

## التحولات السوسيو-ثقافية في المجتمع الجزائري في ظل بروز ظاهرة المؤثرين الرقميين: مؤثرين الانستغرام انموذجا

### Socio-Cultural Transformations in Algerian Society Amid the Emergence of Digital Influencers: Instagram Influencers as a Model

تقار اشواق<sup>1</sup>

جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم ، [achouak.teguar.etu@univ-mosta.dz](mailto:achouak.teguar.etu@univ-mosta.dz)<sup>1</sup>

تاريخ الإرسال: 2025/02/15 ؛ تاريخ القبول: 2025/05/11 ؛ تاريخ النشر: 2025/06/01

#### الملخص باللغة العربية:

تهدف هذه الدراسة التحليلية الى اكتشاف تأثير المؤثرين الرقميين الجزائريين ، عبر منصة إنستغرام على التغيرات السوسيو-ثقافية في المجتمع الجزائري ، وكذا معرفة اهم القيم التي يروج لها هؤلاء المؤثرين ، باستخدام أداة تحليل المضمون ، في عينة لا تتجاوز اربع مؤثرين ذو محتوى مختلف ، وقد توصلت الدراسة ان هؤلاء المؤثرين الجزائريين ساهموا في تشكيل التغيرات السوسيو-ثقافية داخل المجتمع الجزائري عبر منصة إنستغرام حيث لعبو دورا ثنائيا ، فمن جهة ساهموا في الترويج للقيم والتقاليد المحلية ، ومن جهة أخرى سعوا في نشر أنماط حياة جديدة متأثرة بالغرب ، مما أدى الى انتشار سلوكيات دخيلة عن مجتمعنا في مواقع التواصل الاجتماعي ، والواقع ، وتحو المجتمع من مجتمع محافظ الى مجتمع متفتح..

#### الكلمات المفتاحية:

المؤثرين الرقميين ؛ التغيرات السوسيو-ثقافية ؛ منصة الانستغرام ؛ المجتمع الجزائري ؛ مواقع التواصل الاجتماعي

**Abstract:** This analytical study aims to explore the impact of Algerian digital influencers on Instagram in shaping socio-cultural changes within Algerian society. It also seeks to identify the key values promoted by these influencers using content analysis as a research tool. The study examines a sample of no more than four influencers, each representing different content categories.

The findings reveal that Algerian influencers have played a dual role in shaping socio-cultural transformations through Instagram. On one hand, they have contributed to the promotion of local traditions and values; on the other, they have introduced new lifestyles influenced by Western culture. This has led to the spread of unfamiliar behaviors both on social media and in real life, gradually shifting Algerian society from a traditionally conservative one to a more open and modernized community.

**Keywords:** Digital influencers; socio-cultural changes; Instagram platform; Algerian society; Social Media.

#### مقدمة:

لقد عرفت الجزائر عدة حضارات على مر تاريخها القديم، وهذه الحضارات والثقافات كان لها تأثير على المجتمع الجزائري عبر مختلف العصور، حيث ساهمت في تبني عدة قيم ثقافية، كما تأثرت البنية الاجتماعية بهذه الحضارات، وهو ما نتج عنها تغيرات سوسيو-ثقافية في طبيعة البنية الجزائرية على جميع المستويات، فقد تأثر المجتمع الجزائري بعدة عوامل خارجية سواء من الأنظمة الاجتماعية أو الأنماط الثقافية المختلفة، وهذه العوامل أسهمت في تشكيل الواقع السوسيو-ثقافي للمجتمع الجزائري المعاصر.

ومع التطور التكنولوجي وخاصة ظهور مواقع التواصل الاجتماعي شهد المجتمع الجزائري نقلة وتحولا كبيرا من الجانب الاجتماعي أو الثقافي، من مجتمع تقليدي محافظ الى مجتمع حديث متفتح ومواكب لمتغيرات العصر، حيث ان هذا الانتقال لم يكن مجرد تغيير سطحي في أساليب العيش، بل مس القيم الاجتماعية، والعلاقات الأسرية، وحتى نمط واسلوب التفكير والسلوك.

فوسائل التواصل الاجتماعي نجحت في تفكيك البنية الاجتماعية والثقافية وكذا اختزال الشعور والالتقاء الجماعي والتاريخي المشبع بروح الإسلام، وخاصة مع اندماج الجيل الجديد مع التكنولوجيا الرقمية، كما ساهمت هذه المواقع والتكنولوجيا الجديدة في بروز ظاهرة جديدة والمتمثلة في المؤثرين الرقميين الذين اصبحوا بمثابة قادة رأي جدد، حيث استطاعوا هؤلاء المؤثرين استقطاب اكبر عدد من الجمهور، بسبب اعتماد هؤلاء المؤثرين على محتوى جذاب يظهر الحياة المثالية بطريقة عفوية، مما جعلهم مصدر إلهام للكثير من الشباب الذين يحاولون تقليدهم.

وفي الجزائر، برز العديد من صناعات المحتوى أو المؤثرين الجزائريين على مختلف مواقع التواصل الاجتماعي، وبرزها موقع الانستغرام، حيث أصبحوا يقدموا محتويات جزائرية متنوعة من ترفيه، وطبخ، وسياحة، وثقافة، كما نجد فئة من المؤثرين الذين يروجون لنمط حياة بعيدة عن الواقع المعيشي الذي يعيشه معظم الشباب الجزائري، حيث يستعرضون حياتهم الخاصة، أو يروجون لأسلوب حياة مليئة بالتبذير والترف، وكل هذه التحولات التكنولوجية، والمجتمعية، وخاصة المحتويات الرقمية المنشورة من المؤثرين الجزائريين ساهمت في أحداث تغيرات سوسيو-ثقافية في طبيعة المجتمع الجزائري، ونتيجة للتقدم التكنولوجي المستمر ومواكبة الجمهور له، وكذا تزايد ظهور المؤثرين عبر مختلف المنصات وعلى رأسها موقع الانستغرام سعت هذه الدراسة لتحديد طبيعة المحتوى الرقمي الذي يقدمه المؤثرون الجزائريون عبر موقع الانستغرام وتحليله، وكذا استكشاف القيم المروجة من خلال هذه المؤثرين، ومعرفة استراتيجياتهم في الترويج والإقناع، حيث ارتأت هذه الورقة البحثية الإجابة عن الإشكالية التالية:

