

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministry of higher education and scientific research
جامعة الشهيد العربي التبسي - تبسة
Echahid Cheikh Larbi Tebessi University- Tebessa
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
faculty of humanities and social sciences



قسم علوم الإعلام والاتصال
تخصص اتصال تنظيبي

مذكرة ماستر تحت عنوان

**أثر القضية الفلسطينية على شعبية المؤثرين عبر
مواقع التواصل الاجتماعي □
دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجزائري**

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر L.M.D

إشراف الأستاذ:

أ.د بوطورة أكرم

إعداد الطالبتان:

شيماء بكايري

غربي كنزة

أعضاء لجنة المناقشة

الصفة	الرتبة العلمية	الاسم واللقب
رئيساً	أستاذ محاضر "أ"	د.بدر الدين مسعودي
مشرفاً ومقرراً	أستاذ التعليم العالي	أ.د بوطورة أكرم
عضواً مناقشاً	أستاذ مساعد "أ"	د. قبايلية ريم

السنة الجامعية 2023 / 2024



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



شكر و عرفان

الحمد لله رب العالمين وبه نستعين على أمور الدنيا والدين، وصلي اللهم وسلم على نبينا محمد خاتم الأنبياء وإمام المرسلين

قال تعالى: "ومن يشكر فإنما يشكر لنفسه" لقمان 12 ولقول رسول الله ﷺ: "من لا يشكر الناس لا يشكر الله"

وعليه، إن المرء على امتنانه وشكره ليس إلا نقطة في بحر تجاه ما يستحق هؤلاء الأساتذة والمشرفون من تقدير وتبجيل، وفي هذا الإطار الأكاديمي الرصين، نرفع أسى آيات الشكر والتقدير إلى أساتذتنا الفاضل والمشرف القدير الدكتور أكرم بطورة على هذا العمل الذي لم يدخر جهداً في تقديم المساعدة والدعم والتوجيه اللازمين، لقوله تعالى: "ما جزاء الإحسان إلا الإحسان" الرحمن 60. كما لا يسعنا إلا أن نعبر عن بالغ الشكر للجنة التقييم التي بذلت جهودها في قراءة ومناقشة هذا العمل، مؤثرة إياه بملاحظاتها القيمة ومدخلاتها الثرية، الذي كان لها الأثر الكبير في إثراء هذا العمل. بكل ما يحمله القلب من مشاعر الاعتزاز والتقدير، نود عند هذه النقطة الختامية أن نعبر عن عظيم الشكر والامتنان لجميع من ساندنا ووقف بجانبنا خلال رحلتنا الأكاديمية. فلكل من له بصمة في هذا الإنجاز، من أساتذة وزملاء وعائلة وأصدقاء، نتوجه بالشكر العميق، آملاً منا أن يكون هذا العمل إضافة ذات قيمة في ميدان العلم الذي نهضنا لخدمته.

نسأل الله تعالى أن يتقبل منا هذا الجهد وأن يجعله خالصاً لوجهه الكريم، سعياً في مضمار العلم لما فيه خير للإنسانية، وأن يجزي كل من أسهم في هذا العمل خير الجزاء وأن يعيننا على تقديم المزيد في مجالات علمية تخدم بلادنا وأمتنا.

وتبقى الكلمات مهما ارتقت عاجزة عن تمام الشكر وكمال الامتنان، لكنها بادرة تقدير تابعة من قلب ممتن. وبالله التوفيق.

والسلام خير الختام.

الإهداء

بسم خالقي ومسير أموري وعصمة أمري... الحمد لله الذي كان لي سنداً ومعيناً في كل وقت وأنعم علي بنعمته التي لا تعد ولا تحصى، ما كنت لأفعل ذلك لولا فضله ورحمته
لم تكن الرحلة قصيرة ولا ينبغي لها أن تكون، لم يكن الحلم قريب ولا الطريق محفوفاً بالتسهيلات، لحظات من اليأس تعاقب مع الأمل عاصفة بإرادتي، ومع ذلك، اخترت الإصرار والتفاني، الكفاح بكل المعاني، للوصول إلى هذه اللحظة التي أقف فيها فخورة بما حققته بقلمي وألواني وهذه المذكرة تشهد على كلامي... لهذا أهدي ثمرة جهدي إلى:
نفسى أولاً، التي طالما قالت أنا لها وبالفعل نالها، وإن أبت رغماً عنها أتيت بها.
إلى من كلل العرق جبينه، ومن علمني أن النجاح لا يأتي إلا بالصبر والإصرار، إلى الذي زين اسمي بأجمل الألقاب، من دعمني بلا حدود وأعطاني بلا مقابل، داعي الأول في مسيرتي وسندي وملاذي بعد الله، فخري واعتزازي
"أبي"
إلى من جعل الله الجنة تحت قدميها، واحتضني قلبها قبل يدها، إلى من كان دعائها سر نجاحي، إلى نبع الحنان والروح التي لا تخبو مع الزمان، إلى أعظم النساء التي بها أبدأ وأختتم كل الدعاء
"أمي الحبيبة"
إلى ضلعي الثابت، وأماني أيامي، إلى من شددت عضدي بهم فكانوا إلى ينابيع أرتوي منها، إلى خيرة أيامي وصفوتها إلى قرة عيني... إخوتي وأخواتي "أمال، لينده، نورة، محمد، خالد، عمار"
إلى من ساندني بكل حب عند ضعفي، إلى أصدقاء المواقف لا أصدقاء السنين، تلك الأيادي الخفية التي أمنت بي،
إليكم جميعاً أهدي هذا الإنجاز وثمره النجاح التي لا طالما تمنيتها وسعيت من أجله، ها أنا اليوم أكملت وأتممت أول ثمراته، هذه ليست لا النهاية وبإذن الله ستكون بداية لمشوار أطول مكلل بالنجاحات، فالحمد لله حيا وشكرا وامتنانا على البدء والختام، وآخر دعواهم أن
"الحمد لله رب العالمين"

شيماء



الإهداء

من قال أنا لها نالها

الحمد لله حُبا وشكرا وامتنانا على البدء والختام
لم تكن الرحلة قصيرة ولا ينبغي لها أن تكون لم يكن الحلم قريبا ولا الطريق كان محفوظا بالتسهيلات لكنني فعلتها ونلتها و
ها أنا اليوم أتوج لحظات الأخيرة في ذلك الطريق وبكل حب أهدي ثمرت نجاحي وتخرجي:
إلى نفسي الطموحة التي تحملت كل العثرات وأكملت رغم الصعوبات
إلى ذلك الرجل العظيم الذي ساندني بكل حب في ضعفي من أرى سعادتي بنيل رضاه إلى الغالي الذي تحمل التعب
والمشقة سنينا متتالية خلال مسيرتي التعليمية موفرا لي كل الظروف ومشجعا لي على المضي قدما ها قد حان الوقت
لكي أقدم له هذا الإهداء، تحقيقا لأمنية تماناها لي منذ صغري، وأن أضع بين يديه أولى إنجازاتي فهو من يستحق
الاجلال و الاكبار والافتخار إنه فخري واعتزازي وملاذي بعد الله

(بابا)

إلى اليد الخفيفة التي ازالته عن طريقي الاشواط ومن تحملت كل لحظة الم مررت بها من ساندتني واستيقظت فجرا
للدعاء لي أهديك هذه المذكرة تعبيراً عن حبي وامتناني العميقين، وتقديراً لكل ما قدمته لي من دعم وتضحية. شكراً لك يا
أمي، فبفضل دعواتك وجهودك، تحقق هذا الحلم.

(ماما)

إلى ملائكة رزقني الله بهن لأعرف من خلالهن طعم الحياة الجميلة تلك الملائكة التي غيرن مفاهيم الحب والصدقة
والسند في حياتي إلى أخواتي، بوجودكما كان الطريق أجمل وأسهل
(ملاك - رحمة)

وأخيرا أكد أن هذه ليست النهاية بل هي بداية جديدة لرحلة أخرى مليئة بالتحديات والفرص وتذكروا دائما أن الحياة
تتطلب منا الشجاعة لنكون أنفسنا، الشجاعة لنحلم وأكثر من ذلك الشجاعة لنحول تلك الأحلام إلى واقع.

كنزة





فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
	شكرو عرفان
	إهداء
I-IV	فهرس المحتويات
VI-VIII	فهرس الجداول
X-XII	فهرس الأشكال
أ-ج	مقدمة
الفصل الأول: إشكالية الدراسة وإجراءاتها المنهجية	
18	أولاً: إشكالية الدراسة
18	1- تحديد المشكلة
19	2- التساؤلات الفرعية
20	3- أسباب اختيار الموضوع
21	4- أهمية الدراسة
21	5- أهداف الدراسة
22	6- تحديد المفاهيم
36	ثانياً: الخلفية النظرية
36	1- الخلفية المعرفية لنظرية الاستخدامات والإشباع
37	2- فروض نظرية الاستخدامات والإشباع
38	3- أهداف نظرية الاستخدامات والإشباع
38	4- نموذج الاستخدامات والإشباع
39	5- انتقادات نظرية الاستخدامات والإشباع
40	6- علاقة النظرية بموضوع الدراسة
42	ثالثاً: الإجراءات المنهجية
42	1- مجالات الدراسة

44	2- نوع الدراسة ومنهجها
45	3- أدوات جمع البيانات
الفصل الثاني: القضية الفلسطينية في الإعلام الجديد ومعالجة المؤثرين لها عبر مواقع التواصل الاجتماعي	
49	تمهيد
50	أولاً: لمحة تاريخية عن القضية الفلسطينية
50	1- جغرافية فلسطين
51	2- فلسطين تحت الانتداب البريطاني 1917-1947
53	3- النكبة وقيام الكيان الصهيوني 1948
54	4- الحرب العربية الإسرائيلية 1956-1967-1973
56	5- اتفاقية أوسلو "اتفاقية السلام" 1993
58	6- أبرز التطورات الحاصلة
63	ثانياً: القضية الفلسطينية في الإعلام الجديد
63	1- مفهوم الإعلام الجديد والمفاهيم المشابهة له
64	2- دور الإعلام الجديد في إبراز التحديات التي تواجه القضية الفلسطينية
65	3- كيفية معالجة الإعلام الجديد للقضية الفلسطينية
69	4- نماذج ناجحة لاستخدام الإعلام الجديد في دعم القضية الفلسطينية
75	5- الانحياز الإعلامي للكيان الصهيوني في القضية الفلسطينية
79	ثالثاً: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي
79	1- نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي
82	2- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
82	3- نماذج عن أشهر مواقع التواصل الاجتماعي
85	4- دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
86	5- إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي
88	رابعاً: ظاهرة المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي
88	1- مفهوم المؤثرين والفرق بينهم وبين صناع المحتوى

89	2- نشأة وتطور ظاهرة المؤثرين
90	3- أنواع المؤثرين في مواقع التواصل الاجتماعي
92	4- خصائص مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي
94	5- دور المؤثرين في معالجة القضية الفلسطينية
97	خلاصة الفصل الثاني
الفصل الثالث: الإطار التطبيقي	
99	أولاً: تفرغ البيانات وتحليلها
99	البيانات الشخصية
103	المحور الثاني: أثير القضية الفلسطينية على عادات وأنماط استخدام الشباب الجزائري لمواقع التواصل الاجتماعي
117	المحور الثالث: دوافع تعرض الشباب لمحتوى المؤثرين حول القضية الفلسطينية
132	المحور الرابع: الإشباعات المحققة للشباب من تعرضه لمحتوى المؤثرين المتعلق بالقضية الفلسطينية
151	المحور الخامس: تأثير محتوى المؤثرين على تغيير سلوكيات الشباب حول القضية الفلسطينية
169	ثانياً: نتائج الدراسة
169	1- النتائج الجزئية المتعلقة بالمحور الأول
171	2- النتائج الجزئية المتعلقة بالمحور الثاني
172	3- النتائج الجزئية المتعلقة بالمحور الثالث
174	4- النتائج الجزئية المتعلقة بالمحور الرابع
176	ثالثاً: مناقشة النتائج العامة للدراسة في ضوء التساؤل الرئيسي والتساؤلات الفرعية:
176	التساؤل الرئيسي: ما هو أثر القضية الفلسطينية على شعبية المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
176	التساؤل الفرعي الأول: كيف أثرت القضية الفلسطينية على عادات وأنماط استخدام الشباب الجزائري لمواقع التواصل الاجتماعي؟
177	التساؤل الفرعي الثاني: ماهي دوافع تعرض الشباب الجزائري لمحتوى المؤثرين حول القضية

	الفلسطينية؟
177	التساؤل الفرعي الثالث: ماهي الاشباعات المحققة من تعرض الشباب الجزائري لمحتوى المؤثرين حول القضية الفلسطينية؟
178	التساؤل الفرعي الرابع: كيف يؤثر محتوى المؤثرين على تغيير سلوكيات الشباب الجزائري حول القضية الفلسطينية؟
200	خاتمة
203	قائمة المراجع
225	الملاحق
	الملخص



فهرس المحتويات

الرقم	العنوان	الصفحة
01	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	99
02	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير العمر	100
03	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي	101
04	يوضح توزيع أفراد العينة حسب المصادر المعتمدة لمتابعة معظم أخبار القضية الفلسطينية	103
05	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الوقت المستغرق في مواقع التواصل الاجتماعي لمتابعة معظم أخبار القضية الفلسطينية	105
06	يوضح توزيع أفراد العينة حسب كيفية متابعتهم لأخبار القضية الفلسطينية على مواقع التواصل الاجتماعي	106
07	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متابعتهم لحسابات أو صفحات تتناول موضوع القضية الفلسطينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي	108
08	يوضح توزيع أفراد العينة في حالة الإجابة ب "لا"	109
09	يوضح توزيع أفراد العينة حسب درجة مشاركتهم في النقاشات التي تتعلق بالقضية الفلسطينية على مواقع التواصل الاجتماعي.	110
10	توزيع أفراد العينة حسب وسائل التواصل الاجتماعي التي تعكس أخبار القضية الفلسطينية.	112
11	يوضح آراء المبحوثين في مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في نقل الأخبار والمعلومات المتعلقة بالقضية الفلسطينية بشكل دقيق	114
12	يوضح آراء المبحوثين في مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في نقل الأخبار والمعلومات المتعلقة بالقضية الفلسطينية بشكل دقيق	115
13	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متابعتهم للمؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي	117
14	يوضح توزيع أفراد العينة حسب مجال المؤثرين الذين يتابعونهم	118
15	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الأسباب التي لا يتابعون من أجلها مؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي	119
16	يوضح توزيع أفراد العينة الذين يتابعون المؤثرين حسب موقفهم من القضية الفلسطينية	121

123	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجوانب التي يفضلونها في محتوى المؤثرين الذي يعالج القضية الفلسطينية	17
125	يوضح توزيع أفراد العينة حسب كيفية مشاهدتهم لمحتوى المؤثرين المتعلق بالقضية الفلسطينية	18
126	يوضح توزيع أفراد العينة حسب تأثير تجاربهم الشخصية وخلفيتهم الثقافية على اختيارهم متابعة محتوى مؤثر معين حول القضية الفلسطينية	19
128	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الأسباب التي تجعلهم يتابعون محتوى المؤثرين المتعلق بالقضية الفلسطينية	20
130	يوضح توزيع أفراد العينة حسب المعلومات التي تفتقر إليها في محتوى المؤثرين حول القضية الفلسطينية	21
132	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجوانب التي تثير اهتمامهم في محتوى المقدم من قبل المؤثرين والمتعلق بالقضية الفلسطينية	22
133	يوضح توزيع أفراد العينة حسب شكل المحتوى الذي يجذب انتباههم بشكل كبير	23
135	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الشعور بالفخر نتيجة التعرض لمحتوى المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي	24
136	يوضح توزيع أفراد العينة حسب مساهمة محتوى المؤثر في تشكيل آراء الشباب الجزائري حول القضية الفلسطينية	25
138	يوضح توزيع أفراد العينة حسب مساهمة محتوى المؤثرين في تعزيز تفاعل الشباب الجزائري مع الموضوعات السياسية والاجتماعية الأخرى في العالم العربي	26
140	يوضح توزيع أفراد العينة حسب تفضيلات الشباب للمحتوى الذي ينشره المؤثرين	27
142	يوضح توزيع العينة حسب آراء الشباب الجزائري تجاه مواقف بعض المؤثرين الرياضيين	28
144	يوضح توزيع العينة حسب آراء الشباب الجزائري تجاه مواقف بعض المؤثرين في الوسط الفني	29
147	يوضح توزيع أفراد العينة حسب تغييرهم للقرار متابعة مؤثرين نتيجة موقفهم من القضية الفلسطينية	30
148	يوضح توزيع أفراد العينة إذا كانت الإجابة ب "نعم"	31

149	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الصفات التي يبحث عنها الشباب في المؤثرين الذين ينشرون محتوى متعلق بالقضية الفلسطينية	32
151	يوضح توزيع أفراد العينة حسب ما يقوم به الشباب الجزائري عند تعرضهم لمحتوى المؤثرين الذي يتحدث عن القضية الفلسطينية	33
153	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الأفكار والمقترحات التي تعتقد أنه يجب أن يتضمنها محتوى المؤثرين لتحقيق تأثير أكبر عليهم بخصوص القضية الفلسطينية	34
155	يوضح توزيع أفراد العينة حسب شعورهم بالرغبة في المشاركة في فعاليات أو حملات تدعم القضية الفلسطينية بعد مشاهدتهم لمحتوى المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي	35
156	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الشعور بتغيير في وجهة نظرهم حول القضية الفلسطينية بسبب محتوى المؤثرين حولها	36
158	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الأسباب التي دفعتهم للشعور بتغيير في وجهة نظرهم حول القضية الفلسطينية بسبب محتوى المؤثرين حولها	37
159	يوضح توزيع أفراد العينة حسب إمكانية المحتوى الذي ينشره المؤثرين أن يؤثر بشكل أكبر على سلوكهم بشأن القضية الفلسطينية	38
161	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الخطوات التي قاموا بها بناء على تعرضهم لمحتوى المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي لدعم القضية الفلسطيني	39
163	يوضح توزيع أفراد العينة حسب تقييمهم لتأثير المحتوى الذي شاركه المؤثرين حول القضية الفلسطينية على مشاعرهم وتصرفاتهم	40
164	يوضح توزيع أفراد العينة حسب التوصيات التي لديهم لتحسين محتوى المؤثرين حول القضية الفلسطينية	41
165	يوضح توزيع أفراد العينة حسب العوامل التي يعتقدون أنها تؤثر على شعبية المؤثرين الذين يناقشون القضية الفلسطينية	42

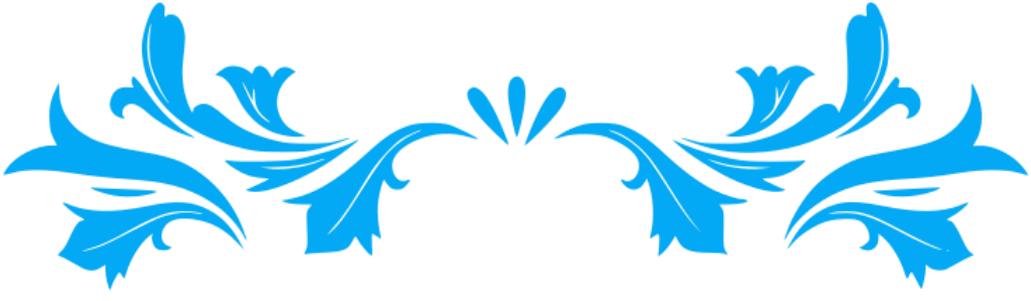


فهرس الأشكال

الرقم	العنوان	الصفحة
01	يمثل نموذج "كاتز" للاستخدامات و الاشباعات	38
02	يوضح أرقام الهجمات العسكرية الثلاث على غزة في 2014_2012_2008	60
03	يوضح تواريخ ظهور أشهر مواقع التواصل الاجتماعي من فترة 1997 إلى 2006	81
04	يوضح ترتيب أشهر مواقع التواصل الاجتماعي من حيث نسبة المسجلين النشطين لسنة 2023.	83
05	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	100
06	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير العمر	101
07	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي	102
08	يوضح توزيع أفراد العينة حسب المصادر المعتمدة لمتابعة معظم أخبار القضية الفلسطينية	104
09	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الوقت المستغرق في مواقع التواصل الاجتماعي لمتابعة معظم أخبار القضية الفلسطينية	106
10	توزيع أفراد العينة حسب كيفية متابعتهم لأخبار القضية الفلسطينية على مواقع التواصل الاجتماعي	107
11	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متابعتهم لحسابات أو صفحات تتناول موضوع القضية الفلسطينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي	109
12	يوضح توزيع أفراد العينة في حالة الإجابة ب "لا"	110
13	توزيع أفراد العينة حسب درجة مشاركتهم في النقاشات التي تتعلق بالقضية الفلسطينية على مواقع التواصل الاجتماعي.	111
14	يوضح توزيع أفراد العينة حسب وسائل التواصل الاجتماعي التي تعكس أخبار القضية الفلسطينية حسب رأيهم	113
15	يوضح آراء المبحوثين في مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في نقل الأخبار والمعلومات المتعلقة بالقضية الفلسطينية بشكل دقيق	115
16	يوضح آراء المبحوثين في مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في نقل الأخبار والمعلومات المتعلقة بالقضية الفلسطينية بشكل دقيق	116
17	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متابعتهم للمؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي	117

119	يوضح توزيع أفراد العينة الذين يتابعون المؤثرين في مجالات معينة	18
121	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الأسباب التي لا يتابعون من أجلها مؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي	19
122	يوضح توزيع أفراد العينة الذين يتابعون المؤثرين حسب موقفهم من القضية الفلسطينية	20
124	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجوانب التي يفضلونها في محتوى المؤثرين الذي يعالج القضية الفلسطينية	21
126	يوضح توزيع أفراد العينة حسب كيفية مشاهدتهم لمحتوى المؤثرين المتعلق بالقضية الفلسطينية	22
127	يوضح توزيع أفراد العينة حسب تأثير تجاربهم الشخصية وخلفيتهم الثقافية على اختيارهم متابعة محتوى مؤثر معين حول القضية الفلسطينية	23
130	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الأسباب التي تجعلهم يتابعون محتوى المؤثرين المتعلق بالقضية الفلسطينية	24
131	يوضح توزيع أفراد العينة حسب المعلومات التي تفتقر إليها في محتوى المؤثرين حول القضية الفلسطينية	25
133	توزيع أفراد العينة حسب الجوانب التي تثير اهتمامهم في محتوى المقدم من قبل المؤثرين والمتعلق بالقضية الفلسطينية	26
135	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجوانب التي تثير اهتمامهم في محتوى المقدم من قبل المؤثرين والمتعلق بالقضية الفلسطينية	27
136	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الشعور بالفخر نتيجة التعرض لمحتوى المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي	28
138	يوضح توزيع أفراد العينة حسب مساهمة محتوى المؤثر في تشكيل آراء الشباب الجزائري حول القضية الفلسطينية	29
139	توزيع أفراد العينة حسب مساهمة محتوى المؤثرين في تعزيز تفاعل الشباب الجزائري مع الموضوعات السياسية والاجتماعية الأخرى في العالم العربي	30
141	توزيع أفراد العينة حسب تفضيلات الشباب للمحتوى الذي ينشره المؤثرين	31
144	يوضح توزيع أفراد العينة حسب آراء الشباب الجزائري تجاه مواقف بعض المؤثرين الرياضيين	32

146	توزيع أفراد العينة حسب آراء الشباب الجزائري تجاه مواقف بعض المؤثرين في الوسط الفني	33
148	يوضح توزيع أفراد العينة حسب تغييرهم للقرار متابعة مؤثرين نتيجة موقفه من القضية الفلسطينية	34
149	يوضح توزيع أفراد العينة إذا كانت الإجابة ب "نعم"	35
151	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الصفات التي يبحث عنها الشباب في المؤثرين الذين ينشرون محتوى متعلق بالقضية الفلسطينية	36
153	يوضح توزيع أفراد العينة حسب ما يقوم به الشباب الجزائري عند تعرضهم لمحتوى المؤثرين الذي يتحدث عن القضية الفلسطينية	37
155	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الأفكار والمقترحات التي تعتقد أنه يجب أن يتضمنها محتوى المؤثرين لتحقيق تأثير أكبر عليهم بخصوص القضية الفلسطينية	38
156	يوضح توزيع أفراد العينة حسب شعورهم بالرغبة في المشاركة في فعاليات أو حملات تدعم القضية الفلسطينية بعد مشاهدتهم لمحتوى المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي	39
157	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الشعور بتغيير في وجهة نظرهم حول القضية الفلسطينية بسبب محتوى المؤثرين حولها	40
159	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الأسباب التي دفعتهم للشعور بتغيير في وجهة نظرهم حول القضية الفلسطينية بسبب محتوى المؤثرين حولها	41
161	يوضح توزيع أفراد العينة حسب تأثير محتوى المؤثرين المتعلق بالقضية الفلسطينية على سلوكياتهم	42
163	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الخطوات التي قاموا بها بناء على تعرضهم لمحتوى المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي لدعم القضية الفلسطينية	43
164	يوضح توزيع أفراد العينة حسب تقييمهم لتأثير المحتوى الذي شاركه المؤثرين حول القضية الفلسطينية على مشاعرهم وتصرفاتهم	44
166	يوضح توزيع أفراد العينة حسب التوصيات التي لديهم لتحسين محتوى المؤثرين حول القضية الفلسطينية	45
169	يوضح توزيع أفراد العينة حسب العوامل التي يعتقدون أنها تؤثر على شعبية المؤثرين الذين يناقشون القضية الفلسطينية	46



مقدمة



مقدمة

في عالم متغير بسرعة مذهلة، تتحد التكنولوجيا ووسائل الإعلام لتصنع مسارات جديدة للتواصل وتشكيل الرأي العام. يظهر الإعلام الجديد بوقعه العميق على الساحة الإعلامية، حيث تلتقي فيه الأفكار والتوجهات بمرونة لم يشهدها التاريخ من قبل، فمع تحول العصر الرقمي سلطت مواقع التواصل الاجتماعي بأنواعها وخصائصها الضوء على قدرات جديدة، فصارت ليست مجرد أدوات للتواصل، بل هي ساحات حوار ومعارك وآراء، وصناع الرأي والمؤثرين.

وفي هذا السياق، برزت القضية الفلسطينية كموضوع حساس يستحوذ اهتمام العالم، بأهميتها الاستثنائية وتعقيداتها العميقة. فمع تطور الأحداث، تكاثفت مساحات الحوار والنقاش حول هذه القضية الملتهبة، بحيث أصبح الهاشتاج الخاص بها معبراً رئيسياً لأحداثها على مواقع التواصل الاجتماعي، محولاً إياها من محتوى خبري إلى ترند عالمي يتفاعل معه الملايين.

