

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة عمار ثليجي بالأغواط  
قسم علوم الإعلام والاتصال



مذكرة تخرج بعنوان:

**تأثير المحتوى النسوي عبر منصات التواصل الاجتماعي  
على اتجاهات الموضة لدى الطالبات الجامعيات  
دراسة ميدانية على عينة من الطالبات بجامعة عمار ثليجي الاغواط  
في الموسم الدراسي 2025/2024**

مذكرة تخرج مقدمة لنيل متطلبات شهادة الماستر في تخصص اتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذ  
د.خير الدين حجار خرفان

إعداد الطالبتين

- محمودي خديجة  
- حجاج خديجة

رئيسا		د.ذهبية اية قاسي
مشرفا و مقرارا		د.خير الدين حجار خرفان
ممتحنا		د.شوشة حرزالله

- السنة الجامعية: 2024-2025

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

# شكر و عرفان

. الشكر أولا الى الله عز و جل القائل في محكم كتابه العزيز ( لَنِئِن شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ )

و الحمد لله الذي انشأ و برى و خلق الماء و الثرى و ابدع ،الرحمن على العرش استوى ،

الحمد لله الذي وهبنا نعمة العقل و الصلاة و السلام على الحبيب المصطفى ،يدعونا و اجب  
الوفاء و العرفان ان نتقدم بخالص الشكر و التقدير الى كل من مد لنا يد العون و المساعدة و  
كل من ساهم معنا

و لو بكلمة او راي و نخص بالذكر الاستاذ المشرف حجار خير الدين خرفان وذلك على  
حسن اشرافه على هذه المذكرة و تقديمه العون و كما نتقدم بجزيل الشكر لاساتذتنا الافاضل

الذين رافقونا في درب العلم و كل طاقم الاداري لقسم علوم الاعلام و الاتصال



( وَقَلَّ رَبِّ زِدْنِي عِلْمًا )

طه: 114

إلى أول نبض سكن قلبي...  
إلى أبي، الذي علّمني أن الرجولة موقف، وأن العريمة لا تعرف  
المستحيل،  
وإلى أمي، نبع الحنان، التي علمتني أن الدعاء يصنع المعجزات،  
وأن الصبر مفتاح النجاح...  
أهديكما ثمرة سنوات من الكفاح، وقطاف الحلم المنتظر.  
إلى إخوتي، من تشاركت معهم تفاصيل الحياة، وكانوا لي عوناً في  
السراء والضراء،  
أنتم القوة التي دفعتني للمضي حين تعثرت، والدافع الذي أنار  
طريقي في لحظات الشك.  
وإلى كل أفراد عائلتي وأقاربي الأعمام، الذين أحيطوني بدفء  
محبتهم، وصدق دعائهم،  
لكم في هذا الإنجاز بصمة من نور، وذكرى لا تنسى.  
هذا التخرج لا يُقاس بورقة أو شهادة، بل يُقاس بكل لحظة دعم،  
وكل نفس صادق حمل اسمي في دعائه...  
فلكم هذا الإهداء، وقلبي ممتن ما حييت.

خديجة محمودي

خديجة حجاج

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن تأثير المحتوى النسوي عبر منصات التواصل الاجتماعي على اتجاهات الموضة لدى الطالبات الجامعيات، من خلال دراسة ميدانية أجريت على عينة مكونة من 119 طالبة بجامعة عمار تليجي بالأغواط خلال الموسم الجامعي 2024-2025 .

أظهرت النتائج أن أكثر من 75% من الطالبات يستخدمن هذه المنصات يوميًا للحصول على محتوى متعلق بالموضة والجمال، في حين خصصت 62.2% منهن وقتًا منتظمًا لمتابعة هذا النوع من المحتوى، ما يؤكد صحة الفرضية الأولى التي تشير إلى الاعتماد الكبير على الوسائط الرقمية كمصدر رئيسي للمعلومات الجمالية. أما الفرضية الثانية، فقد دعمتها نسبة 68.1% من المشاركات اللواتي يفضلن متابعة الحسابات التي تدعو إلى تمكين المرأة وتكسر الصور النمطية، إضافة إلى أن 64.7% أشرن إلى أن هذا المحتوى يعكس تجاربهن الشخصية، ما يدل على دوره في إعادة تشكيل مفاهيم الجمال والهوية.

أما بخصوص الفرضية الثالثة، فقد أكدت النتائج أن 63.9% من الطالبات يعتبرن الموضة وسيلة للتعبير عن الذات، بينما أقرت 54.6% بانخفاض تأثرهن بأراء الآخرين بعد التعرض للمحتوى النسوي، وشعرت 59.7% بزيادة الثقة في أنواقهن الخاصة. تفسر هذه النتائج حيث تلعب المنصات النسوية دورًا أساسيًا في بناء هوية مستقلة، والتعبير عن الذات، والتمكين الشخصي والاجتماعي. وعليه، تؤكد الدراسة أن الإعلام الرقمي النسوي لم يعد وسيلة ترفيه، بل أصبح قوة مؤثرة في تشكيل وعي الطالبات الجمالي والاجتماعي.

### الكلمات المفتاحية:

المحتوى النسوي – الموضة – الطالبات الجامعيات – وسائل التواصل الاجتماعي – الإعلام الرقمي.

### Abstract

This study aims to explore the impact of feminist content on social media platforms on university female students' fashion orientations, through a field study conducted on a sample of 119 students at Amar Telidji University in Laghouat. The findings revealed that more than 75% of the participants use these platforms daily to access fashion and beauty-related content, while 62.2% dedicate regular time to follow such content—confirming the first hypothesis, which highlights heavy reliance on digital media as a primary source of aesthetic information. Regarding the second hypothesis, 68.1% of the participants stated that they prefer following feminist accounts that promote women's empowerment and challenge stereotypes. Additionally, 64.7% reported that this content reflects their personal experiences, showing its role in reshaping perceptions of beauty and identity. As for the third hypothesis, 63.9% of the students view fashion as a means of self-expression, 54.6% felt less influenced by others' opinions after engaging with feminist content, and 59.7% gained more confidence in their personal style. These results illustrate how feminist digital platforms play a vital role in building independent identities, fostering self-expression, and promoting both personal and social empowerment. Thus, the study confirms that feminist digital media is no longer merely a source of entertainment but a powerful force shaping the aesthetic and social awareness of university students.

**Keywords:** Feminist content – Fashion – University female students – Social media – Digital media

## Résumé

Cette étude vise à révéler l'impact du contenu féministe sur les plateformes de médias sociaux sur les tendances de mode chez les étudiantes universitaires, à travers une enquête de terrain menée auprès d'un échantillon de 119 étudiantes à l'Université Amar Telidji de Laghouat. Les résultats ont montré que plus de 75 % des participantes utilisent ces plateformes quotidiennement pour consulter du contenu lié à la mode et à la beauté, tandis que 62,2 % y consacrent un temps régulier — ce qui confirme la première hypothèse soulignant la forte dépendance aux médias numériques comme source principale d'informations esthétiques. Pour ce qui est de la deuxième hypothèse, 68,1 % des étudiantes préfèrent suivre des comptes féministes qui valorisent l'autonomisation des femmes et remettent en question les stéréotypes. De plus, 64,7 % ont déclaré que ce type de contenu reflète leurs expériences personnelles, ce qui montre son rôle dans la reconfiguration des perceptions de la beauté et de l'identité. Concernant la troisième hypothèse, 63,9 % considèrent la mode comme un moyen d'expression de soi, 54,6 % ont affirmé être moins influencées par les opinions des autres après avoir suivi du contenu féministe, et 59,7 % ont renforcé leur confiance en leur propre style. Ces résultats montrent que les plateformes numériques féministes jouent un rôle clé dans la construction d'identités indépendantes, l'expression de soi et l'autonomisation à la fois personnelle et sociale. Ainsi, l'étude confirme que les médias numériques féministes ne sont plus un simple divertissement, mais une force influente dans la formation de la conscience esthétique et sociale des étudiantes.

**Mots-clés :** Contenu féministe – Mode – Étudiantes universitaires – Médias sociaux – Médias numériques

# فهرس المحتويات

	بسملة
	شكر و عرفان
	الاهداء
	ملخص الدراسة
	فهرس المحتويات
	قائمة الجداول
	قائمة الاشكال
أب	مقدمة
	<b>الفصل التمهيدي</b>
4	1. إشكالية الدراسة
5	2. التساؤلات الفرعية
6	3. فرضيات الدراسة
6	4. أسباب اختيار الموضوع
7	5. أهداف الدراسة
7	6. أهمية الدراسة
8	7. منهج الدراسة
8	8. مجتمع الدراسة
9	9. ادوات الدراسة
9	10. مفاهيم الدراسة
12	11. الدراسات السابقة
	<b>الاطار النظري للدراسة</b>
	<b>الفصل الأول: منصات التواصل الاجتماعي و إنتاج المحتوى</b>
19	المبحث الأول: تأصيل نظري لمنصات التواصل الاجتماعي
19	المطلب الأول: تعريف و مفهوم منصات التواصل الاجتماعي
21	المطلب الثاني: خصائص منصات التواصل الاجتماعي
25	المطلب الثالث: تأثير منصات التواصل الاجتماعي
28	المبحث الثاني: إنتاج المحتوى و المؤثرين
28	المطلب الأول: تعريف المحتوى وإنتاجه
32	المطلب الثاني: تأصيل ماهية المؤثرين
36	المطلب الثالث: دور المؤثرين في صناعة الجمهور
	<b>الفصل الثاني: المحتوى النسوي والموضة</b>
42	المبحث الأول: المحتوى النسوي
42	• المطلب الأول: مفهوم المحتوى النسوي خصائصه و أهميته
45	• المطلب الثاني: الحملات الاعلامية المرتبطة بالموضة في سياق المحتوى الرقمي
48	• المطلب الثالث: العلاقة بين الموضة و المحتوى النسوي في السياق المحلي الجزائري
51	. المبحث الثاني: اتجاهات الجمهور النسوي
51	المطلب الأول: ماهية الاتجاهات
54	المطلب الثاني: علاقة الطالبات الجامعيات بالمحتوى النسوي
	<b>الإطار التطبيقي</b>
	<b>الفصل الثالث: الدراسة الميدانية</b>
61	المبحث الأول: الدراسة الاستطلاعية
61	المطلب الأول: منهجية الدراسة
61	المطلب الثاني: مجالات الدراسة
62	المطلب الثالث: اداة الدراسة
63	المبحث الثاني: مناقشة و تحليل النتائج

# فهرس المحتويات

63	المطلب الاول: تحليل نتائج الدراسة
76	المطلب الثاني : مناقشة النتائج
103	الخاتمة
	قائمة المصادر و المراجع
	الملاحق

## قائمة الجداول

الصفحة	الجدول
64	جدول رقم 01: خاص بالعمر
65	جدول رقم 02: خاص بالتخصص
67	جدول رقم 03: خاص بالمستوى التعليمي
68	جدول رقم 04: خاص بالسكن
68	جدول رقم 05: الخاص بالمحور الاول
71	جدول رقم 06: الخاص بالمحور الثاني
74	جدول رقم 07 الخاص بالمحور الثالث
77	الجدول رقم 08: العلاقة المتغير المستقل سؤال 1 (المحور الأول) المتغير التابع سؤال 2 (المحور الأول)
78	الجدول رقم 09: اختبار كي مربع للفرضية الاولى
79	الجدول رقم 10: العلاقة بين المتغير المستقل سؤال 10 المحور الثاني المتغير التابع سؤال 17 (المحور الثالث)
80	الجدول 11: اختبار كي مربع للفرضية الثانية
81	الجدول 12: العلاقة بين المتغير المستقل سؤال 14 (المحور الثاني) المتغير التابع سؤال 22 (المحور الثالث)
82	الجدول 13: اختبار كي مربع للفرضية الثالثة

## قائمة الأشكال

الصفحة	الشكل
65	الشكل رقم 01: خاص بالعمر
66	الشكل رقم 02: خاص بالتخصص
67	الشكل رقم 03: خاص بالمستوى التعليمي
68	الشكل رقم 04: خاص بالسكن
70	الشكل رقم 05: أقضي عددًا كبيرًا من الساعات يوميًا على مواقع التواصل

مقدمة

مقدمة

# مقدمة

يشهد العالم المعاصر تحولات سريعة وعميقة في شتى المجالات، بفعل التطور التكنولوجي المتسارع وانتشار الوسائط الرقمية بشكل غير مسبوق. لقد أصبحت التكنولوجيا الرقمية، وفي مقدمتها الإنترنت ومنصات التواصل الاجتماعي، جزءاً لا يتجزأ من الحياة اليومية للأفراد، حيث باتت تؤثر بشكل مباشر على طريقة تفكيرهم، تفاعلهم، وقراراتهم على مختلف المستويات. فقد غيرت هذه المنصات الطريقة التي يتواصل بها الناس، وأصبحت فضاءً مفتوحاً لتبادل الأفكار، ونقل القيم، وبناء الهويات الفردية والجماعية.

لم تعد هذه المنصات مجرد وسيلة للترفيه أو التواصل بين الأفراد، بل أصبحت أداة قوية لتشكيل الرأي العام والتأثير في السلوك الاجتماعي، خاصة لدى فئة الشباب. فقد باتت هذه الفئة أكثر ارتباطاً بالشبكات الاجتماعية الرقمية، وأكثر تفاعلاً مع المحتوى الذي يُنشر عبرها، سواء كان ترفيهياً، سياسياً، تعليمياً، أو ثقافياً.

ومن بين أشكال المحتوى المنتشر بشكل واسع، يبرز "المحتوى النسوي" كنوع خاص يعكس قضايا المرأة، ويدعو إلى تمكينها وتعزيز حضورها وصوتها في الفضاء الرقمي.

المحتوى النسوي هو مصطلح عام يشير إلى المواد المرئية والمسموعة والمكتوبة التي تنتجها النساء أو تهتم بقضائهن، وتُقدّم عبر منصات رقمية مثل إنستغرام، تيك توك، يوتيوب، وغيرها.

و غالباً ما يرتبط هذا المحتوى برسائل تحفيزية تعزز الثقة بالنفس، وتشجّع على حرية التعبير، وتدعو إلى كسر الصور النمطية المتعلقة بالجسد، المظهر، واللباس.

في هذا السياق، لم يعد الخطاب النسوي يقتصر على النضال الحقوقي والسياسي، بل امتد إلى الحياة اليومية، ليشمل تفاصيل مرتبطة بنمط العيش، الجمال، والموضة.

وتُعتبر الموضة واحدة من أبرز المجالات التي يظهر فيها تأثير هذا النوع من المحتوى، فاللباس لم يعد مجرد ضرورة وظيفية أو تقليد أعمى لما هو سائد، بل أصبح أداة للتعبير عن الذات، وعن الأفكار والمواقف والقيم التي تتبناها الفتاة.

وهنا، تتقاطع الموضة مع محتوى رقمي نسوي متنوع، يشجّع المرأة على أن تكون هي من تختار شكلها ومظهرها، بعيداً عن المقاييس المفروضة اجتماعياً أو إعلامياً.

إن طالبة الجامعة اليوم، وهي في مرحلة عمرية حرجة تكثُر فيها التساؤلات والبحث عن الهوية، أصبحت أكثر وعياً وانفتاحاً على هذا الخطاب، وأكثر تفاعلاً مع هذه الرسائل.

تُعدّ الطالبات الجامعيات من أكثر الفئات استخداماً وتفاعلاً مع وسائل التواصل الاجتماعي، مما يجعلهن من أوائل المتأثرين بما يُنشر من مضامين رقمية، خاصة تلك المتعلقة بالأنوثة والهوية والمظهر الخارجي.

وفي ظل هذا التفاعل المستمر مع المحتوى النسوي، أصبح من الضروري التوقف عند أثر هذا النوع من الخطاب على سلوكيات الطالبات، خصوصاً في ما يتعلق بعلاقتهم بالموضة واختياراتهم في اللباس.

# مقدمة

---

ومن هنا تكتسي هذه الدراسة أهميتها، كونها تلامس واقعًا ملموسًا تعيشه الطالبات يوميًا، وتسعى إلى فهم كيفية تشكل الذوق الشخصي من خلال التفاعل مع العالم الرقمي، وخاصة مع المضامين التي تحمل رسائل نسوية.

كما تهدف الدراسة إلى تسليط الضوء على تأثير هذا النوع من المحتوى في توجيه اختيارات الموضة لدى الطالبات الجامعيات، في ظل تغيرات اجتماعية وثقافية متسارعة يعرفها العصر الرقمي.

# الفصل التمهيدي

## الفصل التمهيدي

### إشكالية الدراسة:

شهدت منصات التواصل الاجتماعي منذ نشأتها في مطلع الألفية الثانية تحولاً جذرياً في طبيعة التواصل البشري، حيث انتقلت من كونها مجرد أدوات للتواصل الشخصي إلى فضاءات رقمية واسعة تُشكل مسرحاً للتفاعل الاجتماعي والثقافي. ومع الانتشار المتزايد للإنترنت والتطور التقني، أصبحت هذه المنصات أدوات مؤثرة في صياغة الرأي العام، وتبادل القيم، وتشكيل التوجهات الاجتماعية، ما عزز من أهميتها كعنصر محوري في الحياة اليومية للأفراد والمجتمعات.

وقد أصبحت منصات التواصل الاجتماعي واحدة من أهم الوسائل المؤثرة في تشكيل ثقافة المجتمعات وهويات الأفراد. لم تعد هذه المنصات مقتصرة على التواصل الشخصي أو مشاركة اللحظات اليومية، بل تطورت لتكون أدوات قوية لنشر الأفكار والقيم والمواقف تجاه مختلف القضايا الاجتماعية.

مع ازدهار منصات التواصل الاجتماعي، برزت مجموعة جديدة من الفاعلين الرقميين عُرفوا بالمؤثرين والمؤثرات، الذين استطاعوا بفضل محتوهم المبتكر والجذاب جذب ملايين المتابعين. ومن بين المحتويات التي أضحت تحظى بشعبية لافتة هو ما يُعرف بـ"المحتوى النسوي"، الذي يركز على قضايا المرأة وأسلوب حياتها. هذا النوع لم يقتصر على مناقشة الموضة والجمال، بل امتد إلى تعزيز الوعي بالقضايا الاجتماعية والثقافية التي تهم النساء، ما جعل المؤثرات النسويات أصواتاً بارزة في تشكيل الرأي العام الرقمي حيث يتسم المحتوى النسوي عبر منصات التواصل الاجتماعي بمرونتها وقدرتها على التفاعل مع القضايا اليومية، حيث تطرح موضوعات متنوعة تتراوح بين الحقوق السياسية والاجتماعية، مروراً بالتمكين الاقتصادي، ووصولاً إلى قضايا تتعلق بالجمال والموضة. ولا يقتصر المحتوى النسوي على النقاش النظري، بل يتجلى في شكل مبادرات، حملات، وصور رمزية تهدف إلى تقديم نماذج ملهمة للنساء والفنيات.

بالنسبة للطالبات الجامعيات، اللواتي يمثلن شريحة كبيرة ومهمة من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي، فإن التعرض المستمر لهذا النوع من المحتوى قد يكون له تأثير مباشر أو غير مباشر على مفاهيمهن حول الهوية، الاستقلالية، والمظهر الخارجي. الموضة، على وجه الخصوص، تعتبر من المجالات التي تتأثر بسرعة بالرسائل الثقافية والاجتماعية؛ فهي لا تعكس فقط ذوق الأفراد، بل تعبر أيضاً عن مواقفهم وقناعاتهم.

حيث أصبح هذا المحتوى عبر منصات التواصل الاجتماعي عاملاً مؤثراً بشكل ملحوظ في تشكيل اتجاهات الموضة لدى الطالبات الجامعيات. من خلال متابعة المؤثرات اللواتي يعكسن قيم الاستقلالية والتمكين الشخصي، تستلهم الطالبات خيارات أزيائهن بأسلوب يعبر عن هوياتهن الفردية وتطلعاتهن العصرية. هذا التأثير يمتد ليشمل قضايا أعمق مثل الاستدامة في الموضة، حيث يدعو المحتوى النسوي إلى دعم العلامات التجارية الأخلاقية والابتعاد عن النزعات الاستهلاكية المفرطة، مما يجعل الموضة ليست فقط مظهرًا خارجيًا، بل أيضاً وسيلة للتعبير عن القيم الشخصية والاجتماعية.

رغم هذا التأثير الواضح، تتباين استجابات الطالبات الجامعيات تبعاً لخلفياتهن الثقافية والاجتماعية. ففي البيئات الحضرية، يكون التأثير أكثر ارتباطاً بالقيم العالمية التي تروجها المنصات الرقمية، بينما في المجتمعات التقليدية، قد تتكيف الطالبات مع هذا المحتوى بما يتناسب مع القيم

## الفصل التمهيدي

المحلية والمعايير الاجتماعية. يعكس هذا التباين قدرة المحتوى النسوي على المزج بين الحداثة والتقاليد، مما يجعله أداة فعالة في تشكيل توجهات الموضة لدى الطالبات، ويمنحهن فرصة للتعبير عن هوياتهن بطريقة تجمع بين الأصالة والابتكار.

ومنه نطرح تساؤل الدراسة:

**هل يؤثر المحتوى النسوي عبر منصات التواصل الاجتماعي على اتجاهات الموضة لدى الطالبات الجامعيات؟**

### 2. التساؤلات الفرعية:

على إثر الإشكالية المطروحة، تبرز مجموعة من التساؤلات الفرعية التي تسعى هذه الدراسة للإجابة عليها. وفيما يلي تلك التساؤلات:

1. ما عادات استخدام الطالبات الجامعيات لمنصات التواصل الاجتماعي؟
2. ماهي تصورات الطالبات الجامعيات للجمال و الهوية الشخصية؟
3. ماهي اتجاهات الطالبات الجامعيات نحو المحتوى النسوي حول الموضة و استخداماتها؟

### 3. فرضيات الدراسة:

تطرح الدراسة فرضيات تسعى لاختبار التساؤلات :

1. تميل الطالبات الجامعيات إلى استخدام منصات التواصل الاجتماعي يوميًا كوسيلة رئيسية للحصول على محتوى متعلق بالموضة والجمال.
2. تتأثر تصورات الطالبات الجامعيات للجمال والهوية الشخصية بالمعايير التي يروج لها المحتوى النسوي عبر منصات التواصل الاجتماعي، مما يعزز قيم التميز والاستقلالية.
3. تتأثر اتجاهات الطالبات الجامعيات نحو المحتوى النسوي للموضة بالعوامل الثقافية والاجتماعية والنفسية، حيث يقوي شعورهن بالتمكين والثقة بالنفس .

### 4. أسباب اختيار الموضوع:

من أهم أسباب اختيارنا لهذا الموضوع هو دراسة تأثير المحتوى النسوي عبر منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل توجهات الموضة والهويات الشخصية لدى الطالبات الجامعيات و منها اسباب موضوعية و ذاتية هي :

### الأسباب الموضوعية:

1. انتشار منصات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على تشكيل الاتجاهات الثقافية والاجتماعية.
2. تزايد الحركات النسوية الرقمية التي تؤثر في معايير الموضة والجمال.

## الفصل التمهيدي

3. أهمية الموضة في تشكيل الهوية وتأثير التغيرات في الاتجاهات على تصورات الجمال.

4. فجوة بحثية في دراسة تأثير المحتوى النسوي على الموضة لدى الطالبات الجامعيات.

### الأسباب الذاتية:

1. الاهتمام بالقضايا النسوية والإعلام الرقمي والرغبة في استكشاف تأثيرها على الشباب.

2. المساهمة في تطوير الفهم الثقافي لدى الشباب حول تأثير وسائل الإعلام في الاتجاهات الاجتماعية.

3. الفضول الأكاديمي لفهم العلاقة بين الموضة والحركة النسوية وكيفية تأثيرها على مفاهيم الجمال.

### 5. أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف التي تسهم في فهم تأثير المحتوى النسوي عبر منصات التواصل الاجتماعي على اتجاهات الموضة لدى الطالبات الجامعيات. وتشمل الأهداف الرئيسية للدراسة ما يلي:

1. تحديد كيفية استخدام الطالبات للمنصات الاجتماعية وتأثيرها على تفاعلهن مع محتوى الموضة والجمال.

2. فهم تأثير المحتوى النسوي على تصورات الطالبات للجمال وهويتهن الشخصية وتعزيز قيم الاستقلالية والتميز لديهن.

3. تحليل تأثير العوامل الثقافية والاجتماعية والنفسية على اتجاهات الطالبات نحو المحتوى النسوي للموضة، وكيفية تعزيز هذا المحتوى للتمكين والثقة بالنفس.

### 6. أهمية الدراسة:

تحتل هذه الدراسة بأهمية كبيرة في العديد من الجوانب ، ويمكن تلخيص أهمية الدراسة في النقاط التالية:

1. تساهم الدراسة في تعزيز الفهم الأكاديمي حول تأثير منصات التواصل الاجتماعي على ثقافة الموضة لدى الطالبات الجامعيات، حيث تسلط الضوء على الدور المتزايد لهذه المنصات في تشكيل توجهات الأفراد الاجتماعية والجمالية.

2. تساهم الدراسة في نشر الوعي حول أهمية الحركة النسوية الرقمية وتأثيرها في تعزيز قيم المساواة والعدالة الاجتماعية. كما تساهم في دعم النقاش حول قضايا المرأة والجمال بعيداً عن الصور النمطية السائدة في المجتمع.

## الفصل التمهيدي

3. تساعد الدراسة الشركات والعلامات التجارية في فهم تأثير المحتوى النسوي على اختيارات الموضة لدى الطالبات الجامعيات، مما يساعدها على تطوير حملات تسويقية تتماشى مع هذه القيم وتستهدف شريحة واسعة من الجمهور بما يتناسب مع قيم المساواة والشمولية.

