جامعة زيان عاشور بالجلفة

كلية العلوم الاجتماعية والانسانية

قسم علم المكتبات و الإعلام والاتصال

تلقي المرأة الجزائرية لمضامين أحداث الحرب على غزة منذ أكتوبر 2023 عبر منصات التواصل الاجتماعي
دراسة ميدانية على عينة من نساء ولاية الجلفة

مذكّرة مقدّمة لنيل شهادة الماستر تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

من اعداد الطالبة:

- غوريد هدى
- عثمان منار

تحت اشراف الأستاذة:

– د. خيري نورة

2025/2026

جامعة زيان عاشور بالجلفة

كلية العلوم الاجتماعية والانسانية

قسم علم المكتبات و الإعلام والاتصال

تلقي المرأة الجزائرية لمضامين أحداث الحرب على غزة منذ أكتوبر 2023 عبر منصات التواصل الاجتماعي

دراسة ميدانية على عينة من نساء ولاية الجلفة

مذكّرة مقدّمة لنيل شهادة الماستر تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

من اعداد الطالبة:

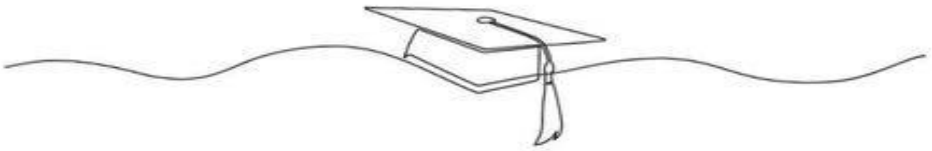
- غوريد هدى
- عثمان منار

تحت اشراف الأستاذة:

– د. خيري نورة

2025/2026

شكر وتقدير



الحمد لله حمدًا كثيرًا طيبًا مباركًا فيه، الحمد لله الذي وفّقنا وأعاننا على إتمام هذا العمل المتواضع، فله سبحانه الفضل أولًا وآخرًا.

نتقدّم بخالص الشكر وعظيم الامتنان إلى الأستاذة المشرفة خيري نورة

لما قدّمته لنا من توجيهات قيّمة، ونصائح سديدة، ومتابعة مستمرة كان لها الأثر الكبير في إنجاز هذا العمل.

كما نتوجّه بالشكر إلى جميع أساتذة قسم الاتصال الجماهيري الذين أفادونا بعلمهم ومعارفهم طوال مشوارنا الدراسي.

ولا ننسى أن نتقدّم بالشكر لكل من ساعدنا وساندنا، من قريب أو بعيد، وساهم ولو بكلمة طيبة في تشجيعنا ودعمنا.

وفي الأخير نسأل الله تعالى أن يجعل هذا العمل خالصًا لوجهه الكريم، وأن يوفّقنا لما فيه الخير والنجاح.

الاهداء

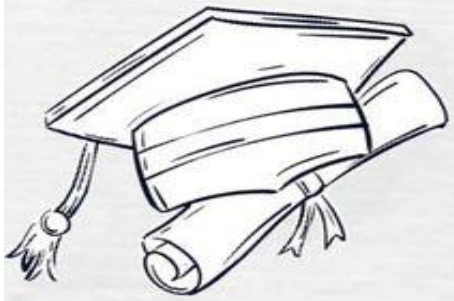
(يَرْفَعَ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ)،

سورة المجادلة الآية 11

الحمد لله الذي وفقني لإتمام هذا العمل، وأعانني على تجاوز الصعاب، وجعل بعد كل تعب نجاحًا وأملاً.

أهدي ثمرة جهدي وتخرجي هذا إلى أعظم نعمة في حياتي، إلى أبي الغالي وأمي الحبيبة، اللذين كانا لي السند والعون، والسبب بعد الله في كل خطوة نجاح وصلت إليها. كما أهدي هذا العمل إلى جميع أفراد عائلتي الكريمة، كبيرهم وصغيرهم، وإلى كل من وقف إلى جانبي بكلمة طيبة أو دعاء صادق أو مساندة خالصة.

وإلى كل صديقاتي اللواتي شاركني لحظات التعب والاجتهاد وكانوا خير رفقة في طريق العلم. أهديكم جميعًا هذا الإنجاز المتواضع، عربون محبة ووفاء، وأسأل الله تعالى أن يجعله بداية خير ونجاح في حياتي العلمية والعملية، وأن يوفقني لما فيه الخير دائما.



الاهداء 2:

بسم الله الرحمن الرحيم

﴿فَرِحِينَ بِمَا آتَاهُمُ اللَّهُ مِنْ فَضْلِهِ﴾. آل عمران **170**

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، والذي وفقني لإتمام هذا العمل، فأحمده بكل فخر وامتنان

إلى:

إلى روح أبي الغالي، أبي الحبيب رحمه الله الذي كان لي القوة والنور في طريقي الذي غاب بجسده وبقي أثره ودعاؤه وذكراه الطبية حاضرة في كل خطوة من خطوات نجاحي، أسأل الله أن يجعل هذا الإنجاز نورًا في قبره ورفعة لدرجاته.

إلى أمي الحبيبة والغالية، مصدر الحنان والعطاء، وسندي بعد الله، التي سهرت وتعبت وضحت من أجلي، فكانت دعواتها سر نجاحي، أطال الله عمرها وحفظها لي. داعمتي الاولى التي استمد منها القوة هذه تمرة تعبك وصبرك

إلى أخوني الأعزاء مصطفي محمد أحمد، صدام حسين، وعبد الرؤوف البشير، الذين كانوا خير سند وعون لي، أشكر لهم محبتهم وتشجيعهم الدائم.

وإلى أختي الغالية شيماء، التي شاركتني لحظات التعب والأمل فكانت أختا وسندا لا يقدر بثمن.

والي ابن أخي عبد الله أجمل اضافة في العائلة

وإلى زوجات إخوتي العزيزات أماني وبثينة، تقديرًا لمشاعرهن الطبية ودعمهن وتشجيعهن.

وإلى رفيقة هذا العمل وزميلتي رميساء التي تقاسمت معي الجهد والتعب، فكان التعاون بيننا عنوانا للنجاح.

وإلى أستاذتي المشرفة خيري نورة، التي لم تبخل علينا بتوجيهاتها ونصائحها القيمة، فكانت خير مرشدة ومعلمة جزاها الله عنا خير الجزاء.

إلى كل من ساندني ولو بكلمة طبية أو دعوة صادقة، أهدي ثمرة هذا الجهد المتواضع راجية من الله دوام التوفيق والنجاح

ملخص الدراسة باللغة العربية:

تهدف هذه الدراسة الوصفية الميدانية إلى التعرف على أنماط تلقي المرأة الجزائرية، وتحديدا المرأة الجلفاوية، لمضامين الحرب على غزة عبر منصات التواصل الاجتماعي، والكشف عن التأثيرات العاطفية والسلوكية الناتجة عن التعرض لهذه المضامين. ولتحقيق أهداف الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي، واستخدام الاستبيان الإلكتروني أداة لجمع البيانات، حيث وُزّع على عينة متاحة قوامها 160 مفردة من مستخدمات منصات التواصل الاجتماعي بولاية الجلفة.

وعليه تم التوصل إلى مجموعة من النتائج، من أبرزها أن أغلبية المبحوثات يتابعن مضامين الحرب على غزة عبر منصات التواصل الاجتماعي بصفة منتظمة، مما يعكس اعتمادهن الكبير على هذه المنصات كمصدر رئيسي للحصول على المعلومات ومتابعة تطورات الأحداث. كما أظهرت نتائج الدراسة أن النمط المهيمن كان الأكثر حضورا في تلقي مضامين الحرب على غزة، حيث أبدت أغلب المبحوثات توافقا مع الرسائل الإعلامية المتداولة وتبنيا للمعاني التي تحملها، في حين سجلت أنماط التلقي التفاوضي والمعارض نسبا أقل. وبينت النتائج كذلك أن التعرض المستمر لمضامين الحرب على غزة ساهم في تعزيز الوعي الإنساني والسياسي لدى المبحوثات، من خلال زيادة الاهتمام بالقضية الفلسطينية، وتنمية الإحساس بمعاناة المدنيين، وتعزيز الرغبة في متابعة القضايا السياسية والإنسانية والتفاعل معها.

الكلمات المفتاحية: التلقي، المرأة الجزائرية، الحرب على غزة، منصات التواصل الاجتماعي.

Abstract in English :

This descriptive field study aims to identify the patterns through which Algerian women, particularly women from Djelfa Province, receive and interact with content related to the Gaza war through social media platforms, and to examine the emotional and behavioral effects resulting from exposure to such content. To achieve the objectives of the study, the descriptive method was adopted, and an electronic questionnaire was used as the data collection tool. The questionnaire was distributed to a convenience sample consisting of 160 female social media users from Djelfa Province.

The study yielded several findings, the most significant of which indicate that the majority of respondents regularly follow content related to the Gaza war through social media platforms, reflecting their strong reliance on these platforms as a primary source of information and updates on current events. The results also revealed that the dominant reading pattern was the most prevalent in receiving Gaza war content, as most respondents showed agreement with the circulating media messages and adopted the meanings they conveyed, while the negotiated and oppositional reception patterns recorded lower percentages. Furthermore, the findings demonstrated that continuous exposure to Gaza war content contributed to enhancing the respondents' humanitarian and political awareness by increasing their interest in the Palestinian cause, strengthening their sense of empathy toward civilian suffering, and reinforcing their willingness to follow and engage with political and humanitarian issues.

Keywords: Reception, Algerian Women, Gaza War, Social Media Platforms.

المقدمة

المقدمة

شهد العالم خلال العقود الأخيرة تطورا متسارعا في تكنولوجيات الإعلام والاتصال، أسهم في ظهور منصات التواصل الاجتماعي التي أصبحت من أبرز الوسائط الرقمية المستخدمة في تداول المعلومات والأخبار ومتابعة مختلف القضايا والأحداث الوطنية والدولية. فقد أتاحت هذه المنصات للمستخدمين إمكانية الوصول الفوري إلى المحتوى الإعلامي، والمشاركة في إنتاجه ونشره والتفاعل معه، مما جعلها مصدرا رئيسيا لتشكيل المعارف والاتجاهات تجاه القضايا الراهنة.

وفي هذا السياق، برزت الحرب على غزة منذ السابع من أكتوبر 2023 كواحدة من أكثر الأحداث الدولية حضورا وتداولا على منصات التواصل الاجتماعي، حيث تحولت هذه المنصات إلى فضاءات رقمية مفتوحة لنقل الأخبار والتطورات الميدانية بشكل لحظي ومتواصل. فقد شهدت مختلف المنصات، مثل فيسبوك وإكس (تويتر سابقا) وإنستغرام وتيك توك ويوتيوب، تدفقا هائلا للمضامين الإعلامية المرتبطة بالحرب، شملت الصور ومقاطع الفيديو والبث المباشر والتقارير الإخبارية والشهادات الميدانية الصادرة عن الصحفيين والمواطنين على حد سواء. كما أتاحت هذه المنصات للمستخدمين فرصة متابعة مجريات الأحداث لحظة بلحظة، والتفاعل معها من خلال الإعجاب والتعليق والمشاركة وإعادة النشر، الأمر الذي ساهم في تعزيز انتشار المعلومات وتوسيع نطاق تداولها على المستوى العالمي. فقد تميزت هذه الحرب بحضور رقمي غير مسبوق مقارنة بالعديد من الأحداث السياسية، حيث لعبت وسائل التواصل الاجتماعي دورا محوريا في تشكيل الوعي الجماهيري تجاه الأحداث الجارية، ونقل الصور الإنسانية لمعاناة المدنيين، وإبراز الأبعاد السياسية والإنسانية للصراع.

إضافة لما سبق، تعد المرأة الجزائرية عامة والجلفاوية بصفة خاصة من بين الفئات التي تعرضت لهذه المضامين وتفاعلت معها عبر منصات التواصل الاجتماعي، وتلقتها بأساليب مختلفة وتأويلات متعددة تبعا لخبراتها وخلفياتها الاجتماعية والثقافية، وهو ما يتوافق مع الطرح الذي قدمه ستيوارت هول في إطار نظرية التلقي وأنماط استقبال المضامين الإعلامية.

وانطلاقا من ذلك، تسعى هذه الدراسة الميدانية إلى استكشاف كيفية تلقي المرأة الجلفاوية لمضامين الحرب على غزة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والكشف عن طبيعة تعرضها لهذه المضامين وأنماط تفسيرها وتأويلها لها، فضلا عن الوقوف على أبرز التأثيرات العاطفية والسلوكية الناتجة عن هذا التلقي، بما يسهم في فهم العلاقة بين المرأة الجلفاوية وتلك المضامين الإعلامية، وعليه تم تناول هذا الموضوع من خلال ثلاثة جوانب رئيسية:

الجانب المنهجي للدراسة: تضمن تحديد الإشكالية والتساؤل الرئيس حول كيفية تلقي المرأة الجزائرية لمضامين حرب غزة عبر الميديا الجديدة، مع طرح تساؤلات فرعية حول أنماط التفاعل والعوامل المؤثرة، والآثار المعرفية، والوجدانية، والسلوكية. كما هدفت الدراسة إلى الكشف عن طبيعة هذا التلقي عبر رصد آثاره وتحديد المنصات وأشكال المضامين ومستوى التعرض والتفاعل، إضافة إلى اتجاهات المرأة الجزائرية نحوه. واعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي باستخدام الاستبيان الإلكتروني، مع عينة قصدية من النساء المتابعات للأحداث، خلال الفترة الممتدة من مارس إلى ماي 2026.

الجانب النظري: تناول نظرية التلقي من حيث المفهوم والنشأة ومفاهيمها عند ستيوارت هال وأنماط التلقي، ثم عرض منصات التواصل الاجتماعي من حيث تعريفها، وأنواعها، وخصائصها، ووظائفها. كما خصص محور لدراسة تلقي أحداث حرب غزة عبر هذه المنصات وسياقها التاريخي وربطها بتجربة المرأة الجزائرية.

الجانب التطبيقي: تم تحليل بيانات الاستبيان لعينة من النساء الجلفاويات، بهدف الكشف عن أنماط تعرضهن وتفاعلهن مع مضامين حرب غزة، وكيفية تفسيرها، إضافة إلى أبرز الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن هذا التلقي.

الجانب المنهجي

تمهيد

يُعد الجانب المنهجي الأساس الذي تستند إليه أي دراسة علمية، إذ يحدد المسار العلمي الذي تتبعه الباحثة للوصول إلى نتائج دقيقة وموضوعية. ونظرًا لأهمية موضوع الحرب على غزة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وما يثيره من تفاعلات إعلامية واجتماعية واسعة، كان من الضروري بناء إطار منهجي متكامل يضمن دراسة الظاهرة وفق أسس علمية دقيقة. وعليه، يتناول هذا الفصل تحديد إشكالية الدراسة وتساؤلاتها الرئيسة والفرعية، وصياغة فرضياتها وأهدافها وأهميتها العلمية والعملية، إضافة إلى عرض مبررات اختيار الموضوع وتحديد مفاهيمه الأساسية والتعريفات الإجرائية المرتبطة به. كما يتضمن استعراضًا للدراسات السابقة والمقاربة النظرية المعتمدة، فضلًا عن توضيح المنهج المستخدم وأدوات جمع البيانات وإجراءات الصدق والثبات، وتحديد مجتمع الدراسة وعينتها وحدودها المختلفة، بما يسهم في توفير أرضية علمية ومنهجية سليمة لإنجاز الدراسة وتحليل نتائجها.

1. اشكالية الدراسة:

أصبحت منصات التواصل الاجتماعي كالفايسبوك وتويتر والإنستغرام، من أهم المواقع التواصلية والاتصالية الاجتماعية التي يعتمد عليها المستخدمين في متابعة مختلف الأحداث والقضايا الوطنية والدولية، خاصة في أوقات الأزمات والحروب، وذلك لما تتميز به من سرعة في نقل الأخبار، وتنوع في أشكال المحتوى، إلى جانب إتاحة التفاعل المباشر مع ما يُنشر من مضامين.

وقد تجلى هذا الدور بشكل واضح خلال أحداث الحرب على غزة منذ أكتوبر **2023**، حيث تحولت هذه المواقع إلى فضاء مفتوح لتداول الأخبار والصور ومقاطع الفيديو، والتعبير عن الآراء والمواقف والاتجاهات، مما جعل المستخدم لا يكتفي بمتابعة وتلقي الأحداث فقط، بل يشارك في التفاعل معها وإعادة نشرها فضلاً عن إنتاج المعنى.

وفي هذا الإطار، تُعدّ المرأة الجلفاوية جزءاً من هذا الجمهور الرقمي المتفاعل، إذ لم تكن بمنأى عن ما يُنشر حول أحداث غزة سواء أكانت تلك المنشورات نصوص مكتوبة، صور، فيديوهات أو بث مباشر، حيث اعتمدت ولا تزال بشكل متزايد على مواقع التواصل الاجتماعي لمتابعة مستجدات الحرب على غزة وهو ما لاحظناه أثناء احتدام الحرب على غزة خلال أكتوبر **2023**، ولم يقتصر دورها على المتابعة فحسب، بل يظهر أيضاً من خلال تفاعلها مع المحتوى عبر التعليق، أو إعادة النشر، أو التعبير عن التضامن، خاصة مع ما تحمله هذه الأحداث من أبعاد إنسانية، كما أن طريقة تلقيها لهذه المضامين لا تكون واحدة لدى الجميع، بل تختلف باختلاف مستوى استخدامها لهذه المواقع، وهو ما قد يعكس طبيعة تلقيها لهذه الأحداث وكيفية تأويلها في ضوء السياق الاجتماعي والثقافي الذي تنتمي إليه، ومدى ثقتها في المعلومات المتداولة، ما يجعل التلقي عملية نشطة تتداخل فيها الجوانب المعرفية والعاطفية، وتؤثر في شكل التفاعل داخل الفضاء الرقمي، وكذا في نمط تلقيها لتلك المضامين، غير أن اختلاف مستويات من مستخدمة إلى أخرى، يطرح تساؤلات حول طبيعته وأشكال التفاعل الناتجة عنه.

وعليه، نهدف من خلال هذه الدراسة الوصفية الميدانية إلى البحث عن كيفية تلقي المرأة الجلفاوية لمضامين أحداث الحرب على غزة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والكشف عن أنماط تفاعلها مع هذه المضامين في الفضاء الرقمي

ومنه تتمثل إشكالية الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي:

كيف تلقت المرأة الجلفاوية مضامين أحداث الحرب على غزة منذ أكتوبر 2023 عبر منصات التواصل الاجتماعي؟

2. تساؤلات الدراسة:

1.2 ما طبيعة التعرض لمضامين الحرب على غزة عبر منصات التواصل الاجتماعي من قبل المرأة الجلفاوية؟

2.2 كيف تفسّر المرأة الجلفاوية مضامين الحرب على غزة عبر منصات التواصل الاجتماعي؟

2.3 ما التأثيرات العاطفية والسلوكية الناتجة عن تلقي المرأة الجزائرية لمضامين الحرب على غزة عبر منصات التواصل الاجتماعي؟

3. فرضيات الدراسة:

1.3 توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الثقة في مصادر مضامين الحرب على غزة عبر منصات التواصل الاجتماعي تُعزى إلى متغيري السن والمستوى التعليمي.

2.3 هناك فروق ذات دلالة إحصائية في أنماط تفسير المرأة الجلفاوية لمضامين الحرب على غزة عبر منصات التواصل الاجتماعي تُعزى إلى متغير السن والمستوى التعليمي.

3.3 هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تأثير مضامين الحرب على غزة عبر منصات التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي الإنساني تُعزى إلى متغيري السن والمستوى التعليمي.

4.3 هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تأثير مضامين الحرب على غزة عبر منصات التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي السياسي تُعزى إلى متغيري السن والمستوى التعليمي.

4. أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة بصفة عامة إلى التعرف على طبيعة تعرض المرأة الجلفاوية لمضامين الحرب على غزة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، من خلال تحديد أهم المنصات المستخدمة، وأنواع المحتوى المتداول، وكثافة هذا التعرض في الفترة الممتدة منذ أكتوبر 2023، كما تسعى دراستنا إلى:

✓ فهم الكيفية التي تفسّر بها المرأة الجلفاوية هذه المضامين، وذلك بالوقوف على طبيعة إدراكها لها، وتحديد أنماط التلقي السائدة لديها، سواء كانت قراءة مهيمنة أو تفاوضية أو معارضة، في ضوء التصورات التي قدمها ستيوارت هول.

✓ استكشاف التأثيرات العاطفية والسلوكية الناتجة عن هذا التلقي، من خلال التعرف على أبرز الانفعالات التي تثيرها هذه المضامين، وكيف تنعكس على سلوكها الرقمي، إضافة إلى مدى تأثيرها في مستوى وعيها الإنساني والسياسي.

✓ الكشف عما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية تعزى إلى متغير السن والمستوى التعليمي في مستوى الثقة في مضامن الحرب على غزة لدى المرأة الجلفاوية، على غرار أنماط التفسير، التأثير على مستوى الوعي الإنساني.

5. أهمية الدراسة:

لكل موضوع بحثي أهمية تبرز مبررات اختياره ودوافع تناوله، سواء على المستوى العلمي أو العملي، إذ تسهم الدراسة في الإضافة المعرفية للمجال الأكاديمي من جهة، وتقديم نتائج يمكن الاستفادة منها ميدانياً من جهة أخرى. وانطلاقاً من موضوع هذه الدراسة، تتجلى أهميتها فيما يلي:

1.5 الأهمية العلمية:

✓ تكتسب هذه الدراسة أهميتها من تناولها للتلقي بوصفه عملية نشطة يقوم بها المستخدم، حيث لا يقتصر دوره في استقبال المضامين، بل قد يشمل فهمها وتأويلها في ضوء السياق الاجتماعي والثقافي لديه.