- كيف ساهم المؤثرون الجزائريون في أحداث تغيرات سوسيو-ثقافية في المجتمع الجزائري عبر موقع الانستغرام، وهل ساهموا في الترويج للقيم والتقاليد المحلية؟

ومن خلال هذه الإشكالية الرئيسية نطرح التساؤلين الفرعيين:

- كيف ساهم المؤثرون الجزائريون في أحداث تغيرات سوسيو-ثقافية في المجتمع الجزائري عبر موقع الانستغرام من، وهل ساهموا في الترويج للقيم والتقاليد المحلية من حيث الشكل؟

- كيف ساهم المؤثرون الجزائريون في أحداث تغيرات سوسيو-ثقافية في المجتمع الجزائري عبر موقع الانستغرام، وهل ساهموا في الترويج للقيم والتقاليد المحلية من حيث المضمون؟

وعليه تم الاعتماد المنهج التحليلي، لعرض الجانب النظري والتعقيب عليه، لكونه الأنسب لمثل هذه الدراسات وملاءمته مع طبيعة البحث، وبالعودة الى طبيعة سياق الإشكالية والتساؤلات الفرعية، فإن أداة تحليل المضمون هي الأنسب للإجابة عن الإشكالية، وعليه فقد تم الاعتماد على خمس فئات من حيث الشكل وخمس فئات من حيث المضمون، وبالنظر الى مجتمع بحث الدراسة فإنه مجتمع كبير وواسع، يصعب جدا التحكم فيه، لذا تم حصره في عينة صغيرة متمثلة في أربعة مؤثرين مختلفين كل منهم له

مجال معين قصد تسهيل الدراسة، وضبط العينة والتحكم فيها، وقد تم الاعتماد على العينة القصدية، حيث تم اختيارها بشكل مقصود نظراً لارتباطها الوثيق بموضوع البحث. وعليه فقد تم التطرق الى الخلفية التاريخية السوسيو- ثقافية للمجتمع الجزائري، وكذا التطرق الى دور دور الفضاء الالكتروني في التحولات السوسيوثقافية للمجتمع الجزائري، وكذا تعريف المؤثر الرقمي وإبراز خصائصه، ثم تحليل محتوى أربعة مؤثرين زائرين للوصول لأهداف البحث المسطرة.

## 1- الخلفية السوسيوثقافية للمجتمع الجزائري وأثرها على التحولات الرقمية

يعرض الباحث في العنوان الرئيسي الأول محتوى النص ومراحل عمله وفق البناء المنهجي الذي اعتمده بالنظر إلى طبيعة الموضوع والتخصص العلمي، ويجب أن يحتوي على تمهيد للمسائل التي ستعالج فيه. أما الأشكال والجداول فينبغي ترتيبها داخل النص على شكل صورة حتى لا تضيق هيئتها العامة، ويتوجب ترقيمها وتمييزها بعنوان. (تنبيه أساسي: نوع الخط معد مسبقاً في نموذج المقال، حرر مباشرة على النموذج أو أفرغ فيه المادة الجاهزة، لا تقم بتغيير الفراغ بين الأسطر أو المباعدة بين الفقرات.) نوع الخط Microsoft Uighur ، حجم 16 تباعد الخط بسيط.

### 1.1- الخلفية السوسيو- ثقافية للمجتمع الجزائري:

يتميز المجتمع الجزائري بتركيبه وخلفية سوسيوثقافية غنية وفريدة، حيث انها مستمدة من تاريخه العريق الممتزج بعدة حضارات على غرار الحضارات الأمازيغية، الإسلامية، والمحلية، والعثمانية، والأندلسية، حيث شهد المجتمع الجزائري على مر العصور تحولات اجتماعية وثقافية عميقة تأثرت بالعوامل عديدة، منها التاريخية، ومنها التكنولوجية التي كان أساسها التطورات الحديثة، حيث أدى ظهور الفضاء الرقمي وانتشار وسائل التواصل الاجتماعي الى بروز ظواهر جديدة أثرت على القيم الاجتماعية وأنماط التفاعل داخل المجتمع، مما أدى إلى إعادة تشكيل الهوية الثقافية وفق معطيات العصر الرقمي.

### 2.1- الخلفية السوسيو- ثقافية للمجتمع الجزائري:

تتميز الجزائر بخصوصية ثقافية واجتماعية تميزها عن غيرها من البلدان، نابعة من تاريخها الطويل، فتعتبر الجزائر قلب الحضارة الامازيغية، وجزء لا يتجزأ من العالم العربي الإسلامي، ولها انتماء افريقي، ومتوسطي، وكل هذه الانتماءات تمثل جزءا من تاريخها، وتشكل ابعاد ومؤشرات تتحكم في عملية تكوين الفرد الجزائري، ويمكن القول

ان اهم محددات الخلفية الاجتماعية والثقافية للمجتمع الجزائري تتمثل في الأصل الامازيغي، والدين الإسلامي، واللغة العربية. (السويدي، 1991، صفحة 41)

فقد تعايش المجتمع الجزائري داخل سيفساء من التعدد الثقافي بين مجتمع عربي إسلامي، أمازيغي، متوسطي، إفريقي يجمع بين عرب الجزائر، وأمازيغية المتعددة، والمتمثلة في امازيغ الشاوية والقبائلية والمزابية والتارقية، والنائلية (مريخي، 2017، صفحة 242)

ومع مرور حضارات عديدة شهد المجتمع الجزائري تحولات اجتماعية كثيرة، حيث يتجلى تأثير العثمانيين على الحياة الجزائرية من خلال الأزياء، والعادات، والفنون، والمباني (مريخي، 2017)، وبهذا ظهر لنا جنس من المجتمع الجزائري المتمثل في الكراغلة، وعليه اصبح المجتمع الجزائري متكون من العرب والامازيغ، والعثمانيين، ورغم كل هذه التحولات والتغيرات فقد ظل المجتمع الجزائري مجتمع محافظا على مقوماته، ومسلما، ذو هوية إسلامية، وعرف المجتمع الجزائري ازدهار في كل المجالات على غرار الفنون والعلم، والادب، اما من الناحية الدينية فقد كان أغلب الشعب الجزائري يتبع المذهب المالكي، أما الأتراك والكراغلة وبعض الحضر فقد اعتنقوا المذهب الحنفي، (وزارة المجاهدين و ذوي الحقوق، الوضع الاجتماعي، 2025) ومع سقوط اخر معاقل المسلمين في الاندلس لجأ مسلمي الاندلس لعدة مناطق في شمال افريقيا، على غرار تلمسان، قسنطينة، دلس، فاس، مراكش، القيروان، مما كان لهم تأثير على المجتمع الجزائري ومكسب تاريخي في المغرب الإسلامي لكونهم أكثر ثقافة وتطورا ونشاطا، حيث قاموا بتشييد مدن جديدة في الجزائر كمنطقة البليدة، وبالتالي فقد كان المجتمع الجزائري منفتحا على كل ثقافات و ديانات الشعوب المجاورة، وهو ما يفسر استقرار عدة وافدين في الجزائر لشعورهم بالأمان و الطمأنينة، كما تميزت الحياة الاجتماعية خلال العصر الحديث بالتضامن و التعايش خاصة بالوجود المسيحي، واليهودي، وهجرة الأندلسيين خلال القرن التاسع هجري، إضافة الى عائلات التجار و ممثلي الدول من مختلف الجنسيات. (وزارة المجاهدين و ذوي الحقوق، الوضع الاجتماعي، 2025)