وفي خضم هذا السياق، يتبلور دور المؤثرين كركائز أساسية في هذه النقاشات. فصارت مساهماتهم حول القضية الفلسطينية جزءاً من ديناميكية تفاعلية تؤثر على اتجاهات المتابعين والجمهور. بينما ينقسم المؤثرون في تأثيرهم وتأثرهم، فإن دخولهم إلى هذا الميدان يعد تحدياً يكتنفه الجدل، فمن الممكن أن يساهموا في زيادة الوعي بالقضية وجلب المزيد من الدعم والتعاطف، ومن الممكن أن يجدوا أنفسهم موضوعين للنقد بسبب وجهات نظرهم ومدى تعمقهم في القضية.

وهذا ما يجعل دورهم في هذا السياق ليس مجرد تعبير عن وجهات نظر شخصية، بل هو جزء من تشكيل الرأي العام وتوجيه التفاعل الاجتماعي. كما أن قضية فلسطين، بتعقيداتها وأبعادها الإنسانية، تشكل اختباراً حقيقياً لمدى التزام وموقف المؤثرين في وسائل التواصل الاجتماعي. فهم يواجهون تحدياً حقيقياً في العثور على التوازن الصحيح بين شعبيتهم ومصداقيتهم، وذلك من خلال تقديم محتوى موضوعي ومتوازن حول هذه القضية الحيوية.

وبالتالي، تبقى هذه القضية محط أنظار المتابعين والجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يتابعون تفاصيل الأحداث ويشاركون في النقاشات والتعليقات بشكل فعّال.

وعليه، سنحاول في هذه الدراسة معرفة الأثر الذي لعبته القضية الفلسطينية على شعبية هؤلاء المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، من خلال الشباب الجزائري ووجهات نظرهم، وتسليط الضوء على تفاعلاتهم وتأثيراتهم في هذا السياق.

وفي هذا الإطار تبلورت مشكلة الدراسة وأهدافها، وجاءت هذه الدراسة مجزأة في ثلاثة فصول:

الفصل الأول "الإطار المنهجي": تناولنا فيه إشكالية الدراسة وتساؤلاتها الفرعية، أسباب اختيارنا للموضوع، وأهميته، بالإضافة إلى الأهداف المرجوة منه، وكذا المفاهيم المتعلقة بالدراسة، إلى جانب الدراسات السابقة المشابهة، والنظرية المعتمدة فيها، المنهج المستخدم، ومجتمع الدراسة، أدوات جمع البيانات، وحدود الدراسة الزمنية والمكانية.

الفصل الثاني: وهو الإطار النظري للدراسة، الذي كان معنون بالقضية الفلسطينية في الإعلام الجديد، ومعالجة المؤثرين لها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وقد اشتمل على أربعة أجزاء:

أولاً: لمحة تاريخية عن القضية الفلسطينية وفيها: جغرافية فلسطين، فلسطين تحت الانتداب البريطاني 1917-1947، النكبة وقيام الكيان الصهيوني 1948، الحرب العربية الإسرائيلية 1956-1967-1973، اتفاقية أوسلو "اتفاقية السلام" 1993، أبرز التطورات الحاصلة.

ثانياً: القضية الفلسطينية في الإعلام الجديد تناولنا فيها: مفهوم الإعلام الجديد والمفاهيم المشابهة له، دور الإعلام الجديد في إبراز التحديات التي تواجه القضية الفلسطينية، كيفية معالجة الإعلام الجديد للقضية الفلسطينية، نماذج ناجحة لاستخدام الإعلام الجديد في دعم القضية الفلسطينية، والانحياز الإعلامي للكيان الصهيوني في القضية الفلسطينية.

ثانياً: تعرفنا فيها عن ماهية مواقع التواصل الاجتماعي من ناحية النشأة والتطور، الخصائص، نماذج عن أشهر تلك المواقع، دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، إيجابياتها وسلبياتها.

رابعاً: تطرقنا إلى ظاهرة المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي بحيث تناولنا فيها: مفهوم المؤثرين والفرق بينهم وبين صناع المحتوى، نشأة وتطور ظاهرة المؤثرين، أنواع المؤثرين في مواقع التواصل الاجتماعي، خصائص مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي وأخيراً دور المؤثرين في معالجة القضية الفلسطينية.

الفصل الثالث والأخير: وهو الإطار التطبيقي للدراسة، أشتمل على عنصرين أساسيين وهما تفرغ البيانات وتحليلها، ونتائج الدراسة (التي قسمت إلى النتائج الجزئية المتعلقة بكل محور في الاستمارة، والنتائج العامة للدراسة في ضوء التساؤل الرئيسي والتساؤلات الفرعية).

بهذا، يكتمل إطار البحث والتحليل، ويتم تقديم جهود الباحثين وإسهاماته في فهم وتحليل دور المؤثرين وتأثيرهم على الرأي العام في مواجهة قضية معقدة مثل القضية الفلسطينية عبر منصات التواصل الاجتماعي، والأثر الناجم عن تناولهم لها في محتوياتهم على شيوخهم وجمهورتهم.

الفصل الأول

إشكالية الدراسة وإجراءاتها المنهجية

أولاً: إشكالية الدراسة

- 1- تحديد المشكلة
- 2- التساؤلات الفرعية
- 3- أسباب اختيار الموضوع
- 4- أهمية الدراسة
- 5- أهداف الدراسة
- 6- تحديد المفاهيم

ثانياً: الخلفية النظرية

- 1- الخلفية المعرفية لنظرية الاستخدامات والإشباع
- 2- فروض نظرية الاستخدامات والإشباع
- 3- أهداف نظرية الاستخدامات والإشباع
- 4- نموذج الاستخدامات والإشباع
- 5- انتقادات نظرية الاستخدامات والإشباع
- 6- علاقة النظرية بموضوع الدراسة

ثالثاً: الإجراءات المنهجية

- 1- مجالات الدراسة
- 2- نوع الدراسة ومنهجها
- 3- أدوات جمع البيانات

أولاً: إشكالية الدراسة

1- تحديد المشكلة:

كانت ولا تزال وسائل الإعلام التقليدية من صحف، مجلات، إذاعة وتلفزيون آليات الاتصال التي يتم استخدامها للوصول إلى الجماهير، للإيصال الرسائل المختلفة إليهم بغض النظر عن نوع الطابع التي تحمله تلك الرسالة، ومع تطور العصور وظهور جيل الويب 2.0 في العقد الأول من القرن الواحد والعشرين الذي كان نقطة تحول جذرية في عالم الرقمنة، مما أدى إلى ظهور وسائل الإعلام الجديد التي أعادت تشكيل خارطة العمل الاتصالي والإعلامي في المجتمعات، لما تحمله من خصائص كالعالمية، الانتشار، سرعة الوصول والتفاعل.

وكل هذا ساهم بدوره في ظهور مواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت اليوم تمثل امتداد للإعلام الجديد، لما تقدمه من امتيازات في ميدان الثورة الرقمية خاصة بالنسبة للمستخدمين، بحيث ساعدت في زيادة التفاعل وتلبية احتياجاتهم ورغباتهم عبر استخدام مختلف المواقع والتواصل الدائم بين أعضاء البيئة الاجتماعية، إذ تعتبر وسائل الإعلام عامة ومواقع التواصل الاجتماعي خاصة، من أكثر الوسائل استخداماً وبالتالي تأثيراً في الرأي العام وتحديد اتجاهاته، وذلك راجع لما تعالجه من مختلف القضايا في شتى مجالات الحياة، بحيث لم يقف الأمر على تفاعل المستخدمين عبر مواقع التواصل الاجتماعي وحسب، بل أدى إلى بروز كم هائل من الأشخاص الذين يمتلكون عدداً كبيراً من المتابعين على حساباتهم الشخصية، يناقشون مختلف القضايا حول العالم، الدينية، الاجتماعية، السياسية وغيرها.

تلك الفئة التي ظهرت نتيجة تحول نشاط الإعلام التقليدي إلى الفضاء الرقمي وذلك أنه لم يبق حكرًا على المؤسسات الإعلامية فقط، بل تعدى ذلك إلى المستخدمين العاديين لمواقع التواصل الاجتماعي، ليصبحوا إعلاميين بشكل غير مباشر، ولعل أبرز تلك القضايا التي أصبحت حديث جل مواقع التواصل الاجتماعي هي القضية الفلسطينية، باعتبارها قضية إنسانية بالدرجة الأولى، ومن أهم القضايا العربية الإسلامية المعاصرة، وأكثر قضايا الأمة الإسلامية تعقيداً وأزديداً أبعاداً من القضايا المحورية الأخرى، بحيث أخذت مساحة كبيرة من حيز التفاعل على مواقع التواصل الاجتماعي بمختلف طرق التفاعل التي اعتادها المستخدمين للتعبير عن آراءهم حول القضية، ويعد الهاشتاج تلك العلامة (#) التي تدل على وجود خبر جديد أو محتوى رائج يستخدم للتأثير وجلب الانتباه، هذه العلامة ساعدت في بروز القضية الفلسطينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، كأحد أبرز القضايا العالمية عامة والعربية خاصة، ولكثرة تداول الهاشتاج الذي

يحمل عنوان القضية الفلسطينية بين المستخدمين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ساهم في انتشارها بشكل أكبر حول العالم، وانتقالها من كونها أخبار عادية إلى ترند عالمي إلكتروني، الذي يشير في سياق الميديا الجديدة إلى المواضيع والأحداث التي تلقى شعبية كبيرة وانتشار واسع في فترة زمنية محددة، ويكون ذلك بكثرة النشر والمشاركة والتعليق من طرف المستخدمين، وهذا ما ساعد في سرعة ولوج وانتشار أحداث القضية الفلسطينية في الآونة الأخيرة.

هذه التطورات الحاصلة، فرضت على المؤثرين الخوض في الجدل حول القضية الفلسطينية لاسيما أن كل مؤثر لديه محتواه الخاص به، وتبنيه للقضية الفلسطينية هو بمثابة دعم لها لزيادة بروزها، نظرا إلى أن طبيعة عمل هؤلاء المؤثرين سواء كانوا رياضيين، أطباء، أو مهندسين لديهم أعداد كبيرة من المتابعين عبر حساباتهم الشخصية، قد يحدثون فارق في اتجاه المستخدمين نحو التفاعل مع القضية الفلسطينية.

وبالرجوع إلى الواقع نجد أن عددا كبيرا من المؤثرين المقيمين خارج الوطن العربي، تحكّمهم إيديولوجية البلد الذين يقيمون فيه حول معالجتهم للقضية الفلسطينية، وكل هذه الظروف التي يتعرض لها المؤثرين سواء كانت طبيعة المهنة، أو البلد الذي يقيم فيه أو نوعية المتابعين، أو طبيعة المحتوى الذي يقدمه، تعتبر عوامل أدت إلى التباين في المواقف وآراء الداعمين أو المستخدمين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ونظراً لحساسية القضية وأحداثها، أصبح المستخدمين الداعمين يطلقون الكثير من الأحكام على هؤلاء المؤثرين تبعاً لرأيهم تجاه القضية الفلسطينية، مما أدى إلى ظهور أنواع عديدة من الجمهور المتابع وتراوح أنواعها بين، الداعم المؤيد لمحتوى القضية، والمنتقد لها، والمحايد بتاتا لها وذلك تبعاً إلى ما يلبي احتياجاتهم وورغباتهم، ونظراً للتضارب الكبير الذي يحدثه المؤثرين على آراء المستخدمين المتابعين حول القضية الفلسطينية لازلنا لحد الآن لا نعرف مدى الأثر الذي لعبته القضية الفلسطينية في زيادة أو نقصان شعبية المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي مما دفعنا للتساؤل حول: ما هو أثر القضية الفلسطينية على شعبية المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

2- التساؤلات الفرعية:

يندرج ضمن التساؤل الرئيسي مجموعة من الأسئلة الفرعية نذكرها في ما يلي:

1- كيف أثرت القضية الفلسطينية على عادات وأنماط استخدام الشباب الجزائري لمواقع التواصل

الاجتماعي؟

2- ما هي دوافع تعرض الشباب الجزائري لمحتوى المؤثرين المتعلق بالقضية الفلسطينية؟

3- ما هي الاشباكات المحققة من تعرض الشباب الجزائري لمحتوى المؤثرين حول القضية الفلسطينية؟

4- كيف يؤثر محتوى المؤثرين على تغيير سلوكيات الشباب الجزائري حول القضية الفلسطينية؟

3- أسباب اختيار الموضوع:

من أشق الصعاب التي تواجه الباحث هو اختيار موضوع يصلح للدراسة العلمية، فقد يكون اختياره ذاتي كترغبة الباحث في تجسيد فكرة ما أو لأسباب يفرضها الواقع الاجتماعي، فتكون بمثابة دوافع محفزة على اختيار مواضيع جديدة بالبحث، فمشكلة القضية الفلسطينية وأثرها على شعبية المؤثرين، باتت حديث الساحة، واختيارنا لهذا الموضوع لم يكن من باب الصدفة وإنما كان لأسباب محددة نلخصها فيما يلي:

- الأسباب الذاتية:

- الاهتمام المتزايد بالقضية الفلسطينية بشكل عام خاصة في الأوضاع الراهنة.

- الميل إلى معرفة أثر القضية الفلسطينية على شعبية المؤثرين.

- الرغبة في تناول موضوع المؤثرين من زاوية بحثية جديدة كدراسة أكاديمية.

- الرغبة في إنجاز مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر وإكمال الدراسات العليا.

- الأسباب الموضوعية:

- جدية الموضوع لكونه يشمل تطورات مهمة على الساحة الإعلامية وهو تطور يستحق الرصد

والدراسة.

- استحواذ القضية الفلسطينية على اهتمام الجمهور في ظل الظروف الراهنة.

- فهم طبيعة تفاعل الجمهور مع محتويات القضية الفلسطينية التي يقدمها المؤثرين عبر مواقع

التواصل الاجتماعي.

- معرفة كيفية معالجة المؤثرين للقضية الفلسطينية والاهتمام بها، والطريقة التي يحافظ بها المؤثر

على شعبيته من خلال تبنيه للقضية عبر محتواه الخاص.

4- أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الموضوع في أهمية متغيرات الدراسة في حد ذاتها، حيث أن القضية الفلسطينية تعد من أبرز قضايا الأمة العربية التي حظت باهتمام العديد من الباحثين والدارسين، كما يظهر هذا الاهتمام في مواقع التواصل الاجتماعي التي تعد أحد أهم الوسائل الاتصالية التي يستخدمها جل الأفراد حول العالم للتعبير عن آراءهم، والتي فتحت لهم أفاق لمناقشة القضية والتفاعل معها، وهذا ما دفع فئة المؤثرين إلى تبنيها في محتوهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي، باعتبارهم الفئة التي وُجدت لمواكبة أجد التطورات الحاصلة في الواقع ومعالجتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

و يمكن أن تساعد هذه الدراسة في معرفة ما إذا كان معالجة المؤثرين للقضية الفلسطينية في محتوهم، يساهم في الحصول على شعبية من طرف المستخدمين أو قد يحدث العكس، وبالتالي فتح أفاق علمية للمهتمين بالبحث في هذا المجال بطرق عديدة ومختلفة.

5- أهداف الدراسة:

بطبيعة الحال يتسم كل بحث علمي بمجموعة من الأهداف التي يسعى لتحقيقها، بهدف إثراء المعرفة العلمية وتوجيه مسار البحث نحو نتائج ملموسة ومفيدة، فبدون أهداف محددة وواضحة يؤدي الباحث إلى فقدان التركيز وعدم القدرة على التحكم في العناصر المهمة للدراسة، وبالتالي عدم السيطرة على الموضوع المدروس لهذا تعد هذه الخطوة من الخطوات المهمة باعتبارها إطار موجه للباحث وعليه يمكن تلخيص أهداف هذه الدراسة فيما يلي:

- التعرف على كيفية تأثير القضية الفلسطينية على استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي.
- تحديد دوافع تعرض الشباب مع محتوى المؤثرين حول القضية الفلسطينية.
- الكشف عن مختلف الإشباعات المحققة للشباب من محتوى المؤثرين حول القضية الفلسطينية.
- معرفة كيفية تأثير محتوى المؤثرين على تغير سلوكيات الشباب الجزائري حول القضية الفلسطينية.
- تمهيد الطريق أمام إجراء دراسات أخرى مماثلة لموضوع دراستنا بما يساهم في إثراء الحقل العلمي والمعرفي.

6- تحديد المفاهيم:

في أي بحث أو دراسة يُعتبر فهم المفاهيم الأساسية وضبطها بدقة أمراً بالغ الأهمية، فهي تمثل الأساس الذي يقوم عليه فهمنا للموضوع، وبما أن الكلمات والمفاهيم تشكل لغة العلم ووسيلة تواصلنا في المجال الأكاديمي، نظراً لمساهمتها في توجيه الجهود نحو أهداف الدراسة مما يرفع من دقة وجودة البحث بطريقة فعالة وموضوعية، وفي هذا السياق سنقوم برحلة معمقة إلى أبعاد دراستنا، حيث سنقوم بتحديد المفاهيم التي تشكل نقاط التركيز في مذكرتنا والتي تتمثل في ما يلي:

1- القضية الفلسطينية:

أو ما يعرف بالصراع الفلسطيني الإسرائيلي، وهي مشكلة إنسانية بالدرجة الأولى، وحرب سياسية أدت إلى انتهاك حقوق شعبه بأكمله داخل وطنه، من طرف المحتل الصهيوني، بداية من المؤتمر الصهيوني 1897م إلى غاية اليوم، إذ تعتبر جزءاً جوهرياً من الصراع العربي الإسرائيلي، كما نتج عنه من أزمات وصراعات في منطقة الشرق الأوسط، حيث أصبحت قضية رأي عام عالمي، وأخذت حيز كبير من اهتمام الإعلام العالمي، ومواقع التواصل الاجتماعي بشكل خاص.

2- الشعبية

هي مفهوم مشتق من كلمة الشعب، باعتباره مجموعة من الأفراد لديهم نفس الاهتمامات تجمع بينهم بيئة رقمية يتفاعلون مع ما تقدمه تلك البيئة من محتويات، ويشكلون جمهور متابع ومتفاعل مع مختلف القضايا التي يطرحها العالم.

3- المؤثرين

هم مجموعة من الأفراد يمتلكون حسابات رسمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، يتمتعون بعدد كبير من المتابعين بغض النظر عن المحتوى الذي يقدمونه، حيث يؤثرون على تفكيرهم وسلوكياتهم من خلال نشر محتوى يلهمهم، إذ يتمتعون بقدرتهم على التأثير وبناء علاقات قوية مع الجمهور.

4- مواقع التواصل الاجتماعي:

تشير إلى مجموعة كبيرة من المنصات والتطبيقات عبر الإنترنت التي تتيح للمستخدمين التفاعل والتواصل عبر الإنترنت، إذ تُعتبر هذه المنصات كأدوات إلكترونية يستخدمها المؤثرين لبث محتوهم حول القضية الفلسطينية بغية التأثير على الجمهور وكسب عدد من المتابعين.

5- التردد

يشير مفهوم التردد إلى الظواهر أو الموضوعات التي تشهد انتشارا واسعا في فترة زمنية محددة، وتتميز الترددات بأنها تحظى بتفاعل كبير من الجمهور سواء كان ذلك بالمشاركة فيها أو التعليق عليها أو مشاركته مع الآخرين، ويمكن أن تكون هذه الترددات عبارة عن هاشتاج متداول أو مواضيع مختلفة أو تحديات أو غيرها، بحيث يتم تحديث التردد باستمرار وفقا للمحتوى الذي يلقي رواجاً في الوقت الحالي.

6- الهاشتاج أو الوسم:

هو كلمة أو عبارة مكتوبة بدون مسافات وتسبقها علامة الشبكة (#)، والتي تعرف أيضا بالرقم أو التاج مثل: #أبو_عبيدة، يتم استخدام الهاشتاج لتسهيل البحث عن محتوى معين على منصات التواصل الاجتماعي والتفاعل معها.

7- الدراسات السابقة:

من خلال هذا القسم سنقوم بتسليط الضوء على الاتجاهات والاستنتاجات الرئيسية التي تم التواصل إليها في البحوث السابقة والمقارنة بينها، موفرًا بذلك إطارا مرجعيا لفهم السياق الحالي للموضوع، وكذا تحديد الفراغات المعرفية التي يمكن ملؤها بواسطة هذه المذكرة، إلا أنه يجدر الإشارة إلى أن الدراسات التي تناولت أثر القضية الفلسطينية على شعبية المؤثرين قليلة وتكاد تكون نادرة نسبيا، وعليه سيتم عرض هذه الدراسات بحيث قسمت وفق الموقع الجغرافي الذي أجريت فيه الدراسة والمتمثلة في ما يلي:

الدراسات المحلية:

- الدراسة الأولى: دراسة " محمد زكريا خراب " المتمثلة في مقال علمي بعنوان " المؤثرون الاجتماعيون وجمهور المتابعين _رؤية نقدية حول جدلية من يصنع من _ " الذي نُشر بمجلة: رقمه للدراسات الإعلامية والاتصالية، بجامعة الجزائر3، المجلد (02)، العدد(01)، جوان2022، ص123_138.

جاءت هذه الدراسة لمحاولة استنباط العلاقة بين المؤثرين الاجتماعيين والجمهور المتابع له، وقد تجسدت إشكالية الدراسة في: هل المؤثرون الاجتماعيون من يصنعون جمهورا خاصا يدعمهم ويتبنى أفكارهم وسلوكياتهم؟ أم أن الجمهور المتابعين من يصنع المؤثرين ويحدد مكانتهم الافتراضية والواقعية؟

بحيث تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الاستنباطية التي تركز بالأساس على المنهج العقلي المنطقي الاستنباطي لتحكم في مسار البحث، كما اعتمد الباحث في هذه الدراسة على تحليل المحتوى كأداة رئيسية من خلال تفحص عينة من الكتابات العلمية والوصفية التي سعت إلى تفسير هذه الظاهرة.

وقد توصلت هذه الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها:

1- برز مفهوم المؤثر الاجتماعي في الأساس بظهور مواقع التواصل الاجتماعي لما توفره من خدمات تقنية متنوعة سهلة وبسيطة في صناعة ونشر محتويات مباشرة، أو تحسيسيه وأساليب التفاعل العديدة التي تزيد من قرب المؤثر الاجتماعي بالجمهور المتابع.

2- كما توصلت هذه الدراسة إلى أن الجمهور المتابع هو من يصنع المؤثر الاجتماعي ويكون ذلك بنمط استخدامه ومدة استغراقه في مواقع التواصل الاجتماعي، وتحكمه في إعداداتها ورقمنه أشكال تفاعله فيها، ناهيك عن توسل المؤثر لمضاعفاتها وهي كلها مؤشرات عن قوته في صناعة المؤثر الاجتماعي وهي أكبر بكثير من قوة الأخير في صناعته له. (خراب، 2022)

- علاقة الدراسة السابقة بالدراسة الحالية:

- أوجه الاختلاف:

رغم القيمة العلمية والأهمية الكبيرة لهذه الدراسة وبالرغم من أنها تدرس جوانب مجال دراستنا إلا أنها اختلفت في مجموعة من النقاط نذكرها:

- اختلفت دراستنا مع الدراسة السابقة في أدوات جمع البيانات، حيث استخدمت الدراسة السابقة تحليل مضمون كأداة رئيسية لجمع البيانات، في حين دراستنا اعتمدت على استمارة استبيان كأداة رئيسية في جمع البيانات بالإضافة إلى الملاحظة.

- كما اختلفت دراستنا في نوع المنهج المعتمد عن الدراسة السابقة، حيث أن الأخيرة اعتمدت على المنهج العقلي المنطقي الاستنباطي، في حين اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي.

- بالإضافة إلى الاختلاف في نوع العينة، فقد اعتمدت الدراسة السابقة على عينة من الكتابات العلمية التي تم تحليلها للوصول إلى مجموعة من الاستنتاجات، في حين دراستنا استخدمت العينة العرضية للوصول إلى المبحوثين.

- أوجه التشابه:

- توافقت دراستنا مع الدراسة السابقة في نقطة واحدة فقط حيث اشتركت في المتغير الثاني لدراستنا ألا وهو المؤثرين.

- أوجه الاستفادة:

ساعدتنا هذه الدراسة في مجموعة من النقاط تتمثل في ما يلي:

- المساعدة في ضبط خطة الإطار النظري لهذه الدراسة.

- المساعدة في الحصول على مجموعة من الأبعاد والمؤشرات الخاصة بمتغير المؤثرين الاجتماعيين الخاص بدراستنا.

- ساهمت هذه الدراسة في توضيح الرؤية لمعرفة من هو المتحكم الرئيسي في شعبية المؤثر، إذا كان المؤثر في حد ذاته أم الجمهور المستخدم لمنصات التواصل الاجتماعي.

- الدراسة الثانية:

دراسة "خالد عادل" و"سهام بوزيدي" الموسومة بعنوان "تناول المؤثرين لموضوع الانتخابات في الجزائر عبر مواقع التواصل الاجتماعي" والمتمثلة في مقال علمي منشور: بالمجلة المقدمة للدراسات الإنسانية والاجتماعية، بجامعة باتنة 1، المجلد (08)، العدد (01)، جوان 2023، ص 202_226.

جاءت هذه الدراسة إلى محاولة معرفة الطريقة التي تناول بها المؤثرون موضوع الانتخابات في الجزائر باعتبارها من أبرز الأحداث الهامة للبلد والتي تحظى بمتابعة واهتمام شعبي، وعليه تمثلت إشكالية الدراسة في طرح التساؤل الرئيسي التالي: كيف تناول المؤثرون ظاهرة الانتخابات في الجزائر عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

بحيث تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التحليلية معتمدة في ذلك على المنهج المسحي، في حين تم الاعتماد على استمارة تحليل المضمون كأداة رئيسة لجمع البيانات، حيث أجريت الدراسة على عينة من المؤثرين الجزائريين الذين تناولوا موضوع الانتخابات تم اختيارهم وفق عينة قصدية.

ولقد خلصت الدراسة إلى جملة من النتائج نذكر أهمها:

1- بينت نتائج الدراسة تنوع الاستمالات الإقناعية في أعمال المؤثرين حيث تم الاعتماد على الاستمالات العقلية بنسبة (38.23%) لكن الاستمالات الوجدانية كانت الغالبة بنسبة (61.76%) من خلال استخدام الموسيقى الحزينة واستخدام الشعارات واللغة الشعرية في طرح القضايا.

