



بسكرة في 2024/05/05

الاسم واللقب الأستاذ المشرف: حفيظي نهلة

الرتبة: أستاذ مساعد أ

المؤسسة الأصلية: جامعة محمد خيضر بسكرة

## الموضوع: الإذن بالإيداع

أنا الممضي أسفله الأستاذ (ة) حفيظي نهلة وبصفتي مشرفا على مذكرة الماستر للطالبين: (ة)

1- عيطور سمية

2- بخاري رفيدة

في تخصص: اتصال وعلاقات عامة

والموسومة: ب صورة المرأة الجزائرية من خلال المؤثرات عبر شبكات التواصل الاجتماعي  
-دراسة ميدانية على عينة من الطالبات المتابعات لصفحة اميرة ريا (Amira Riaa) على  
شبكة الانستغرام- والمسجل بقسم العلوم الإنسانية، شعبة علوم الاعلام والاتصال، أقر بأن  
المذكرة قد استوفت مقتضيات البحث العلمي من حيث الشكل والمضمون، ومن ثمة أعطي  
الإذن بإيداعها.

إمضاء المشرف



جامعة محمد خيضر بسكرة  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم العلوم الإنسانية

# مذكرة ماستر

الشعبة: علوم الإعلام والاتصال  
التخصص: اتصال و علاقات عامة

إعداد الطالبتين:

عيطورسمية

بوخاري رفييدة

نُوقشت وأُجيزت يوم: 2024/06/12

## صورة المرأة الجزائرية من خلال المؤثرات عبر شبكات التواصل الاجتماعي

دراسة ميدانية على عينة من الطالبات المتابعات لصفحة اميرة ريا (Amira Riaa)  
على شبكة الانستغرام

### لجنة المناقشة

رئيسا	أمس أ	جامعة بسكرة	بشير الدين مرغاد
ممتحنا	أمح أ	جامعة بسكرة	محمد طه فريجة
مشرفا ومقررا	أمس أ	جامعة بسكرة	حفيظي نهلة

السنة الجامعية: 2024/2023



# شكر و عرفان

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على أشرف المرسلين نبينا وحبیبنا  
محمد وعلى أصحابه أجمعين، أما بعد

نحمد الله سبحانه وتعالى ونشكره على توفيقنا في انجاز هذه المذكرة،

فهو ذو الفضل العظيم وما توفقنا إلا بالله، ثم نتقدم بأسمى معاني الشكر والامتنان  
والتقدير إلى الأستاذة المشرفة حفيظي نهلة على كل المجهودات والتوجيهات و  
النصائح القيمة التي قدمها لنا والتي شرفتنا بمتابعتها طوال مدة انجاز هذا العمل.

كما يشرفني أن أتقدم بخالص الشكر لأستاذة لجنة المناقشة لقبولهم مناقشة  
مذكرتي وهو ما نعتبره شرفاً كبيراً في إثراء هذه الدراسة.

وأخيراً أتقدم بجزيل الشكر لكل من ساعدنا ودعمنا من قريب أو بعيد ولو بكلمة  
طيبة.

فكل هؤلاء لكم منا كامل الشكر والعرفان.

### المخلص باللغة العربية:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على صورة المرأة الجزائرية من خلال المؤثرات عبر شبكات التواصل الاجتماعي، من خلال إجراء دراسة على عينة من الطالبات المتابعات لصفحة أميرة ريا على شبكة الانستغرام، معتمدين في ذلك على المنهج المسحي الوصفي كون أن هذه الدراسة تنطوي تحت البحوث الوصفية، و لقد تم الاعتماد على أداة الاستبيان لجمع البيانات و تحليلها و المقسم إلى خمسة محاور :

- دوافع تعرض المرأة نحو استخدام شبكة الانستغرام .
  - أبرز المضامين المنشورة عبر صفحة أميرة ريا ذات العلاقة بالمرأة الجزائرية.
  - مدى تلبية المضامين التي تنشر عبر صفحة أميرة ريا لرغبات و احتياجات المرأة الجزائرية .
  - انعكاسات المضامين المنشورة عبر صفحة أميرة ريا على سلوك المرأة الجزائرية .
  - أشكال الصورة التي تقدمها أميرة ريا عبر شبكة الانستغرام .
- حيث تم توزيعها على 50 مفردة اختيرت بطريقة قصدية، و قد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها :
- أن معظم النساء تستخدم شبكة الانستغرام بدافع التواصل الاجتماعي و التعبير عن الذات .
  - أظهرت الدراسة أن أغلب المضامين المنشورة عبر صفحة أميرة ريا تلبية احتياجات و رغبات المرأة الجزائرية .
  - كشفت الدراسة أن الصورة التي تقدمها أميرة ريا عبر شبكة الانستغرام غير واقعية و لا تمثل التحديات التي تواجهها المرأة الجزائرية.

---

## Résumé

Cette étude vise à comprendre l'image de la femme algérienne à travers les influenceurs sur les réseaux sociaux, en menant une enquête sur un échantillon d'étudiantes suivant la page d'Amira Ria sur Instagram, en utilisant la méthode de l'enquête descriptive puisque cette étude relève des recherches descriptives. L'outil de questionnaire a été utilisé pour la collecte et l'analyse des données, divisé en cinq axes principaux :

- Les motivations des femmes pour utiliser Instagram.
- Les contenus les plus marquants en lien avec les femmes algériennes publiés sur la page d'Amira Ria.
- La mesure dans laquelle les contenus publiés sur la page d'Amira Ria répondent aux désirs et besoins des femmes algériennes.
- Les impacts des contenus publiés sur la page d'Amira Ria sur le comportement des femmes algériennes.
- Les types d'images présentées par Amira Ria sur Instagram.

Le questionnaire a été distribué à 50 personnes sélectionnées intentionnellement. L'étude a abouti à plusieurs conclusions, dont les plus importantes sont :

- La plupart des femmes utilisent Instagram pour la communication sociale et l'expression de soi.
- L'étude a montré que la majorité des contenus publiés sur la page d'Amira Ria répondent aux besoins et désirs des femmes algériennes.
- L'étude a révélé que l'image présentée par Amira Ria sur Instagram est irréaliste et ne représente pas les défis auxquels les femmes algériennes sont confrontées.

## -/ محتويات الدراسة

رقم الصفحة	الموضوع:
	شكر و عرفان
	ملخص باللغة العربية
	Résumé
	محتويات الدراسة
	قائمة الجداول
	قائمة الأشكال
أ-ب	مقدمة
الجانب المنهجي للدراسة	
03	إشكالية الدراسة.
03	تساؤلات الدراسة.
05	أسباب اختيار الموضوع.
05	أهداف الدراسة.
05	أهمية الدراسة
06	مفاهيم الدراسة.
09	دراسات سابقة.
13	منهج الدراسة.
15	أدوات الدراسة
17	مجتمع البحث وعينة الدراسة
الجانب النظري	
21	تمهيد

21	المبحث الأول: شبكات التواصل الاجتماعي
21	المطلب الأول: تعريف شبكات التواصل الاجتماعي
22	المطلب الثاني: نشأة شبكات التواصل الاجتماعي
24	المطلب الثالث: خصائص و مكونات شبكات التواصل الاجتماعي
27	المطلب الرابع: أنواع شبكات التواصل الاجتماعي
29	المطلب الخامس: مجالات شبكات التواصل الاجتماعي
30	المبحث الثاني: Instagram
30	المطلب الأول: تعريف Instagram
30	المطلب الثاني: نشأة Instagram
31	المطلب الثالث: خصائص Instagram
32	المطلب الرابع: ايجابيات و سلبيات Instagram
35	المبحث الثالث: المؤثرون الاجتماعيون
35	المطلب الأول: تعريف المؤثرون الاجتماعيون
36	المطلب الثاني: أنواع المؤثرون الاجتماعيون
37	المطلب الثالث: لمحة تاريخية عن المؤثرون الاجتماعيون
38	المطلب الرابع: خصائص المؤثرون الاجتماعيون
40	المطلب الخامس: مجالات المؤثرون الاجتماعيون
الدراسة الميدانية	
45	تمهيد
46	عرض وتحليل النتائج الخاصة بخصائص عينة الدراسة
46	عرض وتحليل نتائج البيانات الشخصية
51	عرض وتحليل نتائج المحور الأول

51	الجداول البسيطة
56	الجداول المركبة
57	عرض وتحليل نتائج المحور الثاني
57	الجداول البسيطة
63	الجداول المركبة
64	عرض وتحليل نتائج المحور الثالث
71	الجداول البسيطة
72	الجداول المركبة
72	عرض وتحليل نتائج المحور الرابع
81	الجداول البسيطة
82	الجداول المركبة
82	عرض وتحليل نتائج المحور الخامس
90	الجداول البسيطة
92	الجداول المركبة
92	تفسير النتائج
92	نتائج المحور الأول
94	نتائج المحور الثاني
94	نتائج المحور الثالث
94	نتائج المحور الرابع
94	نتائج المحور الخامس

ج	خاتمة
د-ح	قائمة المصادر، والمراجع
	الملاحق

-/قائمة الأشكال:

الصفحة	عنوان الشكل
46	توزيع العينة حسب الجنس
47	توزيع العينة حسب السن
48	توزيع العينة حسب المستوى التعليمي
49	توزيع العينة حسب الحالة الاجتماعية
50	توزيع العينة حسب الوضعية المهنية
51	هل تستخدمين شبكة الانستغرام
52	هل تمتلك حساب في شبكة الانستغرام
53	تستخدم شبكة الانستغرام لأنها
54	ما هي الميزات التي تستفيد منه
56	تستخدم شبكة الانستغرام بدافع
57	ما هو نوع المحتوى الذي تقدمه أميرة ريا صفحتها على الانستغرام؟
57	هل أنت راض عن المحتوى المقدم عبر صفحة أميرة ريا على الانستغرام؟
58	هل المحتوى المقدم عن المرأة يصور بشكل جاد وحقيقي؟
59	كيف ترى المضامين التي تنشر عبر صفحة أميرة ريا؟
60	ماهي المضامين المنشورة عبر صفحة أميرة ريا؟

61	هل تعتمد على صفحة أميرة ريا للحصول على الأخبار والمعلومات؟
63	ماهي المواضيع التي تثير انتباهك عبر الصفحة؟
64	1 هل المضامين التي تنشر عبر صفحة أميرة ريا تلبي لك الاحتياجات
65	المضامين التي تنشر عبر الصفحة أتاح لك؟
66	هل تحقق لك تلك المضامين من إشباعات شخصية؟
67	ماهي الإشباعات المحققة لديك من خلال متابعتك لصفحة أميرة ريا؟
68	هل سلوك المرأة من خلال المحتوى المقدم عبر صفحة أميرة ريا؟
71	هل الانطباعات المشكلة عن المرأة الجزائرية من خلال المحتوى المنشور عبر صفحة أميرة ريا؟
72	هل المحتوى المقدم عبر الصفحة يعكس صورة المرأة الجزائرية ويعبر عنها؟
73	ما هي السلوكيات الناتجة عن تعرض المتابعة لصفحة أميرة ريا
74	هل تساهم المضامين المنشورة عبر الصفحة باكتساب معارف علمية؟
75	هل تساعد هذه المضامين في اكتساب مهارات، أفكار، خبرات جيدة؟
76	هل تساعد المضامين المنشورة عبر صفحة أميرة ريا بتتمية شخصيتك وتطوير ذاتك؟
78	ما هي الصورة المقدمة حول المرأة؟
79	تجسد مضامين أميرة ريا الواقع الفعلي للمرأة الجزائرية؟

80	هل المضامين المنشورة عبر صفحة أميرة ريا تعالج بموضوعية قضايا المرأة الجزائرية؟
81	تتعرض صورة المؤثرة الاجتماعية أميرة ريا على صورة المرأة الجزائرية؟
82	تعمل مضامين صفحة المؤثرة الناشطة أميرة ريا على تجسيد فكرة الحركة النسوية التحررية؟
83	أبرز الانعكاسات الإيجابية لمضامين أميرة ريا عبر شبكة الانستغرام؟
84	أبرز الانعكاسات السلبية لمضامين أميرة ريا على شبكة الانستغرام؟

-/قائمة الجداول:

الصفحة	عنوان الجدول
46	توزيع العينة حسب الجنس
47	توزيع العينة حسب السن
48	توزيع العينة حسب المستوى التعليمي
49	توزيع العينة حسب الحالة الاجتماعية
50	توزيع العينة حسب الوضعية المهنية
51	هل تستخدمين شبكة الانستغرام
52	هل تمتلك حساب في شبكة الانستغرام
53	تستخدم شبكة الانستغرام لأنها

54	ما هي الميزات التي تستفيد منه
56	تستخدم شبكة الانستغرام بدافع
57	تستخدم شبكة الانستغرام بدافع
57	ما هو نوع المحتوى الذي تقدمه أميرة ريا صفحتها على الانستغرام؟
58	هل أنت راض عن المحتوى المقدم عبر صفحة أميرة ريا على الانستغرام؟
59	هل المحتوى المقدم عن المرأة يصور بشكل جاد وحقيقي؟
60	كيف ترى المضامين التي تنشر عبر صفحة أميرة ريا؟
61	ماهي المضامين المنشورة عبر صفحة أميرة ريا؟
63	هل المحتوى المقدم عن المرأة يصور بشكل جاد وحقيقي
64	هل تعتمد على صفحة أميرة ريا للحصول على الأخبار والمعلومات؟
65	ماهي المواضيع التي تثير انتباهك عبر الصفحة؟
66	1 هل المضامين التي تنشر عبر صفحة أميرة ريا تلبي لك الاحتياجات الآتية:
67	المضامين التي تنشر عبر الصفحة أتاح لك؟
68	هل تحقق لك تلك المضامين من إشباعات شخصية؟
71	ماهي الإشباعات المحققة لديك من خلال متابعتك لصفحة أميرة ريا؟
72	هل تعتمد على صفحة أميرة ريا للحصول على الأخبار والمعلومات؟
73	هل سلوك المرأة من خلال المحتوى المقدم عبر صفحة أميرة ريا؟

74	هل الانطباعات المشكلة عن المرأة الجزائرية من خلال المحتوى المنشور عبر صفحة أميرة ريا؟
75	هل المحتوى المقدم عبر الصفحة يعكس صورة المرأة الجزائرية ويعبر عنها؟
76	ما هي السلوكيات الناتجة عن تعرض المتابعة لصفحة أميرة ريا
77	هل تساهم المضامين المنشورة عبر الصفحة باكتساب معارف علمية؟
78	هل تساعد هذه المضامين في اكتساب مهارات، أفكار، خبرات جيدة؟
79	هل تساعد المضامين المنشورة عبر صفحة أميرة ريا بتنمية شخصيتك وتطوير ذاتك؟
80	هل متابعتك لصفحة أميرة ريا غير من سلوكك وطريقة تفكيرك؟
81	هل تساهم المضامين المنشورة عبر الصفحة باكتساب معارف علمية؟
82	ما هي الصورة المقدمة حول المرأة؟
83	تجسد مضامين أميرة ريا الواقع الفعلي للمرأة الجزائرية؟
84	هل المضامين المنشورة عبر صفحة أميرة ريا تعالج بموضوعية قضايا المرأة الجزائرية؟
85	تتعرض صورة المؤثرة الاجتماعية أميرة ريا على صورة المرأة الجزائرية؟
86	تعمل مضامين صفحة المؤثرة الناشطة أميرة ريا على تجسيد فكرة الحركة النسوية التحريرية؟
87	أبرز الانعكاسات الإيجابية لمضامين أميرة ريا عبر شبكة الانستغرام؟

88	أبرز الانعكاسات السلبية لمضامين أميرة ريا على شبكة الانستغرام؟
90	هل المضامين المنشورة عبر صفحة أميرة ريا تعالج بموضوعية قضايا المرأة الجزائرية؟

# مقدمة

يعرف العصر الحالي بعصر الإعلام و الاتصال الرقمي الافتراضي , حيث أصبحنا نعيش في عصر الأقمار الصناعية فائقة التطور و شبكة الانترنت العالمية, وليدة ثورة المعلومات الحديثة و يعود هذا التطور في أنظمة المعلومات و الاتصالات الحديثة إلى توظيف هذا التكنولوجيات بشكل لم يسبق أن شهده العالم, ولعل أبرز سبب هو الحتمية التكنولوجية التي فرضتها شبكات التواصل الاجتماعي بأنواعها على رواد و ممارسي الشبكة العنكبوتية.

حيث تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي هي الأكثر انتشار هي شبكة الانترنت لما تملكه من خصائص تميزها عن المواقع الالكترونية هذا ما شجع على الإقبال المتزايد و الكبير عليها فهي من أهم المواضيع التي اقتحمت الحياة اليومية حتى صارت جزءا لا يتجزأ من احتياجات الإنسان الضرورية فقد تخطى الإنسان على الاتصالات التقليدية ليحتضن عالم الاتصالات الحديثة التي تعج بالتقنيات المستحدثة , فقد عملت شبكات التواصل الاجتماعي على نقل الموروث الثقافي الاجتماعي و تزويد الناس بالخبرات وتكوين اتجاهات الجمهور و كذا التنشئة الاجتماعية المجتمع لتوسيع مدركات و تشكيل الصورة النمطية لأي فرد أو جماعة .

و في ضوء تعدد وتنوع وسائل التواصل الاجتماعي ولعل من أكثر هامة الوسائل استخداما هي شبكة Instagram التي أضحت الوسيط بين المؤثرون الاجتماعيون و جمهورهم المستهدف و المتوقع لتنتشر من خلال هذه الشبكة المؤثرين يومياتهم و تجاربهم الحياتية و ينقلوها سواء في كلمة أو صورة أو مقاطع فيديو, وكما تستعين بهم الشبكات لتسويق منتجاتهم و خدماتهم الخاصة من خلال الدعاية و الإعلانات كما لهم القدرة على التأثير في آراء و سلوكيات الآخرين عبر المنصة.

و من هنا جاء الاهتمام بدراسة هذا الجانب و من خلال دراستنا سنحاول معرفة صورة المرأة الجزائرية من خلال المؤثرات عبر شبكات التواصل الاجتماعي و لإحاطة بهذا الموضوع قسمنا الدراسة إلى ثلاث أطر و هي :

**1\_ الإطار المنهجي للدراسة:** و الذي قمنا فيه بتحديد موضوع الدراسة و تطرقنا فيه إلى صياغة الإشكالية و طرح تساؤل رئيسي و مجموعة التساؤلات الفرعية كما قمنا بعرض الأسباب التي دفعتنا إلى اختيار هذا الموضوع و أهداف و أهمية الدراسة و كذا تحديد مفاهيم الدراسة و الدراسات السابقة و عينة و نوع الدراسة و منهجها.

**2\_ الإطار النظري للدراسة:** و الذي تطرقنا فيه إلى ثلاث مباحث وهي:

**\_ المبحث الأول:** شبكات التواصل الاجتماعي تطرقنا فيه إلى تعريف شبكات التواصل الاجتماعي و النشأة و خصائص و مكونات شبكات التواصل الاجتماعي و الأنواع و المجالات.

**\_ المبحث الثاني:** الانستغرام و عرضنا فيه تعريف الانستغرام و النشأة و الخصائص و ايجابيات و سلبيات الانستغرام.

**\_ المبحث الثالث:** المؤثرون الجزائريون و تطرقنا فيه إلى تعريف المؤثرون الاجتماعيون و الأنواع و لمحة تاريخية عن المؤثرون الاجتماعيون و الخصائص و المجالات.

**3\_ الإطار التطبيقي للدراسة:** و الذي قمنا فيه بعرض و تحليل البيانات بتفريغها في جداول و تحليل هذه الجداول لنصل إلى النتائج العامة للدراسة و مناقشتها على ضوء التساؤلات لنخلص إلى تقديم جملة من الاستنتاجات و الاقتراحات, لتكون آخر مرحلة قبل خاتمة الدراسة.

# الجانب المنهجي

- 1- إشكالية الدراسة
- 2- تساؤلات الدراسة
- 3- أسباب اختيار الموضوع
- 4- أهداف الدراسة
- 5- أهمية الدراسة
- 6- تحديد المفاهيم
- 7- الدراسات السابقة
- 8- نوع الدراسة ومنهجها
- 9- أدوات الدراسة
- 10- مجتمع البحث و العينة

1 | الإشكالية:

أحدثت التطورات التكنولوجية المتزامنة منذ منتصف السبعينات من القرن الماضي قفزة نوعية في مجال الإعلام و الاتصال فقد انتقلت من عالم التواصل المحدود إلى عالم التواصل اللا محدود و تجاوزت عامل الزمان و المكان , حيث انتشرت شبكة الانترنت في أرجا العالم كافة و ربطت أجزاء هذا العلم المتزامنة بفضائها الواسع , حيث تتيح فرصة التعارف و تبادل الأفكار و معرفة كل ما يدور من قضايا و أخبار و التطورات في مختلف الأحداث , ثم ظهرت شبكات التواصل الاجتماعي التي أصبحت وسائط اتصالية تضم ملايين الحسابات و أصبحت فضاء موازي للعالم الحقيقي في عديد المتغيرات المشكلة له كالعلاقات الاجتماعية و التفاعلات الاجتماعية , حيث تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي من أبرز مستحدثات تكنولوجيا الاتصال التي أحدثت قفزة نوعية في مجال العلاقات الاجتماعية لما تتميز به من خصائص تتراوح بين الخصائص الفنية المتمثلة في صورة تصاميم المحتويات الاتصالية الرقمية و الخصائص التقنية في شكل التفاعلية و المشاركة و تجاوز عوامل الوقت و المكان و الانتماءات الثقافية و لم تتوقف شبكات التواصل الاجتماعي عند حدود التلقي و الإرسال فقط بل أصبحت تساهم في تنمية المدركات المعرفية من خلال وفرة المعلومات التي تنشر عبرها بما ينعكس إيجابا أو سلبا على سلوكيات الأفراد المتلقين خاصة مع انتشار العديد من تطبيقات شبكات التواصل الاجتماعي كوسائط اتصالية متفرعة منها أبرزها أنستغرام الذي ظهر في الولايات المتحدة الأمريكية لتصبح منصة موجودة على نظام التشغيل اندرويد عام 2012 إلى أن أصبح من أشهر منصات التواصل الاجتماعي التي تسمح بالمحادثات و التواصل و أيضا نشر الفيديوهات و الصور , و عليه كان اهتمامنا حول البحث في هذه الشبكة و التي ارتبطت بمغير مهم آخر و هو صورة المرأة حيث نجد أن شبكة الأنستغرام منحت للمرأة بيئة تسمح لها بمشاركة كل ما يتعلق بها من نشاطات و ممارسات من خلال مواكبتهن لكل القضايا بحيث أصبحت لها مكانة هذه الشبكات و أصبحت تؤثر على باقي النساء و تصنع محتوى رقمي خاض بها ترسم من خلاله صورة لها و بفضل هذه الشبكة أصبحت تسمى المرأة مؤثرة كما نجد أن المجتمع الجزائري مجتمع محافظ إلا أن هذا

التطور المذهل و السهولة سمحت للمرأة الجزائرية أن تكون مؤثرة بارزة في شتى المجالات و بالتالي نسلط الضوء على تلك المؤثرات التي تسعى إلى رسم صورة للمرأة الجزائرية عبر شبكة الانستغرام وذلك من خلال حث النساء على تطوير قدراتهم وتحسينها نحو الأفضل وكذا دعم مختلف القضايا التي تهم الوطن. وهذا ما دفعنا للبحث في هذا الموضوع المثار المرتبط بصورة المرأة الجزائرية من خلال المؤثرات عبر شبكة الأنستغرام وعلى هذا الأساس نطرح التساؤل الرئيسي التالي: ما هي ملامح الصورة التي تشكلها المؤثرات عبر شبكة الانستغرام للمرأة الجزائرية؟ و يندرج ضمن هذا التساؤل الرئيسي مجموعة من التساؤلات الفرعية و هي:

- ما هي دوافع المرأة نحو استخدامات شبكة الانستغرام؟
- ما هي أبرز المضامين المنشورة عبر صفحة أميرة ريا ذات العلاقة بالمرأة الجزائرية؟
- هل المضامين التي تنشر عبر صفحة أميرة ريا تلبي رغبات و احتياجات المرأة الجزائرية؟
- ما هي انعكاسات المضامين المنشورة عبر صفحة أميرة ريا على سلوك المرأة الجزائرية؟
- ما هي أشكال الصورة التي تقدمها أميرة ريا عبر شبكة الأنستغرام؟

### (3) أسباب اختيار الموضوع:

تعتبر مرحلة اختيار الموضوع قابل للدراسة العلمية ذو أهمية كبيرة فلا يمكن أن ينشأ أي بحث من فراغ، لابد أن تكون هناك مجموعة من الدوافع التي تدفع الباحث لاختيار موضوع بحثه و من بين الأسباب التي تدفعنا إلى اختيار هذا الموضوع تتمثل في:

### الأسباب الذاتية:

✓الميل الشخصي لمعرفة شبكات التواصل الاجتماعي و الرغبة في الاطلاع و التوسع في هذا المجال و خاصة شبكة الأنستغرام.

- ✓ حب الاطلاع على موضوع صورة المرأة الجزائرية عبر شبكات التواصل الاجتماعي.
  - ✓ الرغبة في معرفة الصورة المشكلة عن المرأة الجزائرية.
- الأسباب الموضوعية:

- ✓ حداثة الموضوع بحيث يعتبر موضوع صورة المرأة الجزائرية من المواضيع التي تواكب العصر.
  - ✓ الاهتمام الكبير الذي عرفته شبكات التواصل الاجتماعي.
  - ✓ قابلية الموضوع للدراسة من الناحية المنهجية و التطبيق الميداني.
  - ✓ البحث في مجال الإعلام و الاتصال و التركيز على دور المؤثرون الاجتماعيون عبر منصة الانستغرام في تشكيل صورة للمرأة الجزائرية.
- (4) أهداف الدراسة:

تمثلت أهداف الدراسة في:

- التعرف على دوافع تعرض المرأة نحو استخدامات شبكة الأنسغرام.
- الكشف أبرز المضامين المنشورة عبر صفحة أميرة ريا ذات العلاقة بالمرأة الجزائرية.
- معرفة مدى تلبية المضامين التي تنشر على صفحة أميرة ريا لرغبات و احتياجات المرأة الجزائرية.
- تسليط الضوء على انعكاسات المضامين المنشورة عبر صفحة أميرة ريا عبر صفحة أميرة ريا على سلوك المرأة الجزائرية.
- معرفة أشكال الصورة التي تقدمها أميرة ريا عبر شبكة الأنسغرام.

(5) أهمية الدراسة:

لهذه الدراسة أهمية بالغة في جوانب متعددة تتمثل في:

تتجلى أهميتها في تسليط الضوء على دور المؤثرة أميرة ريا في تشكيل صورة المرأة الجزائرية عبر منصة الانستغرام من خلال المحتويات التي تنشرها و التعرف و التعرف على دوافع متابعة المرأة الجزائرية للمؤثرات و بوجه الخصوص أميرة ريا.

حيث تكون هذه الدراسة بمثابة مرجع فكري لدى الطلبة و الباحثين في مجال الإعلام و الاتصال, خصوصا و ذلك لإعداد رسالتهم الأكاديمية المشابهة لهذه الدراسة, و عليه يفتح مجالا للطلبة للتعلم و فتح زاوية و اتجاهات أخرى لهذا الموضوع.

جاءت هذه الدراسة لتفسير صورة المرأة الجزائرية من خلال المؤثرة أميرة ريا عبر شبكة الانستغرام, حيث تكمن أهمية هذه الدراسة في أنها تفيد المتخصصين في مجال الإعلان و الاتصال لتفسير و توضيح أشكال صورة المرأة الجزائرية التي تشكلها أميرة ريا عبر صفحتها.

و مما نتصفحه على منصات التواصل الاجتماعي و بذات منصة الانستغرام نلاحظ أن المضامين المنشورة على صفحة أميرة ريا لا بد و أنها تؤثر على سلوك المرأة الجزائرية من شتى الجوانب الدينية و فكرية و حتى من جانب العادات و التقاليد و من خلال هذه المحتويات هي تسعى إلى بلورة شكل من أشكال صورة المرأة الجزائرية عبر منصة الانستغرام و بالتالي تكمن أهمية هذا التحصيل العلمي في أنه يلعب دورا مهما في توعية المرأة الجزائرية في اختيار المضامين التي تفيدها و تتناسب مع أفكارها و اتجاهاتها.

### (6) مفاهيم الدراسة:

توجد عدة مفاهيم تضمها الدراسة, و التي يتوجب توضيحها و هي كالتالي:

### 1\_ شبكات التواصل الاجتماعي

## 1\_1 المفهوم الاصطلاحي:

مواقع التواصل الاجتماعي شكل من أشكال الاتصال الالكتروني التي يقوم الأشخاص من خلالها بإنشاء تجمعات عبر الانترنت لمشاركة المعلومات و الأفكار و الرسائل الشخصية.<sup>1</sup>

هي الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء و التجمع على الانترنت و تبادل المنافع و المعلومات و هي بيئة تسمح للأفراد و المجموعات بإسماع صوتهم و صوت و مجتمعاتهم إلى العالم أجمع.<sup>2</sup>

هي عبارة عن منظومة من الشبكات و المواقع الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به و من ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات و الميول و الهوايات.<sup>3</sup>

## 2\_1 المفهوم الإجرائي:

هي منصات رقمية إلكترونية افتراضية تمتاز بالآنية في طرح و معالجة المعلومات و تتيح المجال لأفراد في المشاركة في صناعة المحتويات و إبداء الآراء و الأفكار الخاصة بهم و عرض يومياتهم على هذه الشبكات كما تتيح خاصية التفاعل لمستخدميها.

## 2\_صورة المرأة الجزائرية:

2\_1 الصورة: هي صور عقلي شائع بين أطراف جماعية معينة يشير هذا إلى اتجاه هذه الحاجة نحو شخص معين أو شيء معين و هي أيضا مجموعة معارف الفرد ومعتقداته في الماضي و

<sup>1</sup> سارة هيشور، التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي بين فرص النجاح و مخاطر الفشل، ومجلة العلوم الإنسانية، العدد (02)، 2020 ص 321.

<sup>2</sup> سهام قواسمي، واقع اللغة العربية في ظل مواقع التواصل الاجتماعي، كلية علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الجزائر (03)، ص 98.

<sup>3</sup> عيشة علة، نوري الود، الإشباع المحققة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى الطالب الجامعي، مجلة الوقاية و الارغونوميا، العدد (06)، جامعة عمار تليجي بالأغواط، 2016، ص 174.

الحاضر و المستقبل التي يحتفظ بها الفرد وفق نظام معين عن ذاته و عن العالم الذي يعيش فيه.

**2\_2 المرأة:** تعرف المرأة بأنها تنتمي إلى جنس الأنثى و لها وصف إنسان باعتبارها المصطلح قاسم المشترك بينها وبين الذكر إلا أن المرأة تختلف عن الرجل من الناحية الفزيولوجية لها مسؤوليات تتفرد بها عنه و هي تلك الفاعلة الاجتماعية التي تقدم مجموعة من الأدوار إما لصالحها أو لصالح غيرها.<sup>1</sup>

### **2\_3 المفهوم الإجرائي:**

هي الصورة التي تسعى المؤثرات الجزائريات إلى تشكيلها و بلورتها عن المرأة الجزائرية من خلال منصات و شبكات التواصل الاجتماعي فهي جملة الانطباعات التي عملت على تشكيلها المرأة الجزائرية عن نفسها خلال مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الانستغرام.