✓ كما تبرز أهمية دراسة تلقي المرأة الجزائرية خاصة الجلفاوية لمضامين الحرب على غزة، لما كشفته هذه الأحداث من تفاعل رقمي واسع، مما يساهم في تحليل أنماط التلقي في مواقع التواصل الاجتماعي.

✓ تسهم الدراسة في إثراء البحوث الأكاديمية المتعلقة بدراسات التلقي في البيئة الرقمية، من خلال التركيز على فئة اجتماعية محددة هي المرأة الجزائرية – تحديداً المرأة الجلفاوية–، في سياق حدث دولي ذي أبعاد إنسانية وسياسية معقدة.

✓ تساعد الدراسة في سد جانب من الفراغ المعرفي المتعلق بدور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل وعي واتجاهات الجمهور النسوي العربي تجاه القضايا الدولية.

✓ توفر الدراسة إطار نظري ومنهجي يمكن الاستفادة منه في دراسات لاحقة تتناول قضايا مشابهة تتعلق بالتلقي الإعلامي في سياق البيئة الرقمية.

2.5 الأهمية العملية:

✓ تُمكن نتائج الدراسة من التعرف على أنماط التفاعل والاتجاهات السائدة لدى المرأة الجلفاوية تجاه مضامين الحرب على غزة في مواقع التواصل الاجتماعي، بما يساعد على تحسين أساليب تقديم المحتوى.

✓ تسهم الدراسة في تقديم مؤشرات عملية حول مستوى المصداقية والتأثير العاطفي والمعرفي للمضامين الرقمية، الأمر الذي يمكن توظيفه في تطوير المحتوى الإعلامي الموجّه للجمهور النسوي.

6. أسباب اختيار الموضوع

- الأهمية البالغة التي تحظى بها القضية الفلسطينية، وبخاصة أحداث الحرب على غزة الأخيرة لدى الجمهور الجزائري عامةً.
- ندرة الدراسات التي تناولت تلقي المرأة الجزائرية تحديداً لمضامين الحرب على غزة في سياق وسائط الميديا الجديدة.
- تصاعد دور الميديا الجديدة بوجه عام كفضاء رئيسي لتداول الأخبار والصور والآراء المتعلقة بالحروب والأزمات الإنسانية.
- الاهتمام الشخصي بموضوعات المرأة الجزائرية، لاسيما مع بروز مواقع التواصل الاجتماعي وتعدد موضوعاتها لاسيما فيما يتعلق بسلوكها الرقمي اتجاه مختلف الموضوعات والأحداث كأحداث الحرب على غزة.
- الرغبة في الإسهام في إثراء البحث العلمي في مجال دراسات الإعلام والاتصال بمكتبة قسم علم المكتبات والإعلام والاتصال بجامعة الجلفة، خاصة دراسات التلقي والرأي العام.

7. مفاهيم الدراسة وتعريفاتها الإجرائية:

تقتضي الإجراءات المنهجية تحديد مجموعة من المفاهيم الأساسية التي يقوم عليها الموضوع الذي سيُدرس، وذلك لضبط استخدامها داخل إطار الدراسة، ونظراً لاختلاف دلالات هذه المفاهيم حسب السياق، سيتم اعتماد تعريفات إجرائية توضح المقصود بها في هذه الدراسة.

1.7 مفهوم التلقي:

لغةً: تجد لفظة التلقي في لسان العرب لابن منظور بمعنى الاستقبال وتلقاء أي استقبله وفلان يتلقى فلان أي يستقبله والرجل يلقى الكلام أي يلتقيه وهي بمعنى يتلقى ويتعلم. وجاءت في القرآن الكريم لقوله عز وجل: {وتلقى آدم من ربه كلمت فتاب عليه إنه هو الثواب الرحيم}، ومعناه أخذها عنه ومثله لقنها وتلقنها). ولفظة التلقي في قاموس المحيط جاءت بمعنى لقيه عرضية لقاء، لقاءه بكسرهن مفتوحة كتلقاء، واللقاءة وتلقت المرأة فهي متلقى ولقاء الشيء ألقاه إليه، وقوله تعالى: إنك لتلقى القراءات من لدن حكيم عليم

اصطلاحاً: يندرج مصطلح التلقي تحت صفة النظرية أي نظرية التلقي **Rezepticmasthetit** فهي مجموعة من المفاهيم ذات الصلة المباشرة بهذا النشاط، فضلا عن أن هذه المفاهيم تتضمن شرطين أساسيين الأول يتعلق بتكون هذه المفاهيم من رحم مفاهيم معروفة في نظرية المعرفة، والثاني يتعلق بكونها تشير إلى ذلك النزاع النظري الذي دار بين البنيوية وأصحاب جمالية التلقي ياوس وايزر تحديداً، بمعنى أن نظرية التلقي لها أصول معرفية سابقة، وسبب ظهورها ناتج عن نزاع مع البنيوية[1]

إجرائياً: التلقي هو تفاعل الفرد مع الرسائل أو المضامين التي يتعرض لها، من خلال فهمها وتحليلها وتأويلها وفق خلفيته الفكرية والاجتماعية، بحيث يصبح المتلقي مشاركاً في إنتاج المعنى وليس مجرد مستقبل سلبي للمعلومات.[2]

1 طلحة إلياس، **نظرية التلقي وأطروحاته**، جامعة أم البواقي، العدد 1، الجزائر، 2021 ص 192

2 المرجع نفسه، ص 193

2.7 مضامين أحداث غزة:

اصطلاحاً: المضامين الإعلامية تتيح عنصري الزمان والمكان إعمال عقل المتابعين لها، ففي بعض الأحيان تعود بهم إلى الوراء وتعمل على استدعاء الماضي، وفي أحيان أخرى تكشف الحاضر وقضاياه ومشكلاته، وتستشرف المستقبل؛ وبالنسبة لعنصر المكان فهي تستحضر جميع الأمكنة الممكنة وغير الممكنة، والغامضة التي لا يمكن الذهاب إليها إلا في الخيال، حيث تتيح المضامين الإعلامية المشاركة في حاضر يشتمل على مناطق زمنية ومكانية مختلفة، إنها خبرة فكرية أصبحت معتادة ومألوفة بفضل التكنولوجيا المستخدمة في الإعلام التي تستطيع نقل الصوت والصورة عبر الزمان والمكان. ومن هذا فإن مضامين أحداث غزة هي مجموعة القضايا والرسائل الجوهرية التي يتم رصدها وتكرارها في (الخطابات السياسية، التقارير الحقوقية، أو التغطيات الإعلامية) خلال فترة زمنية محددة، ويتم قياسها من خلال تحليل المحتوى النوعي والكمي[1]

إجرائياً: هي الرسائل والأفكار الأساسية التي تنقلها الوسائل الإعلامية والخطابات السياسية والتقارير الحقوقية، حيث تعمل هذه المضامين على توظيف التكنولوجيا لتقريب الواقع بالصوت والصورة وتجاوز حدود الزمان والمكان للمتابع، مما يجعله يستوعب قضايا الحاضر وتفاصيل الأحداث الجارية. وتتمثل هذه المضامين في تلك القضايا الجوهرية التي تتكرر باستمرار ويتم رصدها وتحليلها بشكل دقيق، سواء من حيث نوعية المحتوى وأهدافه أو من حيث كمية انتشاره وتكراره خلال فترة زمنية محددة.

3.7 منصات التواصل الاجتماعي

اصطلاحاً: منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشترك بإنشاء حساب خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية أو غيرها، كما أنها توفر مختلف وسائل الاهتمام التي من شأنها أن تساعد على التفاعل بين الأعضاء بعضهم ببعض، والتي يمكن أن تتمثل هذه المميزات: المراسلة الفورية، الدردشة، تبادل الملفات، مجموعات النقاش، المدونات، البريد الإلكتروني.[2]

إجرائياً: هي مجموعة من التطبيقات التي ظهرت مع تطور الجيل الثاني، بحيث تسمح لكل من يملك بريد إلكتروني بفتح حساب يعمل من خلاله على التواصل مع الآخرين، وتكوين صداقات جديدة تمكنه من تبادل الآراء والأفكار والتفاعل في مختلف القضايا ذات الاهتمام المشترك.

1جيدور حاج بشير، **دور المضامين في رأب الصدع المصاحب للعنف السياسي والأزمة المجتمعية معالجة الإعلام لتبعات المأساة الوطنية في الجزائر**، المجلة الدولية للبحوث القانونية والسياسية، جامعة غرداية– الجزائر، العدد 03، 2022، ص 312

2 خليل، محمد المري محمد إسماعيل، **الانتماء الوطني لدى مستخدمي بعض شبكات التواصل الاجتماعي من معلمي مدارس التعليم العام في مصر** "، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، جامعة بسكرة، عدد 12، 2014، ص 309

8. الدراسات السابقة والمشابهة:

تُعد الدراسات السابقة خطوة أساسية في أي بحث علمي، حيث تساعد على فهم ما تم التوصل إليه في نفس المجال وتحديد موقع هذه الدراسة ضمنه. وعليه، سيتم عرض مجموعة من الدراسات المرتبطة بموضوع التلقي ومضامين الحرب على غزة، بهدف الاستفادة من نتائجها ومنهجياتها في بناء هذه الدراسة:

الدراسة الأولى بعنوان: القضية الفلسطينية في الإعلام الجديد وبنية الخطاب الإعلامي [1]

هدفت إلى تحليل كيفية تناول منصات الإعلام الرقمي للقضية الفلسطينية، مع التركيز على طبيعة الخطاب الإعلامي الذي يُبنى عبر هذه الوسائط الحديثة. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي من خلال تحليل مضمون عينة من المواد المنشورة في مواقع إخبارية ومنصات التواصل الاجتماعي، لتبيان كيفية توظيف العناصر البصرية واللغوية في نقل الحدث.

- وقد خلصت النتائج إلى أن الإعلام الجديد منح القضية الفلسطينية مساحة أوسع للتداول مقارنة بالإعلام التقليدي، حيث اتسم الخطاب الرقمي بالتركيز على البعد الإنساني والعاطفي عبر الصور ومقاطع الفيديو التي تعكس معاناة المدنيين، وهو ما عزز التفاعل الجماهيري خاصة لدى النساء اللواتي أبدين اهتماماً أكبر بالمضامين الإنسانية مقارنة بالتحليلات السياسية.
- كما أبرزت الدراسة أن الإعلام الجديد ساهم في كسر احتكار الرواية الإعلامية التقليدية، وفتح المجال أمام أصوات متعددة لنقل الحدث الفلسطيني، مما جعل الخطاب أكثر تنوعاً وتأثيراً.
- وتؤكد هذه النتائج أن التلقي الإعلامي – خصوصاً لدى المرأة – يتأثر بالجانب العاطفي والإنساني

الدراسة الثانية بعنوان: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل رأي عام حول القضية الفلسطينية خلال العدوان الإسرائيلي على غزة في 2023-2025 [2]

هدفت إلى التعرف على مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى الشباب الجامعي الجزائري تجاه العدوان الإسرائيلي على غزة. اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي الوصفي، باستخدام استمارة استبيان إلكتروني طبقت على عينة مكونة من **150** طالبًا بجامعة الأمير عبد القادر بقسنطينة.

---

[1] محمد وسام عامر، **القضية الفلسطينية في الإعلام الجديد وبنية الخطاب الإعلامي**، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، برلين – ألمانيا، الطبعة الأولى،2022

[2] زكية منزل غربة، **دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل رأي عام حول القضية الفلسطينية خلال العدوان الإسرائيلي على غزة في 2023-2025**: دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي الجزائري"، جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة، الجزائر، 2025/2023

- أظهرت النتائج أن متابعة العدوان الإسرائيلي على غزة عبر مواقع التواصل الاجتماعي جاءت في المرتبة الأولى ضمن القضايا التي يتابعها الشباب الجامعي، وذلك لارتباطها بالوجدان العربي والإسلامي.
- كما بينت النتائج أن هذه المتابعة تدخل في إطار المتابعة الدائمة، مما يعكس أن مواقع التواصل أصبحت وسيطاً أساسياً لاستقاء الأخبار والمعلومات.
- وأكدت الدراسة أن موقع فيسبوك كان المنصة الأكثر فاعلية في تشكيل الرأي العام حول العدوان، نظراً لخصائصه الآنية والتفاعلية في نقل الحدث.
- كما أظهرت النتائج أن الشباب الجامعي استجاب بشكل واسع للنداءات الداعية إلى دعم غزة، انطلاقاً من إيمانهم بعدالة القضية واعتبارها قضية محورية تخص المسلمين جميعاً.

الدراسة الثالثة بعنوان: تفاعل الجمهور مع المضامين المتعلقة بالحرب على غزة 2023 عبر الصفحات الإخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي [1]

هدفت إلى رصد وتحليل طبيعة تفاعل الجمهور العربي مع الأخبار والمضامين المرتبطة بالحرب الأخيرة على غزة، وذلك من خلال توظيف تقنيات البيانات الضخمة باستخدام أسلوبي تحليل المشاعر ونمذجة الموضوعات.

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم تحليل أكثر من نصف مليون تعليق وما يزيد عن ثمانية ملايين شكل من أشكال التفاعل على صفحتي الجزيرة مصر و**BBC News Arabic** خلال الفترة من **7** أكتوبر إلى **23** نوفمبر **2023**.

- أظهرت النتائج أن التفاعل الإيجابي التضامني كان هو الغالب، حيث تصدر "الإعجاب" قائمة أشكال التفاعل، كما عكست التعليقات مشاعر دعم ومناصرة للقضية الفلسطينية وتعاطفاً واسعاً مع الضحايا والأطفال.
- كما كشفت نمذجة الموضوعات أن النقاشات في صفحة الجزيرة تركزت حول ستة محاور أبرزها دعم المقاومة، تهجير أهل غزة، والموقف الرسمي العربي، بينما تركزت التعليقات في صفحة **BBC** حول ثلاثة محاور رئيسية هي التضامن مع غزة، الاعتداءات الإسرائيلية على المدنيين والمستشفيات، وسياسة الصفحة التحريرية تجاه الأحداث.
- وتؤكد هذه الدراسة أن الإعلام الجديد أصبح فضاءً رئيسياً للتعبير عن المواقف الجماهيرية، وأن التلقي الإعلامي يتأثر بشكل كبير بالجانب العاطفي والإنساني.

---

1 حسام فايز عبد الحي، **تفاعل الجمهور مع المضامين المتعلقة بالحرب على غزة 2023 عبر الصفحات الاخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي**، دراسة في إطار البيانات الضخمة وفق أسلوب تحليل المشاعر ونمذجة الموضوعات، مجلة البحوث الاعلامية جامعة الأزهر، كلية الاعلام العدد التاسع والستون الجزء الثالث القاهرة 2024

الدراسة الرابعة بعنوان: اتجاهات الجمهور المصري نحو سياسات مواقع التواصل الاجتماعي في التعامل مع أحداث غزة"[1]

هدفت إلى التعرف على مواقف الجمهور تجاه السياسات التي تنتهجها منصات التواصل الاجتماعي في التعامل مع المحتوى المرتبط بالعدوان الإسرائيلي على فلسطين، ومدى تأثير هذه السياسات على استمرار الجمهور في استخدام هذه المنصات أو عزوفه عنها.

اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي الوصفي، حيث تم تطبيق استمارة استقصاء على عينة عمدية من 100 فرد من الذكور والإناث ممن يتابعون القضية الفلسطينية بكثافة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، واستندت الدراسة نظريا إلى نظرية الاستخدامات والإشاعات لتفسير دوافع الجمهور وحاجاته في استخدام هذه الوسائط.

- أظهرت النتائج أن سياسات مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في انتهاك حرية الرأي والتعبير، وقيّدت وصول الجمهور إلى المعلومات المتعلقة بالقضية الفلسطينية، حيث قام موقع فيسبوك بحذف حسابات ومنشورات وتعليقات داعمة لفلسطين، كما حجبت منصات أخرى مثل إنستغرام ويوتيوب وتيك توك محتويات مؤيدة للقضية.

- لجأ الجمهور إلى ابتكار حلول بديلة لمواجهة هذه السياسات، مثل استخدام الرموز والفواصل لتجاوز الخوارزميات، وإطلاق حملات إلكترونية توضح طرق كتابة المحتوى الداعم، إضافة إلى إنشاء موقع " Free Palestine" لدعم القضية بشكل فعال عالميًا.

الدراسة الخامسة بعنوان: استخدام المرأة الجزائرية لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباعات المحققة [2]

هدفت إلى التعرف على أنماط وعادات استخدام الطالبات لمواقع التواصل الاجتماعي، والكشف عن دوافع هذا الاستخدام والإشباعات التي تحققها، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، مستخدمة أداة الاستبيان أساسًا لجمع البيانات من عينة مكونة من 100 طالبة، إضافة إلى الملاحظة كأداة ثانوية.

- بينت النتائج أن نسبة 66% من البحوثات لا يستطعن الاستغناء عن مواقع التواصل الاجتماعي، وأن أبرز دوافع الاستخدام تمثلت في متابعة الأحداث والتطورات، الاطلاع على الأخبار الجامعية، تكوين صداقات جديدة، والتزود بمعلومات حول الدراسة.

---

1 هاجر عطية عبد الفتاح عقلي، **"اتجاهات الجمهور المصري نحو سياسات مواقع التواصل الاجتماعي في التعامل مع أحداث غزة"**، مجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، العدد30، (الجزء الثاني)، 2023.

[2] رقيب صويرة، زعطوط نجاة، **استخدام المرأة الجزائرية لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباعات المحققة – دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة قاصدي مرباح ورقلة**، مذكرة الماستر تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، 2019/2018.

- كما أظهرت النتائج أن أهم الإشباعات المحققة هي إشباع حب الفضول، تعزيز الثقة بالنفس، إبداء الرأي حول القضايا والأحداث، والبقاء على اتصال بزملاء الدراسة.
- تؤكد هذه الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت فضاءً أساسياً في حياة المرأة الجزائرية، خاصة الطالبات الجامعيات، حيث تلعب دورًا مهماً في تلبية حاجاتها المعرفية والاجتماعية والوجدانية.

التعقيب على الدراسات السابقة

من خلال استعراض الدراسات السابقة التي تناولت القضية الفلسطينية في الإعلام الجديد وتفاعل الجمهور معها، يتضح وجود اهتمام أكاديمي متزايد بدراسة دور منصات التواصل الاجتماعي في نقل الأحداث السياسية والإنسانية وتشكيل اتجاهات الرأي العام.

فقد ركزت دراسة "القضية الفلسطينية في الإعلام الجديد وبنية الخطاب الإعلامي" على تحليل طبيعة الخطاب الإعلامي المتداول عبر المنصات الرقمية، حيث أبرزت حضور البعد الإنساني والعاطفي في التغطيات الإعلامية، خاصة من خلال الصور ومقاطع الفيديو التي تعكس معاناة المدنيين، وهو ما ساهم في تعزيز التفاعل الجماهيري مع هذه المضامين، ولا سيما لدى فئة النساء.

كما اهتمت دراسة "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام حول القضية الفلسطينية لدى الشباب الجامعي الجزائري" بإبراز الدور الذي تؤديه منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الشباب تجاه العدوان الإسرائيلي على غزة، حيث أظهرت النتائج أن مواقع التواصل الاجتماعي، وخاصة فيسبوك، أصبحت المصدر الرئيسي للحصول على الأخبار والمعلومات المتعلقة بالقضية الفلسطينية، كما ساهمت في تعزيز التفاعل والتعبير عن المواقف الداعمة للقضية.

أما دراسة "تفاعل الجمهور مع المضامين المتعلقة بالحرب على غزة عبر الصفحات الإخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي" فقد ركزت على تحليل أنماط التفاعل الجماهيري مع هذه المضامين، من خلال توظيف تقنيات تحليل البيانات الضخمة وتحليل المشاعر، حيث توصلت إلى أن التفاعل التضامني مع القضية الفلسطينية كان السمة الغالبة لدى الجمهور، كما أكدت أن الإعلام الرقمي أصبح فضاءً أساسياً للتعبير عن المواقف والاتجاهات الجماهيرية.

وفي سياق متصل، تناولت دراسة "اتجاهات الجمهور المصري نحو سياسات مواقع التواصل الاجتماعي في التعامل مع أحداث غزة" تأثير سياسات المنصات الرقمية على حرية تداول المعلومات المرتبطة بالقضية الفلسطينية، حيث

كشفت النتائج عن وجود قيود على بعض المحتويات الداعمة لفلسطين، الأمر الذي دفع المستخدمين إلى ابتكار أساليب بديلة للتحايل على هذه القيود ومواصلة التعبير عن تضامنهم مع القضية.

كما سلطت دراسة "استخدام المرأة الجزائرية لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباعات المحققة" الضوء على أنماط استخدام الطالبات الجامعيات لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث بينت النتائج أن هذه المنصات أصبحت جزءاً أساسياً من حياتهن اليومية، إذ تحقق لهن مجموعة من الإشباعات المعرفية والاجتماعية والوجدانية، مثل متابعة الأحداث الجارية والتعبير عن الآراء والتفاعل مع القضايا المختلفة.

ومن خلال المقارنة بين هذه الدراسات، يتضح أن القاسم المشترك بينها يتمثل في التأكيد على الدور المحوري لمنصات الميديا الجديدة في نقل المعلومات حول القضايا السياسية والإنسانية وتعزيز التفاعل الجماهيري معها، كما أبرزت العديد منها أهمية البعد العاطفي والإنساني في التأثير على المتلقين وتوجيه مواقفهم تجاه الأحداث.