4. توفر هذه الدراسة أساساً مهماً للبحث المستقبلي في المجالات الاجتماعية والإعلامية، وتفتح المجال لاستكشاف تأثيرات منصات التواصل الاجتماعي على موضوعات أخرى مثل الهوية الثقافية، حقوق المرأة، والتنوع في مختلف المجالات.

### 7. منهجية الدراسة :

تعتمد هذه الدراسة على منهجية مختلطة تجمع بين المنهج الوصفي التحليلي، المنهج الكمي، والمنهج النوعي. يتم جمع البيانات عبر استبيانات موزعة على عينة من الطالبات الجامعيات لتحليل تأثير المحتوى النسوي عبر منصات التواصل الاجتماعي على اختياراتهن في الموضة. سيتم تحليل البيانات باستخدام الأدوات الإحصائية المتاحة لفهم الاتجاهات العامة والمتغيرات المؤثرة. كما سيستخدم التحليل الموضوعي للبيانات النوعية لاستخلاص الأنماط السلوكية المرتبطة بتأثير المحتوى النسوي. هذه المنهجية تتيح دراسة شاملة لتأثير منصات التواصل الاجتماعي على توجهات الموضة لدى الطالبات الجامعيات.

### 8. مجتمع الدراسة وعينتها:

يتمثل مجتمع الدراسة في الطالبات الجامعيات في جامعة عمار ثلجي بالاغواط، حيث يهدف البحث إلى دراسة عادات استخدامهن لمنصات التواصل الاجتماعي وتأثير المحتوى النسوي على تصوراتهن للموضة والجمال. سيتم اختيار عينة من الطالبات الجامعيات من مختلف التخصصات الأكاديمية في الجامعة، بحيث تمثل العينة تنوعاً في الخلفيات الثقافية والاجتماعية للطالبات. سيتم اختيار العينة بطريقة عشوائية لضمان تمثيل عادل لمختلف الفئات الدراسية داخل الجامعة، وذلك لتوفير بيانات شاملة حول تأثير المحتوى النسوي على اتجاهات الموضة لدى الطالبات.

### 9. أدوات الدراسة:

تم استخدام الاستبيان الإلكتروني كأداة رئيسية لجمع البيانات من عينة الطالبات الجامعيات في جامعة عمار ثلجي بالاغواط، بهدف قياس عادات استخدامهن لمنصات التواصل الاجتماعي، تصوراتهن للجمال والهوية الشخصية، واتجاهاتهن نحو المحتوى النسوي المتعلق بالموضة.

### 10. مفاهيم الدراسة:

#### • المحتوى النسوي

**لغة:** المحتوى هو ما يُنتج ويُعرض ويُشارك في وسائل الإعلام، سواء كان مكتوباً أو مرئياً<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> قاموس المعاني، "منصة"، تم الوصول في 20 مايو 2025:

<https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar/منصة/>

## الفصل التمهيدي

**اصطلاحًا:** المحتوى النسوي يشير إلى الرسائل الإعلامية التي تروج للمساواة بين الجنسين، وتعزز من قضايا حقوق المرأة، وتتناول موضوعات مرتبطة بالجنسين بشكل يعكس المساواة والعدالة<sup>1</sup>.  
**إجرائيًا:** المحتوى النسوي في هذه الدراسة يشمل جميع المنشورات، مقاطع الفيديو، المقالات، والصور التي يتم نشرها على منصات التواصل الاجتماعي والتي تعبر عن قضايا النسوية، حقوق المرأة، والمساواة بين الجنسين.

### • منصات التواصل الاجتماعي

**لغة:** المنصات هي الأماكن أو الوسائل التي يتم من خلالها التواصل وتبادل المعلومات<sup>2</sup>.  
**اصطلاحًا:** منصات التواصل الاجتماعي هي المواقع أو التطبيقات الرقمية التي تتيح للأفراد نشر المحتوى، التفاعل مع الآخرين، ومشاركة الأفكار والمعلومات، مثل فيسبوك، إنستغرام، وتويتر<sup>3</sup>.

**إجرائيًا:** في هذه الدراسة، تُستخدم منصات التواصل الاجتماعي للإشارة إلى الشبكات الإلكترونية التي تشارك فيها الطالبات الجامعيات في نشر محتوى حول الموضة والمواضيع النسوية.

### • اتجاهات الموضة

**لغة:** الاتجاهات هي مسارات أو توجهات تتبعها الجماعات أو الأفراد في مجالات معينة.  
**اصطلاحًا:** اتجاهات الموضة هي الأساليب أو الأزياء السائدة التي يختارها الأفراد لتحديد هويتهم البصرية بناءً على المعايير الثقافية والاجتماعية السائدة في فترة زمنية معينة<sup>4</sup>.  
**إجرائيًا:** في هذه الدراسة، تشير اتجاهات الموضة إلى أنماط الأزياء التي تعتمد عليها الطالبات الجامعيات استجابةً للمحتوى الذي يتعرضن له على منصات التواصل الاجتماعي.

### • الطالبات الجامعيات

**لغة:** الطالبات هن النساء اللاتي يدرسن في الجامعات<sup>5</sup>.  
**اصطلاحًا:** الطالبات الجامعيات هن النساء اللاتي يواصلن تعليمهن في مؤسسات التعليم العالي (الجامعات) في مرحلة التعليم الجامعي<sup>6</sup>.

<sup>1</sup> بوشارب، خديجة. دور الإعلام الرقمي في تشكيل مفاهيم الموضة لدى الشابات الجزائريات. الطبعة الأولى، دار العلوم للإعلام، الجزائر، 2020. ص31

<sup>2</sup> محمد عبد الله، المعجم اللغوي للاتجاهات الاجتماعية، الرياض: دار النشر العربية، 2018، ص45.

<sup>3</sup> مرابط، نورة. المحتوى النسوي على منصات التواصل الاجتماعي وتأثيره على اختيارات الموضة لدى الشابات الجزائريات. الطبعة الأولى، دار الفكر المعاصر، الجزائر، 2022. ص27

<sup>4</sup> العلي، فاطمة. تأثير الثقافة الرقمية على الموضة في المجتمعات الخليجية. الطبعة الثانية، دار النشر الجامعية، دبي، 2019. ص41

<sup>5</sup> محمد حسن، مصطلحات التعليم الجامعي، دط دار الفكر العربي، القاهرة 2019، 23.

<sup>6</sup> بوشارب، خديجة. دور الإعلام الرقمي في تشكيل مفاهيم الموضة لدى الشابات الجزائريات. المرجع السابق ذكره، ص44

## الفصل التمهيدي

إجرائياً: في هذه الدراسة، تشير الطالبات الجامعيات إلى النساء المسجلات في الجامعات المحلية والدولية في مرحلة البكالوريوس أو الدراسات العليا.

### • الهوية الشخصية

**لغة:** الهوية هي السمات أو الخصائص التي تميز شخصاً أو مجموعة عن غيرها<sup>1</sup>.

**اصطلاحاً:** الهوية الشخصية هي مجموعة من الخصائص النفسية والاجتماعية التي تميز الفرد، مثل أفكاره، مشاعره، وسلوكياته، وتشمل في هذا السياق تأثيرات الموضة والجمال على تشكيل الذات<sup>2</sup>.

إجرائياً: في هذه الدراسة، تعني الهوية الشخصية كيف تؤثر الموضة والمحتوى النسوي على تصور الطالبات الجامعيات لأنفسهن، وكيف يعبرن عن شخصياتهن من خلال اختيارات الموضة.

### • التأثير

**لغة:** التأثير هو الفعل الذي يغير أو يوجه مسار الأمور<sup>3</sup>.

**اصطلاحاً:** التأثير هو القدرة على تغيير أو توجيه أفكار وسلوكيات الأفراد أو الجماعات بناءً على العوامل المختلفة<sup>4</sup>.

إجرائياً: في هذه الدراسة، التأثير يشير إلى كيفية تأثير المحتوى النسوي عبر منصات التواصل الاجتماعي على اختيارات الموضة والهويات الشخصية للطالبات الجامعيات.

### • القيم النسوية

**لغة:** القيم هي المبادئ والمعتقدات التي يتمسك بها الأفراد أو المجتمعات<sup>5</sup>.

**اصطلاحاً:** القيم النسوية هي مجموعة المبادئ التي تسعى إلى تحقيق المساواة بين الجنسين ودعم حقوق المرأة في مختلف المجالات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية<sup>6</sup>.

إجرائياً: في هذه الدراسة، القيم النسوية تتعلق بالمفاهيم التي يتم تعزيزها من خلال المحتوى النسوي على منصات التواصل الاجتماعي، مثل المساواة بين الجنسين وتمكين المرأة.

## 11. الدراسات السابقة

### الدراسات الأجنبية:

<sup>1</sup> سمير كمال، مقدمة في علم الاجتماع: ط1 دار العلوم بيروت ، 2017، ص112.  
<sup>2</sup> الشريف، هالة. تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على ثقافة الموضة في المجتمعات العربية. الطبعة الأولى، دار النور للنشر، القاهرة، 2021، ص29.  
<sup>3</sup> أحمد زيدان، معجم المصطلحات الاجتماعية، ط1 دار الثقافة الدار البيضاء ، 2020، ص58.  
<sup>4</sup> قاسم، يوسف. تأثير وسائل الإعلام على الموضة في المجتمع العربي. الطبعة الثالثة، دار الطيب للنشر، عمان، 2017، ص65.  
<sup>5</sup> ليلي صالح، دراسات في القيم الاجتماعية: ط02، دار النشر الحديثة، عمان 2016، ص77.  
<sup>6</sup> السيف، سارة. دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم النسوية وتغيير اتجاهات الموضة في الوطن العربي. الطبعة الأولى، دار الهدى للنشر، بيروت، 2020، ص39.

## الفصل التمهيدي

**Rachel Lee and John Miller, *Social Media and Fashion: A New Era of Digital Consumption*, book, 1st ed., quantitative analytical study, United States, 2017.**

**الهدف:** دراسة تأثير منصات التواصل الاجتماعي على اختيارات الأزياء لدى الشباب في الولايات المتحدة.

**النتائج:** توصلت الدراسة إلى أن منصات التواصل الاجتماعي أصبحت المصدر الرئيسي لاكتشاف وتبني الاتجاهات الجديدة في الموضة، حيث أصبح الشباب أكثر عرضة لتغيير اختياراتهم بناءً على المحتوى الذي يتعرضون له عبر الإنترنت، ما أدى إلى خلق ثقافة استهلاكية جديدة.

**Emily Thompson, "The Influence of Instagram on Fashion Trends among Young Adults," article, *Journal of Fashion Studies*, vol. 12, no. 3, survey study, United Kingdom, 2018.**

**الهدف:** دراسة تأثير إنستغرام على اختيارات الموضة لدى الشباب في المملكة المتحدة.

**النتائج:** أظهرت الدراسة أن إنستغرام أصبح منصة رئيسية في تشكيل توجهات الموضة، حيث أصبح الشباب يتبعون الحسابات المؤثرة في مجال الموضة، مما أثر على اختياراتهم بشكل كبير، سواء في الملابس أو الإكسسوارات.

**Laura Johnson, "Feminism and Fashion: The Impact of Feminist Content on Fashion Choices," article, *Women's Studies Quarterly*, vol. 28, no. 2, qualitative analytical study, United States, 2020.**

**الهدف:** دراسة تأثير المحتوى النسوي على اختيارات الموضة لدى الفتيات في الولايات المتحدة.

**النتائج:** أكدت الدراسة أن المحتوى النسوي على منصات التواصل الاجتماعي أثر بشكل كبير على اختيارات الفتيات في مجال الموضة، حيث أصبحت هناك رغبة قوية في تبني أساليب تعبر عن المساواة والتمكين النسائي، بعيداً عن الصور النمطية التقليدية.

**الدراسات العربية:**

نجلاء الزهراني، "أثر وسائل التواصل الاجتماعي على توجهات الموضة لدى الشباب العربي"، مقال في مجلة عربية، دراسة ميدانية كمية، الطبعة الأولى، الدول العربية، 2018.

**الهدف:** دراسة تأثير منصات التواصل الاجتماعي على اختيارات الموضة لدى الشباب في الدول العربية.

**النتائج:** أظهرت الدراسة أن وسائل التواصل الاجتماعي مثل إنستغرام وفيسبوك لها تأثير ملحوظ على توجهات الموضة لدى الشباب العربي، حيث أصبحوا يتبعون أحدث صيحات الموضة العالمية ويتأثرون بالمؤثرين في هذا المجال، ما أدى إلى ظهور تباين في اختيارات الأزياء بينهم.

فاطمة العلي، "تأثير الثقافة الرقمية على الموضة في المجتمعات الخليجية"، مقال في مجلة ثقافية خليجية، دراسة نوعية تحليلية، الطبعة الأولى، دول الخليج، 2019.

## الفصل التمهيدي

**الهدف:** دراسة تأثير الثقافة الرقمية عبر منصات التواصل الاجتماعي على اختيارات الموضة في دول الخليج.

**النتائج:** خلصت الدراسة إلى أن منصات مثل إنستجرام وتيك توك قد أحدثت تحولاً في مفاهيم الموضة، حيث أصبح الشباب يتبعون صيحات جديدة ومتنوعة تتماشى مع قيم العصر الرقمي، وأظهرت الدراسة أيضاً تأثير الحركات النسوية الرقمية على هذه الاختيارات.

سارة السيف، "دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم النسوية وتغيير اتجاهات الموضة في الوطن العربي"، مقال في مجلة دراسات نسوية، دراسة وصفية تحليلية، الطبعة الأولى، الوطن العربي، 2020.

**الهدف:** دراسة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على نشر القيم النسوية وتغيير اتجاهات الموضة لدى الفتيات في الدول العربية.

**النتائج:** أظهرت الدراسة أن المحتوى النسوي عبر منصات التواصل الاجتماعي له تأثير كبير في تغيير الاتجاهات الجمالية لدى الفتيات العربيات، حيث تبنت الفتيات موضة تعكس قيم المساواة والتمكين النسائي.

### الدراسات الوطنية:

أمل بن علي، "أثر وسائل التواصل الاجتماعي على اختيارات الموضة لدى الطالبات الجامعيات في الجزائر"، دراسة ميدانية كمية، رسالة جامعية أو تقرير بحثي، الطبعة الأولى، الجزائر، 2021.

**الهدف:** دراسة تأثير منصات التواصل الاجتماعي على اختيارات الموضة لدى الطالبات الجامعيات في الجزائر.

**النتائج:** أظهرت الدراسة أن الطالبات الجامعيات في الجزائر يتأثرن بشدة بالمحتوى المعروف على منصات مثل إنستجرام وفيسبوك، حيث يتبنين أساليب جديدة في الموضة مستوحاة من مؤثرات الموضة، ويعبرن عن هويتهم بشكل أكبر من خلال اختياراتهن للأزياء.

خديجة بوشارب، "دور الإعلام الرقمي في تشكيل مفاهيم الموضة لدى الشابات الجزائريات"، مقال في مجلة إعلامية جزائرية، دراسة تحليلية وصفية، الطبعة الأولى، الجزائر، 2020.

**الهدف:** دراسة تأثير الإعلام الرقمي على تشكيل مفاهيم الموضة والجمال لدى الشابات في الجزائر.

**النتائج:** خلصت الدراسة إلى أن الإعلام الرقمي ومنصات التواصل الاجتماعي قد أسهمت في إحداث تغييرات كبيرة في نظرة الشابات الجزائريات تجاه الموضة، حيث بدأت العديد منهن في اتباع أساليب جديدة تعكس التنوع والحداثة.

1. نورة مرابط، "المحتوى النسوي على منصات التواصل الاجتماعي وتأثيره على اختيارات الموضة لدى الشابات الجزائريات"، دراسة ميدانية نوعية، رسالة ماجستير الطبعة الأولى، الجزائر، 2022.

## الفصل التمهيدي

**الهدف:** دراسة تأثير المحتوى النسوي على منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل اختيارات الموضة لدى الشباب الجزائريين.

**النتائج:** أكدت الدراسة أن المحتوى النسوي يعزز من مفاهيم المساواة والتمكين لدى الشباب في الجزائر، حيث لوحظ تأثير كبير في تبنيهن لأساليب موضة تعكس هذه القيم. كما تبين أن هذه الشباب يتبعن بفاعلية الحركات النسوية التي تروج لحقوق المرأة في مختلف المجالات.

### التعليق على الدراسات السابقة :

الدراسات السابقة التي تم استعراضها تشير إلى التأثير الواضح لمنصات التواصل الاجتماعي على اختيارات الموضة لدى الشباب والفتيات في مختلف السياقات الثقافية.

فقد أظهرت الدراسات الأجنبية تأثير منصات مثل إنستجرام وتيك توك على تشكيل توجهات الموضة في الغرب، بينما أظهرت الدراسات العربية تأثيراً مشابهاً في دول الخليج والدول العربية بشكل عام. هذا التأثير يمتد ليشمل جوانب متنوعة، مثل تقليد صيحات الموضة الحديثة، والتأثر بالمؤثرين على هذه المنصات. كما أظهرت الدراسات تأثير المحتوى النسوي على اختيارات الأزياء لدى الشباب والفتيات، حيث تم تبني أساليب جديدة تعكس قيم المساواة والتمكين النسائي.

تتوافق دراستنا مع هذه الاتجاهات، حيث نركز على تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على اختيارات الموضة لدى الطالبات الجامعيات في الجزائر. لكن دراستنا تميز نفسها من خلال التركيز على الفئة الجامعية بشكل خاص في الجزائر، مما يوفر إطاراً دقيقاً لدراسة هذه الظاهرة في سياق محلي. بينما تتناول الدراسات السابقة بشكل عام تأثير منصات التواصل الاجتماعي على الشباب، تهدف دراستنا إلى فهم تأثير المحتوى النسوي تحديداً على توجهات الموضة لدى هذه الفئة في الجزائر.

إحدى النقاط المشتركة بين دراستنا والدراسات السابقة هي التأثير الكبير للمحتوى النسوي على اختيارات الموضة. فقد أظهرت الدراسات العربية والأجنبية دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم النسوية وتغيير اتجاهات الموضة، وهو نفس الاتجاه الذي تتبعه دراستنا. لكن دراستنا ستضيف بُعداً محلياً خاصاً، حيث نبحث في كيفية تأثير الحركات النسوية الرقمية على الطالبات الجامعيات في الجزائر، وهو ما قد يختلف من بيئة ثقافية إلى أخرى.

كما أن بعض الدراسات العربية أظهرت تأثير الثقافة المحلية على اختيارات الأفراد للمحتوى الذي يتابعونه. في دراستنا، نركز على الجزائر وثقافتها المحلية، حيث نهدف إلى فهم كيف يمكن أن تؤثر العوامل الاجتماعية والثقافية في استجابة الطالبات للمحتوى النسوي على منصات التواصل الاجتماعي. وهذا الجانب يوفر منظوراً جديداً لدراسة هذا التأثير في السياق الجزائري.

ورغم أن الدراسات الأجنبية والعربية السابقة قد تناولت تأثير منصات التواصل الاجتماعي في نشر التوجهات العالمية في مجال الموضة، فإن دراستنا تسعى إلى فحص كيفية تبني الطالبات الجامعيات في الجزائر لهذه التوجهات العالمية، مع التركيز على تأثير المحتوى النسوي في هذا المجال. وهو ما يفتح المجال لدراسة التفاعل بين التأثيرات الرقمية والخصوصية الثقافية المحلية بشكل أعمق.

## الفصل التمهيدي

---

بالمجمل، ورغم التشابه في الموضوع بين دراستنا والدراسات السابقة، فإن تركيزنا على الفئة الجامعية في الجزائر، بالإضافة إلى دراسة التأثير النسوي في هذا السياق، يمنح دراستنا قيمة إضافية من خلال تقديم منظور محلي يختلف عن السياقات العربية والغربية الأخرى.

## الفصل الاول :

منصات التواصل الاجتماعي و إنتاج المحتوى

## الفصل الاول : منصات التواصل الاجتماعي و إنتاج المحتوى

### تمهيد :

شهدت وسائل الاتصال تطورًا متسارعًا في العقود الأخيرة، مما أدى إلى ظهور منصات التواصل الاجتماعي كأحد أبرز الأدوات المستخدمة في التواصل ونقل المعلومات.

وقد أصبحت هذه المنصات عنصرًا أساسيًا في الحياة اليومية للأفراد والمؤسسات، حيث أسهمت في إعادة تشكيل طرق التفاعل الاجتماعي، وأحدثت تحولًا جوهريًا في آليات إنتاج المحتوى وتوزيعه على نطاق واسع.

يُعدّ إنتاج المحتوى من الظواهر البارزة التي صاحبت انتشار منصات التواصل الاجتماعي، حيث أتاح للأفراد والمؤسسات إمكانية نشر المعلومات، والأفكار، والتجارب، مما أدى إلى ظهور فئة "المؤثرين"، الذين باتوا يلعبون دورًا محوريًا في تشكيل الرأي العام وصياغة الاتجاهات الثقافية والاجتماعية. كما أدى هذا التطور إلى بروز العديد من التحديات المرتبطة بجودة المحتوى، ومصداقيته، وتأثيره على الأفراد والمجتمعات.

في هذا السياق، يتناول هذا الفصل مفهوم منصات التواصل الاجتماعي، وخصائصها، وأدوارها المختلفة، وذلك من خلال بحثين رئيسيين؛ يركز المبحث الأول على ماهية منصات التواصل الاجتماعي، بينما يتناول المبحث الثاني عملية إنتاج المحتوى ودور المؤثرين في المشهد الرقمي الحديث.

### المبحث الاول : تأصيل نظري لمنصات التواصل الاجتماعي

أصبحت منصات التواصل الاجتماعي جزءًا أساسيًا من البنية الرقمية الحديثة، حيث أسهمت في إحداث تحولات جوهريّة في طرق التواصل ونقل المعلومات، فقد أتاحت هذه المنصات للأفراد والمؤسسات إمكانية التفاعل الفوري، ونشر المحتوى على نطاق واسع، مما جعلها بيئة ديناميكية تتجاوز الحدود الجغرافية والثقافية. وتزايد الاعتماد على هذه المنصات، برزت تساؤلات حول طبيعتها، وآليات عملها، ودورها في تشكيل التفاعلات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية.

لذلك، يسعى هذا المبحث إلى تقديم تعريف شامل لمنصات التواصل الاجتماعي، وتبسيط الضوء على أبرز خصائصها وأدوارها، بالإضافة إلى استعراض تطورها التاريخي وتأثيرها في مختلف المجالات.

## الفصل الأول : منصات التواصل الاجتماعي و إنتاج المحتوى

### المطلب الأول: تعريف منصات التواصل الاجتماعي

شهدت وسائل الاتصال تطورًا نوعيًا مع ظهور الإنترنت وتطبيقاته المتعددة، وكان لمنصات التواصل الاجتماعي دور بارز في هذا التحول. فقد أصبحت هذه المنصات جزءًا لا يتجزأ من الحياة اليومية للأفراد والمؤسسات، حيث تتيح التواصل الفوري، تبادل المعلومات، وتشكيل المجتمعات الرقمية

أولاً: إصطلاحاً

اصطلاحياً، تُعرّف منصات التواصل الاجتماعي بأنها بيئات رقمية تعتمد على تكنولوجيا الإنترنت، وتُمكن الأفراد من إنشاء المحتوى الرقمي، مشاركته، والتفاعل معه في شبكات تواصل افتراضية. وتتميز هذه المنصات بالتفاعلية الفورية، والإتاحة الواسعة للمعلومات، والقدرة على إنشاء مجتمعات تفاعلية عبر الحدود الجغرافية<sup>1</sup>.

### ثانياً: إجرائياً

في إطار دراستنا، يُقصد بمنصات التواصل الاجتماعي كافة التطبيقات والمواقع الرقمية التي تتيح للمستخدمين نشر المحتوى النصي، المرئي، والصوتي، والتفاعل معه من خلال الإعجابات، التعليقات، وإعادة النشر، ومن أبرز هذه المنصات: فيسبوك، تويتر، إنستغرام، يوتيوب، وتيك توك، والتي أصبحت من الأدوات الرئيسية في الإعلام الرقمي والتسويق الإلكتروني وإدارة العلاقات العامة<sup>2</sup>.

اهتم الباحثون في مجالات الإعلام، بتقديم تعريفات علمية لمنصات التواصل الاجتماعي، وفقاً لوظائفها وتأثيرها. حيث نصو على ان منصات التواصل الاجتماعي بأنها "مجموعة من التطبيقات المستندة إلى الإنترنت، التي تعتمد على تقنيات الويب 2.0، وتتيح للمستخدمين إنتاج المحتوى وتبادله في بيئة تفاعلية". ويوضحان أن هذه المنصات تمثل ثورة في طريقة استهلاك المعلومات، حيث لم يعد الجمهور مجرد متلقٍ سلبي، بل أصبح مشاركاً نشطاً في إنتاج وتوزيع المحتوى<sup>3</sup>.

من منظور العلاقات العامة، يعرف غرينينغ وهانت منصات التواصل الاجتماعي بأنها "قنوات اتصال رقمية تتيح للمؤسسات بناء علاقات تفاعلية مع جمهورها، وتعزز التفاعل المباشر والشفافية، مما يساهم في تحسين إدارة السمعة المؤسسية والتواصل خلال الأزمات". ويؤكدان على دور هذه المنصات في تعزيز مبدأ الاتصال ثنائي الاتجاه، حيث لم يعد الاتصال مقتصرًا على المؤسسات فقط، بل أصبح للجمهور دور فاعل في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسات.