### **3\_1 المؤثرون:**

هم أشخاص لديهم مصدقية مع أعداد كبيرة من جماهير وسائل التواصل الاجتماعي حيث تتوفر لديهم المعرفة و الخبرات في موضوعات معينة و يشاركون الجماهير تفاصيل حياتهم الشخصية و خبراتهم من خلال المنشورات كالصور و الفيديوهات, و غالبا يكونون مختصين و صناع محتوى لذا يمارسون تأثير كبير على متابعيهم و على قراراتهم الشرائية.<sup>2</sup>

هم ناشطين على مواقع التواصل الاجتماعي مكنهم تحكمهم من تقنياتها من برامج التصوير في تسويق أنفسهم و مضامينهم عبر المنصات الافتراضية حيث المواضيع التي يتناولونها من

<sup>1</sup> الزهرة مالك, فاطمة حكومي, صورة المرأة الجزائرية الصحراوية في الصحافة الالكترونية الجزائرية, دراسة نقدية لموقع جواهر شروق, مذكرة تخرج مقدمة لنيل شهادة ماستر في الإعلام و الاتصال, جامعة أحمد درايا أدرار, كلية العلوم الإنسانية, تخصص صحافة مطبوعة الكترونية, 2020\_2021 ص 28.

<sup>2</sup> ميسوم أمال, مغرابي منيرة, دور المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تسويق المنتجات التجميلية للمرأة الجزائرية, مذكرة ماستر في جامعة ابن خلدون تيارت, كلية العلوم الإنسانية, تخصص اتصال و علاقات عامة, 2022\_2023 ص 53.

الاجتماعية إلى السياسية معتمدين على الفكاهاة و أسلوب الخطابة في تمرير رسائلهم ما أكسبهم متابعين بالملايين.<sup>1</sup>

المؤثرون على وسائل التواصل الاجتماعي يمثلون نوعا جديدا من المؤدين الخارجين المستقلين الذين يشكلون مواقف الجمهور من خلال المدونات و التغريدات و استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الأخرى.<sup>2</sup>

### 3\_2 المفهوم الإجرائي:

المؤثرون هم مجموعة نساء ناشطات عبر شبكات التواصل الاجتماعي و على وجه الخصوص صفحة الانستغرام و اللاتي يقدمن مضامين ذات علاقة بالمرأة الجزائرية بغية التأثير فيها و في سلوكها.

### 7) الدراسات السابقة:

تعتبر الدراسات السابقة مجال واسع يمكننا من الاطلاع على مناهج و أدوات البحث و نوعية المراجع المتبعة, لذلك قمنا بالاطلاع على بعض الدراسات و البحوث التي لها علاقة ببحثنا و من خلال بحثنا عن الدراسات السابقة لم نجد الدراسات المطابقة التي تمثل كل متغيرات دراستنا كما تساعد في تجنب الوقوع في أخطاء الآخرين بينما وجدنا الدراسات التي قد تتشابه مع دراستنا في إحدى المتغيرات المتواجدة في موضوعنا وهي كالتالي:

### الدراسة الأولى:

صاحب الدراسة: منال العايب, لبنى مزهود.

مكان الدراسة: جامعة محمد الصديق بن يحيى (جيجل) 2021\_2022

<sup>1</sup> عادل خالدي, سهام بوزيدي, تناول المؤثرين لموضوع الانتخابات في الجزائر عبر مواقع التواصل الاجتماعي, مجلة المقدمة للدراسات الإنسانية و الاجتماعية, العدد الأول, 2023 ص 206.

<sup>2</sup> فرطاسي حفيظة, أثر أساليب ترويج المؤثرين لمنتجات التجميل عبر اليوتيوب على اتخاذ قرار الشراء لدى طالبات جامعة المدية, مجلة إدارة الأعمال و الدراسات الاقتصادية, العدد الأول, جامعة الدكتور يحيى فارس المدية (الجزائر), 2022 ص 249.

العنوان الرئيسي: صورة المرأة الجزائرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

العنوان الفرعي: دراسة مسحية لعينة من مستخدمي التيك توك و الانستغرام.

ملخص الدراسة: تناولت هذه الدراسة المرأة الجزائرية في مواقع التواصل الاجتماعي حيث أنها أصبحت جزء من هذا التطور من خلال طرح التساؤل الرئيسي ما هي الصورة المشكلة عن المرأة الجزائرية من خلال المحتوى الذي يبته موقعي التيك توك و الانستغرام من قبل المرأة الجزائرية، و التعرف على عادات و أنماط استخدام المرأة لمواقع التواصل الاجتماعي، كما تم في هذه الدراسة الاعتماد على المنهج الوصفي و أداة الاستبيان حيث توصلت إلى أبرز النتائج هي:

الانطباعات المشكلة عن المرأة سلبية بالنسبة لتطبيق التيك توك و بالنسبة لتطبيق الانستغرام يراها ايجابية.

أن موقع التيك توك و الانستغرام لا يصورن المرأة بشكل حقيقي و جاد فهم يعطون حقيقتها على أكمل وجه.

### الدراسة الثانية:

صاحب الدراسة: تياب خولة

مكان إجراء الدراسة و تاريخها: جامعة العربي بن مهدي (أم البواقي) 2017\_2018

العنوان الرئيسي: واقع استخدام المرأة الجزائرية لمواقع التواصل الاجتماعي.

العنوان الفرعي: دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الفيسبوك.

ملخص الدراسة: تناولت الدراسة واقع استخدام المرأة الجزائرية لمواقع التواصل الاجتماعي التي أدت إلى انتشارها و اتساعها دائرة مستخدميها حيث هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على واقع استخدام المرأة الجزائرية لشبكات التواصل الاجتماعي من خلال طرح التساؤل الرئيسي ما هو واقع استخدام المرأة الجزائرية لشبكات التواصل الاجتماعي و الكشف عن الإشباعات المحققة

للمرأة الجزائرية من استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي, كما تم الاعتماد على المنهج الوصفي و أداة الاستبيان حيث توصلت هذه الدراسة إلى أبرز النتائج و هي:

تستخدم المرأة الجزائرية مواقع التواصل الاجتماعي بشكل متذبذب.

تسعى المرأة الجزائرية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي لإشباع دوافع نفسية.

### الدراسة الثالثة:

صاحب الدراسة: الزهرة مالك فاطمة حكومي.

مكان الدراسة و تاريخها: جامعة أحمد درايا ( أدرار ) 2019 \_ 2020

العنوان الرئيسي: صورة المرأة الجزائرية الصحراوية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية.

العنوان الفرعي: دراسة نقدية لموقع جواهر الشروق أنموذجاً من 2015 إلى 2019 .

ملخص الدراسة: اهتمت هذه الدراسة باستجلاء أبرز تمظهرات صورة المرأة الجزائرية و معرفة القالب و نماج التي ظهرت بها تلك الأخيرة بتسليط الضوء على صورتها في الصحافة الإلكترونية على المستوى الوطني من خلال طرح التساؤل الرئيسي: كيف تمظهرت صورة المرأة الجزائرية الصحراوية في الصحافة الإلكترونية؟ وهدفت هذه الدراسة إلى تقديم الحضور النوعي للمرأة الصحراوية في الموقع الإلكتروني جواهر الشروق و إبراز التمظهرات التي تستخدمها صورة المرأة الجزائرية الصحراوية في الصحافة الإلكترونية و كما اعتمدت على المنهج المسحي و أداة الملاحظة و استمارة تحليل المضمون و توصلت إلى أهم النتائج منها:

قضية المرأة الجزائرية لا تزال في أدنى سلم (أولويات موقع جواهر الشروق )

تبين أن المرأة الجزائرية الصحراوية تركزت في قوالب محددة تتراوح بين (معاناة , مرض , طلاق, وفاة)

الدراسة الرابعة:

صاحب الدراسة: عديس كنزة و بو الحيلة دنيا.

مكان إجراء الدراسة و تاريخها: جامعة محمد الصديق يحي ( جيجل ) 2020 \_ 2021

العنوان الرئيسي: استخدامات المرأة الجزائرية لليوت يوب و الإشباعات المحققة منها.

العنوان الفرعي: دراسة ميدانية على عينة من النساء الماكثات في البيت بولاية جيجل.

ملخص الدراسة: تناولت هاه الدراسة العلاقة بين المرأة الماكثة في البيت و استخدام موقع اليوت يوب و الإشباعات المحققة من ذلك من خلال طرح التساؤل الرئيسي: ما هي استخدامات المرأة الجزائرية الماكثة في البيت لليوت يوب؟ حيث هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على عادات و أنماط استخدام المرأة الجزائرية الماكثة في البيت لليوت يوب, و معرفة الاشباعات المعرفية الوجدانية السلوكية المحققة من استخدام المرأة الجزائرية الماكثة في البيت لليوت يوب, كما اعتمدت هذه الدراسة على المنهج المسحي أما الأداة فاعتمدت على أداة الاستبيان, حيث توصلت إلى مجموعة من النتائج أهمها: أكدت الدراسة أن المرأة الجزائرية تستخدم موقع اليوت يوب من أجل إشباع الرصيد المعرفي.

بينت أن النساء الماكثات في البيت اللواتي يستخدمن موقع اليوت يوب متزوجات.

الدراسة الخامسة:

صاحب الدراسة: بوذن وئام و بلخيري رانيا

مكان إجراء الدراسة و تاريخها: جامعة صالح بوبندير , قسنطينة 03 2021 2022

العنوان الرئيسي: دور المؤثرين على موقع الانستغرام في الترويج للعلامة التجارية التجميلية.

العنوان الفرعي: دراسة تحليلية لعينة من فديوهاات المؤثرة ليليا بوعزيز lylia bouaziz official

ملخص الدراسة: تناولت هذه الدراسة الطريقة التي يروج بها المؤثرون على موقع الانستغرام للعلامة التجارية التجميلية من خلال طرح التساؤل الرئيسي: كيف تروج المؤثرة ليليا بوعزيز للعلامات التجارية التجميلية من خلال فديوهاتها على موقع الانستغرام؟ حي هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الكيفية التي يروج بها المؤثرون للعلامة التجارية عبر موقع الانستغرام, التعرف على الأساليب الإقناعية التي تقدمها المؤثرة ليليا بوعزيز في ترويج العلامات التجارية التجميلية, حيث اعتمدت في هذه الدراسة على المنهج الوصفي و التي توصلت إلى مجموعة من النتائج أهمها: تستهدف المؤثرة النساء ذات دخل عادي, متوسط, ضعيف.

اعتمدت المؤثرة على استمالات عقلية و أخرى عاطفية من أجل إقناع النساء باقتناء منتجات العلامة التجارية التجميلية التي تروج لها.

### 8) منهج الدراسة:

المنهج بصفحة عامة هو مجموعة من القواعد و الإجراءات و الأساليب التي تجعل العقل يميل إلى معرفة جميع الأشياء التي يستطيع الوصول إليها دون أن يبذل مجهودات غير نافعة.<sup>1</sup> و يقصد بمنهج البحث العلمي الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقائق في العلوم المختلفة بواسطة مجموعة أو طائفة من القواعد و التي تهيمن على العقل و تحدد عملياته من أجل الوصول عن طريق ذلك إلى نتائج معلومة.<sup>2</sup>

و كذلك هو الأسلوب الذي يستخدمه الباحث في دراسة ظاهرة معينة و الذي من خلاله يتم تنظيم الأفكار المتنوعة بطريقة تمكنه من علاج مشكلة البحث.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> منال العايب, لبنى مزهود, صورة المرأة الجزائرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي, منكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال, جامعة محمد الصديق بن يحي, كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية, قسم الإعلام و الاتصال, تخصص صحافة مطبوعة و مكتوبة, 2021\_2022 ص 11.

<sup>2</sup> سعد سليمان المشهداني , منهجية البحث العلمي, ط1, دار أسامة للنشر و التوزيع, الأردن \_عمان, 2019, ص 115.

<sup>3</sup> محمد سرحان علي المحمودي, مناهج البحث العلمي, ط3, دار الكتب, الجمهورية اليمنية صنعاء, 2015, ص 35.

فالمنهج يعتبر ضروري في أي بحث علمي لأنه يحدد المسار الذي يتبعه الباحث من خلال جميع مراحل البحث و كيف يجب على الباحث أن يختار المنهج المناسب وفق نوع و طبيعة الدراسة.<sup>1</sup>

و بما أن دراستنا تتمحور حول صورة المرأة الجزائرية من خلال المؤثرات عبر شبكات التواصل الاجتماعي فإن هذه الدراسة تندرج ضمن المنهج المسحي الوصفي كونه المنهج المناسب للدراسة فهو من أبرز المناهج المستخدمة في البحث الإعلامي التي تمكن الباحث من الوصول إلى البيانات و المعلومات المطلوبة.

و يعتبر منهج المسح نموذجا معياريا لخطوات جمع البيانات من المفردات البشرية و هو ما استقر في المجالات العلمية و المعرفية منذ القرن الثامن عشر و البدايات الأولى لاستخدامه في جمع المعلومات عن السكان ووصف الخصائص السكانية, بل إن له أصولا تاريخية راسخة منذ القدم لأغراض إحصاء الناس و توزيع الأوقات و تحصيل الضرائب.

و لذلك فإننا لا نبالغ إذ حددنا المفهوم باستخدامه مع المفردات البشرية بالتحديد دون سواها , لأغراض ترتبط بمجموع هذه المفردات أو بعض هذا المجموع من خلال التعامل مع المجتمع الكل أو عينات مختارة منه.<sup>2</sup>

و يعرف كذلك المسح الوصفي بأنه المسح الذي يحاول أن يصور أو يوثق الظروف أو الاتجاهات الحالية و هذا يعني أن تفسير ما هو موجود في هذه اللحظة فمثلا تجري وزارة العمل بانتظام مسوحا حول وضع البطالة في الولايات المتحدة, و يجري محترفو الاستفتاءات مسحا عن الناخبين لكي يعرفوا آرائهم حول المرشحين أو حول القضايا التي تثيرها الحملة الانتخابية , و تجري

<sup>1</sup> منال العايب, مرجع سبق ذكره, ص 11.

<sup>2</sup> محمد عبد الحميد, البحث العلمي في الدراسات الإعلامية, ط1, عالم الكتب للنشر و التوزيع, القاهرة, 2000, ص 158.

المحطات الإذاعية و الشبكات باستمرار مسوحا للجمهور لتحديد مذاقات البرمجة، و يعني الباحثون في هذا النمط من المسوح باكتشاف الوضع الحالي في المجال قيد الدراسة.<sup>1</sup>

و قد تم اختيار هذا المنهج كونه يتوافق مع موضوع دراستنا و الأنسب في الدراسات الوصفية

### (9) أدوات الدراسة:

يعتمد المنهج المسحي على أدوات علمية قصد جمع المعلومات و البيانات من مجتمع الدراسة بما يقتضي اعتماد أدوات منها استمارة الاستبيان و يعرف على أنه:

وسيلة لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع البحث عن طريق إعداد استمارة يتم تعبئتها من

قبل عينة من الأفراد و يسمى الشخص الذي يقوم بإملاء الاستبيان بالمستجيب.<sup>2</sup>

و يعرف كذلك بأنه أداة لجمع البيانات المتعلقة بموضوع بحث محدد عن طريق استمارة يجري تعبئتها من قبل المستجيب، و قد و جدنا أنه في حالتنا الملاحظة و المقابلة فإن الباحث يكون سيد الموقف لأنه يعد الاستمارة و يطرح الأسئلة و يقوم بجمع و تدوين المعلومات بنفسه، و يندر أن يفعل المستجيب ذلك، بل في كثير من المقابلات لا تسنح الفرصة له أن يرى الاستمارة التي تحتوي على البيانات، بينما في حالة الإجابة عن أسئلة الاستبيان فإن المستجيب يكون سيد الموقف فهو يعبئ الاستمارة بكلماته و بخط يده حسب فهمه للأسئلة و مدى رغبته في الاستجابة.

### أهمية الاستبيان:

ويستخدم الاستبيان لجمع المعلومات بشأن معتقدات و رغبات المستجيبين و كذلك الحقائق التي هم على علم بها و لهذا تستخدم الاستبيانات بشكل رئيسي فهي مجال الدراسات التي تهدف استكشاف حقائق عن الممارسات الحالية و استطلاعات الرأي و ميول الأفراد. و إذا كان الأفراد

<sup>1</sup> روجر ويمر، جوزيف دومينيك، مدخل إلى مناهج البحث الإعلامي، ترجمة: صالح أبو أصبع و فاروق منصور، المنظمة العربية للترجمة، بيروت- لبنان، 2013، ص 328.

<sup>2</sup> محمد الفاتح، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال و طريقة إعداد البحوث، قطر، دار الحامد للنشر و التوزيع، 2019، ص 92.

الذين يرغب الباحث في الحصول على بيانات بشأنهم متواجدين في أماكن متفرقة, فإن وسيلة الاستبيان تمكنه من الوصول إليهم جميعاً بوقت محدد وبتكاليف معقولة, وكذلك فإن الاستبيان يعتبر وسيلة ناجحة لدراسة الحياة الشخصية للأفراد وخاصة تلك الجوانب من الحياة الخاصة التي لا يمارسها الأفراد إلا عندما ينفردون بأنفسهم بعيداً عن أعين المراقبين.<sup>1</sup>

### خصائص الاستبيان:

هناك العديد من الخصائص التي يتميز بها الاستبيان عن غيره من أدوات البحث الأخرى نذكر منها:

- ❖ يستفاد من الاستبيان إذا كان أفراد البحث منتشرين في أماكن متفرقة و يصعب الاتصال بهم شخصياً.
- ❖ قليل التكاليف و الجهد و الوقت إذا قورن بغيره من أدوات جمع المعلومات الأخرى.
- ❖ يعطي الاستبيان لأفراد العينة فرصة كافية لإجابة عن الأسئلة بدقة خاصة إذا كان نوع البيانات المطلوبة متعلق بالأسرة فمن الممكن التشاور معا في تعبئة الإجابات الجماعية.
- ❖ يسمح الاستبيان لأفراد كتابة البيانات في الأوقات التي يرونها مناسبة لهم دون أن يقيدوا بوقت معين يصل فيه الباحث لجمع البيانات.
- ❖ تتوفر للاستبيان ظروف التقنين أكثر مما تتوفر لأدوات جمع البيانات الأخرى و ذلك نتيجة للتقنين في الألفاظ و ترتيب الأسئلة و تسجيل الاجابات.
- ❖ يساعد الاستبيان في الحصول على بيانات حساسة و محرجة, ففي كثير من الأحيان يخشى المستجيب إعلان رأيه أو التصريح به أمام الباحث كأن يدلي برأيه في حضور رئيس العمل أو يتحدث في نواحي تتعلق بالحياة الزوجية أما إذا أتيحت له الفرصة لإبداء

<sup>1</sup> فوزي غرابية, و آخرون, أساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية و الإنسانية, ط3, دار وائل للنشر و التوزيع, عمان\_الأردن, 2000, ص 71.

رأيه في مثل هذه المسائل بطريقة لا تؤدي إلى التعرف عليه كما هو الحال في الاستبيان فإنه قد يدلي برأيه بصدق و صراحة.<sup>1</sup>

## 10) مجتمع البحث و العينة:

تعتبر مرحلة تحديد مجتمع البحث من أهم الخطوات المنهجية في البحوث الاجتماعية و الذي يعرف على أنه:

المجتمع الأكبر أو مجموعة المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة و يمثل المجتمع الكل أو المجموع الأكبر المجتمع المستهدف الذي يهدف الباحث دراسته و يتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته, إلا أنه يصعب الوصول إلى المجتمع المستهدف بضخامته, فيتم التركيز على المجتمع المتاح أو الممكن الوصول إليه و الاقتراب منه لجمع البيانات و الذي يعتبر عادة جزءا ممثلا للمجتمع المستهدف و يلبي حاجات الدراسة و أهدافها, و تختار منه عينة البحث.<sup>2</sup>

و يعرف كذلك بأنه مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة سابقا و التي تتركز عليها الملاحظات كمثل على ذلك سكان الجزائر, أي مجموع الأشخاص أو الأفراد المقيمين بالجزائر أي كل كتب المكتبة.<sup>3</sup>

و يتمثل مجتمع بحثنا في الطالبات المتابعات لصفحة أميرة ريا على شبكة الانستغرام, طالبات جامعة محمد خيضر بسكرة شتمة تخصص اتصال و علاقات عامة و الذي يقدر عددهم ب: 96 طالبة.

## عينة الدراسة:

<sup>1</sup> زياد بن علي ابن محمود الجرجاوي, القواعد المنهجية التربوية لبناء الاستبيان, مطبعة أبناء الجراح, غزة\_ فلسطين, 2010, ص 20

<sup>2</sup> محمد عبد الحميد حلوان, البحث العلمي في الدراسات الإعلامية, عالم الكتب للنشر و التوزيع, القاهرة, 2000, ص 130.

<sup>3</sup> موريس أنجريس, منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية, دار القصة للنشر, الجزائر, 2004, ص 298.

نظرا لصعوبة دراسة جميع مفردات البحث قمنا باختيار أسلوب العينة.

تعرف العينة بأنها جزء من مجتمع الدراسة و تمثل مجتمع الدراسة تمثيلا صادقا و لهذا يمكن تعميم نتائج الدراسة المبنية على المجتمع بأكمله.<sup>1</sup>

و عينة البحث هي العينة الفرضية, بحيث يقوم الباحث باختيار هذه العينة اختيارا حرا على أساس أنها تحقق أغراض الدراسة التي تقوم بها.<sup>2</sup>

و قد اعتمدنا في دراستنا هذه على العينة القصدية و التي تعرف على أنها:

العينة التي تعتمد على قيام الباحث باختيار مفردات العينة بناءا على خبرته الشخصية و تقسيمه الشخصي للخصائص التي يجب توافرها في عينة الدراسة.<sup>3</sup>

و تعرف كذلك بأنها العينة التي يتم اختيار وحداتها وفق وجهة نظر الباحث لاعتقاده من أنها تعطي نتائج مرضية.<sup>4</sup>

و تمثل عينة بحثنا في الطالبات سنة ثانية ماستر اتصال و علاقات عامة و عليه فقد اخترنا 50 مفردة من الطالبات المستخدمات لصفحة أميرة ريا على موقع الانستغرام بصورة مباشرة و عن قصد نظرا لأنها تمثل جزء معتبر من مجتمع البحث.

و تم اختيار هذه العينة نظرا للقرب المكاني و باعتبارهم أيضا يخدمون التخصص الخاص بنا و كذلك لأن الطالبات هم أكثر استخدام لشبكات التواصل الاجتماعي و خصوصا شبكة الانستغرام

---

<sup>1</sup> شيماء ذو الفقار زغيب, مناهج البحث و الاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية, ط1, الدار المصرية اللبنانية, القاهرة, 2015, ص 239.

<sup>2</sup> محمد عبد السلام, مناهج البحث في العلوم الاجتماعية و الإنسانية, مكتبة النور, 2020, ص 46.

<sup>3</sup> شيماء ذو الفقار زغيب, المرجع السابق, ص 243.

<sup>4</sup> عبد الحميد عبد المجيد البلداوي, أساليب البحث العلمي التحليلي و الإحصائي, ط1, دار الشروق للنشر و التوزيع, عمان, 2007, ص 72.

# الجانب النظري

المبحث الأول: شبكات التواصل الاجتماعي

المطلب الأول: تعريف شبكات التواصل الاجتماعي

المطلب الثاني: نشأة شبكات التواصل الاجتماعي

المطلب الثالث: خصائص و مكونات شبكات التواصل الاجتماعي

المطلب الرابع: أنواع شبكات التواصل الاجتماعي

المطلب الخامس: مجالات شبكات التواصل الاجتماعي

المبحث الثاني: Instagram

المطلب الأول: تعريف Instagram

المطلب الثاني: نشأة Instagram

المطلب الثالث: خصائص Instagram

المطلب الرابع: ايجابيات و سلبيات Instagram

المبحث الثالث: المؤثرون الاجتماعيون

المطلب الأول: تعريف المؤثرون الاجتماعيون

المطلب الثاني: أنواع المؤثرون الاجتماعيون

المطلب الثالث: لمحة تاريخية عن المؤثرون الاجتماعيون

المطلب الرابع: خصائص المؤثرون الاجتماعيون

المطلب الخامس: مجالات المؤثرون الاجتماعيون

تمهيد:

المواقع الالكترونية على الانترنت تعتبر الركيزة الأساسية للإعلام الجديد أو البديل التي تتيح للأفراد و الجماعات التواصل فيما بينهم عبر هذا الفضاء الافتراضي فهي إعلام من نوع جديد و بديل عن الأنساق الاتصالية القديمة أو هي بمثابة نسق اتصالي جديد يتناسب مع الطريق السريع للمعلومات و عالم العولمة.

المبحث الأول: شبكات التواصل الاجتماعي

المطلب الأول: تعريف شبكات التواصل الاجتماعي

الشبكات الاجتماعية عبارة عن خدمات شاملة تتيح للمتعم مشاركة الأنشطة و الاهتمامات و تكون الصداقات و البحث عن اهتمامات و أنشطة لدى متعلمين لآخرين, بالإضافة إلى تقديمها مجموعة من الخدمات مثل: المحادثة القوية, الرسائل الخاصة, البريد الالكتروني.<sup>1</sup>

يعرفها الباحث محمود عواد في أطروحته للماجستير بأنها تركيبة اجتماعية الكترونية من أفراد و جماعات و مؤسسات و تتم تسمية الجزء التكويني الأساسي مثل ( الفرد الواحد ) باسم العقدة Noede حيث يتم إيصال العقدة بأنواع مختلفة من العلاقات لتشجيع فريق معين أو الانتماء لشركة ما.<sup>2</sup>

هي مواقع مبنية على فكرة الشبكات الاجتماعية التقليدية حيث تتواصل مع أفراد جدد لا تعرفهم عن طريق أفراد تعرفهم مثل (My space ,Facebook)

<sup>1</sup> إسماعيل عبد الفاتح عبد الكافي, شبكات التواصل و الانترنت و التأثير على الأمن القومي, المكتب العربي و المعارف, ط1, القاهرة, 2016, ص 22.

<sup>2</sup> علي خليل شقرة, الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي, دار أسامة للنشر و التوزيع, ط1, الأردن\_ عمان, 2014, ص 59.

هي مواقع اكتسبت صفة مواقع الشبكة الاجتماعية التي تجمع بين العديد من أدوات الانترنت المختلفة و ذات شعبية كبيرة على سبيل المثال Facepook تعمل كأداة للاتصال الشخصي و التفاعلي الذاتي مثل أي موقع على شبكة الانترنت الشخصية.<sup>1</sup>

هي المواقع الالكترونية التي توفر فيها تطبيقات الانترنت خدمات لمستخدميها تتيح لهم إنشاء صفحة شخصية معروضة للعامة ضمن موقع أو نظام معين و توفر خدمات لتبادل المعلومات بين مستخدمي ذلك الموقع أو النظام بر الانترنت.<sup>2</sup>

عبارة عن مواقع أو تطبيقات تبدأ بإنشاء الشخص المستخدم حسابا على أحد مواقع التواصل الاجتماعي: فيس بوك, تويتر ضمن نطاق شبكات الانترنت العالمية Web يتيح له بناء قاعدة بيانات شخصية و منصة انطلاق و وجود الكتروني و شخصية افتراضية brofile لنشر البيانات و التعليقات الصور و الوثائق و الرسائل.<sup>3</sup>

### المطلب الثاني: نشأة شبكات التواصل الاجتماعي

بدأت مجموعة من المواقع الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينات مثل . classmates (com) عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة و موقع (سكس دجريس sixDegrees.com ) عام 1997 حيث ركز الموقع الأخير على الروابط المبادرة بين الأشخاص و كانت تقوم فكرته أساسا على فكرة بسيطة يطلق عليها الدرجات الست للانفصال أي الافتراض أن أي شخص في العالم لا تفصله عن آخر أكثر من ست درجات أو أشخاص , و يمكن التوصل إلى أي شخص في الدنيا عن طريق هؤلاء الأشخاص الستة فظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين و خدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء إلا أن هذا النوع من المواقع

<sup>1</sup> ماهر عودة الشمالية و آخرون, الإعلام الرقمي الجديد , الإعصار العلمي للنشر, ط1 عمان\_الأردن , ص 204.

<sup>2</sup> خالد أحمد علي محمود الاستثمار المعرفي و علاقاته بالآثار السياسية و الاجتماعية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال, دار الفكر الجامعي, 2019, ص 148.

<sup>3</sup> شبكات التواصل الاجتماعي (منصات الجرب الأمريكية الناعمة) , جمعية المعارف الإسلامية للثقافة, ط1, بيروت\_لبنان, 2011, ص 25.

الإلكترونية لم يلقى رواجاً في ذلك الوقت على الرغم من توفير تلك المواقع لخدمات مشابهة لما هو موجود في المواقع الاجتماعية الحالية، فهي لم تستطع أن تدر ربحاً لمالكها و تم إغلاقها و بعد ذلك خلال فترة 1999\_2001 ظهرت مجموعة من المواقع الاجتماعية الآخرة التي كان لها نصيب من سبقها في عدم تحقيق النجاح فلاقت ذات المصير و توقفت.<sup>1</sup>

و في السنوات اللاحقة ظهرت بعض المحاولات الأخرى لكن الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم كان في سنة 2003 لكن لم يتم التوافق على شروط الاستحواذ في النصف الثاني من نفس العام ظهرت في فرنسا شبكة skyrock كمنصة للتدوين ثم تحولت بشكل كامل إلى شبكة اجتماعية سنة 2007، و استطاعت بسرعة تحقيق انتشار واسع لتصل حسب إحصائيات يناير 2008 إلى المركز السابع في ترتيب الشبكات الاجتماعية حسب المشتركين.

2

و مع بداية عام 2005 ظهر يبلغ عدد مشاهدات صفحاته أكثر من جوجل و هو موقع ماي سبايس الأمريكي الشهير الذي يعتبر من أوائل و أكبر الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم و معه منافسه Faecbook و الذي بدأ أيضاً في الانتشار المتوازي مع ماي سبيس حتى قام Faecbook عام 2007.<sup>3</sup>

أما عربياً فهناك بعض الشبكات الاجتماعية العربية التي ظهرت مؤخراً لكنها لا تدق لمنافسة الخدمات التي تقدمها الشبكات الاجتماعية الكبرى و من أمثلة تلك الشبكات الاجتماعية العربية و هو مكتوب و هو أكبر و أشهر المواقع العربية و التي و التي تطورت في نظامها شبكة اجتماعية تجمع مستخدمي المواقع و تقدم لهم العديد من الخدمات مثل البحث عن أصحاب و تكوين صداقات و رفع ملفات الفيديو و الصور و مشاركتها مع الأصدقاء و ما نحو ذلك و موقع

<sup>1</sup> ليلي أحمد جرار، الفيسبوك و الشباب العربي، مكتبة الفلاح للتوزيع، ط1، 2012، ص38.