2- اعتمد أغلب المؤثرين على اللغة الدارجة العامية كونها أقرب للمشاهدين ما يسمح بالتأثير على نفسيتهم وتميرير المعاني الإيحائية الخاصة بالنسق الجزائري، تليها اللغة العربية الفصحى وأخيرا اللغة الأجنبية واللغة الأمازيغية.

3- يميل أغلب المؤثرين إلى اعتماد أسلوب الخطاب المباشر ما يجعل الاتصال يسيرا وقابلا للفهم بتوجيه كلام مباشر للمشاهد، في حين (24%) يعتمد على الأسلوب الحوارى بما يسمح بعرض وجهات النظر والتنوع في الآراء ونجد فقط (12%) من المؤثرين اعتمدوا على الأسلوب السردى (عادل و بوزيدي، 2023).

- علاقة الدراسة السابقة بالدراسة الحالية:

أوجه الاختلاف: رغم التشابه الواضح بين الدراستين إلا أنه اختلفت في مجموعة من النقاط نذكرها في ما يلي:

1- اختلفت هذه الدراسة مع دراستنا في نوع المنهج المعتمد حيث اعتمدت على المنهج المسحي في حين تم الاعتماد في دراستنا الحالية عن المنهج الوصفي.

2- اختلفت دراستنا مع الدراسة السابقة في أدوات جمع البيانات بحيث اعتمدت الدراسة السابقة على استمارة تحليل المحتوى في حين اعتمدنا في دراستنا على استمارة الاستبيان والملاحظة.

3- وكذا ظهر الاختلاف أيضا في مجتمع البحث المعتمد للدراسة فقد وقع اختيارنا على الشباب الجزائري في حين تمثل مجتمع بحث الدراسة السابقة في عينة من المؤثرين الجزائريين.

4- اختلفت دراستنا مع الدراسة السابقة في نوع العينة فكانت عينة الدراسة السابقة عينة قصدية في حين اعتمدت دراستنا على العينة العرضية.

أوجه التشابه:

1- تشابهت دراستنا مع الدراسة السابقة في أحد متغيرات الدراسة ألا وهو المؤثرين.

2- تشابهت كلتا الدراستين في المجال الجغرافي للدراسة حيث طبقت الدراسة السابقة في الجزائر وهذا ما يتوافق مع دراستنا أيضا.

- أوجه الاستفادة:

- 1- ساعدت هذه الدراسة في توفير الكم المعرفي من المصادر والمراجع المتعلقة بالمؤثرين.
- 2- ساهمت هذه الدراسة في معرفة الطرق والأساليب التي يعتمدها المؤثر والتي من خلالها يستطيع التأثير في متابعيهم.
- 3- ساهمت هذه الدراسة بشكل كبير في التعرف على أنواع المحتويات المفضلة للجمهور الجزائري والذي سيكون محور دراستنا، خاصة عندما يتعلق الأمر بالقضايا الاجتماعية والسياسية.

الدراسات العربية:

الدراسة الأولى: كانت من إعداد الباحث: "أنس خالد الفاعوري"، والمتمثلة في أطروحة ماجستير الموسومة بعنوان: "توظيف المؤثرين لشبكات التواصل الاجتماعي في قضية حي الشيخ جراح" بجامعة الشرق الأوسط بالأردن سنة 2021.

جاءت هذه الدراسة كمحاولة للتعرف على كيف عالج المؤثرين قضية حي شيخ جراح عبر مواقع التواصل الاجتماعي داخل وخارج فلسطين من خلال دراسة مختلف الأدوات والرسائل التي أتاحتها بهدف توجيه الرأي العام لدعم القضية، كما تطرقت هذه الدراسة إلى أبرز المشاكل التي واجهت المؤثرين أثناء هذه الفترة وقد تجسدت إشكالية الدراسة في: كيف وظّف المؤثرون في شبكات التواصل الاجتماعي في قضية حي الشيخ جراح؟

بحيث تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية، في حين تم الاعتماد على أداتين لجمع البيانات من المبحوثين وهما تحليل المضمون كأداة رئيسية بالإضافة إلى المقابلات المعمقة كأداة ثانية، حيث أجريت الدراسة على عينة من مؤثري شبكات التواصل الاجتماعي تم اختيارها وفق عينة قصديه، وتم تحليل صفحاتهم في الفترة الزمنية مارس 2021 لغاية أكتوبر 2021، وقد خلصت الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها:

- 1- دلت النتائج أن المواضيع الانسانية والاجتماعية كانت بالمرتبة الأولى بنسبة (36.79%) من مجموع المواضيع المتناولة على صفحات المؤثرين متفوقة على المواضيع السياسية التي جاءت في المرتبة الثانية والمواضيع الصحية في المرتبة الثالثة وفي المرتبة الرابعة والأخيرة المواضيع الاقتصادية بنسبة (11.86%).

2- ركز المؤثرين على "مقاطع الفيديو" أثناء عرض قضية حي الشيخ جراح بنسبة (27.21%) و"البث المباشر" جاء في المرتبة الثانية، ويرى الباحث أن العالم يتجه أكثر فأكثر نحو استكشاف أشكال جديدة من السرد الرقمي البصري، وأحد هذه الأشكال هي خاصية البث المباشر ومقاطع الفيديو الجديدة الخاصة بشبكات التواصل الاجتماعي.

3- خلصت الدراسة إلى أن عدد من المؤثرين اعتمدوا سياسة النقاط بين الحروف بالكلمة الواحدة في بعض الأحيان والابتعاد عن الكلمات المحظورة التي تؤدي لحذف المحتوى، بالإضافة إلى استخدام أشكال جديدة لا تنطبق عليها سياسات بعض الشبكات كالبث المباشر والأسئلة التفاعلية.

4- قوة المحتوى المنشور من قبل المؤثرين هي التي تؤثر في ردود فعل الجمهور المستقبل للرسالة، إذ أكد عدد من المبحوثين أن الجمهور يتفاعل في كل مكان وليس على شبكة واحدة فقط، لكن عدد منهم يفكر مليا قبل النشر حتى لا يكرر نفسه (الفاعوري، 2021).

- علاقة الدراسة السابقة بالدراسة الحالية:

أوجه الاختلاف:

اختلفت الدراسة السابقة والمذكورة أنفا مع دراستنا الحالية في مجموعة من النقاط المتمثلة في ما يلي:

1- اختلفت دراستنا مع الدراسة السابقة في نوع العينة فقد استخدمت دراسة أنس خالد الفاعوري العينة القصدية، بينما استخدمنا في دراستنا العينة العرضية للوصول إلى مجتمع البحث.

2- اختلفت الدراسة السابقة مع دراستنا في أدوات جمع البيانات، حيث اعتمدت الدراسة السابقة على أداة تحليل المحتوى والمقابلة المعمقة في حين اعتمدت دراستنا على الاستبيان والملاحظة.

3- اختلفت دراستنا مع الدراسة السابقة في مجتمع البحث حيث وقع اختيارنا على الشباب الجزائري، في حين دراسة أنس خالد الفاعوري كان مجتمع بحثه متمثل في مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي.

أوجه التشابه:

تشابهت دراستنا مع الدراسة السابقة في نقطتين ألا وهي المنهج المستخدم، بحيث استخدمت الدراسة السابقة المنهج الوصفي وهذا ما توافق مع دراستنا أيضا، بالإضافة إلى التشابه في دراسة أحد متغيرات الدراسة ألا وهو المؤثرين.

أوجه الاستفادة:

قدمت لنا هذه الدراسة جملة من المكاسب التي ساعدتنا في مسار بحثنا تمثلت في ما يلي:

- 1- المساهمة في تحديد المنهج الذي يتناسب مع دراسة مثل هذا النوع من الدراسات.
 - 2- ساهمت هذه الدراسة في الحصول على قائمة من المصادر والمراجع خاصة المتعلقة بجذور القضية الفلسطينية.
 - 3- من خلال هذه الدراسة تمكنا من التوصل إلى زاوية بحثية جديدة فهي كانت بمثابة الانطلاقة لدراستنا الحالية.
 - 4- الاستفادة من النتائج المتواصل إليها في دراسة أنس خالد الفاعوري في بناء إشكالية الدراسة الحالية وتحديد أهدافها فضلا عن مقارنتها بنتائج الدراسة الحالية.
- الدراسة الثانية: دراسة "رانيا رمزي حليم" الموسومة بعنوان "دور المؤثرين الاجتماعيين في الحياة اليومية للشباب المصري" والمتمثلة في مقال علمي نشر بمجلة: الدراسات الإنسانية والأدبية، بجامعة عين شمس، المجلد (26)، العدد (01)، يناير 2022، ص 556_591.
- جاءت هذه الدراسة لمحاولة التعرف على دور المؤثرين الاجتماعيين في الحياة اليومية للشباب الجامعي، وذلك من خلال الكشف عن أسباب انتشار ظاهرة المؤثرين بين الأوساط الشبابية والكشف عن طبيعة المحتويات التي يفضلها الشباب والتي يقدمها المؤثرين، بالإضافة إلى معرفة الانعكاسات الاجتماعية المترتبة عن ذلك ولقد تجسدت إشكالية الدراسة في: "ما دور المؤثرين الاجتماعيين في الحياة اليومية للشباب الجامعي من حيث أسباب انتشارهم، طبيعة ما يقدمونه من محتوى، تأثير متابعة الشباب لهم؟
- بحيث تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية، كما اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة الاستبيان الالكتروني كأداة رئيسية لجمع البيانات، حيث أجريت الدراسة على عينة من الشباب المصري تم اختيارهم وفق عينة كرة الثلج.

وقد خلصت الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها:

- 1- كشفت نتائج الدراسة عن كيفية استخدام فئة الشباب لمواقع المؤثرين، حيث اتضح أن الشباب جمهور نشطا يستطيع أن يختار ويستخدم ويتابع منصات المؤثرين بطريقة تشبع حاجاته وتلبي توقعاته ورغباته، كما اتضح وجود علاقة بين خصائص مرحلة الشباب التي تتميز بالنشاط والرغبة في اكتساب

الجديد من المعارف، وبين الأشباع المتحققة من متابعة صناع المحتوى من بناء المعارف واكتساب الخبرات الحياتية وتعلم مهارات وتكوين وتغيير الاتجاهات وتوجيه السلوكيات واتخاذ القرارات وتسويق المنتجات والخدمات.

2- إن مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي يعدون من الشخصيات الأكثر متابعة خاصة على الانستغرام، الفيسبوك واليوتيوب، حيث يتسمون بالبساطة والتلقائية كما يتميزون بتقديم المحتوى بشكل مبسط وكوميدي، ويتمتعون بكاريزمية تساعدهم على تحقيق دورا هاما في حياة متابعيهم من الشباب، أما عن سلبياتهم فكان أهمها عدم المصداقية ونشر محتوى غير هادف بدافع المال والبعد عن الواقع الاجتماعي الذي يعيشه الشباب والمبالغة والتهويل والنمطية وعدم التجديد.

3- تنوعت دوافع متابعة الشباب المؤثرين ما بين دوافع طقوسية مثل التسلية والترفيه والمتعة والاسترخاء تمضية الوقت بسبب الفراغ، الهرب من المشكلات الحياتية اليومية، الرغبة في السفر لأجمل الأماكن حول العالم، الصداقة والألفة مع الأنفلونسر، التعرف على الذات ودوافع منفعية مثل الرغبة في الحصول على معلومات جديدة "علمية، تاريخية، دينية، طبيعية، غذائية" واكتساب خبرات حياتية ومعرفة عامة بمشاهدة المنشورات وتعلم أشياء محددة وإيجاد فرص عمل (حليم، 2022).

- علاقة الدراسة السابقة بالدراسة الحالية:

- أوجه الاختلاف:

رغم القيمة البحثية لهذه الدراسة وبالرغم من أنها تدرس جوانب مجال دراستنا الحالية إلا أنها اختلفت في مجموعة من النقاط نذكرها:

- اختلفت في الزاوية البحثية بحيث أن الدراسة السابقة درست المؤثرين في الحياة اليومية للشباب المصري، أما دراستنا فدرست كيف يمكن لشعبية المؤثرين أن تتأثر بالأحداث المهمة كالقضية الفلسطينية.

- اختلفت أيضا في مجتمع البحث بحيث الدراسة السابقة درست على الشباب الجامعي بمصر، أما مجتمع دراستنا فتمثل في الشباب الجزائري.

- اختلفت دراستنا مع الدراسة السابقة في نوع العينة بحيث اعتمدت الدراسة السابقة على عينة كرة الثلج للوصول إلى المبحوثين في حين اعتمدت دراستنا على العينة العرضية.

- اختلفت دراستنا مع الدراسة السابقة في كون أن هذه الأخيرة عبارة عن مقال علمي في حين دراستنا تتمثل في مذكرة لنيل شهادة الماجستير.

- أوجه التشابه:

توافقت دراستنا مع الدراسة السابقة في مجموعة من النقاط وهي:

- تشابهت الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية في نوع المنهج، بحيث تم الاعتماد على المنهج الوصفي.

- ظهر التشابه أيضا في أدوات جمع البيانات بحيث اعتمدت الدراسة السابقة على الاستبيان الإلكتروني وكذا دراستنا.

- كما أن الدراسة السابقة اعتمدت على مجموعة من النظريات في بناء إطارها النظري ومن ضمنها الاستخدامات والاشباعات، هذه الأخيرة التي استخدمناها في دراستنا.

- تشابهت كلا من الدراستين في أحد متغيرات الدراسة بحيث درست الدراسة السابقة المؤثرين وهو المتغير التابع لدراستنا.

- أوجه الاستفادة:

ساعدتنا هذه الدراسة في مجموعة من النقاط تتمثل في ما يلي:

- المساهمة في معرفة نوع العينة التي تتناسب مع مجتمع دراستنا وكذا تبيان ماهيتها من جميع الجوانب ومعرفة كيفية التعامل مع مجتمع البحث.

- ساعدتنا هذه الدراسة في تصميم أسئلة استمارة الاستبيان.

- ساعدتنا هذه الدراسة في معرفة الميزات والخصائص التي يمكن أن يتمتع بها هؤلاء الفئة المؤثرة عبر منصات التواصل الاجتماعي التي تجعلهم محل جذب واهتمام ومتابعة من قبل المستخدمين.

- المساهمة في التعرف على النظريات الملائمة لموضوع دراستنا من خلال الاطلاع على مختلف النظريات التي تم اعتمادها في الدراسة السابقة، وتم التوصل إلى أن نظرية الاستخدامات والاشباعات هي الأنسب لمعالجة موضوع أثر القضية الفلسطينية على شعبية المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

- الدراسات العالمية:

- الدراسة الأولى: دراسة "Shupei Yua" و"Chen Lou" الموسومة بعنوان: "Social Media Influencers Foster Relationships with Followers: The Roles of Source Credibility and Fairness in Parasocial Relationship and Product Interest" أي "كيف يعزز مؤثرو وسائل التواصل الاجتماعي العلاقة مع المتابعين: دور مصداقية المصدر والعدالة في العلاقات الشبه اجتماعية واهتمام المنتج" المتمثلة في مقال منشور: بمجلة الإعلان التفاعلي، المجلد(20)، العدد(02)، 2020، ص133_147.

جاءت هذه الدراسة لتبحث في مدى إمكانية تأثير مصداقية المصدر والعدالة على العلاقات الشبه اجتماعية بين المؤثرين ومتابعيهم عبر منصات التواصل الاجتماعي وكيفية تأثير ذلك على اهتمامات المتابعين بالمنتجات التي يروج لها هؤلاء المؤثرين بحيث تمحورت إشكالية الدراسة على سؤالين:

- ما هي العوامل التي تسهم في العلاقات الزائفة بين المؤثرين ومتابعيهم؟

- كيف تؤدي قوة هذه العلاقة الزائفة إلى سلوكيات ذات صلة بالاستهلاك؟

بحيث تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الكمية وقد قام الباحثون بجمع البيانات باستخدام استبيان عبر الانترنت من خلال Amazon's Mechanic Turk، وتم استقطاب مشاركي هذه الدراسة عبر منصة Qualtrics، حيث تم التحصل على 355 مستخدماً وبعد القيام بعملية التفريغ والتحليل توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج كان أهمها:

1- أكدت النتائج أن الجاذبية المدركة من أهم خصائص المؤثرين والتي ترتبط بشكل إيجابي بالعلاقة شبه اجتماعية مع المتابعين.

2- يقوم المتابعون ببناء علاقات شبه اجتماعية قوية مع المؤثرين إذا كانوا يعتقدون أنهم يتعاملون بطريقة لطيفة وأنهم يمكنهم مشاركة أصواتهم مع المؤثرين.

3- تظهر النتائج أن العدالة المعلوماتية سواء كانت المعلومات التي شاركها المؤثر مفيدة، صادقة، وأخلاقية لم تؤثر على العلاقة بين المؤثر ومتابعيه لكنها تساهم في تقييم المستهلكين للمنتجات المروج لها (Yuan & Chen, 2020).

- علاقة الدراسة السابقة بالدراسة الحالية

- أوجه الاختلاف

اختلفت دراستنا مع الدراسة السابقة والتي تم عرضها آنفا في جملة من النقاط تتمثل في ما يلي:

1- اختلفت الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية في الزاوية البحثية، حيث تناولت الدراسة السابقة موضوع المؤثرين من جانب تسويقي، في حين دراستنا تناولت شعبية المؤثرين بالاستناد إلى القضية الفلسطينية.

2- اختلفت دراستنا مع الدراسة السابقة في عينة الدراسة، بحيث أجريت دراستنا على عينة من الشباب الجزائري، في حين طبقت الدراسة السابقة على عينة من متابعي المؤثرين عبر منصات التواصل الاجتماعي.

- أوجه التشابه

- تشابهت دراستنا مع الدراسة السابقة في أدوات جمع البيانات بحيث اعتمدت كلا من الدراستين على الاستبيان الإلكتروني.

- تشابهت دراستنا مع الدراسة السابقة في معالجة جوانب أحد متغيرات دراستنا الحالية ألا وهو المؤثرين.

- أوجه الاستفادة

- المساهمة في ضبط وتحليل بعض المفاهيم المتعلقة بالمؤثرين وطريقة تأثيرهم على متابعيهم.

- ساعدتنا هذه الدراسة بتكوين صورة عامة عن الخصائص التي يتمتع بها المؤثر والعوامل التي يمكن أن تساعده في توطيد علاقته مع متابعيه وكسب ثقتهم مما يسمح له بتكوين قاعدة جماهيرية خاصة به.

- الدراسة الثانية: دراسة "Samra Karamustafic" و"آخرون" الموسومة بعنوان: "Social Media

"Influencers: Who They Are and How They Influence" أي "المؤثرون في وسائل التواصل الاجتماعي من هم وكيف يؤثرون" والمتمثل في ورقة علمية تم عرضها في مؤتمر Ohio Communication Association في أكتوبر 2020.

جاءت هذه الدراسة لفهم دور المؤثرين في مواقع التواصل الاجتماعي وكيف يؤثرون على سلوكيات واتجاهات متابعيهم خاصة عبر منصة اليوتيوب، حيث ارتكزت هذه الدراسة على مجموعة من التساؤلات تمثلت فيما يلي:

- 1- ما هي أنواع الأنشطة التي يشارك فيها المؤثرون خلال فيديوهات وسائل التواصل الاجتماعي؟
 - 2- ما هي التقنيات اللفظية التي يستخدمونها لتحفيز التصورات الإيجابية المحتملة من جانب المتلقين؟
 - 3- هل يستخدم المؤثرون منصاتهم للإشارة إلى قضايا اجتماعية أكبر؟
- تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث النوعية وبالتحديد ضمن دراسات تحليل المحتوى، حيث اعتمدت هذه الدراسة على أداة تحليل المحتوى على عينة من 10 مؤثرات رائدات في مجال الجمال ونمط الحياة إذ تم مشاهدة 6 الدقائق الأولى من مقاطع الفيديو عبر منصة اليوتيوب وكان عدد المقاطع 121 مقطع بحيث خلصت هذه الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها:

- 1- يستخدم المؤثرون مجموعة متنوعة من الاستراتيجيات الاتصالية لجذب المتابعين، مما يساعد على زيادة الانسجام وبناء جمهور وتعزيز العلامات التجارية.
- 2- فيما يتعلق بالتعاطف، يتمتع المؤثرون بمهارة كبيرة. يستخدمون مصطلح "أنتم" أو "يا أصدقاء" بنسبة (89%) في الفيديوهات، ويقوم (75%) منهم بإظهار جانب إنساني لأنفسهم من خلال الكشف عن تجربة شخصية لديهم، مما يسمح لهم بالتوجه إلى متابعي المتابعين الشخصية دون فقدان جاذبيتهم العامة، وهو ما قد يزيد من جاذبيتهم الاجتماعية للمتابعين.

(Karamustafic, Stockmaster , Palladina, Harris, & Perloff, 2020)

- أوجه الاختلاف:

- اختلفت دراستنا مع الدراسة السابقة في أدوات جمع البيانات حيث أن الدراسة السابقة اعتمدت على تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات، بينما دراستنا اعتمدت على الملاحظة البسيطة واستمارة الاستبيان كأدوات لجمع البيانات.
- اختلفت دراستنا مع الدراسة السابقة أيضا في نوع الدراسة حيث أن الدراسة السابقة اعتمدت على البحوث النوعية بينما دراستنا اعتمدت على البحوث الكمية.

- اختلفت دراستنا مع الدراسة السابقة في مجتمع البحث، حيث أن مجتمع البحث الخاص بالدراسة السابقة كان المؤثرين بينما دراستنا تختص في الشباب الجزائري كمجتمع للدراسة.

- أوجه التشابه:

- تشابهت دراستنا مع الدراسة السابقة في نقطة واحدة وهي المتغير التابع لدراستنا ألا وهو المؤثرين في مواقع التواصل الاجتماعي.

- أوجه الاستفادة:

- ساعدتنا هذه الدراسة في معرفة كيفية تقديم المؤثرين لمحتواهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي عند حدوث الأزمات (كوفيد-19)، وهذا ما يتوافق مع دراستنا باعتبار أن المتغير المستقل لها هو القضية الفلسطينية التي تعتبر أزمة للشعب الفلسطيني.

- ساهمت هذه الدراسة في زيادة معرفتنا بمجموعة من المؤثرين حول العالم نظرا لمجتمع الدراسة الخاص بها والذي تكون من مجموعة مؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

ثانيا: الخلفية النظرية:

يعتبر الإطار النظري أحد العناصر الأساسية في أي بحث علمي، إذ يعد القاعدة التي يرتكز عليها الباحث لتوجيه دراسته نحو أهداف محدد وفهم العلاقة المعقدة بين متغيرات الدراسة بشكل أعمق، مما يزيد من قوة وجودة البحث، بحيث يساهم استخدام النظرية في ضبط الإشكالية الضبط السليم، كما يمكن من خلالها تحديد الفرضيات والمتغيرات المرتبطة بالظاهرة بشكل دقيق والتحكم فيها، مما يعزز من دقة التحليل والتفسير للنتائج المستنتجة، لذلك تعتبر اختيار النظرية المناسبة للدراسة خطوة حاسمة لتحقيق نتائج موثوقة وقابلة للتفسير، وفي هذا السياق اعتمدنا في دراستنا المتمثلة في أثر القضية الفلسطينية على شعبية المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي على نظرية الاستخدامات والإشباع والتي سيتم عرضها في ما يلي:

1- الخلفية المعرفية لنظرية الاستخدامات والإشباع:

شهدت بداية التنظير في مجال الإعلام مرحلة تمهيدية سعت من خلالها، معرفة العلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام، وتعد نظرية الطلقة السحرية أولى الأبحاث التي ظهرت مع الحرب العالمية الأولى، بحيث يعتقد مؤيدو هذه النظرية أن الرسائل الإعلامية تصل إلى جميع أفراد المجتمع وتؤثر على آراءهم وسلوكياتهم بسرعة وبقوة، دون النظر إلى الاختلافات الفردية أو الاجتماعية بين الأفراد، وبالتالي تحقيق أهدافها بسهولة بفضل قوتها الإقناعية، لكن سرعان ما تغيرت هذه النظرة وذلك نتيجة للدراسات الإمبريقية التي من خلالها سلط علماء الاجتماع والنفوس الضوء على أهمية الخصائص الشخصية والاجتماعية للأفراد في تحديد تأثير وسائل الإعلام عليها، وبناء على ذلك أكدت الدراسات أن التأثير ليس فوريا ومتساويا على الجميع، وكل هذه الجهود في مجال الإعلام ساعدت في بناء نظرية الاستخدامات والإشباع التي ركزت على الاختيار الفردي للرسائل الإعلامية، فحولت التساؤل من ماذا تفعل وسائل الإعلام بالجمهور؟ باعتبار الجمهور عنصر سلبي غير فعال إلى ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام؟ بمعنى الجمهور عنصر إيجابي يتفاعل مع مضمون الرسائل وفقا لرغباته (إبتسام، 2016، الصفحات 9-10).

حيث انطلق مفهوم النظرية من خلال تعرض الجمهور للمنتج الإعلامي لإشباع رغبات كامنة معينة استجابة لدوافع الحاجات الفردية (المثاقبة، 2010، صفحة 84)، فقد عرفها كل من "إياهو كاتز" و"بلوم ربانها" استراتيجية بحثية يمكنها أن تمدنا ببناء أو هيكل لفروض متنوعة حول ظاهرة اتصالية معينة، ويعد

المدخل أرضية خصبة لاقتراحات الفروض المتعلقة بتوجهات الجمهور التي تنشأ عن أكثر من نظرية سيكولوجية" (الدليمي ع.، 2015، صفحة 204).

ووفقا "لويترز" و"تانكود" ترجع الأبحاث في ما يخص أنواع الاحتياجات التي يليها استخدام وسائل الإعلام إلى الثلاثينيات، حيث أجريت العديد من الدراسات لفهم كيفية استخدام الناس لوسائل الإعلام مثل قراءة الكتب واستماع المسلسلات الإذاعية وقراءة الصحف والاستماع إلى الموسيقى الشعبية ومشاهدة أفلام السينما، فقد كان الهدف من هذه الدراسات هو فهم أسباب استخدام الأفراد لوسائل الإعلام وتأثير ذلك على الرأي العام، وخلال فتبرت الحرب العالمية الثانية زادت كمية المعلومات المتاحة حول استخدام وسائل الإعلام والاحتياجات التي تلبها. واستمر الاهتمام بهذه الدراسة في الأربعينيات في أعمال "لازار سفيلد" و"ستاتون" و"بيرسلون" وفي الخمسينات في أعمال "شرام" و"ليل" و"باركر" (مكاوي و حسين السيد، 1998، صفحة 240).

