



وزارة التعليم العالي
والبحث العلمي
Ministry of Higher Education & Scientific Research



للعلوم الانسانية والتطبيقية

مجلة

السلام للجامعة

مجلة علمية ثقافية محكمة

تصدر عن كلية السلام الجامعة

الرقم الدولي للمجلة: (2522 - 3402)

ISSN- 2959-555X (Print) / ISSN- 2959-5541 (Electronic)

<https://iasj.rdd.edu.iq/journals/journal/view/74>

رقم الإيداع في دار الكتب والوثائق:

(2127) لسنة 2015 ميلادية

العدد التاسع عشر

نيسان 2025م

مجلة

المجلة
المجلة
مجلة فصلية محكمة للعلوم الإنسانية
تصدرها كلية السلام الجامعة



وزارة التعليم العالي
والبحث العلمي

Ministry of Higher Education & Scientific Research



للعلوم الانسانية

مجلة

السلام الجامعة

مجلة فصلية محكمة للعلوم الإنسانية
تُصدرها كلية السلام الجامعة

العدد ١٩

الرقم الدولي للمجلة

ISSN (2522-3402)

<https://www.iasj.net/iasj/journal/378>



٢٠٢٥م

نيسان

١٤٤٦هـ

حقوق النشر محفوظة

- الحقوق محفوظة للمجلة.
- الحقوق محفوظة للباحث من تاريخ تسليم البحث إلا في حالة تنازله خطياً.

﴿ وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ،
وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ ^ط إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ
وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ﴾

[التوبة: ١٠٥]

- ١ - اسم المجلة: مجلة السلام الجامعة
- ٢ - اختصاص المجلة: العلوم الإنسانية والتطبيقية
- ٣ - جهة الاصدار: كلية السلام الجامعة
- ٤ - الموقع الالكتروني: www.alsalam.edu.iq
- ٥ - البريد الالكتروني: journal@alsalam.edu.iq

المراجعة اللغوية

أ.م.د. سعيد عبد الرضا خميس / اللغة العربية

أ. طارق العاني / اللغة الإنكليزية

الإشراف الطباعي والالكتروني:

أ.م.د. يوسف نوري حمه باقي

لغة النشر:

اللغة العربية، اللغة الإنكليزية

التحكيم العلمي:

البحوث التي تقبل للنشر في المجلة تعرض على أساتذة خبراء متخصصين تختارهم

هيئة تحرير المجلة

مجالات التوزيع

جمهورية العراق، والدول العربية والدول الأجنبية على سبيل التبادل الثقافي والعلمي

مصادر التمويل: ذاتية

رقم الإيداع في المكتبة الوطنية : (2127) لسنة 2015 ميلادية

الرقم الدولي للمجلة : (3402 - 2522) (ISSN).

رئيس التحرير

أ.د. عبد السلام بديوي يوسف الحديثي / عميد الكلية

نائب رئيس التحرير

أ.د. صبيح كرم زامل موسى الكناني / معاون العميد للشؤون العلمية

مدير التحرير

أ.م.د. أحمد عباس محمد /التخصص: فلسفة أصول الدين
قسم علوم القرآن والتربية الإسلامية كلية السلام الجامعة

هاتف مدير التحرير :

٠٧٧١٠٠٤٥٥٦٦

هيئة تحرير مجلة كلية السلام الجامعة

١. الأستاذ الدكتور عبد السلام بديوي يوسف الحديثي / Professor Dr. Abdul Salam Badiwi Yousef Al-Hadithi
لغة عربية — عميد كلية السلام الجامعة / رئيس التحرير
٢. الأستاذ الدكتور صبيح كرم زامل موسى الكناني / Professor Dr. Sabih Karam Zamil Musa Al-Kanani / إدارة
تربوية — معاون العميد للشؤون العلمية — كلية السلام الجامعة / نائب رئيس التحرير
٣. الأستاذ المساعد الدكتور أحمد عباس محمد / Assistant Professor Dr. Ahmed Abbas Mohamed
فلسفة أصول الدين — كلية السلام الجامعة / مدير التحرير
٤. الأستاذ الدكتور محسن عبد علي الفريجي / Professor Dr. Mohsen Abdel Ali Al-Farji
علوم جغرافية — وزارة التعليم العالي والبحث العلمي / العراق
٥. الأستاذ الدكتور كامل علي الوبة / Professor. Dr. Kamel Ali Al-Webba
علوم تاريخ — جامعة بنغازي / ليبيا
٦. الأستاذ الدكتور عبد الله بلحاج / Professor Dr. Abdullah Belhaj
لغة عربية — جامعة سوسة / تونس
٧. الأستاذ الدكتور حنان صبحي عبد الله / Professor Dr. Hanan Sobhi Abdullah
تخطيط استراتيجي — مركز البحوث / بريطانيا
٨. الأستاذ المساعد الدكتور يوسف نوري حمه باقي / Assistant Professor. Dr. Yousef Noori Hama Baqi
فلسفة في الشريعة الإسلامية — فقه مقارن، قسم الشريعة — كلية العلوم الإسلامية / جامعة بغداد
٩. الأستاذ الدكتور عبد الله هزاع علي الشافي / Professor. Dr. Abdullah Hazza Ali Al-Shafi'i
علم النفس الرياضي / كلية السلام الجامعة
١٠. الأستاذ الدكتور ماجد مطر عبد الكريم / Professor Dr. Majid Matar Abdel Karim
كلية السلام الجامعة
١١. الأستاذ الدكتور ردينة مطر عبد الكريم / Professor Dr. Rudina Matar Abdel Karim
كلية السلام الجامعة
١٢. الأستاذ المساعد الدكتور إبراهيم راشد الشمري / Assistant Professor Dr. Ibrahim Rashid Al-Shammari
إدارة أعمال تنمية بشرية / كلية السلام الجامعة
١٣. الأستاذ المساعد عنيد ثوان رستم / Assistant Professor. Anaid Thanwan Rustom
رئيس قسم المالية والمصرفية / كلية السلام الجامعة

كلمة العدد

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على أشرف المرسلين، وعلى آله الطاهرين وصحبه أجمعين، وبعد:

بين يديك عزيزي القاريء، العدد التاسع عشر من مجلة السلام الجامعة» التي نهضت كالعنقاء من بين الركام وليداً شرعياً جامعياً بين أخواتها المجالات العلمية التي تعتمد المستوعبات العلمية العالمية أحد أهم الجوانب في حساب المعدل التراكمي لتصنيف الجامعات والكليات في العالم يحمل العدد بين طياته بحوثاً ودراسات من نتاج أساتذة الكلية وعدد من الباحثين من خارجها، تخص موضوعات تتعلق بتخصصات الكلية العلمية والإنسانية وهي تعالج موضوعات حيوية تتعلق بحياة الفرد والمجتمع بشكل علمي منهجي، نرجو أن ينتفع منه المختصون والدارسون والمعنيون بالاختصاصات التي تهض بها كلية السلام الجامعة، وطلبة الدراسات العليا وغيرهم داخل العراق وخارجه ونرى من المناسب ونحن نصدر هذا العدد أن نقدم شكرنا وتقديرنا العالي إلى السيد وزير التعليم العالي والبحث العلمي على الدعم الذي قدّمه للتعليم الجامعي الأهلي، ونشكر كذلك السادة الباحثين الذين أسهموا في هذا العدد، وندعو الباحثين والمختصين إلى رفد المجلة والإسهام في أعدادها القادمة... و من الله التوفيق والسداد وللعلم والعلماء الموفقية والازدهار، والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته.

أ.د. عبد السلام بديوي يوسف الحديثي

عميد الكلية

دليل المؤلفين

١. تنشر المجلة البحوث والدراسات التي تقع ضمن مجال تخصصها العلمي.
٢. أن يتسم البحث بالأصالة، والجدة، والقيمة العلمية، وسلامة اللغة، ودقة التوثيق.
٣. يمنح المؤلف الحقوق للمجلة بالنشر والتوزيع الورقي والإلكتروني، والخزن وإعادة استعمال البحث.
٤. أن يكون البحث مطبوعاً على الحاسوب بنظام (office word 2010) على قرص ليزري مدمج (CD) على شكل ملف واحد وتزوّد هيئة التحرير بثلاث نسخ ورقية، ويمكن إرسال البحوث عبر بريد المجلة الإلكتروني.
٥. أن لا يزيد عدد صفحات البحث عن (٢٥) خمس وعشرين صفحة من الحجم (A4).
٦. يُكتب في وسط الصفحة الأولى من البحث ما يأتي:
 - أ. عنوان البحث باللغة العربية.
 - ب. اسم المؤلف باللغة العربية ودرجته العلمية، وشهادته، وجهة انتسابه.
 - ت. بريد المؤلف الإلكتروني.
 - ث. الكلمات المفتاحية.
 - ج. ملخصان أحدهما باللغة العربية والآخر باللغة الانكليزية، يوضعان في بدء البحث على أن لا يتجاوز الملخص الواحد (٢٥٠) كلمة.
٧. يكتب عنوان البحث في وسط الصفحة بحجم خط (١٦ . Bold)
٨. يكتب اسم المؤلف في وسط الصفحة بحجم خط (١٢ . Bold)