ورغم كل هذه الاجناس التي استوطنت في الجزائر والتغيرات الاجتماعية الا ان الاستعمار الفرنسي كان الصفحة السوداء، والمدمرة، والمؤلمة في تاريخ الامة الجزائر، حيث تدهورت الأوضاع الاجتماعية، والثقافية، وتم اغلاق العديد من المكتبات، وعمل المستعمر على تجهيل المجتمع الجزائري، وتحويل المساجد الى كنائس، وتمزيق البنية الاجتماعية، ونشر الخرافات والعادات الغربية، والآفات الاجتماعية، كما انتشرت عدة

امراض واوبئة الفتاكة بسبب اكل الجزائريين الذباب، والفطريات نتيجة لسياسة التجويع التي فرضتها فرنسا، كما تراجعت حياة الرفاهية، وتفككت البنية الاجتماعية، وانتشرت العادات الغربية في الأوساط الجزائرية، وهو ما دفع بالنخبة الجزائرية لإنشاء جمعيات، ونوادي أهمها جمعية علماء المسلمين، للقضاء على هذه العادات الدخيلة عن مجتمعنا، (الحواس، 2013، صفحة 97) ورغم كل محاولات المستعمر في طمس الهوية الجزائرية إلا ان الجزائر ظلت دولة عربية إسلامية بجذور أمازيغية، 3 ورغم ذلك طرأت تحولات ثقافية في المجتمع الجزائري حيث برز في المجتمع الجزائري فئة المفرنسين وهم الافراد المتشبعون بالفكر الفرنسي، ويتميز المجتمع الجزائري في يومنا هذا بالتعدد في العادات والتقاليد والتعدد اللغوي، ومجتمع سني مسلم بأغلبية كبيرة. (حليمه، 2013، صفحة 192)

## 2.1- دور الفضاء الالكتروني في التحولات السوسيوثقافية للمجتمع الجزائري:

يعتبر التقدم التكنولوجي والرقمي من اخطر الوسائل التي تهدد كيانات الدول النامية، حيث عمل الفضاء الالكتروني في شكله الثقافي على إزالة الحدود الدينية والعادات والتقاليد حتى تكون العقول المستقبلية للمادة الثقافية أكثر انفتاحا وقبلا لما يأتي من الخارج، ومن ثم اختراق الثقافات الوطنية والثوابت الدينية، وكذا العمل على طمس معالم الذات والأصل بطرح بدائل هجينة منهقة ومزوقة، فتلاشت القيم الاجتماعية المحلية تعرضت إلى تغير مقصود جعل أفراد المجتمع ينخرطون في دائرة التغير لمواكبة العصر ومستلزماته، وبالتالي برز في المجتمع الجزائري للشخص المتهم المتفتح على ثقافة الآخر، وتم تمزيق النسيج الاجتماعي ومحاولة إحلال قيم اجتماعية جديدة تقوم على الإباحية والرذيلة، وكذا تصاعد معدلات الجريمة العابرة للحدود التي وصلت إلى الاتجار بالبشر حيث، كما ازدادت مظاهر التغريب في المجتمع، وانتشرت فيه القيم الغربية، والعادات الغربية وأساليب الحياة الغربية التي لا تمد صلة بعادات مجتمعاتنا العربية المحافظة، كما اثار هذا التحول لبروز أزمات مثل أزمة الثقة مما أدى الى انتشار الإحباط واليأس، والاندفاع نحو تقليد الآخرين في ابسط الأشياء، كما تسببت هذه التحولات في نشوب أزمات ثقافية بسبب الغزو الثقافي الغربي، وتكرار تلقي مضامين غربية حتى أضحت هذه المضامين الدخيلة عن مجتمعنا عادية، مثل الاحتفال بالكريسمس، والفالنتين، والهالوين، وكذا طبيعة اللباس، وبعض الآفات الاجتماعية كالتدخين، والكحول، والمثلية الجنسية، وطقوس الشياطين، (سميرة، 2021، صفحة 70)

كما ان الفضاء الرقمي ولد مجتمع يعاني من الوحدة وضعف العلاقات الاجتماعية في الواقع الاجتماعي والحياة العادية، وساهم في زيادة عدم القدرة على التواصل