فمن حيث الاختلاف، وبالرغم من اتفاق الدراسات السابقة في نقاط كثيرة، إلا أنها تختلف في عدة جوانب رئيسية، أبرزها الفئات المستهدفة، حيث ركزت بعضها على الشباب الجامعي، وتناولت أخرى الجمهور العام، في حين أن دراسة واحدة فقط اهتمت بالمرأة الجزائرية، ولكن في سياق الاستخدام العام وليس في تلقي حدث معين، كما تختلف الدراسات في المنصات المدروسة، فبعضها ركز على فيسبوك بشكل أساسي، وبعضها تناول تيك توك وإنستغرام ويوتيوب، مما يعكس تطور استخدام المنصات المختلفة، وتتباين أيضاً في المناهج والأدوات المستخدمة.

أما من حيث الاستفادة فتقدم الدراسات السابقة رؤى قيمة تفيد الدراسة الحالية في عدة جوانب، أبرزها فهم كيفية تفاعل الجمهور مع القضية الفلسطينية عبر منصات الميديا الجديدة. كما تستفيد الدراسة الحالية من نتائج الدراسات السابقة في تفسير الظاهرة المدروسة ومقارنة نتائجها بها، خاصة فيما يتعلق بالبعد الوجداني في تلقي المرأة لأحداث غزة وعليه، تسعى الدراسة الحالية إلى سد هذا النقص من خلال التركيز على فئة المرأة الجزائرية بوصفها فاعلاً أساسياً في عملية التلقي الإعلامي عبر منصات الميديا الجديدة، وذلك عبر تحليل أنماط متابعتها لمضامين الحرب على غزة، ومستوى تفاعلها معها، والأبعاد المعرفية والوجدانية التي تعكسها هذه العملية الاتصالية، بما يسهم في تقديم فهم أعمق لديناميكيات التلقي الإعلامي في البيئة الرقمية داخل المجتمع الجزائري.

9. المقاربة النظرية المرتبطة بالدراسة:

تعتمد دراستنا على نظرية التلقي الذي يُعد " ستيوارت هول" من أبرز مُنظريها، إذ يمكن إسقاط نظرية التلقي على موضوع دراستنا الحالية من خلال النظر إلى المرأة الجزائرية تحديداً المرأة الجلفاوية، بوصفها متلقياً يتفاعل مع مضامين الحرب على غزة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما لاحظناه خلال الحرب على غزة منذ أكتوبر 2023، وتنطلق هذه المقاربة من اعتبار أن الرسائل المتداولة عبر هذه المواقع الاجتماعية لا تُستقبل بشكل موحد أو آلي، بل تُدرك ضمن سياق اجتماعي وثقافي ومعرفي خاص بكل متلقية، حيث من المفترض أن هناك اختلاف في طرق فهم المرأة الجلفاوية لمختلف المضامين المتعلقة بتلك الأحداث وتفسيرها لها تبعاً لعوامل متعددة، من بينها السن والمستوى التعليمي.

وفي هذا الإطار، لا تفترض الدراسة نمطاً معيناً لتلقي تلك المضامين، بل تسعى إلى استكشاف الكيفية التي يتم بها التعامل مع هذه المضامين من قبل المرأة الجلفاوية، من خلال تحليل أنماط التلقي الممكنة كما حددها هال والمتمثلة في القراءة المهيمنة التي تقوم على تبني المعنى كما هو، والقراءة التفاوضية التي تجمع بين القبول والتحفظ، والقراءة المعارضة التي تعكس رفضاً أو تأويلاً مغايراً للرسالة، ويهدف هذا التوجه إلى الكشف عن النمط الغالب لدى المرأة الجلفاوية عند تعرضها لمضامين الحرب على غزة.

كما تسعى الدراسة إلى فهم العلاقة بين طبيعة هذا التلقي والخصائص الفردية للمبحوثات والتي حُددت في السن والمستوى التعليمي، وعليه، فإن توظيف نظرية التلقي في هذا السياق لا يهدف فقط إلى تصنيف أنماط الفهم، بل إلى تفسير تنوعها والكشف عن أبعادها، بما يخدم أهداف الدراسة في تحليل سلوك التلقي لدى المرأة الجلفاوية بشكل دقيق وموضوعي.

ملحوظة: تم التفصيل أكثر في النظرية من حيث الإطار المفاهيمي والتاريخي ضمن الإطار النظري لهذه الدراسة.

10. الإجراءات المنهجية للدراسة

1.10 منهج الدراسة

يندرج موضوع دراستنا ضمن الدراسات الوصفية التي تستهدف إلى وصف الظاهرة والموضوع دون البحث ذلك، ويُعدّ المنهج الوصفي من أكثر المناهج العلمية شيوعاً في بحوث العلوم الاجتماعية والإنسانية، يُستخدم هذا المنهج لدراسة الظواهر في وضعها الراهن، من خلال وصف خصائصها وأشكالها والعلاقات القائمة بينها، إضافة إلى الكشف عن العوامل لمؤثرة فيها، ويهدف إلى جمع البيانات والمعلومات المتعلقة بالظاهرة المدروسة وتحليلها من أجل الوصول إلى فهم دقيق لها وتفسيرها تفسيراً علمياً موضوعياً، كما يهتم بدراسة الظواهر والأحداث في الحاضر، بخلاف المنهج التاريخي الذي يركز على دراسة الماضي، حيث يسعى الباحث من خلاله إلى وصف الظاهرة وصفاً علمياً دقيقاً، سواء بطريقة كمية تعتمد على الأرقام والإحصاءات، أو بطريقة كيفية تقوم على تحليل المعاني والخصائص المرتبطة بها، بما يساعد على فهم الواقع وتفسيره واستخلاص النتائج التي توضح طبيعة الظاهرة والعوامل المؤثرة فيها1.

وبناءً على ذلك، تم الاعتماد في هذه الدراسة على **المنهج الوصفي** لملاءمته لطبيعة الموضوع، حيث يسعى إلى وصف وتحليل طبيعة تلقي المرأة الجزائرية لمضامين أحداث الحرب على غزة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك من خلال التعرف على أنماط استخدام هذه المنصات، ومستوى متابعة المرأة الجزائرية للمضامين الإعلامية المتعلقة بالحرب، إضافة إلى دراسة أشكال التفاعل مع هذه والآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عنها ، وتمثلت مبررات إختيار المنهج في :

✓ طبيعة موضوع الدراسة الذي يهدف إلى وصف وتحليل كيفية تلقي المرأة الجلفاوية لمضامين أحداث الحرب على غزة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

✓ ملاءمة المنهج الوصفي لدراسة الظواهر الإعلامية والاجتماعية، لما يوفره من إمكانية وصف الظاهرة المدروسة وتحليل أبعادها المختلفة

✓ إسهام المنهج الوصفي في الكشف عن أنماط متابعة المرأة الجلفاوية للمضامين الإعلامية المرتبطة بالحرب، إضافة إلى تحليل أشكال التفاعل مع هذه المضامين عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

---

1 هبة محسن محمود، **المحاضرة الخامسة في البحث العلمي، المنهج الوصفي**، قسم التربية البدنية والعلوم الرياضية، كلية التربية للبنات، جامعة الموصل العراق، 2021، ص02

2.10 أدوات جمع البيانات

تعتمد دراسات الجمهور في بحوث الإعلام والاتصال على مجموعة من الأدوات المنهجية التي تساعد الباحث على جمع البيانات المتعلقة باتجاهات المتلقين وسلوكهم الإعلامي، وتتمثل هذه الأدوات البحثية في:

1.2.10. الاستبيان:

يتمثل في القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها عن الموضوع المبحوث في إطار الخطة الموضوعة، لتقدم إلى المبحوث من أجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة لتوضيح الظاهرة المدروسة وتعريفها من جوانبها المختلفة. ويعرف الاستبيان في الأوساط البحثية العلمية تحت أسماء عديدة مثل: الاستقصاء والاستفتاء ويعرف كذلك بأنه مجموعة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين، يتم وضعها في استمارة ترسل للأشخاص المعنيين بالبريد، أو يجري تسليمها باليد تمهيدا للحصول على أجوبة الأسئلة الواردة فيها[1]

وقد تضمن الاستبيان مجموعة من المحاور الأساسية التي رأينا أنها كفيلة بجمع البيانات من المفردات البحثية، راعينا في أسئلتها مبدأ الكيف دون الكم وهذه المحاور على النحو الآتي:

المحور الأول: البيانات الشخصية تضمن سؤالين حول متغير السن والمستوى التعليمي

المحور الثاني: طبيعة التعرض لمضامين الحرب على غزة عبر منصات التواصل الاجتماعي من قبل المرأة الجلفاوية تضمن أربع أسئلة

المحور الثالث: تفسير المرأة الجلفاوية مضامين الحرب على غزة عبر منصات التواصل الاجتماعي تضمن ثلاث أسئلة

المحور الرابع: التأثيرات العاطفية والسلوكية الناتجة عن تلقي المرأة الجلفاوية لمضامين الحرب على غزة عبر منصات التواصل الاجتماعي تضمن أربع تساؤلات

1 أحمد بن مرسلي، **منهجية البحث في علوم الإعلام والاتصال**، ديوان المطبوعات الجامعية، ط4، الجزائر، 2010، ص 212

2.2.10. إجراءات الصدق والثبات

- **إجراءات الصدق:**

تم التأكد من صدق أداة الدراسة (الاستبيان) من خلال عرضها على أستاذتين* في مجال علوم الإعلام والاتصال، وذلك بهدف التحقق من مدى وضوح العبارات، وملاءمتها لأهداف الدراسة وتساؤلاتها، وكذا مدى قدرتها على قياس الأبعاد المراد دراستها، وبناءً على ملاحظات المحكمين، تم إجراء بعض التعديلات بما يعزز من دقة الأداة ووضوحها.

- **إجراءات الثبات**

للتأكد من مدى ثبات أداة الدراسة ودرجة اتساقها الداخلي، تم إخضاع الاستبيان لاختبار الثبات باستخدام معامل ألفا كرونباخ، والذي يعد من أكثر الأساليب الإحصائية شيوعًا في البحوث الاجتماعية والإعلامية لقياس مدى تجانس فقرات الاستبيان واتساقها في قياس الظاهرة محل الدراسة. ويهدف هذا الإجراء إلى التحقق من مدى استقرار الأداة وقدرتها على إعطاء نتائج متقاربة في حال إعادة تطبيقها في ظروف مماثلة، حيث تشير القيم المرتفعة لمعامل ألفا كرونباخ إلى ارتفاع مستوى الثبات والموثوقية في الأداة المستخدمة، وعليه كان درجة الثبات كماهي موضح أدناه:

جدول رقم (01) يوضح معامل الفاكرونباخ بالنسبة لمحاور الاستبيان

المحور	عدد الفقرات	الفا كرونباخ
علاقة المرأة الجلفاوية بطبيعة التعرض لمضامين الحرب على غزة	**4**	**0.90**
تفسير المرأة الجلفاوية لمضامين الحرب على غزة	**3**	**0.89**
التأثيرات العاطفية والسلوكية للمرأة الجلفاوية الناتجة عن تلقي مضامين الحرب على غزة	**6**	**0.93**
المحاور ككل	**13**	**0.90**

وعليه، تشير نتائج الجدول الى أن جميع معاملات الفا كرونباخ للمحاور الثلاث كانت أعلى من **(0.60)** وبالنسبة لمعامل المقياس ككل بلغ **(0.90)**، وتعبر هذه النتيجة عن أن المقياس يتمتع بدرجة ثبات عالية جداً.

* الدكتورة نورة خيري، جامعة الجلفة

الدكتورة هالة دغمان/ جامعة عنابة

3.2.10. المقابلة

هي تقنية من التقنيات التي تستهدف البحث عن المعلومة والتحري عن الحقيقة تقوده الباحث من أجل فهم أوضح للظاهرة المبحوثة من جهة وتمثل بذلك وسيلة مباشرة غرضها الحصول على حقائق ومواقف أو سلوك أو معتقدات من جهة اخرى ويحتاج الباحث إلى تجميعها في ضوء أهداف بحثه في جميع أبعادها ومؤشراتها[1]

وتم الاستعانة بأداة المقابلة في بعض الحالات، خاصة مع البحوثات اللواتي لا يُحسنّ ملأ الاستبيان، حيث تم طرح أسئلة الاستبيان عليهن شفهياً وشرحها عند الحاجة، مع تسجيل إجاباتهن بدقة، بما يضمن شمول مختلف فئات العينة وتحقيق قدر من الدقة والموضوعية في جمع المعطيات.

11. مجتمع البحث والعينة

1.11. مجتمع البحث:

يُعرف مجتمع البحث على أنه المجتمع الأكبر أو المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة، ويمثل هذا المجتمع الكل أو المجموع الأكبر للمجتمع المستهدف الذي يهدف الباحث دراسته، ويتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته، إلا أنه يصعب الوصول إلى هذا المجتمع المستهدف بضخامته، فيتم التركيز على المجتمع المتاح أو الممكن الوصول إليه والاقتراب منه لجمع البيانات، والذي يعتبر عادة جزءاً ممثلاً للمجتمع المستهدف ويلبي حاجات الدراسة وأهدافها، وتختار منه عينة البحث"[2]، "إن مجتمع البحث يعني جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث، فهو جميع الأفراد أو الأشخاص الذين يكونون موضوع مشكلة البحث... كما أن المقصود بمجتمع الدراسة كل العناصر المراد دراستها".[3]

وعليه، يتمثل **مجتمع البحث المستهدف** في هذه الدراسة في المرأة الجزائرية التي تستخدم منصات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وإنستغرام ويوتيوب وغيرها من المنصات الرقمية، والتي تتابع من خلالها المضامين الإعلامية المتعلقة بالأحداث الجارية، خاصة ما يتعلق بأحداث الحرب على غزة، فيما يتمثل **المجتمع المُتاح** في المرأة الجلفاوية.

---

1 أحمد نقي، **المقابلة: الماهية، الأهمية، الأهداف، الأنواع**، كلية الآداب واللغات جامعة جيلالي بونعامة، مجلة أفانين الخطاب، المجلد 1، العدد 2، بخميس مليانة، الجزائر، 2021، ص86

2 أحمد بن مرسلي، مرجع سابق، ص 110

3 عبدة الحميد **محمد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**، ط1، عالم الكتب، القاهرة _مصر ،2000، ص130

2.11. العينة

اعتمدت الدراسة على عينة غير احتمالية متاحة، تمثلت في 160 مفردة من النساء الجلفاويات المتواجدات عبر منصات التواصل الاجتماعي، حيث تم توزيع الاستبيان إلكترونياً عبر مجموعات نسائية على موقع الفايسبوك، وكذا مجموعة الدردشة على الماسنجر، وتُعرف العينة المتاحة على أنها: طريقة من طرق المعاينة غير الاحتمالية، يتم فيها اختيار الأفراد لأنهم الأسهل وصولًا للباحث[1] ، ونشير إلى أننا اعتمدنا على العينة غير الاحتمالية باعتبار أنه من الصعب جداً ان تتوفر لدينا إحصائيات بالنسبة لجميع أفراد مجتمع الدراسة.

إضافةً إلى مشاركته من طرف بعض المبحوثات والمعارف، وهو ما أضفى على العينة جانباً قريباً من أسلوب كرة الثلج من خلال تداول رابط الاستبيان بين البحوثات، وقد تم اختيار هذا النوع من العينات نظراً لسهولة الوصول إلى البحوثات وتوافقه مع طبيعة الدراسة المرتبطة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

كما نُشير أيضاً إلى أننا لم نعتمد على العينة القصدية في اختيار مُفردات العينة، لأن موضوع الحرب على غزة منذ أكتوبر 2023 كان من القضايا واسعة التداول عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ولم يقتصر التعرض لمضامينه على فئة محددة من النساء، بل شمل مختلف الفئات النسوية النشطة رقمياً، مما جعل معيار الاختيار قائماً على التوفر والاستجابة أكثر من كونه انتقاءً مقصوداً لفئة بعينها.

1 Kassiani Nikolopoulou,What is Convenience Sampling? Definition & Examples, Revised on June 22, 2023., https://2u.pw/j7Bsl3 , 22-03-2026, 10:33

12. حدود الدراسة

تتحدد هذه الدراسة من حيث:

✓ **المجال البشري:** في المرأة الجلفاوية، باعتبارها الفئة المستهدفة في تحليل تلقي مضامين الحرب على غزة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

✓ **أما من حيث المجال الزمني،** فقد تم تحديد الفترة الزمنية للموضوع ابتداءً من أكتوبر 2023، وهي الفترة التي شهدت تصاعد أحداث الحرب على غزة وتكثف تداول مضامينها عبر الفضاء الرقمي، بينما المجال الزمني لإنجاز الدراسة فقد انطلقت بوتيرة جيدة منذ فيفري 2026

✓ **في حين يتمثل المجال المكاني (الفضاء الرقمي):** تمثل المجال المكاني للدراسة في الفضاء الرقمي، حيث تم جمع البيانات عبر استبيان إلكتروني نُشر داخل مجموعات نسائية على موقع الفايسبوك، وخاصة المجموعات النسوية المحلية الخاصة بولاية الجلفة، والتي تضم نساء من مختلف الفئات العمرية والاهتمامات، مما أتاح الوصول إلى البحوثات المستهدفات في بيئة رقمية تفاعلية.

✓ **كما يقتصر المجال الموضوعي** للدراسة على تحليل طبيعة التلقي وأنماط تفسير المضامين المتعلقة بالحرب على غزة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، دون التطرق إلى قضايا إعلامية أخرى.

خلاصة :

وفي ختام هذا الفصل إلى وضع الإطار المنهجي الذي تستند إليه الدراسة، من خلال تحديد مختلف العناصر المنهجية الضرورية لإنجاز البحث العلمي بصورة دقيقة ومنظمة. فقد تم توضيح الإشكالية وتساؤلات الدراسة وفرضياتها، وتحديد أهدافها وأهميتها، إلى جانب عرض الأسباب التي دفعت إلى اختيار الموضوع. كما تم ضبط المفاهيم الأساسية للدراسة واستعراض أهم الدراسات السابقة ذات الصلة، مع تقديم المقاربة النظرية المعتمدة. إضافة إلى ذلك، تم توضيح المنهج المستخدم وأدواته وإجراءات التحقق من صدقها وثباتها، وتحديد مجتمع الدراسة وعينتها وحدودها. ويشكل هذا الإطار المنهجي قاعدة علمية ضرورية للانتقال إلى الجانب النظري الذي يتناول الخلفية المعرفية لموضوع الدراسة.

الجانب النظري

تمهيد:

يمثل الجانب النظري الركيزة المعرفية التي تقوم عليها الدراسة، إذ يتيح فهمًا أعمق لمختلف المفاهيم والنظريات المرتبطة بموضوع البحث. وانطلاقًا من طبيعة الدراسة التي تتناول الحرب على غزة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، تم الاعتماد على نظرية التلقي باعتبارها من أبرز المقاربات المفسرة لكيفية استقبال الأفراد للمضامين الإعلامية وتأويلها. كما يتناول هذا الفصل ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وخصائصها وأدوارها في نقل الأحداث والقضايا المعاصرة، قبل التطرق إلى تلقي أحداث الحرب على غزة منذ أكتوبر 2023 عبر هذه المنصات، مع التركيز على خصوصية التلقي لدى المستخدم الجزائري والمرأة الجزائرية. ويهدف هذا الفصل إلى بناء إطار نظري متكامل يساعد على تفسير النتائج الميدانية التي سيتم التوصل إليها في الجانب التطبيقي.

1. نظرية التلقي في الدراسات الإعلامية

شهدت الدراسات الإعلامية تحولاً من التركيز على تأثير الرسالة إلى الاهتمام بدور المتلقي في إنتاج المعنى، فقد أكدت نظرية التلقي أن الجمهور ليس عنصرا سلبيا، بل فاعلًا يفسر المضامين وتأويلية وفق سياقه الثقافي والاجتماعي، وتكتسب هذه النظرية أهمية خاصة في البيئة الرقمية التي عززت من حضور المتلقي كمنتج ومشارك في صناعة المضامين الإعلامية، وتكتسب هذه النظرية أهمية خاصة في البيئة الإعلامية المعاصرة، حيث أصبح المتلقي شريكا أساسيا في العملية الاتصالية، يشارك في تفسير الرسائل الإعلامية والتفاعل معها.

1.1 التلقي بوصفه عملية إدراكية:

يُقصد بالتلقي في الدراسات الإعلامية عملية استقبال الرسالة الإعلامية وفهمها وتأويلها من قبل الجمهور. ولا تقتصر هذه العملية على الاستقبال البسيط للمضمون، بل تتضمن مجموعة من العمليات الذهنية والإدراكية التي يقوم بها المتلقي من أجل تفسير الرسالة وفهم دلالاتها، وتتضمن عملية التلقي استخدام الحواس المختلفة، خاصة حاستي السمع والبصر، حيث يستقبل المتلقي الرسالة الإعلامية ثم يقوم بتحليلها وربطها بخبراته السابقة ومعارفه الشخصية، كما يسهم السياق الاجتماعي والثقافي في توجيه عملية الفهم والتأويل، إذ إن الأفراد قد يفسرون الرسالة نفسها بطرق مختلفة تبعا لاختلاف خلفياتهم وتجاربهم.

