقدر ب 88.88% كان رايهم بنعم وفي المرتبة الثانية ربما بنسبه 7.40% وفي المرتبة الثالثة لا بنسبه 3.70% هذا ما يدل على ان مجمل الطلاب كان عندهم نفس الراي الذي يتمحور حول فرض قوانين صارمه لمؤثري السوشيال ميديا والمحتوى الذي يقدمونه ومن خلال اجابات الطلاب اتضح لنا ان العديد من مؤثري السوشيال ميديا قد خرجوا عن الضبط الاجتماعي في محتوياتهم ووجب على الدولة فرض قوانينها للحد من تفشي الآفات الاجتماعية خاصة ان المتابعين هؤلاء قد يكونون من الشباب الصاعد الذي يتواتر بصفه سريعة بمحتوى هؤلاء المؤثرين مما سبق يمكننا استخلاص ما يلي:

من خلال المحور الاول الذي يتعلق بوسائل التواصل الاجتماعي

بحديثنا عن استخدام وسائل تواصل الاجتماعي فان الطلبة الجامعيين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بشكل يومي ومتواصل حيث اصبحت هذه المواقع تمثل ثقلا اساسيا في حياه الطالب الجامعي حيث يتصدر هذه المواقع بشكل رئيسي منصة الفيسبوك بنسبه كبيره لسهوله استخدامها ومجانيه استعمالها حيث ان الطالب الجامعي يستعملها كاداه ربط بينه وبين زملائه في الجامعة حيث يكون في تواصل دائم من خلال تبادل المعلومات والمعارف والاخبار وجداوي الامتحانات والنتائج واستفادتهم من الصفحات الفيسبوكية لا داره كليه العلوم الاجتماعيه وذلك من خلال تواصلهم للاطلاع على الاعلانات التي تنشرها إدارة الجامعة على الصفحات التابعة لها عبر موقع الفيسبوك وهي صفحات رسميه والطلبة مجبرين على متابعه هذه الصفحات وهذا راجع لفائدة الطالب وتلقي المعلومات في وقتها من اعلان لتوقيت الامتحانات وكذا نتائج الامتحانات او اي معلومة تنشر حيث نجد ان الجامعة الجزائرية اصبحت تسير على الركب العالمي في رقمته الإدارة من خلال تطبيق البر وجراس حيث اصبح كل طالب لديه حساب الكتروني يستطيع من خلاله التطلع على النتائج الامتحانات والتقييم المكتسبات خلال السنه الدراسية الجامعية بكل سهوله هذا ان دل على شيء فهو يدل دور مواقع التواصل الاجتماعي او السوشيال ميديا في الحياه الطالب الجامعي والتسهيلات التي تقدمها له.

من خلال المحور الثاني الذي يتعلق بمؤثر السوشيال ميديا

استطعنا من خلال النتائج الاستبيان على الوقوف على اكثر المؤثرين الجزائريين شهره فكانت اول مؤثره يتابعونها الطلبة الجامعيين وخاصة الطالبات منهم هي السيدة ام وليد بنسبه كبيره وذلك لسهوله كفيها في الطبخ وتبسيطها للمقادير هذا ما ادى للعدد الهائل من المتابعين اذ وصل عدد متابعيها الى 11 مليون متابع هذا من جهة ومن جهة اخرى فقط رتبنا هؤلاء المؤثرين الاكثر شهره على حسب النسبة التي تبينت من خلال نتائج الاستبيان وقد تطرقنا الى ان الطلبة الجزائريين يتابعون المؤثرين المحليين اكثر من المؤثرين العرب او الاجانب وتطرقت الدراسة ايضا الى نقطه مهمه وهي ان ظهور نوع اخر من المؤثرين الاكثر نشاطا على مواقع التواصل الاجتماعي بعد فئه

النساء وهي فئة المخنثين وانتشارها بكثرة من خلال المتابعين لهؤلاء الفئة حيث ان الطالب الجامعي يتابع هؤلاء وهذا ما يجعلنا ان نوضح امرا الا وهو الطبقة المثقفة تتابع هؤلاء المؤثرين اصحاب الالوان ولكنهم في نفس الوقت يقيمونهم بالمستوى المتدني اذا الطالب الجامعي متفتح على كل ما هو موجود على السوشيال ميديا من مؤثرين ولكنه في ذات الوقت متمكن او مدرك لمحتوى هؤلاء من خلال تقييمهم في الاستبيان الالكتروني