<sup>2</sup> ماهر عودة الشمالية تكنولوجيا الإعلام و الاتصال دار الإعصار للنشر و التوزيع، ط1، عمان\_الأردن، 2015، ص205.

<sup>3</sup> مروى عصام صلاح، الإعلام الإلكتروني، الأسس و آفاق المستقبل، دار الإعصار العلمي، عمان\_الأردن، 2015، ص 247.

ArAbi2 و هي شبكة اجتماعية تم إنشائها عام 2009 و كانت مخصصة للحرب في ألمانيا فقط لكنها انتشرت و بسرعة بين الدول العربية.<sup>1</sup>

المطلب الثالث: خصائص و مكونات مواقع الاجتماعي:

(أ) الخصائص:

اللا تزامنية **Asynchronization**: و تعني إمكانية إرسال الرسائل و استقبالها في الوقت المناسب الفرد المستخدم للاتصال, فهي حالة البريد الإلكتروني يمكن توجيه الرسائل في أي وقت بغض النظر عن وجود متلقي الرسالة في الوقت المعين.

الكونية: حيث أصبحت بيئة الاتصال بيئة عالمية تتخطى حواجز الزمان و المكان و الرقابة.<sup>2</sup>

الترباط: (**connected ness**) تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن شبكة مترابطة بعضها مع بعض و ذلك عبر الوصلات و الروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع و التي تربطك بمواقع أخرى للتواصل الاجتماعي أيضا مثل خبر ما على مدونة يعجبك فترسله إلى معارفك فهكذا مما يسهل و يسوع عليه انتقال المعلومة بالإضافة إلى خاصية المجتمع و تعني أن وسائل الإعلام الاجتماعية تسمح للمجتمعات المحلية لتشكيل مواقعها الخاصة بسرعة و التواصل بشكل فعال و من ثم ترتبط تلك المجموعات في العالم أجمع حول المصالح المشتركة مثل الحب, التصوير الفوتوغرافي , قضية سياسة أو تعليم يصبح العالم بالفعل قرية صغيرة تحدي مجتمعا الكترونيا متقاربا.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> حسين محمود هيثمي , العلاقات العامة و شبكات التواصل الاجتماعي, دار أسامة للنشر و التوزيع, عمان \_الأردن , 2015 , ص81,

<sup>2</sup> عبدة صبطي الإعلام الجديد و المجتمع, المركز العربي للنشر و التوزيع, جمهورية مصر العربية, 2018, ص 49\_50.

<sup>3</sup> خالد غسان يوسف المقادي, ثورة الشبكات الاجتماعية, دار النفائس للنشر و التوزيع, ط1, 2013, ص 27.

اقتصادية في الجهد و الوقت و المال: في ظل مجانية لاشتراك و التسجيل فالكمل يستطيع امتلاك حيز على شبكة التواصل الاجتماعي ليس ذلك حكرا على أصحاب الأموال أو حكرا على جماعة دون أخرى.<sup>1</sup>

**التفاعلية:** و تطلق هذه التسمية على الدرجة التي يكون فيها المشتركين في عملية الاتصال تأثير على أدوار لآخرين و استطاعتهم تبادلها و يطلق على ممارستهم الممارسة المتبادلة أو التفاعلية. هي تفاعلية بمعنى أن هناك سلسلة من الأفعال الاتصالية التي يستطيع الفرد أن يأخذ فيها موقع الشخص و يقوم بأفعاله الاتصالية المرسل يستقبل و يرسل في نفس الوقت كذلك المستقبل.

**اللامركزية:** و هي خاصية تسمح باستقلالية تكنولوجيا الإعلام و لاتصال فالانترنت لا يمكن لأي جهة أن تعطله على مستوى العالم أي أنه يتمتع بالاستمرارية عمله و ليس هناك كمبيوتر يتحكم فيها و يمكن أن تتعطل عقدة واحدة دون تعرض الانترنت بمجملها للخطر.<sup>2</sup>

**سهولة الاستخدام:** الشبكات الاجتماعية تستخدم بالإضافة إلى الحروف و بساطة اللغة, تستخدم الرموز و الصور التي تسهل للمستخدم نقل فكرته و التفاعل مع لآخرين.<sup>3</sup>

**الحضور الدائم غير المادي:** لا تتطلب عملية الاتصال في مواقع التواصل الاجتماعي الحضور الدائم المادي, إذ لم يكن للمستخدم اتصال بالمستخدم لآخر عن طريق ترك رسالة نصية أو معلومات.<sup>4</sup>

### (ب) المكونات:

الشبكات الاجتماعية و أدواتها التواصل الاجتماعي عموما من عدة تطبيقات و مواقع أهمها:

<sup>1</sup> عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر, مواقع التواصل الاجتماعي و السلوك الإنساني, دار الصفاء للنشر و التوزيع, ط1, 2015, ص 67.

<sup>2</sup> إبراهيم عمر يحيوي, تأثير تكنولوجيا الإعلام و الاتصال العملية التعليمية في الجزائر, دار البازوري العلمية للنشر و التوزيع, عمان \_الأردن, 2016, ص 58\_ 61.

<sup>3</sup> مرسي مشري شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية في الوظائف, مجلة المستقبل العربي, العدد 395 كانون الثاني, 2012, ص 157.

<sup>4</sup> جمعة ربيعي حسن جمعة الربيعي, دراسات و بحوث في الإعلام و الصحافة, دار المجد للنشر و التوزيع, الأردن, ص 158.

أولا مواقع التواصل الاجتماعي: هي المواقع التي تسمح بإنشاء صفحات خاصة بالأشخاص و التواصل مع أصدقائهم و معارفهم مثل ماي سبيس و فيس بوك.

ثانيا المدونات الالكترونية: Blogs و هي مواقع الكترونية تمثل مفكرات شخصية تسرد من خلالها الأفكار الشخصية للأفراد أو الجماعات و هي مفتوحة أمام الجميع.

ثالثا البودكاستس: podcasts و مواقع البث الالكترونية, و هي المواقع التي توفر خدمة تحميل أو تنزيل الأغاني و الأفلام للمشاركين في هذا الموقع أو برامج التنزيل مثل موقع أبل أي تويتر المنتديات الالكترونية: porqns هي مواقع توفر مناطق أو صفحات الكترونية للتعبير عن الرأي و كتابة المواضيع العامة, و هي عادة ما تدور حول موضوع معين أي لكل منتدى تخصص معين مثل منتدى الموسيقى و هي من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي انتشارا لأنها سهلة الانتشار لا تحتاج لتقنية كبيرة لإضفاء موضوع كما في المدونات مثلا.<sup>1</sup>

محتوى المجتمعات: content Communitis هي المجتمعات التي تنظم و تبادل أنواع معينة من المحتوى و الأكثر شعبية منها هي محتوى المجتمعات التي تميل إلى تشكيل روابط حول صورة (Flickr) أو حول رابط كتاب (del ,icio ,us) أو فيلم فيديو (you tube)<sup>2</sup>

المايكرو بلوجز **Microblogging** هي مواقع تجمع بين مميزات مواقع التواصل الاجتماعي من حيث إنشاء صفحة بمعلوماتك الخاصة و بين مميزات الالكترونية من حيث سهولة نشر أخبارك الخاصة و توفير قناة إعلامية خاصة بك و هذه التحديثات تتم عبر موقع تويتر خير مثال عليها.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> مرجع سابق, خالد غسان يوسف المقدادي , ص25.

<sup>2</sup> مرجع نفسه, ص 25.

<sup>3</sup> خالد غسان يوسف المقدادي, مرجع سابق, ص25.

## المطلب الرابع: أنواع شبكات التواصل الاجتماعي

بصفة عامة يمكن التمييز بين نوعين من الشبكات الاجتماعية هي مواقع التواصل الاجتماعي مثل: الفيسبوك، تويتر، جوجل بليس، يوتيوب و انستغرام والتطبيقات الاجتماعية الخاصة بالهواتف الذكية سواء كانت تطبيقات مواقع التواصل أو تطبيقات مستقلة بذاتها تعتمد على أرقام

مثل فايبر لاين و وي تشات أي أم أو و غيرها مئات التطبيقات

**1)مواقع التواصل الاجتماعي:**هي مواقع تتشكل من خلال الانترنت تسمح للأفراد بتقديم لمحة عن حياتهم العامة و أتاحت فرصة للاتصال بقائمة المسجلين ولعل من ابرز هذه المواقع فايسبوك، تويتر، يوتيوب .<sup>1</sup>

**اليوتيوب:** هو ظاهرة ثقافية عالمية اتصالية انطلقت من عشرات الأفكار باستخدام كلمة Tubمقترنة بالعديد من المسميات لمواقع فيديو دينية وسياسية حيث تأسس هذا الموقع في بداية عام 2005 في ولاية كاليفورنيا في الولايات المتحدة الأمريكية ويعتمد الموقع تقنية لعرض مواقع الفيديو المطلوبة.<sup>2</sup>

**تويتر:**هو منصة تدويرية مصغرة أسست في عام 2006 تجذب نفس المنصة تدعم عددا مختلف من الممارسات التي تتشكل من الحياة تحتاج تمييزها لهذا فإن تويتر مثال جيد نظرية الممارسة نجاح تويتر حفز مقلدون على مستوى العالم على سبيل المثال منصة سينادبلو لتدوين المصغر في الصين.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> إيهاب خليفة، حروب مواقع التواصل الاجتماعي للنشر و التوزيع، القاهرة ، ط1 ، 2016 ، ص22 \_ 23

<sup>2</sup> على خليل شقرة الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي) ، دار أسامة للنشر، عمان \_الأردن، 2014، ص 90.

<sup>3</sup> نيك كولدي ، شبكات التواصل الاجتماعي و الممارسة الإعلامية، دار الفجر للنشر، القاهرة\_مصر، ص 66.

كما انه موقع شبكات اجتماعية يقدم خدمة تدوين مصغر والتي سمحت لمستخدميه بإرسال تغريدات عن حالتهم لحد أقصى 140 حرف للرسالة الواحدة.<sup>1</sup>

**موقع الفايسبوك :** يعني قاموس الإعلام والاتصال على انه موقع خاص للتواصل الاجتماعي أسس عام 2004 ويتيح نشر الصفحات الخاصة وقد وضع في البداية لخدمة طلاب الجامعة وهيئت التدريس لكنه اتسع ليشمل كل الأشخاص.<sup>2</sup>

**جوجل:** هي شبكة اجتماعية تم إنشاؤها بواسطة جوجل ويحاول Google plus الذي تم إطلاقه في عام 200' كأحد مواقع الشبكات الاجتماعية التي تضم خصائص متفردة وجديدة أن يلحق ب Facebook و Twiter

**الويكي:** هو عبارة ع موقع يمكن قراءته مثل أي موقع آخر و تكمن أهميته و قدرته في إمكانية العمل عليه بشكل تعاوني و يعد الويكي وسيلة فعالة تواصلية بين المتعلمين و المعلمين و نشر البحوث و المقالات و الوثائق و كذلك المحاضرات.<sup>3</sup>

**(2) تطبيقات الموبايل للتواصل الاجتماعي :** Mobile Abbs تعتبر تطبيقات الهاتف المحمول هي نقطة تحول الرئيسية للشبكات الاجتماعية و هي عبارة عن برامج يتم تحميلها بصورة مجانية أو مدفوعة عبر منصات تحميل التطبيقات مثل جوجل بلاي أبل ستور أمازون ميكروسوفت فون و تعتمد في عملية التواصل فيما بينا على رقم الهاتف المحمول الخاص بالمستخدم على الهاتف و من أملة هذه التطبيقات الوات ساب الفايبر و ولاين بلاك بيري ماسنجر تيليغرام و غيرها من البرامج.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> صالح العلمي و آخرون، مميزات التواصل الاجتماعي (أسس، مفاهيم، قيم)، دار الحامد للنشر، ط1 عمان\_الأردن، 2015، ص 127.

<sup>2</sup> زهية يعيشي، فاطمة هدايجي. دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الإعلامية (صفحة الفيسبوك ) ، جامعة أدرار نموذجاً، كاية العلوم الانسانية و الاجتماعية و العلوم الإسلامية، قسم العلوم الإنسانية، 2020\2021، ص 20.

<sup>3</sup> محضار أحمد حسن الشهاري ، التكنولوجيا في عمليتي التعليم و التعلم ط1، 2018 ص218.

<sup>4</sup> إيهاب خليفة، مرجع سابق، ص 23.

أمثلة عن تطبيقات الموبايل الاجتماعي:

\_ الواتساب: هو عبارة عن برنامج مجاني تم تحميله من المتجر على الهاتف لإجراء محادثة بين الشخص و جميع الأصدقاء المضافين في قائمة الأسماء, على أن يمتلك الطرف الآخر نفس البرنامج المؤسس عام 2009.

\_ الأنستغرام: هو موقع لتبادل الصور و الفيديوهات عبر الهاتف المحمول أو الكومبيوتر و يتيح للمستخدم ربط حسابه بأي حساب لآخر له كالفيسبوك.<sup>1</sup>

**المطلب الخامس: مجالات شبكات التواصل الاجتماعي:** استخدامات ترفيهية تضم الشبكات الاجتماعية العديد من الألعاب الترفيهية المسلية إلا أنها تعمل بفكر الويب 2,0 حيث يتنافس الأصدقاء في اللعبة الواحدة.

يمكن استخدام الشبكات الاجتماعية لإغراض الدعاية التجارية فهناك العديد من الشركات تأسس مجموعات لها كنون من أنواع الترويج كما يمكن عمل إعلانات مدفوعة الأجر عبر الشبكة الاجتماعية.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> الصديق عبد الصادق البدوي بلة, دور شبكات التواصل الاجتماعي في دعم العمل الخيري (دراسة ميدانية بكلية جامعة البطانة),مجلة الروائز, العدد (02), ديسمبر 2019,ص 25.

<sup>2</sup> ياس خضير البياتي, الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة , دار البداية ناشرون و موزعون, ط1, عمان, 2014, ص 380\_381.

## المبحث الثاني: Instagram

### المطلب الأول: تعريف Instaram

يعتبر موقع الانستغرام كأداة قوية و تختلف عن غيرها من مواقع التواصل الاجتماعي في التسويق عبر الشبكات الاجتماعية حيث أنه يدخر نظام أساسي مرئيا أفضل و مناسب لأشخاص للتفاعل مع بعضهم البعض و يعد التسويق عبر الانستغرام طريقة فعالة لإعلان عن منتج أو خدمة يقال أن الصورة تتحدث لألف كلمة.<sup>1</sup>

يعزز الاتصالات السريعة عبر الصور و التعليقات عليها أو تسجيل إعجاب و هو من المواقع التي اكتسبت شيعة على المستوى الفردي و المؤسسي و Instagram تطبيق مثال لتبادل الصور إضافة إلى أنه شبكة اجتماعية.<sup>2</sup>

هو تطبيق لتبادل الصور على الهواتف المتحركة الذكية و الأجهزة اللوحية و أجهزة الحاسب الآلي و يتيح هذا الموقع للمستخدمين التقاط الصور و تحريرها وتحميلها و من ثم مشاركتها في مجموعة متنوعة من خدمات الشبكات الاجتماعية مثل فيس بوك تويتر.<sup>3</sup>

### المطلب الثاني: نشأة Instagram

ظهر في 10 يونيو 2010 على يد مؤسسيه (Kevin syst rem) و (Mike kriege) خريجا جامعة ستانفورد الأمريكية و في البداية الانستغرام كان لا يعمل إلا على هواتف أيفون و بدأ 80 شخص باستخدامه و بعد 10 أيام على إطلاقه بلغ عدد مستخدميه 10 آلاف مستخدم و في

<sup>1</sup> طه ياسين ظاهري, أحمد مصنوعة , استخدام مواقع التواصل الاجتماعي (الانستغرام) في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الخدمية, مجلة اقتصاديات الأعمال و التجارة, العدد 01, جامعة حسبية بن بوعلي الشلف (الجزائر), 2022 ص 341.

<sup>2</sup> عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر, مواقع التواصل الاجتماعي و السلوك الإنساني, دار صفاء للنشر و التوزيع, ط1, 2015, ص 66.

<sup>3</sup> وسام فاضل و آخرون, الإعلام الجديد (تحولات اتصالية رؤى معاصرة) , دار الكتاب الجامعي, ط1, الإمارات, 2017, ص 158.

ديسمبر 2010 أعلن مؤسس الانستغرام عن ربطه بالدعم الكامل على شبكة foursquare حيث وصل عدد مستخدميه على مليون مستخدم.<sup>1</sup>

و في عام 2011 حصل على زيادة (500%) من المستخدمين ليصل العدد إلى 5 ملايين مستخدم ثم تضاعف العدد مع إطلاق التطبيق لمنصة أندرويد ليتخطى عدد المستخدمين 30 مليون مستخدم.

و مع كانون الأول 2013 أعلنت خدمة الانستغرام للصور المتابعة لشبكة التواصل الاجتماعي فيس بوك أنها تجاوزت عتبة 300 مليون مستخدم و تم الإعلان عما يلي:

في كل ثانية يتم إضافة (58) صورة جديدة و في الثانية الواحدة تحصل الشبكة على مستخدم جديد.

تخطى التطبيق حاجز مليار صورة مرفوعة منذ أن تم إنشائه أو مع نهاية (2015) تجاوز عدد المستخدمين في الموقع (400) مليون شخص منهم (180) مليون مشترك نشط شهريا يرفعون 80 مليون صورة يوميا أو بلغ مجموع الإجابات (5,3) مليار منذ إنشائه.<sup>2</sup>

### المطلب الثالث: خصائص Instagram

✓ يتيح خاصية الهاشتاج مثل احتراف الكمبيوتر لكل مناسبة هاشتاج لتنتشر فيه صورك و يراها أحبائك.<sup>3</sup>

✓ إمكانية التعديل على الصور عن طريق أدوات مختلفة لمعالجة الصور.

<sup>1</sup> ميمي محمد عبد المنعم توفيق, شبكات التواصل الاجتماعي (النشأة و التأثير) , مجلة كلية التربية, العدد 24 (الجزء 02), 2018, ص 25.

<sup>2</sup> مركز المحتسب للاستثمارات, دور شبكات التواصل الاجتماعي في الاحتساب ( تويتر نموذجًا), دار المحتسب للنشر و التوزيع, ط1, المملكة العربية السعودية \_الرياض , ص 31\_ 32.

<sup>3</sup> علي عباس سبتي, دراسة أثر مواقع التواصل الاجتماعي على طلبة المدارس و الجامعات سلبيات و حلول \_ مقترحات , 2013, ص 31.

- ✓ يعتمد تطبيق الانستغرام بشكل أساسي على فكرة التتبع حيث يقوم المستخدم بتتبع الأشخاص الذين يعجب بصورهم أو ستصله تلقائيا كافة صورهم التي يقومون برفعها عبر التطبيق للاطلاع عليها.
- ✓ يعتبر التطبيق من أفضل الوسائل التي تمنح للمستخدمين إمكانية التفاعل مع الأصدقاء و من خلال نشر التعليقات و مقاطع الفيديو أو تسجيل الإعجاب بها.<sup>1</sup>
- ✓ يوفر الانستغرام وظيفة التسويق shopping لمستخدميه حيث يمكنهم إجراء عمليات شراء مباشرة من علامات تجارية مختلفة دون مغادرة المنصة.
- ✓ ميزة آخر Rools و هي عبارة عن مقاطع فيديو متعددة تصل مدتها إلى 30 ثانية تجذب المستخدمين من أجل تقديم محتوهم الرقمي أو رسائلهم الموجهة لفئة معينة بالصوت و الصورة و بطريقة إبداعية.
- ✓ خاصية Story القصص و هي منشورات صور و مقاطع الفيديو تعرض في شكل شرائح و تستمر لمدة 24 ساعة فقط و يمكن لجميع مستخدمي Instegran وصول إليها من خلال موجز الصفحة الرئيسية.<sup>2</sup>

### المطلب الرابع: ايجابيات و سلبيات Instagram

#### (أ) الايجابيات:

- يعتبر موقع الانستغرام كأداة قوية تختلف عن غيرها من مواقع التواصل الاجتماعي في التسويق عبر الشبكات الاجتماعية.

<sup>1</sup> ليليا شاوي , مقارنة التلقي و دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الانستغرام, (دراسة تحليلية وصفية لعينة من طلبة جامعة الجزائر3), المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية و الإنسانية , المجلد 10 العدد (01), جامعة الجزائر (3) , 2022, ص 302.

<sup>2</sup> خثير يشن , إيمان ببة, دور الإعلانات عبر الانستغرام في تفعيل نية شراء المرأة الجزائرية لمستحضرات التجميل, مجلة الرسالة للدراسات و العلوم الإنسانية, العدد (05) , إليزي الجزائر, 2022, ص 182.

- يتم استخدام موقع الانستغرام على نطاق واسع من خلال الأجهزة المحمولة حيث يمكن استخدام التطبيق الانستغرام مجانا.<sup>1</sup>
- يتميز بخاصية الهاشتاغ وإمكانية التعديل على الصور وإضافة تأثيرات عليها عن طريق أدوات مختلفة.<sup>2</sup>
- يعتبر Instagram أكبر قاعدة مستخدمي الصور و الفيديو من نوعه حيث يتميز بسهولة استخدام صور الأجهزة المحمولة في صوتها الخام وإدخال تعديلات عليها و ميزات مشاركة اجتماعية.
- القدرة على تضمين المحتوى في المواقع الاجتماعية.<sup>3</sup>
- يتيح كتابة نص يحتوي على 2200 حرف مع أي منشور مع رسم المحتوى بعلامات تصنيف تصل عملية البحث و كما يعتبر منصة الوسائط الاجتماعية الرائدة لمشاركة الصور إذ يستخدمه مليار شخص نشط شهريا.<sup>4</sup>
- ب) سلبيات الأنستغرام: إلى جانب الايجابيات الناتجة عن استخدام منصة الانستغرام ظهرت سلبيات عدة بعضها يتعلق بالجانب القيمي الأخلاقي و بعضها يحمل أبعاد نفسية اجتماعية و منها فكرية و ذلك لكثرة الإقبال عليه و نذكر منها:
- ✓ تقوم عليه منصة الانستغرام هو جمع أكبر قدر ممكن من المعجبين و المتابعين للصور و المحتويات المعروضة من قبل مستخدميه و كل ما عرض المستخدم صور تحصل على الإعجابات و التعاليق الايجابية, و الثناء عليها زاد شعوره بالتميز و الغرور و

<sup>1</sup> طه ياسين طاهري, أحمد مصنوعة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي (الانستغرام) في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الخدمية مجلة اقتصاديات الأعمال و التجارة, العدد (01), 2022, ص 340\_341.

<sup>2</sup> بسمة سولمية, شمس ضيات خلفاوي دور المؤثرين في استخدام صورة المؤسسات الخدمية دراسة استطلاعية على عينة من مستخدمي صفحة oredoo على الانستغرام مجلة للبحوث و الدراسات, العدد (01), جامعة باجي مختار (غنابة), مخبر دراسات و أبحاث في الاتصال (الجزائر), 2023 ص 116.

<sup>3</sup> عيسى صولح, كمال رقيعة, أهمية مواقع التواصل الاجتماعي للسياحة الصحراوية بالجزائر, العدد الأول, مجلة الدراسات المحاسبية و المالية المتقدمة, جامعة الأغواط و الجلفة (الجزائر), 2020, ص 88.

<sup>4</sup> سامي زعباط, فاتح سردوك, دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنشيط السياحة الداخلية بولاية جيجل, مجلة اقتصاديات الأعمال و التجارة, العدد الأول, مختبر اقتصاديات المنظمات و التنمية المستدامة (الجزائر), 2022, ص 227.

دفعه ذلك إلى رفض الانتقادات حتى لو كانت بناءة لأنه لا يحب الشعور بالنقص في قراراته و مظهره ما ينمي له الحقد و النرجسية .

- ✓ انعدام الخصوصية: فتحت شبكات التواصل الاجتماعي بصفة عامة بيوت المستخدمين و اطلعت على أسرارهم و تفاصيلهم بعد أن كانت البيوت فضاءات عائلية خاصة.<sup>1</sup>
- ✓ استخدام خدمة الانستغرام تتمح للمستخدمين الحق بتبادل المحتوى الخاص بهم من المعنيين الترويج لعلامة تجارية محددة في الصفحات الخاصة بالمستخدمين.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> عبادية سمية \_ غلوم جيهان\_ يوسفى وسائل, فعالية الانستغرام في التسويق للمؤسسة الناشئة بالجزائر, مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال و علم المكتبات, 2022\_2023 ص 34.

<sup>2</sup> منال العايب \_لبنى مزهود, مرجع سبق ذكره, ص 46.

المبحث الثالث: المؤثرون الاجتماعيون

المطلب الأول: تعريف المؤثرون الاجتماعيون

يمثل المؤثرون الاجتماعيون فئة جديدة من قادة الرأي، حيث يمكن لمصطلح مؤثر أن يثير في أي شخص يستخدم وسائل التواصل الاجتماعي و يؤثر على العملاء من خلال اقتراح توصية المنتجات ، الخدمات أو العلامات التجارية من خلال منصات مختلفة عبر الانترنت حيث يؤدي المؤثرون دورا أساسيا في تأسيس آراء العملاء في العديد من جوانب المنتج أو الخدمة بالإضافة إلى قرارات شراء العملاء.

هم منشئ المحتوى الذين كونوا قاعدة قوية من المتابعين على منصات التواصل الاجتماعي أو أكبر و تزويد أتباعهم نظرة ثاقبة على حياتهم الشخصية و تجاربهم و آرائهم.<sup>1</sup> هم مستخدمي الانترنت الذين أقاموا عددا مناسبا من العلاقات (الصدقات) مع متابعيهم و التأثير عليهم من خلال إنتاج المحتوى و توزيعه و التفاعل على الويب الاجتماعي.<sup>2</sup>

المؤثر هو زعيم رأي مشهور في مجموعة أوسع أو على من المستفيدين المنتظمين الذين من خلال أفعالهم الموثوقة التي يتم إجراؤها حاليا في كثير من الأحيان على الانترنت يليهم الثقة و يشرك و ينفع من يخاطبهم و يتواصل معهم باتخاذ خيارات محددة مثل تلك المتعلقة بالتسويق أو التغذية أو اللباس و الموضة العالمية.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> وليد بيببي جعفاري محمد رضا، فعالية التسويق عبر المؤثرون في مواقع التواصل الاجتماعي (دراسة ميدانية تحليلية لمنصة الانستغرام)، مجلة العلوم الإنسانية لجامعة أم البواقي، العدد (01)، جامعة خنشلة، المركز الجامعي نور البشير البيض، جوان 2023 ص 754\_755.

<sup>2</sup> هاجر بوعموشة، المحتوى الرقمي عبر موقع أنستغرام و دوره في تشكيل ثقافة الاستهلاك لدى المرأة الجزائرية، دراسة اثوغرافية، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، العدد (02)، جامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل (الجزائر)، 2022 ص 249.

<sup>3</sup> أمينة بصافة، سيكولوجية المؤثر و قبائل المتأثر في البيئة الرقمية، مجلة رقمنة الدراسات الإعلامية و الاتصالية، العدد (01) جامعة الجزائر (03)، 2022، ص 92.

هم أفراد لهم قدرة أعلى من المتوسط على التأثير في الآخرين بأفكارهم من خلال منصتهم الاجتماعية.<sup>1</sup>

هم مستخدمي الانترنت الذين أقاموا عددا مناسباً من العلاقات (الصدقات) مع متابعيهم و التأثير عليهم من خلال إنتاج المحتوى و توزيعه و التفاعل على الويب الاجتماعي.<sup>2</sup>

### المطلب الثاني: أنواع المؤثرون الاجتماعيون

يحدد محمد الشعور قادي نوعين يندرج تحتها المؤثرون على مواقع التواصل الاجتماعي:

**الأول:** هم هؤلاء الذين يغيرون حياتنا أو يجعلوننا نفكر أفضل أو نعيش حياتنا بأسلوب أحسن, و هم المخترعون و المبتكرون و المؤلفون و الفنانون في كل المجالات و هم الذين نعرضهم منذ القدم.

**الثاني:** الذين يستمد بعضهم على الترفيه و هم المؤثرون الجدد من الشباب و الطباخين و هواة الميديا الذين لهم هدف تجاري و يبحثون عن الشهرة و المال في المقام الأول.

و يضيف: و قد لا تستقيم الحياة إلا بوجود النوعين, فنحن نحتاج إلى الجدية و الترفيه<sup>3</sup>

فالمؤثرون الجدد هم أولئك الفاعلون الشبكيون أو اللاعبون الجدد الذين يجدون مصلحتهم في وجود هذا الحقل الافتراضي ذاته.

و قد صنف Jim barry أنواع المؤثرين إلى أربع أنواع أساسية:

**1) المعلمون:** و هم المؤثرون الذين يعلمون و يدرسون غيرهم و يعتمدون في الأساس على التدريب و المشاركة.

<sup>1</sup> أمينة بصفة, مرجع نفسه, ص 93.

<sup>2</sup> هاجر بو عموشة, المحتوى الرقمي المؤثر عبر موقع انستغرام و دوره في تشكيل ثقافة الاستهلاك لدى المرأة الجزائرية, دراسة إثنوغرافية, مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية, العدد (2) جامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل (الجزائر), 2022, ص 386.

<sup>3</sup> شفيقة خنيفر, قنطرة الرأي و المؤثرون الاجتماعيون بين الإعلام التقليدي و الإعلام الجديد, مجلة البحوث و الدراسات الإنسانية, العدد (01) جامعة محمد الشريف مساعدي \_ سوق أهراس (الجزائر), 2022.

(2) **المدرّبون:** و هم المؤثرون الذين يعلمون و يدربون غيرهم في يعتمدون في الأساس على الدرب و المشاركة.

(3) **الترفيهيون:** و هم المؤثرون الذين يقومون ببث المضامين الترفيحية و الخفيفة و يعتمدون على أسلوب الكوميدي الخفيف.

(4) **لكارزميون:** وهم المؤثرون الذين لديهم شخصية محبوبة لدى قطاع كبير من المستخدمين الآخرين و يعتمدون على بث الطاقة الايجابية و الإلهام و روح الإبداع.<sup>1</sup>

### المطلب الثالث: لمحة تاريخية عن المؤثرون الاجتماعيون

كثيرا ما اقترن الحديث عن المؤثرين بالشهرة فالتأثير لا يوجد إذا غابت الشهرة كقريبة للفعل و هو ما يذهب إليه كل من الباحثين Rash Worth اللذين يفرقان بين الشهرة التقليدية و غير التقليدية , هذه الأخيرة تحضر في مواقع التواصل الاجتماعي و يطلق عليها اصطلاحا ب مؤثري السوشل ميديا . إذ أصبحوا محل اهتمام الباحثين كونهم يمثلون أكثر النماذج مشابهة لمفهوم قادة الرأي رغم أن الدراسات تناولت في الجانب التسويقي و استراتيجيات الاتصال التي تهدف إلى التأثير في قرارات الشراء و اتجاهات العلامة التجارية لإشباعهم.<sup>2</sup>

و يرى الاستشاري و الباحث في التنمية المستدامة كميل حاماتي أن المؤثرون ظاهرة موجودة منذ الأزل , حيث كان الناس ينظرون إلى الشخصيات البارزة كالمملوك أو غيرهم وصلا إلى هوليوود فتأثر بالممثلين و المشاهير الذين استخدموا الشركات لأسباب تسويقية و مع ظهور وسائل التواصل الاجتماعي باتت الأخيرة متنفسا للناس سما في العالم العربي ففي أوروبا لا نجد هذا الاهتمام الزائد بالمؤثرين.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> المرجع نفسه.