ويُعد التلقي الإعلامي عملية نشطة يقوم فيها المتلقي بدور فعّال، حيث لا يكتفي باستقبال الرسالة، بل يعمل على تفسيرها وإضفاء معانٍ خاصة عليها. ومن هنا أصبح الجمهور عنصرًا مهمًا في العملية الاتصالية، خاصة مع تطور وسائل الإعلام الحديثة التي أتاحت إمكانات أكبر للتفاعل بين المرسل والمتلقي، كما أن التطور التكنولوجي الذي شهدته وسائل الإعلام ساهم في تعزيز هذا الدور، حيث أصبح الجمهور قادرًا على التفاعل مع المحتوى الإعلامي والتعبير عن آرائه ومواقفه، الأمر الذي أدى إلى انتقال العملية الاتصالية من نمط الاتصال أحادي الاتجاه إلى نمط أكثر تفاعلية يعتمد على المشاركة والتفاعل بين مختلف أطراف العملية الاتصالية.[1]

2.1 نشأة نظرية التلقي ونموذجها التفسيري:

ترجع جذور نظرية التلقي إلى الدراسات التي اهتمت بدور القارئ أو المتلقي في فهم النصوص وتفسيرها. وقد انطلقت هذه النظرية من فكرة مفادها أن معنى النص لا يتحدد بشكل كامل من قبل المرسل، بل يتشكل

1 نجيب بخوش، **آليات التلقي الإعلامي لدى جمهور وسائل الإعلام**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه تخصص في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03، 2015، ص 36

أيضًا من خلال عملية التفاعل بين النص والمتلقي. وقد ساهم عدد من الباحثين في تطوير هذه النظرية، حيث ركزوا على دراسة العلاقة بين النص والمتلقي، وعلى الكيفية التي يتم من خلالها إنتاج المعنى أثناء عملية القراءة أو المشاهدة. ووفقًا لهذا التصور، فإن النص لا يحمل معنى واحدًا ثابتًا، بل يمكن أن تتعدد دلالاته تبعًا لاختلاف القراء وخلفياتهم الثقافية والاجتماعية.

كما اعتمدت هذه النظرية على منهج تفسيري يهدف إلى فهم كيفية تلقي الجمهور للمضامين الإعلامية وتفسيرها، حيث يتم التركيز على دور المتلقي في عملية إنتاج المعنى، وعلى العوامل التي تؤثر في عملية الفهم والتأويل.

وبذلك تؤكد نظرية التلقي أن عملية الاتصال ليست مجرد انتقال للرسائل من المرسل إلى المتلقي، بل هي عملية تفاعلية معقدة يشارك فيها المتلقي بدور أساسي من خلال تفسير الرسائل الإعلامية وإعادة إنتاج معانيها وفقًا لخبراته ومعارفه [1]

3.1 مفاهيم نظرية التلقي عند ستيورت هال وأنماط التلقي:

اسهامات (ياوس وايزر) في نظرية التلقي اسهامات هانز روبرت ياوس : صاغ باوس نظريته جمالية التلقي أو نظرية الاستقبال) انطلاقا من النظريات التي تتعلق بالمعنى والعمل الأدبي ووظيفته، وموقف المتلقي من العمل، وصلته به والمبادئ التي تنظم هذه الصلة وقد خصص اهتمامه للتلقي المنبثق من العلاقة بين الأدب والتاريخ ويتم بناء المعنى حسب ياوس من خلال تأويل العمل الأدبي، مستندا في ذلك إلى افتراضات (غادامير) في العملية التأويلية، حيث تخضع إلى ثلاث وحدات متلازمة هي : الفهم والتفسير والتطبيق وقد وجد (باوس) – وفق نظرة (غادامير) أن جمالية التلقي نجحت في معرفة فكرة أن الفهم يتضمن دائما بداية التفسير، وإن عملية التفسير أي صياغة المعنى تدمج الإدراك أيضا، وهذا يعني أن النص أي نص فني) ليس له معنى خالص يكونه لوحده إنما المعنى يتشكل بصورة حتمية مع الإدراك باسهامات (فولفغانغ أبزر: تتمثل نقطة البدء في نظرية (أيزر) الجمالية في تلك العلاقة الجدلية التي تربط بين النص والقارئ وتقوم على جدلية التفاعل بينهما في ضوء استراتيجيات عدة وانطلق من البداية نفسها التي ينطلق منها (باوس)، وهي الاعتراض على مبادئ المقاربة البنيوية والاهتمام بدور المتلقي في قضيتين أساسيتين هما: تطور النوع الأدبي، وبناء المعنى.[2]

---

1 سعيدة غراب، **تلقي المحتوى الإعلامي عبر الشبكات الاجتماعية الرقمية وانعكاساته على سلوك المراهق**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال تخصص علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2021، ص5

2 عائشة لصلج، نور الدين مبني، **مفهوم التلقي في سياق الدراسات الثقافية – مقاربة ستيوارت هال لفهم الخطاب التلفزيوني**، جامعة محمد الأمين سطيف2، الجزائر، مجلة آفاق سينمائية، المجلد 7، العدد1، 2020، ص 478

وفقًا لـ Stuart Hall في نموذج الترميز وفك الترميز (Encoding/Decoding)، فإن الجمهور لا يستقبل الرسائل الإعلامية بصورة موحدة، بل يفككها وفق ثلاثة أنماط أساسية من التلقي[1]:

1. التلقي المهيمن أو المفضل (Dominant / Preferred Reading)

يقبل المتلقي الرسالة كما أرادها منتجها، ويتبنى المعنى المفضل الذي يتضمنه الخطاب الإعلامي دون معارضة تُذكر.

2. التلقي التفاوضي (Negotiated Reading)

يفهم المتلقي المعنى المقصود ويقبل جزءا منه، لكنه يعدله أو يفسره وفق ظروفه وخبراته ومصالحه الشخصية؛ أي يجمع بين القبول الجزئي والتحفظ الجزئي.

3. التلقي المعارض (Oppositional Reading)

يدرك المتلقي المعنى الذي قصده منتج الرسالة، لكنه يرفضه ويعيد تفسير الرسالة انطلاقا من إطار فكري أو أيديولوجي مختلف

2. ماهية منصات التواصل الاجتماعي:

تمهيد: أفرزت الثورة الرقمية نمطا إعلاميا جديدا قائما على التفاعلية والآنية، تمثل في منصات التواصل الاجتماعي التي تحولت إلى فضاء رئيسي لتداول الأخبار وتشكيل الرأي العام. وتُعد خصائصها التشاركية عاملاً حاسماً في فهم طبيعة التلقي والتفاعل مع القضايا السياسية والإنسانية.

1.2 تعريف منصات التواصل الاجتماعي:

تُعرف مواقع التواصل الاجتماعي بعدة تسميات في الأدبيات العلمية، مثل الشبكات الاجتماعية، وشبكات التواصل الاجتماعي، ووسائل الإعلام الاجتماعي وتندرج هذه المواقع ضمن تطبيقات الجيل الثاني للويب المعروف بـ**(Web 2.0)**، الذي يقوم على مبدأ التفاعل والمشاركة بين المستخدمين. وقد وُصفت بالاجتماعية لأنها تقوم أساسا على فكرة بناء المجتمعات الافتراضية التي تجمع الأفراد وتتيح لهم التواصل وتبادل المعلومات فيما بينهم، ومن أكثر التعريفات شيوعا في الدراسات الإعلامية تعريف الباحثين داناه بويد ونيكول إيلسون، حيث يشيران إلى أن مواقع الشبكات الاجتماعية هي خدمات قائمة على تكنولوجيا الويب تسمح للأفراد بإنشاء ملفات شخصية عامة أو شبه عامة ضمن نظام محدد، كما تتيح لهم بناء شبكة من العلاقات مع

[1] **stuart-halls-encoding-decoding**,15/09/2025, https://2u.pw/PTeEfp,2026/05/19

مستخدمين آخرين، إضافة إلى إمكانية الاطلاع على شبكات العلاقات الخاصة بالآخرين، كقوائم الأصدقاء، كما تُعرَّف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تمكن المستخدم من إنشاء حساب شخصي وربطه بنظام اجتماعي رقمي يتيح له التواصل مع أفراد آخرين يشتركون معه في الاهتمامات، أو الهوايات، أو تجمعهم علاقات دراسية، أو مهنية. وتوفر هذه المنصات كذلك إمكانات متعددة للتفاعل، مثل مشاركة الصور والملفات ومقاطع الفيديو، وإنشاء المدونات، وتبادل الرسائل وإجراء المحادثات الفورية.

وفي سياق آخر، ينظر إلى الشبكات الاجتماعية بوصفها مواقع أو تطبيقات رقمية تتيح للمستخدمين التواصل فيما بينهم من خلال نشر المعلومات والتعليقات والصور والرسائل، بما يسهم في تعزيز التفاعل الاجتماعي عبر الفضاء الرقمي. كما تُعد هذه الشبكات أحد أهم وسائل الإعلام والاتصال الحديثة التي تعمل داخل بيئة افتراضية تعتمد على تقنيات الاتصال الرقمية وبروتوكولات نقل المعلومات عبر شبكة الإنترنت، وتتميز مواقع التواصل الاجتماعي بكونها شبكات عالمية تتجاوز الحدود الجغرافية والزمنية، حيث تتيح الاتصال بين عدد كبير من المستخدمين في مختلف أنحاء العالم.

2.2. موجز لنشأة منصات التواصل الاجتماعي

ترجع بدايات مواقع التواصل الاجتماعي إلى أواخر القرن العشرين، حيث ظهرت بعض المواقع التي أتاحت للمستخدمين إمكانية إنشاء ملفات شخصية والتواصل مع الآخرين عبر الإنترنت. وقد ساهم التطور التكنولوجي وانتشار شبكة الإنترنت في ظهور العديد من الشبكات الاجتماعية التي توسعت تدريجيا لتشمل ملايين المستخدمين حول العالم، وفي سنة **1997** ظهر موقع **Six Degrees** الذي يُعد من أوائل مواقع الشبكات الاجتماعية، حيث أتاح للمستخدمين إنشاء ملفات شخصية وربطها بقوائم الأصدقاء. وبعد ذلك ظهرت عدة مواقع أخرى مثل **Friendster** سنة **2002**، و**Myspace** سنة **2003**، ثم موقع **Facebook** الذي ظهر سنة **2004**، وحقق انتشار واسع بين المستخدمين في مختلف أنحاء العالم.

كما ظهرت منصات أخرى مثل **Bebo** سنة **2005** وغيرها من الشبكات الاجتماعية التي ساهمت في توسيع نطاق التواصل عبر الإنترنت، الأمر الذي جعل هذه المواقع تشكل جزءا مهما من حياة الأفراد ووسيلة أساسية للتفاعل الاجتماعي وتبادل المعلومات.[1]

1 عبد الكريم تفرقنيت، **مواقع التواصل الاجتماعي الايجابيات والسلبيات**، دراسة وصفية ترصد أهم الملامح في الدول العربية، تخصص إعلام واتصال، جامعة البليدة 2 ، 2015

3.2 أنواع منصات التواصل الاجتماعي وخصائصها

بعض منصات التواصل الاجتماعي:

- ✓ **موقع فيس بوك:** يُعد فيسبوك من أبرز شبكات التواصل الاجتماعي في العالم، حيث يتيح للمستخدمين إنشاء حسابات شخصية والتواصل مع الآخرين عبر الإنترنت، وقد ظهر هذا الموقع سنة 2004 بجامعة هارفارد في الولايات المتحدة الأمريكية، عندما قام الطالب مارك زوكربيرغ بتطويره في البداية ليكون منصة تواصل بين طلبة الجامعة، ومع مرور الوقت توسع استخدامه تدريجيا ليتجاوز حدود الجامعة، ثم انتشر على نطاق عالمي ليصبح من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخدامًا، خاصة بين فئة الشباب.

ويتميز فيسبوك بمجموعة من الخصائص التي تسهّل عملية التواصل والتفاعل بين المستخدمين، إذ يتيح إنشاء ملف شخصي يتضمن معلومات وصورا خاصة بالمستخدم، إضافة إلى إمكانية إضافة الأصدقاء والتواصل معهم من خلال الرسائل أو المنشورات، كما يسمح الموقع بإنشاء المجموعات التي تجمع أفرادا يشتركون في اهتمامات أو قضايا معينة، سواء كانت اجتماعية أو ثقافية أو سياسية، مع إمكانية تحديد خصوصية هذه المجموعات لتكون مفتوحة للجميع أو مقتصرة على مجموعة محددة من الأعضاء، ومن بين المزايا الأخرى التي يوفرها الموقع إمكانية مشاركة الصور ومقاطع الفيديو والروابط المختلفة، إضافة إلى التفاعل مع منشورات الآخرين عبر الإعجاب أو التعليق أو المشاركة، كما يقدم خدمة الإشعارات التي تنبه المستخدم إلى مختلف الأنشطة المرتبطة بحسابه، مثل طلبات الصداقة أو التعليقات الجديدة أو التحديثات التي تطرأ على ملفه الشخصي.[1]

- ✓ **موقع اليوتيوب:** يُعد موقع يوتيوب من أبرز المواقع الإلكترونية المتخصصة في نشر ومشاركة مقاطع الفيديو عبر شبكة الإنترنت، حيث يتيح للمستخدمين إمكانية مشاهدة المقاطع وتحميلها ومشاركتها مع الآخرين بسهولة. ومع التطور الذي عرفته وسائل الاتصال والإنترنت، أصبح هذا الموقع منصة مهمة لتبادل المحتوى المرئي بين مختلف المستخدمين في أنحاء العالم.

ويُعرف يوتيوب بأنه موقع إلكتروني يسمح بنشر مقاطع الفيديو ومشاركتها، كما يتيح للمستخدمين التعليق عليها والتفاعل معها. وقد تم إنشاء هذا الموقع سنة **2005** من طرف مجموعة من الموظفين الذين كانوا يعملون

---

1 روابحية أمينة، بوكاف روفيدة، غواوة روميساء، **دوافع استخدام مواقع التواصل الإجتماعي والإشباعات المحققة لدى الطلبة**، مذكرة تخرج لنيل شهادة نيل شهادة الماستر، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة 08 ماي 1945 قالمة، 2023، ص 26

في شركة باي بال، وهم تشاد هيرلي وستيف تشين وجاويد كريم. وجاءت فكرة إنشائه نتيجة الصعوبات التي كان يواجهها المستخدمون في مشاركة مقاطع الفيديو عبر الإنترنت آنذاك.

وقد عرف الموقع انتشارا واسعا بعد إطلاقه، حيث أصبح من أكثر المواقع استخداما في العالم، كما قامت شركة غوغل بالاستحواذ عليه في سنة **2006**، وهو ما ساهم في تطويره وزيادة انتشار خدماته. ويتيح الموقع لمستخدميه رفع مقاطع الفيديو ومشاهدتها، إضافة إلى إمكانية التعليق عليها ومشاركتها مع الآخرين، الأمر الذي جعله وسيلة مهمة في نشر المعلومات والمضامين المختلفة بسبب مزاياه المتعددة و أهمها: عام و مجاني تستطيع من خلال هذا الموقع تحميل وتنزيل ما نشاء و تحتاج من الأفلام سواء كانت تعليمية أم ترويجية، وكل ذلك مجانا مقابل التسجيل في الموقع فقط مع الالتزام بشروط التحميل داعم لتحميل الأفلام: يوفر الموقع خادما ذا مساحة غير محدودة تستطيع من خلاله تحميل الأفلام من جميع الأنواع أو الأغاني وتحويلها إلى أفلام من نوع فلاش صغير الحجم، مما يترك درجة حرية كبيرة لتحميل العديد من الأحداث المباشرة و المسجلة سواء عبر الكاميرا الرقمية أو كاميرا الهاتف المحمول. سهل الاستعمال من قبل العامة: فالموقع سهل الاستعمال بالنسبة لتحميل وتنزيل الأفلام مقارنة بغيره من المواقع ويوفر أدوات داعمة لذلك. سهل المشاهدة بمجرد الضغط على وصلة العلم، فإنك تستطيع أن تحتفظ به. سهل البحث فالموقع يوفر محرك بحث خاص به، يمكنك أن تبحث عن عنوان القلم أو الحدث ومن ثم مشاهدتها

- ✓ **موقع إنستغرام:**

عبارة عن خدمة تواصل اجتماعي ومشاركة صور ومقاطع فيديو، وهي شركة أمريكية مملوكة لشركة **Facebook** تم إنشاؤها من طرف "كيفن سيستروم" و "مايك كرايغر" وتم إطلاق هذا التطبيق عام **2010** حصريا على **IOS** أي على أجهزة أبل ومن ثم تم إصداره لأجهزة **Android** وذلك بعد عام ونصف. ويتيح هذا التطبيق للمستخدمين بتحميل الصور ومقاطع الفيديو، التي من الممكن تعديلها باستخدام عوامل التصفح والترشيح المختلفة الموجودة في التطبيق.

ومن ميزاته أنه يوفر موقع الانستغرام العديد من المميزات والإيجابيات المختلفة والمتمثلة في التالي: تطبيق الانستغرام يسمح لأي شخص بالتقاط أي كمية من الصور على حسب الرغبة والقيام بتحميل هذه الصورة في لحظات عبر هذا الموقع. في عام 2013م أضاف موقع الانستغرام ميزة أخرى وهي تحميل الفيديوهات، حيث أصبح في إمكانية أي شخص أن يقوم بتحميل أي فيديو والقيام بإرساله على الفور. تطبيق الانستغرام

كما يمكن لأي شخص القيام بنشر التعليقات على الصور أو مقاطع الفيديو أو تسجيل الإعجاب بها. يسمح التطبيق للشخص برفع أي كمية من الصور مهما كان حجمها أو مساحته. هناك ترابط ما بين تطبيق الانستغرام وبين الفيسبوك، بحيث يمكن لأي شخص أن يقوم بتحميل أي صور من خلال تطبيق انستغرام على صفحات الفيسبوك الخاصة به بكل سهولة. يحتوي تطبيق الانستغرام على عدة خيارات منها حجب ألبومات معينة وإظهار المعلومات الخاصة بصاحب الحساب لبعض الأشخاص فقط. يتميز تطبيق الانستغرام أن له تصميم فريد ومميز عن غيره من التطبيقات كما أنه يضمن سهولة الاستخدام. حصل هذا التطبيق على جائزة أفضل تطبيق في عام 2011م[1].

✓ **موقع تويترTwitter :**

تعتبر منصة تويتر واحدة من أبرز منصات التواصل الاجتماعي وأكثرها شهرة وخصوصا أن الكثير من المشاهير يستخدمونها للتواصل مع جمهورهم من خلال التغريدات القصيرة التي لا تتجاوز **280** حرفا. ومن أبرز إيجابيات تويتر:

- سرعة وسهولة الاستخدام.
- يمكن استخدام تويتر للتسويق والترويج الشخصي أو العلامة التجارية.
- يعد بناء شبكات التواصل في مجال الأعمال واحدة من أبرز ميزات تويتر إذ يمكن التواصل عبرها مع العملاء أو المنافسين.
- يمكن استخدام تويتر للحصول على معلومات حصرية بخصوص أي نشاط مفضل لديك.

أما عن سلبيات تويتر فهي كالتالي:

- وجود الكثير من المحتوى السلبي كالتعليقات المسيئة أو متصيدو الإنترنت.
- تعد القرصنة واحدة من أخطر سلبيات تويتر.
- تفرض بعض الحكومات رقابة صارمة على النشر عبر المنصة، مما يجعل للتغريد دون تفكير عواقب وخيمة.

1 روابحية أمينة، بوكاف روفيدة، غواوة رميساء مرجع سابق، ص29

✓ **تيك توكTikTok :**

تيك توك من أكثر المنصات التي نالت شهرة واسعة في الآونة الأخيرة، إذ تتيح للجميع صناعة المحتوى وتكوين جمهور والتواصل معه.

ومن ميزاته أنه يعتبر من أكثر المنصات المسلية في الوقت الحالي، ويمكن تكوين الكثير من الصداقات فيها وتفتح المجال لكل من لديه أفكار إبداعية، كما أنها طريقة جيدة لكسب المال.

ومن سلبياته

- تيك توك لا تحترم الخصوصية ولا توجد رقابة بهذا الشأن.
- احتمالية التعرض للمتحرشين الجنسيين كبيرة، وتكثر في المنصة التعليقات السلبية.
- لا يخضع للرقابة مما يؤدي إلى نشر الكثير من المحتويات التي لا تناسب الآداب العامة.

✓ **تلغرام: Telegram**

من أبرز وسائل التواصل الاجتماعي والرسائل القصيرة التي يمكن من خلالها تكوين مجموعات والتواصل مع الأصدقاء والتعرف على أناس جدد، وأهم ما يميز التليغرام هو التخزين السحابي والذي يسمح بحفظ جميع الملفات في حسابك.

ومن ميزاته:

- الاتصال فيه آمن ويحتوي على خوارزميات تشفير ممتازة.
- يعتمد تطبيقات مفتوحة المصدر ويمكن لأيٍّ كان استخدامها.
- رسائل التدمير الذاتي التي لا يمكن حفظها بأي شكل من الأشكال.
- يمكن للمستخدمين تسجيل الدخول على عدة أجهزة في وقت واحد.