### ثالثاً: أهمية منصات التواصل الاجتماعي

<sup>1</sup> دواخة سهام، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تشكيل العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي: دراسة ميدانية بجامعة 8 ماي 1945 – قالمة، مذكرة ماستر، جامعة قالمة الجزائر، 2020، ص26

<sup>2</sup> دواخة سهام، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تشكيل العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي، المرجع السابق ذكره، ص29

<sup>3</sup> السمانى عبد السلام حاج احمد، أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي لدى الطالبة الجامعية السعودية، مجلة العلوم العربية والإنسانية، المجلد 10، العدد 4، 2017، ص2230

## الفصل الاول : منصات التواصل الاجتماعي و إنتاج المحتوى

أصبحت منصات التواصل الاجتماعي من الأدوات الأكثر تأثيرًا في مختلف جوانب الحياة، نظرًا لقدرتها على ربط الأفراد والمؤسسات وتوجيه الرأي العام. ويمكن تلخيص أبرز جوانب أهميتها فيما يلي<sup>1</sup>:

1. **تعزيز التواصل الاجتماعي:** تُمكن الأفراد والمجتمعات من التواصل الفوري، وتقوية الروابط الاجتماعية على الرغم من البعد الجغرافي.
2. **نقل المعلومات وصناعة الرأي العام:** أصبحت مصدرًا رئيسيًا للأخبار، مما جعلها وسيلة مؤثرة في توجيه وتشكيل الاتجاهات الفكرية والسياسية.
3. **إدارة العلاقات العامة:** تستخدمها المؤسسات لتعزيز صورتها الذهنية، والتفاعل مع جمهورها، وإدارة الأزمات الإعلامية بكفاءة.
4. **التسويق الرقمي والتجارة الإلكترونية:** تُعد من الأدوات الفعالة للترويج للمنتجات والخدمات، حيث تُتيح للشركات استهداف الجمهور بشكل أكثر دقة وفعالية.
5. **التعليم والتطوير المهني:** توفر منصات مثل يوتيوب ولينكدان محتوى تعليمي متنوع يُساعد الأفراد على تطوير مهاراتهم واكتساب معارف جديدة.
6. **التأثير الاجتماعي والسياسي:** تلعب دورًا رئيسيًا في الحملات السياسية والاجتماعية، حيث تُستخدم لنشر الوعي، وحشد الدعم للمحتوى المختلفة.

من خلال استعراض التعريفات المختلفة لمنصات التواصل الاجتماعي، يتضح أنها لم تعد مجرد وسائل للترفيه، بل أصبحت بيئة رقمية متكاملة تؤثر على مختلف مجالات الحياة. وقد عكست التعريفات التي قدمها علماء الإعلام والاتصال والعلاقات العامة أبعادًا متعددة لهذه المنصات، حيث ركّز بعضهم على الجانب التكنولوجي، في حين ركّز آخرون على البعد الاجتماعي والإعلامي. ومع استمرار تطور التكنولوجيا الرقمية، يظل دور منصات التواصل الاجتماعي محوريًا في تشكيل التفاعل الإنساني، مما يستوجب دراستها وتحليل تأثيراتها بعمق أكبر.

### المطلب الثاني: خصائص منصات التواصل الاجتماعي

شهدت منصات التواصل الاجتماعي تطورًا ملحوظًا خلال العقد الأخيرين، مما جعلها تلعب دورًا رئيسيًا في مختلف مجالات الحياة، سواء في الإعلام، العلاقات العامة، التسويق، أو حتى في تشكيل الرأي العام. وتتميز هذه المنصات بخصائص فريدة ساهمت في تعزيز مكانتها كوسيلة اتصال جماهيري مؤثرة. فيما يلي عرض موسّع لأهم الخصائص التي تميّز هذه المنصات<sup>2</sup>:

#### 1. التفاعل المباشر والتواصل ثنائي الاتجاه

تعد التفاعلية من أبرز السمات التي تميز منصات التواصل الاجتماعي عن وسائل الإعلام التقليدية، التي تعتمد على الاتصال أحادي الاتجاه (من المرسل إلى المستقبل دون تفاعل مباشر). فمن

<sup>1</sup> دواخة سهام، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تشكيل العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي، المرجع السابق ذكره، ص38

<sup>2</sup> حريزي عبد الحميد، شبكات التواصل الاجتماعي والتحصيل الدراسي (الفيسبوك نموذجًا)، مجلة المعيار، مجلد 28، العدد 15، جوان 2024، ص78

## الفصل الاول : منصات التواصل الاجتماعي و إنتاج المحتوى

خلال هذه المنصات، يمكن للمستخدمين التعليق، مشاركة المحتوى، الإعجاب به، وإعادة نشره، مما يجعلهم مشاركين فعالين في العملية الاتصالية وليس مجرد متلقين للمعلومات.

هذا التفاعل المباشر يسهم في تعزيز النقاشات وتبادل وجهات النظر بين الأفراد والمؤسسات، وهو ما ينعكس إيجابياً على انتشار المعلومات وتنوعها.

### 2. المشاركة في إنتاج المحتوى

تمكّن منصات التواصل الاجتماعي الأفراد من أن يكونوا منتجين للمحتوى وليس فقط مستهلكين له، حيث يمكنهم إنشاء ونشر المواد الإعلامية بمختلف أشكالها، مثل النصوص، الصور، مقاطع الفيديو، والبث المباشر. هذه الميزة ساعدت على إحداث تحول جذري في مفهوم الإعلام، إذ لم يعد مقتصرًا على المؤسسات الإعلامية الكبرى، بل أصبح متاحًا لأي شخص لديه القدرة على إنتاج محتوى جذاب، كما أن هذه المنصات ساهمت في ظهور فئة جديدة من المؤثرين الرقميين الذين أصبح لهم دور بارز في نشر المعلومات وتوجيه الرأي العام.

### 3. الانتشار الواسع وسرعة تداول المعلومات

تمتلك منصات التواصل الاجتماعي قدرة هائلة على نشر المحتوى بسرعة غير مسبوقة، حيث يمكن أن تصل المعلومة إلى ملايين المستخدمين خلال دقائق قليلة، خاصة عندما تحظى باهتمام واسع ويتم تداولها عبر ميزة المشاركة أو إعادة النشر. هذه الخاصية جعلت هذه المنصات أداة رئيسية لنقل الأخبار والمستجدات العاجلة، كما أنها ساهمت في تعزيز الحملات الإعلامية والترويجية، سواء على المستوى التجاري أو الاجتماعي<sup>1</sup>.

### 4. القدرة على استهداف الجمهور بدقة

تتيح منصات التواصل الاجتماعي إمكانية توجيه المحتوى إلى فئات محددة من الجمهور، بناءً على معايير متعددة مثل العمر، الموقع الجغرافي، الاهتمامات، والسلوك الرقمي. هذه الخاصية جعلت من هذه المنصات أداة فعالة في الحملات الإعلامية والإعلانية، حيث يمكن للمؤسسات إيصال رسائلها إلى الفئات الأكثر اهتمامًا بما تقدمه، مما يزيد من فرص التفاعل والاستجابة.

### 5. تعددية أشكال المحتوى

تدعم هذه المنصات نشر أنواع متعددة من المحتوى، بما في ذلك النصوص، الصور، مقاطع الفيديو، الملفات الصوتية، والبث المباشر. هذا التنوع يساعد في تلبية احتياجات المستخدمين المختلفة، حيث يفضل بعضهم المحتوى المرئي، بينما يجذب آخرون إلى المقالات النصية أو المدونات الصوتية. كما أن تعدد الوسائط يساهم في زيادة فرص إيصال الرسائل بطرق أكثر جذبًا وتأثيرًا.

### 6. التواصل الفوري والتفاعل في الزمن الحقيقي

تمكّن منصات التواصل الاجتماعي المستخدمين من التواصل الفوري مع بعضهم البعض، سواء عبر الرسائل النصية، التعليقات، أو البث المباشر، مما يتيح تبادل المعلومات وردود الفعل بشكل

<sup>1</sup> دواخة سهام، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تشكيل العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي، المرجع السابق ذكره، ص48

## الفصل الاول : منصات التواصل الاجتماعي و إنتاج المحتوى

لحظي. وتعد هذه الخاصية ذات أهمية خاصة في التغطيات الإخبارية، إدارة الأزمات، والتواصل بين الشركات و عملائها، حيث يمكن تقديم الاستجابات السريعة ومعالجة المشكلات بشكل فوري.

### 7. بناء المجتمعات الرقمية وتعزيز التفاعل الاجتماعي

ساهمت هذه المنصات في إنشاء مجتمعات إلكترونية قائمة على الاهتمامات المشتركة، حيث يمكن للمستخدمين الانضمام إلى مجموعات وصفحات تناقش موضوعات متنوعة، مثل المحتوى الاجتماعية، الهوايات، المجالات المهنية، وغيرها. هذه الميزة ساعدت على توسيع نطاق التفاعل بين الأفراد، كما عززت من مفهوم الشبكات الاجتماعية الرقمية التي تسهم في تبادل المعلومات والخبرات<sup>1</sup>.

### 8. حرية التعبير والانفتاح المعلوماتي

توفر منصات التواصل الاجتماعي فضاءً رقمياً يتيح للأفراد التعبير عن آرائهم بحرية، مما ساهم في تنوع الخطاب الإعلامي وتوسيع دائرة النقاش حول مختلف المحتويات. ومع ذلك، فإن هذه الحرية قد تواجه تحديات، مثل انتشار الأخبار الكاذبة، خطاب الكراهية، والتنمر الإلكتروني، مما يستدعي وضع سياسات تنظيمية تحافظ على توازن البيئة الرقمية وتحمي المستخدمين من التجاوزات.

### 9. التكامل مع التطبيقات والخدمات الرقمية الأخرى

تتميز هذه المنصات بقدرتها على التكامل مع تطبيقات وخدمات أخرى، مثل مواقع التجارة الإلكترونية، أنظمة الدفع الإلكتروني، وتطبيقات المراسلة، مما عزز من دورها في قطاعات متعددة، مثل التسويق الرقمي، التعليم الإلكتروني، وخدمات العملاء. هذا التكامل زاد من اعتماد الأفراد والشركات على هذه المنصات كجزء من حياتهم اليومية وأعمالهم التجارية.

### 10. تحليل البيانات وإدارة المحتوى

توفر منصات التواصل الاجتماعي أدوات متقدمة لتحليل البيانات، مما يساعد المؤسسات والأفراد على فهم سلوك المستخدمين، تقييم أداء المحتوى، وتحسين الاستراتيجيات الاتصالية بناءً على معطيات دقيقة. تتيح هذه الأدوات معلومات حول معدلات التفاعل، نسبة الوصول، وأنماط استهلاك المحتوى، مما يسهم في تحسين جودة المحتوى وزيادة فعاليته<sup>2</sup>.

تعد منصات التواصل الاجتماعي بيئات رقمية متكاملة تتيح للأفراد والمؤسسات التفاعل، التواصل، ونشر المحتوى بطرق غير مسبوقه. فمن خلال التفاعل المباشر، المشاركة في إنتاج المحتوى، والقدرة على الوصول إلى جمهور واسع بسرعة، أصبحت هذه المنصات عنصراً محورياً في الإعلام الرقمي، التسويق، وبناء العلاقات الاجتماعية والمهنية. ومع استمرار التطورات التكنولوجية، سيظل فهم خصائص هذه المنصات وتحليل تأثيراتها أمراً ضرورياً لمواكبة التحولات في المشهد الرقمي والاستفادة القصوى منها.

<sup>1</sup> السمانى عبد السلام حاج احمد, أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي لدى الطالبة الجامعية السعودية, المرجع السابق ذكره, ص42

<sup>2</sup> السمانى عبد السلام حاج احمد, أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي لدى الطالبة الجامعية السعودية, المرجع السابق ذكره, ص56

### المطلب الثالث: تأثيرات منصات التواصل الاجتماعي

أصبحت منصات التواصل الاجتماعي من أبرز الأدوات الاتصالية في العصر الحديث، حيث تؤثر بشكل عميق على الأفراد والمجتمعات في مختلف المجالات، بما في ذلك الإعلام، السياسة، الاقتصاد، والثقافة. وقد مكّنت هذه المنصات المستخدمين من التفاعل بحرية، والتواصل على نطاق واسع، إلا أنها في الوقت ذاته تسببت في تحديات جديدة تستوجب البحث والتحليل. وتتنوع تأثيرات منصات التواصل الاجتماعي بين الإيجابية والسلبية، وذلك على النحو التالي:

#### 1. التأثيرات الإيجابية:

تؤثر منصات التواصل الاجتماعي بشكل واسع على الأفراد والمجتمعات، إذ تحمل في طياتها آثارًا إيجابية وهي<sup>1</sup>:

#### أ. تعزيز التواصل والتفاعل المجتمعي

أتاحت منصات التواصل الاجتماعي فرصًا غير مسبوقة للتواصل بين الأفراد والمجتمعات، حيث أصبح بإمكان الأشخاص التفاعل في الزمن الحقيقي، وتبادل وجهات النظر، وبناء علاقات اجتماعية دون التقيد بالحوجز الجغرافية. كما ساهمت في تقوية الروابط بين الأسر والأصدقاء، لا سيما في ظل تسارع وتيرة الحياة الحديثة.

#### ب. تسهيل الوصول إلى المعلومات والمعرفة

أصبحت هذه المنصات مصدرًا رئيسيًا للمعلومات، حيث توفر محتوى متنوعًا يشمل الأخبار، المقالات، الفيديوهات التعليمية، والدورات التدريبية. كما ساهمت في نشر الثقافة وزيادة الوعي حول العديد من الالمحتوى المهمة، مما عزز من فرص التعلم المستمر وتبادل المعرفة.

#### ج. دعم الحملات التوعوية والمبادرات الاجتماعية

لعبت منصات التواصل الاجتماعي دورًا فاعلاً في نشر الوعي حول الالمحتوى الصحية، البيئية، وحقوق الإنسان، حيث تمكنت المؤسسات الحكومية والمنظمات غير الربحية من إيصال رسائلها التوعوية إلى جمهور واسع بطرق مبتكرة وفعالة، مما أسهم في إحداث تغييرات إيجابية في سلوك الأفراد والمجتمعات.

#### د. تعزيز فرص العمل والتسويق الرقمي

وقّرت هذه المنصات بيئة مثالية للتسويق الإلكتروني، حيث ساعدت الشركات والأفراد على الوصول إلى جمهورهم المستهدف بسهولة، مما أدى إلى تحسين الأداء الاقتصادي وزيادة الفرص الوظيفية. كما شجّعت على ريادة الأعمال، حيث أصبح بإمكان الأفراد تأسيس مشروعاتهم الخاصة والترويج لها دون الحاجة إلى رأس مال كبير.

#### هـ. تمكين الأفراد من التعبير عن آرائهم بحرية

<sup>1</sup> أميطوش موسى، الآثار الإيجابية والسلبية لمواقع التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي لدى تلاميذ المرحلة المتوسطة (دراسة ميدانية)، مجلة هيرودوت للعلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 06/ العدد 02، 2022، ص 09

## الفصل الاول : منصات التواصل الاجتماعي و إنتاج المحتوى

ساهمت هذه المنصات في إتاحة مساحة حرة للنقاش العام، حيث يمكن للأفراد التعبير عن آرائهم والمشاركة في المحتوى المجتمعية والسياسية دون قيود. كما ساعدت في تعزيز المشاركة الديمقراطية، إذ باتت وسيلة لإيصال صوت الشعوب إلى صناع القرار والتأثير في الرأي العام.

### 2. التأثيرات السلبية:

ومن ما سبق نرى ان منصات التواصل الاجتماعي تترك تأثيرات متنوعة على الأفراد والمجتمعات، تجمع بين الجوانب الإيجابية والسلبية، ومنها<sup>1</sup>:

#### أ. انتشار المعلومات المضللة والأخبار الكاذبة

تُعد سهولة نشر المعلومات دون تحقق من مصداقيتها من أبرز السلبيات التي تعاني منها منصات التواصل الاجتماعي، حيث يمكن أن تؤدي الأخبار المضللة إلى إحداث بلبلة، وتوجيه الرأي العام بشكل غير دقيق، مما قد يؤثر على استقرار المجتمعات.

#### ب. التأثير على الصحة النفسية

أثبتت الدراسات أن الاستخدام المفرط لمنصات التواصل الاجتماعي قد يؤدي إلى مشكلات نفسية، مثل التوتر، القلق، والاكتئاب، خاصة نتيجة المقارنة المستمرة بين حياة الأفراد الحقيقية وما يتم عرضه من صور مثالية عبر هذه المنصات.

كما أن التعرض المتكرر لتعليقات سلبية أو حملات تنمر رقمي يمكن أن يؤثر سلبًا على الثقة بالنفس والصحة العقلية.

#### ج. انتهاك الخصوصية وسرية البيانات

تعتمد هذه المنصات على جمع وتحليل بيانات المستخدمين لأغراض تسويقية، مما يعرض خصوصيتهم للخطر. كما قد يتعرض البعض للاختراقات الإلكترونية، أو تسريب معلوماتهم الشخصية، مما يستوجب الحذر في التعامل مع البيانات الرقمية وتعزيز الوعي الأمني لدى المستخدمين.

#### د. انتشار خطاب الكراهية والتنمر الإلكتروني

على الرغم من دورها في تعزيز التواصل، فإن منصات التواصل الاجتماعي أصبحت بيئة خصبة لخطاب الكراهية والتنمر الإلكتروني، حيث يمكن لبعض المستخدمين استغلالها لنشر التعليقات المسيئة أو التحريض على العنف، مما يؤدي إلى انعكاسات اجتماعية خطيرة، خصوصًا على الفئات الأكثر ضعفًا مثل الأطفال والمراهقين.

#### هـ. التأثير على الإنتاجية وإضاعة الوقت

أصبح الإدمان على تصفح منصات التواصل الاجتماعي ظاهرة منتشرة، حيث يقضي الكثير من الأفراد ساعات طويلة في متابعة المحتوى الترفيهي أو غير المفيد، مما يؤثر سلبًا على مستوى

<sup>1</sup> أميطوش موسى، الآثار الإيجابية والسلبية لمواقع التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي لدى تلاميذ المرحلة المتوسطة (دراسة ميدانية)، المرجع السابق ذكره، ص10

## الفصل الاول : منصات التواصل الاجتماعي و إنتاج المحتوى

الإنتاجية سواء في العمل أو الدراسة. كما أن الإشعارات المستمرة والتحديثات الفورية تشتت الانتباه، وتؤثر على التركيز والإنجاز الشخصي.

يتضح أن منصات التواصل الاجتماعي تحمل في طياتها جوانب إيجابية تعزز من التفاعل، المعرفة، والتنمية الاقتصادية، إلا أنها في الوقت ذاته قد تؤدي إلى تأثيرات سلبية تتطلب وعياً وإدارة رشيدة لاستخدامها. ومن هنا، تبرز الحاجة إلى تعزيز الثقافة الرقمية، وتنظيم آليات الحماية من المخاطر المحتملة، مع الاستفادة القصوى من الفرص التي توفرها هذه المنصات في مختلف مجالات الحياة.

### المبحث الثاني: إنتاج المحتوى و المؤثرين

يُعدّ إنتاج المحتوى من الركائز الأساسية لمنصات التواصل الاجتماعي، حيث يسهم في تشكيل التفاعل الرقمي وتوجيه اهتمامات الجمهور. ومع التطور التكنولوجي وانتشار هذه المنصات، برز دور المؤثرين الذين أصبحوا عناصر فاعلة في توجيه الرأي العام وصناعة التوجهات المجتمعية. يناقش هذا المبحث مفهوم إنتاج المحتوى، أنواعه، وأهميته، بالإضافة إلى دور المؤثرين في تشكيل سلوكيات الأفراد والتأثير على القرارات الاستهلاكية والاجتماعية.

#### المطلب الأول: تعريف المحتوى وإنتاجه

##### 1. مفهوم المحتوى

يُعد المحتوى عنصرًا أساسيًا في عملية الاتصال والإعلام، حيث يشمل جميع المواد النصية، الصوتية، والبصرية التي يتم إنتاجها ونشرها عبر الوسائط المختلفة بهدف إيصال رسائل محددة إلى الجمهور المستهدف. ويُستخدم المحتوى في مجالات متعددة، منها التثقيف، الترفيه، التسويق، والتوعية، مما يجعله أداة فعالة في تشكيل الوعي العام والتأثير على الرأي المجتمعي.

##### 1.1 تعريف المحتوى

لغويًا، يُشير المحتوى إلى "ما يتضمنه الشيء أو يشتمل عليه"، أما اصطلاحًا، فهو المادة المعلوماتية أو الترفيهية التي تُنشر عبر الوسائط التقليدية أو الرقمية بهدف التواصل مع الجمهور. ويرى بعض الباحثين في الإعلام الرقمي أن المحتوى هو "كل ما يتم إنشاؤه ونشره عبر المنصات المختلفة لنقل المعلومات أو الأفكار أو القيم للجمهور المستهدف"<sup>1</sup>.

##### 1.2 أنواع المحتوى

<sup>1</sup> أحمد، محمد. "التفاعل الرقمي وصناعة المحتوى على وسائل التواصل الاجتماعي"، مجلة الإعلام الرقمي، المجلد 7، العدد 2، القاهرة، 2021، ص56

## الفصل الاول : منصات التواصل الاجتماعي و إنتاج المحتوى

يتنوع المحتوى وفقاً لطبيعته وأهدافه، ومن أبرز أنواعه:

- **المحتوى النصي:** يشمل المقالات، التقارير، المدونات، والتدوينات عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
- **المحتوى السمعي:** يضم التسجيلات الصوتية، البرامج الإذاعية، والبودكاست.
- **المحتوى البصري:** يشمل الصور، الرسوم التوضيحية، والإنفوغرافيك.
- **المحتوى المرئي:** يشمل مقاطع الفيديو، الأفلام الوثائقية، والبث المباشر.
- **المحتوى التفاعلي:** يضم الاستطلاعات، الاختبارات التفاعلية، والمحتوى القائم على مشاركة الجمهور.

### 1.3 أهمية المحتوى

يلعب المحتوى دوراً محورياً في إيصال المعلومات وتعزيز التفاعل بين الأفراد والمؤسسات، ومن أبرز فوائده<sup>2</sup>:

- **التثقيف ونقل المعرفة:** يُستخدم في نشر المعلومات العلمية والتعليمية.
- **التأثير في الرأي العام:** يساهم في تشكيل آراء الأفراد واتجاهاتهم تجاه المحتوى معينة.
- **تحقيق التواصل الفعال:** يساعد في بناء جسور التواصل بين المؤسسات والجمهور.
- **تعزيز الهوية الرقمية:** يساهم في بناء صورة العلامات التجارية والأفراد على الإنترنت.

### 2. إنتاج المحتوى

يُعد إنتاج المحتوى عملية متكاملة تتضمن مراحل متعددة، بدءاً من التخطيط، مروراً بعملية الإعداد والتنفيذ، وانتهاءً بالنشر والتقييم. وتختلف طرق إنتاج المحتوى تبعاً للمنصة المستخدمة والجمهور المستهدف، حيث يتطلب المحتوى المخصص لمنصات التواصل الاجتماعي استراتيجيات مختلفة عن تلك المستخدمة في الإعلام التقليدي.

#### 2.1 تعريف إنتاج المحتوى

يُعرّف إنتاج المحتوى بأنه "العملية التي يتم من خلالها تخطيط وإنشاء ومعالجة المواد الإعلامية وفقاً لأهداف محددة، بغرض نشرها عبر القنوات الرقمية أو التقليدية لتحقيق التأثير المطلوب على الجمهور". ويعتمد الإنتاج على مجموعة من الأسس، مثل جودة المحتوى، ملاءمته للجمهور، وأسلوب عرضه بطريقة جذابة وفعالة.

#### 2.2 مراحل إنتاج المحتوى

<sup>1</sup> العتيبي، خالد. "إنتاج المحتوى الرقمي وتأثيره على الشباب العربي"، مجلة الدراسات الإعلامية، المجلد 10،

العدد 1، الرياض، 2019، ص89

<sup>2</sup> أحمد، محمد. "التفاعل الرقمي وصناعة المحتوى على وسائل التواصل الاجتماعي"، المرجع السابق ذكره ص59

## الفصل الاول : منصات التواصل الاجتماعي و إنتاج المحتوى

تمر عملية إنتاج المحتوى بعدة مراحل أساسية، تشمل<sup>1</sup>:

1. **التخطيط**: تحديد الأهداف والجمهور المستهدف والمنصات المناسبة للنشر.
2. **الإعداد**: جمع المعلومات، البحث، وتحديد الأسلوب الأمثل لعرض المحتوى.
3. **التنفيذ والإنتاج**: كتابة النصوص، تسجيل المواد الصوتية، إنتاج الفيديوهات، أو تصميم الرسومات التوضيحية.
4. **المراجعة والتعديل**: التأكد من جودة المحتوى ودقته قبل نشره.
5. **النشر والتوزيع**: نشر المحتوى عبر المنصات الرقمية أو الوسائل الإعلامية التقليدية.
6. **التقييم والتفاعل**: تحليل مدى تأثير المحتوى من خلال قياس تفاعل الجمهور واستجاباتهم.

### 2.3 استراتيجيات إنتاج المحتوى وفقاً للمنصات الرقمية

يعتمد نجاح إنتاج المحتوى على اختيار الاستراتيجية المناسبة لكل منصة، حيث يتطلب المحتوى الموجه لمنصات التواصل الاجتماعي أن يكون موجزاً وجذاباً، في حين يحتاج المحتوى الأكاديمي والتعليمي إلى عمق وتحليل مستفيض.