<sup>2</sup> عادل خالدي, سهام بوزيدي, تناول المؤثرين لموضوع الانتخابات في الجزائر عبر مواقع التواصل الاجتماعي دراسة تحليلية , مجلة المقدمة للدراسات الإنسانية و الاجتماعية, العدد الأول, 2023, ص 207.

<sup>3</sup> محمد زكريا خراب , المؤثرون الاجتماعيون و جمهور المتابعين\_ رؤية نقدية حول جدلية من يضع من؟, مجلة رقمنة للدراسات الإعلامية و الاتصالية, العدد الأول, جامعة الجزائر (03) الجزائر, 2022, ص 128.

و كان المؤثرون في وقت من الأوقات مقصورين على عامة المشاهير و لكن مع وصول وسائل الإعلام الاجتماعية إلى الجماهير و توافر الموارد للأزمة لخلق محتوى عالمي من الجودة، ظهر جيل جديد من المؤثرين و بينما لا يزال للمشاهير دور رئيس هو دور التكنولوجيا في تمكين عدد كبير من الناس يوميا من الحصول على صوت و بناء جمهور من خلال عرض مشاعرهم وخبراتهم و إعطاء منصة للمتأثرين الممثلين الذين لولا ذلك لما تم اكتشافهم فهم قبل اعتماد وسائل التواصل الاجتماعي على نطاق واسع.

و المؤثرون أوضاع المحتوى هي مصطلحات راجت خلال السنوات الأخيرة و على الرغم من أن أغلبهم لا يتمتعون بمناصب مرموقة ، أو درجات علمية أو مؤهلات دراسية كبيرة إلا أنهم استطاعوا أن يحققوا أموال كبيرة يتحول المصطلح من صفة إلى مهنة قد لا تدر عائدات مالية خيالية.<sup>1</sup>

### المطلب الرابع: خصائص المؤثرون الاجتماعيون

- يتسمون بقوة التأثير و الإقناع على مجموعة من الأشخاص من خلال توليد تصرفات يحكمها التقليد الأعمى أو ما يعرف ب: غريزة القطيع *Les effetes gregairs* و المدفوعة بحماس ينافي المنطق.
- أتقن المؤثرون فن الإغراء فأصبح عرض الحياة اليومية عبر منصات التواصل الاجتماعي مهنة بحد ذاتها إذ انتقلنا من الهوية و الشغف بموضوع ما إلى عرض تفاصيل الحياة الخاصة على الشاشات الزرقاء لحصل أكبر عدد من الإعجاب أو المشاركات.
- ينظر المؤثرون على أنهم قادة للرأي إذ بإمكانهم إثراء مجتمعهم بفضل خبرتهم و شغفهم بمجال معين.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> نبيلة جعفروري، مؤثر و مواقع التواصل الاجتماعي: الفاعلون الجدد في قيادة الرأي العام قراءة حول التغيير في المفاهيم و الأدوار، مجلة رقمية للدراسات الإعلامية و الرئيسية، العدد الأول ، جامعة أم البواقي (الجزائر) ، 2022، ص 40.

<sup>2</sup> حورية شريط، المؤثرون الاجتماعيون أو قادة الرأي الجدد على الويب، قراءة في مفاهيم السلطة و التأثير و عرض الذات و السمعة الرقمية، مجلة رقمنة للدراسات الإعلامية و الاتصالية، العدد (01)، جامعة الجزائر (03)، 2022، ص 144\_146.

- هم أفراد لهم قدرة أعلى من المتوسط على التأثير في الآخرين بأفكارهم و آرائهم من خلال منصتهم الاجتماعية.<sup>1</sup>
- يعرف بأنه شخص غير مستهلك يتم تحفيزه لترشيح منتج ما لمتابعيه أو إنتاج مضمون إعلامي من علامة معينة أو منتج ما بصدق التسويق.
- لديهم خاصية العمل بالتعاون أي يمكن للمؤثرين زيادة عدد متابعيهم و زيادة شهرتهم من خلال القيام بفيديوهات بالتعاون مع مؤثرين آخرين.
- المؤثر يمتاز بالخبرة فهو قبل كل شيء مختص في مجال نشاطه.
- يجمع مجمع نشط و هي هذه نقطة مهمة في حجم متابعيه كما يعمل على كسب ثقتهم و ولاء جمهور.<sup>2</sup>
- يتميز قادة الرأي عن غيرهم بأنهم أكثرهم ابتكارية ميالون لتجريب كل ما هو جديد و متميز.
- كثيرا المطالعة و القراءة خاصة بما يتعلق بوسائل الإعلام كما و يمكن أن يكون قادة الرأي مستهلكون من جميع الفئات العمرية.
- نقل الأفكار الجديدة للمجتمع.<sup>3</sup>
- قادة الرأي يتعرضون أكثر من أتباعهم لوسائل الإعلان و الاتصال فهم حرصون على متابعة الصحف و الاستماع إلى محطات الإذاعة و مشاهدة البرامج التلفزيونية ذات الصلة بجمال تخصصهم.

<sup>1</sup> قشط خديجة, المؤثرون الاجتماعيون عبر مواقع التواصل الاجتماعي دراسة لواقع تأثيرهم على السلوك الشرائي للشباب الجزائري, مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية و الاتصالية, العدد (04), 2022, ص 4.

<sup>2</sup> هنية رزبق, دور المؤثرون الاجتماعيون عبر مواقع التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة الاستهلاك لدى الشباب, مجلة بحوث و دراسات في الميديا الجديدة, العدد 04, 2014, ص 83.

<sup>3</sup> أمينة طريف, سلمى عطوات, تشخيص لسمات قادة الرأي و أثرها في القرار الشرائي للمستهلك, مجلة اقتصاد المال و الأعمال, العدد الأول, جامعة عمار ثلجي الأغواط (الجزائر), جوان 2019, ص 41.

- يتميزون بمراكز اجتماعية أفضل من غيرهم نتيجة موقعهم العلمي و الاجتماعي و الاقتصادي مما يعزز موقع تأثيرهم على أتباعهم.<sup>1</sup>
- الدقة و القدرة على استخدام وسائل الاتصال, و الانفتاح حول العالم.
- الاتزان النفسي و العاطفي و الفكري و القدرة على التعامل مع المواقف المختلفة.
- الجاذبية التي تشمل على سماحة الوجه ورقة الحديث و حسن الهندام.
- الذكاء و النضوج الفكري و الاجتماعي و سعة الأفق.<sup>2</sup>

### المطلب الخامس: مجالات المؤثرون الاجتماعيون

إن موقع التواصل الاجتماعي مليئة بالمؤثرين الذين يقومون بالنشر عن مواضيع و مجالات مختلفة.

#### (1) هواة الطبخ:

تتميز هذه الفئة بنشر محتوى حول المأكولات و زيادة المطاعم و تقديم وصفات الفاتحة للشهية, كما أنهم يزورون مطاعم حول البلدان ليقوم بتجربة أطباقهم و مشاركتها على صفحاتهم في الانستغرام و الفيسبوك.

#### (2) هواة التكنولوجيا:

ينشروا هواة التكنولوجيا التطبيقات الجديدة للهواتف, الخصائص التي تظهرها حديثا في الهواتف المحمولة و مراجعة المنتجات التقنية مثل الحواسيب و الشاشات و كل ما هو جديد في عالم التكنولوجيا.

<sup>1</sup> طارق سعدي, قادة الرأي العام طرق القياس و الأدوار الجديدة في مواقع التواصل الشبكات الاجتماعية, المجلة الجزائرية ,

<sup>2</sup> نبيلة جعفري, مرجع سبق ذكره ص 35.

(3) هواة السفر: هذه الفئة تهوى السفر و المغامرات و تقدم البرامج التلفزيونية و عروض الأزياء, و يقومون بالسفر حول العالم و توثيق الأماكن السياحية الخلابة والتقاط الصور على صفحاتهم في مواقع التواصل الاجتماعي.<sup>1</sup>

### (4) هواة الموضة و الأناقة:

ينشرون حول الملابس و الأحذية و الإكسسوارات الحديثة و يقدمون عروض أزياء للماركات العالمية في الأوقات الأخرى.

### (5) هواة الموضة و الماكب:

تنشر هذه الفئة حول الجمال و العناية بالجسم و مراجعة مستحضرات التجميل الخاصة بالنساء و أناقة و تقديم معلومات حول خبرة التجميل و المكياج.

### (6) هواة الرياضة:

تهتم هذه الفئة بالألعاب الرياضية خاصة منها كرة القدم و تقدم أخر الأخبار حول المحترفين في أشهر الأندية حول العالم و أخر المباريات و أخبار اللاعبين و كل ما يتعلق بالرياضة.

### (7) ريادة الأعمال:

يعملون على تقديم أفكار للبدء في انجاز مشاريع و تقديم حلول حول بناء الشركات و كل ما يتعلق بالأعمال و التجارة و المحاسبة.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> بوذن وئام و بلخيري رانية, دور المؤثرون على الانستغرام في الترويج للعلامات التجارية التجميلية دراسة تحليلية لعينة من فيديوهات المؤثرة ليليا ابو عزيز lyliabouazizofficial جامعة صالح بوبندير \_قسنطينة 03, كلية علوم الإعلام و الاتصال و السمعي البصري قسم السمعي البصري تخصص سمعي بصري, 2021\_2022, ص 58.

<sup>2</sup> المرجع نفسه, ص 59.

# الدراسة الميدانية

عرض وتحليل النتائج الخاصة بخصائص عينة الدراسة

عرض وتحليل نتائج البيانات الشخصية

عرض وتحليل نتائج المحور الأول

الجداول البسيطة

الجداول المركبة

عرض وتحليل نتائج المحور الثاني

الجداول البسيطة

الجداول المركبة

عرض وتحليل نتائج المحور الثالث

الجداول البسيطة

الجداول المركبة

عرض وتحليل نتائج المحور الرابع

الجداول البسيطة

الجداول المركبة

عرض وتحليل نتائج المحور الخامس

الجداول البسيطة

الجداول المركبة

تفسير النتائج

نتائج المحور الأول

نتائج المحور الثاني

نتائج المحور الثالث

نتائج المحور الرابع

نتائج المحور الخامس

النتائج العامة للدراسة

بعد اكتمال الخطوات اللازمة للدراسة، بدءاً من وضع الاشكالية وصولاً إلى تصميم الاستبيان وتحليل النتائج، قمنا بتوزيع استبيان على عينة من الطالبات الجامعيات -جامعة محمد خيضر بسكرة ، وقد وزعنا 54 عينة و استرجعنا منها 50 عينة مستوفاة للدراسة و تم الغاء 4 الباقية لظروف خاصة بالمبحوثين، حيث هدفنا تحويل البيانات النوعية إلى بيانات كمية للإجابة عن أسئلة الدراسة، تم تحليل البيانات باستخدام برنامج SPSS لضمان دقة النتائج وصحة الحسابات، وذلك من خلال تحليل البيانات التي تم جمعها عبر ثلاثة محاور.

## 1. عرض وتحليل النتائج الخاصة بخصائص عينة الدراسة

### عرض وتحليل نتائج البيانات الشخصية

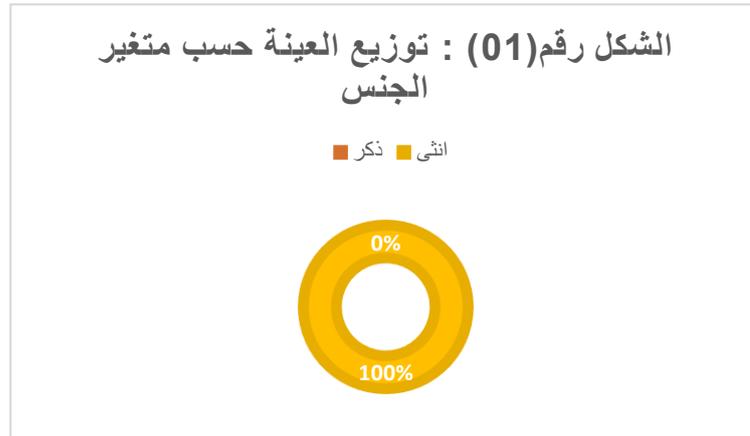
الجدول رقم (01) : توزيع افراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية%
ذكر	/	/
انثى	50	100
المجموع	50	100

المصدر : الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.v.22

يمثل الجدول رقم (01) توزيع العينة حسب متغير الجنس حيث بلغت نسبة الإناث 100% ، أما نسبة الذكور فقد جاءت معدومة .

هذا ما يوضح لنا أن اغلبية افراد العينة المدروسة كانت من جنس الاناث مما يشير الى تفوق نسبي للإناث في العينة المدروسة كون الاستبيان أساسا موجه لعينة من الطالبات .



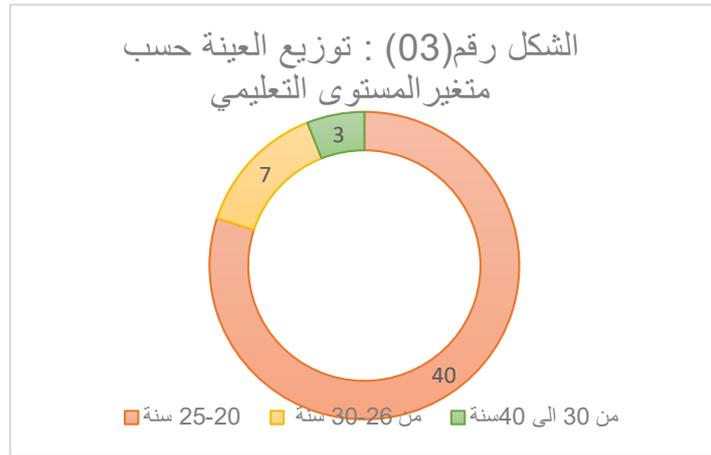
المصدر : الطالبتين استنادا على مخرجات برنامج spss.v.22

الجدول رقم (02) : توزيع افراد عينة حسب متغير السن

النسبة المئوية%	التكرار	السن
18	40	25-20 سنة
14	7	من 30-26 سنة
6	3	من 30 الى 40 سنة
100	50	المجموع

المصدر : الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.v.22

يمثل الجدول رقم (02) توزيع العينة حسب متغير السن حيث بلغت نسبة المستوى المتوسط 18% و الذين بلغ عددهم 18 فردا ثم يليها ، الافراد ذوي من 26 الى 30 سنة بنسبة قدرت 14% اما من هم من من 30-40 سنة فقد بلغت نسبتهم 6% .



المصدر : الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.v.22

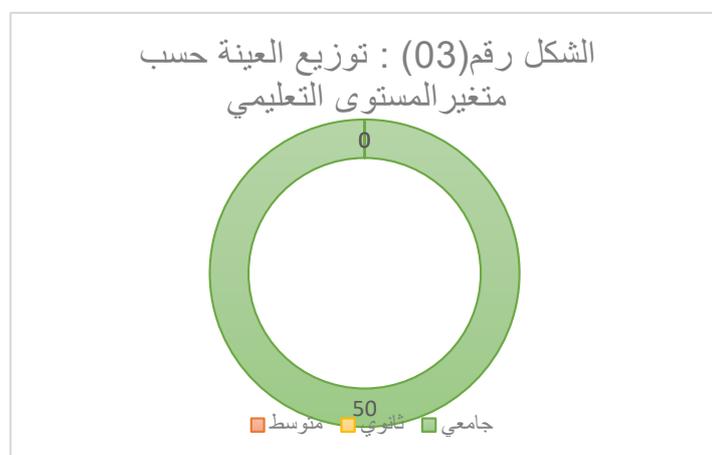
الجدول رقم (03) : توزيع افراد عينة حسب متغير المستوى التعليمي

النسبة المئوية%	التكرار	المستوى التعليمي
/	/	متوسط
/	/	ابتدائي
/	/	ثانوي
100	50	جامعي
100	50	المجموع

المصدر : الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.v.22

يمثل الجدول رقم (03) توزيع العينة حسب متغير المستوى التعليمي حيث بلغت نسبة

من هم من المستوى الجامعي فقد بلغت نسبتهم 70.73% و الذين شكلوا النسبة الأكثر حضورا بعدد 29 فرد من اصل 50 . و سجلنا نسبة معدومة لبقية الفئات . هذا ما يوضح لنا أن اغلبية افراد العينة المدروسة كانت من ذوي المستوى الجامعي مما يشير أن غالبية أفراد العينة المدروسة كانوا من حملة شهادات جامعية، مما يشير إلى تمثيل قوي لهذه الفئة في الدراسة كون موظفي إدارة الكلية ذوي مناصب تتطلب شهادة جامعية .



المصدر : الطالبتين استنادا على مخرجات برنامج spss.v.22

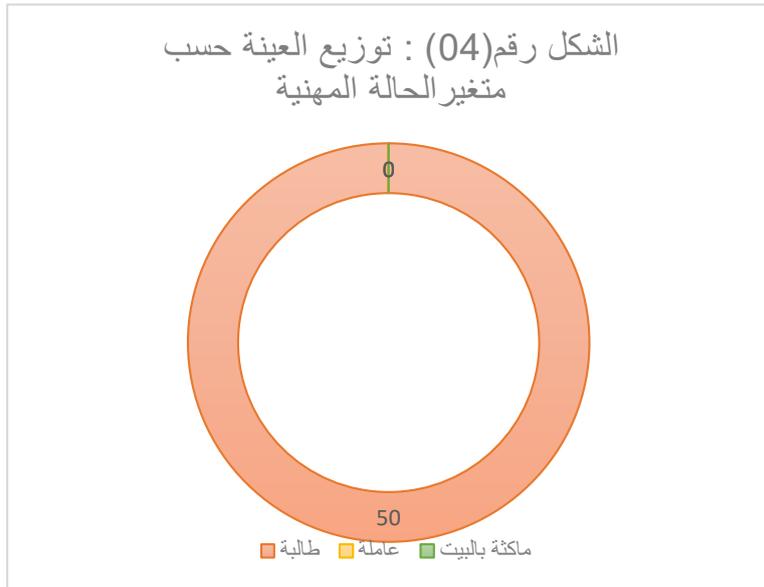
الجدول رقم (04) : توزيع افراد عينة الدراسة حسب متغير الحالة المهنية

النسبة المئوية%	التكرار	الحالة المهنية
100	50	طالبة
/	/	عاملة
/	/	ماكثة بالبيت
100	50	المجموع

المصدر : الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.v.22

يمثل الجدول رقم (03) توزيع العينة حسب متغير الحالة المهنية حيث بلغت نسبة من هم طالبات جامعيات 50%.

هذا ما يوضح لنا أن اغلبية افراد العينة المدروسة هم طالبات جامعيات على عكس العينات التي سجلت نسبة معدومة .



المصدر : الطالبتين استنادا على مخرجات برنامج spss.v.22

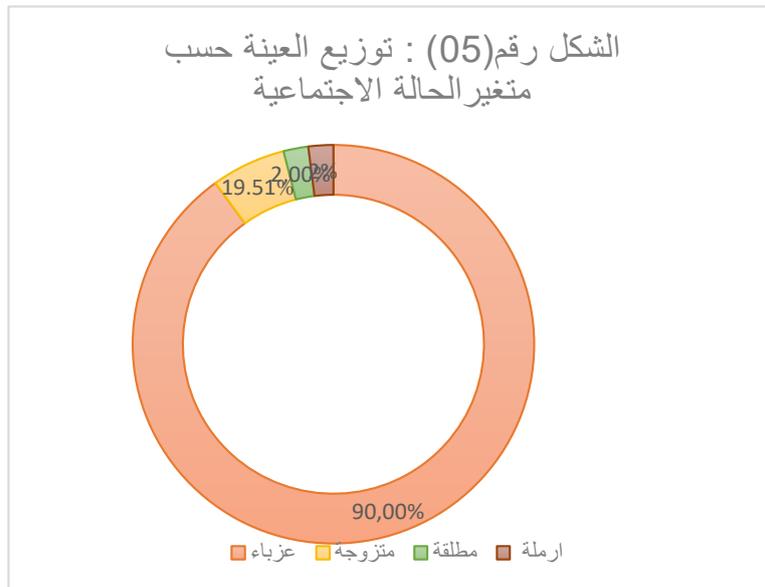
الجدول رقم (05) : توزيع افراد عينة حسب متغير الحالة الاجتماعية

النسبة المئوية%	التكرار	الحالة الاجتماعية
90.0	45	عزباء
06.0	3	متزوجة
02.0	1	مطلقة
02.0	1	ارملة
100	50	المجموع

المصدر : الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.v.22

يمثل الجدول رقم (05) توزيع العينة حسب متغير الحالة الاجتماعية حيث بلغت نسبة من هم عازبين الى 90% و الذين بلغ عددهم 45 فرد ثم يليها الفئة من المتزوجات بنسبة قدرت بـ 6% اما من هم من فئة المطلقات و الارامل قدرت نسبتهم بـ 2%.

هذا ما يوضح لنا أن اغلبية افراد العينة المدروسة من العازبات كونهم طالبات جامعات .



المصدر : الطالبتين استنادا على مخرجات برنامج spss.v.22

عرض وتحليل نتائج المحور الأول دوافع تعرض المرأة نحو استخدامات الانستغرام

• الجدول البسيطة

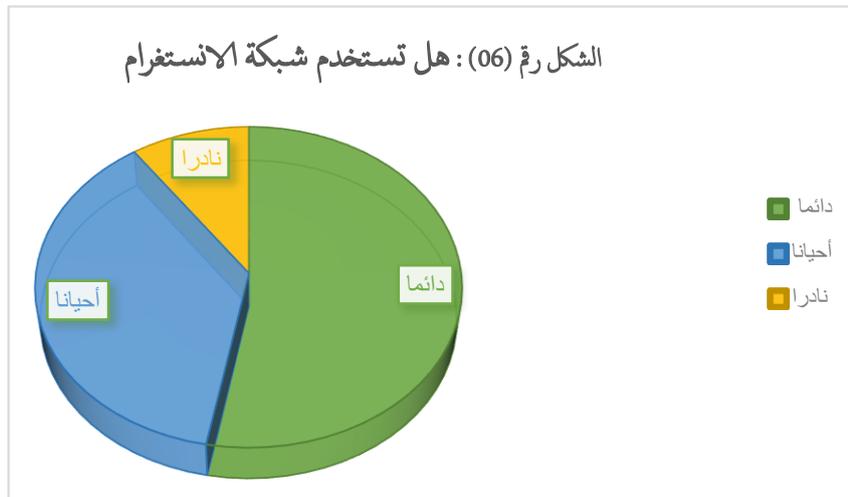
الجدول رقم (06) : هل تستخدم شبكة الانستغرام

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية%
دائما	27	54.0
احيانا	18	38.0
نادرا	05	10.0
المجموع	50	100

المصدر : الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.v.22

يظهر الجدول رقم (06) نتائج توزيع العينة ان الأغلبية يستخدمون الانستغرام و قد نسبتهم 54% ثم يليها احيانا ب بنسبة قدرت 38% اما نادرا قدرت نسبتهم ب 10%.

**نستنتج** أن اغلبية افراد العينة المدروسة من الطالبات يستخدمون الانستغرام بشكل دائم و يعود ذلك ويعود ذلك إلى عدة عوامل. يتميز إنستغرام بمحتواه البصري الجذاب وسهولة الاستخدام، مما يجعله منصة مثالية للتفاعل الاجتماعي والترفيه. تتيح المنصة للطالبات متابعة أحدث الاتجاهات في الموضة والجمال، والتواصل مع الأصدقاء والعائلة، بالإضافة إلى متابعة المؤثرين والمحتوى الملهم. كما أن إنستغرام يوفر فرصاً للتسوق الإلكتروني والتعبير عن الذات، مما يجعله جزءاً أساسياً من حياتهن اليومية.



المصدر : الطالبتين استنادا على مخرجات برنامج spss.v.22

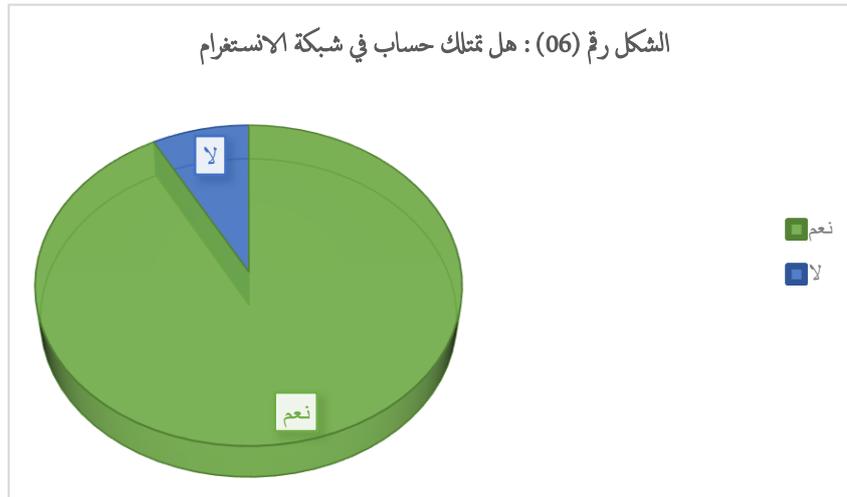
الجدول رقم (07): هل تمتلك حساب في شبكة الانستغرام

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية%
نعم	46	92.0
لا	04	08.0
المجموع	50	100

المصدر : الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.v.22

يظهر الجدول رقم (07) نتائج توزيع العينة حيث بلغت نسبة من أجاب بنعم 92% ثم يليها بنسبة قدرت 08% .

نستنتج أن اغلبية افراد العينة المدروسة من يمتلكون حسابات على تطبيق الانستغرام حيث يوفر منصة للتفاعل الاجتماعي والترفيه من خلال المحتوى البصري الجذاب. بالإضافة إلى ذلك، يسهل إنستغرام متابعة أحدث الاتجاهات في الموضة والجمال، والتواصل مع الأصدقاء والعائلة، ومتابعة المؤثرين والمحتوى الملهم. كل هذه العوامل تجعل إنستغرام منصة مفضلة للكثيرين وتدفعهم إلى استخدامه بشكل دائم.



المصدر : الطالبتين استنادا على مخرجات برنامج spss.v.22

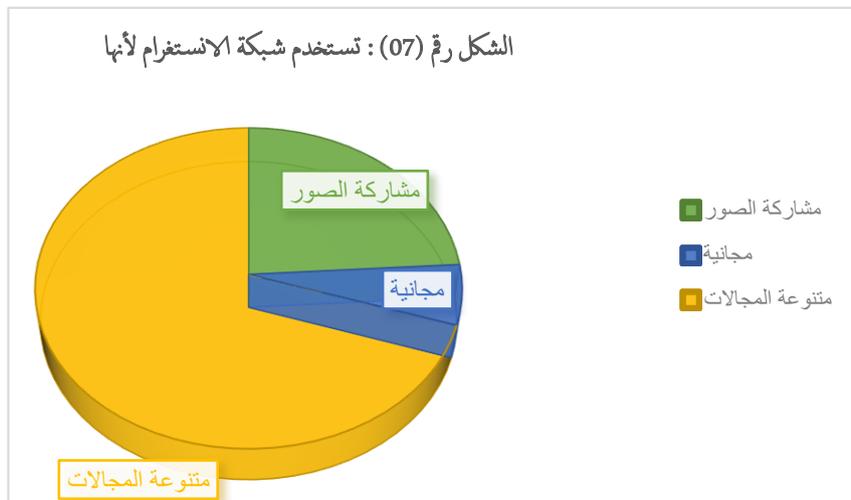
الجدول رقم (08): تستخدم شبكة الانستغرام لأنها

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية%
سهولة الاستعمال	12	24.0
مجانية	03	06.0
متنوعة المجالات	35	70.0
المجموع	50	100

المصدر : الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.v.22

يظهر الجدول رقم (08) نتائج توزيع العينة تستخدم شبكة الانستغرام لأنها متنوعة المجالات حيث بلغت نسبتهم 70% ثم سهولة الاستعمال بنسبة قدرت 24% اما مجانية قدرت نسبتهم بـ 6%.

**نستنتج** أن اغلبية افراد العينة المدروسة تستخدم شبكة الانستغرام لأنها متنوعة المجالات المنصات الرقمية إذ تتيح إنستغرام للمستخدمين التفاعل الاجتماعي، متابعة أحدث الاتجاهات في الموضة والجمال، الاطلاع على المحتوى الملهم من المؤثرين، بالإضافة إلى فرص التسوق الإلكتروني. هذا التنوع يجعل إنستغرام وجهة مفضلة للكثيرين، مما يفسر استخدامهم الدائم له.



المصدر : الطالبتين استنادا على مخرجات برنامج spss.v.22

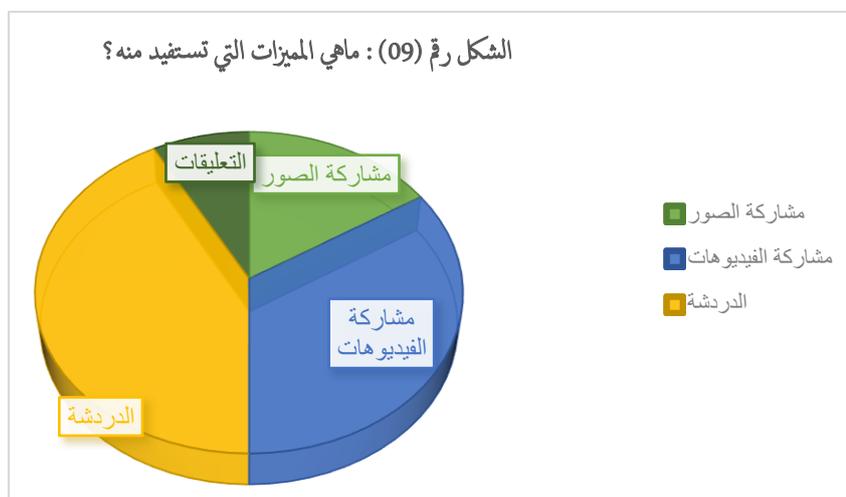
الجدول رقم (09): ماهي المميزات التي تستفيد منه؟

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية%
مشاركة الصور	08	16.0
مشاركة الفيديوهات	17	34.0
الدرشة	21	42.0
التعليقات	04	08.0
المجموع	50	100

المصدر : الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.v.22

يظهر الجدول رقم (09) نتائج توزيع العينة حيث سجلنا لـ للدرشة نسبة 8% ثم يليها مشاركة الفيديوهات بنسبة قدرت 34% اما مشاركة الصور قدرت نسبتهم بـ 16%.

