

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة صالح بونبيدر قسنطينة-03-



كلية علوم الاعلام والاتصال والسمعي البصري

قسم الصحافة

الرقم التسلسلي:

الرمز:

مذكرة ماستر

التخصص: صحافة مطبوعة وإلكترونية

الشعبة: علوم إعلام واتصال

دور المؤثرين في تشكيل اتجاهات الشباب نحو الاعلانات المزيفة عبر
مواقع التواصل الاجتماعي

دراسة ميدانية على عينة من الشباب المستخدم لموقع انستغرام_

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تحت اشراف

من اعداد الطالبة :

د. بن رقية حسينة

الخلف العبد ياسمين

أستاذ محاضر - أ-

السنة الجامعية: 2022-2023

قائمة الفهارس

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
أ	مقدمة
	الفصل الأول: إشكالية الدراسة وإطارها المنهجي
12	1. إشكالية الدراسة وتساؤلاتها
14	1. أسباب اختيار الموضوع
14	2. أهمية الدراسة
15	3. أهداف الدراسة
15	4. تحديد مفاهيم الدراسة
18	5. الدراسات السابقة
30	6. منظور الدراسة
30	7. منهج الدراسة
31	8. أدوات جمع البيانات
32	9. مجتمع البحث وعينة الدراسة
33	10. مجال الدراسة
	الفصل الثاني: المؤثرون والإعلانات المزيفة والاتجاهات
35	تمهيد
	أولاً: المؤثرين عبر الانستغرام3
36	1. لمحة تاريخية عن مصطلح المؤثرين
37	2. خصائص المؤثرين
39	3. أنواع المؤثرين

41	4. مجالات المؤثرين
42	5. ايجابيات المؤثرين
43	6. سلبيات المؤثرين
	ثانيا: الاتجاهات
44	1. لمحة تاريخية عن مصطلح الاتجاهات
45	2. خصائص الاتجاهات
46	3. انواع الاتجاهات
47	4. تكوين الاتجاهات
48	5. وظائف الاتجاهات
49	6. طرق قياس الاتجاهات
50	7. العوامل المؤثرة في تغير الاتجاهات
	ثالثا: إعلانات المؤثرين المزيفة عبر موقع انستغرام
51	1. لمحة تاريخية عن موقع انستغرام
52	2. خصائص موقع انستغرام
53	3. ايجابيات وسلبيات موقع انستغرام
56	4. انواع الاعلانات عبر الانستغرام
57	5. الترويج للاعلانات المزيفة من قبل المؤثرين عبر الانستغرام
58	6. اعلانات المؤثرين المزيفة في الجزائر
	الفصل الثالث: نتائج الدراسة الميدانية
61	1. عرض وتحليل البيانات الشخصية

68	2. عرض وتحليل البيانات المتعلقة بعادات وانماط استخدام الشباب الجزائري لموقع انستغرام
77	3. عرض وتحليل البيانات المتعلقة بدوافع الشباب الجزائري لمتابعة المؤثرين على موقع انستغرام
87	4. عرض وتحليل البيانات المتعلقة بدور المؤثرين في الترويج للاعلانات المزيفة عبر الانستغرام
98	5. عرض وتحليل البيانات المتعلقة باتجاهات الشباب نحو الاعلانات المزيفة التي يروج لها المؤثرين
112	6. نتائج في ضوء التساؤلات الفرعية
112	7. النتائج العامة للدراسة
116	خاتمة
119	قائمة المصادر والمراجع
126	الملاحق
133	ملخص الدراسة باللغة العربية
133	ملخص الدراسة باللغة الإنجليزية

فهرس الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
01	يمثل توزيع افراد العينة حسب متغير الجنس	63
02	يمثل توزيع افراد العينة حسب متغير الفئة العمرية	64
03	يمثل توزيع افراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي	65
04	يمثل توزيع افراد العينة حسب متغير الحالة الاجتماعية	66
05	توزيع افراد العينة حسب متغير الحالة الاقتصادية	67
06	يوضح مدى استخدام افراد العينة لموقع انستغرام	68
07	يوضح توزيع العينة حسب درجة استخدام الانستغرام	69
08	يوضح عدد الساعات التي يستخدمها افراد العينة لموقع انستغرام	71
09	يوضح الوقت المفضل لاستخدام موقع انستغرام لأفراد العينة	72
10	وسيلة استخدام افراد العينة لموقع انستغرام	74
11	يوضح اماكن استخدام افراد العينة لموقع انستغرام	76
12	يوضح دوافع استخدام افراد العينة لموقع انستغرام	77
13	يوضح المجالات التي يفضلها افراد العينة عبر موقع انستغرام	79
14	يوضح الشخصيات التي يتابعها افراد العينة عبر الانستغرام	81
15	يوضح المحتويات المفضلة التي يقدمها المؤثرين لأفراد العينة	83
16	يوضح الوسيلة المفضلة لتفاعل مع المؤثرين لأفراد العينة	84
17	يوضح الغاية المحققة من متابعة لمؤثرين لأفراد العينة	85
18	يوضح مدى متابعة افراد العينة لإعلانات المؤثرين	87
19	يوضح مدى تصادف افراد العينة للإعلانات المزيفة	88
20	يوضح كيفية معرفة افراد العينة لترويج المؤثرين للإعلانات المزيفة	89
21	يوضح طبيعة الاعلانات المزيفة التي صادفتها افراد العينة	91
22	يوضح مدى متابعة قضية المؤثرين لإفراد العينة	93
23	يوضح معرفة افراد العينة للقضية من خلال هؤلاء مؤثرين	94
24	يوضح متابعة القضية لإفراد العينة من خلال وسائط الانستغرام	95