من خلال المحور الثالث الذي يتعلق بالمجتمع الجزائري ومؤثري السوشيال ميديا

يمكننا القول ان صناع المحتوى في السوشيال ميديا يلعبون دورا هاما في تشكيل الراي العام حيث انهم يصبحون قادة راي من خلال تأثر الطلبة الجامعيين بهم وبمحتواهم فمنهم من صنّفهم على انهم مؤثرين ايجابيين ومنهم من صنّفهم على انهم مؤثرين سلبيين هذا على غرار ما توصلنا اليه الى ان الطلّب الجامعيين متوافقون اغلبيتهم على ان المؤثر يساهم في نقل صورته الثقافة الجزائرية داخل الوطن وخارج الوطن وكما سبق لنا وذكرنا ان المؤثر هو سفير لبلده في العالم وقد تطرقنا من خلال نتائج الاستبيان الى ان الطالب الجامعي يتواصل مع زملائه بالجامعة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي بنسبه كبيره حيث تعد هذه المواقع وسيله اساسيه ورئيسيه للتواصل بين الطلبة وكذا استندتهم والإدارة الخاصة بهم في الجامعة ومن خلال هذا المحور تطرقنا ايضا الى ان معظم الطلبة الجامعيين يعتقدون ان الحكومة الجزائرية وجب عليها ان تفرض قوانين لرقابه المحتوى وصناعه على وسائل التواصل الاجتماعي لما لهم من تأثيرات قد تكون بالسلب على شباب المستقبل حيث ان سلطه الضبط في المجتمع تمنع هؤلاء المؤثرين من زياده تفشي الآفات والظواهر الاجتماعية الغير مرغوب فيها وذلك بالصرامة القانونية التي تفرضها الدولة عليهم

خاتمة:

من خلال النتائج التي رصدناها من اجابات الطلبة الجامعيين توصلنا الى ان الاستخدام الكبير للسوشيال ميديا الترا سلبا ايما تأثير على سلوكيات وقيم الطلبة الجامعيين من خلال ما ينشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي من قيم وسلوكيات اجتماعيه هذا ما ادى الى الخلل في العلاقات الأسرية والاجتماعية وخلق عده مشاكل نفسيه من خلال ما يتابعونه الطلبة الجامعيين من محتوى صناع الميديا وتأثرهم بهم من خلال العزلة الاجتماعية للطلبة والجرائم الإلكترونية المنتشرة بكثرة في الآونة الأخيرة حيث انه قد انتشر فيديو لتعدي اخ على اخته مؤثره في بث حي وطعنه لها في الرقبة الامر الذي ادى الى وفاتها هذا ما يقودنا الى تسليط الضوء على ظاهره التعدي والقتل والجرائم الإلكترونية وكذا ضياع الوقت بالنسبة للطلاب الجامعيين من خلال استخدامهم الكبير للسوشيال ميديا والانحلال الاخلاقي ونشر افكار السلبية بين الشباب الجامعي وتغشي ظاهره الانتحار كما نراها في الاقامات الجامعية مؤخرا وكاد ظهور لغة جديده اسماها الطلبة الجامعيين باللغة الركيكة بينهم هذا ما يبين التأثير الواضح للمؤثرين ومواقع التواصل في سلوكيات الطلبة الجامعي.

من خلال النتائج توصلنا الى ان المؤثرين والسوشيال ميديا يساهمون فعلا في ترك الاثر الايجابي في العلاقات والسلوكيات للطلبة الجامعيين بحيث دعمت هذه الأخيرة اوساط الشباب الجامعي بالدعم وتعزيز جملة من القيم الاجتماعية وترسيخها في الطلبة كالعامل الجماعي والترابط الاسري حيث اغلب الطلبة كونوا علاقات اجتماعيه من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وحتى انهم تأثروا بمحتوى الذي ينشرونه صناع المحتوى من ترابط وتأخي من خلال الحملات الخيرية وبين الطلاب حتى انهم اصبحوا اكثر جراه في المناقشة مختلف المواضيع من خلال كسبهم للطاقة الإيجابية التي يروجونها المؤثرين الايجابيين في المجتمع وتواصل الطلبة فيما بينهم من خلال ممارسه انشطتهم في جمع المعلومات في اقل وقت وبطرق سهله ومساعدته الشباب الجامعي على نشر

الافكار والابداعات العديد من المشاريع وخلق بيئة مستدامه عنوانها التأثير الايجابي ينشر السلوك
الإيجابي.

