

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة صالح بونيدر قسنطينة 03

كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري

قسم الصحافة المكتوبة والإلكترونية

رقم التسجيل.....

الرقم السري.....



دور المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي في صناعة الرأي العام

دراسة ميدانية على طلبة كلية الإعلام والاتصال صالح بونيدر قسنطينة 3

رسالة مكملة لنيل شهادة ماستر صحافة إلكترونية

تحت إشراف

إعداد الطالبة:

أ. د: حميد بوشوشة

بن قارة مصطفى مريم

السنة الجامعية

2023/2022

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

الفصل الأول : الإطار المنهجي

الفصل الأول: الإطار المنهجي

- 1 إشكالية الدراسة.....ص 02
- 2 فرضيات الدراسة.....ص 04
- 3 أهمية الدراسة..... ص 04
- 4 أسباب اختيار الموضوع..... ص 05
- 5 أهداف الدراسة..... ص 06
- 6 مفاهيم الدراسة..... ص 06
- 7 الدراسات السابقة..... ص 07
- 8 منظور الدراسات السابقة.....ص 12
- 9 منهج الدراسة.....ص 15
- 10 عينة الدراسة ومجتمع البحث.....ص 16
- 11 أداة جمع البيانات..... ص 17
- 12 مجالات الدراسة..... ص 18

الفصل الثاني: الإطار النظري

1 المؤثرين:

- 1- تعريف مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي.....ص20
- 2- الخلفية التاريخية لمؤثري مواقع التواصل الاجتماعي.....ص20
- 3- خصائص مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي.....ص21
- 4- أنواع مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي.....ص22
- 5- القوة التأثيرية لمؤثري مواقع التواصل الاجتماعي.....ص 25
- 6- آلية تحديد مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي.....ص25
- 7- جاذبية مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي.....ص26

2 الرأي العام:

1. تعريف الرأي العام.....ص28
2. نشأة ظاهرة الرأي العام.....ص28
3. مراحل تكوين الرأي العام.....ص31
4. قواعد الرأي العام.....ص32
5. عوامل تكوين الرأي العام.....ص32
6. طرق قياس الرأي العام.....ص33

الفصل الثالث عرض البيانات وتفسير النتائج

1. _ عرض وتحليل البيانات..... ص 35
2. نتائج الدراسة ص 83
3. خاتمة الدراسة.....ص86
4. أفاق الدراسة..... ص 87

5. قائمة الملاحق.....ص 89

قائمة المراجع.....ص 95

فهرس الجداول:

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
35	جدول يوضح الجنس	الجدول رقم (1)
36	جدول يوضح السن	الجدول رقم (2)
37	جدول يوضح المستوى الجامعي	الجدول رقم (3)
39	جدول يوضح التخصص الجامعي	الجدول رقم (4)
41	جدول يوضح متابعة الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي	الجدول رقم (5)
43	جدول يوضح مدة امتلاك حساب على مختلف مواقع التواصل الاجتماعي	الجدول رقم (6)
45	جدول يوضح عدد الساعات التي يقضيها الطلبة في متابعة مؤثرو مواقع التواصل الاجتماعي	الجدول رقم (7)
47	جدول يوضح مجالات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	جدول رقم (8)
49	جدول يوضح أماكن متابعة مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي	جدول رقم (9)
51	جدول يوضح أوقات متابعة مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي	جدول رقم (10)
53	جدول يوضح مواقع التواصل الاجتماعي التي تستخدمها في متابعة مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي	جدول رقم (11)
55	جدول يوضح دوافع متابعة مؤثرو مواقع التواصل الاجتماعي	جدول رقم (12)
57	جدول يوضح دوافع متابعة مؤثرو مواقع التواصل الاجتماعي	جدول رقم (13)
59	جدول يوضح الأسباب التي تجعلك تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي	جدول رقم (14)
61	جدول يوضح تفاعل مع المؤثرين في مواقع التواصل الاجتماعي	جدول رقم (15)
63	جدول يوضح كيف تتفاعل مع المؤثرين في مواقع التواصل الاجتماعي	جدول رقم (16)
64	جدول يبين ما يقوم به المؤثرون من خلال مواقع التواصل الاجتماعي في	جدول رقم (17)

	التأثير على الرأي العام	
68	جدول يوضح قدرة مؤثرو مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي جدول يوضح هل يؤثر المؤثرون في الرأي العام	جدول رقم (18)
70	جدول يوضح مدى اهتم بما يتم نشره من قبل المؤثرون عبر مواقع التواصل الاجتماعي	جدول رقم (19)
71	جدول يوضح نوع المؤثرسن الذين يتبعهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي	جدول رقم (20)
73	" جدول يوضح الشخصيات التي تتابعها عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب الموقع الجغرافي	جدول رقم (21)
75	جدول طرق التعرف على مؤثرو مواقع التواصل الاجتماعي:	جدول رقم (22)
77	جدول يوضح نوع المنشورات التي تصادفها عبر مواقع التواصل الاجتماعي التي تشجع على التأثير في الرأي العام:	جدول رقم (23)
79	تفاعل طلبة الإعلام والاتصال مع مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي:	جدول رقم (24)
81	جدول يوضح شعور الطلبة من خلال ما يقدمه مؤثرو مواقع التواصل الاجتماعي:	جدول رقم (25)
81	جدول يحقق الاشباعات المحققة من لدى الطلبة من خلال متابعة المثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي	جدول رقم 26