الاجتماعي بشكل سليم وصحيح مع أفراد المجتمع المحيطين به، فضلا عن طغيان مظاهر الاستقلالية، وتجاوزات خطيرة في الخصوصية بشكل كبير، ونقص الزيارات العائلية، وعدم القدرة على تكوين العلاقات الاجتماعية والتواصل المباشر مع الأفراد الحقيقيين (حليمة، 2013)، وانتشار الجريمة الإلكترونية، والمتاجرة بالمخدرات، وتهريب السلاح، وتبييض الأموال، الشعوذة، (محمد غزالي و محمد يحياوي، 2020، صفحة 612) وقد عمل الغرب في تغيير المنظومة القيمية والثقافية للمجتمع الجزائري من خلال الفضاء الرقمي باستخدام منطق الإغراء، من خلال جعل المجتمع منبهز بقيهم الثقافية، وكذا احتقارهم للقيم الثقافية المحلية، واعتبارها من مظاهر التخلف، وتحت شعار التقدم والانفتاح تم احتساء العديد من القيم الاستهلاكية، وانتشرت سلوكيات دخيلة على مجتمعنا، وتصرفات غير أخلاقية، حيث أصبح موقع اليوتيوب ملاذا لبعض الشواذ، وبات موقع الانستغرام ساحة حرب، وفضاء بين مشاهير الغناء والتمثيل، وصناع المحتوى، كما أصبح موقع التيك توك منصة استعراض الأجساد والملابس الجريئة والحياة الشخصية، وإظهار الأزواج في وضعيات غير لائقة، واستعمال كلام وقح وبذيء وغير أخلاقي، ومهاجمة شخصيات جزائرية معروفة، لإثارة الجدل وخلق الفتنة (سليمان، 2023)، ومع صعوبة التحكم في المحتوى الرقمي الجزائري الهائل اختلط الحابل بالنابل في صناعة المحتوى، وأصبح من الصعوبة بمكان العثور على محتوى هادف يتم تحضيره وفق معايير احترافية قوامها الصدقية وتوطرها مبادئ وقيم أخلاقية في المجتمع، (المغربي) فقد أصبح جل المتابعين يتجهون إلى صناع المحتوى الهزلي وغير الهادف، والذي بات يشكل تحديا بسبب انتشاره السريع بالنظر إلى ما يقدمه من دخل، فمحمل المحتويات الرقمية هي محتويات شخصية بطابع اعلاني، مع وجود محتويات سياحية، وثقافية، وتعليمية، وترفيهية، فتدهورت المنظومة الاجتماعية والفكرية و القيمية والثقافية، وانعدام التوازن الاجتماعي وتلاشت القيم وازداد التخلف. (الان دونو و تر:مشاعل عبد العزيز الهاجري، 2020، صفحة 60)

## 2- المؤثرون الرقميون وخصائصهم:

تحول المؤثرون الرقميون في عصرنا الحالي الى الفاعلين في المشهد الإعلامي الحديث، وقادة رأي مؤثرين في الجمهور، من خلال نشرهم لعدة قصص عبر منصات التواصل الاجتماعي مثل إنستغرام، حيث يتميز هؤلاء المؤثرون بقدرتهم على تشكيل توجهات المتابعين من خلال المحتوى المتنوع الذي يقدمونه بين الترفيه، والتسويق، والتثقيف.

### 1.2- تعريف المؤثرين الرقميين:

### أدخل تعريف المؤثر الرقمي:

يعرف المؤثر الرقمي على انه شخص أو مجموعة من الأشخاص يملكون القدرة على التأثير في جمهور معين من خلال منصات التواصل الاجتماعي أو غيرها من وسائل الإعلام الحديثة، (سعيدة، ، 2025) تراهم المنظمات انهم قادة الرأي، حيث يتميزون بمواكبتهم للتطورات التكنولوجية، ويتقنون الكلام الالكتروني الشفهي، كما انهم يحترمون المجتمعات التي ينتمون اليها، ينشرون محتوى معين خاص بهم، ولهم قاعدة جماهيرية تدعمهم في محتوهم، كما اصبحوا سفراء للماركات التجارية، ويمارسون تجارة الكترونية من خلال خاصية الستوري. (بصافة، 2022، صفحة 122)

يعتبر المؤثرين القوة الجديدة في المجتمع الرقمي، يتميزون بتأثيرهم العميق على جماهير الإنترنت، وقوة رمزية بحكم قدرتهم على جمع عدد كبير من المتابعين، والتعليقات، والمشاركات حول العديد من المجالات، كما يتميزون بتناولهم لمواضيع غير مألوفة، يابداع رقمي، مما يساهم في احداث تأثير عميق على جماهير الإنترنت، وتوجيه الرأي العام. (مرقص، 2023)

### 2.2- خصائص المؤثرين الرقميين: وتتمثل فيما يلي:

- السلطة والخبرة :حيث يتميزون بالقدرة على التغيير في الآراء الجمهور، وتوجيههم نحو اتجاهات مسطرة من طرفهم، وهو ما يشكل سلطتهم على المتابعين، حيث يبدون كمراكز إعلامية لدرجة أن وسائل الإعلام تقوم بتوظيفهم لزيادة عدد المشاهدين.
- التفاعل الاجتماعي: فالميزة الرئيسية للمؤثر هو خلق شخصية لنفسه في مواقع التواصل الاجتماعي، وتواجهه اليومي في المواقع، وكذا تفاعله مع تعاليق الجمهور.
- القرب الاجتماعي أو المسافة الاجتماعية: يتم النظر للمؤثر كمثال يحتذى به، ويكون أكثر ارتباطاً به من النماذج الأخرى (المشاهير، الرياضيين وما إلى ذلك)، وعليه يكون للمؤثرين قرب اجتماعي من المتابع مما يسهل على المتابعين تقليد سلوك المؤثر.
- التوافق الثقافي والحاجة للانتماء: اذا كان المؤثر يحظى بشعبية لدى الجماهير، فانه يبرهن للجمهور انه محل ثقة، وخبير بما يعمل، كما ان شهرته تخلق نوع من الأمان للجمهور، وتوافق ثقافي خاصة عند ترويجه لمنتوج يتوافق مع نفسية الجمهور. (بصافة، 2022)

## 3- الجانب التطبيقي:

## 3.1- تحليل مضمون محتوى المؤثرين الرقميين من حيث الشكل والمضمون:

الجدول 1: يبين خصائص عينة المبحوثين "أصحاب التيك توك" السيوسيو – ثقافية

| الحالة      | الجنس | المستوى التعليمي | مجال النشاط    | الحالة المدنية |
|-------------|-------|------------------|----------------|----------------|
| الأولى ش.ر. | انثى  | جامعية           | الروتين اليومي | مطلقة          |
| الثاني ب.س  | ذكر   | جامعي            | ممثل           | اعزب           |
| الثالث ي.ب  | انثى  | جامعية           | مغنية          | مطلقة          |
| الرابع ب.ب  | ذكر   | جامعي            | سياحي          | متزوج          |

- من حيث المضمون

الجدول 2: الموضوع المستخدم

| الموضوع                 | التكرار | النسبة المئوية |
|-------------------------|---------|----------------|
| مواضيع شخصية وترفيهية.  | 117     | 36%            |
| مواضيع اجتماعية وثقافية | 28      | 9%             |
| مواضيع تجارية وإعلانية  | 178     | 55%            |
| المجموع                 | 323     | 100            |

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أغلب المؤثرين يركزون على المواضيع التجارية والإعلانية بنسبة 55 % أي ما يعادل تكرار 178، حيث أن جل الأشياء التي يظهرونها تكون بهدف الإشهار سواء تعلق الأمر بالمنتجات الغذائية، أو المكياج، أو مجفف الشعر، أو حتى الأكسسوارات كالسناسل، الساعات، بل حتى في حديثهم عن الرحلات يقدمون إشهار لوكالات السفر، وهو ما يعكس التوجه الواضح لصناع المحتوى نحو الموضة الحديثة، والربح عبر تسويق مختلف منتجات وخدمات