سياسة النشر

١. أن لا يكون البحث جزءاً من بحث سابق منشور، أو من رسالة جامعية قد نُوقِشت، ويقدم الباحث تعهداً بعدم نشر البحث أو عرضه للنشر في مجلة أخرى.
٢. يشترط لنشر الأبحاث المستقلة من الرسائل والأطاريح الجامعية موافقة خطية من الأستاذ المشرف وفقاً للنموذج المعتمد في المجلة
٣. يُبلغ المؤلف بقرار صلاحية النشر أو عدمها في مدة لا تتجاوز شهراً واحداً من تاريخ وصوله إلى هيئة التحرير.
٤. يلتزم المؤلف بإجراء تعديلات المحكمين على بحثه وفقاً للتقارير المرسلة إليه، ومن ثم موافاة المجلة بنسخة معدلة في مدة أقصاها (١٥) خمسة عشر يوماً.
٥. لا يحق للمؤلف المطالبة بمتطلبات البحث كافة كافة بعد النشر.
٦. لا تُعاد البحوث إلى مؤلفيها سواء قبلت أم لم تُقبل.
٧. يخضع البحث للتقويم السري من خبيرين لبيان صلاحيته للنشر.
٨. يدفع المؤلف أجور النشر البالغة (١٢٥,٠٠٠) مائة وخمسة وعشرين ألف دينار عراقي (١٢٥) من داخل العراق، و (١٥٠) دولاراً من خارج العراق.
٩. يحصل المؤلف على نسخة من المجلة المنشور فيها بحثه.
١٠. تعبّر البحوث المنشورة في المجلة عن آراء أصحابها لا عن رأي المجلة.
١١. لا تلتزم المجلة بنشر البحوث التي تخل بشروط من الشروط.
١٢. تلتزم المجلة بفهرسة ورفع البحوث التي تُنشر في المجلة في موقع www.iasj.net المجلات الأكاديمية العلمية العراقية

دليل المقومين

١. يُرجى من المقوم قبل الشروع بالتقويم التثبت من كون البحث المرسل إليه يقع في حقل تخصصه العلمي لتتم عملية التقويم.
٢. لا تتجاوز مدة التقويم (١٠) أيام من تاريخ تسلّم البحث.
٣. تذكر المقوم إذا كان البحث أصيلاً ومهما لدرجة تلتزم المجلة بنشره.
٤. يذكر المقوم مدى توافق البحث مع سياسة المجلة وضوابط النشر فيها.
٥. يذكر المقوم إذا كانت فكرة البحث متناولة في دراسات سابقة، ويتم الإشارة إليها.
٦. يحدّد مدى مطابقة عنوان البحث لمحتواه.
٧. بيان مدى وضوح ملخص البحث.
٨. مدى إيضاح مقدمة البحث لفكرة البحث.
٩. بيان مدى عملية نتائج البحث التي توصل إليها الباحث.
١٠. تجري عملية التقويم بنحو سري.
١١. يُبلغ رئيس التحرير في حال رغب المقوم في مناقشة البحث مع مقوم آخر.
١٢. تُرسل ملاحظات المقوم إلى مدير التحرير، ولا تجري مناقشات ومخاطبات بين المقوم والمؤلف بشأن البحث خلال مدة تقويمه.
١٣. يبلغ المقوم رئيس التحرير في حال تبين للمقوم أن البحث مستل من دراسات سابقة، مع بيان تلك الدراسات.
١٤. يُحدد المقوم العلمي بشكل دقيق الفقرات التي تحتاج إلى تعديل من المؤلف.
١٥. تعتمد ملاحظات وتوصيات المقوم العلمي في قرار قبول النشر وعدمه.

تعهد نقل حقوق الطبع والتوزيع

إني الباحث
صاحب البحث الموسوم بـ)
.....
.....
.....
أتعهد بنقل حقوق الطبع والتوزيع والنشر إلى مجلة (السلام الجامعة) .

التوقيع:

التاريخ:

تعهد الملكية الفكرية

إني الباحث.....
صاحب البحث الموسوم ب).....
.....
.....
.....
.....

أتعهد بأن البحث قد أنجزته، ولم يُنشر في مجلة أخرى في داخل
العراق أو خارجه، وأرغب في نشره في مجلة (السلام الجامعة).

التوقيع:

التاريخ:

عناوين البحوث المقدمة لمجلة الكلية

ت	الباحث	عنوان البحث	رقم الصفحة
١.	أ.د. قصي سعيد أحمد الجبوري م.م. مُجَدِّ إِسْمَاعِيل حَسِين حِيَاد	تغريم فاقد الأهلية بين الشريعة والقانون العراقي	٢٥-١
٢.	أ.د. مُجَدِّ يَحْيَى سَالِم الْجُبُورِي	جوانب من الدَّرس الصَّوْتِي عِنْد مَكِّي الْقَيْسِي (ت ٤٣٧هـ)	٤٨-٢٦
٣.	أ.د. مَحْمُود بَنْدَر عَلِي الْعِيسَاوِي م.م. مَحْمَد أَحْمَد كِبَال الْعَانِي	إذا اجتمع المباشر والمتسبب أضيف الحكم إلى المباشر / نماذج تطبيقية	٦٨-٤٩
٤.	أ.م.د. أحمد عباس مُجَدِّ	سلامة العقيدة وأثرها في صلاح المجتمع	٨٨-٦٩
٥.	أ.م.د. رعد عبد الله فياض	مفهوم الإمامة في سورة البقرة في تفاسير السنة	١١٢-٨٩
٦.	أ.م.د. أنمار شاكر مجيد الشطري	القلق البيئي وعلاقته بالمسؤولية الاجتماعية لدى طلبة جامعة بغداد	١٣٣-١١٣
٧.	أ.م.د. إبراهيم عبد السلام ياسين	سُلْطَةُ الْعَقْلِ فِي تَفْسِيرِ النَّصِّ الْقُرْآنِيِّ	١٤٩-١٣٤
٨.	أ.م.د. حميد معروف حميد الأعظمي	مخالفات الحنبالية للحنفية في حد الردة	١٧٢-١٥٠
٩.	أ.م.د. حسين ناصر حسين م.د. علياء هاشم عبد الأمير	اعتماد القنوات التلفزيونية الفضائية على تصريحات المسؤولين كمصدر للأخبار وانعكاسه على أداء الوظيفة الإعلامية / قناة السومرية التلفزيونية الفضائية نموذجا	١٨٩-١٧٣
١٠.	أ.م.د. سهيل مُجَدِّ حَسِين	الدقائق البيانية والدلالة السياقية قراءة لبلاغة "تشابه المعنى" في نصوص (نهج البلاغة) حرف "الجيم" إنموذجا	٢٢٦-١٩٠
١١.	م.د. هيو طاهر عباس	رسم المصحف الشريف (مصحف الشيخ ملا زادة) للشيخ ملا حسن عبد الله الكردي / دراسة وتحقيق	٢٥١-٢٢٧
١٢.	م.د. حميد جفات ثويني	ذكر الخاص بعد العام في خطاب القرآن / دراسة في نصوص من القرآن	٢٦٤-٢٥٢
١٣.	د. مهند عبد الوهاب مرموص	العلاقة بين المحاصصة السياسية وظاهرة الفساد في العراق بعد العام ٢٠٠٣	٢٨٣-٢٦٥
١٤.	م.د. معاذ حمدي حسون	الفكر الأخلاقي عند الماوردي وكانت / دراسة فلسفية مقارنة	٢٩٩-٢٨٤
١٥.	م.د. أحمد شفيق عرميط الألوسي	خصائص النبي (صلى الله عليه وآله) في الدنيا والآخرة / دراسة عقدية	٣١٢-٣٠٠
١٦.	م.د. نافع حسين علي الدليمي	علم الفقه والكلام عند البصريين أيام العباسيين	٣٣٣-٣١٣
١٧.	د. معد صالح أحمد	المعجم الصوتي معجم الصوتيات للدكتور رشيد العبيدي إنموذجا / دراسة وصفية	٣٥٠-٣٣٤
١٨.	الدكتورة ظلال زين عليا لدكتور سمير شلال فرحان	ميزان المدفوعات في العراق للفترة من ٢٠٠٣ - ٢٠٢٣ مع التركيز على السياسة المالية والنقدية	٣٦٧-٣٥١