ومن سلبياته يتطلب التسجيل برقم هاتف، فإذا أضعت رقم هاتفك ستخسر حسابك وجميع البيانات، كما أن الخوادم ليست مفتوحة المصدر، ومن الممكن مشاركة البيانات فيه مع جهات حكومي[1]

1 https://www.aljazeera.net 01/03/2026 (12 :45)

4.2 خصائص منصات لتواصل الاجتماعي:

تشترك المواقع الاجتماعية في خصائص أساسية أبرزها: [1]

- **الملفات الشخصية أو الصفحات الشخصية:** يمكن التعرف على اسم الشخص، ومعرفة المعلومات الأساسية عنه كالجنس، تاريخ الميلاد، الاهتمامات والصور الشخصية، بالإضافة إلى معلومات أخرى، ويعد الملف الشخصي بوابة الدخول لعالم المستخدم الافتراضي، فمن خلال الصفحة الرئيسية للملف الشخصي يمكن مشاهدة نشاط الشخص الافتراضي مؤخرا، ومعرفة من هم أصدقاءه وما هي الصور الجديدة التي وضعها إلى غير ذلك من النشاطات.
- **المشاركة:** وسائل المواقع الاجتماعية تشجع المساهمات وردود الفعل من الأشخاص المهتمين، حيث أنها تلغي الخط الفاصل بين وسائل الإعلام التقليدية والجمهور.
- **الانفتاح:** معظم وسائل الإعلام عبر مواقع التواصل الاجتماعي تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة، أو الإنشاء والتعديل على الصفحات؛ حيث إنها تشجع التصويت التعليقات وتبادل المعلومات، بل نادرا ما توجد أية حواجز أمام الوصول والاستفادة من المحتوى
- **المحادثة:** حيث تتميز مواقع التواصل الاجتماعي عن التقليدية من خلال إتاحتها للمحادثة في اتجاهين، أي المشاركة والتفاعل مع الحدث أو الخبر أو المعلومة المعروضة.
- **الأصدقاء:** العلاقات هم بمثابة الأشخاص الذين يتعرف عليهم الشخص لغرض معين، حيث تطلق المواقع الاجتماعية مسمى "صديق على الشخص المضاف لقائمة الأصدقاء بينما تطلق بعض المواقع الاجتماعية الخاصة بالمحترفين مسمى "اتصال" أو "علاقة على الشخص المضاف للقائمة.
- **إرسال الرسائل:** تتيح هذه الخاصية إمكانية إرسال رسائل مباشرة للشخص سواء كان في قائمة الأصدقاء أم لم يكن.
- **ألبومات الصور:** تتيح الشبكات الاجتماعية لمستخدميها إنشاء عدد لانهائي من الألبومات الصور عليها، وإتاحة مشاركة هذه الصور مع الأصدقاء للاطلا ع والتعليق عليها
- **المجتمع وسائل الإعلام الاجتماعية:** تسمح للمجتمعات المحلية لتشكيل مواقعها الخاصة بسرعة والتواصل بشكل فعال، ومن ثم ترتبط تلك المجتمعات في العالم أجمع حول مصالح أو اهتمامات مشتركة مثل حب

---

1 ربيعة بوزيدي، **الإعلام الإلكتروني والمواطنة البيئية**، رسالة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية الإعلام والاتصال، قسم علوم الاتصال، تخصص اتصال بيئي، جامعة الجزائر 3، 2016/2017، ص65

التصوير الفوتوغرافي، أو قضية سياسية أو برنامج تلفزيوني مفضل، ويصبح العالم بالفعل قرية صغيرة تحوي مجتمعا الكترونيا متقاربا

- **المجموعات**: تتيح الكثير من المواقع الاجتماعية خاصية إنشاء مجموعة اهتمام، حيث يمكن إنشاء مجموعة بمسمى معين وأهداف محددة، ويوفر الموقع الاجتماعي لمالك المجموعة والمنضمين إليها من ساحة أشبه ما تكون بمنتدى حوار مصغر والبوم صور مصغر، كما تتيح خاصية تنسيق الاجتماعات عن طريق ما يعرف الأحداث ودعوة أعضاء تلك المجموعة له وتحديد عدد الحاضرين والغائبين.
- **الترابط** تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة بعضها مع بعض وذلك عبر الوصلات والروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع والتي تربطك بمواقع أخرى للتواصل الاجتماعي أيضا مثل خبر ما على مدونة فيعجبك فترسلك إلى معارفك على فيسبوك.

3.1 وظائف منصات التواصل الاجتماعي في القضايا ولأحداث:

أصبحت منصات التواصل الاجتماعي في السنوات الأخيرة من أهم الوسائل التي تسهم في تشكيل الرأي العام وتداول المعلومات، خاصة خلال الأزمات السياسية والحروب، ومع الانتشار الواسع لهذه المنصات، تحولت إلى أداة مؤثرة في توجيه مواقف الأفراد والتأثير في اتجاهاتهم، إذ تتيح إمكانية تداول الأخبار والمعلومات بسرعة كبيرة، مما يعزز من حضورها في المجال العام ويجعلها فاعلا مهما في النقاشات المجتمعية، كما تشير العديد من الدراسات الحديثة في مجال العلاقات الدولية إلى تنامي دور وسائل التواصل الاجتماعي في التأثير على مسار التفاعلات الدولية، فلم تعد الدولة الفاعل الوحيد في هذا المجال، بل برزت جهات أخرى قادرة على التأثير في الأحداث الدولية، من بينها الفاعلون الذين يوظفون هذه المنصات لنشر المعلومات والتأثير في الرأي العام. وقد امتد هذا التأثير ليشمل قضايا سياسية وأمنية متعددة، حيث ظهرت مظاهر هذا الدور في عدد من الأزمات الدولية، مثل النزاعات بين الدول أو الهجمات الإلكترونية التي تستهدف البنى التحتية الرقمية.

وقد أدى هذا التطور إلى إحداث تحول ملحوظ في طبيعة الإعلام، إذ ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي في إحداث نقلة نوعية في منظومة الاتصال والإعلام المعاصر ولذلك يرى بعض الباحثين أنها تمثل أحد تجليات ما يعرف بـ ''إعلام العولمة"، الذي يتجاوز الحدود الجغرافية للدول ويعتمد على فضاء افتراضي مفتوح يربط بين الأفراد والمجتمعات، ويؤثر في القضايا السياسية والاقتصادية والثقافية على نطاق واسع.[1]

1- https://lcss.gov.ly/articles/blog/post نقلاً عن الموقع 2026/02/23

3. تلقي أحداث الحرب على غزة (من أكتوبر 2023) عبر مواقع التواصل الاجتماعي

أعادت الحرب على غزة تشكيل أنماط المتابعة الإعلامية، حيث أصبحت منصات التواصل الاجتماعي المصدر الأبرز للمعلومات والتفاعل. وفي هذا السياق، يبرز تحليل كيفية تلقي المرأة الجزائرية لهذه المضامين بوصفه مدخلًا لفهم أبعاد التفاعل الرقمي وتأويل الأحداث في سياق اجتماعي محدد

1.3 موجز لسياق أحداث الحرب على غزة أكتوبر 2023

شهد قطاع غزة في السابع من أكتوبر 2023 تطورا عسكريا بارزا تمثل في إطلاق فصائل المقاومة الفلسطينية، وعلى رأسها حركة حماس، عملية عسكرية مفاجئة عُرفت باسم "طوفان الأقصى". وجاءت هذه العملية في سياق الصراع الفلسطيني–الإسرائيلي الممتد منذ عقود، وفي ظل استمرار الحصار المفروض على قطاع غزة والتوترات المتصاعدة في الأراضي الفلسطينية.

وقد بدأت العملية باقتحام عناصر من المقاومة للسياج الأمني المحيط بقطاع غزة، وتنفيذ هجمات على عدد من المواقع العسكرية والمستوطنات الإسرائيلية المحيطة بالقطاع، إضافة إلى إطلاق رشقات صاروخية استهدفت عدة مدن إسرائيلية، وأسفرت هذه التطورات عن خسائر بشرية ومادية في الجانب الإسرائيلي، إضافة إلى وقوع عدد من الجنود والمستوطنين في الأسر.

وأدت هذه الأحداث إلى تصعيد عسكري واسع، حيث رد الجيش الإسرائيلي بعمليات عسكرية مكثفة استهدفت قطاع غزة، شملت قصفا جويا ومدفعيا طال مناطق سكنية وبنى تحتية مختلفة، وقد تسبب هذا التصعيد في سقوط أعداد كبيرة من الضحايا المدنيين ودمار واسع في القطاع، في ظل ظروف إنسانية صعبة يعاني منها السكان نتيجة الحصار المستمر.

وتُعد هذه المواجهة من أبرز محطات الصراع خلال السنوات الأخيرة، إذ جاءت بعد سلسلة من جولات التصعيد السابقة بين الجانبين في أعوام **2008** و**2009** و**2012** و**2014** و**2018** و**2021**. كما أعادت هذه الأحداث تسليط الضوء على تعقيدات القضية الفلسطينية واستمرار حالة التوتر وعدم الاستقرار في المنطقة، إلى جانب تأثيرها الواسع على الرأي العام الدولي [1]

1 محمد وسام عامر، **القضية الفلسطينية في الإعلام الجديد وبنية الخطاب الإعلامي**، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، الطبعة الأولى، برلين، ألمانيا، **2022** ، ص66

2.3 تلقي المستخدم الجزائري لأحداث غزة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

شهدت مواقع التواصل الاجتماعي تفاعلاً واسعا من قبل المستخدمين الجزائريين مع الأحداث التي شهدها قطاع غزة، حيث عبّر العديد منهم عن تضامنهم ومساندتهم للشعب الفلسطيني في ظل التصعيد العسكري الذي تعرض له القطاع، وقد تحولت هذه المنصات إلى فضاء رقمي للتعبير عن التعاطف والرفض لما يتعرض له المدنيون، من خلال نشر منشورات وتعليقات تدين الاعتداءات وتدعو إلى دعم القضية الفلسطينية، وفي هذا السياق، قام عدد كبير من المستخدمين بتغيير صور ملفاتهم الشخصية على منصات مثل فيسبوك وتوتير، واستبدالها بصور العلم الفلسطيني أو صور مدينة القدس، إضافة إلى صور رمزية مرتبطة بالمقاومة الفلسطينية. كما انتشرت العديد من الشعارات والوسوم الداعمة للقضية الفلسطينية، مثل ''فلسطين قضيتي'' و''غزة تحت القصف''، التي تحولت إلى وسوم متداولة بشكل واسع على منصات التواصل الاجتماعي.

كما اعتبر العديد من المستخدمين أن مشاركاتهم الرقمية تمثل شكلاً من أشكال التضامن الرمزي مع الشعب الفلسطيني، إذ تسهم هذه المنشورات في لفت الانتباه إلى ما يحدث في غزة والتأثير في الرأي العام، رغم إدراكهم أن هذا النوع من التفاعل قد لا يغير الواقع بشكل مباشرإلى جانب ذلك، حرص مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر على متابعة الأخبار المتعلقة بالأحداث بشكل مستمر، حيث قاموا بنشر الصور ومقاطع الفيديو المرتبطة بالقصف والضحايا، إضافة إلى تداول الأخبار والتعليقات التي تنتقد مواقف المجتمع الدولي تجاه ما يحدث في القطاع، كما أبدى العديد منهم رفضهم لسياسات التطبيع مع إسرائيل.[1]

3.3 البعد التاريخي في تلقي المرأة الجزائرية لقضية غزة:

يرتبط موقف المرأة الجزائرية من القضايا التحررية وعلى رأسها القضية الفلسطينية، بسياق تاريخي يمتد إلى تجربة الجزائر مع الاستعمار الفرنسي وما رافقها من نضال طويل من أجل الاستقلال، وقد لعبت المرأة الجزائرية خلال فترة الثورة التحريرية دورا بارزا إلى جانب الرجل في مختلف أشكال المقاومة، الأمر الذي جعل حضورها في الذاكرة الوطنية مرتبطًا بقيم التضحية والنضال من أجل الحرية.

وفي هذا الإطار أشار السفير الجزائري عمار بن جامع، خلال مشاركته في نقاش حول وضع المرأة تحت الاحتلال الأجنبي على هامش أعمال لجنة وضع المرأة بالأمم المتحدة، إلى أن فترة الاستعمار الفرنسي التي دامت 132 سنة شهدت بروز العديد من الشخصيات النسائية التي كان لها دور محوري في الكفاح من أجل

) https://www.echoroukonline.com 29/02/2026 (10:351

استقلال الجزائر، حيث شاركت النساء الجزائريات في النضال الوطني إلى جانب الرجال وأسهمن في مسار التحرر الوطني.

كما أكد أن تاريخ الجزائر يرتبط ارتباطا وثيقا بأسماء مناضلات وشهيدات جسدن معاني الشجاعة والتضحية، وأصبحن رموزا تلهم الأجيال اللاحقة. وقد امتد هذا الإرث النضالي إلى ما يتجاوز الحدود الوطنية ليشكل مصدر إلهام للعديد من النساء في العالمين العربي والإفريقي، خاصة النساء الفلسطينيات والصحراويات اللواتي يخضن بدورهن تجارب مقاومة ضد الاحتلال، وأشار أيضا إلى أن الدور الذي أدته المرأة الجزائرية خلال الثورة التحريرية لم يتوقف بعد الاستقلال، إذ لا تزال المرأة تشكل عنصرا فاعلا في المجتمع الجزائري من خلال مساهمتها في مختلف مجالات الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، وفي هذا السياق تم الربط بين تجربة النساء الجزائريات في مقاومة الاستعمار وبين صمود النساء الفلسطينيات في قطاع غزة، حيث تعيش النساء هناك ظروفا إنسانية صعبة نتيجة استمرار الصراع.

ويعكس هذا التشابه في التجارب التاريخية نوعا من التقارب الرمزي بين نضال المرأة الجزائرية ونضال المرأة الفلسطينية، الأمر الذي يسهم في تفسير مظاهر التضامن الواسع التي تبديها الجزائريات تجاه القضية الفلسطينية، خاصة في ظل ما تعانيه النساء في غزة من أوضاع إنسانية معقدة.[1]

خلاصة

من خلال ما تم عرضه في هذا الفصل، تم التوصل إلى مجموعة من المعارف النظرية التي تشكل أساسا لفهم موضوع الدراسة وتحليل أبعاده المختلفة. فقد تم التطرق إلى نظرية التلقي باعتبارها إطارا نظريا يفسر كيفية استقبال الجمهور للرسائل الإعلامية وتأويلها، كما تم استعراض مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي وخصائصها ووظائفها الاتصالية والإعلامية، إضافة إلى ذلك، تم تناول السياق العام للحرب على غزة منذ أكتوبر 2023 وأشكال تلقيها عبر المنصات الرقمية، مع إبراز خصوصية التفاعل الجزائري والنسوي مع هذه القضية، وتشكل هذه المعطيات النظرية خلفية علمية مهمة تساعد على تفسير النتائج الميدانية وربطها بالإطار المفاهيمي والنظري للدراسة.

) https://ultraalgeria.ultrasawt.com 01/03/2026 (03:451

الجانب التطبيقي

محتويات الجانب التطبيقي للدراسة

تمهيد

1. عرض نتائج المحور الأول ومناقشتها
2. عرض نتائج المحور الثاني ومناقشتها
3. عرض نتائج المحور الثالث ومناقشتها
4. عرض نتائج المحور الرابع ومناقشتها
5. إختبار الفرضيات
6. النتائج العامة للدراسة
7. التوصيات

خلاصة

تمهيد:

بعد التطرق في الجانب النظري إلى مختلف المفاهيم والدراسات المرتبطة بموضوع تلقي المرأة الجلفاوية لمضامين الحرب على غزة عبر منصات التواصل الاجتماعي، نحاول في هذا الجانب التطبيقي إسقاط ما تم تناوله نظريً على أرض الواقع من خلال دراسة ميدانية اعتمدت على الاستمارة كأداة أساسية لجمع البيانات من أفراد العينة.

ويهدف هذا الجانب إلى عرض وتحليل وتفسير النتائج المتوصل إليها بطريقة إحصائية ومنهجية، وذلك من خلال تفريغ البيانات في جداول إحصائية تساعد على فهم اتجاهات البحوثات وآرائهن حول مضامين الحرب على غزة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، إضافة إلى معرفة طبيعة التأثيرات التي خلفتها هذه المضامين على المستوى الإنساني والسياسي والسلوكي.

كما سيتم في هذا الفصل اختبار فرضيات الدراسة بالاعتماد على المعالجة الإحصائية للبيانات، من أجل الكشف عن مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية ترجع إلى متغيري السن والمستوى التعليمي، وربط النتائج المتوصل إليها بالإطار النظري للدراسة.

وعليه، يشكل هذا الجانب خطوة أساسية لفهم أبعاد الظاهرة المدروسة وتحليلها بصورة علمية تساعد على الوصول إلى نتائج دقيقة تخدم أهداف الدراسة وتساؤلاتها.

1. عرض نتائج المحور الأول ومناقشتها

نهدف من خلال هذا العنصر الى عرض ومناقشة نتائج البيانات الشخصية لعينة الدراسة، كما تتم مناقشتها في ضوء متغيري السن والمستوى التعليمي لارتباطهما بتفسير بعض النتائج

الجدول رقم (2_1) يمثل التكرارات والنسب المئوية لمتغير السن

السن	التكرار	النسبة المئوية
أقل من 20 سنة	20	%12.5
من 21 سنة الى 29 سنة	91	%56.9
من30سنة الى 39 سنة	36	%22.5
من 40 سنة الى 49سنة	11	%6.9
من 50سنة فما فوق	02	%1.2
المجموع	160	%100

يبين الجدول رقم **(1-1)** توزيع المبحوثين حسب متغير السن حيث يتوزع مجتمع الدراسة إلى **5** فئات عمرية حسب ما تشير إليه النتائج الكمية الموجودة أعلاه إذ نجد أن الفئة العمرية المحصورة بين **21-29** هي الأكبر نسبة تقدر بـ **56.9%** تليها الفئة العمرية المحصورة بين**30-39** بنسبة **22.5 %** أما نسبة **12.5 %** من عينة الدراسة فعبرت عن الفئة العمرية أقل من **20** سنة واحتلت الفئة العمرية المحصورة بين **40-49** سنة ما قبل الاخيرة بنسبة بلغت **6.9 %** وهذا يدل على أن أغلب أعمار البحوثات تنحصر أعمارهن بين **21-29** سنة.

جدول (2_2) يمثل التكرارات والنسب المئوية لمتغير المستوى التعليمي

المستوى الدراسي	التكرار	النسبة المئوية
بدون مستوى	02	%1.2
ابتدائي	01	%0.6
متوسط	08	%5
ثانوي	18	%11.3
جامعي	131	%81.9
المجموع	160	%100

يتضح من خلال نتائج الجدول الخاص بالمستوى التعليمي للمبحوثات أن أغلبية أفراد العينة ينتمين إلى المستوى الجامعي، حيث بلغ عددهن **131** مفردة بنسبة قدرت بـ **81.9%**، وهي نسبة مرتفعة تعكس هيمنة الفئة الجامعية ضمن مجتمع الدراسة. في المقابل، جاءت فئة المستوى الثانوي في المرتبة الثانية بنسبة **11.3%**، تليها فئة المستوى المتوسط بنسبة **5%**.

أما فئتا المستوى الابتدائي وبدون مستوى فقد سجلتا أدنى النسب، حيث بلغت نسبة المستوى الابتدائي **0.6%** فقط، في حين بلغت نسبة اللواتي بدون مستوى **1.2%**، وعليه، تشير هذه النتائج إلى أن عينة الدراسة تتميز بارتفاع المستوى التعليمي، وهو ما قد ينعكس على درجة الوعي والإدراك لدى البحوثات تجاه موضوع الدراسة.

2. عرض نتائج المحور الثاني ومناقشتها

نهدف من خلال هذا العنصر الى عرضو مناقشة نتائج المحور الثاني المتعلق بطبيعة التعرض لمضامين الحرب على غزة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من قبل المرأة الجلفاوية، كما يتم تفسير هذه النتائج من خلال أنماط الاستخدام وكثافة التعرض وأنواع المضامين والمصادر المعتمدة في المتابعة.

جدول (4_1) يمثل التكرارات والنسب المئوية للمنصات الأكثر استخداماً من قبل عينة الدراسة لمتابعة أخبار أو مضامين الحرب على غزة

المنصات	التكرار	النسبة المئوية
الفيسبوك	145	43
الانستغرام	103	30.5
اليوتيوب	45	13.3
التيك توك	26	07.7
تويتر	17	5
أخرى	1	0.2
المجموع	337	%100

يبين الجدول رقم (4_1) أن منصة الفيسبوك جاءت في المرتبة الأولى كأكثر موقع يعتمد عليها أفراد العينة لمتابعة أخبار الحرب على غزة بنسبة 43%، ما يعكس هيمنة هذ الموقع الاجتماعي كمركز إخباري وتواصلي أول لدى أفراد العينة، تليها منصة الانستغرام بنسبة 30.5%، وهو ما يشير إلى تحول كبير نحو الاعتماد على المنصات المرئية والمحتوى السريع لمتابعة المستجدات الميدانية. ثم اليوتيوب بنسبة 13.3%، في حين سجلت باقي المنصات نسبا أقل.

وعليه، تُشير النتائج إلى أن البحوثات يتوزعن اهتمامهن على قنوات إخبارية متعددة، ولكن بنسبة أقل بكثير من المنصتين الرائدتين (فيسبوك وانستغرام)، اللتان أصبحتا المصدر الرئيسي لتلقي الأخبار والمضامين المتعلقة بالحرب، نظرا لسهولة الوصول إليها وسرعة تداول المحتوى عبرها.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة **زكية منزل غرابة "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام حول القضية الفلسطينية"**، التي أكدت أن فيسبوك يعد أكثر المنصات تأثيراً في متابعة أخبار الحرب على غزة وتشكيل اتجاهات الجمهور، كما تتوافق مع دراسة رقيب صويرة وزعطوط نجاة "استخدام المرأة الجزائرية

لمواقع التواصل الاجتماعي والإشاعات المحققة" التي أظهرت أن مواقع التواصل أصبحت جزءاً أساسياً من الحياة اليومية للمرأة الجزائرية.

