

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الجزائر 3



كلية علوم الإعلام والاتصال

قسم علوم الإعلام

الملتقى الوطني :

المؤثرون الاجتماعيون عبر الواب 2.0

قراءة بحثية في إعادة تشكل مفاهيم التأثير

وصناعة المحتوى وقيادة الرأي العام



29 ماي 2022

مدرج المغرب العربي

الكلية القديمة

الملتقى الوطني

المؤثرون الاجتماعيون عبر الواب 2.0

قراءة بحثية في إعادة تشكّل مفاهيم التأثير وصناعة المحتوى وقيادة الرأي العام 29 ماي 2022

برنامج الملتقى

الجلسة الافتتاحية : 09 سا 00 – 09 سا 40

. تلاوة آيات بيّنات من القرآن الكريم.

. الاستماع للنشيد الوطني.

. كلمة مدير جامعة الجزائر3: أ.د. مختار مزرق

. كلمة عميدة الكلية: أ.د. مليكة عطوي

. كلمة رئيس المجلس العلمي: أ.د. حسيني صفوان عصام

. كلمة رئيس الملتقى : د. كريم دواحي

. عرض فيديو وثائقي.

(تنشيط الطالب : حسام بن سكايم)

الجلسة العامة الأولى : (10 سا-12 سا)

رئيس الجلسة: د. عبد الحميد ساحل مقررة الجلسة: د. سعاد جواهرة

المدخلة الأولى: النجومية والشهرة في العصر الرقمي: خريطة مفاهيمية جديدة. د. بن مكي فطومة (ج. الجزائر3).

المدخلة الثانية: مؤثرو مواقع التواصل الاجتماعي: الفاعلون الجدد في قيادة الرأي العام - قراءة حول التغيير في

المفاهيم والأدوار. د. نبيلة جعفري (جامعة أم البواقي)

المدخلة الثالثة: ظاهرة المؤثرين على شبكات التواصل الاجتماعي ما بين التضخيم والإنكار – قراءة سوسيولوجية

في الأدوار الوظيفية للنخب الشبكية. د. نور الدين بكي (ج. الجزائر3)

المدخلة الرابعة: المؤثرون الاجتماعيون : قادة الرأي اللاعبون الجدد في البيئة الرقمية الجديدة – مساءلة

مفاهيمية تحليلية في ضوء نظريتي لازار سفييلدو إيفرت روجرز. أ. يوسف بلعباس (جامعة غليزان).

المدخلة الخامسة: في فهم المؤثرين الاجتماعيين العملية، الأسباب والمستويات – دراسة في ضوء منهج النظرية

المجذرة. د. صابر بقور (جامعة غرداية).

نقاش عام

الملتقى الوطني

المؤثرون الاجتماعيون عبر الواب 2.0

قراءة بحثية في إعادة تشكّل مفاهيم التأثير وصناعة المحتوى وقيادة الرأي العام 29 ماي 2022



الجلسة العامة الثانية : (12 سا 30-14 سا 00)

رئيس الجلسة: أ.د. مهدي زعموم

مقررة الجلسة: د. صباح ساكر

المدخلة الأولى: سيكولوجية المؤثروقبائل المتأثرين في البيئة الرقمية. د. أمينة بصافة (جامعة الجزائر3).

المدخلة الثانية: المؤثرون أو قادة الرأي الجدد على الواب 2.0 – قراءة في مفاهيم السلطة والتأثير وعرض الذات والسمعة الرقمية. د. حورية شريط (جامعة الجزائر3)

المدخلة الثالثة: استراتيجية التسويق التائيري بين ثنائية المؤثر والمُنتج -قراءة في المفاهيم والمقاربات الحديثة. د. إغالون نورة (المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام).

المدخلة الرابعة: تجليات العمل الخيري عبر صفحات المؤثرين الاجتماعيين – دراسة تحليلية لعينة من مضامين صفحة مؤثر اجتماعي. د. فريدة صغير عباس (جامعة الجزائر3)- د. محمد رضا العيفة (جامعة الوادي).

المدخلة الخامسة: أخبار المؤثرون في البرامج التلفزيونية الجزائرية – دراسة وصفية تحليلية لعينة من أعداد حصة لايف المشاهير بقناة الشروق العامة - من أكتوبر 2021 الى مارس 2022 . أ. إبراهيم ساحي (جامعة المسيلة)، أ. محمد بطاش (جامعة الجزائر3).

نقاش عام

الجلسة الختامية : 14 سا 15 – 14 سا 45

. قراءة التوصيات من رئيسة اللجنة العلمية للملتقى : د. وهيبة بوزيفي.

. توزيع شهادات المشاركة.

. كلمة رئيس الملتقى : د. كريم دواحي.

. الكلمة الختامية لعميدة الكلية :أ.د. مليكة عطوي.



الملتقى الوطني

المؤثرون الاجتماعيون عبر الواب 2.0

قراءة بحثية في إعادة تشكّل مفاهيم التأثير وصناعة المحتوى وقيادة الرأي العام 29 ماي 2022

برنامج الورشة العلمية 11 سا 00 – 12 سا 30

مقررة الورشة : د. نورالهدى عبادة

رئيسة الورشة : د. نصيرة سحنون

الباحث(ة)	عنوان المداخلة	--
د. محمد زكرياء خراب (جامعة الجزائر 3)	المؤثرون الاجتماعيون وجمهور المستخدمين - رؤية نقدية حول جدلية من يصنع من؟	1
Pr. Bouaziz Nacer, Saadi Zinneddine (Guelma university)	The impact of promotion by social media influencers on a restaurant sales (a case study of "barshabenna" restaurant)	2
Dr. Redouane Mokhtari (Algiers university)	Social media influencers at the 2.0 era toward content making and public opinion manipulating:- An over view on Algerian reality.	3
د. أمال ميراد/د. نسيم حدوني (جامعة الجزائر 3)	طبيعة الأساليب الإقناعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي للتسويق المعاصر (من منظور تحليل)	4
أ. إبتسام طالب (جامعة عنابة)	أثر احتراف المؤثر الرقمي على الواب 2.0 في إدارة السمعة الإلكترونية للشركات	5
أ. نصيرة بدري (جامعة الجزائر 3)	المؤثرون والترويج للعلامات التجارية - المدونون نموذجاً	6
أ. نبيلة دحو (جامعة الجزائر 3)	التسويق التائييري عبر منصات التواصل الاجتماعي... أي دور لصناع المحتوى الجزائريين في اتخاذ قرار الشراء عند المتابعين؟	7
د. بومشظة نوال (جامعة أم البواقي)	تفاعل مستخدمي تويتر مع حملة مقاطعة صناعات المحتوى التافه عبر منصات التواصل الاجتماعي-هاشتاغ "# ديز ابوني_التفاهة".	8
د. راضية بن جاوحدو (جامعة الجزائر 3)	صناعة المحتوى الهادف في الفضاء الرقمي الجزائري - عرض لبعض النماذج الجادة والناجحة	9