٣٨٥-٣٦٨	آيات البأس في القرآن الكريم / دراسة تحليلية	الدكتور علاء عبد الحميد	١٩.
٤٠٦-٣٨٦	أثر استراتيجية دائرة وجهات النظر في تحصيل مادة علم الاجتماع لدى طلاب الرابع الإعدادي	م.د. حردان عبد الغفور رشيد	٢٠.
٤٣١-٤٠٧	الانهاك الأكاديمي وعلاقته بالاعتدال المزاجي لدى طالبات المرحلة الإعدادية	م.د. ميادة جمعة حسن	٢١.
٤٥٤-٤٣٢	الغيرة ومثلاثتها في النص المسرحي العراقي المعاصر / نماذج مختارة	م.د. صلاح نعمه عبد العالي	٢٢.
٤٨٠-٤٥٥	التوافق المهني لدى المرشدين التربويين في محافظة واسط	م.د. نزار راهي خصاف	٢٣.
٤٩٤-٤٨١	استخدام جهاز مبتكر لقياس زمن السرعة الانتقالية لطلاب المرحلة الإعدادية	م.د. إبراهيم خليل إبراهيم	٢٤.
٥١٤-٤٩٥	العنصر الأخلاقي في حياة الأنبياء في القرآن الكريم	م.م. محمد هاشم جبار مهدي العوادي	٢٥.
٥٣٥-٥١٥	الاشكالات القانونية لفرض الضريبة الخضراء	م.م. حسين عواد محميد	٢٦.
٥٥٧-٥٣٦	الغزو الفكري وأثره على الأمة الإسلامية	م.م. مصطفى محمد صالح عطيه أ.د. محمد محمد صالح عطيه	٢٧.
٥٨٠-٥٥٨	السياسة الخارجية اليابانية تجاه دول مجلس التعاون الخليجي بعد العام ٢٠٠٣	م.م. علي هادي عبد الله القره غولي	٢٨.
٦١٥-٥٨١	دور الحكومة المؤسسية في تحقيق الإفصاح المالي	م.م. زينب عبد الواحد سلوم	٢٩.
٦٣٨-٦١٦	الانتخابات الرئاسية في ساحل العاج لعام ٢٠٢٠ وانعكاساتها المستقبلية	م.م. رعد خضير صليبي	٣٠.
٦٥٤-٦٣٩	أثر القواعد الفقهية في صياغة مواد الدستور العراقي ٢٠٠٥ م / الحقوق الاقتصادية انموذجاً	م.م. عالية حسين محمد أ.د. محمود بندر علي	٣١.
٦٧١-٦٥٥	عبد الغني جميل حياته وشعره	م.م. محمد أحمد حميد	٣٢.
٦٨٣-٦٧٢	Teaching Language through four strands: From Theory to Practice	م.م. سراب سواي يوسف الأكرع Sarab S. Yousif AL-Akraa	٣٣.
٧٠٩-٦٨٤	المفهوم القانوني للإرهاب وتمييزه عن الكفاح المسلح في ضوء قواعد القانون الدولي	الباحثة: خديجة عبد الستار صادق سليمان	٣٤.
٧٢٦-٧١٠	المقصود بالمهني في عقود الإذعان / دراسة مقارنة	أ.د. علي مطشر عبد الصاحب سيف الدين مهدي كاظم	٣٥.
٧٥١-٧٢٧	تأثير الاقتصاد العالمي على استراتيجيات المالية المحلية	الباحث: فاضل صبري نعمه	٣٦.
٧٦٩-٧٥٢	المجتهد وشروطه عند الإمام الشوكاني (ت ١٢٥٠هـ) / دراسة أصولية	أ.د. لقاء عبد الحسين رستم الباحث: نصير سالم عباس	٣٧.
٧٨٥-٧٧٠	ترجيحات الإمام البرزلي في مسائل الطهارة الصلاة / دراسة فقهية مقارنة	الباحثة: علياء ثائر محمد أ.د. سامي جميل أرحم	٣٨.
٨٠٨-٥٨٦	التخصيص بالأدلة المتصلة وتطبيقاته في سورة الأنعام	الباحث: حسن عبد الرضا عسكر	٣٩.

٤٠.	أ.م.د. وسام غالي قاسم	المؤثرون الرقميون ودورهم في صناعة الرأي العام في مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر (النخبة الأكاديمية الإعلامية)	٨٠٩-٨٢٨
-----	-----------------------	--	---------



المؤثرون الرقميون ودورهم في صناعة الرأي العام في مواقع التواصل
الاجتماعي من وجهة نظر (النخبة الأكاديمية الإعلامية)

(Digital influencers and their role in shaping public opinion
on social media from the point of view of (the media
academic elite)

اعداد

أ.م.د. وسام غالي قاسم

Assistant Professor Dr. Wisam ghaly qassim

media.lecturer19@alkadhum-col.edu.iq

كلية الإمام الكاظم (ع) للعلوم الإسلامية الجامعة

المستخلص

تناولت الدراسة دور المؤثرين الرقميين في صناعة الرأي العام بالفضاء الرقمي ومواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر النخبة الأكاديمية الإعلامية العاملين في الجامعات الحكومية، كما حاول الباحث التعرف على الدور الذي يؤديه المؤثرون الرقميون في مصداقية، وموثوقية الأخبار، والمعلومات التي تنتشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وهل هم مصدر موثوق للمعلومات من وجهة نظر أفراد العينة، وما هي التحديات، والمخاطر المرتبطة بانتشار المؤثرين الرقميين، وما تأثيرهم في صناعة الرأي العام في مواقع التواصل الاجتماعي، هل للمؤثرين الرقميين أهداف ومصالح شخصية يسعون لتحقيقها على حساب المصلحة العامة، ولمعرفة الإجابة عن هذه التساؤلات قام الباحث بتوزيع استمارة للاستبانة بشكل شخصي على أفراد عينة البحث، من أجل جمع البيانات وتحليلها بعد تحكيمها تم توزيعها على عينة مكونة من (٤٠) أستاذًا جامعيًا من ممارسي مهنة التدريس في الجامعات الحكومية العراقية، ويعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تعتمد المنهج المسحي، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

١. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين (المؤثرون الرقميون) و(صناعة الرأي العام) حسب إجابات عينة البحث في الجامعات المبحوثة.
 ٢. يوجد تأثير ذو دلالة معنوية من قبل المؤثرين الرقميين في صناعة الرأي العام.
 ٣. أكدت النتائج بحسب إجابات أفراد العينة أن المؤثرين الرقميين يمكن ان تكون لهم (أجندة خفية) أو تأثيرات غير مرئية على رأي الجمهور.
 ٤. اتفقت أغلب آراء العينة على ان بعض المؤثرين الرقميين يستخدم قوة التأثير التي يمتلكونها للحصول على أهداف ذاتية.
 ٥. اتفق أفراد العينة أن المؤثرين الرقميين لا يمثلون مصدرًا موثوقًا للمعلومات.
- الكلمات المفتاحية:** المؤثرون الرقميون، الرأي العام، الدور، النخب الأكاديمية الإعلامية، مواقع التواصل الاجتماعي.

Abstract

The study addressed the topic of the role of digital influencers in public opinion making in the digital space and social media from the perspective of the academic media elite working in government universities. The researcher also tried to identify the role of digital influencers in the credibility and reliability of the news and information published on social media, and whether they are a reliable source of information from the point of view of the sample members, what are the challenges and risks associated with the spread of digital influencers and

their impact on public opinion making on social media, do digital influencers have personal goals and interests that they seek to achieve at the expense of the public interest, and to find out the answer to these questions, the researcher distributed the questionnaire form personally to the members of the research sample, in order to collect and analyze the data after arbitration, it was distributed to a sample consisting of (40) university professors from practitioners of the teaching profession in Iraqi government universities, and this research is one of the descriptive researches that depend on the survey method, and the study reached a set of results, the most important of which are

1- There is a statistically significant relationship between (digital influencers) and (public opinion making) according to the answers of the research sample in the researched universities.

There is a significant effect by digital influencers on public opinion making.2-

3- The results confirmed in light of the answers of the sample members that digital influencers may have hidden agendas or invisible influences on public opinion.

4- Most of the opinions of the sample agreed that some digital influencers use the power of influence they possess to obtain personal goals.

5- The sample members agreed that digital influencers are not a reliable source of information.