**نستنتج** أن اغلبية افراد العينة المدروسة من الطلبة قد أجاب ان الدردشة اكثر وسيلة مستخدمة يعكس ذلك الأهمية الكبيرة التي يوليها الطلبة للتواصل الفوري والمباشر مع الأصدقاء والزملاء، حيث تسهل الدردشة تبادل المعلومات والنقاشات السريعة حول المواضيع الدراسية والاجتماعية. توفر منصات الدردشة بيئة مناسبة للتفاعل الاجتماعي اليومي، مما يجعلها الوسيلة الأكثر شعبية بين الطلبة.



المصدر : الطالبتين استنادا على مخرجات برنامج spss.v.22

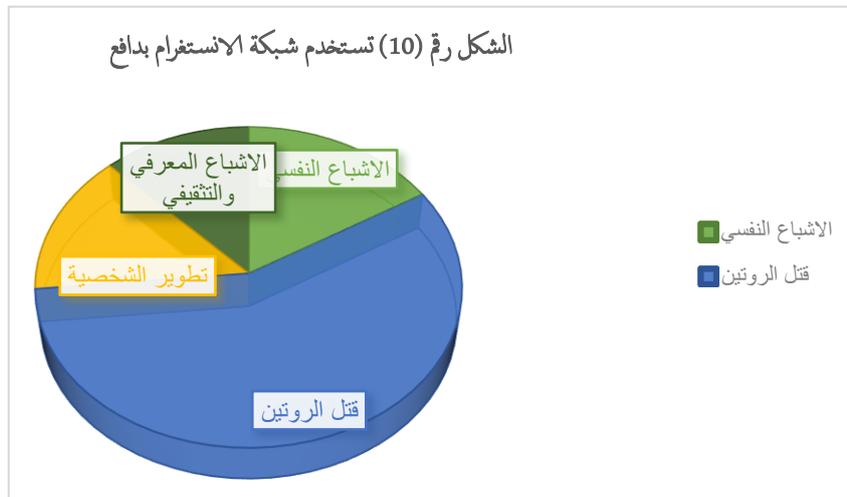
الجدول رقم (10): تستخدم شبكة الانستغرام بدافع

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية%
الاشباع النفسي	08	16.0
قتل الروتين	28	56.0
تطوير الشخصية	07	14.0
الاشباع المعرفي والتثقيفي	06	12.0
المجموع	50	100

المصدر : الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.v.22

يظهر الجدول رقم (10) نتائج توزيع العينة تستخدم شبكة الانستغرام بدافع حيث سجلنا ان الدافع قتل الروتين نسبة 56% ثم يليها تطوير الشخصية بنسبة قدرت 14% أما الاشباع النفسي فجاءت بنسبة 16% و أخيرا الاشباع المعرفي و التثقيفي جاءت بنسبة 12%.

نستنتج أن اغلبية افراد العينة المدروسة ان دوافعه لاستخدام الانستغرام مختلفة و متباينة و لكن الاغلبية اجمع ان دافعهم قتل الروتين يعكس هذا الاستخدام السائد إنستغرام كوسيلة للترفيه وكسر الملل اليومي من خلال تصفح المحتوى المتجدد والمتنوع الذي تقدمه المنصة، مثل الصور والفيديوهات، والتفاعل مع الأصدقاء والمجتمع الرقمي .



المصدر : الطالبتين استنادا على مخرجات برنامج spss.v.22

• الجداول المركبة

السؤال رقم (10): تستخدم شبكة الانستغرام بدافع :

الجدول (37): جدول مركب يوضح توزيع العينة بدافع حسب متغيرات البيانات الشخصية

المجموع		متنوعة المجالات		مجانية		سهولة الاستعمال		الإجابة / المتغير	
نسبة مئوية	تكرار	نسبة مئوية	تكرار	نسبة مئوية	تكرار	نسبة مئوية	تكرار		
80	40	56	28	6	3	18	9	25-20	السن
								سنة	
14	7	8	4	0	0	6	3	-26	
								30سنة	
6	3	6	3	0	0	0	0	40-30	سنة
100	50	70	35	6	3	24	12	المجموع	
90	45	62	31	6	3	22	11	عازبة	الحالة الاجتماعية
6	3	6	3	0	0	0	0	متزوجة	
2	1	2	1	0	0	0	0	مطلقة	
2	1	0	0	0	0	2	1	ارملة	
100	50	70	35	6	3	24	12	المجموع	
100	50	70	35	6	3	24	12	طالبة	الوضعية المهنية
								عاملة	
								ماكثة في البيت	
100	50	70	35	6	3	24	12	المجموع	

المصدر: الطالبتين استنادا على مخرجات برنامج spss.v.22

• تحليل النتائج:

نستنتج من خلال الجدول ان العينات المدروسة حسب متغير السن قد اعرىوا عن دافعهم لاستخدام الانستغرام كونه متنوع المجالات و قد جاءت الفئة العمرية من 20 الى 25 سنة بنسبة 40% في ما يقابلها حازت الإجابة ( إجابات متنوعة على النسبة الأكثر حضورا حيث سجلنا

وتظهر العينة المدروسة من خلال متغير الحالة الاجتماعية ان نسبة العازبات ب 45 % قد حازت على النسبة الاكثر حضورا من خلال الإجابة متنوعة المجالات بنسبة و نسجل نفس العينة المدروسة حسب متغير الحالة الاجتماعية حيث حازت فئة الطالبات على 70 % بينما قد اختاروا الفئة متنوعة المجالات . نستنتج من خلال الجدول ان عينة الدراسة هم من فئة الطالبات الجامعيات من ذوي الفئة العمرية من 20-25 سنة قد اجمعوا على ان دافعهم لاستخدام الانستغرام هو ما يُفسر ذلك بالأساس بوساطة الرغبة في التواصل مع الأصدقاء وزملاء الدراسة، ومتابعة آخر الأخبار والأحداث، بالإضافة إلى بناء وتعزيز العلاقات الاجتماعية والشبكات الاجتماعية عبر المنصة. هذا الاستنتاج يعزز فهمنا لكيفية تأثير وسائل التواصل الاجتماعي، ويسلط الضوء على الأهمية التي تلعبها منصة إنستغرام كوسيلة للتواصل وبناء العلاقات في الفئة العمرية والاجتماعية المدروسة.

### عرض نتائج و تحليل المحور الثاني : ابرز مضامين المنشورة عبر صفحة اميرة ريا ذات

#### العلاقة بالمرأة الجزائرية

#### • الجداول البسيطة

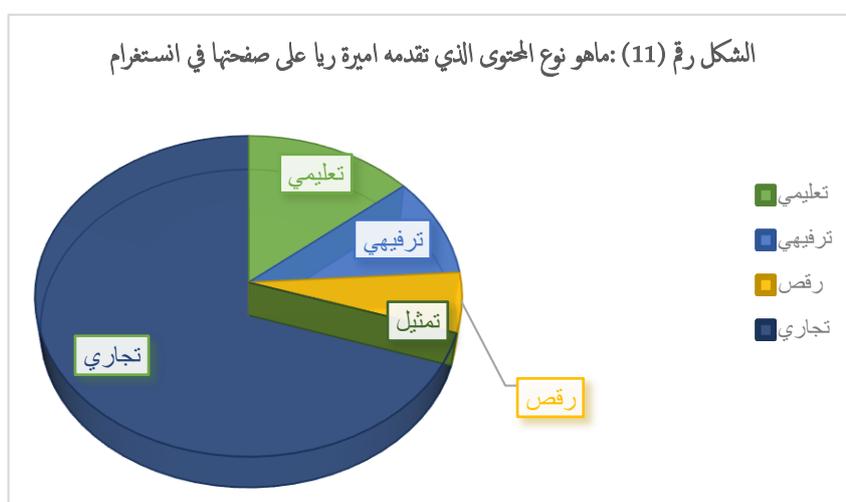
الجدول رقم (11): ماهو نوع المحتوى الذي تقدمه اميرة ريا على صفحتها في انستغرام

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية%
تعليمي	7	14
ترفيهي	5	10
رقص	3	6
تمثيل	/	/
تجاري	35	70
المجموع	50	100

المصدر : الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.v.22

من خلال الجدول رقم (11) يظهر لنا الأغلبية من العينة المدروسة أجاب على التساؤل حول مضامين اميرة ريا ان المضمون التجاري هو الأكثر حضورا حيث جاء بنسبة 70% ، وقد جاءت المضمون التعليمي في المرتبة الثانية بنسبة 14%، و جاء المضمون الترفيهي و الرقص في الترتيب الأخير بنسبة 10% و6%.

يظهر الجدول نتائج توزيع العينة ما هو نوع المحتوى الذي تقدمه اميرة ريا على صفحتها في إنستغرام حيث سجلنا تباين في هاته الإجابات على حسب اراء المبحوثين وقد حاز المضمون التجاري على النسبة الأكثر حضورا بحسب نتائج توزيع العينة المستندة إلى آراء المبحوثين، يظهر أن أميرة ريا تقدم مجموعة متنوعة من المحتوى على صفحتها في إنستغرام. ومع ذلك، فقد لاحظنا تبايناً في الإجابات حول نوع هذا المحتوى. من بين جميع الأنواع، حاز المضمون التجاري على النسبة الأكثر حضوراً بين المبحوثين. هذا يشير إلى أن أميرة ريا تركز بشكل كبير على المحتوى التجاري في منشوراتها، والذي قد يشمل الإعلانات، الشراكات التجارية، والترويج للمنتجات والخدمات.



المصدر : الطالبتين استنادا على مخرجات برنامج spss.v.22

الجدول رقم (12): هل انت راض عن المحتوى المقدم عبر صفحة اميرة ريا على الانستغرام

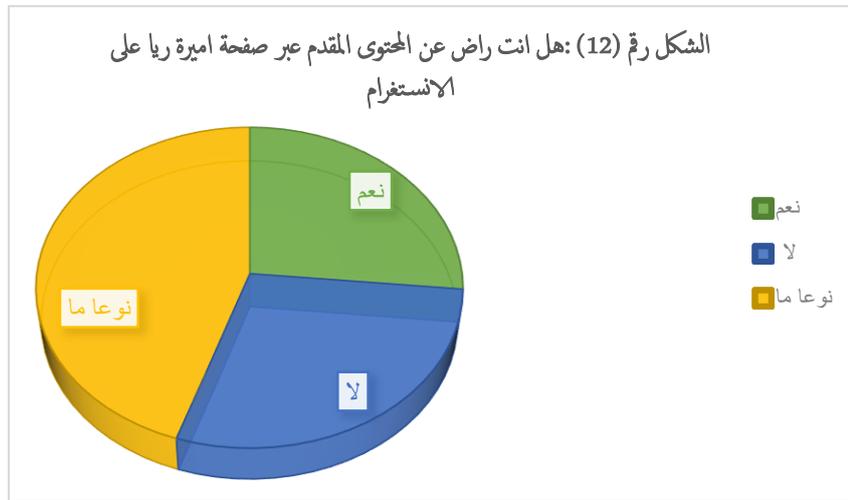
الاجابة	التكرار	النسبة المئوية%
نعم	13	26.0
لا	14	28.0
نوعا ما	22	44.0

المجموع	50	100
---------	----	-----

المصدر : الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.v.22

يظهر الجدول رقم (12) نتائج توزيع العينة هل انت راض عن المحتوى المقدم عبر صفحة اميرة ريا على الانستغرام حيث سجلنا ل : للإجابات بنعم 26% و للإجابات بلا قدرت نسبتها 28% اما في ما يتعلق بنوعا ما سجلنا النسبة الأكثر حضورا ب 44 % .

نستنتج أن اغلبية افراد العينة المدروسة تباينت اجاباتها بن موافق و غير موافق حول مضامين صفحة اميرة ريا على الرغم من أن المضمون التجاري كان الأكثر حضورًا حسب بعض المبحوثين، فإن هذا التباين في



الآراء يشير إلى وجود تنوع في المحتوى المقدم وتأثيراته المختلفة على المتابعين. هذا الاستنتاج يعكس التنوع في الانطباعات حول محتوى أميرة ريا، مما يشير إلى أنها قد تقدم مزيجًا من المحتويات التجارية والشخصية أو الترفيهية التي قد تلقى ردود فعل متفاوتة من جمهورها.

المصدر : الطالبتين استنادا على مخرجات برنامج spss.v.22

الجدول رقم (13): هل المحتوى المقدم عن المرأة يصور بشكل جاد وحقيقي

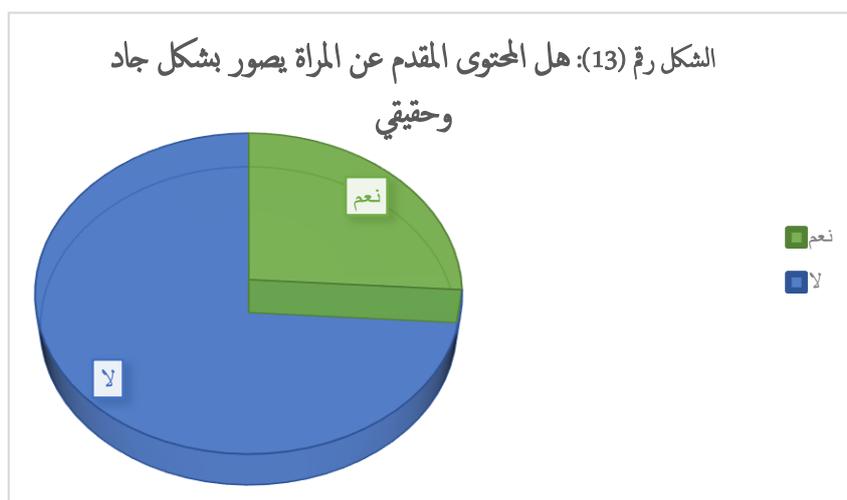
الاجابة	التكرار	النسبة المئوية%
نعم	13	26
لا	37	74

المجموع	50	100
---------	----	-----

المصدر : الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.v.22

يظهر الجدول رقم (13) نتائج توزيع العينة هل المحتوى المقدم عن المرأة يصور بشكل جاد وحقيقي حيث سجلنا ل : للإجابات بنعم 74% و للإجابات بلا قدرت نسبتها 26% .

نستنتج أن اغلبية افراد العينة المدروسة اعرب عن رايه في ما يخص جدية و حقيقة المحتوى الذي تنشره صفحة اميرة ريا هذا التباين في الآراء يشير إلى وجود وجهات نظر متنوعة حول مصداقية وأصالة المحتوى المقدم من قبلها. بينما يرى البعض أن المحتوى جدي وحقيقي، قد يكون هناك آخرون يشككون في ذلك، مما يعكس تعددية الانطباعات حول صفحتها.



المصدر : الطالبتين استنادا على مخرجات برنامج spss.v.22

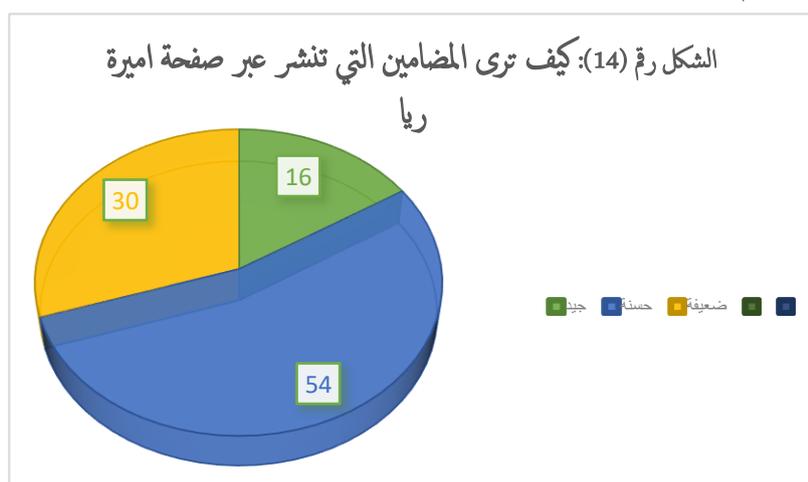
الجدول رقم (14): كيف ترى المضامين التي تنشر عبر صفحة اميرة ريا

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية %
جيد	8	16
حسنة	27	54
ضعيفة	15	30
المجموع	50	100

المصدر : الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.v.22

يظهر الجدول رقم (14) نتائج توزيع العينة كيف ترى المضامين التي تنشر عبر صفحة اميرة ريا حيث سجلنا ل: نسبة 54% لمن اجابوا بحسنة و هي النسبة الأكثر حضورا جاءت بنسبة 30% ، ام الإجابات بضعيفة جاءت بنسبة قدرها 16% .

نستنتج أن اغلبية افراد العينة المدروسة اعرب عن رايه كيف ترى المضامين التي تنشر عبر صفحة اميرة ريا هذا التباين في الآراء يشير إلى أن المبحوثين لديهم وجهات نظر متنوعة حول نوعية ومضمون ما تنشره أميرة ريا. بعضهم قد يرى أن المحتوى الذي تقدمه ذا قيمة وجذاب، في حين قد يرى آخرون أنه أقل تأثيراً أو لا يتماشى مع توقعاتهم.



المصدر : الطالبين استنادا على مخرجات برنامج spss.v.22

الجدول رقم (15): ماهي المضامين المنشورة عبر صفحة اميرة ريا

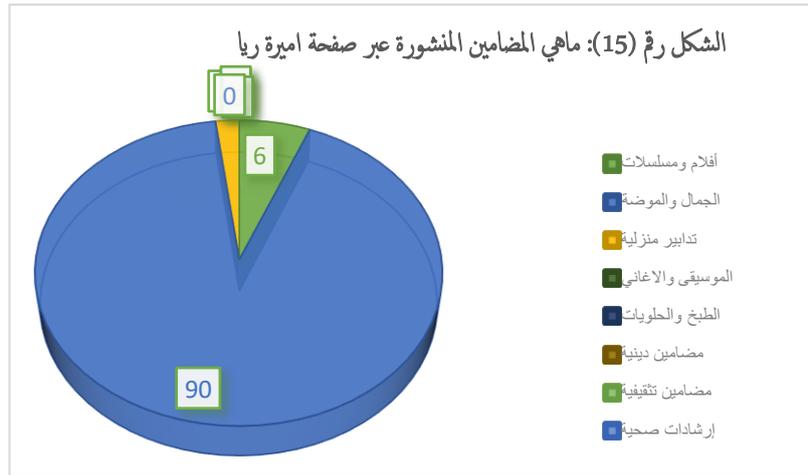
الاجابة	التكرار	النسبة المئوية%
أفلام ومسلسلات	3	6
الجمال والموضة	45	90
تدابير منزلية	2	4
الموسيقى والاعاني	/	/
الطبخ والحلويات	/	/
مضامين دينية	/	/
مضامين تثقيفية	/	/

/	/	إرشادات صحية
100	50	المجموع

المصدر : الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.v.22

يظهر الجدول رقم (15) نتائج توزيع ماهي المضامين المنشورة عبر صفحة اميرة ريا حيث جاءت المضامين التي تهتم بالموضة و الجمال نسبة 45% ثم يليها مضامين الأفلام و المؤسسات بنسبة قدرت 6% اما مضامين التدابير المنزلية فبنسبة 4 %، اما بقية المضامين فقد جاءت نسبتها معدومة.

نستنتج أن أغلبية أفراد العينة المدروسة حددوا فئات مختلفة للمضامين التي تنشرها أميرة ريا. تبرز من بين هذه المضامين الفئات المتعلقة بالجمال، حيث تقدم أميرة محتوى يتضمن نصائح للعناية بالبشرة ومستحضرات التجميل. كما تهتم أيضًا بمجال الموضة، فتشارك متابعيها بعروض الأزياء وأحدث صيحات الموضة ونصائح التنسيق. بالإضافة إلى ذلك، تولي أميرة ريا اهتمامًا بالتدابير المنزلية، حيث تقدم نصائح وأفكارًا لتنظيم وترتيب المنزل، فضلاً عن نصائح في الطهي والديكور. هذا التنوع في المحتوى يعكس قدرتها على تلبية اهتمامات متعددة لجمهورها، مما يجعل صفحاتها وجهة جذابة لمتابعين من خلفيات واهتمامات



متنوعة.

المصدر : الطالبتين استنادا على مخرجات برنامج spss.v.22

• الجداول المركبة

السؤال رقم (10): هل المحتوى المقدم حول المرأة يصور بشكل جاد و حقيقي :

الجدول (37): جدول مركب يوضح توزيع العينة بدافع حسب متغيرات البيانات الشخصية

المجموع		لا			نعم		الإجابة / المتغير	
نسبة مئوية	تكرار	نسبة مئوية	تكرار	نسبة مئوية	تكرار			
80	40	60	30	20	10	25-20	السن	
						سنة		
14	7	12	6	2	1	-26		
						30سنة		
6	3	2	1	4	2	40-30	السن	
						سنة		
100	50	74	37	26	13	المجموع		
90	45	68	34	22	11	عازبة	الحالة الاجتماعية	
6	3	4	2	2	1	متزوجة		
4	2	0	0	2	1	مطلقة		
2	1	0	0	2	1	ارملة		
100	50	72	36	28	14	المجموع		
100	50	54	37	26	13	طالبة	الوضعية المهنية	
						عاملة		
						ماكثة في البيت		
						المجموع		
100	50	54	37	26	13	المجموع		

المصدر : الطالبتين استنادا على مخرجات برنامج spss.v.22

نستنتج من خلال الجدول ان العينات المدروسة حسب متغير السن قد اعربوا عن ان المحتوى المقدم على صفحة المؤثرة اميرة ريا لا يصور شكل المرأة و قد جاءت الفئة العمرية من 20 الى 25 سنة بنسبة 60% في ما يقابلها حازت الإجابة لا على النسبة الأكثر حضورا .

وتظهر العينة المدروسة من خلال متغير الحالة الاجتماعية ان نسبة العازبات بـ 68 % قد حازت على النسبة الاكثر حضورا من خلال الإجابة بالرفض بنسبة و نسجل نفس العينة المدروسة حسب متغير الوضعية المهنية حيث حازت فئة الطالبات على 54 % بينما قد اختاروا الإجابة بالرفض .

نستنتج من خلال الجدول ان الفئة العمرية 20-25 سنة الفئة الأكثر حضورا في الدراسة كونها فئة الطالبات الشابات و قد اظهرن مدى وعيهن من خلال الإجابة التي تعكس ان محتوى صفحة المؤثرة اميرة ريا لا يعبر عن صورة المرأة بشكل جاد و حقيقي .

**عرض نتائج و تحليل المحور الثالث: مدى تلبية المضامين التي تنشر عبر صفحة اميرة ريا**

### لرغبات احتياجات المرأة الجزائرية

#### • الجداول البسيطة

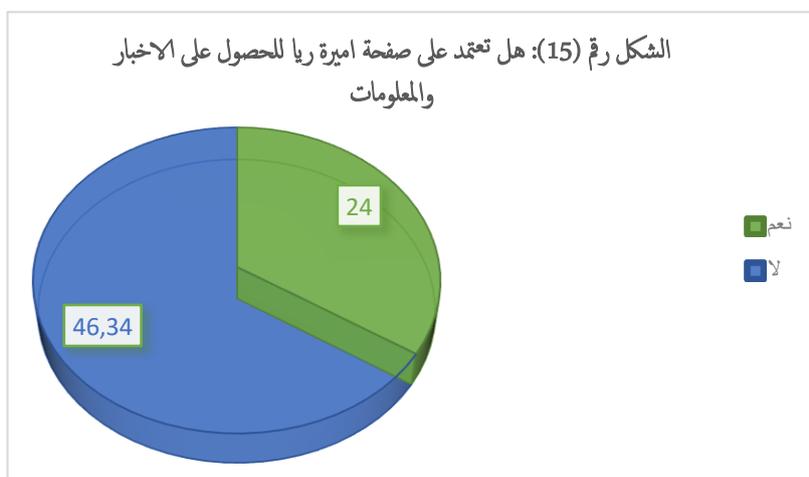
الجدول رقم (16): هل تعتمد على صفحة اميرة ريا للحصول على الاخبار والمعلومات

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية%
نعم	12	24
لا	38	76
المجموع	50	100

المصدر : الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.v.22

يظهر الجدول رقم (16) نتائج توزيع العينة هل تعتمد على صفحة اميرة ريا للحصول على الاخبار والمعلومات حيث سجلنا نسبة الإجابات بنعم 24%، ونسبة 76%.

نستنتج أن اغلبية افراد العينة المدروسة لا يعتمدون على صفحة اميرة ريا للحصول على المعلومات يعكس هذا الاستنتاج أن المحتوى الذي تقدمه اميرة ريا على إنستغرام قد يكون ذو طبيعة ترفيهية أو ترويجية بشكل أكبر، ولا يُعتبر لدى العديد من متابعيها كمصدر موثوق للحصول على معلومات دقيقة أو متخصصة. قد يشير هذا أيضًا إلى أن المتابعين يبحثون عن مصادر أكثر تخصصًا أو مصداقية عندما يتعلق الأمر بالحصول على معلومات حيوية أو نصائح عملية. هذا التنوع في الاستهلاك يشير إلى أن صفحة أميرة ريا تلبي احتياجات ترفيهية وترويجية بدلاً من أن تكون مرجعًا رئيسيًا للمعلومات.



المصدر : الطالبتين استنادا على مخرجات برنامج spss.v.22

الجدول رقم (17): ماهي المواضيع التي تثير انتباهك عبر الصفحة

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية %
دينية	3	6
اجتماعية	18	36
سياسية	2	4
ثقافية	14	28
ترفيهية	13	26
المجموع	50	100

المصدر : الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.v.22

يظهر الجدول رقم (17) نتائج توزيع العينة ماهي المواضيع التي تثير انتباهك عبر الصفحة حيث سجلنا ان المواضيع الاجتماعية هي ما يثير انتباه المتابعين بنسبة 36% ثم تليها المواضيع الثقافية بنسبة قدرت 28% اما الترفيهية فبنسبة 26% و تليها المواضيع الدينية و السياسية بنسبة 6 و 4%.

نستنتج أن اغلبية افراد العينة المدروسة ابدوا اهتمامهم للمواضيع الاجتماعية و الثقافية و كذا الترفيهية كمواضيع اكثر حضورا في الإحصاء الذي قمنا به و هذا يعكس هذا الاستنتاج العلمي أن جمهور أميرة ريا يميل إلى تفضيل المحتوى الذي يعزز مناقشة القضايا الاجتماعية والثقافية، بالإضافة إلى المحتوى الذي يوفر الترفيه. هذا التنوع في الاهتمامات يشير إلى أن صفحة أميرة ريا تجذب جمهوراً واسعاً يهتم بمزيج من المواضيع التي تجمع بين الفائدة الاجتماعية والثقافية والجوانب الترفيهية، مما يعزز من شعبيتها وتفاعل متابعيها مع



محتواها.

المصدر : الطالبتين استنادا على مخرجات برنامج spss.v.22

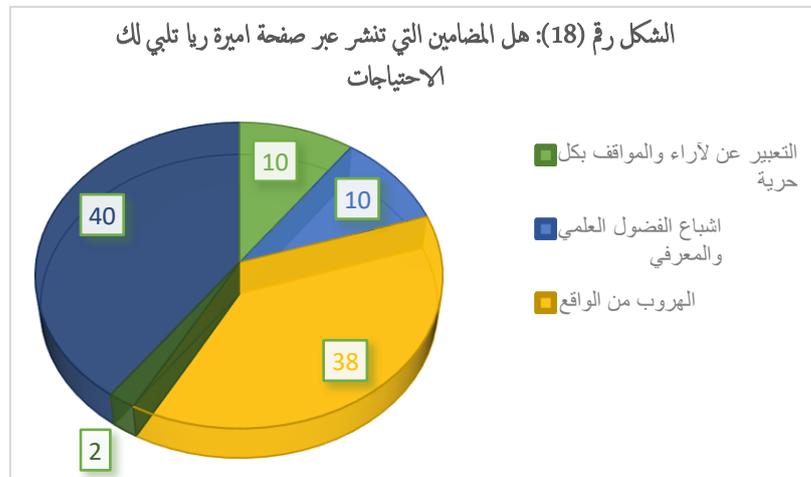
الجدول رقم (18): هل المضامين التي تنشر عبر صفحة اميرة ريا تلبي لك الاحتياجات الاتية

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية %
التعبير عن آراء والمواقف بكل حرية	5	10
اشباع الفضول العلمي والمعرفي	5	10
الهروب من الواقع	19	38
المشاركة في قضايا المرأة	1	2
متابعة الجديد في مجال الموضة والازياء	20	40
المجموع	50	100

المصدر : الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.v.22

يظهر الجدول رقم (18) نتائج توزيع العينة هل المضامين التي تنشر عبر صفحة اميرة ريا تليبي لك الاحتياجات حيث سجلنا ل : متابعة الجديد في مجال الموضة والازياء نسبة 40% ثم تليها الهروب من الواقع بنسبة قدرت 38% اما اشباع الفضول العلمي والمعرفي و التعبير عن آراء والمواقف بكل حرية فبنسبة 10% و أخيرا المشاركة في قضايا المرأة جاءت بنسبة 2%.

نستنتج أن اغلبية افراد العينة المدروسة اعربوا عن انهم يتجهون لمضامين الصفحة و الغاية مختلفة حسب اراء العينات لكن ما افتقوا عليه هو متابعة الجديد في مجال الموضة و الهروب من الواقع يعكس هذا الاستنتاج العلمي أن جمهور أميرة ريا يتنوع في دوافعه لمتابعة محتواها، حيث يبحث البعض عن آخر صيحات الموضة والنصائح المتعلقة بها، بينما يسعى آخرون إلى محتوى يساعدهم في الترفيه والابتعاد عن ضغوط الحياة اليومية. هذا المزيج من الأهداف يعزز من شعبية صفحتها ويجعلها وجهة متعددة الأبعاد تليبي احتياجات متابعيها المتنوعة.



المصدر : الطالبتين استنادا على مخرجات برنامج spss.v.22

الجدول رقم (19): المضامين التي تنشر على الصفحة أتاح لك؟

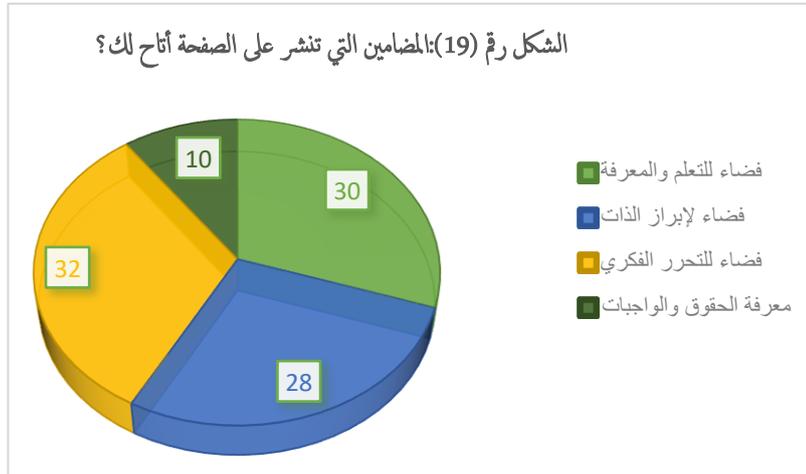
الاجابة	التكرار	النسبة المئوية %
فضاء للتعلم والمعرفة	15	30
فضاء لإبراز الذات	14	28
فضاء للتحرر الفكري	16	32

10	5	معرفة الحقوق والواجبات
100	50	المجموع

المصدر : الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.v.22

يظهر الجدول رقم (19) نتائج توزيع العينة المضامين التي تنشر على الصفحة أتاح لك؟ حيث سجلنا ل : فضاء للتححر الفكري نسبة 32% ثم تليها فضاء للتعلم والمعرفة بنسبة قدرت 30% أما بالنسبة لفضاء لإبراز الذات بنسبة قدرت 28% و أخيرا معرفة الحقوق و الواجبات 10%.