قائمة المراجع:

مها حامد جنيديا الطبعة الاولى محافظه كفر الشيخ ناصر دار العلم والايمان والنشر والتوزيع 2018
صفحه 34 35

ابو هناء عبد الله السواح الجندي فتح ملك الملوك في معرفه حكم التيك توك بروكلين نيويورك
امريكا 2021 صفحه 3

المعجم العربي الاساسي لاروس المنظمة العربية والثقافية والعلوم 1990 صفحه 144

محمد الجوهري المدخل الى علم الاجتماع كليه الآداب جامعه القاهرة 2006 صفحه 32 33

سلوى عبد الحميد الخطيب نظره في علم الاجتماع المعاصر دار الموسوعة للنشر والتوزيع 2017
صفحه 41 42

حسن عبد الرزاق منصور بناء الانسان الطبعة الثانية عمان الاردن امواج للنشر والتوزيع 2013
صفحه 187

عبد الهادي عبد الحليم مقدمه في علم الاجتماع الطبعة الاولى دار النهضة العربية القاهرة 2008
صفحه 60

مركز المحتسب للاستشارات دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب تويتر نموذجا الطبعة
الاولى دار المحتسب للنشر والتوزيع الرياض 1438 هجري صفحه 16

ماهر عوده الشمالية واخرون الاعلام الرقمي الجديد دار الاعصار للنشر والتوزيع عمان طبعه
الاولى 2015 صفحه 200

الموسوعة العربية العالمية مؤسسه أعمال الموسوعة للنشر والتوزيع الرياض المملكة العربية السعودية
1999 صفحه 25

محمد منير موسى الاتجاهات الحديثة في التعليم الجامعي عالم الكتب القاهرة 2022 صفحه 9

زاهر راضي استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي مجله التربية عدد 15 جامعه عمان الأهلية عمال 2003 صفحه 23

عباس مصطفى صادق الاعلام الجديد دراسة في مداخله النظرية وخصائصها العامة البوابة العربية لعلوم الاعلام والاتصال 2011 صفحه تسعه

مورس انجلوس منهجيه البحث العلمي دار القصبة للنشر الجزائر 2006 صفحه 114

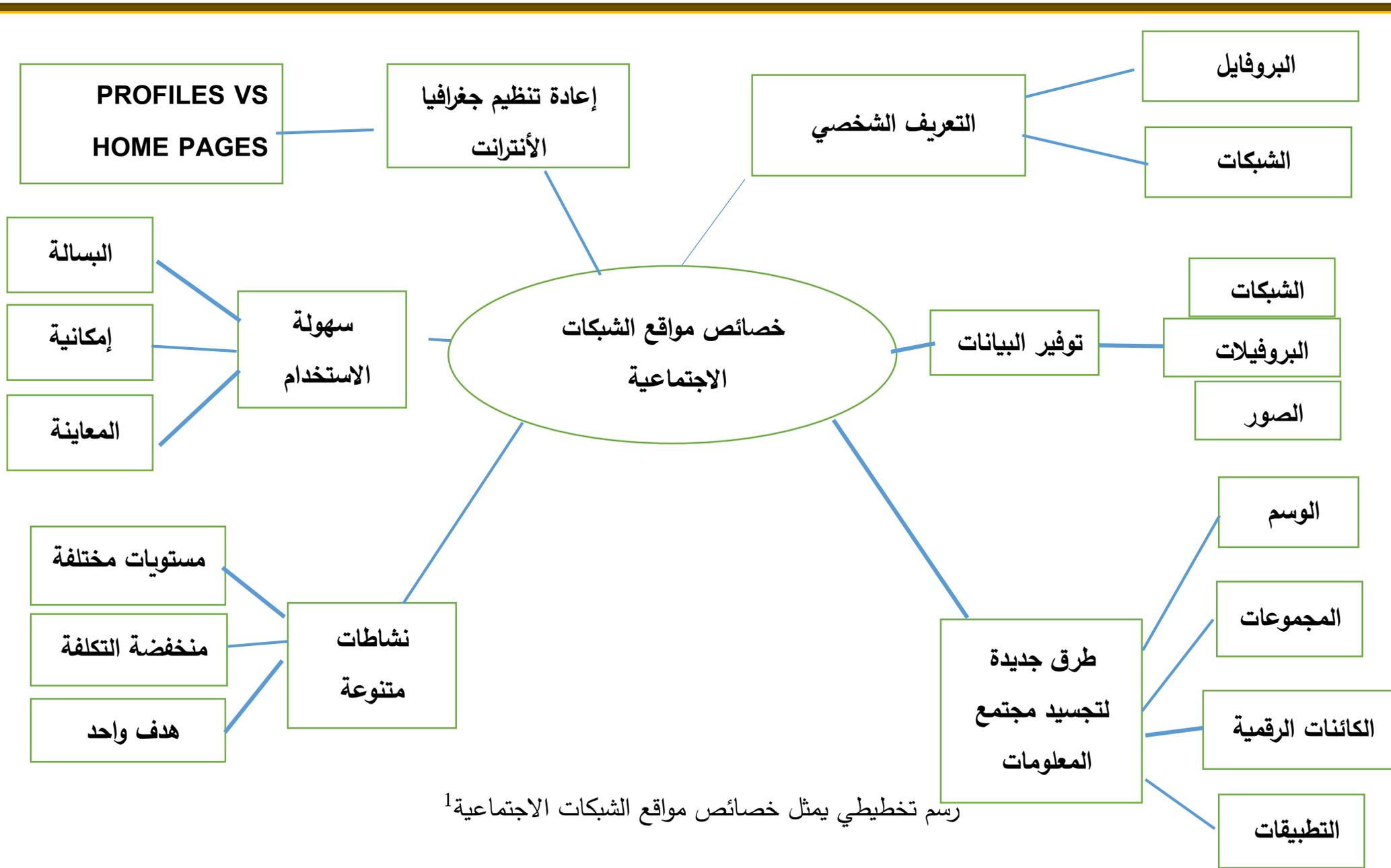
شريف نافع ديسمبر 2019 استخدام مؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي في الحملات الإعلانية المحلية المصرية لبحوث الصحافة 18 الصفحات 137 190