Keywords: digital influencers, public opinion, role, academic media elite, social media sites

مقدمة

يُعد مجال صناعة الرأي العام من أهم المجالات التي تؤثر على حياة الإنسان، ولا يخفى على أحد أن للإعلام دورٌ كبيرٌ في تشكيل هذا الرأي، وتُعد شبكة الإنترنت، ومواقع التواصل الاجتماعي من أهم الوسائل المؤثرة على صناعة الرأي العام في جميع أنحاء العالم، فالمواقع أصبحت المصدر الرئيس للكثير من الأخبار، والمعلومات التي تصل إلى الجماهير بشكل سريع وفوري، مما يُسهل عملية الإدراك والوصول للمعلومات بكل سهولة، إذ نحن نعيش في عصر التكنولوجيا الحديثة، وعبر هذه التطورات التكنولوجية التي يشهدها العالم في مجال الاتصال، ظهرت مجموعة جديدة من الفئات الاجتماعية المعروفة باسم: (المؤثرون الرقميون)، الذين أصبحوا يلعبون دورًا مهمًا في صناعة الرأي العام، فهؤلاء المؤثرون يمتلكون تأثيرًا، قدرات، ومهارات، تمكنهم من نشر الرسائل، والمعلومات ضمن شبكات التواصل الاجتماعي بشكل فعال ومؤثر، وبالتالي يؤثرون في صناعة الرأي العام وشكل الحوار العام، ومن هذا المنطلق، جاء البحث الذي يحمل عنوان: (المؤثرون الرقميون ودورهم في صناعة الرأي العام في مواقع

التواصل الاجتماعي)، كمحاولة علمية لفهم هذا النمط الجديد من الناشطين على شبكة الإنترنت، وكيف يمكن لهم أن يؤثرُوا في صنع الرأي العام ونشر آرائهم، وأفكارهم، وتوجهاتهم بشكل سهل، وسريع ومؤثر، وأهميته تكمن في فهم كيفية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأدوات التواصل الرقمية في صناعة الرأي العام.

الإطار المنهجي للبحث

أولاً: مشكلة البحث:

المشكلة عبارة عن حالة أو ظاهرة، أو موضوع، أو قضية تحتاج إلى دراسة، وبحثٍ معمق لفهم طبيعة العناصر المكونة لها، لغرض بناء علاقات مبدئية بين تلك العناصر ومن ثم إعادة صياغتها بصورة علمية بناء على نتائج الدراسة (الدناني و هاشم ، ٢٠١٦ ، صفحة ٨٣)، ويركز هذا البحث على فهم دور (المؤثرين الرقميين) في صناعة الرأي العام ومدى تأثيره على أفراد المجتمع، وتمثلت مشكلة هذا البحث بالتساؤل الرئيس الآتي (ما دور المؤثرون الرقميون في صناعة الرأي العام من وجهة نظر النخبة الأكاديمية الإعلامية)، ويتفرع من هذا التساؤل الرئيس مجموعة من الأسئلة هي:

١. هل يؤثر الاعتماد على المؤثرين الرقميين في مصداقية، وموثوقية الأخبار والمعلومات التي تنتشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟، وهل هم مصدر موثوق للمعلومات من وجهة نظر أفراد العينة؟
٢. ما التحديات، والمخاطر المرتبطة بانتشار المؤثرين الرقميين، وما تأثيرهم في صناعة الرأي العام في مواقع التواصل الاجتماعي؟
٣. هل للمؤثرين الرقميين أهدافاً ومصالحاً شخصيةً يسعون لتحقيقها على حساب المصلحة العامة؟

ثانياً: فرضيات البحث:

قد تكون هنالك فرضية واحدة شاملة لكل جوانب موضوع البحث، أو أكثر من فرضية واحدة^(١)، والفرضية هي علاقة متوقعة بين متغيرين، أو أكثر، أو هي إجابة محتملة لسؤال البحث، أو تنبؤ، أو تخمين يصف علاقة متوقعة، كما تعرف على أنها جملة تقريرية تمثل توقع أو تنبؤ يصف علاقة بين متغيرين أو أكثر، والعلاقة هنا تكون متوقعة تحتاج إلى اختبار وذلك بعد جمع البيانات ثم تحليل البيانات ثم اختبار، صحة الفرضية^(٢)، ينطلق هذا البحث عبر

(١) سعد سلمان المشهداني، مناهج البحث الاعلامي، دار الكتاب الجامعي، الامارات العربية، ٢٠١٧، ص ٤١.

(٢) حمدي محمد الفاتح، سميرة سطو، مناهج البحث في علوم الاعلام، دار الحامد للنشر، الجزائر، ٢٠١٩،

فرضية رئيسة هي: (توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة إحصائية بين المؤثرين الرقميين وصناعة الرأي العام).

ثالثاً: أهمية البحث:

أهم ما يميز البحوث العلمية الرصينة هي محاولتها إيجاد الحلول، والتفسيرات العلمية للمشاكل الحقيقية التي تواجه المجتمع بشكل علمي ومنهجي، وعن أهمية هذا البحث، إذ تتمثل أهميته من الموضوع الذي يتناوله وهو (دور المؤثرون الرقميون وتأثيرهم في الرأي العام)، وهي محاولة علمية لفهم دور المؤثرين الرقميين في صناعة الرأي العام، وكيف يمكن لهم التأثير في آراء الناس في عالم الإعلام والتواصل الاجتماعي، كما وإن هذا البحث هو محاولة للمساعدة على رفع الوعي العام حول هذه الظاهرة الجديدة، وتقدير أهميتها، ولفت الأنظار إليها من وجهة نظر النخبة الأكاديمية الإعلامية التي تمتلك القدرة، والخبرة، والتخصص في الموضوع.

رابعاً: أهداف البحث: يسعى هذا البحث إلى تحقيق مجموعة من الأهداف تتمثل في الآتي:

١. التعرف على دور المؤثرون الرقميون في صناعة الرأي العام من وجهة نظر النخبة الأكاديمية الإعلامية.

٢. معرفة تأثير الاعتماد على المؤثرين الرقميين في مصداقية وموثوقية الأخبار والمعلومات التي تنشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وهل هم مصدر موثوق للمعلومات، من وجهة نظر أفراد العينة؟

٣. تحديد أهم التحديات، والمخاطر المرتبطة بانتشار المؤثرين الرقميين، وتأثيرهم في صناعة الرأي العام في مواقع التواصل الاجتماعي؟

٤. كشف عن الأهداف والمصالح التي يسعى المؤثرون الرقميون لتحقيقها عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي؟

خامساً: منهج البحث:

يُعد هذا البحث من ضمن البحوث (الوصفية) التي يرتبط بها مجموعة من المناهج، والأساليب والدراسات التي تتفرع منه، ومن أهم هذه المناهج والأساليب هو (المنهج المسحي) الذي يعتمد على بحثنا الحالي، والمنهج المسحي هو (التعبير عن الظواهر والموضوعات الاجتماعية تعبيراً كمياً، باستعمال الأدوات المنهجية التي تمكن الباحث من جمع بيانات دقيقة والوصول إلى نتائج موضوعية)^(١).

(١) جيدير ماثيو، منهجية البحث، pdf، ٢٠١٥، ص ٣٢.

سادسًا: الدراسات السابقة:

١. دراسة (يمينه عربأوي، رسالة ماجستير، ٢٠٢١) دور المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي في قيادة الرأي العام في الجزائر (دراسة ميدانية).

عالجت الدراسة موضوع (دور المؤثرين في مواقع التواصل الاجتماعي في قيادة الرأي العام في الجزائر) وقد استهدفت الدراسة مدينة ورقلة، عبر التعرف على عادات، وأنماط الاستخدام، وكذلك دوافع وأسباب المتابعة والاشباكات المتحققة، كما حاولنا التعرف على اتجاهات وآراء المتابعين حول طريقة المؤثرين في طرح القضايا في مواقع التواصل الاجتماعي، وللإجابة عن هذه التساؤلات قمنا باستخدام أداة الاستبانة وزعناها إلكترونياً من أجل جمع البيانات وتحليلها بعد تحكيمها، ثم توزيعها على عينة من قاطني المدينة تكونت من (٨٠) مفردة معتمدين المنهج المسحي، إذ توصلنا في النهاية لمجموعة من النتائج أهمها:

أ. أغلب المتابعين لمؤثري مواقع التواصل الاجتماعي هدفهم من المتابعة هو زيادة الرصيد المعرفي حول مختلف القضايا التي يطرحها هؤلاء المؤثرين.

ب. كما استنتجنا أنهم يطرحون قضايا اجتماعية، وسياسة محلية تهم المجتمع، والمواطن، كما يتفاعل المؤثرون مع متابعيهم بمناقشة ما يقترحونه من مواضيع.

ت. مواقع التواصل الاجتماعي سمحت للمؤثرين بطرح أفكارهم بكل حرية وجرأة ودون قيود.

٢. دراسة (أمانى رضا عبد المقصود، ٢٠١٩) تأثير أبعاد مصداقية المؤثرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي على اتصال العلامة بالذات (دراسة تطبيقية).