### 3. أهمية إنتاج المحتوى

أصبح إنتاج المحتوى عنصراً رئيسياً في مختلف المجالات، حيث يُستخدم لتحقيق عدة أهداف، منها<sup>2</sup>:

- **تعزيز التفاعل مع الجمهور**: يساعد في بناء علاقات قوية بين العلامات التجارية أو المؤسسات والجمهور المستهدف.
- **نقل المعلومات والتوعية**: يُستخدم في نشر القيم الثقافية والتوعوية والتعليمية.
- **التأثير على القرارات الاستهلاكية**: يُعد أداة فعالة في التسويق الإلكتروني والإعلان.
- **بناء العلامات التجارية الشخصية والمؤسسية**: يساهم في تحسين الصورة الذهنية للأفراد والشركات على الإنترنت.

### 4. التحديات المرتبطة بإنتاج المحتوى

على الرغم من أهمية إنتاج المحتوى، إلا أنه يواجه العديد من التحديات، أبرزها:

- **ضمان الجودة والمصداقية**: الحاجة إلى تقديم محتوى دقيق وموثوق بعيداً عن التضليل الإعلامي.
- **حقوق الملكية الفكرية**: ضرورة الالتزام بحقوق التأليف والنشر عند استخدام المحتوى.
- **التنافسية العالية**: تزايد كمية المحتوى المنشور يومياً يصعب من عملية جذب الجمهور.

<sup>1</sup> العتيبي، خالد. "إنتاج المحتوى الرقمي وتأثيره على الشباب العربي"، المرجع السابق ذكره. ص95  
<sup>2</sup> عبد الرحمن، فاطمة. "تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على القيم والثقافة في المجتمع العربي"، مجلة البحوث الاجتماعية، المجلد 5، العدد 2، بيروت، 2018، ص45

## الفصل الاول : منصات التواصل الاجتماعي و إنتاج المحتوى

- تغير خوارزميات المنصات الرقمية: يؤثر على مدى وصول المحتوى وانتشاره.

يُعد المحتوى من الأدوات الأساسية في الإعلام الرقمي والتقليدي، حيث يسهم في نقل المعرفة، التأثير على الجمهور، وتعزيز التواصل الفعال. كما أن إنتاج المحتوى يتطلب استراتيجيات مدروسة لضمان تحقيق الأهداف المرجوة وجذب اهتمام الجمهور. وفي ظل التطورات الرقمية المتسارعة، أصبح إنتاج المحتوى أداة رئيسية في مختلف المجالات، مما يستلزم التركيز على جودته وتأثيره لضمان استدامة نجاحه.

### المطلب الثاني: تأصيل ماهية المؤثرين

#### 1. مفهوم المؤثرين

يُعد مفهوم "المؤثرين" من المفاهيم الحديثة التي برزت مع تطور وسائل التواصل الاجتماعي، ويشير إلى الأفراد الذين يمتلكون قدرة على التأثير في آراء وسلوكيات الجمهور من خلال المحتوى الذي يقدمونه عبر المنصات الرقمية. وقد أصبح هؤلاء المؤثرون يشكلون فئة مهمة ضمن منظومة الإعلام الرقمي، حيث يتمتعون بقدرة كبيرة على توجيه النقاشات العامة والتأثير في قرارات المستهلكين.

ويُعرف بعض الباحثين في مجال الإعلام والاتصال المؤثرين بأنهم<sup>1</sup>:

- " و قد عرفهم جونز أفراد يمتلكون قاعدة جماهيرية واسعة على منصات التواصل الاجتماعي، ويؤثرون في آراء وسلوكيات متابعيهم من خلال تقديم محتوى يتميز بالمصداقية والجاذبية"
- " و قد عرفهم سميث انهم شخصيات رقمية اكتسبت تأثيرها عبر التفاعل المستمر مع جمهور محدد، مما يمنحها القدرة على تشكيل التوجهات العامة والتسويق الرقمي الفعال"
- و قد عرفهم براون "أفراد غير تقليديين في صناعة المحتوى، يتمتعون بجاذبية خاصة تؤهلهم لأن يكونوا قادة للرأي في مجالات معينة"

#### 2. الخصائص الأساسية للمؤثرين

يتميز المؤثرون بعدة خصائص تجعلهم فاعلين في المجال الرقمي، ومن أبرز هذه الخصائص<sup>2</sup>:

<sup>1</sup> أحمد، محمد. "التفاعل الرقمي وصناعة المحتوى على وسائل التواصل الاجتماعي"، المرجع السابق ذكره ص 61

<sup>2</sup> عبد الرحمن، فاطمة. "تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على القيم والثقافة في المجتمع العربي"، المرجع السابق ذكره، ص 102

## الفصل الاول : منصات التواصل الاجتماعي و إنتاج المحتوى

1. **التفاعل العالي مع الجمهور**: يتمتع المؤثرون بعلاقة قوية مع متابعيهم، حيث يتفاعلون معهم من خلال التعليقات، البث المباشر، والاستطلاعات.
2. **المصداقية والثقة**: يكتسب المؤثرون ثقة جمهورهم من خلال تقديم محتوى صادق يعكس شخصياتهم وتجاربهم الفعلية.
3. **القدرة على الإقناع**: يمتلك المؤثرون مهارات في الإقناع والتأثير النفسي، مما يجعلهم قادرين على توجيه قرارات متابعيهم.
4. **الخبرة في إنتاج المحتوى**: يتميز المؤثرون بإنتاج محتوى عالي الجودة، يتناسب مع اهتمامات جمهورهم ويحقق نسب مشاهدة وتفاعل مرتفعة.
5. **القدرة على خلق اتجاهات جديدة**: يساهم المؤثرون في تشكيل الذوق العام وإطلاق صيحات جديدة في مختلف المجالات مثل الموضة، التكنولوجيا، والتسويق الرقمي.

### 3. تصنيف المؤثرين

يمكن تصنيف المؤثرين بناءً على عدة معايير، من أهمها<sup>1</sup>:

#### 3.1 التصنيف وفقاً لحجم الجمهور

- **المؤثرون الضخمون (Mega Influencers)**
  - يمتلكون ملايين المتابعين، وغالبًا ما يكونون شخصيات مشهورة عالميًا مثل الفنانين والرياضيين والمشاهير في مختلف المجالات.
  - يستخدمون منصات متعددة مثل إنستغرام، يوتيوب، وتويتر للوصول إلى جماهير واسعة.
  - غالبًا ما يعملون مع الشركات الكبرى للترويج للمنتجات والخدمات.
- **المؤثرون الكبار (Macro Influencers)**
  - يتراوح عدد متابعيهم بين 100 ألف إلى مليون متابع.
  - يتمتعون بتأثير قوي في مجالات محددة مثل الموضة، التقنية، والصحة.
  - يُستخدمون بكثرة في الحملات التسويقية الرقمية.
- **المؤثرون المتوسطون (Micro Influencers)**
  - لديهم بين 10 آلاف إلى 100 ألف متابع.

<sup>1</sup> الخطيب، علي. "الإعلام الجديد والتواصل الرقمي: دراسة في تأثير وسائل التواصل الاجتماعي"، مجلة الإعلام والاتصال، المجلد 8، العدد 4، القاهرة، 2017، ص23

## الفصل الاول : منصات التواصل الاجتماعي و إنتاج المحتوى

- يتمتعون بعلاقة وثيقة مع جمهورهم، مما يجعل تأثيرهم أكثر واقعية.
- غالبًا ما يكونون متخصصين في مجالات معينة مثل التغذية، اللياقة البدنية، والتعليم.

### • المؤثرون الصغار: (Nano Influencers)

- لديهم أقل من 10 آلاف متابع، لكن تأثيرهم يكون قويًا ضمن مجتمعاتهم الصغيرة.
- يُستخدمون في حملات تسويقية تستهدف شرائح محددة من الجمهور.
- يتميزون بعفويتهم وارتباطهم القوي بمتابعيهم.

### 3.2 التصنيف وفقًا لمجال التأثير: 1

- المؤثرون في مجال التجميل والموضة: يقدمون محتوى متعلقًا بالمكياج، الأزياء، والعناية بالبشرة.
- المؤثرون في مجال التقنية والألعاب الإلكترونية: يختصون بمراجعة الأجهزة الذكية، ألعاب الفيديو، والتكنولوجيا الحديثة.
- المؤثرون في مجالات التعليم والتوعية: يقدمون محتوى أكاديمي أو تثقيفي، مثل دورات تعليمية في اللغات أو مهارات تطوير الذات.
- المؤثرون في مجال السفر والمغامرات: يعرضون تجاربهم السياحية ويقدمون نصائح حول السفر والاستكشاف.

### 4. دور المؤثرين في الإعلام الرقمي

- مع تطور الإعلام الرقمي، أصبح المؤثرون يلعبون أدوارًا محورية في عدة مجالات، من أبرزها<sup>2</sup>:
1. تعزيز الوعي بالمحتوى الاجتماعي والثقافية: يساهم المؤثرون في نشر الوعي حول الامتثال المجتمعية مثل الصحة النفسية، البيئة، وحقوق الإنسان.
  2. التسويق الرقمي والترويج للعلامات التجارية: أصبحت الشركات تعتمد بشكل كبير على المؤثرين في الترويج لمنتجاتها، حيث يتمتعون بمصداقية أكبر لدى جمهورهم مقارنة بالإعلانات التقليدية.
  3. توجيه الرأي العام: من خلال مناقشة الامتثال السياسية والاجتماعية، يمكن للمؤثرين أن يكونوا قادة للرأي في مجتمعاتهم.
  4. خلق فرص عمل جديدة: أدى بروز المؤثرين إلى ظهور وظائف جديدة مثل إدارة المحتوى، التسويق عبر المؤثرين، وإنتاج الوسائط الرقمية.

<sup>1</sup> الحربي، ناصر. "التأثير الاجتماعي لمنصات التواصل الرقمية: دراسة ميدانية"، مجلة الدراسات الإعلامية والاجتماعية، المجلد 9، العدد 4، الرياض، 2020، ص42

<sup>2</sup> أحمد، محمد. التفاعل الرقمي وصناعة المحتوى على وسائل التواصل الاجتماعي. الطبعة الأولى، المركز العربي للنشر، القاهرة، 2021، ص120

## الفصل الاول : منصات التواصل الاجتماعي و إنتاج المحتوى

### 5. التحديات التي يواجهها المؤثرون

على الرغم من الدور الكبير الذي يلعبه المؤثرون، إلا أنهم يواجهون العديد من التحديات، منها:

1. **الحفاظ على المصداقية:** مع تزايد الشراكات التجارية، قد يتعرض بعض المؤثرين لفقدان ثقة الجمهور إذا تم الترويج لمنتجات دون مراعاة الجودة والمصداقية.
2. **التعامل مع الانتقادات والهجمات الإلكترونية:** يمكن أن يكون للمؤثرين تأثير سلبي إذا لم يتعاملوا بحذر مع المحتوى الذي ينشرونه، مما يجعلهم عرضة للانتقادات.
3. **الامتثال للسياسات والمنصات الرقمية:** تغيير خوارزميات وسائل التواصل الاجتماعي باستمرار، مما يؤثر على وصول المحتوى للجمهور.
4. **الضغط النفسي والمنافسة العالية:** يواجه المؤثرون ضغوطاً مستمرة للحفاظ على مستوى عالٍ من التفاعل والإبداع في ظل المنافسة الشديدة في المجال.

يُعد المؤثرون فاعلين رئيسيين في المشهد الإعلامي الرقمي، حيث يؤثر على قرارات الجمهور وتوجهاته في مختلف المجالات. ويفضل قدرتهم على التواصل المباشر مع المتابعين، أصبحوا وسيلة رئيسية في التسويق الرقمي، التوعية المجتمعية، وتشكيل الرأي العام. ومع ذلك، فإن التحديات التي يواجهونها تتطلب منهم تطوير استراتيجيات للحفاظ على مصداقيتهم وضمان استدامة تأثيرهم الإيجابي في المجتمع.

### المطلب الثالث: دور المؤثرين في صناعة الجمهور

أدى التطور الرقمي وانتشار وسائل التواصل الاجتماعي إلى ظهور المؤثرين كأحد أبرز الفاعلين في تشكيل الرأي العام وصناعة الجمهور. لم يعد الجمهور مجرد متلقي سلبي للمعلومات، بل أصبح جزءاً من عملية الاتصال، يشارك في التفاعل، والنقاش، وإعادة إنتاج المحتوى. وهنا يأتي دور المؤثرين في بناء مجتمعات افتراضية متفاعلة حول أفكار أو منتجات أو المحتوى معينة، مما يجعلهم أدوات فعالة في تشكيل الاتجاهات وتوجيه السلوكيات.

### 1. دور المؤثرين في تشكيل الهوية الجماهيرية

تتمثل صناعة الجمهور في القدرة على توجيه الأفراد نحو الاهتمام بموضوعات محددة، والانتماء إلى مجموعات رقمية تتبنى نفس القيم والأفكار. ويساهم المؤثرون في هذه العملية من خلال<sup>1</sup>:

- **خلق مجتمعات رقمية حول اهتمامات معينة:** سواء كانت متعلقة بالموضة، التقنية، الرياضة، أو حتى المحتوى الاجتماعية، حيث يتابع الجمهور المؤثرين الذين يعكسون اهتماماتهم وتطلعاتهم.
- **تعزيز الشعور بالانتماء:** عبر التفاعل المستمر والمباشر مع المتابعين، مما يجعلهم يشعرون بأنهم جزء من "مجتمع خاص" له قيمه وأسلوبه الخاص في التفكير.

<sup>1</sup> الموسوي، حسن. دور المؤثرين الرقميين في تشكيل الرأي العام العربي. الطبعة الأولى، دار الإعلام الحديث، بغداد، 2020. ص67

## الفصل الاول : منصات التواصل الاجتماعي و إنتاج المحتوى

- صياغة هويات ثقافية رقمية: إذ يساهم المؤثرون في تحديد المعايير الاجتماعية والجمالية التي يتبناها الجمهور، من خلال الترويج لأنماط حياة وقيم معينة.

### 2. توجيه الرأي العام وصناعة التوجهات الجديدة

يؤثر المؤثرون في عملية صناعة الجمهور من خلال التأثير في الآراء والمواقف والسلوكيات، وذلك عبر<sup>1</sup>:

- نشر الأفكار و المحتوى بطريقة موجهة: حيث يسلط المؤثرون الضوء على مواضيع معينة لجعلها ضمن اهتمامات الجمهور، سواء كانت المحتوى اجتماعية، بيئية، أو حتى سياسية.
- إعادة تشكيل أولويات الجمهور: عبر التركيز على المحتوى معينة وجعلها تنصدر النقاشات، مما يساهم في توجيه الرأي العام نحوها.
- تعزيز ثقافة الاستهلاك والاختيارات الشرائية: من خلال الترويج لمنتجات وعلامات تجارية، حيث يعتمد الجمهور على توصيات المؤثرين في قراراته الشرائية.

### 3. التأثير في سلوكيات الجمهور وتوجهاته

لا يقتصر دور المؤثرين على نشر المعلومات فقط، بل يمتد إلى التأثير المباشر على أنماط تفكير وسلوك الأفراد. فهم قادرين على<sup>2</sup>:

- تعديل العادات والسلوكيات: مثل الترويج لأنماط حياة صحية أو تشجيع الجمهور على اتباع عادات استهلاكية معينة.
- إحداث تغييرات اجتماعية: عبر دعم المحتوى معينة، مثل حقوق المرأة أو المحتوى البيئية، مما يدفع الجمهور إلى تبني مواقف أكثر وعياً.
- التأثير على القيم والمعتقدات: حيث يساهمون في نشر أفكار جديدة قد تؤثر على ثقافة وسلوك الجمهور المستهدف.

### 4. العلاقة بين المؤثرين والجمهور في سياق الاتصال والعلاقات العامة

أصبحت العلاقة بين المؤثرين والجمهور أكثر تعقيداً في ظل استراتيجيات الاتصال الحديثة. فالمؤثر لم يعد مجرد ناقل للمعلومات، بل أصبح عنصراً أساسياً في بناء العلاقات العامة الرقمية من خلال<sup>3</sup>:

- تحقيق الاتصال المباشر مع الجمهور: إذ يتيح التفاعل المستمر عبر التعليقات والبنوث المباشرة إنشاء علاقات قوية تعزز الولاء والانتماء.

<sup>1</sup> سليمان، أحمد. التفاعل الجماهيري على منصات التواصل الاجتماعي وأثره في تشكيل الاتجاهات العامة. الطبعة الأولى، دار النشر الأكاديمي، القاهرة، 2021، ص57

<sup>2</sup> الموسوي، حسن. دور المؤثرين الرقميين في تشكيل الرأي العام العربي. المرجع السابق ذكره، ص81

<sup>3</sup> سليمان، أحمد. التفاعل الجماهيري على منصات التواصل الاجتماعي وأثره في تشكيل الاتجاهات العامة. المرجع السابق ذكره، ص102

## الفصل الاول : منصات التواصل الاجتماعي و إنتاج المحتوى

• تعزيز الصورة الذهنية للمؤسسات والعلامات التجارية: من خلال الشراكات الإعلانية التي تروج لقيم ورسائل محددة.

• إدارة الأزمات الإعلامية: حيث يستخدم بعض المؤثرين لتصحيح الصورة العامة للمؤسسات أو التعامل مع الأزمات الإعلامية عبر منصاتهم الرقمية.

يلعب المؤثرون دورًا محوريًا في صناعة الجمهور من خلال تشكيل هويته، توجيه الرأي العام، والتأثير في سلوكياته وتوجهاته. وبفضل وسائل الاتصال الحديثة، أصبح تأثيرهم أكثر عمقًا وانتشارًا، مما يجعلهم عنصرًا أساسيًا في استراتيجيات الاتصال والعلاقات العامة للمؤسسات والعلامات التجارية.

ومع ذلك، فإن هذا الدور يفرض عليهم مسؤولية أخلاقية في تقديم محتوى هادف وموثوق، كما يتطلب من الجمهور وعيًا نقديًا في التعامل مع المعلومات والمحتوى الذي يستهلكه.

### خلاصة الفصل :

أصبحت منصات التواصل الاجتماعي أداة رئيسية في الاتصال الحديث، حيث لم تقتصر على التفاعل بين الأفراد، بل أصبحت وسيلة فعالة لإنتاج المحتوى ونشره بسرعة واسعة. يتيح المحتوى الرقمي على هذه المنصات للأفراد والشركات والمؤسسات التواصل مع الجمهور بأساليب تفاعلية، مما ساهم في انتشار المعلومات وتشكيل الرأي العام.

أدى هذا التطور إلى ظهور المؤثرين الرقميين، الذين أصبحوا عناصر فاعلة في صناعة المحتوى والتأثير في الجمهور. كما ساهمت هذه المنصات في تعزيز التسويق الرقمي، ونقل الأخبار، وبناء المجتمعات الرقمية.

ورغم الفوائد الكبيرة، تواجه هذه المنصات تحديات مثل انتشار الأخبار المضللة، والمحتوى الخصوصية، وغياب الضوابط التنظيمية.

لذا، أصبح من الضروري تعزيز الوعي الإعلامي لضمان الاستفادة الإيجابية من هذه المنصات، وتحقيق توازن بين حرية التعبير وجودة المحتوى.

**الفصل الثاني :**  
**المحتوى النسوي و الموضة**

### تمهيد :

مع التطور السريع لمنصات التواصل الاجتماعي، أصبح المحتوى النسوي عنصرًا مؤثرًا في تشكيل الوعي الاجتماعي والثقافي للمرأة، حيث تعكس هذه المنصات المحتوى المرأة وتناقش اهتماماتها من مختلف الزوايا. من بين هذه الاهتمامات، برزت الموضة كواحدة من أكثر المجالات تأثرًا بالمحتوى النسوي، خاصة بين الطالبات الجامعيات اللواتي يجدن في هذه المنصات مصدرًا للإلهام والتعبير عن هويتهم الشخصية.

يتناول هذا الفصل العلاقة بين المحتوى النسوي واتجاهات الموضة لدى الطالبات الجامعيات من خلال مبحثين أساسيين. المبحث الأول: المحتوى النسوي يستعرض مفهومه ، تطوره عبر المنصات الرقمية، ودوره في تعزيز الوعي بالهوية النسائية، مع تسليط الضوء على صناعات المحتوى والمؤثرات النسويات. أما المبحث الثاني: اتجاهات الجمهور النسوي، فيناقش كيفية تفاعل الطالبات مع هذا النوع من المحتوى، وتأثيره على اختياراتهن في مجال الموضة، من حيث تبني أنماط معينة، والتوجه نحو الاستدامة، والتفاعل مع حملات الموضة التي تعكسه المضامين النسائية.

### المبحث الأول: المحتوى النسوي

أصبح المحتوى النسوي في العصر الرقمي أداة قوية للتعبير عن المحتوى المرأة وتعزيز الوعي بحقوقها ودورها في المجتمع. فقد ساهمت منصات التواصل الاجتماعي في توفير مساحة مفتوحة للنساء للتعبير عن آرائهن، ومشاركة تجاربهن، وتسليط الضوء على التحديات التي يواجهنها في مختلف المجالات. ولم يقتصر المحتوى النسوي على الامتداد الحقوقي فقط، بل امتد ليشمل مجالات متنوعة مثل التعليم، الصحة، ريادة الأعمال، والموضة، مما جعله أكثر تنوعًا وتأثيرًا في تشكيل الخطاب العام حول المرأة.

يركز هذا المبحث على مفهوم المحتوى النسوي، تطوره عبر وسائل الإعلام الرقمي، وأبرز الالمحتوى التي يتناولها. كما يستعرض دور صانعات المحتوى والمؤثرات النسويات في نشر الوعي وتحدي الصور النمطية التقليدية، إضافة إلى تأثير هذا المحتوى على تشكيل وعي الجمهور النسوي وتعزيز حضور المرأة في المجال العام.

### المطلب الأول: مفهوم المحتوى النسوي وخصائصه وأهميته

في ظل الثورة الرقمية وتنامي دور وسائل التواصل الاجتماعي، أصبح هذا المحتوى من أبرز أشكال التعبير الإعلامي الذي يعكس المحتوى المرأة واهتماماتها، ويهدف إلى تعزيز مكانتها في المجتمع. لم تعد الالمحتوى النسوية محصورة في الدوائر الأكاديمية أو الحركات الحقوقية، بل انتقلت إلى الفضاء الرقمي، حيث وجدت النساء منصة قوية لعرض تجاربهن، والتعبير عن آرائهن، والتفاعل مع المحتوبهن بحرية.

و يلعب محتوى و مضمون المنشورات النسوية دورًا محوريًا في تشكيل الوعي الاجتماعي والثقافي حول حقوق المرأة، وهو ليس مجرد طرح لمواضيع تتعلق بالمرأة، بل هو خطاب إعلامي يعكس رؤى ومطالب نسوية تتحدى الصور النمطية التقليدية، وتسهم في تمكين النساء عبر نشر المعرفة وتعزيز فرصهن في مختلف المجالات. بناءً على ذلك، يستعرض هذا المطلب مفهوم المحتوى النسوي من الناحية الاصطلاحية والإجرائية، ثم يوضح خصائصه التي تجعله متميزًا، إضافة إلى تسليط الضوء على أهميته في التأثير على المجتمع وصياغة اتجاهات جديدة في الفكر والسلوك.

### المفهوم الاصطلاحي

المحتوى النسوي هو ذلك النوع من المحتوى الإعلامي أو الرقمي الذي يركز على المحتوى المرأة، ويدعو إلى تحقيق المساواة بين الجنسين، وتمكين المرأة من ممارسة دورها في المجتمع دون تمييز. ويشمل هذا المحتوى مختلف الأشكال الإعلامية مثل المقالات، الفيديوهات، المنشورات التوعوية، المدونات الصوتية، والتصاميم الرقمية التي تعكس القيم النسوية، وتسعى إلى مناقشة المشكلات التي تواجه المرأة وإيجاد حلول لها<sup>1</sup>.

### المفهوم الإجرائي

يُعرّف إجرائيًا بأنه كل ما يُنشر عبر وسائل الإعلام التقليدية أو الرقمية بهدف تعزيز الوعي بالمحتوى المرأة، والدفاع عن حقوقها، ومناقشة الالمحتوى المتعلقة بها من منظور نقدي يهدف إلى تحقيق التغيير الاجتماعي. ويمكن أن يكون هذا المحتوى مقدمًا من قبل أفراد، أو منظمات، أو وسائل إعلامية تهتم بالمساواة الجندرية والعدالة الاجتماعية.

<sup>1</sup> شيخ، عمارة؛ دقانة، أحمد؛ طعام، عمر. "أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الاستهلاك المظهري للفتيات الجامعيات." مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 14، العدد 1، جامعة الوادي، 25 فبراير

أما بيل هوكس (bell hooks) ، فترى أن المحتوى النسوي "ليس مجرد محتوى يتناول المحتوى المرأة، بل هو خطاب تحرري يسعى إلى تفكيك الهياكل الأبوية والتمييز الجندي في مختلف المجالات<sup>1</sup>."

### خصائص المحتوى النسوي

يتميز المحتوى النسوي بعدد من الخصائص التي تجعله مختلفاً عن غيره من أنواع المحتوى الإعلامي، ومن أبرز هذه الخصائص<sup>2</sup>:

- **تركيزه على المحتوى المرأة:** يُسلط الضوء على المواضيع التي تؤثر على النساء بشكل مباشر، مثل الحقوق، التمكين الاقتصادي، الصحة، العنف القائم على النوع الاجتماعي، والتعليم.
- **التفاعل والتأثير المباشر:** يعتمد على منصات التواصل الاجتماعي التي تتيح للنساء فرصة المشاركة في النقاشات، والتعبير عن آرائهن بحرية، مما يجعله أكثر قرباً من الجمهور.
- **كسر الصور النمطية:** يسعى إلى تقديم صورة أكثر واقعية وشمولية للمرأة بعيداً عن التنميط التقليدي الذي كان سائداً في الإعلام.
- **استخدام الوسائط المتعددة:** يوظف أشكالاً متنوعة من الوسائط مثل الفيديوهات، المدونات الصوتية، الصور، والتصميمات الجرافيكية، ما يساعد على زيادة انتشاره وتأثيره.
- **الاستقلالية والمصداقية:** غالباً ما يكون المحتوى النسوي نابعاً من تجارب نسوية واقعية، مما يمنحه مصداقية أكبر مقارنة بالمحتوى الإعلامي التقليدي.
- **التنوع والشمولية:** لا يقتصر المحتوى النسوي على فئة محددة من النساء، بل يشمل المحتوى جميع الفئات بغض النظر عن العمر، الخلفية الثقافية، أو المستوى الاجتماعي.