جدول (4_2) يمثل التكرارات والنسب المئوية لكيفية ظهور محتوى الحرب على غزة في منصات التواصل الاجتماعي لعينة الدراسة

	التكرار	النسبة المئوية
أبحث عنه بنفسي	09	%5.6
يظهر بشكل تلقائي	73	%45.6
كلاهما معاً	78	%48.8
المجموع	160	%100

توضح نتائج الجدول رقم (4_2) أن أغلب أفراد العينة يشاهدون محتوى الحرب على غزة بشكل تلقائي أو من خلال الجمع بين البحث الشخصي والظهور التلقائي للمحتوى، حيث بلغت نسبة من اختاروا "كلاهما معا" 48.8%، وفقاً لنظرية التلقي، هذا يعني أن الجمهور يمتلك "أفق توقع" نشط، فهم لا ينتظرون وصول الخبر، بل يسعون إليه (البحث) ويسمحون له بالوصول إليهم (التلقي التلقائي)، مما يكسر حاجز الخضوع للرسالة، حيث أصبح المتلقي هو من يتحكم في تدفق الأخبار.

بينما بلغت نسبة من يظهر لهم المحتوى تلقائياً 45.6% تشير هذه النتائج إلى أن خوارزميات منصات التواصل الاجتماعي تلعب دوراً كبيراً في نشر مضامين الحرب بشكل تلقائي ومستمر، فكلما اهتمت البحوثات بمتابعة هذا النوع من المحتوى والبحث عنه، زادت المنصات من إظهاره لهن بشكل متكرر، ما يجعلهن في حالة متابعة دائمة للأحداث، ويسهم في انتشار المحتوى بسرعة داخل الفضاءات الرقمية، وتتفق هذه النتائج مع **دراسة محمد وسام عامر "القضية الفلسطينية في الإعلام الجديد وبنية الخطاب الإعلامي"**، التي أوضحت أن الإعلام الجديد ساهم في توسيع انتشار المحتوى الفلسطيني وجعل المتلقي في احتكاك دائم بالأحداث من خلال التدفق المستمر للمضامين الرقمية.

وعلى الرغم من قلة نسبة البحوثات اللواتي يبحث عن أخبار الأحداث عن غزة بأنفسهن والتي قُدرت بـ 5.6 %، إلا أنها تُشير إلى المفردات التي ترفض الاعتماد على التغذية التلقائية للخوارزميات، مما يشير إلى درجة عالية من الوعي أو الحاجة لمعلومات أكثر تخصصاً، وهو ما تُشير إليه ضمنياً **نظرية التلقي**.

جدول (4_3) يمثل التكرارات والنسب المئوية لأنواع المنشورات التي تتعرض لها مُفردات العينة

	التكرار	النسبة المئوية
فيديوهات	**130**	**%38.9**
صور	**99**	**%29.5**
نصوص مكتوبة	**70**	**%20.9**
بث مباشر	**36**	**%10.7**
المجموع	**335**	**%100**

يبين الجدول رقم (4_3) أن الفيديوهات جاءت في المرتبة الأولى ضمن أكثر أنواع المنشورات التي تتعرض لها العينة بنسبة 38.9%، تليها الصور بنسبة 29.5%، ومنه سيادة المحتوى البصري، هذا يعكس تفضيل البحوثات للمحتوى المرئي، وتنسجم هذه النتيجة مع دراسة **محمد وسام عامر "القضية الفلسطينية في الإعلام الجديد وبنية الخطاب الإعلامي"**، التي أكدت أن الصور والفيديوهات لعبت دوراً مهماً في إبراز المعاناة الإنسانية للمدنيين.

ثم النصوص المكتوبة بنسبة 20.9%، مما يشير إلى أن البحوثات في ظل أزمات الحروب تملن إلى المحتوى البصري على المحتوى الكتابي، أي أنهن يتجهن إلى مشاهدة الحدث عبر الصور والفيديوهات أكثر من قراءته عبر النصوص، ويمكن تفسير ذلك بأن السياق الأزمات يتسم بسرعة تدفق المعلومات وكثافتها العاطفية، ما يجعل الوسائط البصرية أكثر قدرة على نقل الحدث وأسهل في الاستيعاب والتفاعل مقارنة بالنصوص التي قد تتطلب جهداً ووقتاً أطول للقراءة والتأويل، وأخيراً البث المباشر بنسبة 10.7%، وهو ما قد يعود إلى كونه يتطلب وقتاً طويلاً للمتابعة، بينما تميل البحوثات في أوقات التوتر إلى استهلاك المحتوى المكثف والسريع (مثل الفيديوهات القصيرة والصور).

جدول(4_4) يمثل التكرارات والنسب المئوية لمصادر المحتوى الذي تثق فيه مُفردات العينة حول أخبار الحرب على غزة

	التكرار	النسبة المئوية
مواقع وسائل اعلام رسمية	109	%35.6
صفحات ناشطون	81	%26.4
منظمات وجمعيات انسانية	47	%15.3
منشورات الاصدقاء	37	%12.1
حسابات فردية	19	%6.2
أخرى	13	%4.2
المجموع	306	%100

تشير نتائج الجدول (4-4) إلى أن وسائل الإعلام الرسمية احتلت المرتبة الأولى بنسبة 35.6%، وهو ما يعكس ميل البحوثات في أوقات الأزمات والحروب إلى البحث عن "المصدر الموثوق" أو "الرسمي" الذي يضفي صبغة من المصداقية والتحقق لاسيما مع تسارع أحداث الحرب على غزة لاسيما فترة نشوبها أكتوبر2023 ،و تمثل نسبة 26.4% ثقة موازية في الناشطين الناشطين، حيث يُقدمن بعض البحوثات المحتوى الذي ينشره الناشطون كمصدر بديل أو موازٍ للمصادر الإعلامية الرسمية، بالنظر إلى سرعتهم في نقل الحدث وقربهم من الميدان، ويُفسَّر ذلك في إطار تصاعد دور الصحفي المواطن كالشهيد" صالح الجعفرواي" في الفضاء الرقمي، حيث يكتسب الناشط مصداقيته من التوثيق اللحظي واللغة المحلية أكثر من اعتماده على الصياغة الإعلامية للأخبار، وهو ما يعكس إعادة تشكيل الثقة الإعلامية لدى الجمهور الرقمي، وتتفق هذه النتائج ضمنياً مع **دراسة هاجر عطية عبد الفتاح عقلي "اتجاهات الجمهور المصري نحو سياسات مواقع التواصل الاجتماعي في التعامل مع أحداث غزة"**، التي أكدت أن الجمهور أصبح أكثر وعياً بمسألة مصداقية المحتوى، خاصة مع انتشار الأخبار المضللة والقيود المفروضة على بعض المضامين المتعلقة بالقضية الفلسطينية.

3. عرض نتائج المحور الثالث ومناقشتها

يهدف هذا العنصر إلى عرض وتحليل نتائج المحور الثاني المتعلق بكيفية تفسير المرأة الجلفاوية لمضامين الحرب على غزة عبر منصات الميديا الجديدة، كما يسعى إلى إبراز أنماط التلقي المختلفة التي توجه عملية التأويل لدى البحوثات، وسيتم مناقشة هذه النتائج في ضوء **نظرية التلقي لستيوارت هول**.

جدول(3_1) يمثل التكرارات والنسب المئوية لطبيعة ادراك مُفردات العينة لمضامين الحرب على غزة عبر منصات التواصل الاجتماعي

	التكرار	النسبة المئوية
انسانية	116	%73
مزيج	33	%20.6
سياسية	08	%5
دعائية	03	%1.3
المجموع	160	%100

يبين الجدول رقم (3_1) أن أغلبية البحوثات يدركن مضامين الحرب على غزة باعتبارها قضية إنسانية بنسبة **73%**، بينما اعتبرها جزء منهن مزيجاً بين أبعاد متعددة بنسبة **20.6%**، في حين جاءت الأبعاد السياسية والدعائية بنسب ضعيفة، وتدل هذه النتائج على هيمنة البعد الإنساني في إدراك البحوثات لمضامين الحرب، وهو ما يعكس الطابع العاطفي والوجداني الذي يطغى على عملية التلقي في سياق الأزمات.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة **محمد وسام عامر "القضية الفلسطينية في الإعلام الجديد وبنية الخطاب الإعلامي"**، التي أكدت أن الخطاب الإعلامي الرقمي ركز بشكل كبير على الجوانب الإنسانية ومعاناة المدنيين، كما تتوافق مع دراسة حسام فايز عبد الحي "تفاعل الجمهور مع المضامين المتعلقة بالحرب على غزة" التي بينت أن التفاعل التضامني والإنساني كان السمة الغالبة لدى الجمهور العربي.

وبناءً على **نظرية التلقي لستيوارت هول**، الذي يؤكد أن الجمهور لا يستقبل الرسائل الإعلامية بشكل موحد أو مباشر، بل يقوم بعملية انتقاء وتفسير للمعاني وفق خلفياته الاجتماعية والثقافية، يظهر أن إدراك البحوثات لمضامين الحرب على أنها قضية إنسانية يعكس هيمنة القراءة العاطفية للحدث المرتبطة بطبيعة المحتوى المتداول وسياقات عرضه عبر منصات التواصل الاجتماعي.

جدول(3_2) يمثل التكرارات والنسب المئوية لمدى تأثير مضامين الحرب على غزة على طريقة فهم وتفسير مُفردات العينة لها

	التكرار	النسبة المئوية
كبيرة جدا	69	%43.1
كبيرة	49	%30.6
متوسطة	34	%21.3
ضعيفة	05	%3.2
لا تؤثر	03	%1.8
المجموع	160	%100

تشير نتائج الجدول رقم (3_2) إلى أن الغالبية العظمى من البحوثات يشعرن بتأثير قوي لأخبار الحرب، حيث بلغت نسبة من اختاروا "كبيرة جداً" 43.1% و"كبيرة " 30.6%معاً ، مما يُشير إلى أن مضامين الحرب على غزة تؤثر بشكل واضح في طريقة فهم وتفسير مُفردات العينة لها، حيث إن ارتفاع نسبتي ‘‘كبيرة جدًا’’ و‘‘كبيرة’’ يعكس حضور تأثير قوي لهذه المضامين في تشكيل الإدراك وتوجيه عملية التأويل، بما يجعل تلقي بعض النساء الجلفاويات مرتبطاً بدرجة الانفعال والتأثر بالمحتوى المتداول عبر منصات التواصل الاجتماعي، وتتفق هذه النتيجة مع **دراسة زكية منزل غرابة "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام حول القضية الفلسطينية"**، التي أكدت أن المتابعة المستمرة للحرب عبر مواقع التواصل ساهمت في تكوين مواقف وآراء واضحة لدى الجمهور تجاه القضية الفلسطينية، في حين مثلت فئة "متوسطة" نسبة 21.3%، ما يظهر أن فئة ليست بالقليلة من المجتمع تتلقى الأخبار بوعي تحليلي أو توازن عاطفي أكبر.

جدول (3_3) يمثل التكرارات والنسب المئوية لأنماط تلقي مُفردات العينة لمضامين الحرب على غزة

	التكرار	النسبة المئوية
أصدقها كما هي	**78**	**%48.8**
أصدق بعضها وأشك في البعض الاخر	**76**	**%47.5**
لا أصدقها أو افسرها بطريقة اخرى	**06**	**%03.7**
المجموع	**160**	**%100**

يبين الجدول رقم (3_3) أن نسبة 48.8% من أفراد العينة يصدقون مضامين الحرب كما هي، وبالتالي تعكس القراءة المهيمنة في إطار أنماط التلقي التي حددها ستيوارت هول، مما يعني ان مُفردات العينة يصدقون الاخبار كما هي وفي الإطار الذي يضعه القائم بالاتصال دون اي تساؤل أو تحليل، بينما يرى 47.5% أنهم يصدقون بعضها ويشككون في البعض الآخر، التي تُبرز نمط القراءة التفاوضية في نظرية التلقي التي تقوم على التفاعل النقدي مع الرسالة الإعلامية، حيث يقبل المتلقي(البحوثات) أجزاء من المضامين ويرفض أجزاء أخرى بناءً على معاييره الشخصية، أو خلفيته الثقافية أو تجاربه السابقة، مما يشير إلى أن مَفردات العينة على قدر من الوعي في تلقي المضامين، لاسيما في ظل انتشار الشائعات والأخبار المضللة في منصات التواصل الاجتماعي، وتتقاطع هذه النتيجة مع دراسة **هاجر عطية عبد الفتاح عقلي "اتجاهات الجمهور المصري نحو سياسا ت مواقع التواصل الاجتماعي"**، التي أوضحت أن الجمهور أصبح أكثر حذراً في التعامل مع المحتوى المنشور بسبب انتشار الحذف والتضليل والتحكم الخوارزمي في المحتوى

في حين جاءت نسبة البحوثات اللواتي يرفضن تلك المضامين ويقمن بتفسيرها بطريقة أخرى بنسبة ضئيلة قُدرت بـ 3.7% وتُمثل في إطار نظرية التلقي "القراءة المعارضة"، حيث يرفض المتلقي النص تماما أو يعيد تأويله بطريقة مناقضة تماماً لما أراده القائم بالاتصال.

4. عرض نتائج المحور الرابع ومناقشتها

يهدف هذا العنصر إلى عرض وتحليل نتائج المحور الثاني المتعلق بالتأثيرات العاطفية والسلوكية الناتجة عن تلقي المرأة الجزائرية لمضامين الحرب على غزة عبر منصات التواصل الاجتماعي وسيتم مناقشة هذه النتائج في ضوء نظرية التلقي لستيوارت هول.

جدول (6_1) يمثل التكرارات والنسب المئوية لأبرز الانفعالات التي تولدها مضامين الحرب على غزة لدى مُفردات العينة

	التكرار	النسبة المئوية
الحزن	147	%38.6
التضامن	94	%24.6
الغضب	84	%22.1
القلق	52	%13.6
أخرى	04	%1.1
المجموع	381	%100

تشير نتائج الجدول رقم (6_1) إلى أن أبرز الانفعالات التي تولدها مضامين الحرب على غزة لدى أفراد العينة هو الحزن بنسبة 38.6%، يليه التضامن بنسبة 24.6% ثم الغضب بنسبة 22.1% وتدل هذه النتائج على التأثير العاطفي الكبير للمشاهد والمضامين المتعلقة بالحرب، خاصة تلك التي تعرض معاناة المدنيين والضحايا.

وتتفق هذه النتائج مع **دراسة حسام فايز عبد الحي "تفاعل الجمهور مع المضامين المتعلقة بالحرب على غزة"**، التي أكدت أن التعاطف والتضامن مع الضحايا والأطفال كان من أبرز المشاعر السائدة لدى الجمهور العربي.

وعليه، تؤكد نتائج هذا الجدول أن عملية التلقي لا تقتصر على الجانب المعرفي فقط، بل تشمل أيضًا التأثيرات الوجدانية والانفعالية، حيث أظهرت النتائج أن الحزن والتضامن والغضب كانت من أبرز المشاعر الناتجة عن متابعة مضامين الحرب على غزة، وهو ما يعكس قوة التأثير العاطفي للمحتوى المتداول عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (6_2) يمثل التكرارات والنسب المئوية لانعكاس الانفعالات على سلوك الرقمي لمفردات العينة

	التكرار	النسبة المئوية
تفاعل عن طريق الايموجي	**85**	**%31.2**
تعليق	**84**	**%30.9**
مشاركة المنشور	**83**	**%30.5**
عدم التفاعل	**20**	**%07.4**
المجموع	**272**	**%100**

يبين الجدول رقم (6_2) أن التفاعل الرقمي للمبحوثين مع مضامين الحرب توزع بين التفاعل بالإيموجي بنسبة 31.2%، والتعليق بنسبة 30.9%، ومشاركة المنشورات بنسبة 30.5%، بينما جاءت نسبة عدم التفاعل ضعيفة، وتشير هذه النتائج إلى ارتفاع مستوى التفاعل الرقمي لأفراد العينة مع محتوى الحرب على منصات التواصل الاجتماعي.

اختلفت نتائج دراستنا سابقة الذكر مع **دراسة زكية منزل غرابة** حيث احتل مشاركة المنشور المرتبة الاولى بنسبة 30.65% , يليها كل من التعليق بنسبة 24.52 % و اضع اعجابا بنسبة 22.60 % ، كما تتفق مع نتائج دراسة حسام فايز عبد الحي، تفاعل الجمهور مع المضامين المتعلقة بالحرب على غزة 2023 عبر الصفحات الاخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي، التي اظهرت أن التفاعل الإيجابي التضامني كان هو الغالب، حيث تصدر "الإعجاب" قائمة أشكال التفاعل، كما عكست التعليقات مشاعر دعم ومناصرة للقضية الفلسطينية وتعاطفاً واسعاً مع الضحايا والأطفال ومن ثم، تعكس نتائج هذا الجدول الطابع التفاعلي لعملية التلقي داخل البيئة الرقمية، حيث لم تكتفِ البحوثات باستقبال مضامين الحرب على غزة فقط، بل شاركن في التفاعل معها عبر التعليق والمشاركة والتفاعل بالإيموجي، وهو ما يتوافق مع تصور **نظرية التلقي** للمتلقي باعتباره عنصراً فاعلاً يشارك في إعادة إنتاج المعنى داخل الفضاء الرقمي.

جدول (6_3) يمثل التكرارات والنسب المئوية لمدى قيام مُفردات العينة بسلوك معين بعد تلقي مضامين الأحداث على غزة

	التكرار	النسبة المئوية
نعم	126	%90
لا	14	%10
المجموع	140	%100

توضح نتائج الجدول رقم (6_3) أن أغلبية البحوثات بنسبة 90% قُمنا بسلوك معين نتيجة تعرضهم لمضامين الحرب على غزة، مقابل 10% فقط لم يقومن بأي سلوك. ويعكس ذلك مدى تأثير هذه المضامين في دفع مُفرجات العينة إلى اتخاذ مواقف أو سلوكيات مختلفة تعبيرا عن تفاعلهم مع القضية.

وتتفق هذه النتيجة مع **دراسة زكية منزل غرابة "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام حول القضية الفلسطينية"**، التي أظهرت أن الجمهور استجاب بشكل واسع للنداءات الداعمة لغزة والتفاعل مع القضية الفلسطينية.

تُفسَر هذه النتيجة في ضوء **نظرية التلقي** التي ترى أن تأثير الرسائل الإعلامية قد ينتقل من مستوى الإدراك والفهم إلى مستوى السلوك والممارسة، حيث أظهرت النتائج أن أغلبية البحوثات قمن بسلوك معين نتيجة تعرضهن لمضامين الحرب على غزة، وهو ما يعكس قوة التأثير الوجداني والمعرفي للمحتوى الإعلامي المتداول عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (4_4) يمثل التكرارات والنسب المئوية للسلوك الذي قامت به مُفردات العينة

	التكرار	النسبة المئوية
الدعاء	139	%55.1
نشر الوعي	48	%19
المشاركة في حملات	25	%10
التبرع	22	%08.7
اخرى	18	%7.1
المجموع	252	%100

يبين الجدول رقم (4_4) أن الدعاء جاء في مقدمة السلوكيات التي قام بها أفراد العينة بنسبة 55.1%، يليه نشر الوعي بنسبة 19%، ثم المشاركة في الحملات والتبرع بنسب أقل. وتوضح هذه النتائج أن التفاعل الديني والإنساني كان من أبرز أشكال استجابة المبحوثين لمضامين الحرب على غزة.

وتتقاطع هذه النتائج مع **دراسة حسام فايز عبد الحي "تفاعل الجمهور مع المضامين المتعلقة بالحرب على غزة"**، التي أكدت أن التفاعل التضامني والدعم المعنوي شكلا أبرز مظاهر الاستجابة الجماهيرية للحرب.

ومن ثم، تكشف نتائج هذا الجدول أن **عملية التلقي** لم تتوقف عند حدود التأثر العاطفي، بل تحولت إلى سلوكيات وممارسات فعلية مثل الدعاء ونشر الوعي والمشاركة في الحملات التضامنية، وهو ما يعكس اندماج المرأة الجلفاوية مع القضية الفلسطينية وتحولها من متلقية للمحتوى إلى فاعل رقمي داخل منصات التواصل الاجتماعي.

جدول (6_5) يمثل التكرارات والنسب المئوية لمدى تأثير مضامين الحرب على غزة عبر منصات التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي الانساني لدى مُفردات العينة

	التكرار	النسبة المئوية
كبير جداً	**95**	**%59.4**
كبير	**38**	**%23.8**
لا أستطيع التحديد	**14**	**%08.8**
متوسط	**13**	**%08.1**
ضعيف	**-**	**-**
المجموع	**160**	**%100**

تشير نتائج الجدول رقم (6_5) إلى أن مضامين الحرب على غزة ساهمت بدرجة كبيرة جدا في تعزيز الوعي الإنساني لدى البحوثات، حيث بلغت نسبة "كبير جدا" 59.4%، وهذا ما يدل على قوة تأثير هذه المضامين في تنمية الحس الإنساني والتعاطف مع معاناة الشعب الفلسطيني.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة **محمد وسام عامر "القضية الفلسطينية في الإعلام الجديد وبنية الخطاب**

الإعلامي"، التي أكدت أن الإعلام الرقمي ساهم في إبراز الأبعاد الإنسانية للقضية الفلسطينية وتعزيز التعاطف العالمي معها.