و بحلول عام 1974 شهد المدخل تطورا ملحوظا عندما قدمه بشكل متكامل باستخدام الجهود البحثية المشتركة لكل من "كاتز" و"بلومر" و"جورفيتش"، هذه الجهود أسهمت في تطوير المدخل بشكل كبير، حيث انتشر هذا النهج إلى أنحاء العالم. (العبد و العبد، 2011، صفحة 298).

2- فروض نظرية الاستخدامات والاشباعات:

ارتكزت نظرية الاستخدامات والاشباعات على مجموعة من الفروض التي تمت دراستها وتحليلها من قبل المتخصصين، ولعل الفروض الخمس التي قدمها كل من كاتز وزملائه من أفضل ما تم ذكره في التراث النظري والتي تسعى لتحقيق أربعة أهداف تتمثل في ما يلي:

1- إن جمهور وسائل الإعلام مشاركون فاعلون في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلي توقعاتهم.

2- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يبحث عنها الجمهور ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية وعوامل التفاعل الاجتماعي وتنوع الحاجات باختلاف الأفراد.

3- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار المضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال وليس العكس.

4- يستطيع الجمهور أن يحدد حاجاته ودوافعه ومن ثم يختار الوسائل التي تشبع تلك الحاجات.

5- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال محتوى الرسائل فقط (البشر، 2014، الصفحات 124-125).

3- أهداف نظرية الاستخدامات والاشباع:

يسعى مدخل الاستخدامات والاشباع إلى تحقيق جملة من الأهداف وجب ذكرها في ما يلي:

- شرح كيفية استخدام الجمهور لوسائل الاتصال لإشباع حاجاتهم.

- اكتشاف الدوافع الأساسية لاستخدام الجمهور لوسائل الإعلام.

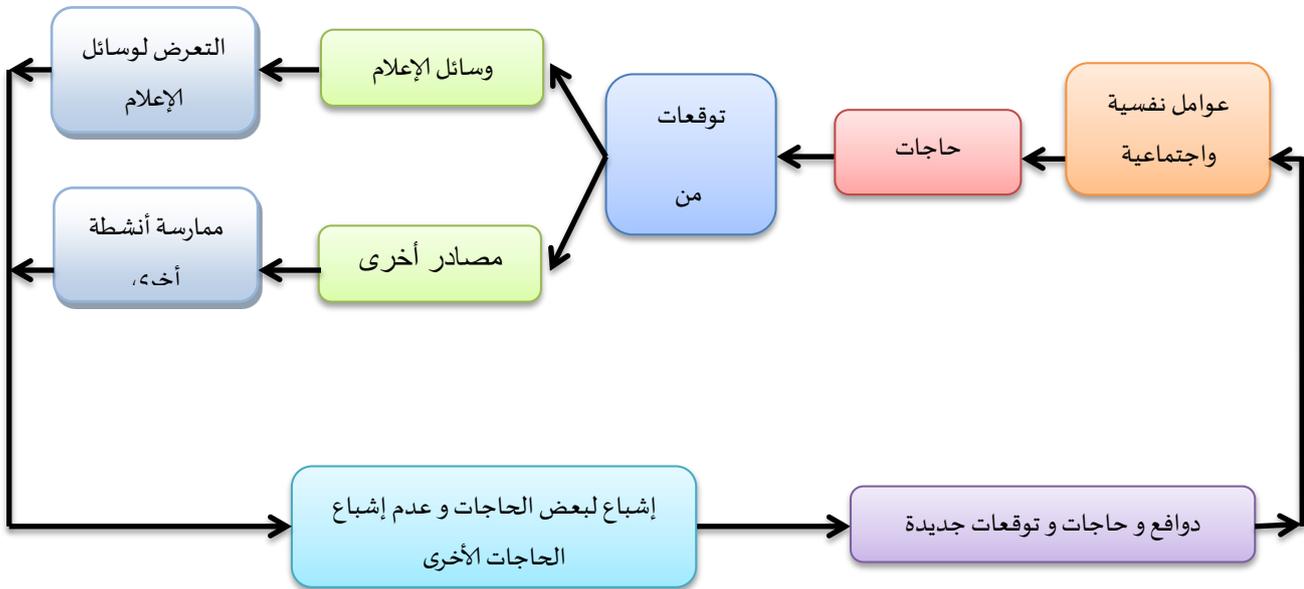
- تحديد النتائج الإيجابية والسلبية لاستخدام الجمهور لوسائل الاتصال.

- تحديد العلاقة بين العوامل الاجتماعية والنفسية ودوافع التعرض (العززي، 2015، صفحة 93).

4- نموذج الاستخدامات والاشباع:

يعبر كاتز وزملائه عن نموذج الاستخدامات والاشباع في الشكل التالي:

الشكل رقم (01): يمثل نموذج "كاتز" للاستخدامات والاشباع



المصدر: (مكاوي و حسين السيد، 1998، صفحة 242)

ونجد أن هذا النموذج قد ركز على جانبيين في الطبيعة البشرية وهما الحاجة والدافع.

- الحاجة "Need": هو افتقار الفرد أو شعوره بنقص في شيء ما يحقق تواجده حالة من الرضا والإشباع أو الحاجة قد تكون فسيولوجية أو نفسية.

- أما الدافع "Motive": فهو حالة فسيولوجية أو نفسية توجه الفرد للقيام بسلوك معين يقوي استجاباته إلى المثير أو يشبع حاجة ما لديه (ابراهيم، 2012، صفحة 63).

5- انتقادات نظرية الاستخدامات والاشباعات:

لقد قدمت نظرية الاستخدامات والاشباعات منظورا جديدا لفهم العلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام، مما أدى إلى تغيير النظرة التقليدية إلى الجمهور من مجرد متلقي سلمي إلى مشارك نشط، لهذا تزايد الاهتمام بدراسة الجمهور كجزء أساسي من عملية الاتصال الجماهيري، وعلى الرغم من أهمية هذه النظرية إلا أنها تواجه بعض الانتقادات منها:

1. يري بعض الباحثين أن نظرية الاستخدامات والاشباعات تتبنى مفاهيم تتسم بالمرونة مثل مفهوم الدافع، الإشباع، الهدف، الوظيفة، التي ليس لها تعريفات دقيقة، وبالتالي فمن الممكن أن تختلف النتائج التي نحصل عليها وراء تطبيق النظرية تبعا لاختلاف التعريفات (إسماعيل م.، 2003، صفحة 207).

2. يري "دينيس ماكويل" أن نتائج هذه البحوث قد تكون مبررا لإنتاج محتوى ضعيف الجودة، على سبيل المثال عندما ينظر إلى هذا المحتوى على أنه مجرد تلبية لرغبات الجمهور في المتعة والترفيه فإن هذا قد يؤدي إلى تقليل مستوى الثقافة والمعرفة بين الناس.

3. من الإشكاليات الواضحة التي يراها "بلومار" أن كل البحوث ركزت على اختيار الجمهور للوسيلة والمحتوى، في حين لم تهتم بما يفعله الجمهور بهذا المحتوى (الحميد، نظريات الإعلام و إتجاهات التأثير، 2004، الصفحات 291-293).

4. تنظر البحوث التي تستند إلى نظرية الاستخدامات والإشباعات إلى وظائف وسائل الاتصال من منظور فردي يستخدم الرسائل الاتصالية، في حين أن الرسالة الاتصالية قد تحقق وظائف لبعض الأفراد وتحقق اختلافا لبعض الآخر (كافي، 2015، صفحة 217).

5. هنالك مشكلة تتعلق ببحوث الإشباع التي تركز على المحتوى، حيث أنها تقوم بالنسبة إليهم على افتراض أن المضمون يشبع حاجات معينة لدى الجمهور رغم أن هذه المواد قد لا تكون هامة أو لا تشبع احتياجا معيننا لدى الجمهور.

6. لا تصلح النظرية للتعميم لأن الاستخدامات والاشباعات من وسائل الاتصال تختلف باختلاف الثقافات (الحاج، 2020، صفحة 103).

على الرغم من هذه الانتقادات، إلا أنه لا تزال نظرية الاستخدامات والاشباعات نظرية مهمة في مجال الاتصال الجماهيري، حيث قدمت منظورا جديدا لفهم العلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام، ومع التطور هذه الأخيرة وزيادة درجة تعقيدها دفع ذلك للحاجة إلى دراسات جديدة لاختبار هذه النظرية وتطويرها، وذلك لمعالجة هذه الانتقادات وتحسين فهمنا للعلاقات بين وسائل الإعلام والجمهور.

6- علاقة النظرية بموضوع الدراسة:

اعتمدنا في دراستنا المتمثلة في أثر القضية الفلسطينية على شعبية المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي على نظرية الاستخدامات والاشباعات كإطار نظري أساسي لتحليل هذه الظاهرة، بحيث أن اختيار هذه النظرية لم يكن بشكل اعتباطي، وإنما لأنها تساعد في فهم كيف يلبي الشباب الجزائري احتياجاته المتعلقة بالقضية الفلسطينية من خلال متابعتهم لمحتوى المؤثرين، فهي تتيح فهم لماذا يختار الشباب الجزائري متابعة أو تفاعل مع محتوى معين على مواقع التواصل الاجتماعي، وكيف يشبع ذلك احتياجاتهم الشخصية ويرضي توقعهم.

وعلى هذا الأساس، تولدت لدينا رغبة في تناول موضوع القضية الفلسطينية وأثرها على شعبية المؤثرين عبر منصات التواصل الاجتماعي كسياق بحثي ينطلق من اختيار أهم الافتراضات التي جاءت بها النظرية والتي نذكرها في ما يلي:

- يستخدم الشباب الجزائري مواقع التواصل الاجتماعي تبعا لتوجهاته بغية تحقيق أهداف معينة.
- يعبر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي عن الحاجات التي يبحث عنها الشباب ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية وعوامل التفاعل الاجتماعي وتنوع الحاجات باختلاف الأفراد.
- يستخدم الشباب الجزائري مواقع التواصل الاجتماعي بغية تحديد العلاقة بين اشباعاته ورغباته وحاجاته، ومنه يختار المحتوى المناسب لما يتناسب مع رغباته وحاجاته.
- طبيعة استخدام الشباب الجزائري لمواقع معينة وتعرضه لمحتواها يحدده الشباب نفسه نظرا لاختلاف عادات وأنماط كل مستخدم، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال وليس العكس.
- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الشباب لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الرسائل فقط.

ومن خلال ما سبق يمكننا القول أن الشباب الجزائري يتعرض لمواقع التواصل الاجتماعي بغية تلبية حاجاته ورغباته تبعاً لما يقدمه المؤثرين من محتوى، باعتبار أن هذا المحتوى المقدم يحقق استجابة كلية أو جزئية لتلك الحاجات، وهذا ما يصنع انطباعاً في سلوكيات الشباب الجزائري نظراً لتأثير محتوى المؤثرين المتعلق بالقضية الفلسطينية على ميولاته ورغباته، حيث تتعدد الحاجات التي تولدها استخدامات الشباب الجزائري لمنصات التواصل الاجتماعي إلى حاجات بيولوجية ونفسية واجتماعية، إذ تتفاعل هذه الحاجات لتولد رغبات متعددة تدفع بالشباب إلى متابعة محتوى معين، مما ينجر عنه تغيير في سلوكيات محددة وفقاً لعادات وأنماط الشباب الجزائري في حصوله على المعرفة؛ هذه الأخيرة التي تعتبر من أهم الوظائف الأساسية التي يسعى الشباب الجزائري لتحقيقها عن طريق متابعتهم محتوى المؤثرين المتعلق بالقضية الفلسطينية، مما يسهم ذلك في زيادة الجذب والتفاعل الذي ينجر عنه ارتفاع عدد المتابعين لهؤلاء المؤثرين أو إحداث العكس.

بحيث ساعدتنا نظرية الاستخدامات والإشباع في فهم أعمق لكيف يمكن أن تسهم القضية الفلسطينية في تشكيل نمط استهلاك الشباب الجزائري لمحتوى المؤثرين على منصات التواصل الاجتماعي، ومنه معرفة الإشباع التي يمكن تحقيقها نتيجة تعرضهم لهذه المحتويات.

كما ساهمت في توجيه الجهود البحثية نحو التحليل المعمق لكيف يمكن أن تؤثر القضية الفلسطينية في توجيه سلوك المستخدمين، مما ساهم ذلك في ربط أثر القضية الفلسطينية على شعبية المؤثرين وتوجيه البحث نحو فهم أعمق لهذه العلاقة.

ثالثاً: الإجراءات المنهجية

1- مجالات الدراسة

1-1 المجال المكاني:

في إطار دراستنا الميدانية التي تقيس أثر القضية الفلسطينية على شعبية المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، تمثلت حدودها الجغرافية في دولة الجزائر فنحن نستهدف الشباب الجزائري المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام.

2-1 المجال الزمني:

أ- مرحلة الدراسة الاستطلاعية الاستكشافية: امتدت الدراسة في هذه المرحلة من بداية اختيارنا للموضوع في شهر أكتوبر 2023 إلى غاية شهر نوفمبر 2023، حيث قمنا فيها باختيار العنوان والاستعانة بالأستاذ المشرف بغية توجيهنا حول موضوع البحث "أثر القضية الفلسطينية على شعبية المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي".

ب- مرحلة الدراسة النظرية: استغرق المجال الزمني لإنجاز هذه الدراسة في جزئها المنهجي والنظري من بداية شهر ديسمبر 2023 إلى بداية شهر مارس 2024، وعليه قمنا في هذه المرحلة بالبحث عن الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة وجمع المادة العلمية الكافية التي يمكن الاعتماد عليها في ضبط هذا البحث.

ج- مرحلة الدراسة الميدانية: امتدت الدراسة في هذه المرحلة من منتصف شهر مارس 2024 إلى نهاية شهر أبريل من نفس السنة، أين استغرق إعداد استمارة الاستبيان وتحكيمها مدة أسبوعين لتأتي بعدها مرحلة توزيع الاستمارات على المبحوثين من الشباب الجزائري عبر مواقع التواصل الاجتماعي على شكل استبيان الكتروني، ختاماً بجمع المعلومات وتحليلها وتفريغها وصياغتها في جدول.

3-1 المجال البشري:

أ- المجتمع الأصلي للدراسة: إن التحديد الواضح لمجتمع الدراسة والذي يقصد به جميع العناصر أو المفردات التي سيدرسها الباحث أمر ضروري جداً، لأن ذلك سيساعده في تحديد الأسلوب العلمي الأمثل لدراسة هذا المجتمع، خاصة وأن بعض المشكلات المدروسة تغطي مجتمعات كبيرة يصعب دراسة كل عنصر أو حالة فيها (عليان، البحث العلمي وأسسها و مناهجها وأساليبها وإجراءاتها، 2011، صفحة 159).

بحيث يعرفه "محمد عبد الحميد" بأنه مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج بحثه، ويمثل هذا المجتمع الكلي أو المجموع الأكبر للمجتمع المستهدف الذي يهدف الباحث دراسته، ويتم تعميم الدراسة على كل مفرداته (الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، 2000، صفحة 130)، وهو مجتمع محدد الملامح إذ كلما زاد تحديد هذه الملامح كلما زادت إمكانية إجراء دراسة يمكن تعميم نتائجها عليه (الدليمي ن.، 2016، صفحة 86).

و بالنسبة لمجتمع البحث الخاص بدراستنا هذه يتمثل في الشباب الجزائري المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي، بحيث وقع الاختيار عليهم نظرا إلى أنهم الفئة الأكثر استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي والأكثر متابعة لمحتويات المؤثرين عبر هذه المواقع.

ب- عينة الدراسة: بما أنه من الصعب على الباحث أن يتصل بعدد كبير من المعنيين بدراسته لكي يطرح عليهم الأسئلة ويحصل على الأجوبة، فإن لا مفر من الالتجاء إلى أسلوب أخذ العينات التي تمثل المجتمع الأصلي حتى يستطيع أن يأخذ صورة مصغرة عن التفكير العام (بوحوش، صفحة 35).

حيث تعرف العينة بأنها: فئة تمثل مجتمع البحث أو جمهور البحث، أي جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث (دويدري، 2000، صفحة 305)

ونظرا لضخامة مجتمع الدراسة والذي وصل سنة 2023 إلى 39.3% من إجمالي عدد السكان في الجزائر أي ما يعادل 17.787 مليون نسمة والذي يزيد سنة بعد أخرى بمعدل 1.6% حسب تقرير وكالة الاستشارات الدولية "داتا ريبورتال" (SIMON KEMP, 2023)، فقد تم الاعتماد على نمط المعاينة غير احتمالية وهذا بدوره لا يعني أن هذا النوع من المعاينة لا يمثل مجتمع الدراسة الأصلي، أو أنها تتصف بالضعف ولا يمكن تعميم نتائجها بل على عكس ذلك، فقد تكون العينات غير الاحتمالية ممثلة لمجتمع الدراسة الأصلي، وتعطي نتائج جيدة تخدم أهداف البحث بشكل أفضل من العينة العشوائية (محمد، محمد، و مبيضين، 1999، صفحة 94)، وبناء عليها تم الاعتماد على نمط المعاينة العرضية.

حيث تعرف بأنها نوع من العينات غير الاحتمالية، يتم اختيار مفرداتها جزئيا أو كليا، بما يناسب راحة الباحث، وقد يكون ذلك من خلال مقابلة الأشخاص مصادفة أو إدراجهم في قائمة العينة بعد الالتقاء بهم ميدانيا أو اختيارهم بعد العثور عليهم من خلال الانترنت أو الهاتف (دليو، 2015، صفحة 85).

و نظراً للحدود الزمنية المحدودة والضيقة التي فرضت على الدراسة، كان من الضروري انتقاء حجم للعينة يمكن إدارته بكفاءة دون التأثير على الجودة والدقة الإحصائية. في ظل هذه القيود، تم الاستقرار على

385 استمارة استبيان، مسترشدين بمبادئ (SIMON KEMP, 2023) التي تشير إلى أن هذا الحجم من العينة يعتبر مقبولاً للتعبير عن مجتمع يتجاوز المليون شاب، وكلما كان حجم المجتمع أكبر، تقل الحاجة نسبياً إلى نسبة عالية منه لإنشاء عينة معبرة، إذًا التضخيم المفرط للعينة ليس ضرورياً وقد لا يكون مجدداً بالنظر إلى هذا التحليل والمحددات الزمنية للدراسة.

2- نوع الدراسة ومنهجها:

تكون الأبحاث العلمية عميقة وفعالة عندما تبني على منهج واضح يتناسب مع طبيعة الدراسة وأهدافها، باعتباره الركيزة الأساسية التي توجه الدراسة نحو الطريق الصحيح لجمع البيانات وتحليلها بدقة وموضوعية، مما يتيح للباحث فهم عميق لمتغيرات دراسته والتفاعلات بينها وكذا تحديد الخطوات التي يجب اتخاذها لتحقيق أهدافه وذلك من خلال استخدام أدواته للوصول إلى نتائج تتميز بالموثوقية والدقة والواقعية.

- وعليه يعرف المنهج على أنه الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة تهيمن على سير العقل وتحدد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة (بدوي، 1977، صفحة 35)

- كما يعرفه "رشيد زرواتي" بأنه عبارة عن مجموعة العمليات والخطوات التي يتبعها الباحث بغية تحقيق بحثه، وبالتالي فالمنهج هو الذي يبين الطريق ويساعد الباحث في ضبط أبعاد ومساعي وأسئلة وفروض البحث (زرواتي، 2004، الصفحات 104-105)

وبالرجوع إلى موضوع دراستنا تم الاعتماد على المنهج الوصفي، وذلك لوصف خبايا الظاهرة المتمثلة في تأثير القضية الفلسطينية على شعبية المؤثرين عبر منصات التواصل الاجتماعي، إذ يرجع هذا الاختيار استناداً إلى الملاحظات التي تكشف انتشار هذه الظاهرة بكثرة مما يجعل من المنهج الوصفي أداة مناسبة لفحص ووصف عناصر هذه الظاهرة بشكل دقيق، وبما أن المنهج الوصفي يوفر فهم أعمق وأكثر تحليلاً للعلاقات بين مختلف المتغيرات المرتبطة بموضوع الدراسة، سيمكننا هذا المنهج من فهم معمق لتأثير القضية الفلسطينية على سلوكيات المتابعين لهؤلاء المؤثرين الناشطين على مواقع التواصل الاجتماعي، وبالتالي فهم تأثير القضية على شعبية المؤثرين مما يساهم في توجيه الجهود البحثية نحو فهم معمق لهذه الظاهرة المدروسة.

- وعليه يعرف المنهج الوصفي بأنه: مجموعة الإجراءات البحثية التي تتكامل لوصف الظاهرة اعتمادًا على جمع الحقائق والبيانات وتصنيفها ومعالجتها وتحليلها تحليلًا كافيًا ودقيقًا، لاستخلاص دلالتها والوصول إلى نتائج أو تعميمات على الظاهرة أو موضوع البحث (المشهداتي، 2019، صفحة 126)

3- أدوات جمع البيانات:

تعتمد صحة البيانات المستخدمة في كل دراسة على أدوات جمع البيانات باعتبارها الوسيلة الرئيسية التي يمكن للباحث من خلالها التعرف على جميع جوانب واقع مجتمعه محل الدراسة، وبما أن جودة البحث العلمي تتوقف بشكل كبير على جودة وصحة البيانات المتحصل عليها، فإن اختيار أداة جمع البيانات المناسبة يتطلب دقة وعناية فائقتين، إذ يجب على الباحث النظر في عدة عوامل أثناء اختياره للأداة المناسبة من بينها طبيعة البحث وأهدافه، وكذا الموارد المتاحة بالإضافة إلى الموثوقية وصدق الأداة المختارة، وانطلاقاً من الهدف العام لهذه الدراسة والمتمثل في الكشف عن أثر القضية الفلسطينية على شعبية المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي فقد تم الاعتماد على ما يلي:

1-3 الملاحظة البسيطة: تعد الملاحظة واحدة من أقدم وسائل جمع المعلومات والبيانات المتعلقة بظاهرة معينة، فضلاً على أنها الخطوة الأولى في البحث العلمي وأهم خطواته (عليان و عثمان محمد، أساليب البحث العلمي الأسس النظرية و التطبيق العلمي، 2004، صفحة 187)، ويقصد بالملاحظة هنا بمعناها البسيط: هي الملاحظة غير مضبوطة، تتضمن صوراً مبسطة من المشاهد والاستمتاع بغرض جمع معلومات أولية في دراسات استطلاعية، دون استخدام أدوات دقيقة للتسجيل والتصوير، حيث يقوم الباحث بملاحظة الظواهر والأحداث كما هي دون إخضاعها للضبط العلمي. (التل و قحل، 2007، صفحة 78).

- كما تعرف أيضاً بأنها عملية مراقبة أو مشاهدة لسلوك الظواهر والمشكلات والأحداث ومكوناتها المادية والبيئية، ومتابعة سيرها واتجاهاتها وعلاقاتها، بأسلوب علمي منظم ومخطط وهادف، قصد التفسير وتحديد العلاقة بين المتغيرات والتنبؤ بسلوك الظاهرة خاصة في البحوث الوصفية، فضلاً عن توجيهها لخدمة أغراض الإنسان وتلبية احتياجاته (العساف و الوادي، 2015، صفحة 296).

وقد استعنا في دراستنا بالملاحظة البسيطة انطلاقاً من ملاحظتنا لتفاعل الشباب مع محتويات المؤثرين حول القضية الفلسطينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، باعتبار أن الباحثين جزءاً من هذا المجتمع وأحد مستخدمي تلك المواقع، إلى جانب التفاعل بالتعليقات والمشاركات والإعجاب بمختلف ما يتعلق بالقضية الفلسطينية.

2-3 الاستبيان: يعرف الاستبيان بأنه مجموعة من الأسئلة والاستفسارات المتنوعة المرتبطة بعضها ببعض الآخر بشكل يحقق الهدف أو الأهداف التي يسعى إليها الباحث على ضوء موضوع المشكلة التي اختارها لبحثه، (زايدة، 2012، صفحة 127) وذلك عن طريق إعداد استمارة يتم تعبئتها من قبل عينة ممثلة من الأفراد ويسمى الشخص الذي يقوم بملء الاستمارة بالمستجيب (عليان، البحث العلمي وأسسها و مناهجها وأساليبه وإجراءاته، 2011، صفحة 90).

وقد تم تصميم استمارة استبيان مكون من (43) سؤال موزع على خمس محاور أساسية كالآتي:

- 1- المحور الأول يمثل البيانات السوسيوديمغرافية: يدور هذا المحور حول البيانات الأولية وهي الجنس، السن، المستوى التعليمي.
- 2- المحور الثاني: يتمحور حول تأثير القضية الفلسطينية على عادات وأنماط استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي.
- 3- المحور الثالث: يتمحور حول دوافع تعرض الشباب لمحتوى المؤثرين حول القضية الفلسطينية.
- 4- المحور الرابع: يتمحور حول الإشباع المحققة للشباب من تعرضه لمحتوى المؤثرين المتعلق بالقضية الفلسطينية.
- 5- المحور الخامس: يتمحور حول تأثير محتوى المؤثرين على تغيير سلوكيات الشباب حول القضية الفلسطينية.

وقد اعتمدنا في توزيع الاستمارة التي تم ذكر محاورها أنفا على طريقة الاستبيان الإلكتروني نظرا لوفرة الوقت والجهد والتكلفة، بالإضافة إلى أن مجتمع بحثنا يتمثل في الشباب الجزائري المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي، فإن الاستبيان الإلكتروني يسهل الوصول لهذا المجتمع بسهولة ويسر عبر شبكات الانترنت.