<sup>1</sup> العربي، سميرة. "النسوية والتكنولوجيا: تأثير الإعلام الرقمي على قضايا المرأة." الطبعة الأولى. دار الجيل، بيروت، 2020، ص 23,24

<sup>2</sup> حبيس، حسين؛ سعدي، محمد. "المرأة ونسق التحجب، بين الثابت الشرعي والمتحول الثقافي: دراسة أنثروبولوجية ميدانية على عينة من الطالبات المحجبات بجامعة الجزائر 2." مجلة المعيار، المجلد 25، العدد 8، 30 أكتوبر 2021، ص 34

### أهمية المحتوى النسوي

تكمن أهمية المحتوى السالف الذكر في دوره الفعّال في إحداث التغيير الاجتماعي، وتعزيز دور المرأة في المجتمع من خلال نشر المعرفة والمطالبة بالحقوق. وتتجلى هذه الأهمية في عدة نقاط<sup>1</sup>:

- رفع الوعي المجتمعي: يساهم في نشر المعرفة حول حقوق المرأة ويساعد في تصحيح المفاهيم الخاطئة المتعلقة بدورها في المجتمع.
- تمكين المرأة: يوفر مساحة للنساء للتعبير عن آرائهن، ومشاركة قصص نجاحهن، وتعزيز ثقتهن في قدراتهن.
- التأثير على السياسات والتشريعات: يمكن أن يكون للمحتوى النسوي دور في الضغط على صنّاع القرار لتغيير القوانين والسياسات التي تعيق تحقيق المساواة بين الجنسين.
- إعادة تعريف معايير الجمال والهوية النسائية: من خلال تسليط الضوء على التنوع في الجمال، بعيداً عن المعايير النمطية التي تفرضها بعض وسائل الإعلام التقليدية.
- خلق مجتمعات دعم نسوية: يساعد في بناء شبكات دعم وتضامن بين النساء، مما يساهم في مواجهة التحديات الاجتماعية والاقتصادية بشكل جماعي.

في ظل تطور الإعلام الرقمي، أصبح المحتوى النسوي أداة رئيسية في توعية الأفراد والمجتمعات بالمحتوى المرأة، مما جعله أحد العوامل المؤثرة في تغيير النظرة إلى المرأة وتعزيز مشاركتها الفاعلة في مختلف جوانب الحياة.

### المطلب الثاني: الحملات الإعلامية المرتبطة بالموضة في سياق المحتوى الرقمي

شهدت صناعة الموضة تحولاً جذرياً في طريقة تواصلها مع الجمهور، خاصة مع انتشار المحتوى الرقمي كأداة رئيسية في الحملات الإعلامية. لم تعد الحملات الإعلامية مقتصرة على الوسائل التقليدية مثل الإعلانات التلفزيونية أو المجلات المطبوعة، بل أصبحت تعتمد بشكل أساسي على المنصات الرقمية مثل وسائل التواصل الاجتماعي، المدونات، الفيديوهات الترويجية، والتعاون مع المؤثرين الرقميين. هذا التطور أدى إلى إعادة تشكيل علاقة العلامات التجارية بالجمهور، حيث أصبح التفاعل المباشر، والابتكار في سرد القصص البصرية، والعفوية في تقديم المحتوى، عناصر أساسية في نجاح الحملات الإعلامية المرتبطة بالموضة.

حيث تشير الحملات الإعلامية الرقمية في الموضة إلى الاستراتيجيات الترويجية التي تستخدم المنصات الإلكترونية للوصول إلى الجمهور المستهدف، من خلال إنتاج ونشر محتوى رقمي متنوع يهدف إلى الترويج للعلامات التجارية، التأثير على توجهات المستهلكين، وتعزيز ارتباط الجمهور

<sup>1</sup> العربي، سميرة. "النسوية والتكنولوجيا: تأثير الإعلام الرقمي على قضايا المرأة." الطبعة الأولى. دار الجيل،

بيروت، 2020، ص45

بالموضة بطريقة تفاعلية. تشمل هذه الحملات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، الفيديوهات القصيرة، المقالات الرقمية، الإعلانات المدفوعة، والتسويق عبر المؤثرين<sup>1</sup>.

### خصائص الحملات الإعلامية الرقمية في الموضة

تتميز الحملات الإعلامية الرقمية المرتبطة بالموضة بعدد من الخصائص التي تجعلها أكثر تأثيرًا وانتشارًا مقارنة بالحملات التقليدية، ومن أبرز هذه الخصائص<sup>2</sup>:

- **التفاعلية:** تتيح للمستخدمين المشاركة في المحتوى من خلال التعليقات، الإعجابات، وإعادة النشر، مما يعزز علاقتهم بالعلامة التجارية.
- **الانتشار السريع:** بفضل وسائل التواصل الاجتماعي، يمكن أن تصل الحملات إلى ملايين الأشخاص في وقت قصير، مما يضاعف تأثيرها.
- **التجديد والإبداع:** تعتمد على استخدام تقنيات رقمية مثل الفيديوهات القصيرة، الفلاتر التفاعلية، والتحديات عبر المنصات المختلفة مثل "تيك توك" و"إنستغرام".
- **التسويق عبر المؤثرين:** تعتمد بشكل كبير على التعاون مع المشاهير وصناع المحتوى الرقمي الذين يمتلكون قاعدة جماهيرية كبيرة.
- **إمكانية القياس والتحليل:** توفر أدوات التحليل الرقمي بيانات دقيقة حول أداء الحملة، مما يساعد في تحسين الاستراتيجيات الإعلانية وضمان تحقيق الأهداف المطلوبة.

### أنواع الحملات الإعلامية الرقمية في الموضة

تتنوع الحملات الإعلامية الرقمية في مجال الموضة وفقًا للأهداف والاستراتيجيات المستخدمة، ومن أبرز أنواعها<sup>3</sup>:

- **حملات التحديات التفاعلية:** تعتمد على تشجيع المستخدمين للمشاركة في تحديات خاصة بالموضة مثل تغيير الإطلالات أو تنسيق الأزياء بطرق مبتكرة، كما هو شائع على "تيك توك" و"إنستغرام ريلز".
- **حملات المؤثرين الرقميين:** تقوم العلامات التجارية بالتعاون مع مشاهير وسائل التواصل الاجتماعي الذين يروجون لمنتجاتهم بطريقة طبيعية ضمن محتواهم اليومي.

<sup>1</sup> العربي، سميرة. "النسوية والتكنولوجيا: تأثير الإعلام الرقمي على قضايا المرأة." المرجع السابق ذكره، ص49

<sup>2</sup> الرفاعي، هبة. "المرأة والإعلام: دراسة في التأثير والتأثر." الطبعة الأولى. دار الفكر العربي، القاهرة، 2015، ص78

<sup>3</sup> المحمدي، سعاد. "الهوية النسائية في العصر الرقمي." الطبعة الأولى. دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2019، ص67،69

- حملات القصص الترويجية: (Storytelling) حيث تستخدم العلامات التجارية سرد القصص لتقديم منتجاتها بطريقة مشوقة، تربط بين الجمهور والهوية البصرية للعلامة التجارية.
- حملات التجارب الافتراضية: تستخدم تقنيات مثل الواقع المعزز (AR) والواقع الافتراضي (VR) لتمكين المستخدمين من تجربة المنتجات رقمياً قبل شرائها.
- حملات الفيديوهات القصيرة: تعتمد على إنتاج محتوى سريع وجذاب يُنشر على منصات مثل "ريلز" إنستغرام"، "تيك توك"، و"يوتيوب شورتس" لتوصيل رسائل مباشرة وسريعة للجمهور.

### تأثير الحملات الإعلامية الرقمية على جمهور الموضة

- ساهمت الحملات الإعلامية الرقمية في إحداث تغيير جوهري في سلوكيات المستهلكين واتجاهاتهم نحو الموضة، حيث أدت إلى<sup>1</sup>:
- زيادة الوعي بالعلامات التجارية: بفضل الانتشار السريع والتفاعل المباشر، أصبح الجمهور أكثر اطلاعاً على أحدث الصيحات والعلامات التجارية الجديدة.
  - التأثير على قرارات الشراء: أظهرت الدراسات أن توصيات المؤثرين والمراجعات الرقمية تلعب دوراً حاسماً في قرارات المستهلكين عند شراء المنتجات.
  - إعادة تعريف معايير الجمال والموضة: من خلال الترويج لمفاهيم أكثر شمولية تشمل جميع الفئات والأعمار، بعيداً عن القوالب النمطية التقليدية.
  - تعزيز تجربة المستخدم: بفضل التقنيات الرقمية، يمكن للمستهلكين تجربة المنتجات افتراضياً، مما يزيد من ثقتهم قبل الشراء.

أصبحت الحملات الإعلامية الرقمية المرتبطة بالموضة عنصراً رئيسياً في صناعة الأزياء، حيث لم يعد النجاح مقصوراً على جودة المنتج فقط، بل أصبح مرتبطاً بمدى قدرة العلامات التجارية على التفاعل مع جمهورها، وخلق تجارب رقمية متميزة تعزز من مكانتها في السوق.

### المطلب الثالث: العلاقة بين الموضة والمحتوى النسوي في السياق المحلي الجزائري

تُعد العلاقة بين الموضة والمحتوى النسوي في الجزائر انعكاساً للتحويلات الثقافية والاجتماعية التي تعيشها المرأة الجزائرية في ظل التطورات الرقمية. فمع الانتشار الواسع لوسائل التواصل الاجتماعي، أصبح المحتوى النسوي أكثر تأثيراً في تشكيل نظرة النساء للأزياء، ولم يعد يُنظر إلى الموضة بوصفها مجرد صناعة تهتم بالمظهر، بل أصبحت أداة تعبير عن الهوية، والاستقلالية، والانتماء الثقافي. في الوقت ذاته، أثرت الموضة بدورها في تطور الخطاب النسوي، حيث أصبحت الأزياء تعكس توجهات المرأة وقيمها الاجتماعية.

#### 1- دور المحتوى النسوي في إعادة تشكيل الموضة في الجزائر

<sup>1</sup> شيخ، عمارة؛ دقانة، أحمد؛ طعام، عمر. "أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الاستهلاك المظهري للفتيات الجامعيات." المرجع السابق ذكره، ص40

مع تزايد تأثير الخطاب النسوي في الفضاء الرقمي، بدأت النساء الجزائريات في إعادة النظر في أساليب اختيار الأزياء، مما أدى إلى ظهور توجهات جديدة أثرت على صناعة الموضة محليًا. ومن أبرز هذه التأثيرات<sup>1</sup>:

- **إعادة تعريف معايير الجمال:** ساهم المحتوى النسوي في الترويج لمفهوم الجمال المتنوع، حيث أصبح يُنظر إلى الجمال كقيمة ذاتية غير مقيدة بمعايير نمطية. انعكس ذلك في اتجاهات الأزياء التي لم تعد تقتصر على مواصفات محددة، بل باتت تركز على إبراز الهوية الفردية لكل امرأة.
- **إحياء ودمج الأزياء التقليدية مع العصرية:** أدى انتشار المحتوى الرقمي إلى إعادة إحياء الأزياء التقليدية الجزائرية مثل الكراكو، والقفطان الجزائري، والجبة القبائلية، حيث يتم تحديثها بلمسات عصرية لتلائم الحياة اليومية.
- **تعزيز الوعي بالموضة المستدامة والمسئولة:** بدأ المحتوى النسوي في الترويج لاستهلاك واع للملابس، من خلال دعم المصمحات الجزائريات، والتشجيع على استخدام مواد صديقة للبيئة، ومقاطعة العلامات التجارية التي تعتمد على الإنتاج المفرط والاستغلالي.
- **إعادة توجيه استراتيجيات التسويق للأزياء:** فرضت التوجهات النسوية على العلامات التجارية تبني أساليب تسويقية أكثر شمولية، عبر إبراز تنوع الأجسام، وتسليط الضوء على قصص نجاح النساء في مجال التصميم وريادة الأعمال.

### 2- تأثير الموضة على المحتوى النسوي في الجزائر

لم يقتصر التأثير على اتجاه واحد، بل لعبت الموضة أيضًا دورًا محوريًا في تطوير المحتوى النسوي وتعزيز محتواه، من خلال<sup>2</sup>:

- **الموضة كوسيلة للتعبير عن الهوية النسوية:** لم تعد الأزياء مجرد اختيار جمالي، بل أصبحت وسيلة تُستخدم للتأكيد على قيم الاستقلالية، والتمكين، والتنوع الثقافي.

<sup>1</sup> شتوان، صونية؛ بومدين، يوسف. "أثر وسائل التواصل الاجتماعي على سلوك المستهلك تجاه الأزياء الإسلامية: دراسة على عينة من الطالبات المحجبات في جامعة جيجل". مجلة العلوم الاجتماعية، المجلد 10، العدد 3، 2019، ص71

<sup>2</sup> سعادي، شفيقة؛ نومار، مريم نريمان. "تمثيلات الحياة الشخصية لصانعات المحتوى على الأنستغرام لدى الطالبات الجزائريات: دراسة على عينة من الطالبات الجامعيات بجامعة باتنة-1". مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 15، العدد 2، 2020، ص35

- دعم زيادة الأعمال النسائية في قطاع الأزياء : ساعدت الموضة في تعزيز دور المرأة في الاقتصاد، حيث ظهرت العديد من المشاريع التي تقودها نساء في مجالات تصميم الملابس، وصناعة الإكسسوارات، وتسويق المنتجات المحلية.
- إثارة النقاش حول حرية اللباس : أصبح لباس المرأة في الجزائر موضوعًا للنقاش العام بين الاتجاهات المحافظة والمنفتحة، مما عزز الجدل حول حرية المرأة في اختيار مظهرها، وأدى إلى مزيد من الوعي حول حقها في التعبير عن نفسها من خلال الملابس.

### 3- التفاعل المتبادل بين الموضة والمحتوى النسوي في الجزائر

- مع استمرار هذا التأثير المتبادل، بات واضحًا أن الموضة والمحتوى النسوي يساهمان في إعادة تشكيل وعي المجتمع الجزائري حول المرأة ودورها، ويتجلى هذا التفاعل في:
  - إعادة تشكيل وعي المجتمع : أصبح الخطاب النسوي في الموضة يركز على كسر الصور النمطية وإبراز المرأة كشخصية مستقلة تتمتع بالقدرة على اتخاذ قراراتها بنفسها.
  - دمج التأثيرات المحلية والعالمية : تشهد الأزياء الجزائرية مزيجًا بين التأثيرات العالمية والثقافة المحلية، حيث يتم استلهام الأفكار من الموضة العالمية، لكن بلمسة تعكس الهوية الجزائرية.
  - تطور استهلاك الأزياء : لم يعد الاستهلاك في الموضة مجرد اتباع للاتجاهات، بل أصبح أكثر وعيًا ومسؤولية، حيث تبحث النساء عن خيارات تتناسب مع قناعاتهن الثقافية والاجتماعية.
- يظهر أن العلاقة بين الموضة والمحتوى النسوي في الجزائر هي علاقة تفاعلية ومتنامية، حيث يعيد كل منهما تشكيل الآخر وفقًا للتحويلات الثقافية والاجتماعية. فالمحتوى النسوي ساهم في ترسيخ مفهوم جديد للموضة يعتمد على الهوية والاستقلالية، بينما أصبحت الموضة منصة تعكس المحتوى النسوية وتدعمها. ومع استمرار هذا التفاعل، من المتوقع أن تواصل الموضة في الجزائر تطورها بوصفها وسيلة للتغيير الاجتماعي، مما يمنح النساء مزيدًا من الحرية والقدرة على التعبير عن أنفسهن من خلال الأزياء.

### المبحث الثاني: اتجاهات الجمهور النسوي

يُعد فهم اتجاهات الجمهور النسوي أمرًا ضروريًا لتحليل كيفية تفاعل النساء مع المحتوى الرقمي، خاصة في مجالات مثل الموضة والتمكين الاجتماعي والثقافي. فقد أدت التحولات الرقمية إلى تغيير طرق استهلاك المرأة للمعلومات، وأصبحت وسائل التواصل الاجتماعي منصة رئيسية لتشكيل آرائهن وتوجهاتهن.

في السياق الجزائري، تتأثر اتجاهات الجمهور النسوي بعوامل متعددة، مثل الثقافة المحلية، والعادات الاجتماعية، والاتجاهات العالمية، مما يجعل سلوكياتهن الاستهلاكية والتفاعلية مزيجًا بين الأصالة والانفتاح على المستجدات. ومن هنا، تبرز أهمية دراسة هذه الاتجاهات لفهم كيفية تفاعل النساء مع الموضة والمحتوى النسوي، ومدى تأثير ذلك على قراراتهن الشرائية وسلوكياتهن الاجتماعية.

### المطلب الأول: ماهية الاتجاهات

تلعب الاتجاهات دورًا رئيسيًا في فهم السلوكيات والمواقف الاجتماعية، حيث تعكس استجابات الأفراد تجاه مختلف المحتوى بناءً على تجاربهم وخلفياتهم الثقافية والاجتماعية. في السياق الرقمي، أصبحت الاتجاهات النسوية عاملاً حاسماً في تحديد كيفية تفاعل النساء مع المحتوى النسوي والموضة، مما يجعل دراستها ضرورية لفهم ديناميكيات التأثير الإعلامي. يهدف هذا المبحث إلى تحليل العوامل التي تساهم في تشكيل الاتجاهات لدى الجمهور النسوي، واستكشاف طبيعة هذا التفاعل مع المحتوى الرقمي وتأثيره على القرارات الشرائية والميول الثقافية للمرأة.

### 1- تعريف الاتجاهات

الاتجاهات هي حالة نفسية مكتسبة تؤثر على استجابات الأفراد تجاه موضوع معين، سواء كان ذلك استجابة سلوكية، فكرية، أو عاطفية. وقد حظيت الاتجاهات بتعريفات متعددة، أبرزها<sup>1</sup>:

- **التعريف الاصطلاحي:** الاتجاهات هي ميول أو استعدادات نفسية تجعل الأفراد يتبنون مواقف إيجابية أو سلبية تجاه فكرة أو موضوع معين.
- **التعريف الإجرائي:** في سياق المحتوى النسوي والموضة، تشير الاتجاهات إلى تصورات النساء واستجابتهن للرسائل الإعلامية المتعلقة بالأزياء، التمكين، والمحتوى النسوية عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

### 2- خصائص الاتجاهات

تتميز الاتجاهات بعدة خصائص تجعلها عاملاً حاسماً في تشكيل السلوك والتفاعل مع المحتوى الرقمي، ومن أبرزها<sup>2</sup>:

1. **مكتسبة وليست فطرية:** تتشكل الاتجاهات من خلال التفاعل مع البيئة الاجتماعية والثقافية، حيث تلعب التربية ووسائل الإعلام دوراً رئيسياً في تشكيل المواقف الفكرية للنساء.
2. **قابلة للتغيير:** قد تتغير الاتجاهات نتيجة التعرض المستمر لمحتوى جديد أو تجارب مختلفة، مما يجعلها متأثرة بالتحولات الاجتماعية والتكنولوجية.
3. **تفاوت في شدتها وثباتها:** هناك اتجاهات راسخة تستمر لفترات طويلة، في حين أن البعض الآخر قد يكون هشاً وسهل التأثر بالمؤثرات الخارجية.
4. **تؤثر على السلوك:** تلعب الاتجاهات دوراً رئيسياً في تحديد القرارات الشرائية، واختيار الأزياء، والتفاعل مع المحتوى الرقمي، حيث تعكس القيم والمعتقدات التي تتبناها المرأة.

<sup>1</sup> بوبصلة، أمينة؛ حمدي، محمد الفاتح؛ بو عافية، عيسى. "تصفح الطالبات الجامعيات لمواقع التواصل الاجتماعي وأثره على ممارسة نشاطاتهن اليومية: دراسة ميدانية مقارنة على عينة من طالبات جامعة قطر وجبل (الجزائر)". مجلة العلوم الإنسانية، المجلد 12، العدد 4، 2021، ص59

<sup>2</sup> المحمدي، سعاد. "الهوية النسائية في العصر الرقمي". الطبعة الأولى. دار الكتاب الحديث، القاهرة،

5. مرتبطة بالمشاعر والمعرفة والسلوك :الاتجاهات ليست مجرد آراء، بل تتألف من ثلاثة مكونات أساسية :

- المكون العاطفي :المشاعر المرتبطة بالموضوع، سواء كانت إيجابية أو سلبية.
- المكون المعرفي :المعرفة والمعلومات التي يمتلكها الفرد حول الموضوع.
- المكون السلوكي :كيفية تصرف الفرد بناءً على الاتجاه الذي يتبناه.

### 3- أهمية دراسة الاتجاهات في المحتوى النسوي والموضة

تُعد دراسة الاتجاهات أداة تحليلية هامة لفهم كيفية تفاعل النساء مع المحتوى الرقمي والموضة، وتكمن أهميتها في عدة نقاط<sup>1</sup>:

1. فهم سلوك الجمهور النسوي :تساعد دراسة الاتجاهات في تحديد دوافع وميول النساء تجاه الموضة، وكيفية تفاعلهم مع المحتوى الرقمي النسوي.
2. تحليل التأثيرات الثقافية والاجتماعية :تكشف الاتجاهات عن مدى تأثير المرأة الجزائرية بالقيم المحلية والعالمية فيما يتعلق بالموضة والهوية النسوية.
3. توجيه استراتيجيات الإعلام والتسويق :يساهم فهم اتجاهات الجمهور النسوي في تطوير حملات إعلامية وإعلانية أكثر تأثيرًا وفعالية، مما يساعد العلامات التجارية على التواصل بفعالية مع المستهلكات.
4. تعزيز التفاعل الرقمي :من خلال دراسة الاتجاهات، يمكن لمنشئي المحتوى الرقمي تطوير محتوى أكثر جذبًا للنساء، مما يزيد من مستوى التفاعل والمشاركة عبر منصات التواصل الاجتماعي.
5. التأثير على السياسات الاجتماعية :يمكن أن تساعد دراسة الاتجاهات على توجيه السياسات العامة التي تهدف إلى دعم المحتوى المرأة وتعزيز تمكينها في المجتمع.

تمثل الاتجاهات عاملاً أساسياً في تحليل سلوك الجمهور النسوي، حيث تلعب دوراً محورياً في تحديد كيفية استجابتهن للمحتوى الرقمي، والموضة، والمحتوى النسوية. نظراً لتأثرها بالعوامل الثقافية والاجتماعية، فإن دراستها تُعد أداة ضرورية لفهم الميول النسائية وتطوير محتوى يتماشى مع احتياجاتهن وتطلعاتهن في البيئة الرقمية الحديثة.

### المطلب الثاني: علاقة الطالبات الجامعيات بالمحتوى النسوي

في ظل التطورات الرقمية المتسارعة، أصبح المحتوى النسوي يشكل أحد أبرز الاتجاهات الإعلامية التي تهدف إلى تسليط الضوء على المحتوى المرأة وتمكينها في مختلف المجالات. ومع تزايد انتشار هذا النوع من المحتوى عبر منصات التواصل الاجتماعي، أصبح من الضروري دراسة العلاقة بينه وبين الفئات المختلفة من النساء، وخاصة الطالبات الجامعيات اللواتي يمثلن شريحة واعية

<sup>1</sup> الجابري، سعاد. التنشئة الاجتماعية ودورها في تشكيل الهوية النسوية. الطبعة الأولى، دار النهضة العربية، بيروت، 2020، ص 46، 45.

ومتفاعلة مع الخطاب النسوي الرقمي. فالطالبة الجامعية، بحكم موقعها في البيئة الأكاديمية، تمتلك مستوى معيناً من الوعي والتحليل النقدي، ما يجعلها أكثر قدرة على التفاعل مع المحتوى النسوي وتبني مواقف محددة تجاهه. يمثل هذا المطالب محاولة لفهم طبيعة العلاقة بين الطالبات الجامعيات والمحتوى النسوي، وذلك من خلال تحليل أنماط استهلاكهن لهذا المحتوى.

### 1- أنماط استهلاك الطالبات الجامعيات للمحتوى النسوي

تختلف أنماط استهلاك الطالبات الجامعيات للمحتوى النسوي وفقاً لعوامل عديدة، منها الخلفية الثقافية، مستوى الوعي، طبيعة المحتوى المطروحة، ومدى انفتاحهن على النقاشات المرتبطة بالحركات النسوية. ويمكن تصنيف استهلاك الطالبات لهذا المحتوى إلى الأنماط التالية<sup>1</sup>:

- **الاستهلاك السلبي أو غير النشط:** تتصفح بعض الطالبات المحتوى النسوي دون التفاعل معه، حيث يقتصر دورهن على الاطلاع العابر على المنشورات والمقالات دون إبداء رأي واضح أو المشاركة في النقاشات.
- **الاستهلاك النشط والتفاعل:** تفضل بعض الطالبات التفاعل المباشر مع المحتوى النسوي من خلال التعليقات، إعادة النشر، أو الانضمام إلى منصات رقمية متخصصة تناقش المحتوى المرأة.
- **المشاركة في إنتاج المحتوى:** هناك فئة من الطالبات لا تكتفي باستهلاك المحتوى فقط، بل تسهم في إنتاجه أيضاً من خلال الكتابة، صناعة الفيديوهات، أو إطلاق حملات توعوية رقمية تتعلق بالمحتوى المرأة والموضة.