جدول (6_6) يمثل التكرارات والنسب المئوية لمدى تأثير مضامين الحرب على غزة عبر منصات التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي السياسي لدى مُفردات العينة

	التكرار	النسبة المئوية
كبير جدا	48	%30
كبير	38	%23.8
متوسط	37	%23.1
لا أستطيع التحديد	33	%20.6
ضعيف	04	%02.5
المجموع	160	%100

يبين الجدول رقم **(6_6)** أن مضامين الحرب على غزة ساهمت في تعزيز الوعي السياسي لدى أفراد العينة بدرجات متفاوتة، حيث بلغت نسبة "كبير جدا" **30%** و"كبير" **23.8%**، مع متوسط حسابي قدره **3.25**. وتشير هذه النتائج إلى أن متابعة مضامين الحرب عبر منصات الميديا الجديدة ساعدت المبحوثين على تكوين وعي سياسي وفهم أوسع للأحداث والقضايا المرتبطة بالحرب.

وتتوافق هذه النتائج مع دراسة زكية منزل غرابة "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام حول القضية الفلسطينية"، التي أكدت أن مواقع التواصل الاجتماعي أسهمت في رفع مستوى الوعي السياسي لدى الجمهور تجاه القضية الفلسطينية.

5. اختبار الفرضيات في ضوء معطيات الجداول الآتي:

بناءً على طبيعة بيانات دراستنا الوصفية (النوعية والرتبية)، تم الاعتماد على اختبار مربع كاي **Chi-Square (\chi^2)** كأداة إحصائية أساسية، نظراً لملاءمته في تحليل المتغيرات الاسمية والكشف عن دلالة العلاقات بين المتغيرات الديموغرافية (السن، المستوى التعليمي) وبعض المتغيرات التابعة التي تندرج ضمن محاور الاستبيان (مستوى الثقة، أنماط التلقي، الوعي الإنساني والسياسي)، وقد تم تقييم الدلالة الإحصائية بناءً على القيمة المعنوية **(P-Value)** للحكم على دلالة النتائج، حيث اعتبرت العلاقة دالة إحصائياً إذا كانت القيمة المعنوية عند مستوى أقل من أو تساوي **($\alpha \leq 0.05$)**، مع مراعاة درجات الحرية **(df)** المستخرجة وفقاً لأبعاد جداول التقاطع، مما يضمن دقة التفسير الإحصائي، ويُعد هذا الخيار المنهجي من وجهة نظرنا كافي لتحقيق أهداف الدراسة، وعليه كانت النتائج كما توضحها الجداول التالية:

الفرضية الأولى: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الثقة في مصادر مضامين الحرب على غزة عبر منصات التواصل الاجتماعي تُعزى إلى متغيري السن والمستوى التعليمي.

الجدول رقم (2-1) يوضح مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الثقة في مصادر مضامين الحرب على غزة عبر منصات التواصل الاجتماعي تُعزى إلى متغير السن

العبارات / السن	مواقع لوسائل اعلامية		صفحات ناشطون		منظمات وجمعيات		منشورات الاصدقاء		حسابات فردية		اخرى		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
أقل من 20 سنة	20	6.1 %	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	20	6.1 %
من 21 الى 29	0	0	100	%30	63	20.6 %	38	6.2 %	20	6.2 %	14	4.3 %	235	72.3 %
من 30 الى 39	24	18.1 %	33	10.9 %	0	0	0	0	0	0	0	0	57	17.5 %
من 40 الى 49	11	6.8 %	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	11	3.4 %
من 50 فما فوق	2	1.2 %	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0.6 %
المجموع	57	17.5 %	133	40.9 %	63	19.4 %	38	11.7 %	20	6.2 %	14	4.3 %	325	100 %
درجة الحرية – 20			كا^2–258.147						القيمة المعنوية – 0.000					

من خلال معطيات الجدول السابق، نُسجل العبارات التي جاءت فيها موافقة البحوثات مرتفعة بالنسبة لمصادر

المحتوى الموثوقة هي عبارة صفحات الناشطون بنسبة 30 % عبرت عنها الفئة العمرية المنحصرة بين 21-29 سنة وجاءت عبارة منظمات وجمعيات انسانية بنسبة 20.6 % وعبارة حسابات فردية بنسبة 6.2% واحتلت المرتبة الثانية الفئة العمرية المحصورة بين 30-39 التي اختارت عبارة مواقع لوسائل اعلامية ورسمية بنسبة 18.1 % وعبارة صفحات ناشطون بنسبة 10.9% وفي الاخير نجد الفئة العمرية اقل من 20 سنة اختارت عبارة مواقع لوسائل اعلامية ورسمية بنسبة 6.1%.

وعليه يتضح أن السن عامل مهم جدا، وهو ما أكدته نتائج اختبار (كا2) حيث بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة (244.928)، كما أظهرت النتائج أن القيمة المعنوية (P-Value) قدرت بـ (0.000)، وهي أقل من مستوى الدلالة المعتمد (0.05)، الأمر الذي يدل على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات المدروسة.

وتبين كذلك أن درجات الحرية بلغت (df = 20)، وهو ما يعكس تعدد فئات المتغيرات وتنوعها، مما يمنح التحليل قدراً أكبر من الدقة والتفصيل. وبناءً على هذه النتائج، تؤكد صحة الفرضية بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الفئات العمرية في تحديد مصادر المحتوى الموثوقة.

الجدول رقم (2-2) يوضح مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الثقة في مصادر مضامين الحرب على غزة عبر منصات التواصل الاجتماعي تُعزى إلى متغير المستوى التعليمي

العبارات / المستوى	مواقع لوسائل اعلامية		صفحات ناشطون		منظمات وجمعيات		منشورات الاصدقاء		حسابات فردية		اخرى		المجموع	
	ت	ن %	ت	ن %	ت	ن %	ت	ن %	ت	ن %	ت	ن %	ت	ن %
بدون مستوى	2	0.6 %	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0.6 %
ابتدائي	1	0.3 %	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0.3 %
متوسط	8	2.4 %	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	8	2.4 %
ثانوي	18	5.5 %	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	18	5.5 %
جامعي	28	8.6 %	133	40.9	63	19.4 %	38	11.7 %	20	6.1 %	14	4.4 %	296	91.1 %
المجموع	57	17.5 %	133	40.9 %	63	21.3 %	38	12.8 %	20	6.8 %	14	4.7 %	325	100 %
درجة الحرية – 20			كا^2–149.710						القيمة المعنوية – 0.000					

من خلال النتائج الموضحة في الجدول أعلاه نلاحظ أن أغلبية المبحوثات من ذوي المستوى الجامعي اعتمدنا

على صفحات الناشطين كمصدر موثوق لأخبار الحرب على غزة بنسبة 40.9%، تليها المنظمات والجمعيات بنسبة 19.4%، ثم مواقع الوسائل الإعلامية بنسبة 8.6%، إضافة إلى منشورات الأصدقاء بنسبة 11.7% والحسابات الفردية بنسبة 6.1%، بينما جاءت فئة "أخرى" بنسبة 4.4%.

أما المستويات التعليمية الأخرى فقد سجلت نسبا ضعيفة ومتقاربة، حيث اختارت فئة الثانوي مواقع الوسائل الإعلامية بنسبة 5.5%، وفئة المتوسط بنسبة 2.4%، في حين جاءت نسبتا الابتدائي وبدون مستوى ضعيفتين جدا.

وعليه يتضح أن المستوى التعليمي يؤثر في تحديد مصادر المحتوى الموثوقة لدى أفراد العينة حول أخبار الحرب على غزة عبر منصات الميديا الجديدة، وهو ما أكدته نتائج اختبار (كا2)، حيث توجد فروق ذات دلالة إحصائية حسب متغير المستوى التعليمي، إذ بلغت القيمة المعنوية (0.000) وهي أقل من مستوى الدلالة (0.05)

تدعم نتائج هذا الجدول الجزء الثاني الفرضية الأولى للدراسة، إذ تبين أن المستوى التعليمي يؤثر في طبيعة تعرض أفراد العينة لمضامين الحرب على غزة، خاصة في اختيار مصادر المحتوى الموثوقة، حيث اتجهت الفئة الجامعية إلى تنويع مصادر التلقي مقارنة ببقية المستويات التعليمية، وقد أكدت نتائج اختبار كاي مربع وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05).

الفرضية الثانية: هناك فروق ذات دلالة إحصائية في أنماط تفسير المرأة الجلفاوية لمضامين الحرب على غزة عبر منصات التواصل الاجتماعي تُعزى إلى متغير السن والمستوى التعليمي.

الجدول رقم (2–1) يوضح مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في أنماط تفسير المرأة الجلفاوية لمضامين الحرب على غزة عبر منصات التواصل الاجتماعي تُعزى إلى متغير السن

العبارات / السن	أصدقها كما هي		أصدق بعضها و اشك في بعضها		لا أصدقها أو أفسرها بطريقة اخرى		المجموع	
	ت	ن %	ت	ن %	ت	ن %	ت	ن %
أقل من 20 سنة	20	%12.5	0	0	0	0	20	%12.5
من 21 الى 29	9	%5.6	76	%47.5	6	%3.7	91	%56.9
من 30 الى 39	36	%22.5	0	0	0	0	36	%22.5
من 40 الى 49	11	%6.9	0	0	0	0	11	%6.9
من 50 فما فوق	2	% 1.2	0	0	0	0	2	%1.2
المجموع	78	%48.8	76	%47.5	6	%3.7	160	%100
درجة الحرية – 8			كا^2–138.651				القيمة المعنوية – 0.000	

من خلال النتائج الموضحة في الجدول أعلاه نلاحظ أن الفئة العمرية من 21 إلى 29 سنة اختارت عبارة ‘‘أصدق بعضها وأشك في بعضها’’ بنسبة 47.5%، بينما اختارت نسبة 5.6% عبارة ‘‘أصدقها كما هي’’، و3.7% عبارة ‘‘لا أصدقها أو أفسرها بطريقة أخرى’’.

أما الفئات العمرية الأخرى فقد غلب عليها خيار ‘‘أصدقها كما هي’’، خاصة الفئة العمرية من **30** إلى **39** سنة بنسبة **22.5%**، وأقل من **20** سنة بنسبة **12.5%**، وعليه يتضح أن السن يؤثر في درجة تصديق المحتوى المتداول حول الحرب على غزة، وهو ما أكدته نتائج اختبار (كا2)، حيث توجد فروق ذات دلالة إحصائية حسب متغير السن، إذ بلغت القيمة المعنوية **(0.000)** وهي أقل من مستوى الدلالة **(0.05)**.

تثبت نتائج هذا الجدول الجزء الأول من الفرضية الثانية للدراسة، إذ أظهرت النتائج أن درجة تصديق المحتوى وتفسيره تختلف باختلاف السن، حيث كانت الفئات الشابة إلى التفسير النقدي والانتقائي للمحتوى، بينما اتجهت بعض الفئات الأخرى إلى تصديقه كما هو، وهو ما يعكس تباين أنماط التلقي الإعلامي.

الجدول رقم (2–2) يوضح مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في أنماط تفسير المرأة الجلفاوية لمضامين الحرب على غزة عبر منصات التواصل الاجتماعي تُعزى إلى متغير المستوى التعليمي

العبارات / المستوى	أصدقها كما هي		أصدق بعضهاو أشك في بعضها		لا أصدقها أو أفسرها بطريقة أخرى		المجموع	
	ت	ن %	ت	ن %	ت	ن %	ت	ن %
بدون مستوى	2	%1.2	0	0	0	0	2	%1.2
ابتدائي	1	%0.6	0	0	0	0	1	%0.6
متوسط	8	%5	0	0	0	0	8	%5
ثانوي	18	%11.2	0	0	0	0	18	%11.2
جامعي	49	% 30.6	76	%47.5	6	%3.7	131	%82.1
المجموع	78	%48.8	76	%47.5	6	%3.7	160	%100
درجة الحرية – 8			كا^2–37.236				القيمة المعنوية – 0.000	

تشير النتائج الواردة في الجدول إلى أن أغلبية أفراد العينة من ذوي المستوى الجامعي اختارت عبارة ''أصدق بعضها وأشك في بعضها'' بنسبة 47.5%، في حين اختارت نسبة 30.6% عبارة ''أصدقها كما هي''، بينما بلغت نسبة الذين لا يصدقونها أو يفسرونها بطريقة أخرى 3.7%، أما المستويات التعليمية الأخرى فقد غلب عليها خيار ''أصدقها كما هي''، مع تسجيل نسب ضعيفة لباقي الاختيارات.

وعليه يتبين أن المستوى التعليمي يؤثر في درجة تصديق المحتوى المتداول حول الحرب على غزة، وهو ما أكدته نتائج اختبار (كا2)، حيث توجد فروق ذات دلالة إحصائية حسب متغير المستوى التعليمي، إذ بلغت القيمة المعنوية (0.000) وهي أقل من مستوى الدلالة (0.05).

تدعم نتائج هذا الجدول الجزء الثاني من الفرضية الثانية، حيث تبين أن المستوى التعليمي يؤثر في طريقة تفسير وتصديق مضامين الحرب على غزة، إذ أظهرت الفئة الجامعية ميلاً أكبر نحو القراءة النقدية للمحتوى مقارنة بالمستويات التعليمية الأخرى.

الفرضية الثالثة: هناك فروق ذات دلالة إحصائية في مدى تأثير مضامين الحرب على غزة عبر منصات التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي الإنساني تُعزى إلى متغيري السن والمستوى التعليمي.

الجدول رقم (2–1) يوضح مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية مدى تأثير مضامين الحرب على غزة عبر منصات التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي الإنساني تُعزى إلى متغير السن

العبارات / السن	كبير جدا		كبير		لا استطيع تحديدها		متوسط		ضعيف		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
أقل من 20 سنة	20	12.5 %	0	0	0	0	0	0	0	0	20	12.5 %
من 21 الى 29	74	46.2 %	17	10.6 %	0	0	0	0	0	0	91	56.9 %
من 30 الى 39	0	0	21	13.1 %	14	8.8 %	1	0.6 %	0	0	36	22.5 %
من 40 الى 49	0	0	0	0	0	0	11	6.9 %	0	0	11	%6.9
من 50 فما فوق	1	0.6 %	0	0	0	0	1	0.6 %	0	0	2	%1.2
المجموع	95	59.4 %	38	23.7 %	14	8.8 %	13	8.1 %	0	0	160	100 %
درجة الحرية – 12			كا^2–244.928				القيمة المعنوية – 0.000					

تشير نتائج الجدول إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مدى تأثير مضامين الحرب على غزة عبر منصات التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي الإنساني تبعًا لمتغير السن، حيث سجلت الفئة العمرية من **21** إلى **29** سنة أعلى نسبة ضمن فئة ''كبير جدًا'' بنسبة **46.2%**، تليها نسبة **10.6%** ضمن فئة ''كبير''، وهو ما يعكس ارتفاع مستوى التأثر والوعي الإنساني لدى هذه الفئة مقارنة ببقية الفئات العمرية.

كما أظهرت النتائج أن الفئة العمرية من **30** إلى **39** سنة سجلت نسبة **13.1%** ضمن فئة ''كبير''، و**8.8%** ضمن فئة ''لا أستطيع تحديدها''، بينما سجلت الفئات العمرية الأخرى نسبًا ضعيفة ومتفاوتة. وقد أكدت نتائج اختبار مربع كاي وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير السن، حيث بلغت القيمة المعنوية

(0.000) وهي أقل من مستوى الدلالة **(0.05)**، مما يدل على أن السن يلعب دورًا مهمًا في تعزيز الوعي الإنساني تجاه الحرب على غزة.

وتدعم نتائج هذا الجدول الجزء الأول من الفرضية الثالثة للدراسة، والتي تفترض وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مدى تأثير مضامين الحرب على غزة عبر منصات التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي الإنساني تعزى إلى متغير السن.

الجدول رقم (2–2) يوضح مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية مدى تأثير مضامين الحرب على غزة عبر منصات التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي الإنساني تُعزى إلى متغير المستوى التعليمي.

العبارات / المستوى	كبير جدا		كبير		لا استطيع تحديدها		متوسط		ضعيف		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
بدون مستوى	2	1.2 %	0	0	0	0	0	0	0	0	2	1.2 %
ابتدائي	1	0.6 %	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0.6 %
متوسط	8	%5	0	0	0	0	0	0	0	0	8	%5
ثانوي	18	11.2 %	0	0	0	0	0	0	0	0	18	11.2 %
جامعي	66	50.4 %	38	23.8 %	14	8.8 %	13	8.1 %	0	0	131	82.1 %
المجموع	95	59.4 %	38	23.8 %	14	8.8 %	13	8.1 %	0	0	160	100 %
درجة الحرية – 12			كا^2–24.235				القيمة المعنوية – 0.01					

توضح نتائج الجدول وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مدى تأثير مضامين الحرب على غزة عبر منصات التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي الإنساني تبعًا لمتغير المستوى التعليمي، حيث سجلت الفئة الجامعية أعلى نسبة ضمن فئة ''كبير جدًا'' بنسبة **50.4%**، إضافة إلى نسبة **23.8%** ضمن فئة ''كبير''، وهو ما يعكس ارتفاع مستوى الوعي والإدراك لدى البحوثات ذوات المستوى الجامعي مقارنة ببقية المستويات التعليمية.

كما أظهرت النتائج أن المستويات التعليمية الأخرى سجلت نسبا ضعيفة ومتفاوتة، خاصة ضمن فئة ''كبير جدًا''، وهو ما يدل على أن ارتفاع المستوى التعليمي يساهم في زيادة الوعي الإنساني وفهم الأبعاد الإنسانية

للحرب على غزة. وقد دعمت نتائج اختبار مربع كاي هذه المعطيات، حيث بلغت القيمة المعنوية **(0.01)** وهي أقل من مستوى الدلالة **(0.05)**، مما يؤكد وجود فروق ذات دلالة إحصائية حسب متغير المستوى التعليمي.

وتدعم نتائج هذا الجدول الجزء الثاني من الفرضية الثالثة للدراسة، حيث تبين أن المستوى التعليمي يؤثر في مدى تعزيز الوعي الإنساني الناتج عن التعرض لمضامين الحرب على غزة عبر منصات التواصل الاجتماعي.

الفرضية الرابعة: هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تأثير مضامين الحرب على غزة عبر منصات التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي السياسي تُعزى إلى متغيري السن والمستوى التعليمي.

الجدول رقم (2–1) يوضح مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية مدى تأثير مضامين الحرب على غزة عبر منصات التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي السياسي تُعزى إلى متغير السن

العبارات / السن	كبير جدا		كبير		متوسط		ضعيف		لا استطيع تحديدها		المجموع	
	ت	ن %	ت	ن %	ت	ن %	ت	ن %	ت	ن %	ت	ن %
أقل من 20 سنة	20	12.5 %	0	0	0	0	0	0	0	0	20	12.5 %
من 21 الى 29	27	16.9 %	37	23.1 %	27	16.9 %	0	0	0	0	91	56.9 %
من 30 الى 39	0	0	0	13.1 %	10	%6.2	26	0.6 %	0	0	36	22.5 %
من 40 الى 49	0	0	0	0	0	0	8	6.9	3	1.9	11	%6.9
من 50 فما فوق	1	0.6 %	0	0	0	0	0	0	1	0.6 %	2	%1.2
المجموع	48	%30	37	23.1 %	37	23.1 %	34	21.2 %	4	2.5 %	160	100 %
درجة الحرية – 16			كا^2–215.219				القيمة المعنوية – 0.000					

تشير نتائج الجدول إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مدى تأثير مضامين الحرب على غزة عبر منصات

التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي السياسي تبعًا لمتغير السن، حيث سجلت الفئة العمرية من 21 إلى 29 سنة أعلى النسب ضمن فئات ''كبير جدًا'' و''كبير'' و''متوسط''، إذ بلغت نسبة ''كبير'' 23.1% ونسبة ''متوسط'' 16.9%، وهو ما يعكس اهتمام هذه الفئة بمتابعة القضايا السياسية المرتبطة بالحرب على غزة وفهم أبعادها المختلفة.

كما أظهرت النتائج أن الفئات العمرية الأخرى سجلت نسبًا أقل، خاصة الفئات الأكبر سنا، مما يدل على اختلاف أنماط التلقي والتفاعل السياسي تبعا للسن. وقد أكدت نتائج اختبار مربع كاي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير السن وتعزيز الوعي السياسي، حيث بلغت القيمة المعنوية (0.000) وهي أقل من مستوى الدلالة (0.05)، مما يثبت صحة الجزء الأول من الفرضية الرابعة.

الجدول رقم(2–2) يوضح مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية مدى تأثير مضامين الحرب على غزة عبر منصات التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي السياسي تُعزى إلى متغير المستوى التعليمي

العبارات / المستوى	كبير جدا		كبير		متوسط		لا استطيع تحديدها		ضعيف		المجموع	
	ت	ن %	ت	ن %	ت	ن %	ت	ن %	ت	ن %	ت	ن %
بدون مستوى	2	%1.2	0	0	0	0	0	0	0	0	2	%1.2
ابتدائي	1	%0.6	0	0	0	0	0	0	0	0	1	%0.6
متوسط	8	%5	0	0	0	0	0	0	0	0	8	%5
ثانوي	18	11.2 %	0	0	0	0	0	0	0	0	18	11.2 %
جامعي	19	11.9 %	37	23.2 %	37	23.2 %	34	21.2 %	4	2.5 %	131	82.1 %
المجموع	48	%30	37	28.2 %	37	28.2 %	34	26 %	4	3.1 %	160	100 %
درجة الحرية – 16			كا^2–82.646						القيمة المعنوية – 0.000			

توضح نتائج الجدول وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مدى تأثير مضامين الحرب على غزة عبر منصات التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي السياسي تبعًا لمتغير المستوى التعليمي، حيث سجلت الفئة الجامعية أعلى

النسب ضمن مختلف درجات التأثير، خاصة ضمن فئتي ''كبير'' و''متوسط'' بنسبة 23.2% لكل منهما، إضافة إلى نسبة 11.9% ضمن فئة ''كبير جدًا''، وهو ما يعكس دور المستوى التعليمي في تنمية الوعي السياسي والقدرة على تحليل المضامين الإعلامية المتعلقة بالحرب على غزة.