سعت هذه الدراسة إلى رصد الدور الذي يمكن أن تؤديه متابعة مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على المتابعين لهم إذ قد يؤثر هذا الشخص أحياناً عبر آرائه، أو أفكاره، أو سلوكه في المتابعين الذين ساهموا بدورٍ كبيرٍ في شهرة الشخص المؤثر، ويشمل التأثير مكونات مختلفة من الاعتقادات والمواقف، والآراء، والسلوك، وهو ما يحاول البحث الحالي التركيز عليه إذ تنطلق الدراسة من تساؤل رئيس حول طبيعة تأثير هؤلاء المؤثرين على المتابعين لهم وكيف يمكن التأثير في آراءهم وسلوكياتهم اتجاه الحياة الاجتماعية اليومية، وتوصلت الدراسة إلى مجموع من النتائج أهمها:

أ. أوضحت نتائج الدراسة عدداً من العوامل التي تجعل مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي ناجحين ويهتم بالتالي المتابعون بمتابعتهم باستمرار، وهذه العوامل تتمثل في المحتوى الهادف المؤثر الذي يقدمه هؤلاء المؤثرين والثقة التي يتمتع بها هذا الشخص المؤثر عبر تعامله مع المتابعين.

ب. يتمتع مؤثرو مواقع التواصل الاجتماعي بعدد ممن المميّزات التي تتمثل في إتاحة التعليق المتبادل بينهم، وبين المتابعين، وبين المتابعين بعضهم البعض إلى جانب المعلومات الهادفة والمتجددة التي يقدمها المؤثر لمتابعيه بشكل مستمر.

ت. فيما ظهر أن من أهم سلبيات المؤثرين أنهم قد يستغلون عدد من المتابعين لديهم ليحققوا منافع شخصية وليحققوا مكاسب شخصية من وراء هذه الحسابات الاجتماعية المختلفة.

٣. دراسة (شريط جورية ٢٠٢٢) المؤثرون أو قادة الرأي الجدد على الويب ٢.٠: قراءة في مفاهيم السلطة والتأثير وعرض الذات والسمعة الرقمية.

تتناول الدراسة الدور الذي أصبح يلعبه المؤثرون عبر منصات التواصل الاجتماعي و تمحّورت حول ثلاثة تساؤلات رئيسة: من هو المؤثر؟ كيف تتجسد سلطته وتأثيره عبر منصات التواصل الاجتماعي؟ وكيف تحول بفضل هذه السلطة إلى مروج لصورة العلامات التجارية ومنتجاتها؟ الدراسة عبارة عن مقارنة نظرية مفاهيمية تهدف إلى إلقاء الضوء على ظاهرة ارتبطت بالويب (٢٠٠) وهي ذات أبعاد نفسية واجتماعية، واتصالية، وتجارية، واقتصادية، تظهر أهميتها باعتبارها ظاهرة فنية في حقل علوم الإعلام والاتصال تحتاج إلى المزيد من التأطير المفاهيمي، والنظري، والتطبيقي.

٤. دراسة (نبيلة جعفري ٢٠٠٢) مؤثرو مواقع التواصل الاجتماعي: الفاعلون الجدد في قيادة الرأي العام (قراءة حول التغيير في المفاهيم والأدوار).

تمحّورت إشكالية هذه الدراسة حول تعاضد دور المؤثرين في المجتمع، وتمكنهم من تبوأ صدارة القضايا المهمة وقيادتها، وعلى هذا، جاءت هذه الدراسة العلمية لتبحث في تغير مفاهيم وأدوار قادة الرأي العام، من عبر مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي، واستمدت هذه الدراسة أهميتها من الاهتمام الفائق بالدور الذي تؤديه (الميديا الجديدة) في تداول قضايا الشأن العام، ومناقشتها، والتأثير في صناعة الرأي، وتوصلت هذه الدراسة إلى مجموعة نتائج أهمها:

أ. الميديا الاجتماعية أصبحت فاعلاً أساسياً في التأثير على الرأي العام من عبر المؤثرين، وساهمت في زيادة الاستقطاب فيه بعد أن كانت السبل التقليدية تكتفي بممارسة دور الضبط في توجيه الرأي العام.

ب. أن عملية استعراض الذات للمؤثرين عبر منصات التواصل الاجتماعي جعلتهم يشكلون نماذج جديدة للسلطة والتأثير.

ت. رفعت من قيمتهم التجارية ما جعل منظمات الأعمال تلجأ إليهم لبناء وتسيير، وتحسين صورتها الرقمية.

الاستفادة من الدراسات السابقة:

١. ندرة الدراسات المحلية التي تتناول دراسة (المؤثرون الرقميون وتأثيرهم في الرأي العام).

٢. تشترك دراستنا مع الدراسات السابقة في تسليط الضوء على قادة الرأي في المجتمع واستخدامها المنهج المسحي، والاعتماد على الاستبانة في جمع المعلومات.
٣. ساعدت الدراسات السابقة في إعطاء فكرة وتصور أولي عن دراستنا التي نجريها.
٤. الاستفادة من الدراسات السابقة في الاستناد على المعلومات والمراجع التي تم الاعتماد عليها في إنشاء جزء من الاطار النظري أو تصميم الاستبانة لهذا البحث.
٥. الاستفادة من الدراسات السابقة من عبر فهم المنهجية التي تلائم في إجراء بحثنا وفهم بعض جوانب المهمة في البحث.

الإطار النظري

مفهوم الرأي العام:

تعددت وتنوعت تعريفات ظاهرة الرأي العام، نظرًا لأهميتها في المجتمعات البشرية المختلفة، والرأي العام هو ذلك الرأي الذي يعبر عن أكبر شريحة ممكنة من الجماهير، التي يمكنها من التعبير عن نفسها في ضوء معطيات معينة^(١)، وينتج من عبر وجهات نظرهم، وتجاربهم، وثقافتهم ومعرفتهم، ويمثل الشعور الاجتماعي العام اتجاه قضية معينة أو موضوع معين، ويتأثر الرأي العام بالعديد من المصادر المختلفة، مثل: وسائل الاعلام، الأحداث السياسية، والثقافية، والاقتصادية، والاجتماعية، والرأي العام يتشكل حول قضية مشتركة من الحياة العامة هدفه الرئيس يتمثل في خلق اهتمام حول حدث أو قضية معينة^(٢)، والرأي العام يتجدد بمجموعات آراء الأفراد التي توجد بينها درجة مسبقة من الاتفاق، أي أنه لا يظهر إلا في إطار الاتفاق العام أي أن الأغلبية ليست كافية والإجماع ليس مطلوبًا، وتكمن قوة الرأي العام في قدرته على تغيير وتعديل التركيب الاجتماعي الذي يعمل بداخله، سواء بالنسبة للأفعال أو الأفكار، ومن عبر العملية التي ينشأ عبرها الرأي العام وينتج تبادل حيوي بين شتى ضروب النفوذ التي تسيطر سلوك الأفراد وأفكارهم وعواطفهم^(٣)، ويعرف الرأي العام: (بأنه الرأي الذي يستحوذ على قبول آراء أغلبية أفراد المجتمع على اختلاف أطيافهم ومستوياتهم العمرية، التعليمية، الثقافية، والدينية داخل المجتمع، تجاه قضية معينة تمس مصالحهم بصورة مباشرة أو غير مباشرة عبر مدة زمنية معينة^(٤)، وشهد الرأي العام وقياسه تطورًا كبيرًا بسبب عدد من المتغيرات أهمها التطورات التكنولوجية في مجال الاتصال، وما أتاحتها من فرص التعبير عن

(١) فتحي حسين عامر، استطلاعات الرأي العام على الإنترنت، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠١٣، ص ٣٨

(٢) خلدون عبد الله، الاعلام وعلم النفس، دار اسامة للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، ٢٠١٠، ص ٤١

(٣) محي علم الدين، الرأي العام، المكتبة الانجلو مصرية، القاهرة، ٢٠٠٩، ص ٤٣

(٤) فتحي حسين عامر، مصدر سابق، ص ٤٢

الرأي عبر شبكة الأنترنت، إذ أصبحت المواقع الإلكترونية على اختلافها وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي أداةً للتعبئة الجماهيرية، والتجنيد، والتنظيم، والمعارضة، والتصويت، وظهر ما يعرف بالرأي العام الرقمي أو الإلكتروني وهو الرأي الذي يُعبر عن أكبر شريحة ممكنة من الجماهير في الفضاء الرقمي^(١)، وعن طريقه بدأ الأفراد بالتفاعل مع البيئة الرقمية التي أوجدتها شبكة الأنترنت ومجتمعاتها الافتراضية التي تتضمن التواصل الواسع والعلاقات المتداخلة وحرية الرأي والتعبير^(٢).