96	يوضح من هو المؤثر التي ساهم بشكل اكبر لترويج للإعلان لصالح شركة فوثرغيت لإفراد العينة	25
97	يوضح كيف ساهم هؤلاء المؤثرين في الترويج للإعلان لأفراد العينة	26
98	يوضح السبب وراء ترويج المؤثرين للإعلانات المزيفة لأفراد العينة	27
99	يوضح مدى تأثير الاعلانات المزيفة التي يقدمها هؤلاء المؤثرين من وجهة نظر الشباب الجزائري لأفراد العينة	28
100	يوضح سبب تأثير الاعلانات على الشباب الجزائري رغم انهم على دراية بانها مزيفة لأفراد العينة	29
101	يوضح السبب وراء متابعة هؤلاء المؤثرين لأفراد العينة	30
103	يوضح مدى اهمية الاساليب الاقناعية المستخدمة من قبل هؤلاء المؤثرين لجعل افراد العينة تتفاعل مع اعلاناتهم	31
104	يوضح السبب وراء التأثير الطلبة بهؤلاء المؤثرين وبإعلاناتهم لصالح الشركة الوهمية لأفراد العينة	32
106	يوضح إذا كانوا هؤلاء المؤثرين على دراية بأن الشركة فوثرغيت وهمية لأفراد العينة	33
107	يوضح السبب وراء ترويج الاعلانات هؤلاء المؤثرين لصالح الشركة الوهمية لأفراد العينة في حالة أجابوا بنعم	34
108	يوضح الخطأ الذي وقعوا فيه هؤلاء المؤثرين لترويج للإعلان المزيف لأفراد العينة	35
110	يوضح إذا كان هؤلاء المؤثرين استغلوا شهرتهم لتأثير على الطلبة لأفراد العينة	36
111	يوضح كيف استغلوا هؤلاء المؤثرين الطلبة لأفراد العينة	37

ملخص الدراسة باللغة العربية:

يتمحور موضوع دراستنا حول "دور المؤثرين في تشكيل اتجاهات الشباب الجزائري نحو الاعلانات المزيفة على مواقع التواصل لاجتماعي" دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجزائري المستخدم لموقع انستغرام، حيث تهدف الى الدور الذي يلعبه المؤثر في الترويج للاعلانات المزيفة وما وجة نظر الشباب نحو الاعلانات والمؤثرين، وقد تم اختيار المنهج الوصفي لهذه الدراسة، كما تم استخدام اداة استمارة الاستبيان كاداة رئيسية واسباسية لجمع البيانات، اما عينة الدراسة فكانت الحالات المتاحة ومن اهم النتائج التي توصلت اليها الدراسة نذكر: تؤكد الدراسة على ان الاساليب التي يستخدمها المؤثر هي اساليب اقناعية التي يستخدمها في الترويج للاعلان المزيف في تغيير اتجاهات الشباب، كما اكد الشباب الجزائري المستخدم لموقع انستغرام انه يقوم بمتابعة المؤثرين لتمضية اوقات الفراغ.

الكلمات الافتتاحية: المؤثرين، الاعلانات المزيفة، اتجاهات الشباب.

SUMMARY

our study revolves around the role of influences in shaping the attitudes of Algerian youth towards fake advertisements on social media platforms. It is a field study conducted on a sample of Algerian youth who use Instagram. The study aims to examine the role played by influences in promoting fake advertisements and the perspectives of youth towards advertisements and influences, The descriptive method was chosen for this study, and a questionnaire was used as the primary and fundamental data collection tool. The study sample consisted of available cases. Among the key findings of the study, it confirms that influences employ persuasive techniques to change the attitudes of youth towards fake advertisements. Additionally, Algerian youth using Instagram affirmed that they follow influencers to pass their leisure time.