كما تبين النتائج أن الفئات التعليمية الأخرى سجلت نسبا ضعيفة مقارنة بالفئة الجامعية، مما يدل على أن ارتفاع المستوى التعليمي يسهم في زيادة الاهتمام بالقضايا السياسية والإنسانية وفهم أبعادها المختلفة. وقد أكدت نتائج اختبار مربع كاي وجود فروق ذات دلالة إحصائية حسب متغير المستوى التعليمي، حيث بلغت القيمة المعنوية (0.000) وهي أقل من مستوى الدلالة (0.05)، وهو ما يدعم صحة الجزء الثاني من الفرضية الرابعة للدراسة.

6. النتائج العامة للدراسة:

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج المهمة، يمكن تلخيص أبرزها فيما يلي:

- احتلت مواقع التواصل الاجتماعي، خاصة فيسبوك وإنستغرام، المرتبة الأولى كمصدر أساسي لمتابعة أخبار الحرب على غزة.
- أظهرت النتائج أن نسبة **35.6%** من أفراد العينة يثقون أكثر في وسائل الإعلام الرسمية، مقابل **26.4%** يفضلون صفحات الناشطين، و**15.3%** يعتمدون على المنظمات الإنسانية.
- تبين أن المحتوى المرئي، خاصة الفيديوهات والصور، يعد أكثر أنواع المضامين تأثيراً وتفاعلاً لدى البحوثات.
- أكدت الدراسة أن أغلب البحوثات يعتبرن الحرب على غزة قضية إنسانية بالدرجة الأولى.
- كشفت النتائج عن ارتفاع مستوى التفاعل الرقمي لدى البحوثات من خلال التعليق والمشاركة والتفاعل بالإيموجي.
- أظهرت الدراسة أن مضامين الحرب على غزة خلفت تأثيرات عاطفية قوية تمثلت أساساً في الحزن والتضامن والغضب.
- دفعت هذه المضامين أغلبية البحوثات إلى تبني سلوكيات تضامنية مثل الدعاء، نشر الوعي، والمشاركة في الحملات الداعمة.
- أكدت الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية مرتبطة بمتغيري السن والمستوى التعليمي في طبيعة التعرض والتفسير والتأثيرات العاطفية والسلوكية

7. التوصيات والمقترحات

في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة، يمكن تقديم مجموعة من التوصيات والمقترحات المرتبطة بموضوع الدراسة وتساؤلاتها، والمتمثلة فيما يلي:

- ضرورة تعزيز الوعي الإعلامي والرقمي لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، خاصة فيما يتعلق بكيفية التحقق من مصداقية الأخبار والمضامين المرتبطة بالقضايا الإنسانية والحروب.
- تشجيع وسائل الإعلام الرسمية على تقديم محتوى إعلامي مهني وموضوعي حول القضية الفلسطينية، بما يساهم في تعزيز ثقة الجمهور بالمصادر الإعلامية الموثوقة.
- دعم الصفحات والمبادرات الرقمية التي تهدف إلى نشر الوعي بالقضية الفلسطينية وتسليط الضوء على المعاناة الإنسانية في غزة.
- الاهتمام بإنتاج محتوى بصري هادف وموثوق، باعتبار أن الفيديوهات والصور تعد من أكثر المضامين تأثيراً وتفاعلاً لدى الجمهور عبر منصات الميديا الجديدة.
- تعزيز دور الجامعات والمؤسسات التعليمية في تنمية التفكير النقدي لدى الطلبة تجاه المضامين الإعلامية المتداولة على مواقع التواصل الاجتماعي.
- توجيه مستخدمي الميديا الجديدة إلى الاستعمال الإيجابي لمنصات التواصل الاجتماعي من خلال نشر المحتوى التوعوي والتضامني، والابتعاد عن الأخبار الزائفة وغير الموثوقة.
- تشجيع الباحثين على إجراء دراسات أخرى تتناول تأثير الميديا الجديدة على فئات اجتماعية مختلفة، مثل فئة الشباب أو الرجال، من أجل المقارنة مع نتائج الدراسة الحالية.
- إجراء دراسات مستقبلية حول دور الخوارزميات الرقمية في توجيه المحتوى المرتبط بالقضايا السياسية والإنسانية عبر منصات التواصل الاجتماعي.
- الاهتمام بدراسة الآثار النفسية والانفعالية الناتجة عن التعرض المستمر لمشاهد الحروب والأزمات الإنسانية عبر الميديا الجديدة.
- تعزيز المحتوى الرقمي الهادف الذي يدعم قيم التضامن الإنساني ويساهم في ترسيخ الوعي بالقضايا العربية والإنسانية داخل البيئة الرقمية.

خاتمة

الخاتمة

في ختام دراستنا التي تناولت موضوع تلقي المرأة الجلفاوية لمضامين الحرب على غزة عبر منصات الميديا الجديدة، توصلنا إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت من أهم الوسائل التي تعتمد عليها المرأة في متابعة الأحداث والقضايا الإنسانية، خاصة ما يتعلق بالحرب على غزة. كما بينت الدراسة أن المحتوى المرئي، مثل الصور والفيديوهات، كان الأكثر تأثيراً في البحوثات بسبب قدرته على نقل الواقع بطريقة مباشرة ومؤثرة.

وقد أظهرت النتائج أن المرأة الجلفاوية لا تكتفي فقط بمتابعة المحتوى، بل تتفاعل معه من خلال التعليق والمشاركة وإبداء الرأي، إضافة إلى تبني مواقف تضامنية مختلفة تجاه القضية الفلسطينية. كما كشفت الدراسة عن وجود تأثيرات عاطفية واضحة تمثلت في مشاعر الحزن والغضب والتعاطف مع ضحايا الحرب.

ومن خلال النتائج المتوصل إليها، تبين أيضاً أن السن والمستوى التعليمي لهما دور مهم في طريقة التعرض للمضامين الإعلامية وتفسيرها والتأثر بها، وهو ما يؤكد صحة الفرضيات التي انطلقت منها الدراسة.

وفي الأخير، يمكن القول إن الميديا الجديدة أصبحت تلعب دوراً كبيراً في تشكيل وعي الأفراد واتجاهاتهم تجاه القضايا الإنسانية والسياسية، خاصة القضية الفلسطينية، الأمر الذي يستدعي ضرورة الاستخدام الواعي والمسؤول لهذه المنصات الإعلامية.

قائمة المراجع

قائمة المصادر المراجع

قائمة المراجع :

أولاً: الكتب

- أحمد بن مرسلي، منهجية البحث في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الرابعة، الجزائر، **2010**.
- عبد الحميد محمد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، الطبعة الأولى، عالم الكتب، القاهرة، مصر، **2000.**
- محمد وسام عامر، القضية الفلسطينية في الإعلام الجديد وبنية الخطاب الإعلامي، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، الطبعة الأولى، برلين، ألمانيا، **2022**.

ثانياً: الرسائل الجامعية (مذكرات الماستر وأطروحات الدكتوراه)

- رقيب صويرة، زعطوط نجاة، استخدام المرأة الجزائرية لمواقع التواصل الاجتماعي والإشاعات المحققة: دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة قاصدي مرباح ورقلة، مذكرة ماستر، تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، **2019/2018**.
- روابحية أمينة، بوكاف روفيدة، غواوة رميساء، دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والإشاعات المحققة لدى الطلبة، مذكرة ماستر، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة **08** ماي **1945** قالمة، الجزائر، **2023**.
- زكية منزل غربة، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل رأي عام حول القضية الفلسطينية خلال العدوان الإسرائيلي على غزة **2023–2025**: دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي الجزائري، جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، الجزائر، **2025**.
- سعيدة غراب، تلقي المحتوى الإعلامي عبر الشبكات الاجتماعية الرقمية وانعكاساته على سلوك المراهق، أطروحة دكتوراه (الطور الثالث) في علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، **2021**.
- نجيب بخوش، آليات التلقي الإعلامي لدى جمهور وسائل الإعلام، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر **03**، الجزائر، **2015**.

قائمة المصادر المراجع

ثالثاً: المقالات والدوريات العلمية

- أحمد نقي، "المقابلة: الماهية، الأهمية، الأهداف، الأنواع"، مجلة أفانين الخطاب، كلية الآداب واللغات، جامعة جيلالي بونعامة، المجلد 1، العدد 2، خميس مليانة، الجزائر، **2021**.
- حسام فايز عبد الحي، "تفاعل الجمهور مع المضامين المتعلقة بالحرب على غزة **2023** عبر الصفحات الإخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة في إطار البيانات الضخمة وفق أسلوب تحليل المشاعر ونمذجة الموضوعات"، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد **69**، الجزء **3**، القاهرة، **2024**.
- خليل محمد المري محمد إسماعيل، "الانتماء الوطني لدى مستخدمي بعض شبكات التواصل الاجتماعي من معلمي مدارس التعليم العام في مصر"، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، جامعة بسكرة، العدد **12**، الجزائر، **2014**.
- طلحة إلياس، "نظرية التلقي وأطروحاته"، جامعة أم البواقي، العدد 1، الجزائر، **2021**.
- عائشة لصلج، نور الدين مبني، "مفهوم التلقي في سياق الدراسات الثقافية: مقاربة ستيوارت هال لفهم الخطاب التلفزيوني"، مجلة آفاق سينمائية، المجلد 7، العدد 1، جامعة محمد الأمين دباغين سطيف **2**، الجزائر، **2020**.
- جيدور حاج بشير، "دور المضامين في رأب الصدع المصاحب للعنف السياسي والأزمة المجتمعية: معالجة الإعلام لتبعات المأساة الوطنية في الجزائر"، المجلة الدولية للبحوث القانونية والسياسية، جامعة غرداية، العدد **03**، الجزائر، **2022**.
- هاجر عطية عبد الفتاح عقلي، "اتجاهات الجمهور المصري نحو سياسات مواقع التواصل الاجتماعي في التعامل مع أحداث غزة"، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، العدد **30**، الجزء الثاني، **2023**.

رابعاً: المحاضرات والمصادر التعليمية

- هبة محسن محمود، المحاضرة الخامسة في البحث العلمي: المنهج الوصفي، قسم التربية البدنية والعلوم الرياضية، كلية التربية للبنات، جامعة الموصل، العراق، 2021.
- Kassiani Nikolopoulou, "What is Convenience Sampling? Definition & Examples", Revised on June 22, 2023, Accessed on 22-03-2026.

سادساً: المواقع الإلكترونية

- **موقع** Ultra Algeria: https://ultraalgeria.ultrasawt.com
- **موقع الجزيرة نت:** https://www.aljazeera.net
- موقع المركز الليبي للدراسات الاستراتيجية والأمن الوطني: https://lcss.gov.ly/articles/blog/post-246
- **موقع الشروق أونلاين**: https://www.echoroukonline.com
- **stuart-halls-encoding-decoding**,**15**/**09**/**2025**,

https://**2u**.**pw**/**PTeEfp**, **19**/**05**/**2026**

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

العبارة	رقم الصفحة
الشكر	**I**
الإهداء	**II**
ملخص الدراسة باللغة العربية	**V**
ملخص الدراسة باللغة الإنجليزية	**VI**
مقدمة	**أ – ب**
الجانب المنهجي	
تمهيد الجانب:	**2**
1.الإشكالية	**4 – 3**
2.تساؤلات الدراسة	**4**
3. الفرضيات	**4**
4. أهداف الدراسة	**5 – 4**
5. أهمية الدراسة العلمية والعملية	**6 - 5**
6. مسوغات (أسباب اختيار موضوع الدراسة)	**6**
7.مفاهيم الدراسة وتعريفاتها الإجرائية	**8 – 7**
8. الدراسات السابقة والمشابهة و التعقيب عليها	**14 - 9**
9. موجز للمقاربة النظرية للدراسة	**15 – 14**
10.منهج الدراسة وأدواته	**17 – 15**
11. إجراءات الصدق و الثبات	**18 – 17**
12. مجتمع البحث والعينة	**20 – 19**
13. حدود الدراسة	**20**

فهرس المحتويات

خلاصة الجانب المنهجي:	**21**
الجانب النظري	
تمهيد	**23**
نظرية التلقي في الدراسات الإعلامية	**25 – 24**
1.التلقي بوصفه عملية إدراكية وتأويلية	**24**
2. نشأة نظرية التلقي ونموذجها التفسيري	**25**
3. مفاهيم نظرية التلقي عند ستيوارت هال وأنماط التلقي	**25**
ماهية مواقع التواصل الإجتماعي	**33 – 26**
1.تعريف مواقع التواصل الإجتماعي	**27- 26**
2. موجز لنشأة مواقع التواصل الاجتماعي	**27**
3.أنواع مواقع التواصل الإجتماعي وخصائصها	**31 – 28**
4. خصائص مواقع التواصل الاجتماعي	**33 – 32**
4. وظائف مواقع التواصل الإجتماعي في نقل القضايا والأحداث	**33**
تلقي أحداث الحرب على غزة (من أكتوبر2023) عبر مواقع التواصل الإجتماعي	**34 -**
1. سياق وأحداث الحرب على غزة أكتوبر **2023**	**34**
2. تلقي المستخدم الجزائري لأحداث غزة عبر مواقع التواصل الإجتماعي	**35**
3. البعد التاريخي في تلقي المرأة الجزائرية لقضية غزة	**36 – 35**
خلاصة الجانب:	**37**
الجانب التطبيقي	
تمهيد	**39**
1. عرض نتائج المحور الأول ومناقشتها	**41 – 40**

فهرس المحتويات

2.عرض نتائج المحور الثاني ومناقشتها	**45 – 41**
3. عرض نتائج المحور الثالث ومناقشتها	**48 – 45**
4. عرض نتائج المحور الرابع ومناقشتها	**53 – 48**
5. اختبار الفرضيات	**62 – 53**
6. النتائج العامة للدراسة	**62**
7. التوصيات والمقترحات	**63**
الخاتمة	**66**
قائمة المراجع	**70 - 68**
فهرس المحتويات والاشكال	**74 - 73**

فهرس الجداول

فهرس الجداول

الرقم	العنوان	ر.ص
1	معامل الفا كرونباخ بالنسبة لمحاور الاستبيان	18
2	توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	40
3	توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي	40
4	أهم المنصات المستخدمة من طرف أفراد العينة في متابعة مضامين الحرب على غزة	41
5	ظهور محتوى الحرب على غزة في منصات التواصل الاجتماعي لعينة الدراسة	42
6	أنواع المنشورات التي يتعرض لها أفراد العينة	43
7	أهم المصادر الذي تثق به أكثر أفراد العينة حول أخبار الحرب على غزة	44
8	طبيعة إدراك أفراد العينة لمضامين الحرب على غزة عبر منصات الميديا الجديدة	45
9	مدى تأثر فهم أفراد العينة لمضامين الحرب على غزة	46
10	كيفية تعامل أفراد العينة لمضامين الحرب على غزة عند تلقيها	47
11	ابراز انفعالات أفراد العينة التي تولدها مضامين الحرب على غزة	48
12	انعكاس الانفعالات على السلوك الرقمي لمفردات العينة	49
13	كيفية دفع مضامين الحرب على غزة أفراد العينة للقيام بسلوك معين	50
14	السلوك الذي قام به أفراد العينة عبر منصات الميديا الجديدة	51
15	مدى تأثير مضامين الحرب على غزة في تعزيز الوعي الانساني لدى أفراد العينة	52
16	مدى تأثير مضامين الحرب على غزة في تعزيز الوعي السياسي لدى أفراد العينة	52
17	متغير السن وأهم المصادر الذي تثق به أكثر أفراد العينة حول أخبار الحرب على غزة	54
18	المستوى التعليمي وأهم المصادر الذي تثق به أكثر أفراد العينة حول أخبار الحرب على غزة	55
19	متغير السن وطبيعة إدراك أفراد العينة لمضامين الحرب على غزة عبر منصات التواصل الاجتماعي	56
20	المستوى التعليمي وطبيعة إدراك أفراد العينة لمضامين الحرب على غزة عبر منصات التواصل الاجتماعي	57
21	متغير السن ومدى تأثر فهم أفراد العينة لمضامين الحرب على غزة	58
22	المستوى التعليمي ومدى تأثر فهم أفراد العينة لمضامين الحرب على غزة	59

23	متغير السن وكيفية تعامل أفراد العينة لمضامين الحرب على غزة عند تلقيها	60
24	المستوى التعليمي وكيفية تعامل أفراد العينة لمضامين الحرب على غزة عند تلقيها	61
25	متغير السن ومدى تأثير مضامين الحرب على غزة في تعزيز الوعي الانساني لدى أفراد العينة	85

الملاحق

جامعة زيان عاشور

كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية

قسم الاعلام والاتصال

الاستبيان

تلقي المرأة الجزائرية لمضامين أحداث الحرب على غزة منذ أكتوبر 2023 عبر منصات التواصل الاجتماعي
دراسة ميدانية على عينة من نساء ولاية الجلفة

مذكّرة تخرج ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر أكاديمي في علوم الإعلام والاتصال: تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

من اعداد الطالبة:

- غوريد هدى
- عثمان منار

تحت اشراف الأستاذ:

– د. خيري نورة

الملاحق

❖ **الأول: البيانات الشخصية:**

السن: أقل من 20 سنة ☐ من 20 الى 29 سنة ☐ من 30 الى 39 سنة ☐

من 40 الى 49 سنة ☐ 50 سنة فأكثر ☐

المستوى التعليمي: بدون مستوى ☐ ابتدائي ☐ متوسط ☐

ثانوي ☐ جامعي ☐

المحور الثاني: طبيعة التعرض لمضامين الحرب على غزة عبر منصات التواصل الاجتماعي من قبل المرأة الجلفاوية

1.أي منصات تستخدمين في متابعة أخبار أو مضامين حول الحرب على غزة؟ **يمكن اختيار أكثر من إجابة**

فيس بوك ☐ تويتر ☐ انستغرام ☐

تيك توك ☐ يوتيوب ☐ أخرى: .....

2.كيف يظهر لك محتوى الحرب على غزة منصات التواصل الاجتماعي

أبحث عن نفسي ☐ يظهر لي بشكل تلقائي أثناء التصفح ☐ كلاهما معا ☐

3.ما أنواع المنشورات التي تتعرضين لها أكثر؟ **يمكن اختيار أكثر من إجابة**

صور ☐ فيديوهات ☐ نصوص مكتوبة ☐ بث مباشر ☐

4.ما مصدر المحتوى الذي تثقين به أكثر حول أخبار الحرب على غزة؟ **يمكن اختيار أكثر من إجابة**

منشورات الأصدقاء ☐ مو اقع لوسائل إعلام رسمية ☐ صفحات ناشطون ☐

حسابات فردية ☐ منظمات وجمعيات انسانية ☐ أخرى .....

المحور الثالث: تفسير المرأة الجلفاوية مضامين الحرب على غزة عبر منصات التواصل الاجتماعي

1.ما طبيعة إدراك المرأة الجلفاوية لمضامين الحرب على غزة عبر منصات التواصل الاجتماعي؟

إنسانية ☐ سياسية ☐ دعائية ☐ مزيج ☐

2.هل تؤثر مضامين الحرب على غزة التي ترينها في منصات التواصل الاجتماعي على طريقة فهمك وتفسيرك لها بدرجة:

كبيرة جدا ☐ كبيرة ☐ متوسطة ☐ ضعيفة ☐ لا تؤثر ☐

3.كيف تتعاملين مع مضامين الحرب على غزة عند تلقيها في منصات التواصل الاجتماعي؟

أصدقها كما هي ☐

أصدق بعضها وأشكك في بعضها الآخر ☐

لا أصدقها أو أفسرها بطريقة مختلفة ☐

المحور الرابع: التأثيرات العاطفية والسلوكية الناتجة عن تلقي المرأة الجزائرية لمضامين الحرب على غزة عبر منصات التواصل الاجتماعي

1. ما أبرز الانفعالات التي تولدها مضامين الحرب على غزة لديك؟ **يمكن اختيار أكثر من اجابة**

حزن ☐ **غضب** ☐ **تضمان** ☐ **قلق** ☐

2. كيف تنعكس هذه الانفعالات على سلوكك الرقمي عبر منصات التواصل الاجتماعي؟

مشاركة المنشور ☐ **تعليق** ☐ **التفاعل** ☐ **عدم التفاعل** ☐

3. هل دفعتك بالقيام بسلوك معين؟ **نعم** ☐ **لا** ☐

4. في حالة الإجابة بنعم:

التبرع ☐ **نشر الوعي** ☐ **الدعاء** ☐ **المشاركة في حملات** ☐

أخرى: .....

5. ما مدى تأثير مضامين الحرب على غزة عبر منصات التواصل الاجتماعي في تعزيز وعيك الإنساني؟ اختر اجابة واحدة، **نقصد بالوعي الإنساني: تضامن، مشاعر، قيم إنسانية، تعاطف**

كبير جدا ☐ **كبير** ☐ **متوسط** ☐

ضعيف ☐ **ضعيف جدا** ☐ **لا أستطيع تحديد** ☐

6. ما مدى تأثير مضامين الحرب على غزة عبر منصات التواصل الاجتماعي في تعزيز وعيك السياسي؟ اختر اجابة واحدة، نقصد بالوعي السياسي: مواقف، فهم للصراع، إدراك أبعاد سياسية، توجهات فكرية

كبير جدا ☐ **كبير** ☐ **متوسط** ☐

ضعيف ☐ **ضعيف جدا** ☐ **لا أستطيع تحديد** ☐