

خطة بحثية مقدمة لدرجة البكالوريوس في الإعلام الرقمي  
تأثير الأخبار الرقمية على تكوين الآراء لدى المستخدمين  
دراسة ميدانية على عينة من متابعين المؤثرين على منصة إنستغرام

إعداد: نعمت بيلان حافظ

الرقم الأكاديمي: 232000085

إشراف:

د. توفيق عمري

Midocean University

College of Media and Marketing

Bachelor of Digital Media

A Research Proposal Submitted in Partial Fulfillment of the  
Requirements for the Bachelor of Digital Media

## **The Impact of Digital News on User Opinion**

**Formation: A Field Study on a Sample of Influencers' Followers  
on Instagram**

Prepared by: NEMAT BELANGER HAFEZ

ID:232000085

Supervised by:

Dr. Tewfik amri

## 1- الإشكالية البحثية :

تعد منصة "إنستغرام" في الوقت الراهن واحدة من أبرز المنصات الرقمية التي تساهم في صياغة الأطر المعرفية والقيمية لدى جيل الشباب، حيث لم يعد مفهوم "الخبر الرقمي" محصوراً في القوالب التقليدية للأحداث السياسية أو الاقتصادية، بل امتد ليشمل ما يُعرف بـ "أخبار نمط الحياة" (Lifestyle News) التي يتم تصديرها عبر حسابات المؤثرين.

ويبرز هؤلاء المؤثرون بوصفهم قادة رأي في الفضاء السيبراني المعاصر، حيث يعملون بصفة مكثفة ومستمرة إلى استعراض تفاصيل حياتهم اليومية القائمة على الرفاهية المفرطة، والبلذخ الواضح، والاستهلاك التفاخري؛

الأمر الذي يؤدي بالضرورة إلى خلق واقع افتراضي مثالي يتسم بالثراء السريع، ويتم تسويقه على أنه الواقع الطبيعي الذي يجب أن يطمح إليه الجميع.

وتبرز مشكلة الدراسة من خلال التناقض الصارخ الذي بدأ يلمسه المستخدم (المتابع) بين ما يراه من بذخ رقمي وبين واقعه الاقتصادي والاجتماعي الملموس. هذا التناقض أدى إلى بروز ظاهرة يمكن تسميتها بـ "الوعي النقدي الرقمي"، حيث لم يعد المتابع متلقياً سلبياً ينبهر بما يراه، بل أصبح فاعلاً رقمياً يشكل آراء اتجاهية حادة. بدأت تتخذ طابعاً نقدياً ومعارضاً في كثير من الأحيان.

وقد تجلّى هذا التحول السلوكي بوضوح في ظهور ما يعرف بـ "حملات المقاطعة الرقمية" المنظمة. (مثل حملة مقاطعة "شلة دبي") أحد أبرز نماذجها الحديثة. حيث تعكس هذه الحملات غضب المستخدمين من المبالغة في عرض الرفاهية، خاصة في الأوقات التي تشهد فيها المجتمعات أزمات أو تحديات اقتصادية.

إن هذه الدراسة تسعى من خلال منهج علمي، إلى سد الثغرة المعرفية المتعلقة بفهم آليات "التحول من حالة المتابعة والإعجاب إلى حالة النقد والمقاطعة". بمعنى آخر، كيف تساهم تلك الأخبار الرقمية والصور المرئية في بناء رأي عام مضاد؟ وكيف تؤثر هذه المنشورات في القنوات الشخصية للمستخدمين، وتدفعهم لاتخاذ مواقف سلوكية فعلية (مثل المقاطعة) بدلاً من الاكتفاء بالمشاهدة الصمته؟

وبناءً على هذه المعطيات، تسعى الدراسة الحالية لتطبيق أدوات البحث الميداني على عينة قصدية مكونة من "متابعي المؤثرين على منصة إنستغرام". باعتبارهم الفئة الأكثر عرضة لهذا المحتوى، والأكثر تفاعلاً مع هذه المتغيرات الرقمية، مما يمنح الدراسة قدرة أعلى على رصد تحولات الرأي العام وقياس أثر الخبر الرقمي في بناء الموقف السلوكي للمستخدم.

## 2- التساؤلات الدراسة :

بناءً على تفاصيل الأشكالية السابقة ، تحاول الدراسة الإجابة على التساؤلات التالية :

I. كيف يُقَيِّم متابعو هؤلاء المؤثرين درجة مصداقية وواقعية صور الرفاهية المفرطة التي يتم عرضها عبر القصص والمنشورات؟

II. ما هي الدوافع النفسية والاجتماعية التي تحفز المتابعين على اتخاذ قرار المشاركة في "حملات المقاطعة الرقمية" ضد مؤثرين معينين؟

III. إلى أي مدى يساهم التفاعل الاجتماعي (من خلال التعليقات، والمشاركة، والرسائل) في تحويل الرأي الفردي إلى "موقف جمعي" رافض للمحتوى المبالغ فيه؟

IV. ما هو حجم التأثير الذي تتركه صور الثراء المفرط على مستوى الرضا عن الحياة الواقعية لدى عينة المتابعين المبحوثة ؟

## 3- فروض الدراسة :

تأسيساً على التساؤلات المطروحة، تسعى الدراسة لاختبار الفروض التالية:

الفرض الأول (H<sub>1</sub>):

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة التعرض لمحتوى الرفاهية الذي ينشره المؤثرون عبر منصة إنستغرام وبين مستوى الاتجاهات النقدية لدى المتابعين .

الفرض الثاني (H<sub>2</sub>):

يسهم ارتفاع مستوى “التناقض المدرك” بين نمط حياة المؤثرين والواقع المعيشي الفعلي للمتابعين في زيادة احتمالية تبني سلوك المشاركة في حملات المقاطعة الرقمية.

### الفرض الثالث (H<sub>3</sub>):

توجد علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين حجم التفاعل الرقمي السلبي (التعليقات المعارضة، إعادة النشر النقدي، والمشاركة في النقاشات الرفضية) وبين سرعة تشكل رأي عام مضاد تجاه المؤثر محل الدراسة.

### الفرض الرابع (H<sub>4</sub>):

توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الموقف المتخذ تجاه المؤثرين (تأييداً أو معارضةً) تُعزى إلى متغيري المستوى التعليمي ومستوى الوعي الرقمي لدى عينة الدراسة