الفصل الثاني

القضية الفلسطينية في الإعلام الجديد ومعالجتها
المؤثرين لها عبر مواقع التواصل الاجتماعي

تمهيد

أولاً: لمحة تاريخية عن القضية الفلسطينية

- 1- جغرافية فلسطين
- 2- فلسطين تحت الانتداب البريطاني 1917-1947
- 3- النكبة وقيام الكيان الصهيوني 1948
- 4- الحرب العربية الإسرائيلية 1956-1967-1973
- 5- اتفاقية أوسلو "اتفاقية السلام" 1993
- 6- أبرز التطورات الحاصلة

ثانياً: القضية الفلسطينية في الإعلام الجديد

- 1- مفهوم الإعلام الجديد والمفاهيم المشابهة له
- 2- دور الإعلام الجديد في إبراز التحديات التي تواجه القضية الفلسطينية
- 3- كيفية معالجة الإعلام الجديد للقضية الفلسطينية
- 4- نماذج ناجحة لاستخدام الإعلام الجديد في دعم القضية الفلسطينية
- 5- الانحياز الإعلامي للكيان الصهيوني في القضية الفلسطينية

ثالثاً: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي

- 1- نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي
- 2- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
- 3- نماذج عن أشهر مواقع التواصل الاجتماعي
- 4- دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
- 5- إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي

رابعاً: ظاهرة المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي

- 1- مفهوم المؤثرين والفرق بينهم وبين صناع المحتوى
- 2- نشأة وتطور ظاهرة المؤثرين
- 3- أنواع المؤثرين في مواقع التواصل الاجتماعي
- 4- خصائص مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي
- 5- دور المؤثرين في معالجة القضية الفلسطينية

خلاصة الفصل

تمهيد:

في ظل التطورات السياسية والاجتماعية المستمرة في الشرق الأوسط، تأخذ القضية الفلسطينية مكانة بارزة في الواجهة الإعلامية والسياسية على مستوى العالم، وعلى الصعيد الفلسطيني فقد تميز الإعلام منذ انطلاقة بخصوصية تتعلق بواقع معقد وتحكمه ظروف استثنائية سعت أحيانا إلى الحد من تأثيره وأحيانا أخرى إلى تكبيله، فقد ارتبط بالعمل النضالي ضد المحتل الصهيوني، وبالرغم من ذلك فقد لحقت فلسطين مبكرا بركب الإعلام الجديد، واستطاعت شطب حدودها الجغرافية والزمنية وحققت سرعة كبيرة في الانتشار، فقد أدت مواقع التواصل الاجتماعي أدوارا جبارة في نقل الواقع الفلسطيني، ونشرت القضية الفلسطينية على أبعد الحدود، وذلك من خلال مشاركة المحتوى الفلسطيني وإتاحة الفرصة لمختلف الأشخاص بالنقاش فيها، حيث تولى مؤثرو مواقع التواصل الاجتماعي هذه المهمة وبرز دورهم في الحديث عن القضية الفلسطينية من خلال مضامينهم ومحتوياتهم الافتراضية، باعتبارهم قادة الرأي الجدد لهذا العالم، بحيث لديهم عدد معتبر من المتابعين يؤثرون على تصرفاتهم وآرائهم ويتحكمون في أذواقهم في بعض الأحيان، ويتناولهم للقضية الفلسطينية سيساعدها في الانتشار وسرعة الوصول إلى مختلف بقاع العالم.

وعليه فمن خلال هذا الفصل سنتعرف أكثر على حيثيات القضية الفلسطينية وجذورها التاريخية إلى جانب أبرز المعارك التي خاضتها وصولا إلى أبرز التطورات الحاصلة فيها،

ومن ثم القضية الفلسطينية في الإعلام الجديد وكيفية معالجته لها انطلاقا من مفهوم الإعلام الجديد ودوره في إبراز التحديات التي تواجه القضية الفلسطينية بالإضافة إلى النماذج التي استخدمها لدعم القضية الفلسطينية مرورا بالانحياز الإعلامي الذي تعرضت له القضية الفلسطينية، بالإضافة إلى ذلك سنتعرف على ماهية مواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة من نشأة، تعريف، خصائص وغيرها وأخيرا ظاهرة المؤثرين من ناحية المفهوم والنشأة وأنواع المؤثرين في مواقع التواصل الاجتماعي إلى جانب خصائصهم ودورهم في معالجة القضية الفلسطينية في مواقع التواصل الاجتماعي.

أولاً: لمحة تاريخية عن القضية الفلسطينية

1- جغرافية فلسطين

يطلق إسم فلسطين على القسم الجنوبي الغربي لبلاد الشام، وهي الأرض الواقعة غربي آسيا، على الساحل الشرقي للبحر المتوسط، وهي موقع استراتيجي مهم إذ تعد صلة وصل بين قارتي آسيا وإفريقيا، ونقطة التقاء جناحي العالم الإسلامي (محمد ص.، 2012، صفحة 10)

أ- الموقع الجغرافي:

يحد فلسطين من الغرب البحر الأبيض المتوسط، على ساحل طوله نحو 224 كلم، ومن الشرق سوريا، يبلغ طول الحدود بين القطرين 80 كلم، والأردن على حدودها نحو 360 كلم، ومن الشمال الجمهورية اللبنانية على حدود طولها 79 كلم، وسوريا، ومن الجنوب سيناء وخليج العقبة. (الدباغ، 1991، صفحة 15)

وعلى الرغم من صغر مساحة فلسطين وبساطة تكوينها فإنها تضم أقاليم طبيعية مختلفة لكل إقليم له خصائصه المميزة، فالسهول الساحلية محاذية لشاطئ البحر المتوسط في الغرب ثم يليها شريط طولي من المرتفعات الجبلية التي تشكل العمود الفقري للأرض الفلسطينية، ثم يلي ذلك شرقاً إقليم "انهدام غوري" منخفض ثم يتعرج سطح الهضبة المرتفعة إلى الجنوب عن الهضبة "الدقس" ذات الطبيعة الصحراوية. (الكتري، 2014، صفحة 43)

ب- أهمية موقع فلسطين:

هناك أهمية بالغة لموقع فلسطين رغم صغر مساحتها، حيث تكمن أهمية الموقع في أهمية الجغرافية في حد ذاتها، وخير دليل على ذلك هي أن فلسطين تعد الجسر البري الذي يربط آسيا وإفريقيا وحلقة الوصل الرئيسية بين دول وسكان المنطقة المحيطة، إضافة إلى أنها تكتسب أهمية دينية بالغة كونها الأرض المقدسة ومهبط الديانات ومسرى الرسول ﷺ، لقوله تعالى: ﴿سُبْحَانَ الَّذِي أَسْرَى بِعَبْدِهِ لَيْلًا مِّنَ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ إِلَى الْمَسْجِدِ الْأَقْصَى- الَّذِي بَارَكْنَا حَوْلَهُ لِنُرِيَهُ مِنْ آيَاتِنَا إِنَّهُ هُوَ السَّمِيعُ الْبَصِيرُ﴾ (القرآن الكريم، سور الإسراء الآية 01)

وأكثر من ذلك الأهمية التجارية الكبيرة، التي تكتسبها من خلال مجموع الطرق الرئيسية التي ربطت بين 03 قارات وهي طريق الشام، الذي يربط بين شرق آسيا والهند والحوض الشرقي للبحر المتوسط، إلى جنوب أوروبا، وطريق أواسط آسيا، والذي يربط بين شرق آسيا والهند، مروراً بأواسط آسيا، وطريق مصر-أوروبا،

والذي يربط بين جنوب شرق آسيا وأوروبا مروراً بفلسطين ومصر، وكل هذه الطرق تساعد القارات الثلاثة في التبادلات التجارية لمختلف المواد الأولية. (مشتبي و نصر اللوح، 2015، الصفحات 27-31)

2- فلسطين تحت الاحتلال البريطاني 1917-1947:

خطت الحكومة البريطانية لاحتلال فلسطين قبل الحرب العالمية الأولى التي اندلعت عام 1914، حيث كانت فرصة مواتية لتنفيذ المخطط البريطاني (خلة، 1982، صفحة 7)

ومع نهاية القرن 19، بدأت تظهر ملامح المخطط الصهيوني وبدأت الملامح الأولى للقضية الفلسطينية، بعدما انتشرت بين يهود أوروبا الفكرة الصهيونية، التي نشأت كرد فعل للحركة الإسلامية المعادية للوجود اليهودي في البلدان الأوروبية. (فيدشر، 2015، صفحة 13)

حيث عملت بريطانيا جاهدة على تشجيع المشروع الصهيوني في فلسطين وذلك لغرض تهجير اليهود إلى الأراضي الفلسطينية وانتهت تلك المحاولات بتوقيع اتفاقية "سايكس بيكو" عام 1916؛ إذ كانت عبارة على اتفاقاً وتفاهماً سرياً بين فرنسا والمملكة المتحدة، بمصادقة من الإمبراطورية الروسية على اقتحام منطقة "الهلال الخصيب" بين فرنسا وبريطانيا، لتحديد مناطق النفوذ في غرب آسيا بعد تهوي الدولة العثمانية المسيطرة على المنطقة في الحرب العالمية الأولى. (زعيتر، 1955، صفحة 30)، وكانت نهاية الاتفاق في أيار/مايو 1916، على إعطاء البريطاني معظم العراق (مقارنة بحدودها الحالية)، وشرق الأردن ومنطقة "ميفان" في فلسطين، أما لبنان وسوريا فتوضعان تحت الاستعمار الغربي، ونظراً لرغبة كافة الأطراف في استعمار فلسطين فقد اتفق على أن توضع تحت إشراف دولي. (صالح م.، القضية الفلسطينية خلفيتها التاريخية وتطوراتها المعاصرة، 2012، صفحة 37).

وفي عام 1917، الذي كان عاماً حاسماً بالنسبة لبريطانيا، حيث انكشفت بوضوح خطط بريطانيا في المنطقة والتي كان وزير خارجيتها "بلفور" قد قدم وعده المشنوم لليهود في 2 نوفمبر 1917، والذي قال فيه: "إن الحكومة جلاله الملك تنظر بعين العطف إلى تأسيس وطن قومي للشعب اليهودي في فلسطين وستبذل جهدها لتسهيل تحقيق هذه الغاية، على أن يفهم جلياً أنه لن يؤتي بعمل من شأنه أن يغير الحقوق المدنية والدينية التي تتمتع بها الطوائف غير اليهودية المقيمة الآن في فلسطين ولا الحقوق أو الوضع السياسي الذي يتمتع به اليهود في البلدان الأخرى (طنطيش، 2003، صفحة 46)

وعليه كان وعد بلفور يناقض ميثاق عصبة الأمم، ويجب على العصبة أن تتخذ الخطوات بتحرير نفسها من ذلك الالتزام، وهكذا أخذت بريطانيا على عاتقها سنة 1917 الالتزام بوعد بلفور الذي يتناقض مع المادة 22 من ميثاق عصبة الأمم، فالانتداب بحسب هذه المادة يجب أن يكون لمصلحة الشعب الذي يوضع تحت الانتداب، لكن وعد بلفور يربط الحكومة البريطانية بالسياسة الصهيونية التي توظف حقوق الشعب الموضوع تحت الانتداب. (زكا، 1998، الصفحات 36-37) وبالتالي بريطانيا لم تنتظر الأمم المتحدة، بل استمرت في تشجيع المخططات الصهيونية للانتداب في فلسطين.

ففي عام 1920: انعقد مؤتمر "سان ريمو" للقوى المنتصرة في الحرب العالمية الأولى والذي يقرر منح بريطانيا رسمياً حق الانتداب على فلسطين "لإعدادها لتقرير مصيرها"، حيث أدى ذلك إلى اندلاع مظاهرات في القدس احتجاجاً على "وعد بلفور" وللتأكد على الهوية الفلسطينية العربية في فلسطين (تسلسل للتاريخ الفلسطيني منذ الحرب العالمية الأولى، 2017)، إذ أن بريطانيا في هذا العام تمكنت من إدماج وعد بلفور في صك انتدابها على فلسطين الذي أقرته لها عصبة الأمم في تموز/يوليو 1922؛ ومنه وقعت فلسطين تحت الاحتلال البريطاني من خلال فتحها لأبواب الهجرة الصهيونية مما أدى إلى تضاعف عدد اليهود في الأراضي الفلسطينية.

وعلى الرغم من المؤامرة على فلسطين كانت أكبر بكثير من إمكانات الشعب الفلسطيني، إلا أن شعب فلسطين رفض الاحتلال البريطاني والمشروع الصهيوني، وطالب بالاستقلال، وقامت التيارات الوطنية والإسلامية بزعامة "موسى كاظم الحسيني" ورفاقهم بالتعبئة الشعبية والتحرك السياسية والثورات العارمة، فكانت ثورات وانتفاضات القدس 1920، ويافا 1921 والبراق 1929 (صالح م.، حقائق وثوابت في القضية الفلسطينية رؤية إسلامية الحقائق الأربعون في القضية الفلسطينية، 2020، الصفحات 23-25) حيث استمرت المقاومة ففي أكتوبر 1933 اشتدت معارضة القيادة السياسية الفلسطينية وأقامت مظاهرتين كبيرتين في القدس في 10/13 و في يافا في 10/27 بحيث انطلقت المظاهرة الأولى من المسجد الأقصى في حين انتقلت الثانية بعد صلاة الجمعة من يافا وحاولت السلطات منع هذه المظاهرات بقوة مما خلف مقتل 35 وجرح 255 عربياً واشتدت هذه المظاهرات في مناطق أخرى كما أضربت فلسطين مدة 7 أيام وبعدها بعامين استشهد الشيخ عز الدين القسام في معركة يعبد وهم يقاتلون الاحتلال البريطاني (صالح م.، القضية الفلسطينية خلفيتها التاريخية وتطوراتها المعاصرة، 2012، صفحة 50)

ونتيجة لضغط الثورة الكبرى في 1939-1963 اضطرت بريطانيا أن تتعهد بقيام الدولة الفلسطينية خلال عشر سنوات وبأن توقف بيع الأراضي لليهود بالإضافة إلى إيقاف الهجرة اليهودية بعد خمسة سنوات كان ذلك في كتابها الأبيض الصادر في أيار 1939 إلا أنه بحلول تشرين الثاني من عام 1945 أنكرت ذلك من خلال تصريح "بيفين" وعادت الحياة للمشروع الصهيوني من جديد برعاية أمريكية. (صالح م.، حقائق وثوابت في القضية الفلسطينية رؤية إسلامية الحقائق الأربعون في القضية الفلسطينية، 2020، صفحة 17)

وفي ظل هذه الظروف وجدت الحكومة البريطانية نفسها بحلول عام 1947 على طريق مسدود أمام فلسطين فقد طلب كل من ممثل اليهود والعرب إنهاء الانتداب البريطاني وفي 18 شباط فبراير 1947 أعلن رئيس الوزراء البريطاني قرار عرض القضية على منظمة الأمم المتحدة لتتخذ القرار المناسب بشأنها. مما أدى بالجمعية العامة للأمم المتحدة بعقد دورة استثنائية بتاريخ 27 أبريل بحيث استمرت إلى غاية 15 مايو وقد خلصت في الأخير بقرار (181) الذي ينص على تقسيم فلسطين إلى دولتين دولة فلسطينية ودولة يهودية إلا أنه رفض من قبل الفلسطينيين والدول العربية لأنهم رأوا فيه تمزيق لأرضهم ومنع لحقوقهم واستمر الصراع المسلح بين الجانبين مما أدى إلى اندلاع حرب (عبد، 1998-1999، الصفحات 149-152).

3- النكبة وقيام الكيان الصهيوني 1948

بعد قرار تقسيم فلسطين إلى دولتين، حصل اليهود على مساحة تقدر بـ 15 مليون دونم، إلا أن المساحة التي كانت تحت سيطرة اليهود فعلياً لم تتجاوز 1.678.000 دونم، أي بنسبة (11.18%) كان هذا القرار بمثابة إشعال حرب على العرب في فلسطين ودعوة للهاغاناه لاحتلال المزيد من الأراضي بنسبة (88.82%) ومع إعلان بريطانيا نيتها بالانسحاب من فلسطين في مايو 1948، وضعت الهاغاناه الخطة "د" (Dalet) كاستعداد للفترة بعد انسحاب الجيش البريطاني واحتمال تدخل الجيوش العربية، حيث هدفت هذه الخطة إلى احتلال فلسطين بأكملها والحفاظ على المواقع الرئيسية، وتحديداً القدس والطرق المؤدية إليها، والمدن الرئيسية على الساحل وفي ظل هذه الظروف، كانت بريطانيا تعارض إقامة دولة فلسطينية تحت قيادة الحاج أمين الحسيني، وكانت تفضل ظم بقايا فلسطين العربية إلى الأردن. وأصرت بريطانيا على سيادتها السياسية على فلسطين حتى 15 مايو 1948، مع انسحابها العسكري التدريجي، مما أدى إلى تقليص تدخل الجيوش العربية قبل هذا التاريخ، مما فتح المجال لتنفيذ خطة "د" في مناطق غياب الجيش البريطاني (الخالدي، 1999، صفحة 29.30)

ومن جهة أخرى كان رد العرب على قرار الأمم المتحدة الأمريكية بتحريك جيوشها إلى فلسطين لتحريرها وكان عددهم حوالي 20 ألف جندي يعاونها 1300 مجاهدًا على أرض فلسطين إلا أنهم كانوا يعانون من ضعف في التدريب والتسيير وفي المقابل أعد اليهود قوة عسكرية مكونة من أربعين ألف جندي يساعدهم خمسون ألفًا من الميليشيات اليهودية المدربون جيدًا. (الغامدي، 1435، صفحة 38)

ويشار أن القوات العربية لم تتمكن من حماية الفلسطينيين من الاحتلال الإسرائيلي عندما دخلت فلسطين في 15-5-1948 وكان الإسرائيليون قد طردوا حوالي نصف اللاجئين قبل هذا التاريخ ولم تقم القوات العربية بفعل أي شيء لمنع هذا الأمر وهذا فشل العرب في الحفاظ على ما تبقى من فلسطين بعد الهزيمة من قبل القوات الإسرائيلية (إسماعيل هـ، 2012، صفحة 27)

وفي الرابع عشر من أيار/مايو أعلن اليهود رسمياً عن إقامة دولة الكيان الصهيوني أو ما يسمى بإسرائيل حيث احتلت القوات الإسرائيلية جزءاً كبيراً من الأراضي المخصصة للدولة الفلسطينية وأصبح (78%) من أراضي فلسطين تحت سيطرة اليهود واعترفت الأمم المتحدة بالحدود الجديدة وقسمت مدينة القدس التي كانت من المفترض أن تصبح مدينة دولية إلى قسمين القسم الغربي داخل دولة الكيان الصهيوني والقسم الشرقي ألحق رسمياً بالأردن (بريجر، 2012، الصفحات 46-47) ونتيجة لهذا الوضع اندلعت الحروب العربية الإسرائيلية.

4- الحروب العربية الإسرائيلية (1956، 1967، 1973)

أ- حرب العدوان الثلاثي 1956:

تم التوصل إلى اتفاقيات بين الكيان الصهيوني وجيرانها العرب عام 1949، واعتبرها مجلس الأمن خطوة هامة نحو السلام الحقيقي، إذ لم يتسامح الشعب الفلسطيني العربي مع الكيان الصهيوني في فلسطين، حيث كانت الدولة العربية ممزقة بانقسامات وتطلعات سياسية مختلفة، وفي مصر تمت الإطاحة بالملك "فاروق" عام 1902، ونفي إلى خارج البلاد وقاد الانقلاب في البدء الجنرال "محمد نجيب"، ولكن عام 1954، خلفه الكولونيل "جمال عبد الناصر"، حيث في عام 1952 اتخذ ضمن الضفة الغربية للأردن مفعولاً قانونياً ورسمياً، وفي السنة اللاحقة اغتيل الملك "عبد الله" قرب مدخل المسجد الأقصى في الحي القديم في القدس، وفي سوريا وقعت ثلاثة انقلابات عسكرية وهذا ما أدى إلى تشكيل حكومة دستورية لعب فيها حزب البعث دوراً رائداً لصالح القضية الفلسطينية عام 1954 (بيلي، 1992، صفحة 98)

وفي أواخر تشرين الأول/ أكتوبر 1956، شن الكيان الصهيوني، فرنسا وبريطانيا حرباً على مصر الذي كان نتيجة لسياسة القوة والهيمنة التي تستخدمها الدول الكبرى تجاه الدول الصغرى، ومن حيث المبدأ فالعدوان الثلاثي على مصر قامت به كل من بريطانيا وفرنسا مع استخدام الكيان الصهيوني لتحقيق أغراضها المتمثلة في جعل الرئيس جمال عبد الناصر يتراجع عن قرار تأميم قناة السويس المصرية (البارناوي، 1999، صفحة 247)

وكان أخطر عدوان يقع على الأمة العربية، ومن المؤسف أنها احتلت جميع المناطق دون قتال يذكر، ومن بينهم سيناء والجولان وبقية فلسطين، وحقيقة الأمر أن الكيان الصهيوني منذ نشأته لم ينتصر على العرب بقوة السلاح، ولكنها تنتصر بمؤازرة الدول الاستعمارية، وإن هذا العدوان كان جزءاً من خطتها التوسعية الهادفة لتحقيق الاستعمار الكامل على فلسطين (ياغي، 1983، صفحة 137)

ب- حرب الستة أيام 1967 "النكسة":

وبعد حرب العدوان الثلاثي انسحبت القوات البريطانية والفرنسية، وشكلت قوات حفظ سلام دولية، وهي قوات الطوارئ الدولية (UNEF) التي فضلت بين الجهود المتاحة (بيلي، 1992، صفحة 172).

وفي يونيو 1967، اندلعت حرب بين العدوان الصهيوني والدولة العربية، حيث فاز الكيان الصهيوني فيها واستمرت لستة أيام فقط، وأطلق عليها بحرب "النكسة"، حيث غدت هذه الحرب بمثابة انعطاف في الصراع العربي الصهيوني لأنها مثلت الهزيمة الثالثة المتتالية للبلدان العربية، إذ سيطر الكيان الصهيوني فيها على الضفة الغربية التي كانت تحت وصاية المملكة الأردنية الهاشمية، وعلى قطاع غزة الذي كان تحت الوصاية المصرية، بالإضافة إلى شبه جزيرة سيناء وحتى قناة السويس (بريجر، 2012، صفحة 62.63).

بدأت التوترات بين الدول المتورطة في النزاع منذ عام 1963، عندما قرر الكيان الصهيوني تحويل مسارها نحو نهر الأردن تزامناً مع تحركات فتح المدعومة من سوريا، وتحضيرات سوريا والأردن لعمل ذلك، وفي أبريل 1967 بدأ الكيان الصهيوني هجماته على مناطق حدودية سورية، مما أدى إلى تصاعد الفوضى، وفي شهر ماي من نفس العام بدأ كل من مصر، الأردن وسوريا التحضير للحرب بعدما وصلهم معلومات عن تحشيد إسرائيل للقوات على الحدود. وفي الخامس من يونيو شنت إسرائيل هجوماً مفاجئاً على سلاح الجو المصري ونجحت في تدميره تقريبا خلال ساعتين، وفي الضفة الغربية حدث نزوح للكيان من مخيمات اللاجئين الفلسطينيين (حداد، 2004، صفحة 54).

تأثر الرئيس "جمال عبد الناصر" بالهزيمة، وأعلن استقالته، لكن سرعان ما تراجع بعد التظاهرات الشعبية، في أغسطس عقدت قمة عربية في الخرطوم وتوصلت إلى اتفاق بمساعدة مصر والأردن، أدت الحرب إلى ظهور العمل الفدائي الفلسطيني وصعود الإسلاميين وقبول وجود الكيان الصهيوني كحقيقة دولية لا يعترف بها سوى الأقلية من البلدان في العالم، ومن أبرز نتائج الصراع هي زيادة أهمية الشرق الأوسط في النزاع العالمي الحاصل (حداد، 2004، الصفحات 56-57)

ج- حرب كيبور "يوم الغفران 1973":

بدأت مصر وسوريا عملية هجومية في يوم اليهود يوم الغفران: "وهو أقدس أعياد اليهود، واليوم الوحيد الذي تفرض الشريعة عليهم صيامه، وتمنع فيه الحركة بصورة كاملة وفيه أيضا تشدد سلطات الاحتلال الإسرائيلي الخناق على الفلسطينيين (يوم الغفران عيد يهودي يشل إسرائيل، 2016)، ففي عام 1973 تفوق الكيان الصهيوني الذي لم يعترف بقرار مجلس الأمن الدولي، ولم ينسحب من الأراضي التي تحتلها في البداية لكنه أضر إلى الانسحاب من مرتفعات سيناء والجلان، ولكن بتلقيها دعما بالذخيرة من الولايات المتحدة الأمريكية، تفوقت عسكريا وتمكنت بعد ثلاثة أسابيع من عبور قناة السويس إلى الغرب لتتجاوز بذلك الحدود، ومن ثم تحقيق الهدنة في أوائل عام 1974 نتيجة لتدخل الولايات المتحدة الأمريكية والاتحاد السوفياتي، ومن فشل الهجوم الذي شنته كل من مصر وسوريا على الكيان الصهيوني في ذلك اليوم المقدس لهم (ألطون، 2020، صفحة 11).

5- اتفاقية السلام "اتفاقية أوسلو 1993

لم يتوقف طرح المشاريع لتسوية القضية الفلسطينية سلما منذ إعلان وعد بلفور، وبالخصوص يعد خروج قوات منظمة التحرير الفلسطينية من لبنان عام 1982، بدأت قيادة المنظمة تعيش مرحلة انعدام الوزن بسبب تخلصها عن البندقية الفلسطينية التي قطعت بفضلها كافة الانتصارات السابقة، غير أن الشعب الفلسطيني رفض هذه السياسات، كما رفض أسلوب المنظمة التي راحت به لمعالجة مصير القضية الفلسطينية، مما دفع القادات الكبار إلى الخوض في مفاوضات سرية مع الكيان الصهيوني لإيجاد أملا في العيش بسلام وإيقاف الحروب بين الطرفين (صالح، بهلوان، حامد، نجاح، و محمود، 1998، صفحة 558)

حيث رأت منظمة التحرير الفلسطينية النور عام 1994 على يد "عبد الناصر"، كي يتاح له بسط زعامته على العالم العربي من خلال جعل القضية الفلسطينية حيز الزاوية للعروبة، حيث استعاد ياسر

عرفات زمام القيادة عام 1967، ونجح في منحها بعض الاستقلالية عن الحكومات العربية من خلال اللعب على وتر المصالح بين دولها التي استمرت في تأمين تمويل المنظمة؛ والتي كان هدفها تدمير الكيان الصهيوني وإنشاء دولة فلسطين على كامل التراب (لومارشان وراضي، 1998، صفحة 40).

حيث جرت العديد من المحاولات والانتفاضات والمقاومات لمنع فلسطين حريتها من اليهود المستعمر، منذ آخر حرب عام 1973 إلى غاية اتفاقية السلام عام 1993

- اتفاقية أوسلو 1993: مرت هذه الاتفاقية بالعديد من الجولات التاريخية لإبرام الاتفاق النهائي، عن طريق محادثات سرية في أسلو عام 1993. بداية من 21 جانفي 1993 إلى غاية 14 أوت 1993، حيث جرت في هذه الفترة 12 جولة تفاوض قبل توقيع الاتفاقية.