الرأي العام الرقمي:

تزايد الاهتمام بالرأي العام نتيجة التطور التكنولوجي الكبير في مجال الاتصال، التي أضحت تمنح فرصاً أوسع للتعبير عن الرأي في مختلف مجالات الحياة، كما ازداد الاهتمام الأكاديمي بقضايا الشبكات الاجتماعية، والمجتمعات الافتراضية منذ أن شكّل الأنترنت فضاءً للمعلوماتي، ونجاحه في تأسيس مجتمعات افتراضية وعبره إلى الملايين بصورة ملفتة، حتى أصبح جزءاً من الحياة اليومية لأغلب الأفراد حول العالم^(٣)، لقد فرضت علينا التطورات التكنولوجية الدخول إلى المجتمع العالمي بثقافته الجديدة وما تحويه من متغيرات، وعادات وتقاليد، ولغة، ونمط عيش مختلف، والدخول في تفضيلات سائدة بين الجمهور، أي الأغلبية ورأي الأقلية سواء أخذ بها أو لم يؤخذ^(٤)، فقد أصبح المجتمع وفق هذا المعنى مجتمعاً بلا حدود يتمثل في الفضاء الواسع الذي يربط أفرادهم ويزيد من قواسمهم المشتركة، وأصبحت وسائل الإعلام الحديثة هي التي تشكل الرأي العام والذهنيات والتصورات المختلف^(٥)، ونتيجة لهذه التطورات التكنولوجية ظهر نمط جديد من قادة أو صناع الرأي العام حول العالم في مختلف المجالات وهو ما بات يعرف (المؤثرون الرقميون).

التقنيات الرقمية والتأثير الاجتماعي:

أصبحت التقنيات الرقمية ظاهرة ذات تنوع، وتعقيد لا نهائي لا يمكن الإحاطة به، فالتراكم الهائل للطرق والابتكارات والأدوات والخبرات والآلات أصبح يشكل مجموعاً مذهلاً في

(١) محمد مصطفى رفعت، الرأي العام في الواقع الافتراضي، د.ت، القاهرة، ٢٠١٨، ص ٦٦

(٢) نديم منصوري، موضوعات من علم اجتماع الأنترنت والتواصل الرقمي، بيروت، منتدى المعارف، ٢٠١٩، ص ٤١

(٣) فيصل محمد عبد الغفار، شبكات التواصل الاجتماعي، الجندرية للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، ٢٠١٥، ص ٨

(٤) بيسوني ابراهيم حمادة، دراسات في الاعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام، دار عالم الكتب، القاهرة، ٢٠١٨، ص ٢٢٧.

(٥) نديم منصوري، الاستحمار الإلكتروني، منتدى المعارف، بيروت، ٢٠١٦، ص ٤٣.

تغيير الحياة البشرية^(١)؛ وبسبب هذه التطورات أصبحت وسائل الإعلام تؤدي دورًا جوهريًا في إثارة اهتمام الجمهور، والأفراد إزاء مختلف القضايا، والأحداث التي تجري سواء أكانت محلية أو عالمية، إذ أصبحت ملجأ، ومصدرًا رئيسًا لاستسقاء المعلومات، وعرض الآراء، والأفكار، والتأثير، والتأثير تجاه مختلف القضايا بسبب فاعليتها وانتشارها الواسع^(٢)، كما أتاح العديد من القدرات والإمكانات للأفراد في نقل آرائهم، وأفكارهم، أو تجاربهم الخاصة عبر مختلف المنصات الإلكترونية سواء بالكلمة، أو الصورة الثابتة، والمتحركة، والتي من الممكن أن تؤثر في الآخرين نتيجة لامتلاكهم قدرات ومهارات أو مواهب تجعلهم محط أنظار الجمهور، والمتابعين نحو مختلف القضايا التي يطرحونها، وأصبح له جمهور يتابعهم باستمرار ويتأثر ويتفاعل بما يطرحونه على شبكات التواصل المختلفة^(٣)، وفي ظل المتغيرات التكنولوجية المتسارعة أزداد، وتضاعف أعداد المؤثرين الاجتماعيين بنسبة كبيرة نتيجة توفر الظروف والمهارات والأدوات التي تساعدهم على الوصول إلى جمهور واسع، كما كان للدعم المادي والتقني الذي يتلقاه هؤلاء المؤثرون من طرف القنوات الإعلامية ومواقع التواصل والمعلنين الأثر الفاعل والكبير في شهرتهم، حتى أصبحوا مثل مشاهير الغناء، والسينما، والموضة، مما أتاح لهم صناعة جمهور خاص يؤمن ويوافق على سلوكياتهم وأفكارهم، ويقتنع بوجهات النظر التي يقدمها هؤلاء المؤثرون على مختلف منصات التواصل الاجتماعي^(٤).

الاطار التطبيقي (الجانب العملي)

تم طرح فرضيات البحث على شكل تساؤلات، وتم اختيار العينة من أعضاء الهيئة التدريسية في الجامعات الحكومية (الجامعة المستنصرية، الجامعة العراقية، كلية الإمام الكاظم) بوصفهم النخبة الأكاديمية وجزء من مجتمع البحث للتأكد من صحة الافتراضات، أو عدمها وحُدِّدَت الأدوات، والأساليب المستخدمة بجمع وتحليل البيانات، وكما موضح في الفقرات الآتية: **أولاً: موقع إجراء البحث:** تم اختيار عددًا من الجامعات الحكومية في مدينة بغداد، لإجراء البحث واختبار متغيراته مع فقرات المقاييس المعتمدة.

ثانيًا: مجتمع وعينة البحث: تمثل مجتمع البحث أعضاء الهيئات التدريسية في الجامعات المذكورة، وتم توزيع (٥٠) استبانة على العينة المختارة منهم، وبعد تأشيرها من قبلهم، تم اعتماد

(١) ستيفان فيال، الكينونة والشاشة، ترجمة ادريس كثير واخرون، منتدى المعارف، البحرين، ٢٠١٨، ص ٣٣

(٢) وسام الغالي، مهارات التربية الاعلامية والرقمية في عصر الاتصال، ابصار للنشر والتوزيع، الاردن، ٢٠٢١، ص ٥٣.

(٣) بريتاني هشي، المؤثرون الاجتماعيون، مؤسسة محمد بن راشد، الامارات العربية المتحدة، ٢٠٢٠، ص ٣.

(٤) محمد زكريا خراب، المؤثرون الاجتماعيون وجمهور المتابعين، مجلة رقمنة للدراسات الاعلامية، ٢٠٢٢، العدد ٢٢، ص ١٣٢.

(٤٠) استبانة فقط لوجود نواقص في إجابات البعض منها، وتفرغها بالشكل الذي يخدم مشروع البحث.

ثالثاً: الأدوات المستخدمة: تم اعتماد لأغراض التحليل الأدوات والأساليب الآتية:

١. **الاستبانة:** حدّدت مجموعة أسئلة مترابطة بشكل يحقق الهدف الذي تسعى لها البحث باطار المشكلة المختارة؛ لغرض الحصول على البيانات، والمعلومات للحصول على نتائج رقمية فيها قياس متغيرات البحث، وثم استخدام واعتماد مجموعة من المقاييس بعد أن تم ترتيبها وتهيئتها وفق متطلبات واتجاهات البحث، إذ أُعتمد المدرج الخماسي لذلك.

وصف الاستبانة: عُدّت المصدر الرئيس لقياس، وتحليل التساؤلات، والفرضيات، واختبارها باتجاه تفصيل المتغير (المؤثرون الرقميون) ومدى احتوائه وإمكاناته لتحقيق (صناعة الرأي العام) لدى المتابعين وحسب متغيرات البحث بالجانب النظري، وقُسمت الاستبانة إلى:

- المحور الأول: يحتوي على المعلومات التعريفية لأفراد العينة، وتضمن (٣) فقرات عن (النوع، العمر، اللقب العلمي).

- المحور الثاني: يحتوي على المتغير المستقل (المؤثرون الرقميون) تضمن (١٣) فقرة.

- المحور الثالث: تضمن المتغير التابع (صناعة الرأي العام)، والذي يضم (١٠) فقرات.

أي مجموع الفقرات (٢٣) فقرة.

٢. **أساليب وصف البيانات وتحليلها:** تستخدم الوسائل، والأساليب الإحصائية المختلفة الحصول على نتائج أثناء إجراء البحث والتي يتم من عبرها اختبار الفروض؛ لغرض فهم المشكلات والإجابة عن التساؤلات التي طُرحت في البحث عبر تطبيق: SPSS v23 و Amos v23^(١).