محرم محمد مصطفى رفعت اكتوبر 2020 تقييم فاعليه اساليب التوثيق التأثير عبر مواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي مجله البحوث الإعلامية الصفحات 371 404

اسماء مخلوق 2019 مذكره ماستر دور مواقع التواصل الاجتماعي في تسويق المنتجات اليدوية للمرأة الماكثة في البيت بسكره قسم العلوم الإنسانية كليه العلوم الإنسانية والاجتماعية جامعه محمد حيدر بسكره

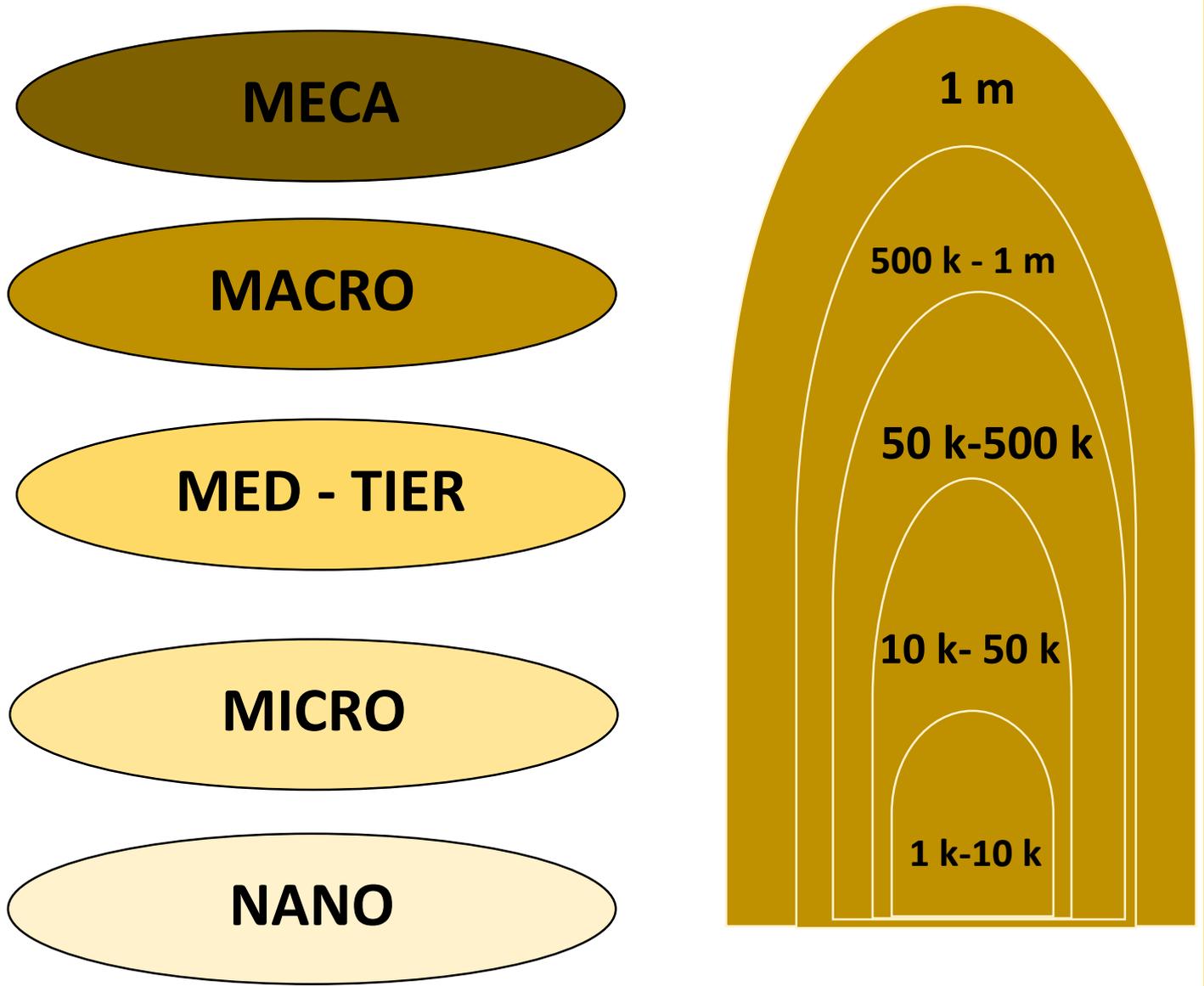
ياسمينه جواهر وطارق محمد علي 2020 مذكره شهادة الماستر في علوم الاتصال تخصص الاتصال وعلاقات عامه دور المؤثرين في التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي البويرة قسم كليه العلوم الاجتماعية والإنسانية جامعه اكلي محمد او لحاج.