حيث كانت الجولة الأولى في مدينة "سايسبورغ" بحضور يانير هير شفيدل ورون بونديك من الجانب الإسرائيلي، وأبو علاء، حسن عصفور، ماهر كرد، من الجانب الفلسطيني (عباس م.، 1994، صفحة 162)، وكان للحضور الفلسطيني مجموعة من المطالب، منها حل مشكلة المبدعين، ومطالبة حكومة الكيان الصهيوني بوقف الأنشطة الاستيطانية، وأهمها الانسحاب من غزة، أما الجولة الثانية فقد انعقدت يوم الخميس 1993/02/11، وتم فيها الموافقة مبدئياً على متطلبات الوفد الفلسطيني، وفي 1993/03/20، انعقدت الجولة الثالثة وركزت على مواضيع أساسية في إعلان المبادئ، مثل المرجعية والمجلس، الانتخابات، القدس الولاية الجغرافية، ومن هنا بدأت تظهر النقاط الأساسية لإعلان المبادئ ضمن الاتفاقية، واستمرت الجولات؛ وفي كل مرة كان النرويجيون يغيرون أماكن الاجتماعات باختيارهم أماكن منعزلة عن الضوضاء والحروب من أجل أن يلقي الوفدين العرب والإسرائيلي راحتهم في الحديث والنقاش، ففي 1993/05/08 تم انعقاد الجولة الخامسة والتي فيها قام الوفدين بوضع مسودة أو وثيقة لإعلان مبادئ على ثلاث وثائق لتفاهم صهيوني، فلسطيني تمثل في DOP (إعلان المبادئ) و CWP (برنامج للتعاون والعلم)، والخطوط الموجهة لخطة مارشال؛ وكل وثيقة فيها مجموعة من المبادئ واستمرت المفاوضات طيلة تلك الفترة وصولاً إلى 1993/08/19 وهو التاريخ الحاسم لإعلان المبادئ وتوقيع الاتفاقية (عباس م.، 1994، الصفحات 180-190)

ورغم إبرام اتفاقيات وتوقيعها إلا أن الأمر لم يتوقف عند توقيع الاتفاقية حيث نتجت عنها انعكاسات عملية، إذ تطورت مع تطور التطبيق العلمي لم تم الاتفاق عليه مع الكيان الصهيوني، وبهذا انتقلت العلاقة بين المؤيدين والمعارضين، إلى علاقة من التوتر الميداني الذي أدى إلى تأجيج العواطف وبث الكراهية الذي

فرض على السلطة الفلسطينية وممارسة عملها، رغم أن بعض نشاطات السلطة كانت موجهة نحو تلبية متطلبات أمنية صهيونية حسب الاتفاقية، وهذا ما يعتبر نقطة حرج للسلطة الفلسطينية (عرفات، 2005، صفحة 67)

لقد قضت اتفاقية أوسلو على حل الدولتين الذي طالب وما زال يطالب به الفلسطينيون، فالقبول الدبلوماسي لحل الدولتين لدى إسرائيل، لم يمثل سوى تغييراً تكتيكياً في الاستراتيجية طويلة المدى لتكثيف الاحتلال الصهيوني داخل كل أرض فلسطين كما حددها وعد بلفور، وقد تم الانخراط في عملية أسلو بالأساس لهذا الغرض، فعملية أوسلو في جوهرها هي عملية فصل خطط لها النظام الصهيوني بدقة لإخضاع الحكومة الفلسطينية واحتلال الدولة الفلسطينية بالكامل. (قويدري، 2020، صفحة 592)

6- أبرز التطورات الحاصلة

أ- حرب الرصاص المصوب 2008-2009:

على إثر العدوان الإسرائيلي على قطاع غزة في 27/12/2008 أصدر "أيهود اولمرت" بياناً قال فيه: "في أعقاب خرق شروط التهدئة في جانب حركة حماس، والهجمات المتواصلة سلطة حماس على مواطني جنوب الكيان الصهيوني، فقد أصدر الطاقم الوزاري المخلص في اجتماع يوم الأربعاء 24/12/2008 تعليماته للجيش بالقيام بكل شيء من شأنه أن يقود إلى وقف إطلاق القذائف والهجمات في قطاع غزة" وأشار البيان إلى أن القوات الصهيونية "ستواصل عملياتها ضد عمليات إطلاق القذائف" (الكيالي، وآخرون، 2009)، وفي 27 ديسمبر شنت إسرائيل حرباً على قطاع غزة أطلقت عليها إسم عملية الرصاص المصوب وردت عليها المقاومة الفلسطينية في القطاع بعملية سمّتها معركة الفرقان وهي معركة أسفرت عنها العديد من الخسائر (فهبي، 2022، صفحة 205) كان ذلك بغية القضاء على المقاومة الفلسطينية.

في حين قامت حول العالم مظاهرات شعبية لوقف الانتهاكات التي كانت ترتكب في حق الشعب الفلسطيني وبحلول مساء 17 جانفي 2009 توقف هذا العدوان وخلف خسائر كبيرة لقطاع غزة (علي، 2009، صفحة 90)

ب- تصعيد عمود السحاب 2012:

بعد انقضاء معركة الرصاص المصبوب في غزة والتي دامت في فترة (2008-2009) شهدت المنطقة فترة هدوء نسبي ولكن لم تكن الأمور هادئة لفترة طويلة فمع مرور الوقت تجددت التوترات واشتدت الصراعات مما أدى إلى بروز معركة جديدة في 14 نوفمبر عام 2012.

سمي العدوان الأخير على غزة في إسرائيل عمود السحاب وأطلق عليه حركة حماس وحركات المقاومة حجارة السجيل والمسميان استمد من الموروث الديني لدى الطرفين فعمود السحاب ذكر في التوراة أما حجارة السجيل فذكرت في القرآن الكريم فقد بدأت العملية العسكرية على قطاع غزة رسمياً مع اغتيال أحمد الجعبري القيادي في حركة حماس (مصطفى، 2012، الصفحات 62-63) واستمر هذا القتال لمدة ثمانية أيام وبحلول 21 نوفمبر 2012 تم التوصل لاتفاق إطلاق النار (4, p. 2017, et al., raphael.s).

ج- حرب الجرف الصامد 2014:

أتهمت قوات الاحتلال حركة القسام باختطاف ثلاثة مستوطنين من اليهود وقد تم الوصول إلى جثثهم بعد أيام وردا على ذلك قام مجموعة من المستوطنين في القدس بخطف الطفل محمد أبو خضير، وقاموا بسكب المحروقات في جوفه وإحراقه حيا، مما أشعل غضب الفلسطينيين حيث اندلعت ما يشبه انتفاضة في القدس (هنية، وآخرون، 2015، صفحة 33)

مما أدى بالكيان الصهيوني إلى شن عدوان عسكري على قطاع غزة والذي بدأ عند الساعة الواحدة من فجر يوم 8 يوليو 2014، وردت كتائب القسام الجناح العسكري لحركة المقاومة الإسلامية حماس بإطلاقها إسم العصف المأكول على تصديها للهجوم بينما اختارت سرايا القدس الجناح العسكري لحركة الجهاد الإسلامية إسم البنيان المرصوص لعملياتها (العدوان الإسرائيلي على غزة 2014، 2015).

واستمرت لمدة 51 يوم لتنتهي في 26 أغسطس من عام 2014 بحيث أن هذا الهجوم كان الأشد على قطاع غزة (المركز الأوروبي لحقوق الإنسان، 2021، صفحة 8)

الشكل رقم (02): يوضح أرقام الهجمات العسكرية الثلاث على غزة في 2008_2012_2014



المصدر: (المركز الأوروبي لدراسات حقوق الإنسان، 2021، صفحة 09)

د- حرب سيف القدس 2021:

يقع حي شيخ جراح في الجانب الشرقي من مدينة القدس المحتلة وقد أنشئ الحي في القدس عام 1956 بموجب اتفاقية وقعت بين وكالة غوث وتشغيل اللاجئين الفلسطينيين الأونروا والحكومة الأردنية حيث ضم 28 عائلة مهجرة من أراضيها منذ عام 1948 (المغير، 2021، صفحة 186)

و في سنة 2021 أصدرت المحكمة العليا للكيان الصهيوني قرارات وإنذارات تطالب سكان حي شيخ جراح بإخلاء منازلهم لغرض إسكان مستوطنين يهوديين مما أثار غضب سكان المنطقة بالإضافة إلى ذلك أغلقت الحكومة الصهيونية مدخل باب العمود في القدس وما زاد الأمر سوءاً هو اقتحام الآلاف من جنود الشرطة اليهودية باحات المسجد الأقصى بتاريخ 7 مارس 2021 الموافق 25 رمضان واعتدوا على حرمة ولم يكتفي الكيان الصهيوني بهذه الأحداث فبعد ثلاثة أيام من الاقتحام تم مهاجمة المسجد الأقصى للمرة الثانية مما أدى إلى تصاعد التوترات فدفعت بحركات المقاومة في ذلك اليوم بإصدار بيان تمهل فيه المحل حتى

الساعة 6 مساءً للسحب جنودها من المسجد الأقصى إلا أن الكيان الصهيوني تجاهل هذا التهديد فبعد انتهاء المهلة المحددة أطلقت المقاومة الفلسطينية أول رشقه صواريخ من قطاع غزة باتجاه المستوطنات الفلسطينية معلنة بداية الحرب (البياضي، 2021، صفحة 43) وسميت هذه العمليات "سيف القدس"، "حيث رد جيش الاحتلال بإطلاق عملية ضد قطاع غزة بعنوان "حارس الأسوار"، مما أدى إلى قصف عشرات الأهداف (المصري، 2021، صفحة 03) تسببت باستشهاد أكثر من 26 فلسطينياً وإصابة 1.948 ألف فلسطينياً وحسب البيانات الرسمية لدولة الاحتلال فقد بلغت حصيلة الخسائر لديها حوالي 12 قتيلًا و335 جريحًا واستمرت هذا التصعيد العسكري لمدة 11 يومًا متتالية إلى غاية الاتفاق على وقف إطلاق النار يوم الجمعة 21 مايو/ أيار بتدخل مصر (الكوع، أغبر، عط، و أبو عيشة، 2023، صفحة 23).

هـ- حرب طوفان الأقصى 2023:

طوفان الأقصى هي عملية شنتها المقاومة الفلسطينية في قطاع غزة على إسرائيل فجر يوم السبت 7 أكتوبر/ تشرين الأول 2023، وشملت هجومًا بريًا وبحريًا وجويًا وتسلسلًا للمقاومين إلى عدة مستوطنات في غلاف غزة حيث أعلن عن هذه العملية محمود الضيف قائد الأركان في كتائب عز الدين القسام الجناح العسكري لحركة المقاومة الإسلامية حماس واعتبرت أكبر هجوم على إسرائيل منذ عقود (طوفان الأقصى أكبر هجوم للمقاومة الفلسطينية على إسرائيل، 2024) بعد بدء عملية "طوفان الأقصى"، اندلعت معركة "رعيم" التي استهدفت السيطرة على القاعدة العسكرية في الساعة 10 صباحًا، ونجح المهاجمون في تحقيق هذا الهدف بعد ذلك. انسحبت كتائب القسام وعادت إلى غزة معهم مجموعة من الأسرى. وفي هذه الأثناء تم تداول مقاطع فيديو ظهرت فيه لحظة اقتحام كتائب القسام لمعبر كرم أبو سالم واستيلائهم عليه، بالإضافة إلى مقاطع لجنود إسرائيليين أسرى. وفي المقابل أعلن الجيش الإسرائيلي رفع حالة التأهب لحالة الحرب، واستدعى الآلاف من جنود الاحتياط. وخرج رئيس الوزراء الإسرائيلي "بنيامين نتني أهو" في مقطع فيديو معلنًا حالة الحرب وطالب المواطنين الإسرائيليين بالانصياع لأوامر الجيش وقوات الأمن. و تم تداول مقاطع فيديو تظهر مئات المستوطنين في حالة استنفار (طوفان الأقصى توثيق أول 10 أيام من الأحداث ، 2023) وردت تل أبيب بإطلاق عملية سميتها باسم "السيوف الحديدية" متوقعة حماس بدفع ثمن هجومها (من طوفان الأقصى إلى السيوف الحديدية هكذا تستمر المواجهة بين إسرائيل و حماس، 2023) بحيث ارتكبت العديد من الجرائم بحق الشعب الفلسطيني.

وظلت هذه المعركة مستمرة ومازالت أبواب الصراع مفتوحة بين قوات الاحتلال والمقاومة الفلسطينية إذ تعد من أطول الحروب في تاريخ المقاومة الفلسطينية والاحتلال الإسرائيلي فهي تشكل نقطة تحول في الصراع نظرا لأنها تعد الحرب الأولى التي بدأت فيها المقاومة الفلسطينية بحرب على الكيان المحتل.

وفي ظل هذه الأوضاع والانتهاكات والجرائم الإسرائيلية على المدنيين الفلسطينيين قدمت جنوب إفريقيا في 29 من ديسمبر 2023 دعوة أمام محكمة العدل الدولية بشأن هذه الانتهاكات المخالفة لالتزاماتها بموجب اتفاقية منع جريمة الإبادة الجماعية وطلبت جنوب إفريقيا من المحكمة اتخاذ تدابير مؤقتة من أجل حماية الفلسطينيين في غزة من أي ضرر ومنع إسرائيل ومعاقتها على جرائمها في المقابل أنكرت إسرائيل كل التهم الموجهة إليها وإلى حين انتظار القرار الرسمي أيدت العديد من الدول هذه الدعوة (العمرى، 2024)

ومن خلال ما تم عرضه سابقا يمكن القول أن عملية طوفان الأقصى تمثل نقطة تحول مهمة في الصراع الإسرائيلي حيث أظهرت الانتهاكات الخطيرة التي تمارسها إسرائيل والتي تتعدى حدود الاتفاقيات الدولية لحقوق الإنسان. تحمل هذه الانتهاكات عواقب بالغة الخطورة على المدنيين في قطاع غزة وتسبب في تصاعد التوترات والعنف في المنطقة بشكل عام. إن مثل هذه الأعمال العدائية تستدعي بشكل عاجل وضروري التحرك الدولي لوقف هذه الانتهاكات والتوصل إلى هدنة تحفظ حقوق الإنسان وتعيد الاستقرار إلى المنطقة المتأثرة. إن عدم اتخاذ إجراءات فعالة قد يؤدي إلى مزيد من التصعيد والدمار، وبالتالي فإن الدول والمجتمع الدولي بشكل عام يجب أن يتحملوا مسؤولياتهم في التصدي لمثل هذه الانتهاكات والعمل على تحقيق السلام والعدالة في المنطقة.

ثانيا: القضية الفلسطينية في الإعلام الجديد

1- مفهوم الإعلام الجديد والمفاهيم المشابهة له

1-1 مفهوم الإعلام الجديد:

تعددت وجهات النظر حول تقديم مفهوم واسع وشامل للإعلام الجديد، من طرف العديد من الباحثين والمختصين، والآن سنعرض بعض من تلك المفاهيم:

- عرفه الدكتور رضوان بلخيري أنه: إعلام كل شيء هو إعلام يختص بالرأي والمعلومة والخبر والخبرات والتجارب والصور ومشاهد الفيديو التي تنشر، إلكترونيا من قبل أفراد مستقلين غير خاضعين لأي نظام سياسي أو غيره سوى التزام الفرد الشخصي بما يؤمن به من قيم ومبادئ، ووفق ما لديه من رقابة ذاتية. (بلخيري، 2014، صفحة 11)

- ويعرف قاموس التكنولوجيا الرقمية High-tech dictionary الإعلام الجديد بأنه: اندماج الكمبيوتر والشبكات والوسائط المتعددة (شفرة، 2014، صفحة 51)

- وبحسب موسوعة الويب المعروفة باسم ويبيديا (Webopedia) فإن تعريف الإعلام الجديد يشير إلى العديد من الأشكال المستحدثة من نظم الاتصال الإلكتروني التي أصبحت ممكنة بفضل الكمبيوتر، إذ يشير التعبير أيضا إلى قابلية إجراء الاتصال بالأجهزة الثابتة والمحمولة بأنواعها المختلفة، بما يمكن معه نقل المعلومات بين بعضهم البعض. (عباس ع، 2008، صفحة 32)

- وبحسب ليستر Lester الإعلام الجديد باختصار هو: مجموعة تكنولوجيا الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام والطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو (شفيق، 2014، صفحة 23).

وعليه فالإعلام الجديد هو مصطلح يشير إلى كل ما هو حديث في مجال التواصل والاتصال وبشكل خاص، الوسائل الإعلامية الرقمية والتكنولوجية التي تمكن من توفير المحتوى والتواصل بشكل سريع وفعال، مثل شبكة الانترنت ووسائل التواصل الاجتماعي بمختلف أنواعها، كما أنه يساهم في تشكيل الرأي العام من خلال إعطائه للجمهور فرصة في التعبير عن آرائهم ومشاركتها مع العامة.

2-1 المفاهيم المشابهة له:

كما تعددت وجهات النظر حول تحديد مفهوم واضح وشامل للإعلام الجديد، تعددت أيضا التسميات في تحديد المصطلح، حيث تنبثق من تعريفه مجموعة من المصطلحات التي يمكن جمعها فيما يلي:

- الإعلام الإلكتروني: وذلك نسبة لاعتماده على وسائل تكنولوجيا جديدة والمتمثلة في استخدام الحاسوب الآلي بمختلف برمجياته، لاسيما الأجيال المتطورة من اللوحات الإلكترونية والهواتف النقالة.
- الإعلام الرقمي: وذلك بالاعتماد على التكنولوجيا الرقمية كموقع الويب والفيديوهات والنصوص وغيرها (صبطي، 2018، صفحة 25)

- الإعلام الشبكي: وذلك من خلال استخدام شبكات تكنولوجيا المعلومات والاتصال المدمجة والمتصلة مع بعضها البعض. (حسن، 2010، صفحة 88)

- الإعلام الشعبي: وذلك باعتماده على المحتوى الإعلامي الذي يقوم أفراد المجتمع أو الجمهور بإنتاجه، وبثه عبر الوسائل الاتصالية الشبكية. (صبطي، 2018، صفحة 25)

- الإعلام التفاعلي: وهو مجموعة من الأساليب الرقمية الجديدة، تمكن من إنتاج ونشر المحتوى الإعلامي وتلقيه من مختلف الأجهزة الإلكترونية والوسائط المتصلة في عملية تفاعلية بين المرسل والمستقبل. (مداسي، 2022، صفحة 174)

2- دور الإعلام الجديد في إبراز التحديات التي تواجه القضية الفلسطينية

الإعلام هو السلطة الرابعة وصوت من لا صوت له ومرآة الوطن والمواطن، وهو عنصر فاعل ومكون من مكونات الوعي والرأي العام والفهم وراوع للتمادي في ارتكاب الجرائم (شاهين، 2015) ونظرا للدور الهام الذي يقوم به الإعلام الجديد اليوم أن يحد من شدة الصراع الفلسطيني وذلك من خلال إبراز التحديات التي تواجه القضية الفلسطينية على النحو الآتي:

- إظهار العناد الإسرائيلي الصهيوني من خلال سلوكيات الجمهور والحكومة الإسرائيلية وهو الشيء الذي يزيد من حدة الصراع.
- بيان سياسة التمييز العنصري التي ينتهجها الكيان الصهيوني على الشعب الفلسطيني.

- إبراز سيطرة اليهود على الأقلية الفلسطينية، مما يزيد من حدة الصراع الإسرائيلي الفلسطيني.
- إظهار التطرف الديني اليهودي الذي يعمل على تعزيز اعتقاد اليهود في جميع الأعمار بأن وجود الفلسطينيين غير مرغوب فيه، مما يتعارض مع حقوق الإنسان.
- يعكس العنف الإسرائيلي الصهيوني ضد الشعب الفلسطيني للتربية الاجتماعية التي يتلقاها اليهود منذ صغرهم، حيث يعتبر العنف جزءاً من عقيدتهم بسبب التربية التي يتلقونها، مما يزيد من تصاعد الصراع الصهيوني والفلسطيني، ويعقد البحث عن حلول لهذا الصراع
- في إسرائيل، تشكل التربية الاجتماعية للأجيال الجديدة مساراً يعتمد على الكراهية، وعدم التعاطف وعدم الشعور بالذنب تجاه الآخر، مما ينتج عنه مشاعر سلبية تعيق قبول مقترحات السلام في سياق الصراع الفلسطيني والكيان الصهيوني.
- يترتب عن الصراع الصهيوني والفلسطيني تداعيات سياسية تشمل الانتخابات والإرهاب، مما يؤدي إلى تشديد الضغط على الفلسطينيين وفرض حصار عليهم، بالإضافة إلى حظر دخولهم إلى إسرائيل.
- تسليط الضوء على وضع الزوجات الفلسطينيات المتزوجات من مواطنين عرب يعيشون داخل الكيان الصهيوني أمام المجتمع الدولي، يعد مسألة حقوق الإنسان حيث يعتبرن محبوسات داخل الحدود.
- إيضاح أن قمع العواطف الإنسانية للأقليات العرقية، بمن فيهم العرب والفلسطينيون في أماكن عملهم في إسرائيل يتعارض مع حقوق الإنسان (مجدع، 2022، الصفحات 24-25)
- ومنه فدور الإعلام الرقمي في إبراز التحديات التي تواجه القضية الفلسطينية تظهر في الهيمنة الصهيونية، وسياسة التمييز العنصري فضلاً عن العنف الممارس ضدهم بشتى الطرق والأساليب والوسائل لاسيما التنشئة الاجتماعية لأطفال الكيان الصهيوني، حيث يزيد الصراع بفعل العوامل السياسية والاجتماعية مثل الانتخابات والإرهاب، مما يزيد في حدة هذا الصراع المستعصي وتهميش الفلسطينيين

3- كيفية معالجة الإعلام الجديد للقضية الفلسطينية

تتطلب القضية الفلسطينية اليوم جهود إعلامية متنامية بمختلف الأحجام للوصول إلى العالم، وفي عصر الإعلام الرقمي فإن الأثر الذي يمكن أن يحققه النشطاء الرقميين بمختلف أجناسهم وأعمارهم لا يمكن تجاهله، حيث أن للإعلام الجديد طرق خاصة لنقل الأحداث الواقعية ومعالجتها ليتم بثها للجمهور.

1-3 المحتوى الفلسطيني عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

لا يمكننا فهم المحتوى الفلسطيني قبل معرفة مفهوم المحتوى الرقمي، ويطلق عليه أيضا بالمحتوى الإلكتروني: وهو مجموع مواقع وصفحات الويب أو الكتب أو الموسيقى أو الصور والفيديوهات... الخ، أي كل ما هو مكتوب في الفضاء الرقمي بمختلف اللغات، وهو أيضا كل ما هو مسجل بأصوات المستخدمين أو مصور تصويرا يستدل به على مصدره وموقعه، حيث يتناول قضايا ثقافية، فكرية، إعلامية، اجتماعية، سياسية وفي كل المجالات.

وعليه يشير المصطلح إلى مصادر المعلومات التي تصدر أو توزع في شكل إلكتروني بما فيها النصوص والبيانات والتسجيلات الصوتية والصور الثابتة والمتحركة وباقي الأنواع الأخرى. (المالك و فتحي، 2021، صفحة 207)

أما المحتوى الفلسطيني الرقمي هو كل ما ينشر عبر منصات التواصل الاجتماعي من نصوص ومعلومات، بيانات، صور ومقاطع فيديو، تقارير وأخبار، مقالات وأبحاث، تغريدات وهاشتاجات وغيرها، فضلا عن تنظيم المعلومات، الحقائق، المدركات، المشاعر، الأحاسيس والتصميمات المتعلقة بتاريخ الشعب الفلسطيني وقضيته، كما في ذلك مسار الصراع مع الاحتلال الإسرائيلي وتوثيق مسار الثورات الفلسطينية وتطوراتها، بطريقة شبكية تركز على الأفكار الرئيسية وتوجيه عقل المستخدم للتفاعل معها بشكل فعال (المعطي، 2023، صفحة 207)

وعليه فالإعلام الجديد وعلى رأسه مواقع التواصل الاجتماعي بشكل خاص قامت بمعالجة القضية الفلسطينية من خلال محتوى خاص بها أطلق عليه بالمحتوى الفلسطيني، حيث قام المستخدمين من خلاله بنشر فيديوهات خاصة بالحرب في فلسطين، ونقل الأوضاع الحقيقية التي يعيشها الشعب الفلسطيني عن طريقها، إضافة إلى تصميم الصور وكتابة المنشورات بمختلف أنواعها، وذلك لزيادة شعبية القضية ووصولها إلى مختلف أنحاء العالم، باعتبار أن مواقع التواصل الاجتماعي هي الوسيلة الأكثر استخداما من طرف الأشخاص فيه لما تتميز به من سرعة وخفة في إنشاء المحتوى ومشاركته بطرق عديدة ومختلفة.

حيث أن الفيسبوك يقوم بجلب حوالي ثلثي قراء المواقع الكبرى حاليا، هكذا قال "جوستين سميث" المدير التنفيذي لشركة "بلوم برج ميديا" في إشارة إلى أهمية الفيسبوك المتزايدة كميدان افتراضي يمر عليه

الجميع، وبالتالي تطمح كافة المنابر الإعلامية إلى التواجد فيه بأكثر شكل ممكن (فيسبوك: هل يحرق الصحافة أم يهيمن عليها؟، 2015)

2-3 انتهاكات المحتوى الفلسطيني عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

بطبيعة الحال لكل فعل رد فعل، حيث أن المحتوى الفلسطيني الذي يتم تداوله من قبل ملايين الأشخاص والمتابعين والمستخدمين شكل حرب إعلامية من نوع آخر على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أصبح يشكل خطراً على الحكومة الإسرائيلية ومسار حربها؛ إذ أصبح واضحاً أن مواقع التواصل الاجتماعي لم تعد مكاناً آمناً لنشر الرواية الفلسطينية بحرية ولم يعد المحتوى الفلسطيني يفضح الجرائم والابادات دون تعرض للتهديد والتحريض الإسرائيلي، بدلاً من ذلك تم تحويل هذه المنصات إلى أدوات للإبادة الجماعية الرقمية للمحتوى الفلسطيني ونشر الأكاذيب الصهيونية والتشجيع على العنف والكرهية (دراسة حول انتهاكات المحتوى الفلسطيني على مواقع التواصل الاجتماعي، 2023)

ومن هنا انتقلت الحرب العربية والصهيونية من الواقع إلى المواقع وشكلت نوع آخر من العدوان يدعى العدوان الرقمي.