والاشياء، في حين ان المواضيع الشخصية والترفيهية حلت في المرتبة الثانية بنسبة 36% أي ما يعادل تكرار 36 مرة، مما يشير إلى استخدام صناع المحتوى لحياتهم الشخصية واليومية كوسيلة لجذب المتابعين، وكسب ثقتهم، كالحديث عن مغامراتهم، او مشاكل يومية تزعمهم بقالب ترفيهي، وقد أتت المواضيع الاجتماعية والتثقيفية في المرتبة الاخيرة بشكل نادر مقارنة بالمواضيع الأخرى بنسبة 09% أي ما يعادل 28 مرة، بل حتى مواضيعهم الثقافية تكون في ترويجهم للعلامات التجارية، مما يدل على ضعف توجه المؤثرين لتقديم محتوى هادف ومفيد من الناحية الثقافية، وقليل ما نراهم يتحدثون عن المواضيع الاجتماعية التي تخص المجتمع الجزائري والعربي خاصة قيم التضامن، كتضامنهم مع القضية الفلسطينية، او نشر قيم التسامح او التبرع بالدعم بل على العكس فهم يقومون بالاستهزاء ببعضهم البعض والسب وزيادة المشاحنات، حيث يعتمدون على المحتوى الذي يتقطب الربح السريع والتفاعل، مع تضحية بالمحتوى الهادف لصالح الترفيه والإعلانات.

الجدول 3: درجة الخصوصية:

| درجة الخصوصية | التكرار | النسبة المئوية |
|---------------|---------|----------------|
| منخفضة        | 134     | 44%            |
| متوسطة        | 73      | 24%            |
| مرتفعة        | 99      | 32%            |
| المجموع       | 306     | 100            |

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أغلب المؤثرين يركزون على الافراط في كشف حياتهم الخاصة بشكل ملحوظ وهو ما يعكس درجة خصوصية منخفضة بنسبة 44% أي ما يعادل تكرار 134، حيث يعتمدون على اظهار كل شيء في حياتهم "بيتهم، ازواجهم، عملهم، سياراتهم، اجهزتهم المنزلية"، وهو ما يعكس التوجه الجديد الذي لم يكن يوما في الثقافة الجزائري التي تقدر موضوع الخصوصية، فالمؤثرون وصناع المحتوى اليوم امام اتجاه جديد في التسويق، بتحويل الحياة الخاصة لمنتجات أو خدمات قابلة للربح المادي، ثم جاءت فئة الخصوصية المرتفعة بنسبة 32% أي ما يعادل تكرار 99 مرة، وأخيرا حلت فئة الخصوصية المتوسطة في المركز

الأخير بنسبة 24%، أي ما يعادل تكرار 73 مرة، ويمكن ملاحظة ان هذه النسب جد متقاربة، مما يوحي الى تردد صناع المحتوى في الكثير من المرات عن الكشف عن تفاصيل عميقة جدًا من الحياة الشخصية، كأسباب الطلاق، او المدخول الشهري، او مكان الإقامة، حيث يتحفظون في الإجابة عن هذه الأسئلة، لكن في بعض الأحيان يقومون بتلميحات معينة حول هذه المواضيع.

الجدول 4: القيم المروجة

| القيم   | التكرار | النسبة المئوية |
|---------|---------|----------------|
| تقليدية | 98      | 64%            |
| دخيلة   | 56      | 36%            |
| المجموع | 154     | 100            |

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ ان صناع المحتوى يقومون بتقديم محتوى مليء بالقيم التقليدية حيث حظيت هذه الفئة بالنصيب الأكبر وبنسبة 64% أي ما يعادل تكرار 98 مرة، حيث يوحي هذا التوجه الى تركيز صناع المحتوى على الثقافة الجزائرية التقليدية، واعتمادهم على نشر الهوية الوطنية، مثل الاحتفال بيناير والاحتفالات الوطنية، والترويج للاكل، واللباس التقليدي، والاعاني التقليدية، وكذا استعمال اللهجة المحلية، في حين حلة فئة القيم الدخيلة في المركز الثاني بنسبة 36%، أي ما يمثل تكرار 56، والتي تتمثل في تقليد الترنادات الغربية، وطريقة عيشهم، ولغتهم، حيث تمثل القيم الدخيلة تهديدًا لتماسك الهوية الثقافية، وتساهم في نشر نماذج حياتية غريبة عن البيئة المحلية، كما يلعبون دورا في نشر الفردانية والحدأة، والاستقلالية عن العائلة، والعيش بشكل مستقل عن الاسرة، وبالتالي فإن صناع المحتوى يلعبون دورًا مزدوجًا، بين تعزيز الهوية المحلية وبين تبني قيم فردية دخيلة.

الجدول 5: الأسلوب المتبع في النشر

| الأسلوب   | التكرار | النسبة المئوية |
|-----------|---------|----------------|
| غير مباشر | 112     | 51%            |
| مباشر     | 108     | 49%            |
| المجموع   | 220     | 100            |

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ ان هناك توازن بين الأسلوبين المباشر وغير المباشر في تقديم المحتوى الرقمي من قبل المؤثرين المختارين في عينتنا، غير ان الأسلوب الغير المباشر قد حاز على نسبة 51% أي ما يعادل تكرار 112 مرة، وهو ما قد يشير إلى استخدام الاستراتيجيات مخفية في الترويج للمنتجات، حيث يعتمد المؤثرون في منشوراتهم على طريقة عفوية في الحديث عن المنتجات او الحياة الخاصة، كجزء من حياته اليومية دون الإشارة إلى أنه إعلان، ومثلا عن ذلك حينما ينشر مؤثر ما صورة أثناء تناوله الإفطار، ويتعمد اظهار كوب قهوة بوضوح يحمل شعار علامة تجارية، مع تعليق يقول فيه "أحب ان ابدأ صباحي بهدوء مع كوب من قهوتي المفضلة"، دون ان يذكر اسم العلامة لكن يتقصد اظهارها بشكل مباشر، حيث يهدفون لإظهار أنفسهم كأشخاص عاديين يعيشون حياة طبيعية، وهو ما يشعر الجمهور أنهم ليسوا مجرد مسوقين، بل هي جزء من حياتهم الطبيعية، بينما حظي الأسلوب المباشر نسبة 49%، أي ما يعادل تكرار 108 مرة، حيث تعكس هذه الفئة شفافية بشكل اكبر، كما يضع المتابع في صلب الموضوع بدون مقدمات، ومثالا عن ذلك كأن يقوم مؤثر معين بتصوير مقطع فيديو وهو يحمل منتج ما، مثل علبة كريم بشرة، ويقول: "عندي مدة استعمل هذا الكريم من ماركة عالمية معينة وممتاز لترطيب البشرة، جربته بنفسني، وأنصحكم بشرائه، تجدونه متوفرا الآن بخصم 20% على الرابط التالي، استغلوا الفرصة..