فهرس الأشكال:

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
35	دائرة نسبية توضح الجنس	(1)
36	دائرة نسبية توضح السن	(2)
38	دائرة نسبية توضح المستوى الجامعي	(3)
40	دائرة نسبية توضح التخصص الجامعي	(4)
41	متابعة المؤثرين على شبكات التواصل الاجتماعي	(5)
43	مدة امتلاك حساب عبر مواقع التواصل الاجتماعي	(6)
45	الساعات التي يقضيها الطلبة في متابعة مؤثرو مواقع التواصل الاجتماعي	(7)
47	مجالات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	(8)
49	أماكن متابعة مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي	(9)
51	أوقات متابعة الطلبة لمؤثرو مواقع التواصل الاجتماعي	(10)
53	مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما	(11)
55	دوافع متابعة مؤثرو مواقع التواصل الاجتماعي	(12)
57	دوافع متابعة مؤثرو مواقع التواصل الاجتماعي	(13)
59	أسباب تجعلك تستخدم موقع الفيسبوك	(14)
61	التفاعل مع مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي	(15)
63	تفاعل الطلبة مع المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي	(16)
64	قدرة المؤثرون في التأثير على الرأي العام	(17)

66	قدرة مؤثرو مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على ال أري العام	(18)
68	اهتمام الطلبة بما يقدمه المؤثرون	(19)
70	نوع المؤثرين الذين تتابعهم	(20)
72	الشخصيات التي تتابعها من خلال مواقع التواصل الاجتماعي	(21)
73	طرق التعرف على مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي	(22)
75	منشورات مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي	(23)
77	التفاعل مع مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي	(24)
80	شعورك من خلال مايقدمه مؤثؤو مواقع التواصل الاجتماعي	25
81	الإشباع المحققة لدى الطلبة من خلال متابعة مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي	26

الملخص:

إن الهدف من هذه الدراسة هو التعرف على دور المؤثرين من خلال مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام وقد استهدفت هذه الدراسة طلبة الإعلام والاتصال جامعة قسنطينة 3 ، من خلال التعرف على عادات وأنماط الاستخدام وكذلك دوافع الاستخدام الاشباع المحققة، كما حولنا رصد آراء المتابعين واتجاهاتهم حول طريقة المؤثرين في طرح القضايا عبر مواقع التواصل الاجتماعي والسؤال الرئيس للدراسة كالتالي:

ما دور المؤثرين عبر الشبكات الاجتماعية في صناعة الرأي العام؟ ويلعب المؤثرون دورا مهما في التأثير على الرأي العام وهذا راجع إلى توفر الوسائط المتعددة وتنوع المضامين التي يتناولها هؤلاء المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تتناسب هذه المضامين مع اتجاهات الطلبة وميولاتهم وأذواقهم.

وكللت هذه الدراسة بدراسة وصفية ميدانية على طلبة الاعلام والاتصال ، استخدمت هذه الدراسة المنهج الوصفي المسحي في عملية وصف وتحليل البيانات، وعلى أداة الاستمارة في جمع البيانات . خلصت الدراسة أن لمؤثري مواقع التواصل الاجتماعي دور فعال ومهم في التأثير على الرأي العام، وذلك من خلال عرض المضامين الإعلامية المتمثلة في الإشهارات والإعلانات حول مختلف السلع والخدمات، إضافة إلى المضامين التي تتناسب اهتمامات الطلبة واتجاهاتهم.

الكلمات المفتاحية: المؤثرون، مواقع التواصل الاجتماعي الرأي العام. الرأي العام ، نظرية الاستخدامات والاشبعات.

Abstract

The purpose of this study is to determine how social media's influencers affect public opinion. By identifying usage patterns, habits, motivations, and gratifications attained, this study specifically addressed students of media and communication at Constantine University 3. We also paid close attention to following followers' trends and opinions. Regarding the manner in which social media influencers bring up topics In order to change and affect the public opinion , the following questions emerged, What part do social media influencers play in influencing public opinion ? – How do Algerian influencers use social media to sway public opinion ? What are their tendencies and patterns ? – what is the impulsion of using social media by Algerian influencers to change public opinion ? What are the rewards that influencers receive from influencing public opinion through social media ? The study came to the conclusion that social networking site influencers play a significant and effective role in influencing public opinion. They do this by displaying media contents that are represented in advertisements for various goods and services, as well as purports that are relevant to students' interests

directions Keywords : influencers, social media , public opinion.