وبالتالي فمفهوم الصراع الفلسطيني-الصهيوني لم يعد مفهوماً تقليدياً بل عرف نقلة نوعية على مستوى الاستراتيجيات والسياسات الخطابية، إلى الاستراتيجيات الرقمية المبنية على الكلمة والصورة، المنشورات والفيديوهات (الميلادي و العرفي، 2023)

هذا السلاح المهم والفعال أضعف الكيان الصهيوني في حرب 2014 كما أضعفها في الحرب التي شنتها على غزة والضفة الغربية، بعد أحداث حي الشيخ جراح نظراً للتعاطف القوي الذي لقيه الفلسطينيون من طرف شعوب العالم التي خرجت في مظاهرات مطالبة بوقف الحرب ومنح السلام لفلسطين، التي تم الإعلان عنها وتفاصيلها عبر منصات التواصل الاجتماعي الرقمية لنقل محتوى دسم ومعبر كثيراً عن ما يجري من انتهاك صهيوني خطير للشعب وحقوقهم. (عوكل، 2021)

وعليه يواجه المحتوى الفلسطيني عبر مختلف مواقع التواصل الاجتماعي مجموعة كبيرة من القيود والإجراءات التي تجعل وجود المحتوى الفلسطيني مهدداً في أي لحظة سواء عن طريق حذف المنشورات أو حذف الحسابات وتعطيلها وتقليل نسبة الوصول للصفحات العامة (سامي ي.، 2021)

ويقول ناشطون على مواقع التواصل الاجتماعي جرى تقييد أو حذف حساباتهم مؤخراً، إن السبب كان بعد أن نشروا تدوينات على الشهداء أو تغطيتهم لاعتداءات المستوطنين، إضافة إلى تدوينات تنتقد الاحتلال وسياساته العنصرية، وانتقد رئيس الوزراء الفلسطيني عمليات الحجب التي تتم وكتب منشور على فيسوك قائلاً فيه: " حول تقييد المحتوى الفلسطيني عبر فيسبوك، ندعو المنصة إلى مراجعة سياستها، والانحياز إلى قيم الحق والعدل والحرية، وحق المتلقي بالمعلومة، والصورة الحقيقية دون حذف أو إجحاف أو تقييد أو تمييز وفق الأصول المهنية في صناعة الإعلام الحر (فياض، 2022)

ويبدو أن السلطات الإسرائيلية تزود إدارة شركات ومنصات التواصل الاجتماعي بخوارزميات محدثة بشكل دوري تستخدم لمراقبة وتقييد المحتوى والحسابات وتمثل هذه الخوارزميات إجراءات مثل: حظر النشر المباشر، التعليقات، تنوع أسباب التقييد بين إزالة المحتوى دون توضيح السبب واعتبارات أخرى كخطاب الكراهية أو مخالفة المعايير الاجتماعية (الأمير، 2021)

وعليه فكلها طرق وأساليب الانتهاك المحتوى الفلسطيني عبر مواقع التواصل الاجتماعي من طرف الكيان الصهيوني، لحجب الأنظار عن القضية الفلسطينية، وعدم وصول صوت الشعب الفلسطيني لكافة العالم، لكن المحتل الفلسطيني لم يستسلم حتى في المقاومة الإلكترونية واستمرت بكل ما أوتي من قوة، حيث بدأت مؤسسات ونشطاء فلسطينيون حملة إلكترونية لوقف النشر مؤقتاً على فيسبوك احتجاجاً على سياستها في حجب المحتوى الفلسطيني والهجوم على الهوية الوطنية، الحملة التي تحمل عنوان وهاشتاج "#أوقفواالنشر"، تهدف إلى إيقاف النشر وتوجيه حملة إعلامية لشرح الأسباب والمبررات لذلك، حيث أن القائمون على الحملة يؤكدون أن ملاحقة فيسبوك للنشطاء الفلسطينيين تسببت في أضرار وخيمة عليهم والإعلام الفلسطيني لاسيما عرقلة كبيرة في انتشار رسالتهم الوطنية للعالم ("أوقفوا النشر" حملة الكترونية رداً على محاربة المحتوى الفلسطيني، 2021)

وعليه فإن حق الإنسان في العيش والتعبير وحرية التنقل، وقبل كل ذلك حقه في تقرير مصيره بأي وسيلة كلها مسائل تتحول إلى أسئلة من نوع آخر تتعرض لتهديد مؤذي في عصر زادت فيه الأضواء وتحول الواقع إلى عالم افتراضي (طه، 2017)

4- نماذج ناجحة لاستخدام الإعلام الجديد في دعم القضية الفلسطينية

تتعدد أشكال التضامن التي يمكن أن يقدمها المواطنين الأشقاء الفلسطينيين في جميع أنحاء العالم؟، إذ قال "أشرف عبد الجواد" داعية إسلامي من وزارة الأوقاف مستنجدا بقوله تعالى: "إنما المؤمنون إخوة" وقول رسول الله ﷺ: "من لم يهتم بأمر المسلمين فليس بمسلم"، فمن خلال هذه النصوص الدينية التي تدعوا إلى مساندة المسلمين بعضهم مع بعض وجب علينا جميعا الوقوف إلى جانب إخوتنا في فلسطين ودعمهم، عن طريق جمع تبرعات مالية، وإرسالها لهم، وعليه فالوسيلة التي أشار إليها عبد الجواد في حديثه هي الدعم المادي، الذي يستوجب كل مسلم. (غمري، 2023)

وفي ظل التطورات السريعة الحاصلة في عالم التكنولوجيا أصبح الإعلام الجديد دور هام وفعال في نقل الرسالة وتسييل الضوء على مختلف القضايا الإنسانية والسياسية، وتعد القضية الفلسطينية واحد من أبرزها، والتي تستحق الاهتمام والدعم، وقد تبني العديد من الأفراد والجهات الفاعلة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، كوسيلة لتعزيز هذه القضية ودعمها على جميع الأصعدة، خاصة بعدما أصبح للقضية الفلسطينية محتوى خاص بها عليها، والذي يشكل الحرب الإعلامية العربية والصهيونية كما ذكر آنفا.

ومن خلال التفاعل القوي والمستمر الذي يتلقاه محتوى القضية الفلسطينية يشكل مجموعة من النماذج الخاصة التي يستخدمها الأفراد لدعمها، ومن أشهر تلك النماذج نجد:

(أ) حملات المقاطعة للمنتجات الداعمة للكيان الصهيوني:

قبل التطرق إلى مجمل الحملات التي شنها المستخدمون من مختلف العالم على المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني، وجب معرفة معنى المقاطعة حيث يقصد بها الامتناع عن معاملة

الآخرين اقتصاديا أو اجتماعيا أو سياسيا وذلك من خلال رفض بيع منتج أو شرائه وفق نظام جماعي محدد، أو عدم التعامل معه على المستوى الاجتماعي أو الدبلوماسي وغيره، حيث استخدم كثير من الشعوب عبر التاريخ المقاطعة كوسيلة من وسائل الضغط لإخضاع الطرف الآخر الظالم والمتجبر، وتضاعف توظيف هذا الأسلوب الاحتجاجي مع تطور البشرية، لاسيما في ظل أنظمة الطغيان والاستبداد والاحتلال في العصور الحديثة (أحمد، الرزاق، أبو، و بشارة، 2018، صفحة 2) كما هو الحال في الحرب العربية الفلسطينية والكيان الصهيوني، إذ تواجه هذه الأخيرة منذ عشر سنوات مقاومة من نوع جديد وهي المقاطعة، لكن

المقاطعة ليست على جداول الأعمال وشغل المدراء، وإنما على مجموع المنتجات التي تدعمهم والمماركات المشهورة التي تنتمي إليها. (إدريس، مقاطعة "إسرائيل": إدارة ووعي، 2016)

ففي سنة 2002، قام مجموعة من الكتاب اللبنانيين بتجربة أول حملة مقاطعة للكيان الصهيوني، وكان ذلك عن طريق مجموعة من الخطوات التي صرح عنها الكاتب اللبناني "سماح إدريس" الذي كان واحد من بين هؤلاء الشباب الذين قاموا بهذه الحملة فيما يلي:

1- بناء موقع إلكتروني خاص بالحملة: قبل سنوات أنشأ مجموعة من الشباب اللبنانيين موقعاً داعماً للقضية الفلسطينية، حيث نشروا عليه وثائق، بيانات ومختلف نشاطاتهم، بالإضافة إلى أخبار المقاطعة في الوطن العربي، إذ يسعى هذا الموقع للمساهمة في كشف الاحتلال الصهيوني على الشعب الفلسطيني.

2- إنشاء صفحة فاعلة على "فيسبوك": هذه الصفحة تتابع بانتظام نشاطات المقاطعة والتطبيع في لبنان والوطن العربي والعالم، تهدف إلى تنبيه الفنانين والمثقفين والمؤسسات حول المهرجانات والمؤتمرات التطبيعية، وتسليط الضوء على من يواصلونه، رغم المعلومات الدامغة التي تقدمها.

3- إنشاء حساب على "تويتر" وقناة على "اليوتيوب": في ماي 2018، لعبت منصة تويتر دوراً بارزاً في حملة Thunderclaps حول العالم، ومعظمهم من الكولومبيين الذين نجحوا في إقناع الفنانة "شاكيرا"، بإلغاء عرضها في "باركون بارك" "تل أبيب" في 2018/07/09. (إدريس، المقاومة الإلكترونية للعدو الصهيوني، 2019)

4- بناء شبكة علاقات قوية عبر مواقع تواصل عدة كالجيميل gmail، والواتساب WhatsApp، والماسنجر Messenger، مع ناشطي حركة المقاطعة العالمية BDS وناشطي حملات المقاطعة العربية، وهو ما سهل عملهم في لبنان ومد بزخم عالٍ، ما كان ليحصل لولا تلك المواقع.

5- إنشاء تطبيق هاتفي مميز بعنوان "قاطعوا": حيث بمجرد التدوين على الهاتف عنوان الشركة يأتي بيان يوضح إذا ما كانت تدعم الكيان الصهيوني أو تابعة له والطريقة التي يأتي به، وذلك وفق معايير منصوص عليها مسبقاً من طرف الأشخاص المنظمين لحملات المقاطعة في لبنان (إدريس، المقاومة الإلكترونية للعدو الصهيوني، 2019)

كل تلك الجهود التي قام بها مجموعة الكتاب اللبنانيين من أجل مقاطعة المنتجات الإسرائيلية عبر المنصات الإلكترونية.

على الصعيد الثقافي والأكاديمي، فقد نجحت المقاطعة في حصد الكثير من الجامعات حول العالم لإبراز علاقتها مع الاحتلال، ومن جهة أخرى شكلت القائمة التي أعدتها مفوضة الأمم المتحدة لحقوق الإنسان لمقاطعة الشركات الإسرائيلية التي تضم 122 شركة عام 2022، مرحلة مهمة في إثارة الوعي الدولي انسجاماً مع شركة BOS سنة 2005 وإعطائها دفعة مهمة في قبولها دولياً، وذلك بعرض إسم الشركة الإسرائيلية على المنتج مما يدفع الزبون بالتعرف على البلد وبالتالي التعرف على القضية بشكل أكبر (عدوي، 2021، صفحة 102)

وفي الضفة الغربية، يثير استهلاك المنتجات الإسرائيلية بشكل واسع، حيث سيشرح شعار "من وفينا منتجنا يكفيننا"، على دعم المنتجات الفلسطينية، هذه الحملة حظيت بدعم من فروع المتاجر الكبرى، وسجلت انخفاضا ملحوظا في استهلاك المنتجات الصهيونية بنسبة تصل إلى (60%)، حيث أن الشباب في المحلات يتبنون ضميراً سياسياً ويفضلون المنتجات الفلسطينية ويبحثون عن قوائم للمنتجات التي يجب مقاطعتها. (عزوف عن استهلاك المنتجات الإسرائيلية في الضفة، 2023)

- مقاطعة منتج ستاربكس:

ستاربكس: هي شركة لصنع القهوة تحمل شعار الهلال والنجمة، أطلق عليها إسم "ستاربكس" بمعنى الجمع بين الشعار، لديها العديد من الفروع في العالم تتوزع أفرعها من 50 بلد حول العالم، وتمتد سلسلتها إلى أكثر من 16000 فرع، ورغم ذلك التفرع الكبير إلا أن الشركة حافظت على هوية المقهى بطريقة محكمة، حيث أن جميع المقاعد والطاولات وتوزيع اللوحات ولبس الموظفين يحمل نفس النمط، في جميع الفروع من بينهم، طوكيو، دبي، القاهرة، ونيويورك (حارب، 2011، صفحة 152)

وفي الفترة الأخيرة تداول المستخدمين عبر مواقع التواصل الاجتماعي صورة لكوب من شركة "ستاربكس" بتصميم يحمل شعار البطيخة، الذي يرمز إلى المقاومة الفلسطينية، هذا ما أثار غضب واستياء بسبب الدعم المزعوم للقضية الفلسطينية، ففي عام 1976 استخدم الفلسطينيون البطيخ كرمز بديل للتعبير عن المقاومة بعد حظر استخدام العلم الفلسطيني، بعد ذلك طلب رئيس شركة "ستاربكس" من العملاء وقف حملة المقاطعة، مما أثار تفاعلاً كبيراً من مؤيدي المقاطعة، ووضع سمعة الشركة على المحك

بسبب الحملات الكبيرة التي شنها المستخدمين لمقاطعة كل ما هو داعم للكيان الصهيوني (هل تراجعت ستاركس عن دعم إسرائيل ما حقيقة كوب البطيخة؟، 2024)

- مقاطعة منتج "ماكدونالدز"

ومع استمرار المقاطعة وتداول رواد مواقع التواصل الاجتماعي خلال الفترات الأخيرة حملة ودعوات مقاطعة "ماكدونالدز"؛ وهي سلسلة مطاعم مشهورة في العالم شهدت تدهورا كبيرا خاصة بعدما أظهر مطعم "ماكدونالدز"، عبر موقع التواصل الاجتماعي الشهير "إنستغرام" مجموعة صور أثناء دعمهم لجيش الكيان الصهيوني بمجموعة وجبات وصل عددهم إلى 12 ألف وجبة، وأكدت على أنها ستستمر في الدعم بالآلاف من الوجبات للكيان الصهيوني، بمقابل هذا التصرف شهدت الشركة انقلاب مقاطعة واسعة من مختلف المستهلكين حول العالم، حيث قام مجموعة من الشباب اللبنانيين بحرق فرع "ماكدونالد" الموجود في لبنان وقاموا بتصوير فيديو ومشاركته عبر مواقع التواصل الاجتماعي لتعزيز حملة المقاطعة (عاجل بعد حملة المقاطعة" .. ماكدونالدز بين التيكسر و الدامار بسبب القضية الفلسطينية (فيديو)، 2023)

أ) نشر مقاطع الفيديو وتوثيق الانتهاك الإسرائيلي:

مع استمرار الحرب الصهيونية على قطاع غزة مخلف آلاف الضحايا، ومدمرة للبنية التحتية للقطاع، قام العديد من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بنقل تلك المجازر والحرب من المواقع إلى المواقع عن طريق نشر مقاطع فيديو أثناء القصف والحروب، وهنا يشير موقع "أن بي آر" NBR الأمريكي إلى إغراق السوشيال ميديا بفيديوهات وصور عنيفة للحرب وعدم قدرت تلك المواقع على فك جماع المحتوى العنيف، وهنا ذكرت صحيفة "واشنطن بوست"، الأمريكية أن مقاطع المحتوى العنيف التي يجري تحميلها من قبل الناشطين حول الحرب الفلسطينية والكيان الصهيوني ساهمت بشكل كبير في فهم العالم للقضية الفلسطينية وبالخصوص العنف المرتكب فيها (الدخاخي، 2023)

ومن جهة أخرى برز موقع تيك توك " عن بقية المواقع في هذا النموذج، وذلك لطبيعة استخدامه التي تكون عن طريق نشر مقاطع فيديو قصيرة، حيث لم يتوقف الأمر على نقل المجازر في غزة فقط، بل برز تمثيل مقاطع ساخرة على التطبيق، لإعلان التضامن مع القضية الفلسطينية المتمثلة من أجل تحقيق أوسع انتشار لها، وبعض الفيديوهات فيها ملايين من خلال تمثيل أغنية "على عهدي على ديني أنا دمي فلسطيني"، إذ شارك فيها ملايين من الشباب العرب بمختلف أجناسهم تم تداول مقاطع الفيديو أخرى طريفة تناولت

موضوع الاختيار بين مظاهر القبح ورفع التطبع مع الكيان الصهيوني، كمظهر للتضامن مع الشعب الفلسطيني (سامي ر.، 2021)

وقد أظهرت نتائج تقرير شركة Ibuk المتخصصة في مجال مواقع التواصل الاجتماعي أن تطبيق Tik tok استحوذ على (38%) من نسبة الانتشار، وبينت النتائج أن (77%) من مستخدميها تتراوح أعمارهم بين 18 إلى 24 سنة، وأوضح التقرير أن التطبيق كان من أبرز التطبيقات التي دعمت بغض النظر عن الظواهر الفلسطينية الجديدة على مواقع التواصل الاجتماعي وأتاحت إلى المستخدمين مساحة أكبر للتفاعل ونشر المحتوى الفلسطيني (عتمه، 2023)

وعليه، رغم الاستعمال الواسع والشامل لنموذج نشر مقاطع الفيديو عبر منصات التواصل الاجتماعي بدعم القضية الفلسطينية، إلا أنها لاقت العديد من المتاعب، حيث تقوم إدارة المواقع بحذف المقاطع وتبنيدها للمستخدمين والبعض الآخر تقوم بإزالة حساباتهم وحظرهم لوقت طويل ومنعهم من استخدام التطبيقات، وكلها استراتيجيات صهيونية تستخدمها ضد الداعمين للقضية الفلسطينية، وذلك لمنع انتشارها وشعبيتها حول العالم، وعدم فضح الواقع الأليم الذي يعيشه الشعب الفلسطيني بسببهم.

أ) استخدام الهاشتاج لدعم القضية الفلسطينية:

أصبحت الهاشتاجات اليوم أداة قوية يستخدمها الناشطين الداعمين للقضية الفلسطينية لزيادة التفاعل معها وانتشارها حول العالم، حيث تساعد في تجميع المحتوى ذات صلة وجعله أكثر سهولة للجُمهور في العثور عليه والمشاركة فيها.

وهو علامة فريدة من نوعها تربط التغريدات والمنشورات بعضها مع بعض حسب مفاهيم معروفة من قبل المستخدمين وتبدأ بالرمز (#)، إذ يعمل على تنظيم المشاركات والحفظ والنشر وهو ما يسهل على المستخدم العثور على الرسائل التي تتضمن موضوع واحد أو محتوى معين (درويش، ابراهيم المبتولي، و هلال محمود الشريف، 2023، صفحة 389)

يدعي بعض الباحثين أن تكرار استخدام الهاشتاج يسمح بتطور الموضوع مع مرور الوقت ليتوسع وينتشر، كما يبني اتصالاً شخصياً أكثر بين المستخدمين والموضوع المتصل به ويسمح على العمل أكثر من بعد (Mokadem, 2023, p. 24)

وهذا ما جعل منه المستخدمين الداعمين للقضية الفلسطينية سلاح لمحاربة الكيان الصهيوني عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك لزيادة التفاعل وبروز القضية الفلسطينية ووصولها إلى أكبر عدد من مستخدمي المواقع عبر العالم.

- أبرز الهاشتاجات التي استخدمت حول القضية الفلسطينية:

مع اندلاع هبة القدس وتسارع قضية التهجير القسوى لسكان الشيخ جراح، زاد الاهتمام بمخاطبة الرأي العام العالمي تجسد ذلك في تصدر هاشتاج #أنقذوا_حي_الشيخ_جراح، قائمة الأكثر تداولاً على منصات التواصل الاجتماعي العربية، والحال نفسه مع هاشتاج #save-sheikh_jarah باللغة الإنجليزية وذلك لتصل إلى العديد من الأشخاص حتى الذين لا يفهمون اللغة العربية أي إلى العام بأسره. (بدر، الدبلوماسية الرقمية الفلسطينية، 2021)

ومن جهة أخرى يصنف Tik tok الإبداعي، على المنصة للمسوقين والمؤثرين الوسوم (الهاشتاجات) إلى عدة فئات مختلفة حيث شارك المستخدمون من الولايات المتحدة، في وسم #ساند_فلسطين، #Stud_with_palestin بنحو 16 ألف مقطع فيديو، وحصدت مشاهدات وصلت إلى 46 مليون مشاهدة، بينما شاركوا في وسم (ساند إسرائيل)، بنحو 6 آلاف مقطع فيديو، وحصدت مشاهدات بحوالي 45 مليون، وعليه فإن مقطع المشاركات في الوسم المساند لفلسطين كان أكثر من ضعف المشاركات في الوسم المساند لإسرائيل (يوسف، 2023)

وفي كل حرب تحدث في غزة ينتفض المستخدمون بالوسوم، حيث تباينت واختلفت ردود الأفعال حيال عملية طوفان الأقصى، وتصدر هاشتاج #طوفان_الأقصى، و#غزة_تنتفض، جل المواقع، ومنه قابله في الجهة الأخرى هاشتاج #مغامرة_غزة_مغامرة_حماس. (هكذا تفاعل رواد مواقع التواصل مع عملية "طوفان الأقصى"، 2023)

وهكذا تتواصل المساندات الإلكترونية لدعم القضية الفلسطينية بمختلف الأشكال، حيث من خلال مختلف الطرق التي استخدمها الداعمين للقضية، شيء يؤكد أهمية تضافر الجهود في تحقيق التغيير، والتأثير الإيجابي عليها، حيث كانت مختلف النماذج من حملات المقاطعة ونشر الصور والفيديوهات المعبرة إضافة إلى استخدام الهاشتاجات، جزءاً من جهود أوسع لتوعية العالم بالظلم الذي يتعرض له الفلسطينيون والدعوة للعمل من أجل العدالة والسلام في المنطقة، فضلاً على أن تلك الطرق تساعد أيضاً

على نشر الوعي السياسي لدى مختلف الأفراد حول العالم الذي بدوره يساهم في تشكيل الرأي العام وإلقاء الضوء على القضية الفلسطينية بشكل كبير.

5- الانحياز الإعلامي للكيان الصهيوني في القضية الفلسطينية

رغم التضامن الكبير الذي شهدته القضية الفلسطينية حول العالم في الواقع على العموم وعبر المواقع بوجه الخصوص، هذه الأخيرة التي شكلت منعطف تاريخي للقضية الفلسطينية من خلال الدعم الواسع بمختلف الطرق والنماذج التي استخدمها النشطاء والفاعلين، من حملات مقاطعة ومشاركة الصور بالمنشورات والفيديوهات المختلفة، فضلا عن استخدام تقنيات الهاشتاج التي جعلت القضية الفلسطينية تصبح "ترند" عالمي كما سبق الذكر آنفا، إلا أن منصات التواصل الاجتماعي أخذت بالانحياز إلى الكيان الصهيوني، خاصة بعد أن انتقلت الحرب العربية الفلسطينية والكيان الصهيوني إلى المواقع وأصبحت حرب إعلامية، تستخدم الدبلوماسية الإلكترونية، وظهر هذا الانحياز عندما شهد المحتوى الفلسطيني الانتهاك من طرف إدارة ومؤسسي شركات التواصل الاجتماعي، من خلال استراتيجيات حذف المنشورات تبنيها المستخدمين وحظرهم، وهذا ما يترجم التحيز الإعلامي الرقمي إلى جانب الدبلوماسية الإعلامية التي ينتهجها الكيان الصهيوني لتغطية الجرائم والواقع المرير الذي تمارسه الحكومة الإسرائيلية في حق الشعب الفلسطيني ومن أبرز استراتيجيات التحيز السياسي في مواقع التواصل الاجتماعي نجد:

- منصات التواصل الاجتماعي المملوكة لشركة Meta، انتهجت استراتيجيات تشكل تحيزا سياسيا لتقييد المحتوى الداعم للقضية الفلسطينية، تمثل هذه الاستراتيجيات التشتيت، من خلال وضع مواضيع لصرف الانتباه عن الأحداث في غزة، مثال على ذلك: مجموعة الصور التي تم صنعها بالذكاء الاصطناعي من طرف الكيان الصهيوني التي تترجم عدد الأطفال في كل أسرة، وضعها بطريقة تلفت الانتباه مما جعل العديد من المستخدمين يقومون بتغيير صور ملفاتهم الشخصية وفق ما يتناسب مع عدد أفراد عائلاتهم من خلال تلك الصور، وهي استراتيجية تم التوصل إليها من خلال تحليل اهتمامات المستخدمين لتقديم محتوى يسير وفقها لتحقيق الهدف المطلوب، بالإضافة إلى حجب المنشورات للصفحات ذات الجماهيرية العالية والحسابات البارزة المناصرة للفلسطينيين.

وفي ظل الهجمات العسكرية على قطاع غزة، تعرضت مواقع التواصل الاجتماعي، بما في ذلك "فيسبوك" لاتهامات بالتحيز وعدم العدالة في فرض المعايير، مما يؤدي إلى قيود في حرية التعبير لصالح

الكيان الصهيوني، وقد وصلت إلى حد إغلاق الحسابات التي كانت تنشر المحتوى الذي يوثق الوضع الصعب الذي يعيشه الفلسطيني يوميا (فتوح، 2023)

كما تبنت شركات التكنولوجيا مثل: تويتر، جوجل، فيسبوك، طلبات يهودية بشكل كبير، وحذفت نحو (95%) من المحتوى المعادي للكيان الصهيوني، وتشير التقارير إلى أن فيسبوك قام بحذف مئات الآلاف من المنشورات خلال الأيام الأولى للاشتباكات مع غزة، وقامت شركة Tik tok بحذف مئات الآلاف من مقاطع الفيديو وإغلاق البث المباشر المرتبط بالاعتداءات الصهيونية. (فتوح، 2023)

ومع استمرار الهاشجات الداعمة للقضية الفلسطينية ومواصلة الشباب الفلسطيني في مشاركة الواقع وفضح الممارسات العنصرية للاحتلال أثار هذا غضب الحكومة الإسرائيلية، حيث قام وزير الدفاع الإسرائيلي "بني غانتس" بعقد اجتماع مع مسؤولي شركة فيسبوك وتيك توك، وطلب منهم محاربة المحتوى الفلسطيني بكل الأساليب، حيث تمثلت نتائج الاجتماع إلى إغلاق حسابات مرتبطة بشبكة "قدس" الإخبارية على منصة "تيك توك"، في المقابل يشير تقرير صادر عن المركز العربي لتطوير الإعلام الجديد، إلى استجابة فيسبوك بنسبة كبيرة من المتطلبات الإسرائيلية لرقابة المحتوى، بينما استمرت منصات أخرى مثل: تويتر ويوتيوب في السماح بنشر مقاطع الفيديو تستنكر استخدام القوة العسكرية الصهيونية. (بدر، الدبلوماسية الرقمية الفلسطينية، 2021)

وفي هذا السياق يرى الأكاديمي والمستشار الإعلامي "نواف التميمي"، أن الإعلام الغربي والبريطاني تحديدا منحاز لليهود منذ ما قبل وعد بلفور (انحياز واضح.. لم يغمض الإعلام الغربي عينيه عن جرائم الاحتلال في غزة؟، 2023)

وهذا ما يؤكد الدبلوماسية الرقمية التي يمارسها اليهود على فلسطين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وفي سنة 2023 تحديدا بعد حركة حماس قدم الإعلام الغربي مجموعة من التغطيات لمختلف الأحداث لكن بطريقته وذلك من خلال:

- تصوير حماس بوصفها جماعة إسلامية متطرفة: الإعلام الغربي يصور حماس على أنها تمثل تيارا متطرفا من الإسلام، يتبنى إيديولوجية معادية للغرب والسامية، ويسعى لتجاوز الواقع الفلسطيني بطرق غير قانونية

- حماس لا تمثل فلسطين: يشدد البعض اليهودي على أن حماس ليست ممثلة شرعية لفلسطين بل اعتبرت جماعة إرهابية، تمارس السلطة في غزة دون انتخابات حرة ونزيهة.