### 2- المجالات التي يركز عليها المحتوى النسوي لدى الطالبات الجامعيات

- تختلف اهتمامات الطالبات الجامعيات بالمحتوى النسوي حسب توجهاتهن الفكرية والاجتماعية، لكن هناك بعض المجالات التي تحظى بانتشار واسع بينهن، ومنها<sup>2</sup>:
- **حقوق المرأة والتمكين:** متابعة المحتوى المتعلقة بحقوق المرأة في مختلف المجالات، مثل المساواة في العمل، التعليم، والتمكين الاقتصادي والاجتماعي.
  - **الصحة النفسية والجسدية:** يركز العديد من الطالبات على المحتوى الذي يتناول المحتوى الصحة النفسية، التوتر، الضغط الاجتماعي، وأهمية العناية بالصحة الجسدية والعقلية.
  - **الموضة والجمال:** يُعنى جزء كبير من المحتوى النسوي بتوجهات الموضة الحديثة، معايير الجمال، وكيفية التعبير عن الهوية الشخصية من خلال الأزياء، خاصة في ظل التأثير الكبير لمنصات مثل إنستغرام وتيك توك.

<sup>1</sup> الجابري، سعاد. التنشئة الاجتماعية ودورها في تشكيل الهوية النسوية. المرجع السابق ذكره، ص51  
<sup>2</sup> العيسوي، خالد. علم الاجتماع الرقمي وتأثيره على أنماط الاستهلاك النسوي. الطبعة الأولى، دار المسيرة، عمان، 2021، ص98

- المحتوى العنف ضد المرأة والمساواة: يعد هذا الجانب من أكثر المواضيع النسوية التي يتم تداولها، حيث يهتم العديد من الطالبات بالمحتوى الذي يناقش العنف القائم على النوع الاجتماعي، التمييز، والتحيزات الثقافية ضد المرأة.

### 3- تأثير المحتوى النسوي على الطالبات الجامعيات

يؤثر المحتوى هنا على الطالبات الجامعيات من عدة جوانب، ويمكن تصنيفه إلى ثلاث مستويات رئيسية<sup>1</sup>:

#### أ- التأثير المعرفي

يعد المحتوى النسوي مصدرًا هامًا للمعلومات حول المحتوى المرأة، حيث يساعد الطالبات الجامعيات على تكوين فهم أعمق لمفاهيم مثل التمكين، المساواة، والعوائق الاجتماعية التي تواجهها النساء. يتيح لهن أيضًا الاطلاع على تجارب النساء في مختلف أنحاء العالم، ما يوسع مداركهن ويجعلهن أكثر وعيًا بالمحتوى المرتبطة بالنوع الاجتماعي.

#### ب- التأثير العاطفي

يساهم المضمون النسائي في تعزيز الشعور بالانتماء والتضامن بين النساء، حيث يمنح الطالبات إحساسًا بأنهن جزء من مجتمع داعم يناقش المحتوون ويتبنى همومهن. كما يمكن أن يلعب دورًا في تحسين الثقة بالنفس، خاصة فيما يتعلق بتقبل الذات وتحدي الصور النمطية التي تفرضها بعض المعايير الاجتماعية والإعلامية.

#### ج- التأثير السلوكي

ينعكس التأثير السلوكي لهذه المحتويات على عدة جوانب في حياة الطالبات، مثل:

- تغيير مواقفهن تجاه المحتوى المرأة والمساواة.
- تبني ممارسات جديدة تعكس وعيًا أكبر بحقوقهن وواجباتهن.
- التأثير على اختياراتهن في الموضة، حيث يميل بعضهن إلى اعتماد أساليب لباس تعكس هويتهم النسوية أو رفض المعايير التقليدية للجمال.
- المشاركة في الفعاليات والنشاطات التي تدعم المحتوى المرأة، مثل الحملات التوعوية والأنشطة الجامعية النسوية.

### 4- علاقة الطالبات بالمحتوى النسوي في السياق الجزائري

تتشكل علاقة الطالبات الجامعيات به في الجزائر ضمن بيئة اجتماعية وثقافية تتميز بتأثير قوي للعادات والتقاليد، وهو ما ينعكس على طريقة استهلاك الطالبات لهذا المحتوى وتفاعلهن معه.

<sup>1</sup> العيسوي، خالد. علم الاجتماع الرقمي وتأثيره على أنماط الاستهلاك النسوي. المرجع السابق ذكره ص64.

ويمكن تلخيص أبرز العوامل المؤثرة فيما يلي<sup>1</sup>:

- **التقاليد والقيم الاجتماعية:** تلعب العادات والتقاليد دورًا في تحديد مدى تقبل المجتمع الجزائري للأفكار النسوية، مما قد يؤدي إلى تباين في وجهات نظر الطالبات تجاه ما ينشر بين التأييد والتحفظ.
  - **الوعي التعليمي والثقافي:** تؤثر الخلفية التعليمية في مدى تفاعل الطالبات مع المنشورات النسائية، حيث يكون للطالبات ذوات التخصصات الإنسانية والاجتماعية وعي نقدي أعلى مقارنة بتخصصات أخرى.
  - **التكنولوجيا وسهولة الوصول إلى المحتوى:** ساهم انتشار الإنترنت والهواتف الذكية في زيادة انخراط الطالبات مع المحتوى النسوي، خاصة مع تزايد الحسابات والمنصات الرقمية التي تناقش المحتوى المرأة محليًا ودوليًا.
  - **التفاعل مع الإعلام التقليدي:** رغم انتشار المحتوى الرقمي، لا يزال للإعلام التقليدي دور في توجيه مواقف الطالبات تجاه مضامين ما تنشره هذه المنصات، سواء عبر البرامج التلفزيونية أو المقالات الصحفية التي تعزز أو تعارض الخطاب النسوي.
- تعد علاقة الطالبات الجامعيات بفحوى هذه المنشورات النسائية علاقة معقدة ومتعددة الأبعاد، حيث تتأثر بمجموعة من العوامل الثقافية، الاجتماعية، والتعليمية. ومع تنامي الحضور الرقمي للحركات النسوية، يزداد التأثير المعرفي، العاطفي، والسلوكي لهذا المحتوى على الطالبات، مما يدفع إلى التفكير في كيفية توظيفه بشكل إيجابي لدعم المرأة وتعزيز وعيها بحقوقها. في السياق الجزائري، تبقى هذه العلاقة محكومة بخصوصية البيئة الثقافية، وهو ما يفرض ضرورة تطوير محتوى رقمي أكثر توافقًا مع تطلعات النساء الجامعيات، مع الأخذ بعين الاعتبار تأثيره على تشكيل هويتها الفكرية والاجتماعية.

<sup>1</sup> الزهار، منى. "تمثيلات الأنوثة في المحتوى الرقمي وتأثيرها على الاستهلاك المظهري للطالبات الجامعيات." مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد 16، العدد 2، جامعة الجزائر، 2021، ص35

### خلاصة الفصل:

يُظهر هذا الفصل بوضوح الدور المتنامي للمضمون النسوي على منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل وعي الطالبات الجامعيات وتوجهاتهن في مجال الموضة. فقد أصبحت هذه المنصات فضاءً حيويًا لنشر الأفكار النسوية، مما ساهم في تعزيز الهوية النسائية والتأثير على اختيارات الأزياء لدى الطالبات.

كما يتضح أن الموضة لم تعد مجرد وسيلة للزينة، بل أصبحت تعبيرًا عن الذات وانعكاسًا للهوية والقيم. فالطالبات يتأثرن بشكل متزايد بالمحتوى النسوي، مما يدفعهن إلى تبني أنماط أزياء تعكس قناعاتهن، مع تزايد الاهتمام بالموضة المستدامة والتفاعل مع الحملات التي تدعم المحتوى المرأة.

بذلك، يمكن الاستنتاج أن المحتوى النسوي لم يعد مجرد ظاهرة رقمية، بل تحول إلى قوة مؤثرة تعيد تشكيل الذوق العام والميول الاستهلاكية، ما يعكس الترابط الوثيق بين الثقافة الرقمية والهوية النسائية في العصر الحديث.

الفصل الثالث:

الدراسة الميدانية

### تمهيد :

يشكل الفصل التطبيقي الجانب العملي من الدراسة، حيث يتم الانتقال من الإطارين النظري والمنهجي إلى الميدان من أجل فحص الفرضيات المطروحة واختبار مدى صدقها على عينة واقعية من الطالبات الجامعيات.

وقد تم تنفيذ هذه الدراسة ميدانياً بجامعة عمار ثليجي بالأغواط ، نظراً لكونها فضاءً جامعياً يضم فئات طلابية متنوعة من مختلف الخلفيات الاجتماعية والثقافية، مما يضيف على نتائج الدراسة طابعاً تمثيلاً يمكن الاستناد إليه.

يهدف هذا الفصل إلى استقصاء العلاقة بين المحتوى النسوي على منصات التواصل الاجتماعي واتجاهات الطالبات نحو الموضة والجمال، من خلال رصد ممارساتهن وتصوراتهن المتعلقة بالهوية، والذوق الشخصي، والاستقلالية. كما يسعى إلى التعرف على مدى تأثير الطالبات بالخطابات النسوية الرقمية، سواء من خلال متابعة المؤثرات أو التفاعل مع المضامين التي تروج لفكرة تمكين المرأة وتغيير الصور النمطية المرتبطة بها.

### المبحث الأول: الدراسة الاستطلاعية

تعد الدراسة الاستطلاعية خطوة أساسية لفهم الإطار العام للظاهرة المدروسة، وتستخدم لجمع معلومات أولية تساعد على تكوين تصور ميداني واقعي. في هذا السياق، تم إجراء دراسة ميدانية بجامعة عمار ثليجي بالأغواط لفهم مدى تأثير ما تروج له الصفحات التي تعنى بالمرأة على اتجاهات الطالبات الجامعيات نحو الموضة، وذلك من خلال اعتماد أدوات ومنهجيات علمية مناسبة لطبيعة الموضوع. ويتناول هذا المبحث الجوانب التالية: منهجية الدراسة، مجالات الدراسة، وأداة الدراسة.

### المطلب الأول: منهجية الدراسة

تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي في هذه الدراسة، كونه الأنسب لدراسة الظواهر الاجتماعية والنفسية من خلال وصفها وتحليل أسبابها ونتائجها.

يهدف هذا المنهج إلى فهم العلاقة بين استخدام الطالبات للمحتوى النسوي على مواقع التواصل الاجتماعي وبين مواقفهم وتصوراتهن نحو الموضة والهوية الجمالية. كما تم استخدام الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات من الميدان، إذ صُمم بناءً على الإشكالية وتساؤلات وفرضيات الدراسة، واحتوى على مجموعة من العبارات المرتبطة بالمحاور الثلاثة الرئيسية للدراسة. ولم يتم تجريب الاستبيان قبل توزيعه، وقد تم الاعتماد على وضوح العبارات المباشر لضمان فهم المستجوبات لها.

#### المطلب الثاني: مجالات الدراسة

توزعت الدراسة على ثلاثة مجالات أساسية:

• **المجال البشري:** تمثّل في عينة من 119 طالبة من طالبات جامعة عمار ثلجي، وقد تم اختيار العينة بطريقة عشوائية بسيطة لضمان تمثيل مختلف التخصصات والمستويات الجامعية.

• **المجال المكاني:** أجريت الدراسة على مستوى جامعة عمار ثلجي بالأغواط، وهي مؤسسة جامعية تضم عدداً كبيراً من الطالبات من خلفيات اجتماعية وثقافية متنوعة، مما يتيح بيئة مناسبة لدراسة التأثيرات الاجتماعية والإعلامية.

• **المجال الزمني:** تم تنفيذ الدراسة الميدانية خلال الفصل الثاني من السنة الجامعية 2024/2025، وقد تم رفع الاستبيان على مواقع التواصل الاجتماعي من 10 الى 15 ماي 2025 وقد تم توزيع الاستبيانات وتحليل النتائج في غضون اسبوع

#### المطلب الثالث: أداة الدراسة

اعتمدت الباحثتان على الاستبيان كوسيلة لجمع البيانات، وقد تم تصميمه بشكل يسمح بقياس آراء الطالبات حول المحاور التالية:

1. استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.
  2. علاقة الطالبات بالموضة والمحتوى النسوي.
  3. تأثير المحتوى النسوي على اتجاهات الموضة والهوية الشخصية.
- وقد تم توزيع الاستبيان ورقياً على العينة، وتم تحليل نتائجه باستخدام برنامج SPSS الإصدار 22. وتجدر الإشارة إلى أن الإجابة كانت مبنية على مقياس ثلاثي (موافق – محايد – غير موافق) لتسهيل عملية التحليل الإحصائي وتحديد الاتجاه العام للإجابات.

**المبحث الثاني: تحليل ومناقشة النتائج**

بعد جمع البيانات الميدانية من عينة الدراسة باستعمال الاستبيان، تأتي هذه المرحلة المهمة التي تتمثل في تحليل النتائج وتفسيرها في ضوء الفرضيات المطروحة وتساؤلات البحث. يهدف هذا المبحث إلى تقديم قراءة كمية ونوعية لإجابات الطالبات الجامعيات حول مختلف العبارات الواردة في الاستبيان، والمتعلقة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، علاقتها بالمحتوى النسوي، وتأثير هذا الأخير على توجهاتهن في الموضة والهوية الجمالية.

**المطلب الاول : تحليل النتائج**

يهدف هذا المطلب إلى تقديم قراءة تحليلية منظمة للبيانات الإحصائية المستخلصة من الاستبيان الميداني. يتم التركيز على أبرز اتجاهات الطالبات الجامعيات نحو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والمحتوى النسوي المرتبط بالموضة. كما يسمح هذا التحليل بفهم مدى تأثير هذه العوامل على مواقفهن وسلوكياتهن.

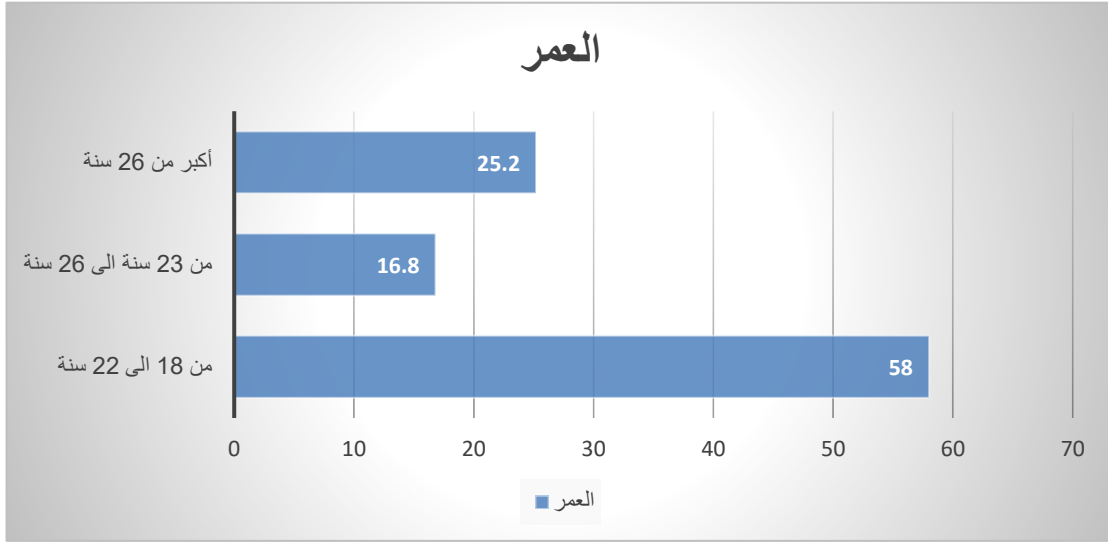
اولا: العمر

جدول رقم 01: خاص العمر

العمر	التكرار	النسبة %
من 18 الى 22 سنة	69	58
من 23 سنة الى 26 سنة	20	16.8
أكبر من 26 سنة	30	25.2
المجموع	119	100

يوضح الجدول أن الفئة العمرية من 18 إلى 22 سنة تمثل النسبة الأكبر من العينة بـ 58%، ما يعكس أن معظم المشاركات في الدراسة هنّ طالبات شابات في بداية المسار الجامعي. وتأتي الفئة من 23 إلى 26 سنة بنسبة 16.8%، وهي أقل تمثيلاً مقارنة بالفئة الأولى. أما الفئة التي تتجاوز 26 سنة فقد شكّلت 25.2% من العينة، وهي نسبة لا يُستهان بها وتعكس وجود طالبات في مراحل متقدمة أو في برامج دراسات عليا. هذا التوزيع يعطي انطباعاً بتنوّع الأجيال داخل العينة. وقد يكون للعمر دور كبير في اختلاف تأثير الطالبات بالمحتوى النسوي، حيث تُظهر الفئات الأصغر سنًا ميلاً أكبر للتفاعل مع الموضة على وسائل التواصل. كما يُمكن هذا التنوع العمري من قياس الفرق في الاتجاهات بدقة بين الفئات المختلفة.

الشكل رقم (01): توزيع أفراد العينة حسب العمر



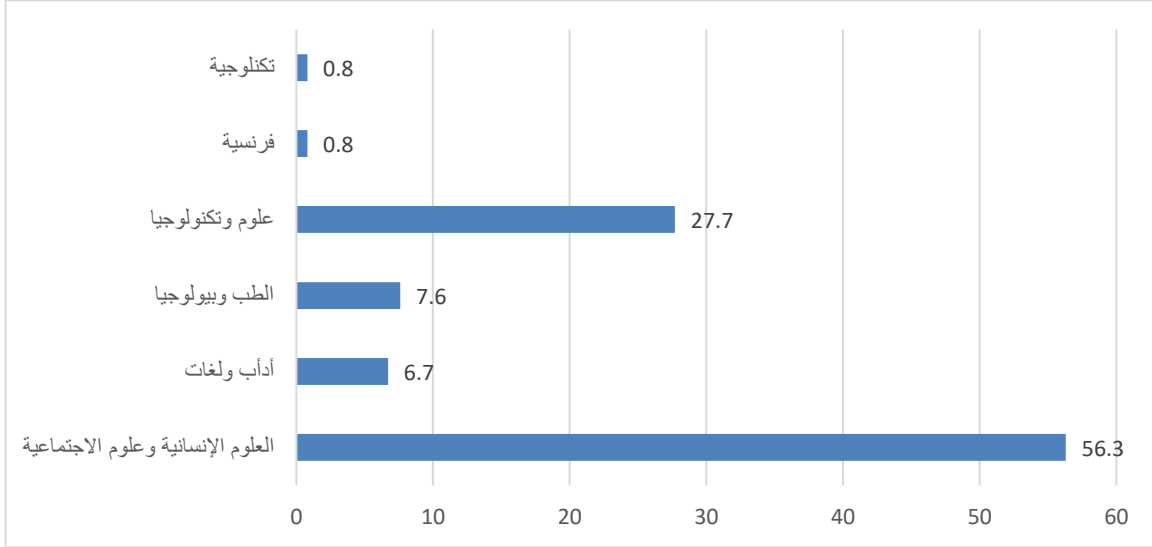
ثانياً: التخصص

جدول رقم 02: خاص بالتخصص

التخصص	التكرار	النسبة %
العلوم الإنسانية وعلوم الاجتماعية	67	56.3
أدب ولغات	8	6.7
الطب وبيولوجيا	9	7.6
علوم وتكنولوجيا	33	27.7
فرنسية	1	0.8
تكنولوجيا	1	0.8
المجموع	119	100

يشير الجدول إلى أن العلوم الإنسانية والاجتماعية تشكل الأغلبية بنسبة 56.3%، ما قد يعود إلى انفتاح طالبات هذا التخصص على مواضيع الهوية والنسوية والمظاهر الاجتماعية. تليها تخصصات علوم وتكنولوجيا بنسبة 27.7%، وهي نسبة معتبرة تُظهر تفاعل طالبات هذه الفئة أيضاً مع موضوع الدراسة. أما بقية التخصصات مثل الآداب واللغات (6.7%)، الطب والبيولوجيا (7.6%)، والفرنسية والتكنولوجيا (0.8% لكل منهما)، فتعتبر تمثيلاً محدوداً. هذا التوزيع يطرح تساؤلات حول مدى تأثير الخلفية الأكاديمية على اهتمام الطالبات بالمحتوى النسوي والموضة. وقد يشير التمثيل العالي للعلوم الإنسانية إلى علاقة بين الوعي الثقافي والتفاعل مع هذه القضايا. ويبرز الجدول تنوعاً نسبياً في التخصصات مما يعزز مصداقية النتائج.

الشكل رقم (02): توزيع أفراد العينة حسب التخصص



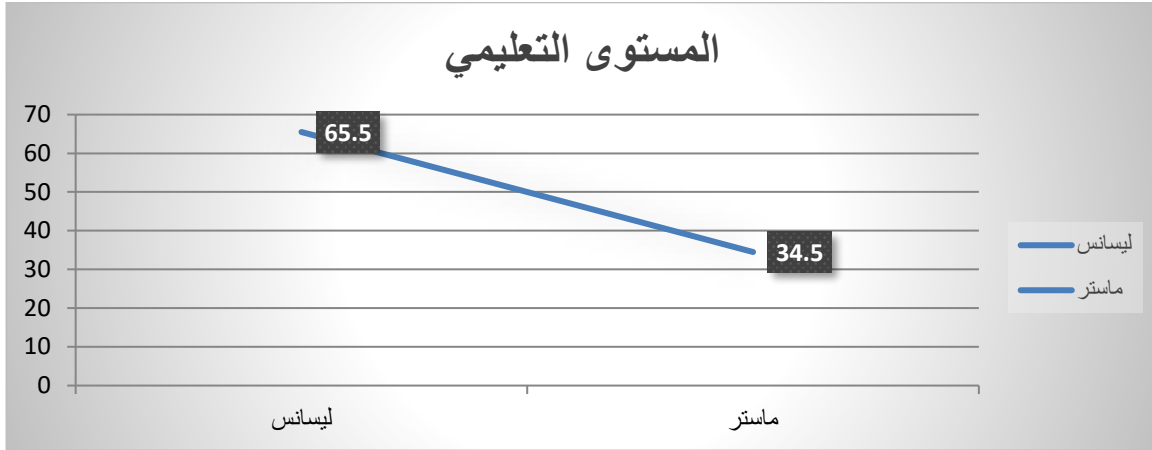
ثالثاً: المستوى التعليمي

جدول رقم 03: خاص بالمستوى التعليمي

النسبة %	التكرار	المستوى التعليمي
65.5	78	ليسانس
34.5	41	ماستر
100	119	المجموع

يتضح من الجدول أن الغالبية من المشاركات هنّ طالبات ليسانس بنسبة 65.5%، في حين أن طالبات الماستر يشكلن 34.5% من العينة. يشير هذا التوزيع إلى هيمنة طالبات المرحلة الأولى من التعليم العالي، وهو أمر طبيعي في السياق الجامعي. هذا الفارق في المستوى التعليمي قد يعكس تبايناً في أساليب التفكير أو مستوى النضج في التعامل مع المحتوى الرقمي وخاصة المحتوى النسوي. كما قد تظهر فروق في التفاعل مع الموضوع، حيث يُتوقع من طالبات الماستر نظرة أكثر نقدية وتحليلية مقارنة بزميلاتهن في الليسانس. يعكس الجدول أيضاً تمثيلاً جيداً للمرحلتين، ما يُسهم في تنوع الرؤى ضمن الدراسة. ويتيح هذا التوزيع فحص العلاقة بين المستوى التعليمي ومدى التأثير بالموثرات الرقمية المتعلقة بالهوية والموضة.

الشكل رقم (03): توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

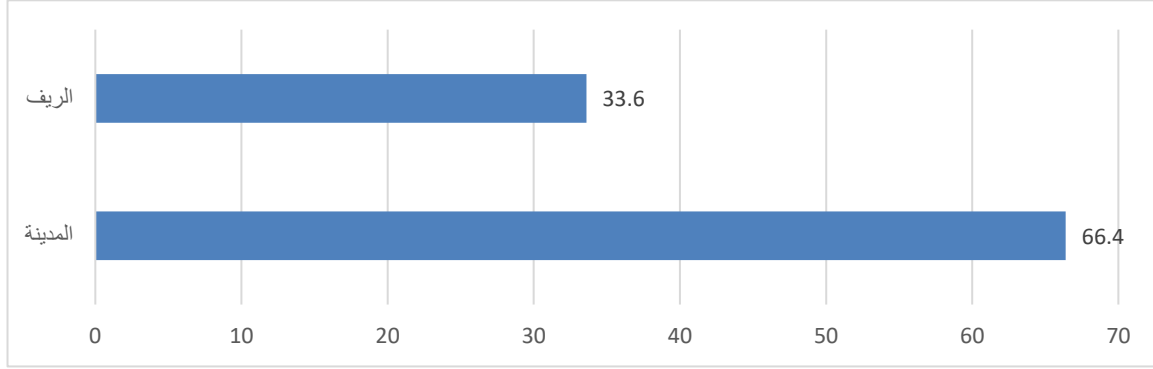


رابعاً: السكن  
جدول رقم 04: خاص بالسكن

السكن	التكرار	النسبة %
المدينة	79	66.4
الريف	40	33.6
المجموع	119	100

من خلال الجدول، نلاحظ أن أغلب الطالبات المشاركات في الدراسة يسكنن في المدينة بنسبة 66.4%، بينما 33.6% فقط يسكنن في الريف. هذا منطقي إلى حد كبير لأن معظم الجامعات تكون في المدن، ما يجعل الطالبات المدينيات أكثر حضوراً في العينة. طالبات المدينة عادة يتعرضن أكثر للمحتوى الرقمي، سواء من خلال مواقع التواصل أو الموضة الحديثة، وهذا قد يجعلهن أكثر تأثراً بالمحتوى النسوي المنتشر عبر هذه المنصات. في المقابل، وجود نسبة جيدة من طالبات الريف يضيف بعداً مهماً للدراسة، لأنه يفتح المجال للمقارنة بين البيئتين. من الممكن أن تختلف طريقة التفاعل مع الموضة أو المواضيع النسوية بين المدينيات والريفيات بسبب الفروقات الثقافية والاجتماعية. باختصار، التنوع في مكان السكن يعطي قيمة أكبر للنتائج ويساعد على فهم أوسع لتأثير هذا النوع من المحتوى.