رابعاً: اختبار الثبات:

ثبات الاستبانة: هو تحقيق الأدوات، والمقاييس نتائج إيجابية وأن يعطي نفس النتائج اذا أُعيد تطبيقه عدة مرات متتالية وإذا كرّر الباحث القياس يحصل على نفس النتائج، وتم احتساب الثبات كالآتي:

- **معامل ألفا كرونباخ 's Alpha:** يستخدم هذا المعامل عندما نود قياس ثبات التقديرات التي نحصل عليها من الاختبارات أو الاستبيانات والتي تقيس موضوعاً يفترض تجانس مفرداته، وبعد استخراج معامل الثبات كانت قيمته أكبر (٠.٦٠) يعني قبول ثبات الاستبيان ويمكن تحليل نتائجه، وإنّ ذلك سيكون ملائماً للبحوث والدراسات التي تكون فيها

(١) نافذ محمد بركات، التحليل الإحصائي، تاريخ الاسترداد، ٢٠٢٤ / ٣ / ٥ www. Site.iugaza.edu.psl

الاستبانة أداة معتمدة، أما النتائج فكانت كما في جدول (١): جدول (١) نتائج اختبار الثبات

متغيرات الدراسة	قيمة معامل ألفا كرونباخ s Alpha'Cornbach	التفسير
X المؤثرون الرقميون	٠.٦١٧	(تجتاز الاختبار) وجود ثبات في فقرات (المؤثرون الرقميون)
Y صناعة الرأي العام	٠.٦٦٥	(تجتاز الاختبار) وجود ثبات في فقرات (صناعة الرأي العام)
كل فقرات الاستبيان	٠.٧١٠	(تجتاز الاختبار) وجود ثبات في مجمل فقرات الاستبانة

خامسًا: التحليل الوصفي لعينة البحث:

١. النوع: كان عدد الذكور بين أفراد عينة البحث (٢٥) وشكلوا نسبة (٦٢.٥%)، وعدد الإناث بين مجمل أفراد العينة (١٥) وشكلن نسبة (٣٧.٥%) بما يؤشر أغلبية الذكور من إذ العدد في حجم العينة، وكما مؤشر في جدول (٢).

جدول (٢) وصف أفراد عينة البحث حسب النوع

المتغيرات	الفئات المستهدفة	العدد	النسبة %
النوع	ذكر	٢٥	٦٢.٥%
	أنثى	١٥	٣٧.٥%
المجموع		٤٠	١٠٠%

٢. العمر: يبين الجدول (٣) وشكل (٢) إن الذين أعمارهم (٢٥-٣٥ سنة) و (٣٦-٤٥ سنة) بلغ عددهم (١٥) وبنسبة (٣٧.٥%) وهي الأعلى، أما أقل نسبة هي الذين بلغ عمرهم (٤٦ سنة فأكثر) وكان عددهم (١٠) وبنسبة (٢٥%).

جدول (٣) يبين توزيع أفراد العينة حسب العمر

العمر	العدد	%
٢٥-٣٥ سنة	١٥	٣٧.٥%
٣٦-٤٥ سنة	١٥	٣٧.٥%
٤٦ سنة فأكثر	١٠	٢٥%
المجموع	٤٠	١٠٠%

٣. اللقب العلمي: يبين جدول (٤) وشكل (٣) إن أفراد العينة الذين ألقابهم العلمية (مدرس مساعد) هم الأكثر نسبة بين أفراد العينة إذ بلغت (٣٢.٥%) وأقل نسبة هم الذين من لقب (أستاذ) ونسبة (١٢.٥%).

جدول (٤) يبين الألقاب العلمية لأفراد العينة

اللقب العلمي	العدد	%
مدرس مساعد	١٣	٣٢.٥%
مدرس	١١	٢٧.٥%
أستاذ مساعد	١١	٢٧.٥%
أستاذ	٥	١٢.٥%
المجموع	٤٠	١٠٠%

سادسًا: أهمية متغيري البحث (المؤثرون الرقميون) و(صناعة الرأي العام):

نشير هنا إلى إجابات أفراد العينة والبالغ عددهم (٤٠) فردًا حول فقرات وأسئلة الاستبانة والمتعلقة بالمتغير المستقل (المؤثرون الرقميون)، والمتغير المعتمد (صناعة الرأي العام)، إذ تم اعتماد الجداول التي توضح اتجاهات إجابات العينة لكل فقرة من فقرات متغيري البحث، إذ أُستخدِمت الأوساط الحسابية والانحراف المعياري والأهمية النسبية لها وحسب مصفوفة قوة الإجابة في جدول (٥).

جدول (٥) الميزان التقديري وفقا لمقياس ليكرت الخماسي

المستوى	المتوسط المرجح بالأوزان	الاستجابة
منخفض	من ١ إلى ١.٧٩	لا أتفق تماما
	من ١.٨٠ إلى ٢.٥٩	لا اتفق
متوسط	من ٢.٦٠ إلى ٣.٣٩	غير متأكد
مرتفع	من ٣.٤٠ إلى ٤.١٩	أتفق
	من ٤.٢ إلى ٥	أتفق تماما

١. المؤثرون الرقميون: تضمنت استبانة الدراسة في محورها الخاص بقياس المؤثرون الرقميون (١٣) فقرة، لإيجاد مدى توافر مقومات المؤثرون الرقميون لدى العينة المبحوثة (نموذج البحث)، وكانت نتائج بإجابات العينة كما يأتي:

بلغت قيمة الأهمية النسبية (٧٥.٠٨%) وهي نسبة جيدة تؤكد مستوى اتفاق عينة الدراسة على معظم فقرات هذا المحور، إذ سجل الوسط الحسابي لهذا المحور (٣.٧٦) الذي يقع ضمن الفترة (٣.٤٠ إلى ٤.١٩) وهذا يعني بأن إجابات العينة متجه نحو الاتفاق، وانحراف معياري (٠.٩٢)، مما يشير إلى مدى تجانس الإجابات بخصوص (المؤثرون الرقميون) كما في الجدول (6).

وقد توزعت مستويات أهمية فقرات البعد (المؤثرون الرقميون) بين أعلى مستوى إجابة حققته الفقرة (x4) بوسط حسابي بلغت قيمته (4.4) وانحراف معياري (0.709)، وأهميه نسبية شكلت (88%) ليؤكد ذلك اتفاق معظم أفراد عينة البحث على هذه الفقرة، بما يرجح (إمكانية ان تكون لهم أجندة خفية أو تأثيرات غير مرئية على رأي الجمهور)، بينما الفقرة (x3) حققت أدنى مستوى إجابة بين فقرات (المؤثرون الرقميون) إذ بلغت قيمة الوسط الحسابي لها (2.38) وسجل الانحراف المعياري لها (0.952)، والأهمية النسبية شكلت (47.56%)، ليؤكد ذلك على عدم اتفاق أفراد العينة أن (المؤثرين الرقميين يمثلون مصدرا موثوقا للمعلومات).

جدول (6) وصف إجابات العينة لفقرات (المؤثرون الرقميون)

الأهمية النسبية %	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرات										المتغير المستقل وفقراته	
			٥		٤		٣		٢		١			
			اجابات العينة والنسب المئوية											
			%	F	%	F	%	F	%	F	%	f		
76.00	0.883	3.80	17.5	7	55	22	20	8	5	2	2.5	1	X1	X المؤثرون الرقميون
75.00	1.032	3.75	22.5	9	47.5	19	15	6	12.5	5	2.5	١	X2	
47.56	0.952	2.38	–	–	17.5	7	17.6	7	50	20	15	6	X3	
88.00	0.709	4.40	52.5	21	35	14	12.5	5	–	–	–	–	X4	
35.00	0.588	4.25	32.5	13	60	24	7.5	3	–	–	–	–	X5	
36.00	0.723	4.30	42.5	17	47.5	19	7.5	3	2.5	1	–	–	X6	
75.00	0.954	3.75	25	10	32.5	13	37.5	15	2.5	1	2.5	1	X7	
73.50	0.997	3.68	20	8	42.5	17	25	10	10	4	2.5	1	X8	
73.00	0.975	3.65	15	6	52.5	21	17.5	7	12.5	5	2.5	1	X9	
81.50	1.152	2.58	5	2	20	8	20	8	37.5	15	17.5	7	X10	
37.00	0.864	4.35	50	20	42.5	17	2.5	1	2.5	1	2.5	1	X11	
32.50	0.911	4.13	40	16	40	16	12.5	5	7.5	3	–	–	X12	
76.00	1.224	3.80	35	14	35	14	10	4	15	6	5	2	X13	
75.08	0.92	3.76	الإجمالي											

٢. صناعة الرأي العام: تضمنت استبانة البحث في محورها الخاص بقياس صناعة الرأي العام (10) فقرات، لإيجاد مدى توافر صناعة الرأي العام لدى عينة البحث، وكانت نتائج إجابات العينة كالآتي:

بلغت قيمة الأهمية النسبية (69.90%) وهي نسبة متوسطة تؤكد اتفاق عينة الدراسة على معظم فقرات هذا المحور، إذ سجل الوسط الحسابي لهذا المحور (3.50) الذي يقع

ضمن الفترة (٣.٤٠ إلى ٤.١٩) وهذا يعني بأن إجابات العينة متجه نحو الاتفاق، وانحراف معياري (0.93)، مما يشير إلى مدى تجانس الإجابات بخصوص (صناعة الرأي العام) كما في الجدول (٧).

جدول (٧) وصف إجابات العينة لفقرات صناعة الرأي العام

سابعاً: (اختبار فرضيات البحث):

شمل اختبار فرضيات البحث (الارتباط والتأثير) بين (المؤثرون الرقميون) مع (صناعة الرأي العام) استخراج معامل الارتباط بيرسون بين المتغيرات لتفسير قوة واتجاه الارتباط بين متغيرات الفرضية، إذ ستقبل الفرضية إذا كانت قيمة معامل الارتباط معنوية وتدلّ قوة العلاقة الارتباطية إذا كانت قيمته محصورة بين (٠.٥٠) و (١) الصحيح.