## الجدول 6: الجمهور المستهدف

| الجمهور المستهدف | التكرار | النسبة المئوية |
|------------------|---------|----------------|
| عام              | 152     | 69%            |
| خاص              | 69      | 31%            |
| المجموع          | 221     | 100%           |

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ ان معظم المحتوى المؤثرين او صناع المحتوى المقصودين في هذه الدراسة موجه للجمهور العام، بنسبة 69%، أي ما يعادل تكرار 152 مرة، مما يشير ان هؤلاء المؤثرين يحاولون قدر المستطاع توسيع قاعدة المتابعين، كونهم لا يتخصصون في محتوى معين بل محتواهم يجمع بين كل المواضيع، وبمستوى اقل المواضيع الدينية، والتثقيفية، والاجتماعية، في حين كان توجههم للجمهور الخاص محدود بنسبة 31%، أي بتكرار 69 مرة، ويشمل عادة فئات النسوة كأن يقدموا نصائح للنساء، او اشهارات خاصة بالنساء..

من حيث الشكل

## الجدول 7: اللغة المستخدمة

| اللغة      | التكرار | النسبة المئوية |
|------------|---------|----------------|
| العامية    | 187     | 78             |
| لغة عربية  | 19      | 8              |
| لغة اجنبية | 34      | 14             |
| المجموع    | 240     | 100            |

من خلال الجدول نلاحظ ان صناع المحتوى يميلون لاستخدام اللغة العامية بشكل كبير، وبنسبة تصل لـ 78%، أي ما يعادل تكرار 187 مرة، وهو ما يعكس ان هؤلاء

المؤثرين مازالوا متشبثين بالهوية الجزائرية من خلال استعمال اللغة العامية "الدارجة الجزائرية" مما يجعل المحتوى قريب من الجمهور الجزائري، ويفهمه كل الجمهور الجزائري، ويعمق عفوية المؤثرين، ويقلل من الرسمية، كما يعطي انطباع بأن المؤثر يعيش حياة مشابهة لجمهوره، كما تجعل المحتوى قريبا من الوجدان الشعبي، ويجذب المتابعين، حين جاءت اللغة الأجنبية في المركز الثاني بنسبة 14%، أي ما يعادل تكرار 34 مرة، حيث يستخدمها هؤلاء المؤثرون محاولين اظهار انهم منفتحين على الثقافات الغربية، ومواكبين للحداثة، او كنوع من الاحترافية خاصة في اعلاناتهم وإشهاراهم مما يعزز تلك العلامات التجارية، في حين مُثلت العربية الفصحى بنسبة ضئيلة قدرت بـ 8%، أي بتكرار 19 مرة، مما يشير الى تأثير صناع المحتوى الجزائريين بالفكر الغربي اكثر من العربي، إضافة ان اللغة العربية هي لغة رسمية وتخلق حاجزا مع الجمهور، كون ان المجتمع الجزائري قليلا ما يستعمل اللغة العربية في حياته اليومية، ومن خلال هذا الجدول يمكن استنتاج التعدد اللغوي الذي يتميز به الجمهور الجزائري.

#### الجدول 8: نوعية العرض

| نوعية   | التكرار | النسبة المئوية |
|---------|---------|----------------|
| عفوي    | 199     | 69             |
| محترف   | 88      | 31             |
| المجموع | 287     | 100            |

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ ان نوعية المحتوى لعفوي فُدرت بنسبة كبيرة جدا مقارنة بالنسبة الثانية، حيث وصلت 69%، أي بتكرار 199 مرة، حيث ان محتواهم يتميز بالبساطة وسهولة تقبله، وهو الأسلوب الذي يجذب العديد من المتابعين لأنه يعكس نوعا من الواقعية بدل القص، واللسق، كما ان الثقافة الجزائري عفوية وتحب العفوي لذا فكل شيء عفوي يلقا تجاوب مع الجمهور، كما انه يُساهم في بناء علاقة وثيقة بين المؤثر وجمهوره. فعندما يظهر المؤثر بشكل طبيعي وغير متكلف، يشعر المتابعون بأنهم جزء من حياته اليومية، مما يقوي الإحساس بالانتماء والثقة، إضافة الى ان طبيعة موقع الانستغرام تشجع على نشر مقاطع سريعة وغير مُعدّة بشكل دقيق، هذا وقد جاءت فئة المحتوى المحترف بنسبة 31%، أي بتكرار 88 مرة، وهو

اتجاه جديد اصبح المؤثر يبرز مواهبه في التصوير المحترف، وكذا ابراز الذوق الثقافي، ولكن يظل هذا الاتجاه قليل الاستخدام مقارنة بالعرض العفوي، بسبب قلة المؤثرون الذين يستثمرون في جودة الإنتاج، وأيضا كون ان هؤلاء المؤثرون يعتبرون نخبة بسبب ضرورة تلقيهم دورات تدريبية، وندوات تعليمية لتعلم فن المونتاج، كما ان قلة هذه النوعية من الفيديوهات تأخذ وقت طويل مما يجعلهم يبذلون جهد، ويغيبون في بعض الأحيان، مما يعرقلهم عن التفاعل السريع واليومي مع جمهورهم، إضافة ان طبيعة الانستغرام مرن، ويفضل نشر الفيديوهات القصيرة الخفيفة.