الشكل رقم (04): توزيع أفراد العينة حسب السكن



المحور الاول: استخدام الطالبات لمواقع التواصل الاجتماعي

جدول رقم 05 : خاص بالمحور الاول

المحور	السؤال	موافق		محايد		غير موافق	
		التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
استخدام الطالبات لمواقع التواصل الاجتماعي	01	91	76.5	22	18.8	6	5
	02	74	62.2	29	24.4	16	13.4
	03	42	35.3	56	47.1	21	17.6
	04	76	63.9	21	17.6	22	18.5
	05	69	58	31	26	19	16
	06	81	68.1	27	22.7	11	9.2
	07	84	70.6	19	16	16	13.4

تُظهر نتائج الجدول الخاص بالمحور الأول أن نسبة معتبرة من الطالبات، بلغت 76.5%، يوافقن على أنهن يقضين عددًا كبيرًا من الساعات يوميًا على مواقع التواصل الاجتماعي مقارنةً بالأنشطة الأخرى. هذه النسبة المرتفعة تؤكد على مدى تغلغل هذه المنصات في الحياة اليومية للطالبة الجامعية، وهو ما يعكس تحولًا ملحوظًا في أنماط استهلاك الوقت لدى فئة الشباب. في المقابل، عبرت نسبة 18.8% عن موقف حيادي، ما قد يشير إلى تباين في تقدير حجم الاستخدام، أو إلى وجود توازن نسبي في تخصيص الوقت بين الأنشطة المختلفة، في حين أن 5% فقط أبدى عدم

موافقتهم على هذا الطرح، وهي نسبة هامشية تعزز من فرضية الاعتماد الواسع على هذه المنصات.

أما فيما يتعلق بالعبارة الثانية، فقد بينت النتائج أن 62.2% من أفراد العينة يخصصون وقتاً يومياً لمتابعة جديد الموضة واللباس عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وهو ما يدل على تأثير مباشر لهذه المنصات في تشكيل اهتمامات الطالبات واتجاهاتهن الاستهلاكية والجمالية. كما أن النسبة المحايدة (24.4%) قد تعكس مواقف غير مستقرة أو استخداماً انتقائياً للمحتوى المتعلق بالموضة، في حين أن 13.4% من الطالبات لم تُبدي اهتماماً بهذا النوع من المحتوى، وهو ما يشير إلى وجود فئة غير متأثرة بالموضة الرقمية أو تفضل مصادر أخرى للاطلاع.

وبالانتقال إلى العبارة الثالثة، تبين أن نسبة 35.3% من الطالبات يستخدمن مواقع التواصل الاجتماعي بغرض التسلية أو للهروب من الضغوط اليومية، وهو مؤشر على البعد النفسي لاستخدام هذه المنصات، حيث تُستخدم كوسيلة للتفريغ العاطفي أو تجاوز التوترات. إلا أن النسبة الأكبر كانت محايدة (47.1%)، ما يشير إلى غياب تصور واضح حول هذا الاستخدام، أو ربما يدل على وجود دوافع أخرى لاستخدام المنصات، في حين عبرت نسبة 17.6% عن رفضها للعبارة، وهو ما قد يشير إلى استخدام واعٍ أو موجّه نحو أهداف محددة مثل التعلم أو التواصل فقط.

وفيما يخص العبارة الرابعة، أظهرت النتائج أن 63.9% من الطالبات يعتبرن مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً رئيسياً للمعلومات والترفيه، ما يعكس التحول نحو المنصات الرقمية كمصادر بديلة للمعرفة والترفيه مقارنةً بالمصادر التقليدية. النسبة المحايدة (17.6%) تعكس تردداً في الاعتماد الكامل على هذه المنصات، بينما ترى نسبة 18.5% أن هذه المواقع لا تُعد مصدراً أساسياً، مما يشير إلى تنوع في مصادر المعرفة لدى بعض الطالبات، وربما ارتكازهن على مراجع أكثر موثوقية.

أما فيما يتعلق بالعبارة الخامسة، فإن 58% من الطالبات أشرن إلى أن استخدامهن لمواقع التواصل يزداد أثناء وجودهن مع صديقاتهن أو عند التواصل المباشر معهن، ما يبرز الجانب الاجتماعي لهذه المنصات، والتي أصبحت مرافقة للتفاعلات الواقعية، بل وقد تسهم في تعزيزها من خلال مشاركة المحتوى أو تبادل التعليقات في الوقت الفعلي. وقد شكلت نسبة 26% موقفاً حيادياً، مما قد يعكس عدم إدراك واضح لهذا النمط من التفاعل، فيما رفضت 16% الفكرة، وهو ما قد يدل على رغبة في تركيز التفاعل ضمن الإطار الواقعي دون وسيط رقمي.

بالنسبة للعبارة السادسة، تشير النتائج إلى أن 68.1% من الطالبات يشعرن بانسجام أكبر مع صديقاتهن عندما يتفاعلن مع نفس المحتوى الرقمي، وهو ما يدل على الدور الموحد للمحتوى الرقمي في تشكيل العلاقات الاجتماعية، لا سيما حين يكون المحتوى مشتركاً ويستدعي تفاعلات جماعية. النسبة المحايدة (22.7%) تشير إلى تأثير غير محسوم للمحتوى الرقمي على جودة العلاقات، في حين أن 9.2% لا يوافقن على هذه الفكرة، وهي نسبة محدودة.

أخيراً، فيما يخص العبارة السابعة، أعربت 70.6% من الطالبات عن حرصهن على مشاركة المحتوى الذي يعجبهن مع صديقاتهن عبر منصات التواصل، وهو ما يدل على أن التفاعل مع المحتوى يتجاوز حدود الفرد ليشمل المجموعات، مما يساهم في تعزيز التأثير الجماعي وتشكيل

المحور	العبارات	موافق		محايد		غير موافق	
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
علاقة الطالبات الجامعيات بالموضة	08	73.9	88	17.6	21	8.4	10
	09	68.1	81	19.3	23	12.6	15
	10	58	69	27.7	33	14.3	17
	11	63	75	17.6	21	19.3	23
	12	52.1	62	22.7	27	25.2	30
	13	57.1	68	20.2	24	22.7	27
	14	64.7	77	20.2	24	15.1	18

ميلول جماعية، خصوصاً في ما يتعلق بالمجالات البصرية كاللباس والموضة. في المقابل، وقفت نسبة 16% موقفاً محايداً، بينما رفضت 13.4% هذا السلوك، وهو ما قد يُعزى إلى تفضيلات شخصية تتعلق بالخصوصية أو قلة الاهتمام بالمشاركة الرقمية.

بناءً على ما سبق، يمكن القول إن استخدام الطالبات لمواقع التواصل الاجتماعي يتميز بكثافته وتنوع أهدافه، ويتداخل فيه البعد الشخصي مع الاجتماعي، مما يجعل هذه المنصات عنصرًا مؤثرًا في تشكيل الأنماط السلوكية والاهتمامات الفردية والجماعية على حد سواء.

### المحور الثاني: علاقة الطالبات الجامعيات بالموضة

جدول رقم 06 : خاص بالمحور الثاني

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات 2 spss

يُظهر تحليل بيانات المحور الثاني، المتعلق بعلاقة الطالبات الجامعيات بالموضة والمحتوى النسوي على مواقع التواصل الاجتماعي، توجهات واضحة تشير إلى اهتمام واسع ومتعدد الأبعاد بين أفراد العينة.

نبدأ من العبارة التي تنص على "بُتابع باستمرار جديد الموضة وأحرص على مواكبة آخر الصيحات". حيث أعربت 88 طالبة من أصل 119، أي بنسبة 73.9%، عن موافقتهن على هذه العبارة، ما يدل على انتشار واسع لثقافة متابعة الموضة في أوساط الطالبات. في المقابل، بقيت 21 طالبة على الحياد (17.6%)، بينما لم توافق 10 طالبات فقط، أي بنسبة 8.4% هذا التوزيع يعكس ميلاً قوياً نحو الاهتمام بالمظهر ومواكبة الاتجاهات العصرية، والذي غالباً ما يتأثر بمحتوى مواقع مثل إنستغرام وسناب شات.

أما في العبارة الثانية "أفضل الحسابات التي تدعم تمكين المرأة وتسلط الضوء على إنجازاتها". فقد وافقت 81 طالبة (68.1%) على هذه الفكرة، مما يدل على توجه نسوي متزايد بين الطالبات، يتماشى مع خطاب معاصر يرى في مواقع التواصل أداة للتعبير عن الإنجازات النسائية. بينما بقيت 23 طالبة محايدة (19.3%)، وأبدت 15 طالبة فقط (12.6%) عدم اهتمامهن بهذا النوع من المحتوى، مما يشير إلى أن الخطاب النسوي الرقمي يجد تجاوباً واسعاً، مع وجود فئة أقل تفاعلاً ربما بسبب اختلاف الاهتمامات أو وجهات النظر.

فيما يخص العبارة الثالثة "أقوم بالتفاعل (إعجاب، تعليق، مشاركة) مع منشورات نسوية على منصات مثل محتوى المؤثرين". فقد أبدت 69 طالبة موافقتهن، أي بنسبة 58%، ما يدل على أنهن لا يكتفين بالاطلاع فقط، بل يشاركن فعلياً في التفاعل مع هذا النوع من الخطاب. في المقابل، بقيت 33 طالبة في موقف الحياد (27.7%)، بينما رفضت 17 طالبة هذه الفكرة (14.3%) هذه النتائج تُشير إلى أن التفاعل مع المحتوى النسوي لا يزال في طور النمو، لكنه يعكس مستوى من الاندماج والاهتمام المؤثر.

أما العبارة الرابعة "المحتوى النسوي يساعدني على إعادة النظر في بعض المعتقدات الاجتماعية المتعلقة بالمرأة". فقد وافقت عليها 75 طالبة (63%)، مما يدل على أن تأثير هذا المحتوى لا يتوقف عند حدود المشاهدة، بل يصل إلى مستوى مراجعة القيم الاجتماعية والمفاهيم التقليدية. بينما بقيت 21 طالبة محايدة (17.6%)، وأعربت 23 طالبة عن عدم موافقتهن (19.3%)، وهو ما يعكس وجود مقاومة فكرية لدى شريحة من الطالبات تجاه بعض الطروحات النسوية أو النقدية.

بالنسبة للعبارة الخامسة "أشاهد محتوى ينتقد الصور النمطية للجمال والأنوثة في المجتمع". فقد وافقت عليها 62 طالبة، أي بنسبة 52.1%، ما يدل على وجود وعي نسبي تجاه تفكيك القوالب التقليدية للجمال والأنوثة. من جهة أخرى، بقيت 27 طالبة محايدة (22.7%)، في حين رفضت 30 طالبة هذه الفكرة، بنسبة 25.2% هذا التوزيع يُبرز وجود انقسام نسبي بين من يتقبل هذا النوع من النقد ومن لا يزال متمسكاً بالصورة النمطية للجمال.

أما العبارة السادسة "أحب متابعة المؤثرات اللاتي يتحدثن عن الجمال والموضة، المكياج.. الخ". فقد أبدت 68 طالبة موافقتهن، بنسبة 57.1%، ما يدل على أن المحتوى الجمالي لا يزال يحتل مكانة بارزة في اهتمامات الطالبات. في حين بقيت 24 طالبة محايدة (20.2%)، وأبدت 27 طالبة

عدم اهتمامهن بهذا النوع من المحتوى (22.7%) ، مما يعكس تبايناً في الميول، حيث يبدو أن فئة من الطالبات بدأت تعيد النظر في الجاذبية التقليدية لمحتوى الجمال.

وأخيراً، في العبارة السابعة" :بشعر أن المحتوى النسوي على السوشال ميديا يعكس اهتماماتي وتجاربي الشخصية . "وافقت 77 طالبة، أي بنسبة 64.7%، على هذه الفكرة، وهو ما يدل على أن هذا الخطاب الرقمي قد أصبح قريباً من واقع الطالبات، ويعبر عن همومهن وتطلعاتهن. في حين ظلت 24 طالبة محايدة (20.2%) ، ورفضت 18 طالبة هذا الطرح (15.1%) ، مما يشير إلى أن غالبية العينة ترى نفسها ممثلة في هذا النوع من المحتوى.

من خلال نتائج هذا المحور، نلاحظ أن الطالبات الجامعيات يمتلكن علاقة مركبة مع الموضة والمحتوى النسوي على السوشال ميديا. فهنّ من جهة، مهتمات بمواكبة صيحات الموضة ويتابعن المؤثرات في هذا المجال، ومن جهة أخرى، يُبدین وعياً نسوياً متزايداً، يتجلى في التفاعل مع محتوى يدعم قضايا المرأة ويحفز إعادة التفكير في المعتقدات الاجتماعية. تُظهر الأرقام بوضوح أن وسائل التواصل لم تعد فقط مصدرًا للترفيه أو الاستعراض، بل أصبحت منصة تؤثر في الوعي الشخصي والاجتماعي، خاصة بالنسبة للفتيات الجامعيات اللواتي يستخدمن هذه الوسائل لتشكيل رؤيتهن لأنفسهن والعالم.

### المحور الثالث: تأثير المحتوى النسوي على اتجاهات الموضة لدى الطالبات الجامعيات

المحور	العبارات	نعم		لا		ربما	
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
تأثير المحتوى النسوي على اتجاهات الموضة لدى الطالبات الجامعيات	15	68.1	81	21	25	10.9	13
	16	58	69	21.8	26	20.2	24
	17	51.3	61	22.7	27	26.1	31
	18	56.3	67	21.8	26	21.8	26
	19	53.8	64	26.1	31	20.2	24
	20	63.9	76	17.6	21	18.5	22
	21	54.6	65	16	19	29.4	35

24.4	29	21	25	54.6	65	22
19.3	23	21	25	59.7	71	23
17.6	21	25.2	30	57.1	68	24
14.3	17	26.9	32	58.8	70	25
26.1	31	15.1	18	58.8	70	26

جدول رقم 07 : خاص بالمحور الثالث  
المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات spss 22

يشير تحليل البيانات الواردة في الجدول الخاص بالمحور الثالث: تأثير المحتوى النسوي على اتجاهات الموضة لدى الطالبات الجامعيات إلى وجود تأثير ملحوظ للمحتوى النسوي على سلوك الطالبات فيما يخص اختيارتهن في اللباس والموضة. تبدأ النتائج بالعبارة 15 التي أفادت بأن المحتوى النسوي ساهم في زيادة وعي الطالبات بخياراتهن في اللباس، حيث أجابت نسبة 68.1% بنعم، مما يدل على أن هناك إدراكاً متزايداً لأهمية حرية الاختيار في الملابس. وفي العبارة 16، أشارت 58% من الطالبات إلى تفضيلهن للملابس التي تعبر عن استقلاليتهن، مقابل 21.8% أجابوا بلا، وهو ما يعكس ميولاً للتحرر من القيود الاجتماعية النمطية.

أما في العبارة 17، فتبين أن 51.3% من الطالبات أعدن النظر في قواعد اللباس المعتادة، وهي نسبة معتبرة وتكشف عن دور المحتوى النسوي في إعادة تشكيل المفاهيم المرتبطة باللباس. وارتفعت النسبة قليلاً في العبارة 18 حيث ترى 56.3% من الطالبات أن الموضة يمكن أن تكون وسيلة للتعبير عن المساواة والحرية الفردية، مما يدل على أن النسوية أصبحت مرتبطة برؤية جديدة للموضة كأداة ذات بُعد فكري واجتماعي.

وفي السياق ذاته، أظهرت العبارة 19 أن 53.8% من المشاركات تأثرن في اختيار ملابس أكثر عملية وراحة، وهو تحول واضح عن التصورات التقليدية للموضة، بينما أكدت العبارة 20 أن 63.9% أصبحن ينظرن إلى الموضة كوسيلة للتعبير عن الذات، وهي أعلى نسبة نعم في هذا المحور، مما يشير إلى الأثر الإيجابي العميق للمحتوى النسوي في تعزيز ثقة المرأة بنفسها وهويتها.

العبارة 21 أظهرت أن 54.6% من الطالبات أصبحن أقل تأثراً بآراء الآخرين حول مظهرهن، ما يعكس نمطاً من الاستقلالية في اتخاذ قرارات تتعلق باللباس. كما أوضحت العبارة 22 أن أكثر من نصف العينة 54.6% يتابعن صفحات أو مؤثرات يقدمن محتوى نسوياً في الموضة، مما يعزز من فرص تعرّضهن المستمر للأفكار النسوية.

في العبارة 23، رأت 59.7% من الطالبات أن الرسائل النسوية في الموضة تعزز ثقة المرأة بذوقها، ويعزز هذا الاتجاه ما ورد في العبارة 24، حيث أشار 57.1% إلى أن المحتوى النسوي أثر على أولوياتهن في اللباس نحو البساطة والهوية الفردية. وتكررت هذه النتيجة تقريباً في العبارة 25، وهي تكرار للعبارة 15، بنفس النسبة تقريباً 58.8%.

أخيراً، أظهرت العبارة 26 أن 58.8% من الطالبات بدأن يتبعن خياراتهن الخاصة في الموضة، بعيداً عن توقعات المجتمع، وهو ما يؤكد أن المحتوى النسوي يلعب دوراً محورياً في تعزيز الفردانية والتمكين الذاتي في قرارات اللباس.

بشكل عام، يتضح من هذا الجدول أن النسب المرتفعة للإجابات بنعم في معظم العبارات والتي تتراوح بين 51.3% و 68.1% تعكس تأثيراً إيجابياً واضحاً للمحتوى النسوي على وعي الطالبات واختيارتهن في الموضة، مما يشير إلى تغير في الثقافة الاستهلاكية والذوق العام نحو تبني قيم الاستقلالية، الراحة، والتعبير الذاتي بعيداً عن القوالب الاجتماعية التقليدية.

### المطلب الثاني : مناقشة النتائج

#### نتائج الفرضيات :

يهدف هذا المطلب إلى مناقشة النتائج المتوصل إليها في الدراسة الميدانية، وذلك من خلال ربطها بالفرضيات المطروحة سابقاً، للوقوف على مدى تحققها في الواقع. كما سيتم تحليل هذه النتائج في ضوء الإطار النظري المعتمد، من أجل تعميق الفهم وتفسير الظواهر المدروسة بشكل علمي ومنهجي. يتيح هذا الطرح الوصول إلى استنتاجات أكثر دقة وشمولاً حول علاقة الطالبات الجامعيات بالمحتوى النسوي والموضة عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

**الفرضية الأولى:** تميل الطالبات الجامعيات إلى استخدام منصات التواصل الاجتماعي يومياً كوسيلة رئيسية للحصول على محتوى متعلق بالموضة والجمال.

الجدول رقم 08: العلاقة المتغير المستقل: سؤال 1 (المحور الأول): المتغير التابع: سؤال 2 (المحور الأول):

المجموع	غير موافق	محايد	موافق	
91	16	1	74	موافق

22	0	22	0	محايد
6	0	6	0	غير موافق
119	16	29	74	المجموع

يتضح من البيانات أن من بين 91 طالبة وافقن على استخدام منصات التواصل الاجتماعي يومياً، هناك 74 طالبة (ما نسبته 81.3%) وافقن أيضاً على أن هذه المنصات تُعد مصدراً رئيسياً لمحتوى الموضة والجمال. وهذا يعكس وجود علاقة قوية بين كثافة الاستخدام والنظر للمنصة كمصدر موثوق.

بالمقابل، 16 طالبة (17.6%) من نفس الفئة وافقن على استخدام المنصات ولكن لم يعتبرنها مصدراً رئيسياً، بينما كانت طالبة واحدة فقط (1.1%) محايدة في تقييمها.

أما الفئة التي كانت محايدة في الاستخدام (22 طالبة)، فجميعهن أيضاً كن محايدات في تقييم المنصات كمصدر للمحتوى، وهو ما يدل على انسجام الرأي وعدم وجود تباين.

بالنسبة للفئة التي رفضت استخدام المنصات يومياً (6 طالبات فقط) جميعهن أبدين رأياً محايداً تجاه اعتبار المنصات مصدراً للمحتوى، ولم تُسجل أي موافقة أو رفض قاطع.

الجدول 09: اختبار كي مربع للفرضية الاولى

القيمة الاحتمالية sig	درجات الحرية df	القيمة الاحصائية	
0,00	4	113,634	اختبار كاي مربع لبيرسون
0,00	4	121,152	نسبة الترجيح
0,00	1	14,466	خطية الارتباط
		119	المجموع

تشير نتائج اختبار كاي مربع إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية قوية بين مدى استخدام الطالبات الجامعيات لمنصات التواصل الاجتماعي يوميًا، وبين اعتبارهن لهذه المنصات مصدرًا رئيسيًا لمحتوى الموضة والجمال. فقد بلغت القيمة الإحصائية لاختبار كاي مربع لبيرسون (113.634) بدرجة حرية (4)، مع قيمة احتمالية (Sig.) تساوي (0.00)، وهي أقل من مستوى الدلالة المعتمد (0.05)، مما يدل على أن العلاقة بين المتغيرين ليست عشوائية بل ذات دلالة معنوية. كما عزز اختبار نسبة الترجيح (Likelihood Ratio) هذه النتيجة بقيمة بلغت (121.152)، ما يدل على قوة الترابط بين المتغيرات. بالإضافة إلى ذلك، أظهر اختبار خطية الارتباط (Linear-by-Linear Association) وجود اتجاه خطي واضح بين المتغيرين بقيمة إحصائية (14.466) ودرجة حرية واحدة، مما يعني أنه كلما زاد استخدام الطالبة لمنصات التواصل الاجتماعي، زادت احتمالية اعتبارها هذه المنصات مصدرًا رئيسيًا للمحتوى المتعلق بالموضة والجمال. وبناءً عليه، تؤكد هذه النتائج قبول الفرضية الأولى إحصائيًا ومنطقيًا، وتعكس تأثيرًا واضحًا لاستخدام المنصات الرقمية في تشكيل توجهات الطالبات تجاه الموضة.

**الفرضية الثانية:** تتأثر تصورات الطالبات الجامعيات للجمال والهوية الشخصية بالمعايير التي يروج لها المحتوى النسوي عبر منصات التواصل الاجتماعي، مما يعزز قيم التميز والاستقلالية.

الجدول 10 : العلاقة بين المتغير المستقل: سؤال 10 المحور الثاني المتغير التابع سؤال 17 (المحور الثالث)

المجموع	غير موافق	محايد	موافق	
69	0	8	61	موافق
33	14	19	0	محايد
17	17	0	0	غير موافق
119	31	27	61	المجموع

تكشف نتائج الجدول عن وجود علاقة واضحة وإيجابية بين تأثير الطالبات بالمحتوى النسوي على منصات التواصل الاجتماعي وبين ميلهن إلى إعادة النظر في قواعد اللباس التي اعتدن عليها. فقد أظهرت البيانات أن من بين 69 طالبة وافقن على تأثرهن بالمحتوى النسوي، هناك 61 طالبة وافقن أيضًا على أنهن قمن بإعادة النظر في بعض قواعد اللباس، وهي نسبة

مرتفعة تعكس تأثيرًا مباشرًا لهذا النوع من المحتوى في تصوراتهن للجمال والهوية الشخصية.

أما الطالبات المحايدات في مدى تأثرهن بالمحتوى النسوي، وعددهن 33 طالبة، فقد توزعن ما بين 19 طالبة محايدة أيضًا في تقييمهن لتأثير المحتوى على اللباس، و14 طالبة لم يرين أي تغيير أو تأثير. ويشير هذا التوزيع إلى وجود تردد في تبني القيم المطروحة من قبل الخطاب النسوي المقابل، فإن 17 طالبة رفضن التأثير بالمحتوى النسوي رفضًا صريحًا. هذا الانسجام يعزز موثوقية البيانات ويظهر تباينًا واضحًا بين الفئات الثلاث.

بناءً على ما سبق، يمكن القول إن العلاقة بين المتغيرين علاقة منطقية وداعمة للفرضية، حيث يتضح أن المحتوى النسوي يسهم في تشكيل تصورات جديدة لدى الطالبات حول الجمال والهوية الشخصية، ويعزز فيهن قيم التميز والاستقلالية من خلال إعادة تقييمهن لأنماط اللباس التقليدية.