نستنتج أن اغلبية افراد العينة المدروسة اعرب عن ان المضامين التي نشر على الصفحة تتيح لهم فضاء للتححر الفكري و فضاء للتعلم و المعرفة حيث اعرب البعض أيضا ان هذه المضامين فضاء لإبراز الذات و معرفة الحقوق و الواجبات يشير هذا الاستنتاج يشير إلى أن متابعي أميرة ريا يرى في محتواها فرصة للتفاعل الفكري والتعلم، بالإضافة إلى الاستمتاع بالمضمون الترفيهي. يعكس هذا التنوع في الاهتمامات والفوائد المستتبهة من صفحاتها، تأثيرًا إيجابيًا على تفاعل المتابعين مع محتواها واستمتاعهم بها كمصدر للمعرفة



والترفيه.

المصدر : الطالبتين استنادا على مخرجات برنامج spss.v.22

الجدول رقم (20): هل تحقق لك تلك المضامين من اشباكات شخصية

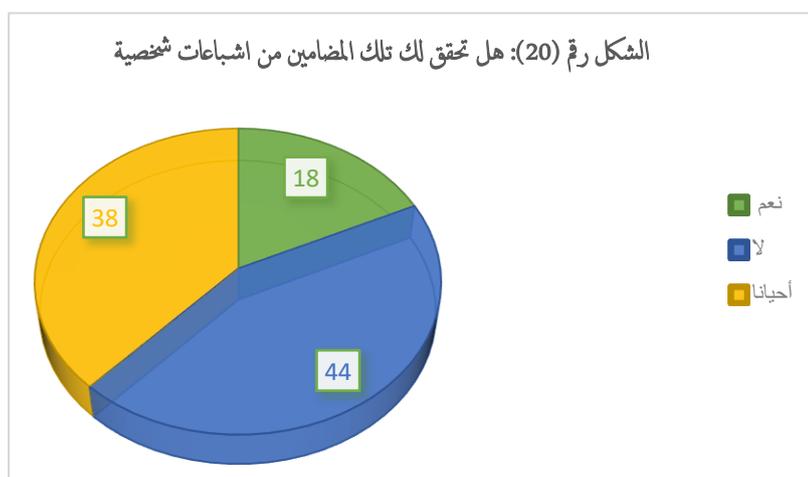
الاجابة	التكرار	النسبة المئوية%
نعم	9	18
لا	22	44

38	19	أحيانا
100	50	المجموع

المصدر : الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.v.22

يظهر الجدول رقم (20) نتائج توزيع العينة هل تحقق لك تلك المضامين من اشباكات شخصية حيث سجلنا نسبة الإجابات بنعم 18%، ونسبة 44% من العينة اجابوا بلا اما ما نسبته 38%.

بناءً على النتائج الإحصائية التي تقدمت بها الدراسة، يمكن استنتاج أن الغالبية العظمى من أفراد العينة المدروسة لا تعتقد أن مضامين الصفحة على منصة إنستغرام تحقق اشباكات شخصية. يمكن تفسير هذا الاستنتاج بوجود عدم الرضا عن المحتوى المقدم على المنصة، وقد يعكس ذلك انعدام توافق المحتوى مع احتياجاتهم الشخصية أو اهتماماتهم الفردية. هذا الاستنتاج يسلط الضوء على أهمية فهم المحتوى والرضا عنه على منصات التواصل الاجتماعي، ويشير إلى أن هناك حاجة إلى تحسين وتنويع المحتوى المقدم لتلبية



احتياجات الجماهير المختلفة وتحقيق الرضا الشخصي.

المصدر : الطالبتين استنادا على مخرجات برنامج spss.v.22

الجدول رقم (21): ماهي الاشباكات المحققة لديك من خلال متابعتك لصفحة اميرة ريا

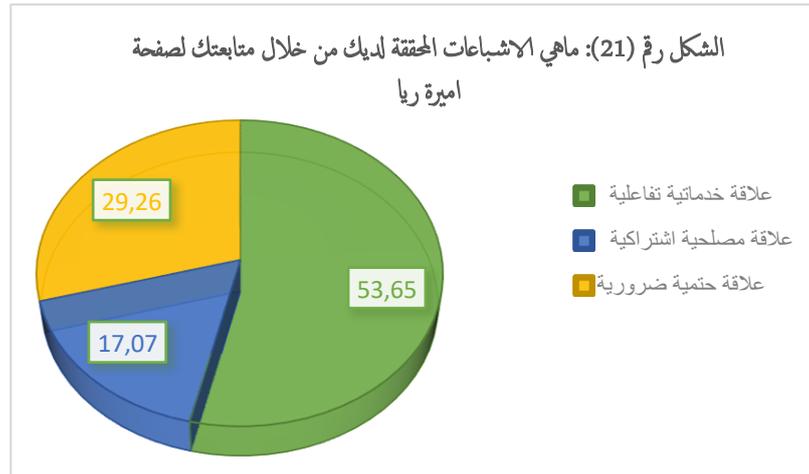
الاجابة	التكرار	النسبة المئوية %
فرص التعرف على الذات وتطويرها	14	28
زيادة راس المال الاجتماعي	13	26
اشباكات نفسية واجتماعية	18	36

10	5	اثراء الرصيد المعرفي والعلمي
100	50	المجموع

المصدر : الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.v.22

يظهر الجدول رقم (21) نتائج توزيع العينة ماهي الاشباع المحققة لديك من خلال متابعتك لصفحة اميرة ريان حيث سجلنا من خلال فرص التعرف على الذات وتطويرها بنسبة 28% ثم تليها اشباعات نفسية واجتماعية بنسبة قدرت 36% اما زيادة راس المال الاجتماعي فبنسبة 29.26% و أخيرا اثراء الرصيد المعرفي والعلمي 10%

استنادًا إلى النتائج التي تم عرضها في الدراسة، يمكن استنتاج أن العديد من أفراد العينة المدروسة يرون أن الاشباع النفسية الاجتماعية تحقق عند متابعة صفحة أميرة ريان على إنستغرام. يُفسر هذا الاستنتاج بوجود عناصر في محتوى الصفحة تلي احتياجاتهم النفسية والاجتماعية، مثل الإلهام، والتواصل مع المجتمع، وتوفير بيئة إيجابية ومحفزة للتفاعل الاجتماعي. هذا الاستنتاج يُسلط الضوء على دور المحتوى الذي تقدمه الشخصيات العامة على وسائل التواصل الاجتماعي في تحقيق الاشباع النفسية والاجتماعية لمتابعيهم.



المصدر : الطالبتين استنادا على مخرجات برنامج spss.v.22

• الجداول المركبة

السؤال رقم (16): هل تعتمد على صفحة اميرة ريا للحصول على المعلومات ؟

الجدول (37): جدول مركب يوضح توزيع العينة بدافع حسب متغيرات البيانات الشخصية

المجموع		لا		نعم		الإجابة / المتغير	
نسبة مئوية	تكرار	نسبة مئوية	تكرار	نسبة مئوية	تكرار		
80	40	62	31	18	9	25-20	السن
						سنة	
12	6	8	4	4	2	-26	
						30سنة	
6	3	3	3	0	0	40-30	سنة
						سنة	
98	49	76	38	22	11	المجموع	
90	45	68	34	22	11	عازبة	الحالة الاجتماعية
6	3	4	2	2	1	متزوجة	
4	2	0	0	2	1	مطلقة	
2	1	0	0	2	1	ارملة	
100	50	72	36	28	14	المجموع	
100	50	54	37	26	13	طالبة	الوضعية المهنية
						عاملة	
						ماكثة	
						في البيت	
100	50	54	37	26	13	المجموع	

المصدر : الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.v.22

نستنتج من خلال الجدول ان اغلبية عينة الدراسة من الفئة العمري 20-25 سنة اجابوا بالرفض بنسبة 62% كونهم لا يعتمدون على صفحة اميرة ريا في الحصول على المعلومات و الاخبار ، اما من خلال العينة المدروسة و حسب التغير الحالة الاجتماعية اجبت اغلبية الطالبات العازبات بالرفض بنسبة 68 % ، كما سجلنا نسبة 54% لفئة الطالبات حسب تغير الوضعية المهنية كونهم اجابوا بالرفض .

استنادًا إلى النتائج المقدمة في الجدول، يمكن استنتاج أن الغالبية العظمى من عينة الدراسة، والتي تتألف في الأساس من الطالبات في الفئة العمرية 20-25 سنة والعازبات، عبّرت عن رفض تام للاعتماد على صفحة أميرة ريا على إنستغرام في الحصول على المعلومات والأخبار. هذا الاستنتاج يعكس قلة الاعتماد على المحتوى المقدم على المنصة كمصدر للمعرفة، ويُشير إلى أن الطالبات العينة يفضلن مصادر أخرى للمعلومات والأخبار بدلاً من صفحة أميرة ريا على إنستغرام. ومن ثم، يمكن القول بأن محتوى الصفحة لا يلبي احتياجاتهن الخاصة بالمعلومات والأخبار، مما يجعلهن يفضلن الاعتماد على مصادر أخرى.

### عرض نتائج و تحليل : المحور الرابع : انعكاسات المضامين المنشورة عبر صفحة اميرة ريا

#### على سلوك المرأة الجزائرية

#### الجدول البسيطة

الجدول رقم (22): هل سلوك المرأة من خلال المحتوى المقدم عبر صفحة اميرة ريا ؟

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية%
سلبي	27	54
ايجابي	23	46
المجموع	50	100

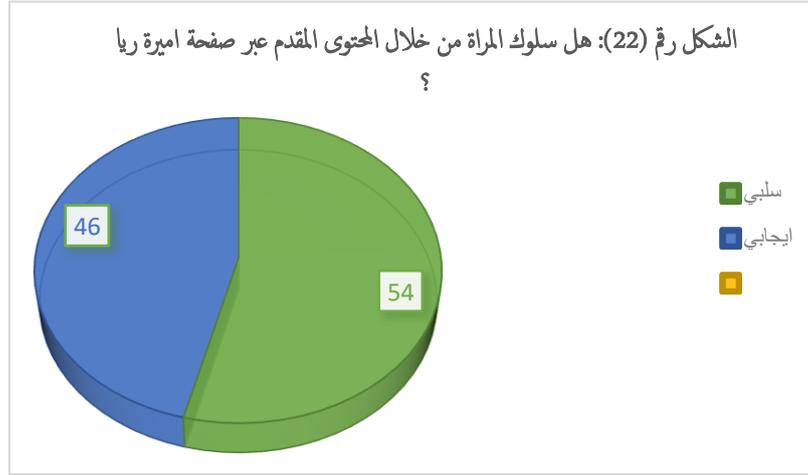
المصدر : الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.v.22

يظهر الجدول رقم (22) نتائج توزيع العينة هل سلوك المرأة من خلال المحتوى المقدم عبر الصفحة حيث اجا بالأغلبية

بسلبي نسبة 54% ثم تليها ايجابي بنسبة قدرت 46% .

استنادًا إلى البيانات المقدمة في الدراسة، يمكن استنتاج أن الأغلبية العظمى من أفراد العينة المدروسة عبروا عن اعتقادهم بأن سلوك المرأة الذي يتضمنه محتوى صفحة أميرة ريا هو سلوك سلبي. يُفسر هذا الاستنتاج بوجود عناصر في محتوى الصفحة تعكس صورة سلبية عن سلوك المرأة، قد تشمل النمط الاستهلاكي، أو تعزيز الصور النمطية السلبية، أو تشجيع السلوكيات الضارة. يمكن أن يرجع هذا الاعتقاد إلى الاختلافات الثقافية والاجتماعية في تصورات الناس حول سلوك المرأة وتأثير وسائل الإعلام عليها. هذا الاستنتاج يعكس

التحليل النقدي للمحتوى والتفكير النقدي لأفراد العينة بشأن الرسائل والقيم التي تُعبر عنها المحتوى على صفحة أميرة ريا..



المصدر : الطالبتين استنادا على مخرجات برنامج spss.v.22

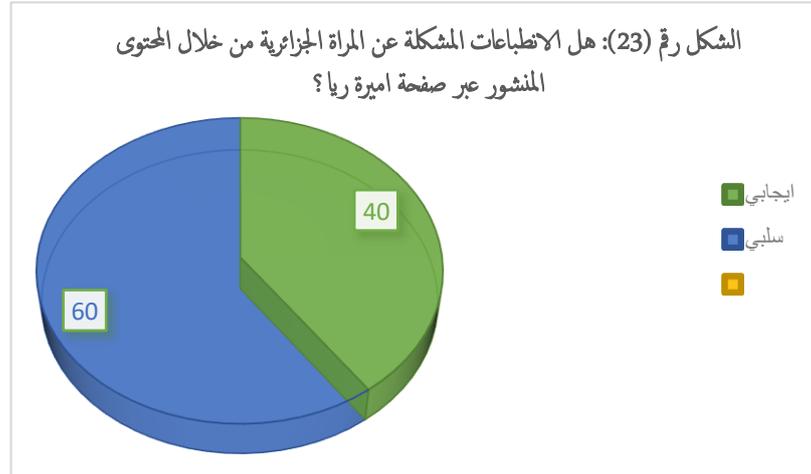
الجدول رقم (23): هل الانطباعات المشككة عن المرأة الجزائرية من خلال المحتوى المنشور عبر صفحة اميرة ريا؟

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية %
ايجابي	20	40
سلبية	30	60
المجموع	50	100

المصدر : الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.v.22

يظهر الجدول رقم (23) نتائج توزيع العينة هل الانطباعات المشككة عن المرأة الجزائرية من خلال المحتوى المنشور عبر صفحة اميرة ريا؟ حيث كانت إجابة بسلبية بنسبة 60% ثم تليها ايجابي بنسبة قدرت 40% استنادًا إلى البيانات المقدمة في الدراسة، يمكن استنتاج أن الأغلبية العظمى من أفراد العينة المدروسة أبدوا انطباعات سلبية حول المرأة الجزائرية من خلال محتوى صفحة أميرة ريا. يمكن تفسير هذا الاستنتاج بوجود عناصر في المحتوى تعكس صورة سلبية أو مشككة حول المرأة الجزائرية، مثل التشويه الثقافي، أو تعزيز الصور النمطية السلبية، أو الانحياز الثقافي. يُعزى هذا الانطباع السلبي إلى القيم الاجتماعية والثقافية والمعتقدات المتعارف عليها في المجتمع بشأن دور المرأة ومكانتها، وكيفية تمثيلها في وسائل الإعلام. هذا

الاستنتاج يظهر أهمية تحليل الصور والرسائل التي ينقلها المحتوى الإعلامي في بناء الانطباعات والمفاهيم حول فئات محددة من الناس، مثل المرأة الجزائرية في هذه الحالة. الطلاب والموظفين



المصدر : الطالبتين استنادا على مخرجات برنامج spss.v.22

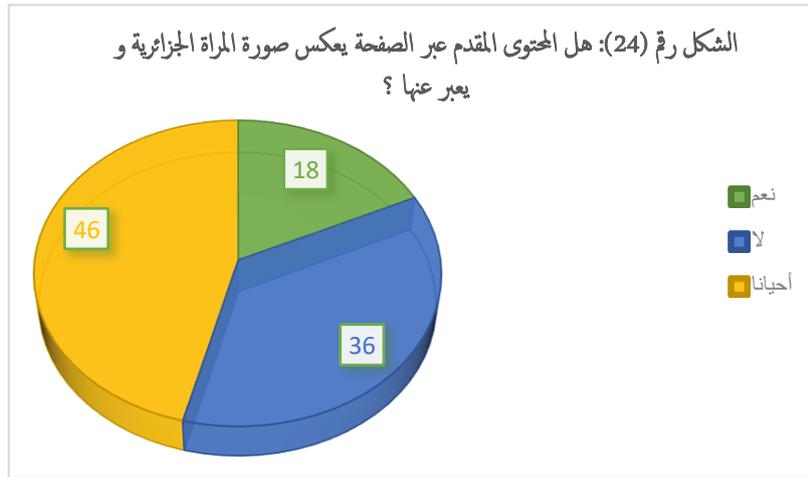
الجدول رقم (24): هل المحتوى المقدم عبر الصفحة يعكس صورة المرأة الجزائرية و يعبر عنها ؟

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية%
نعم	9	18
لا	18	36
احيانا	23	46
المجموع	50	100

المصدر : الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.v.22

يظهر الجدول رقم (25) نتائج توزيع العينة ان اغلب افراد عينة الدراسة اعربوا عن رايهم ان هل المحتوى المقدم عبر الصفحة يعكس صورة المرأة الجزائرية و يعبر عنها ؟حيث جاءت باحيانا بنسبة 46% ثم تليها لا بنسبة قدرت 36 % اما نعم ذلك فبنسبة 18% .

استنادًا إلى النتائج التي تقدمت بها الدراسة، يمكن استنتاج أن الأغلبية العظمى من أفراد العينة المدروسة عبروا عن اعتقادهم بأن المحتوى المقدم عبر صفحة المؤثرة يعكس صورة المرأة ويعبر عنها بشكلٍ أو بآخر. حيث حصلت الأغلبية على نسبة أكثر من أحيانٍ في هذا الاعتقاد. يُعزى هذا الاعتقاد إلى الطبيعة الرئيسية للمحتوى المقدم على الصفحة، الذي يُفترض أن يكون متنوعًا ويعكس مختلف جوانب وأدوار المرأة في المجتمع. يمكن أن يكون المحتوى عبارة عن مشاركات عن تجارب شخصية أو مهنية، أو نصائح وإرشادات في مجالات مختلفة، أو توجيهات للعناية بالصحة والجمال، مما يساهم في صنع صورة شاملة ومتعددة الأوجه عن المرأة



وتعبير عنها.

المصدر : الطالبتين استنادا على مخرجات برنامج spss.v.22

الجدول رقم (25): ماهي السلوكيات الناتجة عن تعرض المتابعة لصفحة اميرة ريا ؟

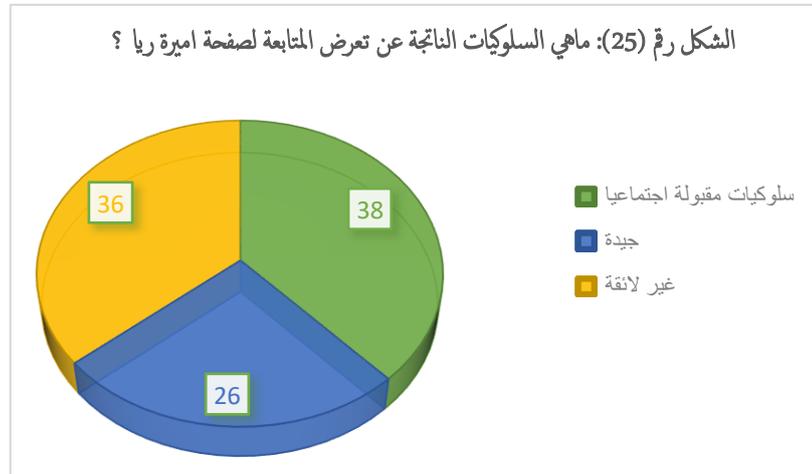
الاجابة	التكرار	النسبة المئوية %
سلوكيات مقبولة اجتماعيا	19	38
جيدة	13	26
غير لائقة	18	36
المجموع	50	100

المصدر : الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.v.22

يظهر الجدول رقم (25) نتائج توزيع العينة ماهي السلوكيات الناتجة عن تعرض المتابعة لصفحة اميرة ريا ؟ حيث جاءت النسبة الأكثر حضورا ( سلوكيات مقبولة اجتماعيا بنسبة 38 % اما بالنسبة لجدية و غير لائقة جاءت بنسبة 38 و 26 % على التوالي .

من الجدول يمكن استنتاج أن هناك تقارباً بين الأغلبية من العينة المدروسة في الرأي حول مقبولية السلوكيات التي تنتج عن متابعة المرأة لصفحة أميرة ريا على إنستغرام، وهو ما يُشير إلى توافق نسبي في تقدير المجتمع لهذه السلوكيات. ومع ذلك، يظهر أيضاً أن هناك فئة قليلة تعتبر هذه السلوكيات غير لائقة.

هذا التباين في الرأي قد يرجع إلى عدة عوامل، منها التفاوت في القيم والمعتقدات الثقافية والاجتماعية بين أفراد العينة، وتأثير التربية والتعليم والخلفية الاجتماعية على تصوّر الأشخاص للسلوكيات ومدى قبولها، بالإضافة إلى تأثير الثقافة الشعبية ووسائل الإعلام على تشكيل الرأي العام حول السلوكيات الاجتماعية.



المصدر : الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.v.22

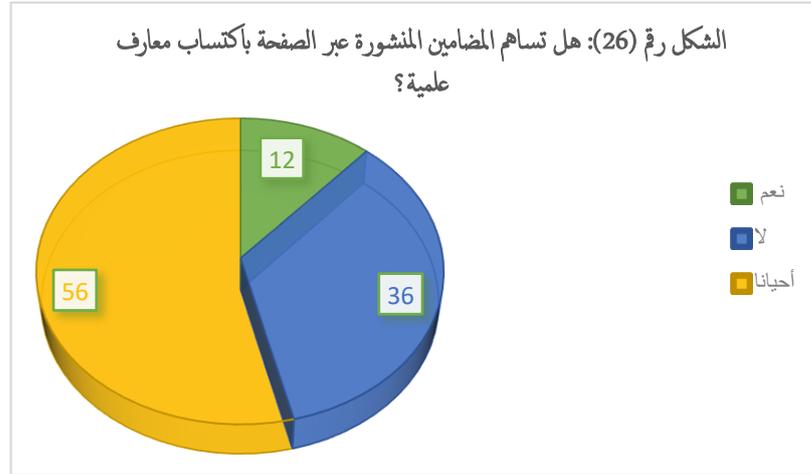
الجدول رقم (26): هل تساهم المضامين المنشورة عبر الصفحة باكتساب معارف علمية؟

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية%
نعم	6	12
لا	18	36
أحيانا	26	53
المجموع	50	100

المصدر : الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.v.22

يظهر الجدول رقم (26) نتائج توزيع العينة هل تساهم المضامين المنشورة عبر الصفحة باكتساب معارف علمية؟ حيث يظهر اراء بعض المبحوثين التي جاءت بنسبة 53% للأغلبية الذين اجابوا باحيانا اما النسبة 36% فهي تمثل الذين اجابوا بلا ، و أخيرا 12% تمثل الذين اجابوا بنعم .

تشير الإحصائيات في الجدول إلى أن الأغلبية يعتقدون أن المضامين المنشورة عبر الصفحة تساهم في اكتساب معارف علمية. يمكن تفسير هذا الرأي بناءً على مجموعة من النظريات العلمية. بالإضافة إلى ذلك، تبرز نظرية التعلم المعرفي الاجتماعي أن التعلم يحدث من خلال الملاحظة والتفاعل، مما يعني أن المحتوى يوفر نماذج تعليمية وتعزيز اجتماعي عبر تعليقات إيجابية وتفاعل المستخدمين. من منظور النظرية البنائية، يبني المتعلمون معرفتهم من خلال التفاعل الشخصي والتطبيق العملي للمعلومات، مما يعزز فهمهم وثقتهم في المحتوى. وأخيراً، تلعب الثقة والمصداقية دوراً حاسماً؛ حيث أن سمعة الصفحة وشفافيتها والاعتماد على مصادر علمية موثوقة تزيد من ثقة الأفراد في المعلومات المقدمة. بهذه الطريقة، يمكن القول إن المضامين المنشورة تساهم بفعالية في اكتساب معارف علمية بفضل جودتها، تفاعلها، ومصداقيتها العالية.



المصدر : الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.v.22

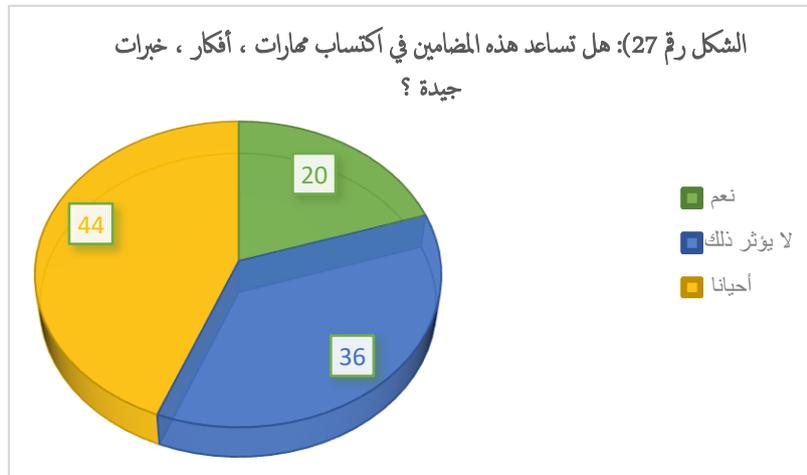
الجدول رقم (27): هل تساعد هذه المضامين في اكتساب مهارات ، أفكار ، خبرات جيدة ؟

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية%
نعم	10	20
لا	18	36
أحيانا	22	44
المجموع	50	100

المصدر : الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.v.22

يظهر الجدول رقم (27) نتائج توزيع العينة هل تساعد هذه المضامين في اكتساب مهارات ، أفكار ، خبرات جيدة ؟ حيث يظهر اراء بعض المبحوثين و قد جاءت نسبة الإجابات بنعم 20% و الإجابات بلا 36% و أخيرا الإجابات باحيانا تقدر ب 44% .

تشير إحصائيات الجدول إلى أن المضامين المنشورة عبر الصفحة تساهم أحياناً في اكتساب مهارات جديدة، ويتبع ذلك رفض من جزء من المستخدمين لهذه الفكرة. هذا يعني أن المحتوى المنشور قد يكون متنوعاً في جودته وتأثيره على المستخدمين. قد تكون بعض المضامين فعالة في تعليم مهارات جديدة بفضل وضوحها وارتباطها بتطبيقات عملية، بينما قد تكون مضامين أخرى أقل فاعلية أو غير ملائمة لاحتياجات بعض المستخدمين. هذا التباين يمكن أن يعزى أيضاً إلى الفروقات الفردية بين المستخدمين في تفضيلاتهم وأساليبهم في التعلم. لتعزيز فعالية المضامين في تعليم المهارات، يمكن التركيز على تحسين جودة المحتوى، وضمان تقديمه بشكل متسق وملائم لاحتياجات الجمهور المتنوع.



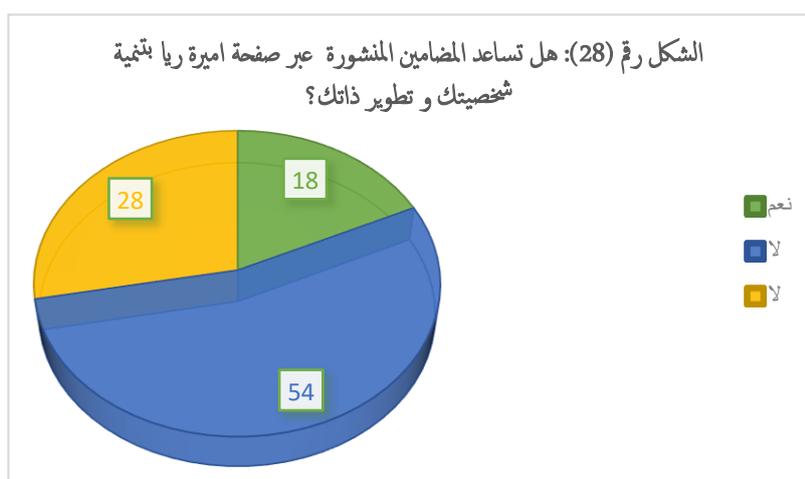
المصدر : الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.v.22

الجدول رقم (28): هل تساعد المضامين المنشورة عبر صفحة اميرة ريا بتنمية شخصيتك و تطوير ذاتك؟

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية%
نعم	8	18
لا	27	54
أحيانا	14	28
المجموع	50	100

المصدر : الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.v.22

يظهر الجدول رقم (28) نتائج توزيع العينة هل تساعد المضامين المنشورة عبر صفحة اميرة ريا بتنمية شخصيتك و تطوير ذاتك؟ و جاء مجمل الإجابات بنعم بنسبة 18% و قدرت نسبة الإجابات بلا بنسبة 54% و كانت النسبة الأكثر حضورا اما أحيانا فقد جاءت بنسبة 28% . تشير إحصائيات الجدول إلى أن الأغلبية من أفراد العينة يعتقدون أن المضامين المنشورة عبر الصفحة لا تساعد في تطوير الذات، مما يعكس أن المحتوى قد لا يلبي احتياجات الجمهور في هذا المجال. قد يكون المحتوى غير ملهم أو غير متعمق بما يكفي لتحفيز الأفراد على تطبيقه في حياتهم الشخصية والمهنية. هذا يشير أيضًا إلى نقص في التنوع في مواضيع تطوير الذات وعدم وجود تفاعل فعال بين القائمين على الصفحة والجمهور. لتحسين الوضع، يجب تطوير محتوى أكثر شمولية وعمقًا يشجع على التفاعل والمشاركة.



المصدر : الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.v.22

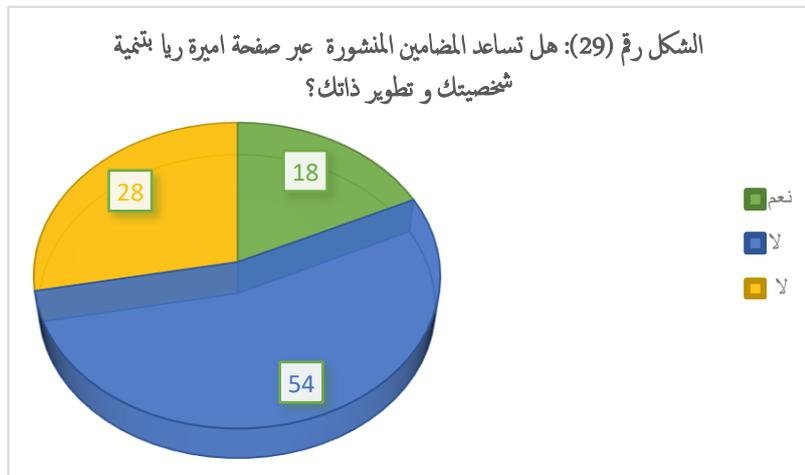
الجدول رقم (29): هل متابعتك لصفحة اميرة ريا غير من سلوكك و طريقة تفكيرك ؟

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية%
نعم	7	18
لا	29	54
أحيانا	14	28
المجموع	50	100

المصدر : الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.v.22

يظهر الجدول رقم (29) نتائج توزيع العينة هل متابعتك لصفحة اميرة ريا غير من سلوكك و طريقة تفكيرك ؟ حيث قدرت نسبة الذين اجابوا بلا 54 % ، و جاءت نسبة الذين اجابوا باحيانا في المرتبة الثانية بنسبة 28 % اما من اجابوا بنعم جاءت بنسبة تقدر ب 18 % .