قائمة الملاحق



رسم تخطيطي يمثل خصائص مواقع الشبكات الاجتماعية¹

¹ - مريم نرمان استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيرات العلاقات الاجتماعية مذكرة الماجستير في العلوم الإعلام والاتصال جامعة باتنة 2011 يوم التصفح 2024/02/01



رسم توضيحي لتصنيف المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي¹

¹ - تونسي أمين مهدي (2021) مذكرة ماستر في العلوم التجارية، أثر التسويق بالمؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية البصرية للعلامة التجارية من منظور المستهلكين جامعة أم بالواقى يوم التصفح 2024/02/02

المعلومات الشخصية

- الاسم :

- السن :

- الجنس : ذكر انثى

- المستوى الدراسي :

وسائل التواصل الاجتماعي:

- هل نستخدم وسائل التواصل الاجتماعي؟

- بشكل يومي -مرتين في الأسبوع -من حين الى اخر

- ماهي المنصات التي نستخدمها بشكل رئيسي؟

- فيسبوك - تويتر -انستغرام - أخرى أذكرها

❖ ماهي الأغراض الرئيسية لاستخدامك لوسائل التواصل الاجتماعي؟

- التواصل مع الأصدقاء - متابعة محتوى تعليمي

- متابعة أخبار المشاهير - التسوق عبر الأنترنت

- أخرى أذكرها

.....

❖ من هم المؤثرون الجزائريين الأكثر شهرة وشعبية في الجزائر؟

.....←

❖ هل تفضل متابعة المؤثرين أكثر او المؤثرين العرب أو الأجانب؟ ولماذا؟

.....←

❖ من هم المؤثرين الأكثر نشاط على مواقع التواصل الاجتماعي؟

الرجال - النساء - حالة أخرى أذكرها

❖ كيف تقيم مؤثرين السوشيل ميديا في الجزائري ؟

.....←

المجتمع الجزائري ومؤثرين الصوشيل ميديا :

❖ مؤثري الصوشيل ميديا يلعبون دورا هاما في تشكيل الرأي العام ؟

نعم - لا - أحيانا

❖ هل تعتقد أن المؤثرين يساهمون في نقل صورة ثقافية الجزائرية؟

نعم - لا - أحيانا

❖ هل يؤثر استخدامك للصوشيل ميديا على تواصلك مع زملائك بالجامعة؟

نعم - لا - أحيانا

❖ هل تعتقد أن الحكومة الجزائرية يجب أن تفرض قوانين لرقابة المحتوى وأضاعه على

وسائل التواصل الاجتماعي؟

نعم لا ربما

❖ آراء وتعليقات إضافية:

.....←

.....

.....