#### الجدول 11 اختبار كاي مربع للفرضية الثانية

القيمة الاحتمالية sig	درجات الحرية df	القيمة الاحصائية	
0,00	4	126,563	اختبار كاي مربع
0,00	4	150,526	نسبة الترجيح
0,00	1	92,997	خطية الارتباط
		119	المجموع

تشير نتائج اختبار كاي مربع إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية قوية بين تأثر الطالبات بالمحتوى النسوي المتعلق بالهوية والجمال، وبين تغيير مواقفهن من قواعد اللباس، وهو ما يدعم الفرضية الثانية. فقد بلغت القيمة الإحصائية لاختبار كاي مربع 126.563 بدرجة حرية 4، وكانت القيمة الاحتمالية 0.00، وهي أقل من مستوى الدلالة المعتمد (0.05)، ما يدل على أن العلاقة بين المتغيرين ليست عشوائية بل ذات دلالة معنوية عالية. كما جاءت نتيجة اختبار نسبة الترجيح بقيمة أعلى بلغت 150.526، مما يعزز موثوقية الترابط بين المتغيرين. إضافة إلى ذلك، أظهر اختبار خطية الارتباط قيمة إحصائية مرتفعة بلغت 92.997 بدرجة حرية واحدة، مع قيمة احتمالية 0.00، مما يشير إلى وجود علاقة خطية واضحة بين تأثر الطالبات بالمحتوى النسوي وبين إعادة نظرهن في مفاهيم الجمال واللباس.

هذه النتائج تؤكد أن تأثير المحتوى النسوي عبر منصات التواصل الاجتماعي يتجاوز مجرد المتابعة السطحية، ليصل إلى تغييرات فعلية في تصور الطالبات لأنفسهن ولخياراتهن، مما يعزز من قيم الاستقلالية والتميز في الهوية الشخصية. وبذلك، فإن الفرضية الثانية مدعومة بقوة من الناحية الإحصائية والسلوكية.

**الفرضية الثالثة:** تتأثر اتجاهات الطالبات الجامعيات نحو المحتوى النسوي للموضة بالعوامل الثقافية والاجتماعية والنفسية، حيث يعزز شعورهن بالتمكين والثقة بالنفس. الجدول رقم 12 : العاقة بين المتغير المستقل: سؤال 14 (المحور الثاني) المتغير التابع: سؤال 22 (المحور الثالث)

المجموع	غير موافق	محايد	موافق	
77	0	12	65	موافق
24	11	13	0	محايد
18	18	0	0	غير موافق
119	29	25	65	المجموع

تشير النتائج إلى أن غالبية الطالبات اللواتي أُشرن إلى موافقتهن على تأثرهن بالعوامل الاجتماعية والثقافية والنفسية (77 طالبة)، وافقن أيضاً على متابعتهم لصفحات ومؤثرات نسويات يقدمن الموضة من منظور تحرري (65 طالبة)، أي بنسبة تفوق 84%. هذا التوافق يدعم وجود تأثير مباشر للعوامل النفسية والاجتماعية والثقافية في تشكيل توجه الطالبات نحو محتوى نسوي يرسخ مفاهيم الثقة بالنفس والتمكين.

أما من كّن محايدات في تقييمهن لتأثير هذه العوامل (24 طالبة)، فقد انقسمن بين الحياد والرفض تجاه المحتوى النسوي للموضة، ما يعكس نوعاً من الحذر أو عدم الاستقرار في الموقف تجاه الموضوع. وفي المقابل، فإن جميع الطالبات اللواتي رفضن تأثرهن بالعوامل الثقافية والاجتماعية والنفسية (18 طالبة) رفضن كذلك متابعة هذا النوع من المحتوى النسوي، ما يدل على وجود انسجام داخلي في التوجه والموقف.

الجدول رقم 13 اختبار كاي مربع للفرضية الثالثة

القيمة الاحتمالية sig	درجات الحرية df	القيمة الاحصائية	
0,00	4	118,425	اختبار كاي مربع
0,00	4	138,772	نسبة الترتيح
0,00	1	91,664	خطية الارتباط
		119	المجموع

تشير نتائج اختبار كاي مربع الخاصة بالفرضية الثالثة إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية قوية بين تأثر الطالبات بالعوامل الثقافية والاجتماعية والنفسية، وبين توجههن لمتابعة المحتوى النسوي المتعلق بالموضة عبر منصات التواصل الاجتماعي.

فقد أظهرت نتائج اختبار كاي مربع لبيرسون قيمة إحصائية بلغت 118.425 بدرجة حرية 4، مع قيمة احتمالية (sig) تساوي 0.00، وهي أقل من مستوى الدلالة المعتمد (0.05)، مما يدل على وجود علاقة ذات دلالة معنوية بين المتغيرين. كذلك، أكدت نسبة الترجيح (Likelihood Ratio) هذه العلاقة بقيمة أعلى بلغت 138.772، مما يشير إلى اتساق النتائج وقوة الترابط. كما كشف اختبار خطية الارتباط عن وجود علاقة خطية واضحة بين المتغيرين، حيث بلغ مقداره 91.664 بدرجة حرية واحدة، مع قيمة احتمالية مماثلة (0.00) هذه المؤشرات الإحصائية مجتمعة تدعم الفرضية الثالثة بشكل واضح، إذ تؤكد أن العوامل الثقافية والاجتماعية والنفسية لا تؤثر فقط على إدراك الطالبات للهوية والموضة، بل تلعب أيضاً دوراً أساسياً في توجيههن لمتابعة محتوى نسوي يعزز مشاعر التمكين، الثقة بالنفس، والتحرر من القوالب النمطية. تعكس هذه النتائج وجود وعي متزايد لدى الطالبات الجامعيات بأهمية البعد النفسي والاجتماعي في خياراتهن الجمالية والسلوكية، وتؤكد قوة تأثير المحتوى النسوي ضمن هذا الإطار.

#### ثانياً: النتائج العامة على ضوء الإطار النظري

أظهرت نتائج الدراسة الميدانية أن هناك انسجاماً واضحاً مع ما تم طرحه نظرياً في الفصول السابقة، خاصة في ما يتعلق بدور وسائل التواصل الاجتماعي، والمحتوى النسوي، وتأثيرهما على تصورات الطالبات الجامعيات حول الموضة والجمال والهوية. وقد ساعد الإطار النظري الغني بمجموعة من المفاهيم مثل: التمكين، التمثلات الاجتماعية، الأداء الجندري، وغيرها، في فهم وتفسير السلوك الرقمي للطالبات بشكل أعمق وأكثر واقعية فيما يلي عرض مبسّط لأهم النقاط التي تقاطعت فيها النتائج الميدانية مع ما تم تقديمه نظرياً:

**أولاً: المحتوى النسوي يُعيد تشكيل تصورات الطالبات**  
بيّنت النتائج أن الطالبات تأثرن بالمحتوى النسوي في طريقة فهمهن للجمال واللباس والأنوثة. وقد ظهر في الدراسة أن كثيراً من الطالبات أصبحن أكثر وعياً في اختياراتهن، ويفضّلن الآن الملابس التي تعكس شخصياتهن، وليس فقط ما يتوقعه المجتمع منهن.

**ثانياً: الموضة أداة للتعبير عن الذات**  
أظهرت الدراسة أن الموضة لم تعد مجرد تقليد للآخرين أو اتباع للصيحات، بل أصبحت عند الطالبات وسيلة للتعبير عن الذات والاختلاف. حيث أن الهوية الجندرية تُبنى من خلال الأداء اليومي، ومنها طريقة اللباس. العديد من الطالبات بدأن يتعاملن مع الموضة كوسيلة شخصية للتعبير، لا كواجب اجتماعي.

**رابعاً: المحتوى النسوي كعامل تمكين شخصي واجتماعي**  
النتائج أظهرت أن متابعة المحتوى النسوي عبر الإنترنت ساعدت العديد من الطالبات على الشعور بثقة أكبر، واتخاذ مواقف أكثر استقلالية. البعض منهن أشار إلى أنهن أصبحن أقل تأثراً بآراء الآخرين بشأن ملابسهن، وأكثر حرية في اتخاذ قراراتهن الخاصة. هذا يتفق مع ما تقوله النظريات النسوية الحديثة التي ترى أن الإعلام الرقمي النسوي له دور في تمكين النساء وتحريرهن من الصورة النمطية.

**خامساً: التكامل بين النظري والميداني في تفسير الظاهرة**  
أبرزت الدراسة أهمية الدمج بين الجانب النظري والميداني لفهم الظاهرة من كل جوانبها. فقد ساعدت المفاهيم النظرية في تفسير سلوك الطالبات ومواقفهن، بينما أكدت النتائج الميدانية أن هذه المفاهيم ليست مجرد أفكار نظرية، بل تنعكس بشكل واضح في الواقع، في اختيارات اللباس، وطريقة التفاعل مع المحتوى الرقمي، وموقف الطالبة من ذاتها ومن المجتمع.

في المجمل، تؤكد هذه النتائج أن وسائل التواصل الاجتماعي، وخاصة المحتوى النسوي، لا تؤدي دوراً سطحياً في حياة الطالبات، بل تساعدن على إعادة التفكير في ذواتهن، وتعزيز شعورهن بالاستقلالية، وإعادة تشكيل تصورهن للجمال والموضة. كما أثبتت الدراسة أن الإعلام النسوي الرقمي أصبح صوتاً بديلاً يعطي مساحة للتعبير والتفكير المختلف، ويساهم بشكل فعال في بناء وعي نسائي جديد، أكثر تحرراً وصدقاً مع الذات

### خلاصة الفصل :

من خلال الدراسة الميدانية التي أجريت بجامعة عمار تليجي بالأغواط على عينة مكونة من (119) طالبة جامعية، تبين أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت جزءاً أساسياً من حياة الطالبات، حيث تُستخدم بشكل يومي ومكثف، ليس فقط للتسلية أو التفاعل الاجتماعي، بل أيضاً كمصدر رئيسي لاكتساب المعرفة المتعلقة بالموضة والجمال، وبخاصة المحتوى النسوي.

كشفت النتائج أن المحتوى النسوي الرقمي يلعب دوراً ملحوظاً في تشكيل تصورات الطالبات حول اللباس والجمال والهوية. فقد أبدت نسبة كبيرة من المشاركات وعياً متزايداً بخياراتهن الشخصية، ورغبة في التحرر من الصور النمطية التقليدية، وهو ما يعكس تأثير الخطابات

النسوية المنتشرة عبر المنصات الرقمية. كما أظهرت العديد من الطالبات ميولاً نحو اختيار ملابس تعبر عن الذات، وتنسجم مع قيم الاستقلالية والراحة، بدلاً من التقيد بما يفرضه المجتمع من معايير جمالية جاهزة.

وأوضحت الدراسة أن هذا التأثير لم يكن سطحيًا أو مؤقتًا، بل امتد ليطال القنوات، والسلوكيات اليومية، وموقف الطالبة من ذاتها ومحيطها الاجتماعي. كما بيّنت المعطيات أن هناك تفاعلاً ملموساً مع المحتوى النسوي، سواء من خلال المتابعة أو المشاركة أو إعادة التفكير في قضايا الجمال، مما يعزز دور هذه المنصات في إعادة بناء التمثلات الفردية والجماعية.

في المجمل، تعكس الدراسة الميدانية أن الفضاء الرقمي لم يعد فقط وسيلة للتواصل، بل أصبح مجالاً يؤثر بشكل مباشر في تشكيل الوعي الجمالي والهوياتي لدى الطالبات الجامعيات، ويساهم في إنتاج خطاب نسوي معاصر يتماشى مع تحولات المجتمع وقيم الجيل الجديد.

### نتائج الدراسة

في ختام هذه الدراسة، يتضح أن المحتوى النسوي على منصات التواصل الاجتماعي يلعب دوراً مؤثراً في تشكيل اتجاهات الموضة لدى الطالبات الجامعيات. من خلال تحليل البيانات، توصلنا إلى النتائج الرئيسية التالية:

1. **تأثير إيجابي وملاموس:** يظهر المحتوى النسوي تأثيراً واضحاً في زيادة وعي الطالبات بأساليب الموضة التي تعكس قيمهن الشخصية.
2. **تعزيز التعبير عن الهوية:** ساعد هذا المحتوى الطالبات على اختيار أزياء تعبر عن أفكارهن وقناعاتهن الذاتية.
3. **دعم التنوع والابتكار في الموضة:** منصات التواصل الاجتماعي شجعت الطالبات على تبني أنماط جديدة وغير تقليدية، بعيداً عن القوالب النمطية.
4. **تحول في المفاهيم التقليدية:** ساهم المحتوى النسوي في توسيع النظرة إلى الموضة، لتصبح أكثر شمولية وتعبر عن شخصية المرأة المعاصرة.
5. **تأثير المحتوى عبر المنصات:** أصبحت منصات التواصل الاجتماعي وسيلة فعالة لنقل الأفكار وتبادل الاتجاهات المختلفة في الموضة.

### آفاق الدراسة

تفتح هذه الدراسة مجالاً واسعاً لفهم أفضل كيف يؤثر المحتوى النسوي على منصات التواصل الاجتماعي في طريقة تفكير واختيار الطالبات للموضة. ويمكن أن تتطور هذه الدراسة في المستقبل بعدة طرق:

1. **توسيع البحث:** يمكن دراسة تأثير المحتوى النسوي على فئات عمرية مختلفة أو في أماكن أخرى، لمعرفة كيف يختلف التأثير حسب البيئة.
2. **دراسة تأثيرات أخرى:** يمكن التحقق من كيف يؤثر هذا المحتوى على جوانب أخرى في حياة الطالبات مثل شخصيتهن أو طموحاتهن.
3. **تصميم برامج توعية:** الاستفادة من هذه الدراسة لصنع برامج تساعد الطالبات على استخدام منصات التواصل بشكل إيجابي يعبر عن أنفسهن.
4. **استخدام تقنيات جديدة:** يمكن دراسة تأثير الفيديوهات والبث المباشر في نقل المحتوى النسوي وتأثيره على الموضة.
5. **تعزيز التعاون:** من المهم أن تتعاون الجامعات والمؤسسات مع المؤثرين الرقميين لصنع محتوى يدعم التنوع والحرية في اختيار الملابس.

في النهاية، تبين من خلال هذه الدراسة أن المحتوى النسوي على منصات التواصل الاجتماعي يلعب دوراً مهماً في تشكيل اتجاهات الموضة لدى الطالبات الجامعيات. هذا المحتوى لا يقتصر فقط على كونه مصدرًا للأفكار والإلهام، بل أصبح أداة تساعد الطالبات على التعبير عن شخصياتهن وهوياتهن بطريقة حرة ومتنوعة. ومن هنا، تبرز أهمية فهم هذا التأثير واستثماره بشكل إيجابي من خلال التوعية والبحث المستمر، ليكون دعمًا حقيقيًا للطالبات في رحلتهم لاكتشاف أنفسهن وبناء ذواتهن بثقة وابتكار.

خاتمة

خاتمة

## خاتمة

شهدت السنوات الأخيرة تحولًا كبيرًا في طبيعة الإعلام واستهلاك المحتوى، خاصة بعد الانتشار الواسع لمنصات التواصل الاجتماعي مثل إنستغرام، فيسبوك، تيك توك، ويوتيوب. ولم تعد هذه المنصات مجرد وسيلة للتواصل أو الترفيه، بل أصبحت فضاءً فاعلاً لتبادل الأفكار وتشكيل الاتجاهات، خصوصًا في أوساط الشباب والطالبات الجامعيات. في هذا السياق، برز ما يُعرف بـ"المحتوى النسوي"، وهو ذلك المحتوى الرقمي الذي يروج لقيم التمكين، الاستقلالية، وكسر الصور النمطية عن المرأة، ويطرح رؤى جديدة حول الجمال، الجسد، والهوية.

لقد أصبح هذا النوع من المحتوى جزءًا من الحياة اليومية للعديد من الفتيات، خاصة الطالبات، حيث يجدن فيه صوتًا يشبههن، ووسيلة للتعبير عن ذواتهن، ما جعله يؤثر بشكل مباشر على نظرتهن للموضة، وعلى سلوكياتهن واختياراتهن في اللباس.

من هنا تتبع أهمية دراسة هذا الموضوع، الذي يربط بين الإعلام الرقمي، والوعي النسوي، والتمثلات الاجتماعية للموضة، في محاولة لفهم كيف تسهم هذه العناصر مجتمعة في تشكيل هوية الطالبة الجامعية في العصر الرقمي.

# قائمة المراجع

## قائمة المصادر و المراجع

### الكتب

- أحمد، محمد. *التفاعل الرقمي وصناعة المحتوى على وسائل التواصل الاجتماعي*. الطبعة الأولى، المركز العربي للنشر، القاهرة، 2021.
- العربي، سميرة. *النسوية والتكنولوجيا: تأثير الإعلام الرقمي على قضايا المرأة*. الطبعة الأولى، دار الجيل، بيروت، 2020.
- العيسوي، خالد. *علم الاجتماع الرقمي وتأثيره على أنماط الاستهلاك النسوي*. الطبعة الأولى، دار المسيرة، عمان، 2021.
- العلي، فاطمة. *تأثير الثقافة الرقمية على الموضحة في المجتمعات الخليجية*. الطبعة الثانية، دار النشر الجامعية، دبي، 2019.
- الجابري، سعاد. *التنشئة الاجتماعية ودورها في تشكيل الهوية النسوية*. الطبعة الأولى، دار النهضة العربية، بيروت، 2020.
- الموسوي، حسن. *بور المؤثرين الرقميين في تشكيل الرأي العام العربي*. الطبعة الأولى، دار الإعلام الحديث، بغداد، 2020.
- بوشارب، خديجة. *بور الإعلام الرقمي في تشكيل مفاهيم الموضحة لدى الشابات الجزائريات*. الطبعة الأولى، دار العلوم للإعلام، الجزائر، 2020.
- المحمدي، سعاد. *الهوية النسائية في العصر الرقمي*. الطبعة الأولى، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2019.
- قاسم، يوسف. *تأثير وسائل الإعلام على الموضحة في المجتمع العربي*. الطبعة الثالثة، دار الطيب للنشر، عمان، 2017.
- ليلي صالح. *دراسات في القيم الاجتماعية*. الطبعة الثانية، دار النشر الحديثة، عمان، 2016.
- سليمان، أحمد. *التفاعل الجماهيري على منصات التواصل الاجتماعي وأثره في تشكيل الاتجاهات العامة*. الطبعة الأولى، دار النشر الأكاديمي، القاهرة، 2021.
- الشريف، هالة. *تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على ثقافة الموضحة في المجتمعات العربية*. الطبعة الأولى، دار النور للنشر، القاهرة، 2021.

### المجلات

- الحربي، ناصر. "التأثير الاجتماعي لمنصات التواصل الرقمية: دراسة ميدانية"، *مجلة الدراسات الإعلامية والاجتماعية*، المجلد 9، العدد 4، الرياض، 2020.
- خريزي عبد الحميد، "شبكات التواصل الاجتماعي والتحصيل الدراسي (الفيديوك نموذجاً) مجلة المعيار، مجلد 28، العدد 4، 2024.

## قائمة المصادر و المراجع

- شيخ، عمارة؛ دقانة، أحمد؛ طعام، عمر. "أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الاستهلاك المظهري للفتيات الجامعيات"، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 14، العدد 1، جامعة الوادي، 2023.
- شتوان، صونية؛ بومدين، يوسف. "أثر وسائل التواصل الاجتماعي على سلوك المستهلك تجاه الأزياء الإسلامية: دراسة على عينة من الطالبات المحجبات في جامعة جيجل"، مجلة العلوم الاجتماعية، المجلد 10، العدد 3، 2019.
- سعادي، شفيقة؛ نومار، مريم نريمان. "تمثلات الحياة الشخصية لصانعات المحتوى على الأنستغرام لدى الطالبات الجزائريات: دراسة على عينة من الطالبات الجامعيات بجامعة باتنة-1"، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 15، العدد 2، 2020.
- عبد الرحمن، فاطمة. "تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على القيم والثقافة في المجتمع العربي"، مجلة البحوث الاجتماعية، المجلد 5، العدد 2، بيروت، 2018.
- السماني عبد السالم حاج احمد، "أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي لدى الطالبة الجامعية السعودية"، مجلة العلوم العربية والإنسانية، المجلد 10، العدد 4، 2017.
- بوبصلة، أمينة؛ حمدي، محمد الفاتح؛ بوعافية، عيسى. "تصفح الطالبات الجامعيات لمواقع التواصل الاجتماعي وأثره على ممارسة نشاطاتهن اليومية: دراسة ميدانية مقارنة على عينة من طالبات جامعة قطر وجيجل (الجزائر)"، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد 12، العدد 4، 2021.
- السيف، سارة. "دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم النسوية وتغيير اتجاهات الموضة في الوطن العربي"، مجلة البحوث الاجتماعية، المجلد 5، العدد 2، بيروت، 2020.
- أميطوش موسى، "الأثار الإيجابية والسلبية لمواقع التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي لدى تلاميذ المرحلة المتوسطة (دراسة ميدانية)، مجلة هيرودوت للعلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 6، العدد 2، 2022.
- الخطيب، علي. "الإعلام الجديد والتواصل الرقمي: دراسة في تأثير وسائل التواصل الاجتماعي"، مجلة الإعلام والاتصال، المجلد 8، العدد 4، القاهرة 2017.

### المذكرات

- دواخة سهام، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تشكيل العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي: دراسة ميدانية بجامعة 8 ماي 1945 – قالمة، مذكرة ماستر، جامعة قالمة، الجزائر، 2020.

### المواقع الإلكترونية

- قاموس المعاني، "منصة"، تم الوصول في 20 مايو 2025، <https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar/>منصة /.

الملاح

الملاح

ق

جامعة عمار ثليجي الأغواط  
كلية العلوم الإنسانية و الحضارة الإسلامية  
تخصص : اتصال و علاقات عامة



استمارة استبيان بعنوان:

تأثير المحتوى النسوي عبر منصات التواصل الاجتماعي على  
اتجاهات الموضة لدى الطالبات الجامعيات

حجار خير الدين خرفان

- خديجة حجاج

- خديجة محمودي

يطيب لنا ويسعدنا كثيرا أن نرفع إليكم استبياننا الملحق بدراستنا الميدانية لإكمال مذكرة تخرج خاصة بدرجة " ماستر " ، تخصص اتصال و علاقات عامة أملين منكم الإجابة بكل صدق وشفافية على الأسئلة الواردة بوضع علامة على الخانة المناسبة حتى تتمكن من بلوغ هدفنا المنشود وجمع المعلومات الكفيلة بخدمة دراستنا وتتويج عملنا بنتائج هامة وبذلك تكونوا سادتي الكرام قد وضعتكم بصمتكم وساهمتم في إثراء دراسات البحث العلمي شاكرين لكم صنيعكم هذا متمنين لكم التوفيق والسداد و الفوز بالدارين إن شاء الله.

السنة الجامعية 2025/2024

ضع علامة x في المكان المناسب : محور البيانات الشخصية :

1. العمر:

من 18 إلى 22 سنة  من 23 إلى 26 سنة  أكبر من 26 سنة

2. التخصص الجامعي:

العلوم الإنسانية و العلوم الاجتماعية  اداب و لغات  الطب و البيولوجيا  كلية  
العلوم و التكنولوجيا  أخرى

.....:

3. المستوى الدراسي:

ليسانس  الماجستير

4. السكن :

المدينة  الريف

**المحور الأول: علاقة استخدام الطالبات لمواقع التواصل الاجتماعي**

الرقم	السؤال	موافق	غير موافق	محايد
01	<input type="checkbox"/> أقضي عددًا كبيرًا من الساعات يوميًا على مواقع التواصل الاجتماعي مقارنة بالأنشطة الأخرى.			
02	<input type="checkbox"/> أخصص وقتًا يوميًا لمتابعة جديد الموضة واللباس عبر وسائل التواصل الاجتماعي.			
03	<input type="checkbox"/> أستخدم مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة للتسلية أو للهروب من الضغوط اليومية.			
04	<input type="checkbox"/> أستخدم مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر رئيسي للمعلومات والترفيه.			
05	<input type="checkbox"/> أستخدم مواقع التواصل الاجتماعي أكثر عندما أكون برفقة صديقاتي أو على تواصل مباشر معهن.			
06	<input type="checkbox"/> أشعر بانسجام أكبر مع صديقاتي عندما نتفاعل مع نفس المحتوى الرقمي على وسائل التواصل.			
07	<input type="checkbox"/> أحرص على مشاركة المحتوى الذي يعجبني مع صديقاتي عبر تطبيقات التواصل.			

**المحور الثاني: علاقة الطالبات الجامعيات بالموضة**

الرقم	السؤال	موافق	غير موافق	محايد
08	أتابع باستمرار جديد الموضة وأحرص على مواكبة آخر الصيحات.			
09	أفضل الحسابات التي تدعم تمكين المرأة وتسلط الضوء على إنجازاتها.			

			أقوم بالتفاعل (إعجاب، تعليق، مشاركة) مع منشورات نسوية على منصات مثل محتوى المؤثرين	10
			المحتوى النسوي يساعدني على إعادة النظر في بعض المعتقدات الاجتماعية المتعلقة بالمرأة.	11
			أشاهد محتوى ينتقد الصور النمطية للجمال والأنوثة في المجتمع.	12
			أحب متابعة المؤثرات اللاتي يتحدثن عن الجمال و الموضة، المكياج .. الخ	13
			أشعر أن المحتوى النسوي على السوشال ميديا يعكس اهتماماتي وتجاربي الشخصية	14

**المحور الثالث: اتجاهات الموضة لدى الطالبات الجامعيات**

الرقم	السؤال	موافق	غير موافق	محايد
15	أفضل اختيار ملابسني بما يتماشى مع القيم التي أؤمن بها كطالبة جامعية.			
14	أتأثر بمحتوى الموضة الذي يتضمن رسائل تمكينية أو نسوية.			
16	أتبنى أسلوباً في اللباس يعكس استقلاليتي وشخصيتي.			

			أحرص على اختيار ملابس مريحة وعملية تعبر عن هويتي.	17
			الموضة بالنسبة لي وسيلة للتعبير عن آرائي ومواقفي الاجتماعية.	18
			ألاحظ أن اختياراتي في الملابس تغيرت بعد متابعتي لمحتوى نسوي على الإنترنت.	19
			أحب اعتماد صيحات موضة تروج لصورة غير نمطية للأنثوة	20