تظهر نتائج الجدول أن غالبية أفراد العينة يدركون أن محتوى صفحة أميرة ريا لم يؤثر على سلوكهم أو طريقة تفكيرهم. يمكن تفسير ذلك بوعيهم الذاتي وقدرتهم على التمييز بين المحتوى الترفيهي والتأثير الحقيقي على حياتهم. قد يتمتعون باستقلالية فكرية تجعلهم قادرين على استهلاك المعلومات دون تغيير مواقفهم أو سلوكهم. كما أن طبيعة المحتوى المقدم قد تكون غير مؤثرة بما يكفي على جوانب حياتهم الشخصية. أخيراً، العوامل الخارجية مثل الأسرة والتعليم قد تلعب دوراً أكبر في تشكيل سلوكهم وتفكيرهم.



المصدر : الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.v.22

السؤال رقم (27): هل تساعد هذه المضامين في اكتساب مهارات ، أفكار ، خبرات جيدة ؟

• الجدول المركبة

المجموع		لا			نعم		الإجابة / المتغير
نسبة مئوية	تكرار	نسبة مئوية	تكرار	نسبة مئوية	تكرار		
74	37	60	30	14	7	25-20 سنة	السن
8	4	6	3	2	1	-26 سنة	
6	3	6	3	0	0	40-30 سنة	
88	44	72	36	16	8	المجموع	
90	45	68	34	22	11	عازبة	الحالة الاجتماعية
6	3	4	2	2	1	متزوجة	
4	2	0	0	2	1	مطلقة	
2	1	0	0	2	1	ارملة	
100	50	72	36	28	14	المجموع	
100	50	84	42	16	8	طالبة	الوضعية المهنية
						عاملة	
						ماكثة في البيت	
100	50	54	37	26	13	المجموع	

المصدر : الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.v.22

يظهر نتائج توزيع العينة على حسب متغير السن حيث الفئة العمرية 20-25 سنة و سجلت النسبة الأكثر حضورا بين الفئات : هل تساعد هذه المضامين في اكتساب مهارات ، أفكار ، خبرات جيدة ؟ ل : حيث ابدى افراد العينة مستوى موافقة بنسبة 14% ثم تليها من رفضوا بنسبة قدرت 60. ما بالنسبة لمتغير الحالة الاجتماعية فنسبة العازبات هي الأكثر حضورا حيث سجلنا نسبة موافقة 22% و مستوى رفض بنسبة 68%.

ما بالنسبة لتغير الوضعية المهنية فاعلم أفراد العينة هم من الطالبات حيث سجلنا مستوى موافقة بنسبة 16% ام بالنسبة لنسبة من رفضوا سجلنا 84%.

نستنتج أن أغلبية أفراد العينة المدروسة أعربوا عن ان المضامين لا تساعد في اكتساب الخبرات و حيث نستنتج أن أغلبية أفراد العينة المدروسة أعربوا عن أن المضامين لا تساعد في اكتساب الخبرات. قد يعود ذلك إلى أن المحتوى المقدم قد يكون ترفيهياً أو معلوماتياً فقط، دون أن يقدم معلومات عملية أو تطبيقية تساعد الأفراد في تطوير مهاراتهم أو اكتساب معارف جديدة. بالإضافة إلى ذلك، قد يكون لدى أفراد العينة مصادر أخرى أكثر تأثيراً وأهمية لاكتساب الخبرات، مثل التعليم الرسمي أو الخبرات العملية.

### المحور الخامس : اشكال الصورة التي تقدمها اميرة ريا عبر صفحة الانستغرام

#### الجدول البسيطة

الجدول رقم (30): ماهي الصورة المقدمة حول المرأة ؟

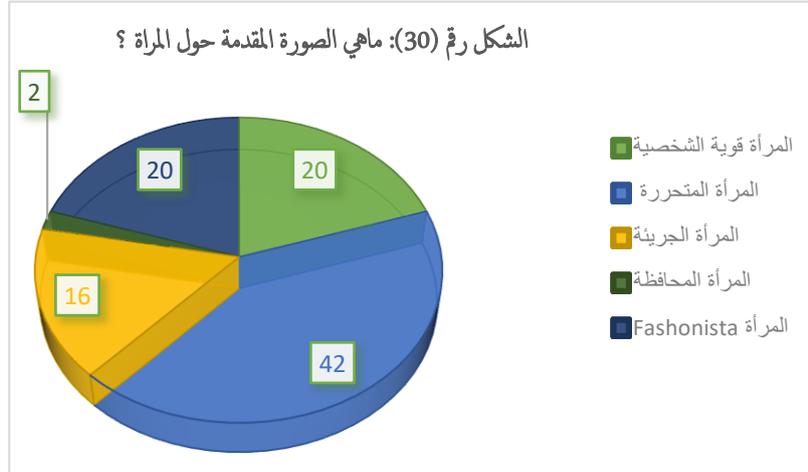
الاجابة	التكرار	النسبة المئوية%
المرأة قوية الشخصية	10	20
المرأة المتحررة	21	42
المرأة الجريئة	8	16
المرأة المحافظة	1	2
المرأة Fashionista	10	20
المجموع	50	100

المصدر : الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.v.22

يظهر الجدول رقم (30) نتائج توزيع العينة ماهي الصورة المقدمة حول المرأة ؟ حيث تباين الإجابات كما يلي : المرأة قوية الشخصية بنسبة 20% ، المرأة المتحررة بنسبة 42%، المرأة الجريئة بنسبة 16%، المرأة المحافظة بنسبة 2%، المرأة Fashionista 20%.

نتائج العينة تكشف عن تنوع واسع في الصور التي يمكن رؤيتها للمرأة. يظهر أن النسبة الأكبر ترى المرأة كشخصية متحررة، مستقلة وقادرة على تحدي القيم التقليدية. بينما ترى نسبة أقل المرأة بصورة محافظة وتقليدية،

فإن هناك نسبة متوسطة تعتبر المرأة جريئة وقوية الشخصية. كما يعكس تواجد فئة المرأة المهتمة بالموضة والأناقة تغيرات في مفهوم الأنوثة والإشارات المرئية للأناقة والجمال. هذا التنوع يعكس التطور في التفكير والتفاعل مع دور المرأة في المجتمع، مشيراً إلى انتقالات في القيم والمفاهيم الثقافية المرتبطة بالجنس والهوية النسوية.



المصدر : الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.v.22

الجدول رقم (31): تجسد مضامين اميرة ريا الواقع الفعلي للمرأة الجزائرية؟

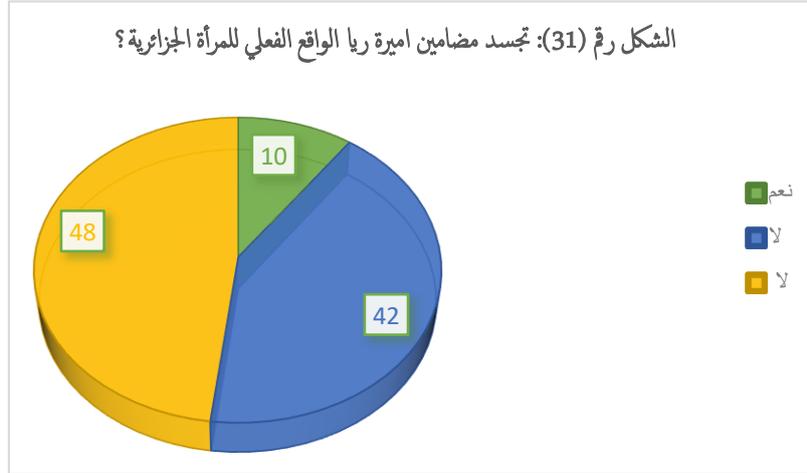
الاجابة	التكرار	النسبة المئوية %
نعم	5	10
لا	21	42
احيانا	24	48
المجموع	50	100

المصدر : الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.v.22

يظهر الجدول رقم (31) نتائج توزيع العينة تجسد مضامين اميرة ريا الواقع الفعلي للمرأة الجزائرية؟ حيث سجلنا الإجابات كالتالي جاءت نسبة نعم ب 10% ، و نسبة لا جاءت 42% ، ام أحيانا فسجلنا الانسبة الأكثر حضورا 48%.

نتائج العينة تكشف عن تباين في الآراء حول مضامين شخصية أميرة ريا وعلاقتها بالواقع الفعلي للمرأة الجزائرية. بينما يرى جزء صغير من العينة (10%) أن مضامين أميرة ريا تعكس الواقع بشكل إيجابي، يعبر

جزء أكبر (42%) عن عدم انعكاسها للواقع الفعلي للمرأة الجزائرية، وربما يشير ذلك إلى استبعادها لتجارب وقيم كبيرة من الثقافة الجزائرية. ومع ذلك، يعتبر النصف الآخر من العينة (48%) أن مضامين أميرة ريا تجسد بعض الجوانب من الواقع الفعلي للمرأة الجزائرية في بعض الأحيان، مما يوضح التعقيدات والتباينات في الآراء حول كيفية تجسيد الشخصيات النسائية في الوسائط الإعلامية وعلاقتها بالحياة الواقعية.



المصدر : الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.v.22

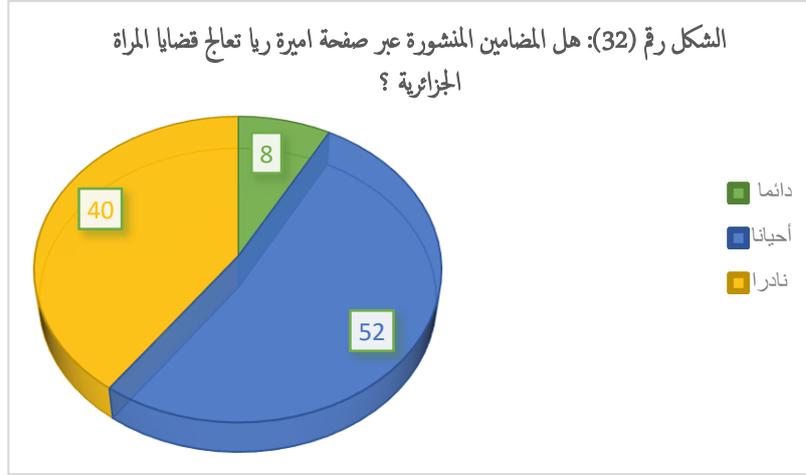
الجدول رقم (32): هل المضامين المنشورة عبر صفحة اميرة ريا تعالج قضايا المرأة الجزائرية ؟

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية%
دائما	4	8
أحيانا	26	52
نادرا	20	40
المجموع	50	100

المصدر : الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.v.22

يظهر الجدول رقم (32) نتائج توزيع العينة هل المضامين المنشورة عبر صفحة اميرة ريا تعالج قضايا المرأة الجزائرية ؟ حيث سجلنا نسبة 8% لدائما ، ام أحيانا بنسبة 52% ، و أخيرا نادرا بنسبة 40%. نتائج العينة تظهر تبايناً في آراء الناس بشأن مدى تعامل صفحة أميرة ريا مع قضايا المرأة الجزائرية. يعتقد جزء صغير جداً من العينة (8%) أن المضامين المنشورة دائماً تتناول قضايا المرأة الجزائرية بشكل فعال. بينما يرى الأكثرية العظمى (52%) أن هذه المضامين تتناول هذه القضايا أحياناً، مما يشير إلى وجود بعض الاهتمام بالمواضيع ذات الصلة ولكن ليس بشكل دائم. بالمقابل، يعتقد نسبة كبيرة (40%) أن المضامين تتناول

هذه القضايا بشكل نادر، مما يوحي بعدم التركيز الكافي على قضايا المرأة الجزائرية في المحتوى الذي يُنشر عبر صفحة أميرة ريا. هذا التحليل يظهر التحديات التي قد تواجهها المنصات الإعلامية في تمثيل وتناول قضايا المرأة وتحفيز الحوار الاجتماعي حولها بشكل فعّال.



المصدر : الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.v.22

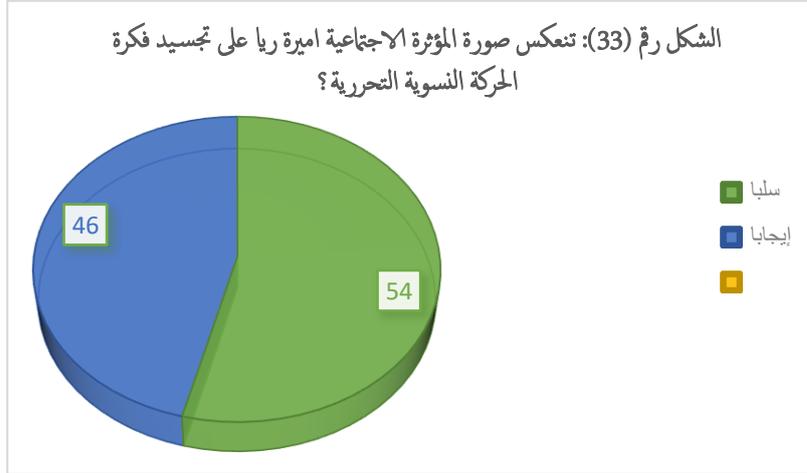
الجدول رقم (33): تتعكس صورة المؤثرة الاجتماعية اميرة ريا على تجسيد فكرة الحركة النسوية التحررية؟

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية%
سلبا	27	54
ايجابا	24	46
المجموع	50	100

المصدر : الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.v.22

يظهر الجدول رقم (33) نتائج توزيع العينة تتعكس صورة المؤثرة الاجتماعية اميرة ريا على تجسيد فكرة الحركة النسوية التحررية؟ حيث سجلنا نسبة الإجابات بسلبا 54% اما الإجابات بايجابا بنسبة 46%. نتائج العينة تظهر تباينا في الآراء بشأن مدى تأثير المؤثرة الاجتماعية أميرة ريا على تجسيد فكرة الحركة النسوية التحررية. يعبر أكثر من نصف العينة (54%) عن رأي سلبي، مما يشير إلى عدم رؤيتهم لأميرة ريا كمؤثرة اجتماعية قادرة على تجسيد فكرة الحركة النسوية التحررية بشكل فعال. بينما يظهر الباقي من العينة (46%) رأيا إيجابيا، مما يعني أنهم يرون في أميرة ريا شخصية قادرة على تعزيز وتجسيد فكرة الحركة النسوية التحررية بشكل ملموس.

هذا التباين في الآراء يعكس التحديات التي قد تواجهها المؤثرات الاجتماعية في تأثيرها على الفكر النسوي التحرري، حيث تتأثر النتائج بعدة عوامل منها ثقافة المجتمع والخلفية الاجتماعية للأفراد والتفاعل مع الوسائط الاجتماعية.



المصدر : الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.v.22

الجدول رقم (34): تعمل مضامين صفحة المؤثرة الناشطة اميرة ريا على تجسيد فكرة الحركة النسوية التحررية ؟

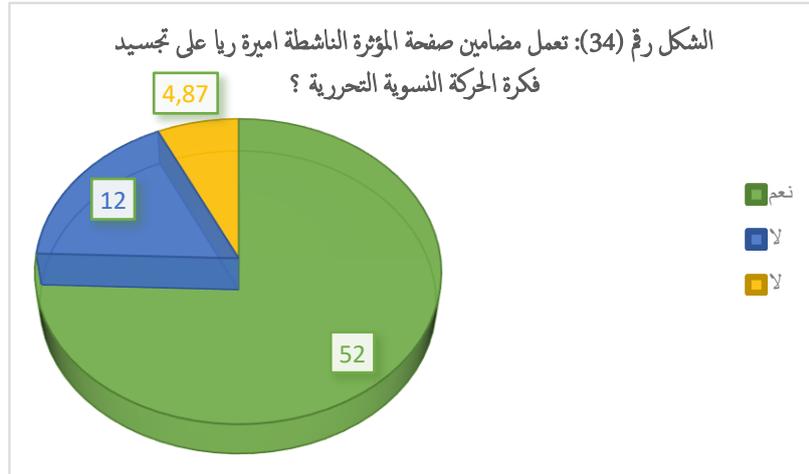
الاجابة	التكرار	النسبة المئوية%
نعم	26	52
لا	7	14
احيانا	17	34
المجموع	50	100

المصدر : الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.v.22

يظهر الجدول رقم (34) نتائج توزيع العينة تعمل مضامين صفحة المؤثرة الناشطة اميرة ريا على تجسيد فكرة الحركة النسوية التحررية ؟ حيث سجلت الإجابات بنعم نسبة 52% اما نسبة الإجابات بلا قدرت بـ 14 % ، اما أحيانا 34 %.

نتائج العينة تظهر تبايناً في الآراء حول مدى تأثير مضامين صفحة المؤثرة الناشطة أميرة ريا على تجسيد فكرة الحركة النسوية التحررية. يعتقد جزء كبير من العينة (52%) أن مضامين الصفحة تساهم بشكل فعال في تجسيد هذه الفكرة، مما يعكس الاعتقاد في أهمية المحتوى المنشور وتأثيره في نشر الوعي وتعزيز المبادئ النسوية للتحرر والمساواة. بينما يُظهر الجزء الأصغر (14%) رأياً سلبياً، مع اعتقادهم أن المحتوى لا يساهم بشكل كبير في تحقيق هذه الأهداف. بينما يشير الجزء المتوسط (34%) إلى تقديرهم للتأثير المتقطع الذي قد

يكون للصفحة على فكرة الحركة النسوية التحررية. هذا التباين يبرز أهمية دراسة التأثيرات الثقافية والاجتماعية للوسائط الاجتماعية وكيفية تأثيرها على المفاهيم والقيم في مجتمعاتنا.



المصدر : الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.v.22

الجدول رقم (35): ابرز الانعكاسات الإيجابية لمضامين اميرة ريا عبر شبكة الانستغرام ؟

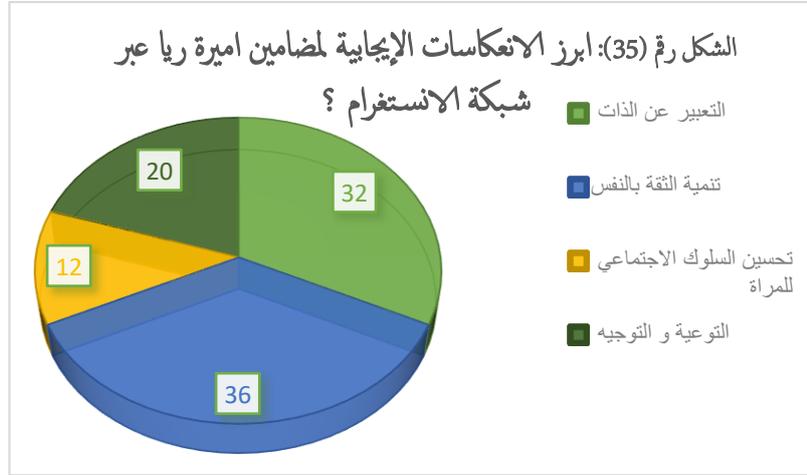
الاجابة	التكرار	النسبة المئوية%
التعبير عن الذات	16	32
تنمية الثقة بالنفس	18	36
تحسين السلوك الاجتماعي للمرأة	6	12
التوعية و التوجيه	10	20
المجموع	50	100

المصدر : الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.v.22

يظهر الجدول رقم (35) نتائج توزيع العينة ابرز الانعكاسات الإيجابية لمضامين اميرة ريا عبر شبكة الانستغرام ؟ حيث سجلنا نسبة 32 % التعبير عن الذات ، و نسبة 36 % لتنمية الثقة بالنفس ، و 12 % تحسين السلوك الاجتماعي للمرأة ، اما التوعية و التوجيه 20 % .

نتائج العينة توضح الانعكاسات الإيجابية لمضامين أميرة ريا عبر شبكة الإنستغرام بشكل واضح. يظهر أن النسبة الأكبر من العينة (36%) تعتبر أن مضامين أميرة ريا تساهم في تنمية الثقة بالنفس لدى النساء، مما يعكس تأثيرها الإيجابي على تحفيز النساء وتشجيعهن على التفاعل الإيجابي مع محيطهن. بالإضافة إلى ذلك، يعبر جزء كبير من العينة (32%) عن رأيهم بأن مضامين أميرة ريا تساعد في التعبير عن الذات، مما يعزز فرص النساء في التعبير عن أنفسهن وتطوير هويتهن الشخصية. وبالنسبة للتوعية والتوجيه، فإن 20% من العينة يرون أن مضامين أميرة ريا تلعب دورًا في توجيه وتوعية النساء بالقضايا المهمة، مما يساهم في

زيادة الوعي والمعرفة وتمكين النساء من اتخاذ القرارات المستنيرة. وأخيراً، نسبة صغيرة من العينة (12%) ترى أن مضامين أميرة ريا تساهم في تحسين السلوك الاجتماعي للمرأة، مما يشير إلى القدرة على تحفيز النساء لتحقيق تغيير إيجابي في سلوكهن وتفاعلهن مع المجتمع بشكل أفضل. هذه النتائج تعكس الأثر الإيجابي البارز لمضامين أميرة ريا على تعزيز قدرات وتطوير النساء في العديد من المجالات الحيوية لحياتهن.



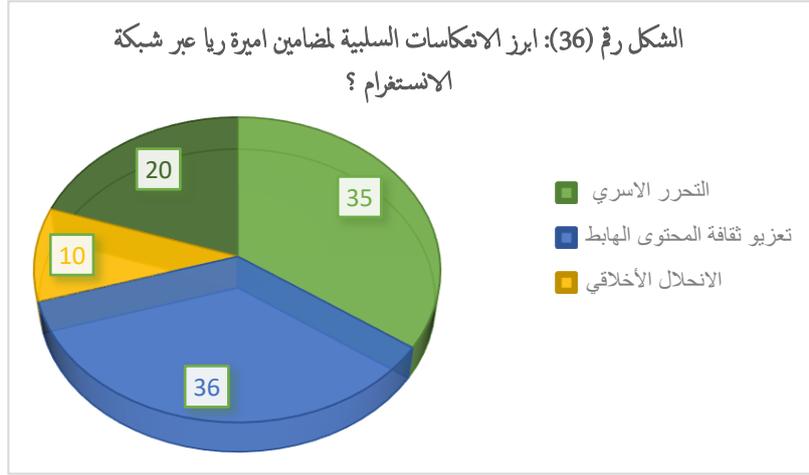
المصدر : الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.v.22

الجدول رقم (36): أبرز الانعكاسات السلبية لمضامين أميرة ريا عبر شبكة الانستغرام؟

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية%
التحرر الاسري	17	35
تعزيز ثقافة المحتوى الهابط	18	36
الانحلال الأخلاقي	5	10
تقليد الغرب	10	20
المجموع	50	100

المصدر : الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.v.22

يظهر الجدول رقم (36) نتائج توزيع العينة أبرز الانعكاسات السلبية لمضامين أميرة ريا عبر شبكة الانستغرام؟ حيث سجلنا نسبة 35% للتحرر الاسري ، 36% تعزيز ثقافة المحتوى الهابط ، 10% الانحلال الأخلاقي و أخيرا 20% تقليد الغرب .



المصدر : الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.v.22

نتائج العينة تكشف عن الانعكاسات السلبية لمضامين أميرة ريا عبر شبكة الإنستغرام بشكل واضح. يظهر أن نسبة كبيرة من العينة (36%) تعتبر أن مضامين أميرة ريا تساهم في تعزيز ثقافة المحتوى الهابط، مما يعني أنها قد تساهم في نشر محتوى يقلل من قيم ومعايير الجودة والتعالى في الثقافة الرقمية. بالإضافة إلى ذلك، نسبة مماثلة (35%) تشير إلى أن مضامين أميرة ريا قد تؤدي إلى التحرر الأسري، وهو ما يمكن أن يؤدي إلى تشويه صورة المجتمع وزيادة الفوضى الأسرية. وبالنسبة للانحلال الأخلاقي، فإن 10% من العينة يرون أن مضامين أميرة ريا تساهم في هذا الانحلال، مما يعني تقديم محتوى قد يؤثر سلبًا على القيم والمبادئ الأخلاقية للمجتمع. وأخيرًا، يشير 20% من العينة إلى أن مضامين أميرة ريا قد تؤدي إلى تقليد الغرب، وهو ما يمكن أن يؤثر على الهوية الثقافية والقيم الاجتماعية للمجتمع المحلي بشكل سلبي. هذه النتائج تسلط الضوء على التأثيرات السلبية التي قد تنجم عن محتوى أميرة ريا، وتؤكد على أهمية النظر بعناية إلى تأثيرات الوسائط الاجتماعية على المجتمعات والفرد.

السؤال رقم (32) : هل المضامين المنشورة عبر صفحة اميرة ريا تعالج قضايا المرأة الجزائرية ؟

المجموع		نادرا		احيانا		دائما		الإجابة / المتغير	
نسبة مئوية	تكرار								
66	33	44	22	8	4	14	7	25-20	السن
								سنة	
10	5	6	3	0	0	4	2	-26	
								30سنة	
4	2	4	2	0	0	0	0	40-30	السن
								سنة	
80	40	54	27	8	4	18	9	المجموع	
90	45	62	31	6	3	18	9	عازبة	الحالة الاجتماعية
6	3	6	3	0	0	0	0	متزوجة	
2	1	2	1	0	0	0	0	مطلقة	
2	1	0	0	0	0	2	1	ارملة	
100	50	70	35	6	3	20	10	المجموع	
100	50	70	35	6	3	24	12	طالبة	الوضعية المهنية
								عاملة	
								ماكثة في البيت	
100	50	70	35	6	3	24	12	المجموع	

المصدر : الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.v.22

يظهر نتائج توزيع العينة على حسب متغير السن حيث الفئة العمرية 20-25 سنة و سجلت النسبة الأكثر حضورا بين الفئات : هل المضامين المنشورة عبر صفحة اميرة ريا تعالج قضايا المرأة الجزائرية ؟ : حيث أجب الأغلبية بنادرا بنسبة 44% ثم 8% لايانا ، و أخيرا دائما بنسبة قدرت 7% .  
 ما بالنسبة لمتغير الحالة الاجتماعية فنسبة العازبات هي الأكثر حضورا حيث سجلنا نسبة 62% لنادرا، و أحيانا بنسبة 6%، دائما 18% .

ما بالنسبة لنتغير الوضعية المهنية فأغلب افراد العينة هم من الطالبات حيث سجلنا بنسبة 70% اما بالنسبة لنسبة نادرا سجلنا 6%، اما دائما 24%

نتائج العينة تظهر اختلافاً في الآراء حول مدى تعامل صفحة أميرة ريا مع قضايا المرأة الجزائرية بناءً على عدة متغيرات، بدءاً من العمر وصولاً إلى الحالة الاجتماعية والوضعية المهنية.

بالنسبة للفئة العمرية 20-25 سنة، يظهر أن الأغلبية الساحقة (44%) من هذه الفئة تعتبر أن المضامين المنشورة عبر صفحة أميرة ريا نادراً ما تعالج قضايا المرأة الجزائرية، في حين أن نسبة صغيرة جداً تعتبرها تعالجها دائماً (7%).

أما بالنسبة لمتغير الحالة الاجتماعية، فإن العازبات هن الأكثر حضوراً، حيث يشير 62% منهن إلى أن المضامين نادراً ما تعالج قضايا المرأة الجزائرية. وعلى العكس من ذلك، يشير 18% من العازبات إلى أنها تعالجها دائماً.

أما بالنسبة للوضعية المهنية، فتظهر أن الطالبات يشكلن الغالبية العظمى (70%)، والذين يرون بنسبة كبيرة (24%) أن المضامين تعالج قضايا المرأة الجزائرية دائماً، في حين يعتبرها 6% منهن تعالجها نادراً.

هذه النتائج تبرز التباين الكبير في الآراء حول تأثير صفحة أميرة ريا على قضايا المرأة الجزائرية بين مختلف الفئات العمرية والاجتماعية والوضعية المهنية. توضح النتائج الحاجة إلى فهم أعمق لمختلف العوامل التي تؤثر على إدراك الناس وتفاعلهم مع المحتوى الذي يتم نشره عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

## المحور الأول : دوافع تعرض المرأة نحو استخدامات شبكة الانستغرام

تحليل دوافع استخدام شبكة الإنستغرام بين الطالبات العازبات من الفئة العمرية 20-25 سنة يظهر نتائج مثيرة للاهتمام. يشير التحليل إلى أن ما بين 50% إلى 60% من هذه الفئة، أي حوالي 25 إلى 30 طالبة، يستخدمن الإنستغرام للتواصل الاجتماعي والتعبير عن الذات. كما أن 20% إلى 30% منهن، أي ما يعادل 10 إلى 15 طالبة، يستخدمن المنصة لأغراض التسلية والترفيه. بالنسبة للتوجيه والاستفادة العلمية، تتراوح النسبة بين 10% إلى 20%، مما يعني أن حوالي 5 إلى 10 طالبات يتجهن إلى الإنستغرام لهذه الأغراض. أما الاستخدام لأغراض التسويق الشخصي أو المهني، فتكون النسبة بين 5% إلى 15%، مما يعكس اهتمامًا متزايدًا من قبل 2 إلى 7 طالبات بهذا الجانب. هذه النتائج تسلط الضوء على أنماط استخدام الإنستغرام لدى الطالبات العازبات في هذه الفئة العمرية، مشيرة إلى أن التواصل الاجتماعي والتعبير عن الذات هما الدافعان الأكثر شيوعًا، بينما تحتل التسلية، التوجيه العلمي، والتسويق الشخصي مراتب أقل.

## المحور الثاني : أبرز المضامين المنشورة عبر صفحة أميرة ريا ذات العلاقة بالمرأة الجزائرية

تحليل المضامين المنشورة عبر صفحة أميرة ريا والعلاقة بينها وبين صورة المرأة الجزائرية يظهر نتائج متعددة الأبعاد. من خلال دراسة العينات، توصلنا إلى أن الأغلبية العظمى من الطالبات العازبات من الفئة العمرية 20-25 سنة يعتقدن أن المضامين لا تعكس صورة حقيقية للمرأة الجزائرية. إذ أظهرت النتائج أن 44% من العينة، أي 22 طالبة، يرون أن هذه المضامين نادرًا ما تعالج قضايا المرأة الجزائرية. في حين أن 8% فقط، أي 4 طالبات، يعتقدن أن المضامين تعالج أحيانًا هذه القضايا. أما بالنسبة للنسبة الأقل، وهي 7%، أي 3 طالبات فقط، فهن يرين أن المضامين تعكس دائمًا قضايا المرأة الجزائرية.

عندما ننظر إلى نتائج التحليل حسب الحالة الاجتماعية، نجد أن 62% من العازبات، أي 31 طالبة، يعتقدن أن المضامين المنشورة نادرًا ما تتناول قضايا المرأة الجزائرية. بينما 6% فقط، أي 3 طالبات، يرين أن المضامين تعالج أحيانًا هذه القضايا، و18%، أي 9 طالبات، يعتقدن أن المضامين دائمًا تعالج قضايا المرأة الجزائرية.