وتم تطبيق اختبار F (F-test) لمعرفة معنوية التأثير للمتغير المستقل (المؤثرون الرقميون) في المتغير المعتمد (صناعة الرأي العام)، فإذا كانت القيمة الاحتمالية Sig. أقل من مستوى المعنوية البالغ (٠.٠٥) يدل ذلك على وجود تأثير ذو دلالة معنوية، والعكس صحيح، وإذا كانت القيمة المحسوبة لـ (F) أكبر من قيمتها الجدولية الاحتمالية يدل على وجود تأثير ذو دلالة إحصائية والعكس صحيح، وكذلك تم استخراج قيمة معامل التحديد (R^2) التي تبين نسبة تفسير (المؤثرون الرقميون) وتحقيقه لمتغير (صناعة الرأي العام)، وسيتم اختبار الفرضيات على النحو الآتي:

الفرضية الرئيسية: (توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة إحصائية بين المؤثرين الرقميين وصناعة الرأي العام)

وكانت نتائج اختبار فرضية الارتباط بين المتغير (المؤثرون الرقميون) والمتغير التابع المتمثل بـ (صناعة الرأي العام) على وفق آراء عينة البحث، يوضحها الجدول (٨) كآلاتي:

قبول الفرضية الرئيسية التي مفادها (توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة إحصائية بين المؤثرون الرقميون وصناعة الرأي العام) وبنسبة ثقة (٩٥%)، إذ سجلت قيمة معامل الارتباط (0.43)، وهي معنوية ليرسخ ذلك الارتباط الموجود بينهما، وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لمتغير (المؤثرون الرقميون) بـ (صناعة الرأي العام)، إذ بلغت قيمة (F) المحسوبة (8.532) ونلاحظ قيمة sig. (٠.٠٠٠) وهي أقل من ٠.٠٥ وهي معنوية وهذا يعني (وجود تأثير بين المتغيرين)، أما قيمة معامل التحديد (0.20%) التي تشير إلى نسبة تأثير ومساهمة (المؤثرون الرقميون) بـ (صناعة الرأي العام).

وكانت النتائج حسب نموذج الانحدار البسيط، يوضحها الجدول (٨) كآلاتي:

جدول (٨) نتائج اختبار الفرضية الرئيسية (العلاقة والتأثير) للمؤثرين الرقمييين في صناعة الرأي العام

التفسير	F- test			معامل الانحدار β	الحد الثابت α	معامل التحديد R^2 %	معامل الارتباط بين المتغيرين	المتغيرات	
	القيمة الاحتمالية sig.	الجدولية	المحتسبة					المستقل	المعتمد
وجود الارتباط بين المؤثرين الرقمييين وصناعة الرأي العام وبالتالي قبول الفرضية الرئيسية عليه يوجد تأثير	٠.٠٠٠	4.10	8.532	0.457	1.778	0.20	0.43	المؤثرين الرقمييين	صناعة الرأي العام

الاستنتاجات والتوصيات:

يخرج كل بحث علمي ببعض النتائج على ضوء إجابات عينة البحث والتي تم تقييمها وتحليلها بما يتوافق مع التوجهات العلمية لمشروع البحث والتي على ضوءها يتم الخروج بمجموعة من الاستنتاجات ضمن الفقرة الأولى، وتضمنت الفقرة الثانية التوصيات الخاصة بها.

أولاً: الاستنتاجات:

١. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين (المؤثرين الرقمييين) و(صناعة الرأي العام) حسب إجابات عينة البحث في الجامعات المبحوثة.
٢. يوجد تأثير ذو دلالة معنوية من قبل المؤثرين الرقمييين في صناعة الرأي العام.
٣. أكدت النتائج على ضوء إجابات أفراد العينة أن المؤثرين الرقمييين يمكن ان تكون لهم أجنحة خفية أو تأثيرات غير مرئية على رأي الجمهور.
٤. اتفقت أغلب آراء العينة على ان بعض المؤثرين الرقمييين يستخدم قوة التأثير التي يمتلكونها للحصول على أهداف ذاتية.
٥. اتفق أفراد العينة أن المؤثرين الرقمييين لا يمثلون مصدرا موثوقا للمعلومات.
٦. اتفق أفراد العينة توجد للمؤثرين الرقمييين إمكانية التحريض على إثارة الخلافات بين الناس.
٧. يستخدم اغلب المؤثرين الرقمييين قوة التأثير لإظهار صورة جيدة عن انفسهم دون الالتزام بالمعايير الاجتماعية أو الأخلاقية.

٨. يستخدم المؤثرون الرقميون تأثيرهم في مواقع التواصل الاجتماعي لتشويه صورة الأفراد أو الجماعات أو المؤسسات الرسمية.

ثانيًا: التوصيات:

١. العمل على الحد من نشاط المؤثرين الرقميين السلبي، من عبر وضع قيود قانونية ومواثيق أخلاقية على نشاطهم.
٢. نشر الوعي بين أبناء المجتمع على عدم متابعة الشخصيات التي تعمل بالمحتوى السيء والذي يجلب نتائج سلبية مؤثرة خاصة على فئة الشباب.
٣. العمل على التحقق من المعلومات التي يتداولها المؤثرون الرقميون قبل نشرها في أماكن أخرى.
٤. على المؤثرين الرقميين الالتزام بالمعايير الاجتماعية والأخلاقية التي تتماشى مع طبيعة المجتمع بمستوياته.

المصادر:

- ١ سعد سلمان المشهداني، مناهج البحث الاعلامي، دار الكتاب الجامعي، الامارات العربية المتحدة، ٢٠١٧، ص ٤١
- ١ حمدي محمد الفاتح، سميرة سطو، مناهج البحث في علوم الاعلام، دار الحامد للنشر والتوزيع، الجزائر، ٢٠١٩، ص ١٩
٢. ١ جدير ماثيو، منهجية البحث، pdf، ٢٠١٥، ص ٣٢
٣. ١ فتحي حسين عامر، استطلاعات الرأي العام على الإنترنت، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠١٣، ص ٣٨
٤. ١ خلدون عبد الله، الاعلام وعلم النفس، دار اسامة للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، ٢٠١٠، ص ٤١
٥. ١ محي علم الدين، الرأي العام، المكتبة الانجلو مصرية، القاهرة، ٢٠٠٩، ص ٤٣
٦. ١ فتحي حسين عامر، مصدر سابق، ص ٤٢
٧. ١ محمد مصطفى رفعت، الرأي العام في الواقع الافتراضي، د.ت، القاهرة، ٢٠١٨، ص ٦٦
٨. ١ نديم منصوري، موضوعات من علم اجتماع الانترنت والتواصل الرقمي، بيروت، منتدى المعارف، ٢٠١٩، ص ٤١
٩. ١ فيصل محمد عبد الغفار، شبكات التواصل الاجتماعي، الجنادرية للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، ٢٠١٥، ص ٨

١٠. ^١ بسيوني ابراهيم حمادة، دراسات في الاعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام، دار عالم الكتب، القاهرة، ٢٠١٨، ص ٢٢٧
١١. ^١ نديم منصوري، الاستحمار الالكتروني، منتدى المعارف، بيروت، ٢٠١٦، ص ٤٣
١٢. ^١ ستيفان فيال، الكينونة والشاشة، ترجمة ادريس كثير واخرون، منتدى المعارف، البحرين، ٢٠١٨، ص ٣٣
١٣. ^١ وسام الغالي، مهارات التربية الاعلامية والرقمية في عصر الاتصال، ابصار للنشر والتوزيع، الاردن، ٢٠٢١، ص ٥٣
١٤. ^١ بريتاني هشي، المؤثرون الاجتماعيون، مؤسسة محمد بن راشد، الامارات العربية المتحدة، ٢٠٢٠، ص ٣
١٥. ^١ محمد زكريا خراب، المؤثرون الاجتماعيون وجمهور المتابعين، مجلة رقمنة للدراسات الاعلامية، ٢٠٢٢، العدد ٢٢، ص ١٣٢.



للعلوم الانسانية والتطبيقية



وزارة التعليم العالي
والبحوث العلمي

Ministry of Higher Education & Scientific Research

AL-SALAM UNIVERSITY COLLEGE

Issued by the University College of Peace



The international number of the magazine:(3402 - 2522)
ISSN- 2959-555X (Print) / ISSN- 2959-5541 (Electronic)
<https://iasj.rdd.edu.iq/journals/journal/view/74>

NO.19
A.H 1446
A.D 2025

Registration No. at the House
Of books and documents:
(2127) - year (2015)

مكتبة مرمر

موبايل: 07704250907