#### الجدول 9: وتيرة النشر

| النسبة المئوية | التكرار | الوتيرة |
|----------------|---------|---------|
| 71             | 89      | عشوائية |
| 29             | 36      | منظمة   |
| 100            | 125     | المجموع |

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ ان فئة النشر العشوائي طغت على محتويات المؤثرين، حيث مثلت بنسبة 71%، أي بمقدار تكرار 89 مرة، وهو ما يعزز عفوية المؤثرين في النشر، حيث لا يحتاجون إلى التخطيط المسبق لنشر محتوهم،

حيث يواكبون اتطورات التي تحدث في الحياة اليومية، والترندات العالمية، مما يجعل حضورهم غير منظم، إضافة انهم يتفاعلون مع تفاعل الجمهور معهم، مما يجبرهم على البقاء فترة طويلة في المواقع، كما الخوارزميات التي تدير الانستغرام تفضل المحتوى الجديد والمستمر، وهو ما يدفع المؤثرين للنشر بشكل عشوائي لتضخيم تواجدهم، فهم يعتمدون على فيديوهات صباحية فور استيقاظهم، ثم مشاركة كل أعمالهم اليومية التي يقومون بها، مما يعل استحالة في تنظيم منشوراتهم، في حين قُدرت وتيرة النشر المنتظم بنسبة صغيرة بلغت 29%، أي بمقدار تكرار 36 مرة، وهذا راجع الى طبيعة محتوهم حيث ان معظمهم ذو محتوى متنوع مما يقلل نسبة انظامه في النشر، إضافة الى عدم تشبعهم بثقافة المحتوى الرقمي الاحترافي مما ينعكس على ادارتهم لمحتوهم.

#### الجدول 10: طبيعة المادة المقدمة

| النسبة المئوية | التكرار | المادة المقدمة |
|----------------|---------|----------------|
| 22             | 29      | تدوين بالكتابة |
| 88             | 117     | فيديو متحرك    |
| 100            | 134     | المجموع        |

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ ان صناع المحتوى يركزون على الفيديو المتحرك في طبيعة المادة المقدمة، بنسبة كبيرة تقدر بـ 88%، أي بتكرار 117 مرة، مما يعكس هيمنة المحتوى البصري في مادتهم المقدمة، حيث ان الفيديوهات تجذب الجمهور، وتشد انتباهه، وتبرز من مصداقية المؤثر وتعكس مشاعره من خلال لغة جسده، إضافة ان خوارزميات الانستغرام تحب المحتوى المرئي، اما عن فئة مادة التدوين بالكتابة فقدرت بنسبة ضعيفة بلغت 22%، أي ما يعادل 29 مرة فقط، ويستعمله المؤثرون كمكمل للفيديوهات التي ينشرونها، او في بعض المناوشات التي تحدث بينهم يملون للتدوين عبر خاصية السطوري، حيث انها تأخذ وقت أطول في تنظيم الأفكار وصياغتها، عكس الفيديوهات التي تكون تلقائية وعفوية.

#### الجدول 11: أساليب الإقناع

| النسبة المئوية | التكرار | الأساليب الإقناعية  |
|----------------|---------|---------------------|
| 60             | 98      | الاستمالات العاطفية |
| 40             | 65      | الاستمالات العقلية  |
| 100            | 163     | المجموع             |

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ ان صناع المحتوى يميلون لاستخدام الاستمالات العاطفية بنسبة كبيرة قدرت بـ 60%، أي ما يعادل تكرار 98 مرة، كون ان الجمهور الجزائري غالبا ما يتعاطف مع الاحداث التي تقع في مواقع التواصل، خاصة تلك المتعلقة بالتنمية البشرية، كعبارة انت قوية، انت اسدة، او قصص نجاح،

كالحديث عن فقرهم، وظلم الناس لهم، والتنمر عليهم، ومعاناتهم، وإبراز جوانب من رحمتهم بالحيوانات، مع البكاء أحياناً "مستخدمين فیلتر"، اما عن الاستمالات العقلية فكانت نسبتها أقل بكثير قدرت بـ 40%، أي ما يعادل 65 مرة مكررة، حيث استعملها المؤثرون في الحديث عن الماركات التجارية مثل عروض التخفيضات، وإبراز الجوانب الإيجابية من الماركات التي تصرح عنهم المؤسسات المعنية، واحصائيات عن المنتجات،

### 3.2- تحليل نتائج الجداول:

يعتمد هؤلاء المؤثرين في الغالب محتوى متنوع بين الشخصي، والترفيهي، والتعليمي، أو التجاري، كما يميلون إلى مشاركة تفاصيل حياتهم الخاصة لجذب المتابعين، فيمزجون بين الروتين اليومي، الحياة الاجتماعية، وكذا إعلانات تجارية، عبر خاصية السطوري، في شكل فيديوهات مرئية، كما يعتمدون في محتوهم بشكل كبير على التجارب الشخصية والقصص اليومية لتأمين تفاعل الجمهور وزيادة نسبة المشاهدات، مما يساعد في تحويل حياتهم إلى مصدر دخل، حيث يظهرون جانب من العفوية والاحترافية في محتوهم، بحيث يتم تصوير الحياة بشكل مثالي يجذب المتابعين، مع دمج رسائل ترويجية حول مختلف الأشياء التي يظهرونها، سواء الأثاث المنزلي، أو مستحضرات التجميل المستخدمة، أو الاكل الذي يأكلونه... وهو ما يعكس تعاونهم مع علامات تجارية، وان كل نشاطاتهم اليومية ماهي الى إعلانات سواء كانت مباشرة أو غير مباشرة باستخدام استمالات عاطفية، وعقلية، مستهدفين مختلف فئات الجمهور سواء الشباب، أو النساء، وحتى الأطفال، اعتماداً على نوعية المحتوى، "في الغالب يكون جمهور النساء الأبرز"، خاصة مع ترويج وصفات الطبخ أو منتجات الجمال، ويعرض المؤثرون حياتهم الشخصية بشكل مفرط، ويومي ا كجزء من استراتيجياتهم الربحية، بهدف بناء علاقة شخصية مع الجمهور وزيادة شعورهم بالقرب من المؤثر، كما يقومون بتقديم حياتهم بشكل خالٍ من المشاكل أو العقبات، حتى في ظل وقوعهم في مشاكل كبيرة يظهرون تحكمهم في زمام الأمور، وقيامهم بنشاطات الترفيحية لتسلية انفسهم، حيث يظهرون حياة مثالية يصعب تحقيقها في الواقع مما يؤدي إلى شعور الجمهور بالإحباط والمقارنة السلبية، ويعمل هؤلاء صناع المحتوى على التأثير مزدوج، فمن جهة يعملون على تعزيز الثقافات المحلية، ومن جهة ثانية يساهمون في انتشار القيم الفردية والنفعية.