من جهة أخرى، بالنسبة للطالبات من نفس الفئة العمرية، يظهر أن 70% منهن، أي 35 طالبة، يعتقدن أن المضامين المنشورة نادرًا ما تعالج قضايا المرأة الجزائرية. بينما 6% فقط، أي 3 طالبات، يرين أن المضامين تعالج أحيانًا هذه القضايا، و24%، أي 12 طالبة، يعتقدن أن المضامين دائمًا تعالج قضايا المرأة الجزائرية.

هذه النتائج تشير إلى أن الصورة التي تقدمها أميرة ريا عبر صفحتها على الإنستغرام لا تعكس بشكل كافٍ الواقع اليومي والتحديات التي تواجهها المرأة الجزائرية. مما يدل على وجود فجوة بين المحتوى المنشور والاحتياجات الفعلية للنساء الجزائريات في الفئة العمرية والشريحة الاجتماعية المدروسة.

**المحور الثالث : مدى تلبية المضامين التي تنشر عبر صفحة أميرة ريا لرغبات واحتياجات المرأة الجزائرية.**

تحليل مدى تلبية المضامين التي تنشر عبر صفحة أميرة ريا لرغبات واحتياجات المرأة الجزائرية يظهر تبايناً في الآراء والاهتمامات. من خلال دراسة العينة المكونة من الطالبات العازبات في الفئة العمرية 20-25 سنة، تبين أن بعض المضامين، مثل الجمال والموضة والمحتوى التجاري، تلي بالفعل رغبات واحتياجات المتابعات بشكل كبير.

وفقاً للنتائج، نجد أن نسبة كبيرة من العينة تفضل مضامين الجمال والموضة، حيث يعبر حوالي 60% من الطالبات، أي 30 طالبة، عن رضاهم تجاه هذه النوعية من المحتوى. يظهر أن هذا النوع من المحتوى يلقي اهتماماً واسعاً بين الفتيات اللاتي يبحثن عن نصائح وأفكار تتعلق بال العناية الشخصية وأحدث صيحات الموضة.

في المقابل، بالنسبة للمحتوى التجاري، والذي يشمل عروض المنتجات والإعلانات، نجد أن حوالي 40% من الطالبات، أي 20 طالبة، يجدن هذا النوع من المحتوى مفيداً ويلبي احتياجاتهن. هذا يشير إلى أن هناك رغبة لدى هذه الشريحة في الاطلاع على المنتجات الجديدة والاستفادة من العروض والتخفيضات.

ومع ذلك، هناك نسبة ملحوظة من الطالبات تشعر أن المضامين الأخرى، التي قد تكون أكثر عمقاً أو تتناول قضايا اجتماعية وثقافية مهمة، لا تحظى بنفس القدر من الاهتمام. حوالي 30% من الطالبات، أي 15 طالبة، يشعرون بأن المحتوى لا يلبي احتياجاتهن الفعلية، ويبحثن عن مضامين أكثر تفاعلاً مع قضايا المرأة الجزائرية وتحدياتها اليومية.

بصفة عامة، يظهر التحليل أن صفحة أميرة ريا تلي بشكل كبير احتياجات الفتيات فيما يتعلق بالجمال والموضة، وتحقق نجاحاً في جذب الاهتمام بالمحتوى التجاري. إلا أن هناك فجوة فيما يتعلق بالمضامين التي تتناول القضايا الأعمق والتي تهتم المرأة الجزائرية بشكل أوسع، مما يشير إلى فرصة لتحسين وتطوير المحتوى ليصبح أكثر شمولية وتنوعاً.

**المحور الرابع : انعكاسات المضامين المنشورة عبر صفحة أميرة ريا على سلوك المرأة الجزائرية**

تحليل انعكاسات المضامين المنشورة عبر صفحة أميرة ريا على سلوك المرأة الجزائرية يكشف عن آراء مترددة ومتباينة بين المتابعات. عند النظر إلى نتائج العينة المكونة من الطالبات العازبات في الفئة العمرية 20-25 سنة، يظهر أن الأغلبية ترى أن الانعكاسات التي تتعرض لها المرأة الجزائرية من متابعة صفحة أميرة ريا ليست واضحة تمامًا، ولا يمكن تصنيفها بشكل قاطع كإيجابية أو سلبية، مما يعكس درجة معينة من الوعي والنقد الذاتي بين المتابعات.

تشير النتائج إلى أن 50% من الطالبات، أي 25 طالبة، يعتقدن أن تأثير متابعة صفحة أميرة ريا على سلوكهن ليس سلبياً ولا إيجابياً. هذا يشير إلى وعي نقدي لدى هذه الشريحة، حيث لا يتأثرن بشكل كامل بالمضامين التي تقدمها أميرة ريا، ويفضّلن تقييم المحتوى بعقلانية.

في المقابل، حوالي 30% من العينة، أي 15 طالبة، يرون أن هناك تأثيرات إيجابية إلى حد ما، خصوصاً في مجالات مثل الجمال والموضة التي تساعدن في تحسين مظهرهن وزيادة ثقتهن بأنفسهن. يعتبر هذا الجانب من المضامين مفيداً لبعض المتابعات اللاتي يقدرن النصائح والإرشادات المقدمة.

أما نسبة 20% المتبقية، أي 10 طالبات، فهن يعبرن عن بعض القلق بشأن التأثيرات السلبية المحتملة، مثل الترويج للمواضيع السطحية أو المحتوى التجاري الذي قد لا يتماشى دائماً مع القيم الثقافية والاجتماعية للمرأة الجزائرية. هذا يعكس وجود نقد بناء واهتمام بالتأثيرات الأعمق للمحتوى على السلوك والقيم.

بشكل عام، تبرز النتائج وجود توازن في الآراء حول تأثير مضامين صفحة أميرة ريا على سلوك المرأة الجزائرية، مع ميل الأغلبية نحو الاعتقاد بأن التأثير ليس واضحاً ولا مطلقاً، مما يدل على مستوى جيد من الوعي والنقد بين المتابعات. يشير هذا إلى أن المتابعات يملكن القدرة على التمييز بين المحتوى المفيد والمحتوى الذي قد يكون أقل تأثيراً إيجابياً، ويسعين لتحقيق استفادة متوازنة من متابعتهن للصفحة.

**المحور الخامس : أشكال الصورة التي تقدمها أميرة ريا عبر شبكة الانستغرام**

تحليل نتائج المحور الخامس المتعلق بأشكال الصورة التي تقدمها أميرة ريا عبر شبكة الانستغرام يكشف أن الأغلبية العظمى من العينة تعتقد أن الصورة التي تعرضها أميرة ريا لا تتماشى مع صورة المرأة الجزائرية الحقيقية. عند النظر إلى نتائج العينة المكونة من الطالبات العازبات في الفئة العمرية 20-25 سنة، يتضح أن هناك شعوراً عاماً بعدم التوافق بين ما يتم عرضه على الصفحة وما تعيشه المرأة الجزائرية في الواقع.

تشير النتائج إلى أن 70% من العينة، أي 35 طالبة، يعتقدن أن الصورة التي تقدمها أميرة ريا لا تمت بصلة لصورة المرأة الجزائرية. هذا يعكس اعتقادًا واسع النطاق بين الطالبات بأن المحتوى المنشور على الصفحة قد يكون غير واقعي أو غير ممثل لتجاربهن اليومية وقيمهن الثقافية والاجتماعية.

في المقابل، حوالي 20% من العينة، أي 10 طالبات، يرون أن الصورة المقدمة على الصفحة قد تكون جزئيًا ممثلة لبعض الجوانب، مثل الاهتمام بالجمال والموضة، لكنها تظل غير مكتملة ولا تعكس الجوانب الأعمق لحياة المرأة الجزائرية.

أما النسبة المتبقية، وهي 10%، أي 5 طالبات، فهن يعتقدن أن الصورة المقدمة قد تكون إيجابية ولكنها ليست كافية. هذا يعكس وجود بعض التأييد للمضامين المعروضة، مع الاعتراف بوجود حاجة إلى تنوع أكبر في المحتوى ليشمل جوانب أكثر تعقيدًا وعمقًا في حياة المرأة الجزائرية.

بشكل عام، تبرز النتائج أن هناك فجوة كبيرة بين صورة المرأة التي تقدمها أميرة ريا عبر صفحتها على الإنستغرام وصورة المرأة الجزائرية كما تراها العينة. الأغلبية تعتقد أن الصورة غير واقعية ولا تمثل التحديات الحقيقية والقيم الاجتماعية للمرأة الجزائرية. هذا يشير إلى حاجة ملحة لتطوير المحتوى ليكون أكثر شمولية وتمثيلًا لتجارب وآمال المرأة الجزائرية الفعلية، ولتقديم صورة أكثر واقعية ومتكاملة للمرأة في هذا المجتمع.

خاتمة

و في ختام هذا العمل الذي جمع بين المعلومات النظرية و محاولة تجسيدها في الإطار التطبيقي من خلال دراسة ميدانية على عينة من الطالبات المتابعات صفحة أميرة ريا على الانستغرام , اتضح أن هنالك فجوة كبيرة بين صورة المرأة الجزائرية التي تقدمها أميرة ريا عبر صفحتها على الانستغرام و صورة المرأة الجزائرية كما تراها العينة في الصورة الواقعية و الحقيقية للمرأة الجزائرية تستطيع تمثيلها إلا المرأة الجزائرية بحد ذاتها من كل الجوانب سواء دينية أو ثقافية أو اجتماعية أو من جانب العادات و التقاليد داخل المجتمع.

إذ نجد أن النتائج من هذه الدراسة أظهرت بشكل عام أن صورة المرأة الجزائرية من خلال المؤثرات عبر شبكات التواصل الاجتماعي ليست بالصورة الأصلية و الواقعية للمرأة الجزائرية, كما تعتبر هذه الدراسة جزئية تحتاج إلى المزيد من الدراسات المتعمقة فلا نستطيع أن نعتبر أنفسنا أننا قد وصلنا إلى النتائج المعبرة عن صورة المرأة الجزائرية من خلال المؤثرات عبر شبكات التواصل لاجتماعي فقد جاءت هذه الدراسة لمحاولة التعمق في صورة المرأة الجزائرية التي تحاول المؤثرات تجسيدها على شبكات التواصل الاجتماعي.

# قائمة المراجع

❖ الكتب :

- إبراهيم عمر يحيوي, تأثير تكنولوجيا الإعلام و الاتصال العملية التعليمية في الجزائر, دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع, عمان \_الأردن, 2016.
- إسماعيل عبد الفاتح عبد الكافي, شبكات التواصل و الانترنت و التأثير على الأمن القومي, المكتب العربي و المعارف, ط1, القاهرة, 2016,.
- إيهاب خليفة, حروب مواقع التواصل الاجتماعي للنشر و التوزيع, القاهرة , ط1 , 2016 .
- جمعة ربيعي حسن جمعة الربيعي, دراسات و بحوث في الإعلام و الصحافة, دار المجد للنشر و التوزيع , الأردن.
- حسين محمود هيتمي , العلاقات العامة و شبكات التواصل الاجتماعي, دار أسامة للنشر و التوزيع, عمان \_الأردن , 2015 .
- خالد أحمد علي محمود الاستثمار المعرفي و علاقاته بالآثار السياسية و الاجتماعية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال, دار الفكر الجامعي, 2019,.
- خالد غسان يوسف المقدادي, ثورة الشبكات الاجتماعية, دار النفائس للنشر و التوزيع, ط1, 2013,
- خالد غسان يوسف المقدادي, ثورة الشبكات الاجتماعية, دار النفائس للنشر و التوزيع, ط1, 2013, ص 27.
- سعد سليمان المشهداني , منهجية البحث العلمي, ط1, دار أسامة للنشر و التوزيع, الأردن \_عمان, 2019.
- سهام قواسمي, واقع اللغة العربية في ظل مواقع التواصل الاجتماعي, كلية علوم الإعلام و الاتصال, جامعة الجزائر (03).
- شيماء نو الفقار زغيب, مناهج البحث و الاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية, ط1, الدار المصرية اللبنانية, القاهرة, 2015.
- صالح العلمي و لآخرون, مميزات التواصل الاجتماعي (أسس, مفاهيم, قيم), دار الحامد للنشر, ط1 عمان \_الأردن, 2015,.
- عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر, مواقع التواصل الاجتماعي و السلوك الإنساني, دار صفاء للنشر و التوزيع, ط1, 2015.
- عبيدة صبطي الإعلام الجديد و المجتمع, المركز العربي للنشر و التوزيع, جمهورية مصر العربية, 2018.

- على خليل شقرة الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي) , دار أسامة للنشر, عمان\_الأردن, 2014.
- علي عباس سبتي, دراسة أثر مواقع التواصل الاجتماعي على طلبة المدارس و الجامعات سلبيات و حلول \_ مقترحات , 2013, ..
- فوزي غرايبية, و آخرون, أساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية و الإنسانية, ط3, دار وائل للنشر و التوزيع, عمان\_الأردن, 2000.
- قشط خديجة, المؤثرون الاجتماعيون عبر مواقع التواصل الاجتماعي دراسة لواقع تأثيرهم على السلوك الشرائي للشباب الجزائري, مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية و الاتصالية, العدد (04), 2022.
- ماهر عودة الشمالية و آخرون, الإعلام الرقمي الجديد , الإعصار العلمي للنشر, ط1 عمان\_الأردن
- محمد الفاتح, مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال و طريقة إعداد البحوث , قطر, دار الحامد للنشر و التوزيع, 2019, ..
- محمد عبد السلام, مناهج البحث في العلوم الاجتماعية و الإنسانية, مكتبة النور, 2020.
- محمد سرحان علي المحمودي, مناهج البحث العلمي, ط3, دار الكتب, الجمهورية اليمنية صنعاء, 2015, ..
- مروى عصام صلاح, الإعلام الالكتروني, الأسس و آفاق المستقبل, دار الإعصار العلمي, عمان\_الأردن, 2015, ..
- وسام فاضل و آخرون, الإعلام الجديد (تحولات اتصالية رؤى معاصرة ) , دار الكتاب الجامعي, ط1, الإمارات, 2017.
- ياس خضير البياتي, الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة , دار البداية ناشرون و موزعون, ط1, عمان, 2014.

### ❖ المراجع الأجنبية :

- روجر ويمر , جوزيف دومينيك, مدخل إلى مناهج البحث الإعلامي, ترجمة: صالح أبو أصبع و فاروق منصور , المنظمة العربية للترجمة, بيروت- لبنان, 2013
- نيك كولدي , شبكات التواصل الاجتماعي و الممارسة الإعلامية, دار الفجر للنشر, القاهرة\_مصر.
- موريس أنجرس, منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية, دار القصبه للنشر, الجزائر, 2004, ..

### ❖ المذكرات و الرسائل

- الزهرة مالك, فاطمة حكومي, صورة المرأة الجزائرية الصحراوية في الصحافة الالكترونية الجزائرية, دراسة نقدية لموقع جواهر شروق, مذكرة تخرج مقدمة لنيل شهادة ماستر في الإعلام و الاتصال, جامعة أحمد درايا أدرار, كلية العلوم الإنسانية, تخصص صحافة مطبوعة الكترونية, 2021\_2020
- الصديق عبد الصادق البدوي بلة, دور شبكات التواصل الاجتماعي في دعم العمل الخيري (دراسة ميدانية بكلية جامعة البطانة),مجلة الروائز, العدد (02), ديسمبر 2019.
- بوذن وئام و بلخيري رانية, دور المؤثرون على الانستغرام في الترويج للعلامات التجارية التجميلية دراسة تحليلية لعينة من فيديوهات المؤثرة ليليابو عزيز lyliabouazizofficial جامعة صالح بوبندير \_قسنطينة 03, كلية علوم الإعلام و الاتصال و السمعي البصري قسم السمعي البصري تخصص سمعي بصري, 2022\_2021,
- زهية يعيشي, فاطمة هداجي. دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الإعلامية (صفحة الفيسبوك ) , جامعة أدرار نموذجاً, كاية العلوم الانسانية و الاجتماعية و العلوم الإسلامية, قسم العلوم الإنسانية, 2021\2020.
- منال العايب, لبنى مزهود, صورة المرأة الجزائرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي, مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال, جامعة محمد الصديق بن يحي, كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية, قسم الإعلام و الاتصال, تخصص صحافة مطبوعة و مكتوبة, 2022\_2021 .
- ميسوم أمال, مغرابي منيرة, دور المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تسويق المنتجات التجميلية للمرأة الجزائرية, مذكرة ماستر في جامعة ابن خلدون تيارت, كلية العلوم الإنسانية, تخصص اتصال و علاقات عامة, 2023\_2022 .
- عبادية سمية \_ غلوم جيهان\_ يوسفى وسائل, فعالية الانستغرام في التسويق للمؤسسة الناشئة بالجزائر, مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال و علم المكتبات, 2023\_2022 .

### ❖ المقالات :

- أمينة بصافة, سيكولوجية المؤثر و قبائل المتأثر في البيئة الرقمية, وجلة رقمنة الدراسات الإعلامية و الاتصالية, العدد (01) جامعة الجزائر (03) , 2022.
- أمينة طريف, سلمى عطوات, تشخيص لسمات قادة الرأي و أثرها في القرار الشرائي للمستهلك, مجلة اقتصاد المال و الأعمال, العدد الأول, جامعة عمار ثليجي الأغواط (الجزائر), جوان 2019,.
- بسمة سوالمية, شمس ضيات خلفاوي دور المؤثرين في استخدام صورة المؤسسات الخدمتية دراسة استطلاعية على عينة من مستخدمي صفحة oredoo على الانستغرام مجلة للبحوث و الدراسات,

- العدد (01) , جامعة باجي مختار. (عنابة), مخبر دراسات و أبحاث في الاتصال (الجزائر), 2023 .
- حورية شريط, المؤثرون الاجتماعيون أو قادة الرأي الجدد على الويب, قراءة في مفاهيم السلطة و التأثير و عرض الذات و السمعة الرقمية, مجلة رقمنا للدراسات الإعلامية و الاتصالية, العدد (01), جامعة الجزائر (03), 2022, .
  - خشير يشن , إيمان ببة, دور الإعلانات عبر الانستغرام في تفعيل نية شراء المرأة الجزائرية لمستحضرات التجميل, مجلة الرسالة للدراسات و العلوم الإنسانية, العدد (05) , إليزي الجزائر, 2022.
  - سارة هيشور, التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي بين فرص النجاح و مخاطر الفشل, ومجلة العلوم الإنسانية, العدد (02), 2020 .
  - سامي زعباط , فاتح سردوك, دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنشيط السياحة الداخلية بولاية جيجل, مجلة اقتصاديات الأعمال و التجارة, العدد الأول, مختبر اقتصاديات المنظمات و التنمية المستدامة (الجزائر) , 2022, .
  - سهام قواسمي, واقع اللغة العربية في ظل مواقع التواصل الاجتماعي, كلية علوم الإعلام و الاتصال, جامعة الجزائر (03), .
  - شفيقة خنيفر, قتدة الرأي و المؤثرون الاجتماعيون بين الإعلام التقليدي و الإعلام الجديد, مجلة البحوث و الدراسات الإنسانية, العدد (01) جامعة محمد الشريف مساعديّة \_ سوق أهراس (الجزائر) , 2022 ,
  - طارق سعدي, قادة الرأي العام طرق القياس و الأدوار الجديدة في مواقع التواصل الشبكات الاجتماعية, المجلة الجزائرية ,
  - طه ياسين طاهري, أحمد مصنوعة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي (الانستغرام) في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الخدمية مجلة اقتصاديات الأعمال و التجارة, العدد (01), 2022.
  - عادل خالدي, سهام بوزيدي, تناول المؤثرين لموضوع الانتخابات في الجزائر عبر مواقع التواصل الاجتماعي دراسة تحليلية , مجلة المقدمة للدراسات الإنسانية و الاجتماعية, العدد الأول, 2023.
  - عبيدة صبطي الإعلام الجديد و المجتمع, المركز العربي للنشر و التوزيع, جمهورية مصر العربية, 2018, .
  - عيسى صولح, كمال رقيعة, أهمية مواقع التواصل الاجتماعي للسياحة الصحراوية بالجزائر, العدد الأول, مجلة الدراسات المحاسبة و المالية المتقدمة, جامعة الأغواط و الجلفة (الجزائر), 2020.
  - عيشة علة, نوري الود, الاشباع المحققة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى الطالب الجامعي, مجلة الوقاية و الارغنونيا, العدد (06), جامعة عمار تليبيجي بالأغواط, 2016.

- فرطاسي حفيظة, أثر أساليب ترويج المؤثرين لمنتجات التجميل عبر اليوتيوب على اتخاذ قرار الشراء لدى طالبات جامعة المدية, مجلة إدارة الأعمال و الدراسات الاقتصادية, العدد الأول, جامعة الدكتور يحي فارس المدية (الجزائر), 2022 .
- قشط خديجة, المؤثرون الاجتماعيون عبر مواقع التواصل الاجتماعي دراسة لواقع تأثيرهم على السلوك الشرائي للشباب الجزائري, مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية و الاتصالية, العدد (04), 2022, .
- ليليا شاوي , مقارنة التلقي و دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الانستغرام, (دراسة تحليلية وصفية لعينة من طلبة جامعة الجزائر 3), المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية و الإنسانية , المجلد 10 العدد (01), جامعة الجزائر (3) , 2022, .
- محمد زكريا خراب , المؤثرون الاجتماعيون و جمهور المتابعين\_ رؤية نقدية حول جدلية من يضع من؟, مجلة رقمنا للدراسات الإعلامية و الاتصالية, العدد الأول, جامعة الجزائر (03) الجزائر, 2022.
- مرسي مشري شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية في الوظائف, مجلة المستقبل العربي, العدد 395 كانون الثاني, 2012, .
- مركز المحتسب للاستثمارات, دور شبكات التواصل الاجتماعي في الاحتساب ( تويتز نموذجاً), دار المحتسب للنشر و التوزيع, ط1, المملكة العربية السعودية \_الرياض .
- نبيلة جعفري, مواقع التواصل الاجتماعي: الفاعلون الجدد في قيادة الرأي العام قراءة حول التغيير في المفاهيم و الآراء, مجلة رقمنا للدراسات الإعلامية و الاتصالية العدد الأول جامعة أم البواقي الجزائر, 2022.
- هاجر بو عموشة, المحتوى الرقمي المؤثر عبر موقع انستغرام و دوره في تشكيل ثقافة الاستهلاك لدى المرأة الجزائرية, دراسة إثنوغرافية, مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية, العدد (2) جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل (الجزائر) , 2022, .
- هنية رزيق, دور المؤثرون الاجتماعيون عبر مواقع التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة الاستهلاك لدى الشباب, مجلة بحوث و دراسات في الميديا الجديدة, العدد 04, 2014.
- وليد بيبي جعفاري محمد رضا, فعالية التسويق عبر المؤثرون في مواقع التواصل الاجتماعي (دراسة ميدانية تحليلية لمنصة الانستغرام) , مجلة العلوم الإنسانية لجامعة أم البواقي, العدد (01), جامعة خنشلة, المركز الجامعي نور البشير البيض, جوان 2023 .

الملاحق

جامعة محمد خيضر - بسكرة -  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم العلوم الإنسانية  
شعبة الإعلام والاتصال



## صورة المرأة الجزائرية من خلال المؤثرات عبر شبكات التواصل الاجتماعي

دراسة ميدانية على عينة من الطالبات المتابعات لصفحة أميرة ريا (amira rias)  
على شبكة الانستغرام

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إعداد الطلبة:

- عيطور سمية
- بوخاري رفيدة

إشراف الأستاذة(ة):

- د/ حفيظي نهلة

بعد التحية والتقدير نضع بين أيديكم هذه الاستمارة في إطار متطلبات إنجاز بحث علمي ميداني تحضيراً لشهادة الماستر، فالرجاء منك القراءة المتأنية للأسئلة والإجابة عنها حسب رأيك الخاص، علماً أن هذه الاستمارة تستخدم إلا لأغراض علمية بحتة.

ملاحظة: ضع علامة (X) أمام الإجابة المناسبة

السنة الجامعية: 2024/2023

## البيانات الشخصية:

- 1-الجنس: أنثى  ذكر
- 2-السن: من 20 حتى 25 سنة  من 26 حتى 30 من 30 إلى 40
- 3-المستوى التعليمي: ابتدائي متوسط ثانوي جامعي
- 4-الحالة الاجتماعية: عازبة  متزوجة  مطلقة  أرملة
- 5-الوضعية المهنية: طالبة  عاملة  مأكثة في البيت

## المحور الأول: دوافع تعرض المرأة نحو استخدامات شبكة الانستغرام

### 6-هل تستخدمين شبكة الانستغرام؟

دائما  أحيانا  نادرا

### 7-هل تمتلك حساب في شبكة الانستغرام؟

نعم  لا

### 8-تستخدم شبكة الانستغرام لأنها:

سهلة الاستعمال  مجانية  متنوعة المجالات

### 9-ما هي الميزات التي تستفيد منه؟

مشاركة الصور مشاركة الفيديوهات الدردشة التعليقات

### 10-تستخدم شبكة الانستغرام بدافع:

الإشباع النفسي  قتل الروتين   
تطوير الحياة الشخصية  الإشباع المعرفي التثقيفي

## المحور الثاني: أبرز المضامين المنشورة عبر صفحة أميرة ريا ذات العلاقة بالمرأة الجزائرية:

### 11-ما هو نوع المحتوى الذي تقدمه أميرة ريا صفحتها على الانستغرام؟

تعليمي  ترفيهي  رقص  تمثيل  تجاري

### 12-هل أنت راض عن المحتوى المقدم عبر صفحة أميرة ريا على الانستغرام؟

نعم  لا  نوعا ما

13- هل المحتوى المقدم عن المرأة يصور بشكل جاد وحقيقي؟

نعم  لا

14- كيف ترى المضامين التي تنشر عبر صفحة أميرة ريا؟

جيد  حسنة  ضعيفة

15- ماهي المضامين المنشورة عبر صفحة أميرة ريا؟

أفلام ومسلسلات  الجمال والموضة

الموسيقى والأغاني  تدابير منزلية

الطبخ والحلويات  مضامين دينية

مضامين تثقيفية  إرشادات صحية

المحور الثالث: مدى تلبية المضامين التي تنشر عبر صفحة أميرة ريا لرغبات واحتياجات المرأة الجزائرية.

16- هل تعتمد على صفحة أميرة ريا للحصول على الأخبار والمعلومات؟

نعم  لا

17- ماهي المواضيع التي تثير انتباهك عبر الصفحة؟

دينية  اجتماعية  سياسية  ثقافية  ترفيهية

18- هل المضامين التي تنشر عبر صفحة أميرة ريا تلبي لك الاحتياجات الآتية:

- التعبير عن الآراء والمواقف بكل حرية

- إشباع الفضول العلمي والمعرفي

- الهروب من الواقع

- المشاركة في قضايا المرأة

- متابعة الجديد في مجال الموضة والازياء

19- المضامين التي تنشر عبر الصفحة أتاح لك؟

- فضاء للتعلم والمعرفة

- فضاء لإبراز الذات

- فضاء للتحرر الفكري

- معرفة الحقوق والواجبات

20- هل تحقق لك تلك المضامين من إشباعات شخصية؟

نعم  لا  أحيانا

21- ماهي الإشباعات المحققة لديك من خلال متابعتك لصفحة أميرة ريا؟

- فرص التعرف على الذات وتطويرها

- زيادة رأس المال الاجتماعي

- اشباعات نفسية واجتماعية

- اثراء الرصيد المعرفي والعلمي

المحور الرابع: انعكاسات المضامين المنشورة عبر صفحة أميرة ريا على سلوك المرأة

الجزائرية:

22- هل سلوك المرأة من خلال المحتوى المقدم عبر صفحة أميرة ريا؟

سلبي  إيجابي

23- هل الانطباعات المشكلة عن المرأة الجزائرية من خلال المحتوى المنشور عبر صفحة

أميرة ريا؟

إيجابية  سلبية

24- هل المحتوى المقدم عبر الصفحة يعكس صورة المرأة الجزائرية ويعبر عنها؟

نعم  لا  أحيانا

25- ما هي السلوكيات الناتجة عن تعرض المتابعة لصفحة أميرة ريا؟

سلوكيات مقبولة اجتماعيا  جيدة  غير لائقة

26- هل تساهم المضامين المنشورة عبر الصفحة باكتساب معارف علمية؟

نعم  لا  أحيانا

27- هل تساعد هذه المضامين في اكتساب مهارات، أفكار، خبرات جيدة؟

نعم  لا  أحيانا

28- هل تساعد المضامين المنشورة عبر صفحة أميرة ريا بتنمية شخصيتك وتطوير ذاتك؟

نعم  لا  أحيانا

29- هل متابعتك لصفحة أميرة ريا غير من سلوكك وطريقة تفكيرك؟

نعم  لا  أحيانا

علل إجابتك:

.....  
.....  
.....

المحور الخامس: أشكال الصورة التي تقدمها أميرة ريا عبر شبكة الانستغرام

30- ما هي الصورة المقدمة حول المرأة؟

المرأة قوية الشخصية  المرأة المتحررة  المرأة الجريئة  المرأة المحافظة   
المرأة fashinista

31- تجسد مضامين أميرة ريا الواقع الفعلي للمرأة الجزائرية؟

نعم  لا  أحيانا

32- هل المضامين المنشورة عبر صفحة أميرة ريا تعالج بموضوعية قضايا المرأة الجزائرية؟

دائما  أحيانا  نادرا

33- تنعكس صورة المؤثرة الاجتماعية أميرة ريا على صورة المرأة الجزائرية؟

سلبا  إيجابا

34- تعمل مضامين صفحة المؤثرة الناشطة أميرة ريا على تجسيد فكرة الحركة النسوية

التحريرية؟

نعم  لا  أحيانا

35- أبرز الانعكاسات الإيجابية لمضامين أميرة ريا عبر شبكة الانستغرام؟

التعبير عن الذات  تنمية الثقة بالنفس

تحسين السلوك الاجتماعي للمرأة  التوعية والتوجيه

أخرى أذكرها:

.....

.....

.....

36- أبرز الانعكاسات السلبية لمضامين أميرة ريا على شبكة الانستغرام؟

التحرر الأسري  تعزيز ثقافة الذوق الهابط

الانحلال الأخلاقي  تقليد الغرب

شكرا على حسن تعاونكم

← amira\_riaa ✓



2,460 posts

6.9M followers

1,015 following

Amira Riaa أميرة ريا  
Blogger

❤️ We only live once

🎤 Tv / 🎧 Radio host

📺 1.4M on YouTube

📍 Dubai 📍 Algeria... more

🌐 www.amirariaa.com/

🔍 Riaa family 💕 • 195K members

👤 Followed by estella\_pyjamas, queenz\_boutique.dz and 108 others

Follow Message Email address +👤



Italy 🇮🇹



Mekka 🇸🇦



Zanzibar 🇸🇪



Cappadocia 🇹🇷