## الخاتمة:

توصلت هذه الدراسة ان المؤثرين الرقميين الجزائريين وعلى اختلاف محتواهم الانهم كثيراً ما يعكسون ثقافة استهلاكية تركز على المظاهر والتسلية والترفيه السريع، مما قد يبتعد عن القيم العميقة التي تدعو للتفكير النقدي والتأمل الثقافي، حيث غلب على كل مستويات هؤلاء المؤثرين الاهتمام بالسطحية والشكل على حساب المضمون، كما أن هؤلاء المؤثرين الرقميين أصبحوا ركيزة أساسية في المشهد الاجتماعي في الجزائر، حيث يتميزون بتأثيرهم الكبير على الشباب من خلال المحتوى الذي يقدمونه على مواقع التواصل الاجتماعي، خاصة إنستغرام، وقد توصلت هذه الدراسة الى جملة من النتائج:

- ساهم المؤثرين الجزائريين في تشكيل التغيرات السوسيو-ثقافية داخل المجتمع الجزائري عبر منصة إنستغرام حيث لعبوا دوراً ثنائياً، فمن جهة ساهموا في الترويج للقيم والتقاليد المحلية، ومن جهة أخرى سعوا في نشر أنماط حياة جديدة متأثرة بالغرب، مما أدى الى انتشار سلوكيات دخيلة عن مجتمعنا في مواقع التواصل الاجتماعي، والواقع، وتحو المجتمع من مجتمع محافظ الى مجتمع متفتح.
- يقدم المؤثرون الجزائريون محتويات ذات طابع تجاري وإعلاني في موقع الانستغرام، مما يعكس انتشار ثقافة الاستهلاك وتأثيرها على عادات الجمهور، خاصة من خلال الإعلانات غير المباشرة.
- يعتمد المؤثرون الجزائريون عبر موقع الانستغرام على مشاركة تفاصيل حياتهم اليومية بشكل مفرط، مما ساهم في انتهاك الخصوصية في المجتمع الجزائري، وهو ما يتناقض مع القيم التقليدية الجزائرية التي تقدر الخصوصية العائلية.
- ساهم المؤثرون الجزائريون من خلال موقع الانستغرام للترويج لثقافة دخيلة كالأعياد الغريبة مما أدى إلى ظهور تصرفات وسلوكيات جديدة لم تكن مألوفة في المجتمع الجزائري.
- ساهم المؤثرون الجزائريون من خلال موقع الانستغرام الى تعزيز القيم المحلية كطغيان اللهجة المحلية على محتوياتهم، وكذا إبراز مختلف اللباس التقليدي الجزائري، والاكل التقليدي، والتعريف بالاعباد المحلية، والترويج لها.

- اعتماد المؤثرين الجزائريين عبر موقع الانستغرام على المحتوى المرئي، والعفوية، والنشر العشوائي، وكذا استخدام الاستمالات العاطفية للتأثير على الجمهور وزيادة جذبه.
- من خلال هذه النتائج المتوصل اليها يمكن تقديم اقتراحات الدراسة التالية:
- ضرورة سن قوانين تراقب وتحد من نشر المحتويات الضارة بالقيم الاجتماعية أو التي تروج لسلوكيات دخيلة تؤثر على التنشئة الاجتماعية.
- دعم المؤثرين الذين يقدمون محتوى لائق بالثقافة الجزائرية، والمحتوى التعليمي، من خلال تمويلهم من شركات و مؤسسات حكومية.
- تنظيم حملات توعية رقمية لتعزيز تقديم محتوى هادف على المجتمع.

#### الهوامش والمراجع:

في حالة كتاب:

الان دونو & تر: مشاعل عبد العزيز الهاجري. (2020). *نظام/ثقافة*. (1. éd.) بيروت: دار خير لبحر.   
السويدي م. (1991). *مفاهيم علم الاجتماع الثقافي ومصطلحاته*. الجزائر: المؤسسة الوطنية للكتاب للطباعة والنشر والتوزيع. .

بحث منشور في دورية علمية:

الحواس ا. ا. (2013). الأوضاع الاجتماعية الجزائرية بين 1930-1830 *مجلة الحكمة للدراسات الثقافية*. 1(1) ,

السويدي م. (1991). *مفاهيم علم الاجتماع الثقافي ومصطلحاته*. الجزائر: المؤسسة الوطنية للكتاب للطباعة والنشر والتوزيع. .

بصافة ا. (2022). سيكولوجية المؤثر وقبائل المؤثرون في البيئة الرقمية. *مجلة رقمنة للدراسات الإعلامية والاتصالية*. 1(1) ,

التحولات السوسيوثقافية في المجتمع الجزائري في ظل بروز ظاهرة المؤثرين الرقميين: مؤثرين الانستغرام انموذجا

حليمة ش. (2013). الهوية الثقافية الجزائرية وتحدي العولمة. *مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية* , 11(2).

سميرة م. (2021). تحديات العولمة وانعكاساتها على الفضاء السوسيوثقافي بالجزائر. *مجلة اللغات والاعلام والمجتمع*, 3(3) ,

محمد غزالي & محمد يحيوي. (2020). التحولات السوسيوثقافية في المجتمع الجزائري بين الاصاله والعولمة الثقافية. *مجلة العلوم الإنسانية لجامعة ام البواقي*, 2(2) ,

مريخي ر. (2017). ملامح من الحياة الثقافية في الجزائر في اواخر العهد العثماني ، *مجلة الحكمة للدراسات التاريخية*, 1(1) ,

#### جرائد الكترونية :

المغربي ر. (s.d.). واقع المحتوى الرقمي المصري على شبكة الإنترنت. *جريدة السياسة الدولية* /*الالكترونية* Consulté le 01 15, 2025, sur <https://www.siyassa.org/eg/> موقع

سعدية، س. (2025). ، مؤثرون ومتأثرون ..فخ القدوة الرقمية، *جريدة الأيام نيوز الالكترونية* . Consulté le 01 15, 2025, sur <https://elayemnews.dz/>

سليمان بن. (2023). انهيار أخلاقي غير مسبوق لبعض “مشاهير الإنترنت ”في الجزائر. *جريدة الشروق* /*الالكترونية* Consulté le 01 15, 2025, sur <https://www.echoroukonline.com/>

مرقص س. (2023). المؤثرون الرقميون *ببوابة الاهرامات* Consulté le 01 15, 2025, sur <https://gate.ahram.org.eg>

وزارة المجاهدين و ذوي الحقوق، الوضع الاجتماعي (2025). *مقالات عن تاريخ الجزائر*. الجزائر . Consulté le 01 23, 2025, sur <https://m-moudjahidine.dz>