غزة ليست محتلة وخيارات حماس الأخرى: يذكر البعض أن غزة لم تعد تحت الاحتلال الإسرائيلي بعد انسحابه منها في 2005، ويعتبر حماس كانت لديها خيارات أخرى لتحويل القطاع إلى منطقة يهودية بدلا من تطوير الأسلحة واستخدام المنح لأغراض عسكرية. (شحاتة، 2023)

ومنه، اختزلت التغطيات الأوروبية الغربية تطورات "طوفان الأقصى" بإلحاق وصمة "الإرهاب" النمطية بالتطورات واستبعاد مفهوم المقاومة أو حركة التحرر عنها، لانزلقت الرواية الإخبارية إلى التحيز بدأ من تعبير هجوم حماس المتشددة الإرهابية بينما نزع وصف الاحتلال عن جيشه، وغابت أوصاف العدوان أو جرائم الحرب (شاكر، 2023)

وهذا ما سيسعي الكيان الصهيوني لفعله.

ومن جهة أخرى قال المهندس "إعلام غانم" خبير أمن المعلومات: "إن جميع شركات التكنولوجيا مقرها "وادي السيليكون" بالولايات المتحدة الأمريكية، لذلك فهم يخضعون جميعا للسياسات الأمريكية ومصالحها، التي هي بشكل أساسي مرتبطة بمصالح الاحتلال الصهيوني ما يجعل استخدامها لصالح قوات الاحتلال أمرا منطوقيا"، وهذا ما يزيد من إثبات أن القوى الصهيونية متحكمة في القضية الفلسطينية من جميع الجوانب، وتسعى لتعزيز قواها بمختلف الطرق والأساليب (أيمن، 2023)

وبحسب مركز "جملة" فإن منصات التواصل الاجتماعي التابعة لشركة Meta أصبحت منذ سنوات مسرحا لانتشار انتهاكات الحقوق الرقمية الفلسطينية، خاصة الممارسة الرقابية لإسكات الأصوات الفلسطينية (الدقموني، 2023)

ومن جهة أخرى اعتذرت شركة Meta بعد إدراج كلمة "إرهابي" في السيرة الذاتية لبعض مستخدمي الانستغرام في فلسطين، فيما تقول الشركة أنه خطأ في الترجمة التلقائية، إذ قال في هذا السياق "فهد علي" الفلسطيني سكرتير منظمة الحدود الإلكترونية الأسترالية، "إنه لم تكن هناك شفافية كافية من Meta حول كيفية السماح بحدوث ذلك، وقال أيضا: "هناك قلق حقيقي بشأن زحف هذه التحيزات الرقمية ونحن بحاجة لمعرفة ذلك" (السعود، 2023)

وهذا ما يترجم الاستراتيجيات الصهيونية الرقمية لكسب التفاعل الإلكتروني والتحيز الإعلامي لصالحها في القضية الفلسطينية؛ ونظرا للتحيز الواضح الذي شهدته القضية الفلسطينية من طرف الإعلام الغربي والجديد، ودعمهم الواضح لها، فضلا عن محاربة المحتوى الفلسطيني بجميع الطرق والأساليب، جعل المستخدمين يتفرون كل حسب اتجاهاته حول القضية نظرا لتضارب الآراء ودمغ الحقيقة وتضليلها، إذ خلق لنا العديد من الاتجاهات في الرأي لدى الجمهور المستخدم، والتي من خلالها يمكن تحديد شعبية القضية ومدى وصولها إلى العالم، ومعرفة الفئات المؤيدة من المعارضة لها ومن التي تفضل الصمت.

تمثل شبكات التواصل الاجتماعي أهمية كبيرة في التأثير على اتجاهات الجمهور وتحديد مواقفه إزاء مختلف القضايا التي تدور حوله (الرؤوف، 2023، صفحة 128)

حيث جاء من وراء هذه الاتجاهات نتيجة تأثير الاتصال والتواصل للمستخدمين، فضلا على هذه الاتجاهات تكون نابعة من الجانب العقلي والنفسي للأفراد، إذ أن هناك ثلاث اتجاهات رئيسية تنتج عن تأثير الاتصال وتعرض المستخدمين لمختلف القضايا عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتكون كالاتي:

1/ خلق اتجاهات جديدة

2/ تدعيم اتجاهات موجودة

3/ تغيير اتجاهات موجودة (موسي، 2009، صفحة 23)

وعليه، فعند خلق اتجاهات جديدة يكون المستخدم قد تأثر بمحتوى القضية الفلسطينية بعد أن كان معارض لما يتم تناوله، وبالتالي أحدثت فيه سلوك لذلك نجد نوع من الجمهور المعارض للقضية الفلسطينية بغض النظر عن نوع انتماءاته، وهناك الجمهور الداعم أو المؤيد للقضية الفلسطينية الذي يسعى دائما للتفاعل ومشاركة المنشورات الهاشتاجات تعبيراً عن الدعم القوي والتأييد المعنوي الذي يوجه للشعب الفلسطيني، أما عن النوع الثالث من الجمهور هنا هو الجمهور المحايد الذي يسعى في بعض الأحيان إلى تغيير ما هو موجود من أفكار وآراء، يكون معاكساً تماماً للاتجاهين السابقين الذكر، وعادة ما يكون هذا النوع غير محب للقضايا السياسية وليست لديه ميول للتعاطف أو إظهار الدعم.

ثالثًا: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي.

1- نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي:

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة تفاعل على نطاق واسع وعلى الرغم من وجود العديد من منصات التواصل الاجتماعي إلا أن جميعها تخدم نفس الهدف الرئيسي ألا وهو إنشاء تفاعل اجتماعي (Kemi, 2016, p. 7)، وفي هذا السياق يمكن تعريف مواقع التواصل الاجتماعي على أنها الأجهزة والمنصات الرقمية التي تمكن مستخدميها من مشاركة المعلومات عالمياً وتستخدم المواقع في إزالة المسافات الافتراضية بين المستخدمين (BROOK و GUPTA، 2017، صفحة 56) فلقد شهدت هذه المنصات تطوراتها على مر السنوات مما أثر بشكل كبير على كيفية تفاعلنا وتواصلنا مع العالم من حولنا وهذا ما سيتم التطرق إليه في هذا المطلب من خلال عرض موجز لتاريخ هذه المواقع وكيف تطورت منذ بدايتها البسيطة إلى الظاهرة التي نعرفها اليوم.

يعتقد البعض أن بداية شبكات التواصل الاجتماعي تعود إلى إرسال أول بريد إلكتروني في عام 1971. ويرجع هذا الاعتقاد إلى أسباب متعددة؛ فقد كانت رسائل البريد الإلكتروني وسيلة رخيصة لنقل المعلومات إلى أشخاص آخرين في أنحاء العالم وفي نفس عام، تم اختراع نظام لوحة المنتدى من قبل "وارد كريستنس و راندي سويس"، الذي سمح للمستخدمين بتبادل البيانات عبر خطوط الهاتف، لإعلام بعضهم البعض عن الاجتماعات والقيام بالإعلانات ومشاركة البيانات بين الحين والآخر. وفي العقود اللاحقة، تم تقديم الشبكة العنكبوتية العالمية، وقد بدأت Geocities كأول نظام للتواصل الاجتماعي، حيث سمحت للمستخدمين بإنشاء مواقع ويب وفقاً لاهتماماتهم وتفضيلاتهم. (alalaw & Jenaibi B, 2016, p. 3)

وبحلول عام 1997 تم إنشاء موقع SixDegrees.com الذي كان أول موقع تواصل اجتماعي معترف به بحيث سمح للمستخدمين بإنشاء ملفات شخصية وتسجيل أصدقائهم وبالرغم من جذبه ملايين المستخدمين إلا أنه فشل في أن يصبح عملاً مستداماً وفي عام 2000 أغلقت الخدمة في حين يعتقد مؤسسوها أن الناس يتوافقون بالفعل إلى الإنترنت، إلا أنه اشتكى مستخدموه من أنه لا يوجد الكثير للقيام به بعد قبول طلبات الصداقة، وكان معظم المستخدمين غير مهتمين بالتعرف على الغرباء (boyd & Ellison, 2008, p. 214)

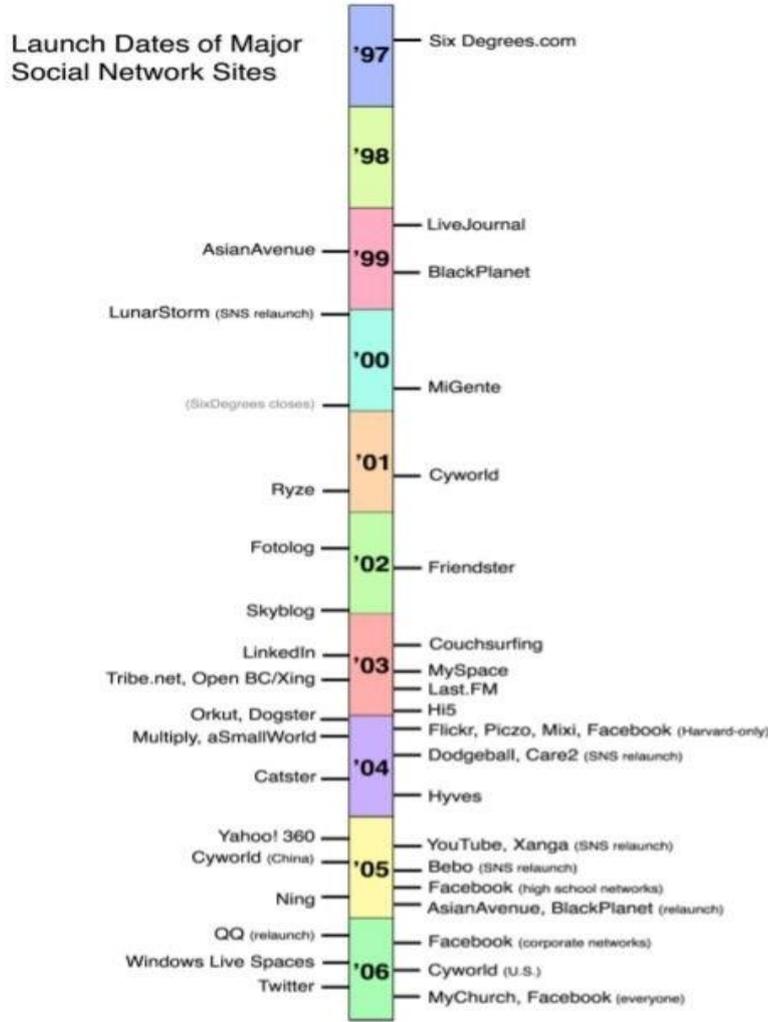
وكان الميلاذ الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم مع بداية عام 2002 حيث ظهر موقع Friendster الذي حقق نجاحا كبيرا مما دفع Google إلى محاولة شرائه سنة 2003 لكن لم يتم الاتفاق على شروط الاستحواذ (بوعمر، نصر الدين، و العادل، 2021، صفحة 183)

وفي النصف الثاني من العام 2002 ظهرت في فرنسا شبكة (Skyrock) كمنصة للتدوين، ثم تحولت بشكل كامل إلى شبكة اجتماعية في العالم 2007. ومع مرور عام واحد ظهر موقع (myspace) الأمريكي الذي نعى بسرعة ليصبح أكبر شبكات التواصل الاجتماعي في عام 2006. التي من أحد أهم ميزاته هي تفصيلات الملفات الشخصية التي تتيح للمستخدمين إنشاء خلفيات أصلية وعرض الشرائح وتشغيل مقاطع الصوت والصورة إضافة إلى المدونات وفي أوقات كثيرة أعتبر بمثابة موقع ويب للموسيقيين (الرعود، 2011، صفحة 33)، كما ظهر بالتوازي موقع "لينكد إن" عام 2002 وبدأ التشغيل الفعلي له في عام 2003 فهو الذي مهد إلى ظهور موقع الفاييسبوك عام 2004 حيث كان في البداية مقتصرًا فقط على طلبة جامعة "هارفارد" ثم انتشر بسرعة ليشمل الجامعات الأخرى في مدينة بوسطن وجامعة "أيفي ليج" وجامعة "ستانفورد" ثم اتسع لمدارس الثانوية حتى أصبح محل تنافس بين الشركات التكنولوجية الكبرى وفي 14 فبراير من سنة 2005 ظهر موقع اليوتيوب من خلال تمكن ثلاث موظفين في الولايات المتحدة الأمريكية من استخدام تقنية الأدوبي فلاش لعرض المقاطع المتحركة، مقاطع الأفلام، التلفزيون، الموسيقى والفيديو المنتج من قبل الهواة (بشير، 2014، صفحة 16)

وبحلول عام 2006 تم إطلاق موقع تويتر (twitter) الذي شكل قفزة نوعية في البنية الاتصالية، وأنماط التأثير الاجتماعي، وأصبح من أهم وسائل تحقيق التواصل الاجتماعي ممهدًا بذلك لنشأة واقع جديد تتغير فيه صورة التواصل والتفاعل والتأثير (إسماعيل ع.، 2019، صفحة 38)

ومن خلال ما سبق يمكن القول أن رحلة مواقع التواصل الاجتماعي مرت بمراحل مذهلة من النمو بدءًا من اللحظة التي ظهرت فيها المنصات الأولى إلى ثورة "فيسبوك" العالمية، وصولًا إلى تأسيس الشبكات الاجتماعية الكبيرة التي نعرفها اليوم كما هو موضح في الشكل رقم (03)، تلك المنصات لم تكن مجرد مواقع، بل أصبحت تمثل مجتمعات افتراضية تربط بين الأفراد وتجعل العالم أصغر وأكثر تواصلًا. نظرًا لتمييزها بالعديد من الخصائص.

الشكل رقم (03): يوضح تواريخ ظهور أشهر مواقع التواصل الاجتماعي من فترة 1997 إلى 2006



المصدر: (boyd & Ellison, 2008)

2- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

في زمن يتفاعل فيه الأفراد بشكل متزايد مع العالم الرقمي تبرز مواقع التواصل الاجتماعي كأحد أهم مظاهره نظرًا لتمييزها بمجموعة من الخصائص والتي تتمثل في ما يلي:

1. التفاعلية: تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بالتفاعلية بفضل توفر غرف الدردشة ومنتديات النقاش وتطبيقات الألعاب عبر الشبكة على عكس المواقع العادية على الويب حيث تتيح شبكات التواصل الاجتماعي التواصل والمرح مع الأصدقاء بشكل فعال (Subramani, 2015, p. 165)

2. غير جماهيرية: حيث يمكن توجيه التواصل الإلكتروني إلى فرد أو مجموعة معينة من الأفراد مما يعني أن مواقع التواصل الاجتماعي شائعة للغاية وشاملة بحيث يمكن للأشخاص من مختلف بقاع العالم الانضمام والتفاعل وبالتالي فهي تلغي الإطار الزمني والمكاني.

3. الشيووع والانتشار: بمعنى الانتشار حول العالم وداخل كل طبقة من طبقات المجتمع (العباد، 2016، صفحة 76) بحيث يشير ذلك إلى قوة هذه المنصات في جذب وجمع عدد كبير من المستخدمين من مختلف بقاع العالم.

4. الحالية: يتجسد ذلك في حالي البث والتلقي فهي تتيح مكانا لتجمع الأفراد على الخط المباشر مما يسمح لهم بإقامة علاقات جديدة للتعرف على مستخدمين آخرين في نفس مجالات اهتمامهم (غنية، 2019، صفحة 132)

5. الفردية والتجزئة: يرفع الاتصال الرقمي من قيمة الفرد وتميزه عندما توفر برامجه قدر كبير من الخيارات التي تمنح أطراف الاتصال حرية التجول والاختيار والاستخدام وتقييم الاستفادة من عملية الاتصال وهو ما يعلي من قيمة الفردية. (وداعة و محمد الله ، 2020 ، صفحة 32).

3- نماذج عن أشهر مواقع التواصل الاجتماعي

يستخدم ملايين الناس وسائل التواصل الاجتماعي للدردشة وتصفح الأخبار وإقامة علاقات صداقة كل يوم، لكن ليست كل المنصات الاجتماعية شائعة ومستخدمة بالقدر نفسه ومن خلال هذا المطلب سيتم عرض أشهر مواقع التواصل الاجتماعي وذلك وفقا لبيانات أبريل/نيسان 2023، بناء على المستخدمين النشطين (أكثر من 12 منصة للتواصل الاجتماعي في 2023، 2023)

الشكل رقم (04): يوضح ترتيب أشهر مواقع التواصل الاجتماعي من حيث نسبة المسجلين النشطين لسنة 2023.



- فيسبوك: هو أكبر شبكة اجتماعية في العالم، حيث يمتلك أكثر من 2.2 مليار مستخدم يوميا وفي الوقت الحالي يستخدمونه تقريبا الجميع يتراوح الحد الأدنى للعمر استخدام الفايسبوك عند 13 عاماً، حيث تعد فئة الشباب الأكثر استخداما لهذه المواقع (Johansson, 2019, p. 15)، بحيث تعود نشأته إلى عام 2004 في جامعة هارفارد في الولايات المتحدة الأمريكية من قبل طالب متعثر في الدراسة يدعى مارك زوكر بيرج الطالب المهوس ببرمجة الكمبيوتر بحيث لم يخطر بباله أن هذه المدونة ستجتاح العالم الافتراضي بفترة قصيرة جداً (حسونة، 2014، صفحة 4) ففي 2006 زاد عدد المستخدمين ليشمل طلاب جامعات أخرى غير هارفارد ثم مدارس الثانوية وهكذا بدأ في الانتشار أكثر (خليفة، 2016، صفحة 27) ليصل سنة 2023 إلى 2960 مليون مستخدم نشط كما هو موضح في الشكل رقم (03).

- يوتيوب: تأسس موقع يوتيوب عام 2005 في ولاية كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية عن طريق تشاد هرلي، ستيف تشن، وجاود كريم وهم موظفين سابقون في شركة paypal وقامت جوجل بشراء الموقع مقابل 1.55 مليار دولار أمريكي ويعتبر اليوتيوب من الجيل الثاني وأصبح عام 2006 شبكة التواصل الأولى حسب اختيار مجلة تايم الأمريكية (الشاعر، 2015، صفحة 65). حيث يقوم على فكرة ألا وهي بث لنفسك أو ذع نفسك (Broadcast yourself) ويوضح هذا الشعار في الصفحة الأولى إذ تحمل عليه يوميا أفلام من صنع الهواة حول العالم ويتضمن الموقع أنواعا لا حصر لها من النشرات الإخبارية والبرامج وكليبات الفيديو أو ما يطلق عليه الفديوبلوجنغ videoblogging وقد تحول في الفترة الأخيرة إلى ما يشبه الأرشييف المصور لأهم ما

تعرضه القنوات التلفزيونية فأصبح ساحة مفتوحة للتعبير عن الآراء وتبادل المعلومات (إبراهيم، 2014، الصفحات 185-186)

- واتساب: وهو تطبيق للهواتف الذكية والحواسيب وغيرها بحيث يتيح لمستخدميه إنشاء محادثات مع المستخدمين الآخرين بحيث يمكنهم من تبادل الصور والملفات والفيديوهات والصوتيات (باشا و شعي باشا، 2020، صفحة 27)، وقد تأسس واتساب عام 2009 على يد يان كوم وبرين اكن اللذان عملا معا في شركة Yahoo وفي عام 2014 انضمت واتساب إلى الفايستوك لكنها استمرت في العمل كتطبيق مستقل مع التركيز على بناء خدمة مراسلة تعمل بسرعة ويمكن الاعتماد عليها في أي مكان في العالم، ومع مرور الوقت أصبح هنالك أكثر من مليون شخص في أكثر من 180 بلدا يستخدمون واتساب للبقاء على اتصال مع أصدقائهم وأفراد أسرهم في كل مكان وزمان (حمدي، 2018، صفحة 31)

- سناب شات: موقع يسمح للأفراد بمشاركة الصور ومقاطع الفيديو الحية بشكل مجاني وبها خاصية فريدة ألا وهي إمكانية عرض الصور والمقاطع للأربعة وعشرون ساعة فقط ومن ثم تختفي ويمكن للشخص أن يحتفظ بالصور والمقاطع التي تم تداولها بالإضافة إلى وجود تنبيهات تبين للمشارك ما إذا تم التقاط صورة للشاشة للوسائط التي تم نشرها بحيث تجاوز عدد المستخدمين النشطين إلى 100 مليون يوميا في السنة 2014م بالإضافة إلى إرسال حوالي 700 مليون صورة وفيديو يوميا على هذا التطبيق (محمد م.، 2018، صفحة 46)

- تويتر: هو عبارة عن شبكة اجتماعية تتيح خدمة التدوين التي تسمح لمستخدميه بإرسال تغريدا بحيث لا تتجاوز 140 حرف للتغريدة كحد أقصى حيث ظهر الموقع في أوائل عام 2006 كمشروع أجرته شركة Obvious الأمريكية في مدينة "سان فرانسيسكو" وفي منتصف عام 2007 قامت الشركة بفصل الخدمة عنها وتكوين شركة جديدة تحمل اسم Twitter (مرزوك، 2020، صفحة 68)

- إنستغرام: هو أشهر مواقع التواصل الاجتماعي وهو عبارة عن تطبيق يسمح للمستخدمين بأخذ صورة وإجراء التعديلات الرقمية والفلتر عليها حسب الرغبة ويتيح مشاركتها مع الأصدقاء (أمين، 2015، صفحة 121) في حين تم إصدار إنستغرام في أكتوبر عام 2016 وتم شراؤها من قبل فيسبوك في أبريل 2012 واستمر في الانتشار بحيث بلغ عدد مستخدميه الحاليين حوالي 130 مليون مستخدم نشط شهريا وهذا ما

أكدته إحصائيات عام 2013 كما أضاف الانستغرام إمكانية نشر مقاطع فيديو قصير ردا على الطلب المتزايد (Bhagwat & Goutam, 2013)

4- دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

هناك العديد من الدوافع التي تشجع الأفراد على الانتقال من واقعهم الملموس إلى العالم الافتراضي حيث ينشئون حسابا على الأقل في مواقع التواصل الاجتماعي بحيث تعكس هذه الدوافع رغبة الفرد في البحث عن بدائل تلبي توقعاتهم وتلبي احتياجاته الاجتماعية وتبرز بوضوح في هذا السياق بعض من هذه الدوافع المتمثلة في ما يلي:

- المشاكل الأسرية:

توفر الأسرة للفرد الأمن والاستقرار والحماية ففي حالة فقدان الفرد هذا الشعور ينتج عنه نوع من الاضطراب الاجتماعي مما يدفعه للهروب إلى المواقع التي بمثابة بديل عن حياته الواقعية

- الفراغ:

سوء إدارة الوقت يمكن أن يؤدي إلى شعور الفرد بقلّة القيمة الشخصية، مما يدفعه لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، مثل الفايسبوك، الإنستغرام، تيك توك، يوتيوب أو غيرها من المواقع كوسيلة لملء هذا الفراغ.

- التعارف وتكوين الصداقات:

فمواقع التواصل الاجتماعي تتيح فرصة تكوين علاقات مع أفراد من نفس المجتمع أو مجتمعات أخرى بطرق سهلة.

- التسويق أو البحث عن وظائف:

لم يقتصر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كأداة تواصل فقط وإنما أصبحت أداة تسويقية فعالة نظرا للانخفاض التكاليف فضلا عن سرعة الوصول إلى الجمهور والتواصل معه نظرا للسهولة استخدامها فهي تسهل ربط أصحاب العمل بطلابه.

- العمل وانتشار المعلومة واستثمارها:

فتجربة التسوق عبر الشبكات ومواقع التواصل الاجتماعي فتحت المجال الواسع للبحث عن الوظائف والعمل وساهمت في التطوير الوظيفي وتبادل الخبرات والمعارف (الرزاق، 2017)

5- إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي:

في العصر الحديث أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي جزءاً لا يتجزأ من حياتنا اليومية باعتبارها وسيلة تواصل فعالة فهي تتيح لمستخدميها مشاركة المعلومات والتفاعل ومع تزايد استخدام هذه المنصات يثار الكثير من الجدل حول الآثار الايجابية والسلبية للاستخدام هذه التكنولوجيا الحديثة من هنا سنتطرق إلى أبرز سلبيات وإيجابيات هذه المواقع:

- ايجابيات مواقع التواصل الاجتماعي:

1- كسر احتكار الدولة والحكومات لوسائل الإعلام حيث أصبحت وسائط الإعلام الالكترونية في متناول أفراد المجتمع وظهرت صحافة المواطن التي تتيح للجميع نقل الأخبار والوقائع وبثها بصفة فورية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

2- توفير التسلية والترفيه نظراً لما تبثه وسائل التواصل الاجتماعي من محتويات ترفيهية (تفريغ، 2016، صفحة 7)

3- تتيح مواقع التواصل الاجتماعي للمستخدمين البقاء على اتصال بالأحداث الجارية في مختلف أنحاء العالم

4- تسهل التواصل المفتوح مما يؤدي إلى تعزيز اكتشاف المعلومات وتسليمها (Bhagwat & Goutam, 2013, p. 18)

- سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي:

1- إضعاف الذاكرة اللغوية العربية: أن الاستخدام المتزايد لمواقع التواصل الاجتماعي يؤدي إلى ضعف المهارات اللغوية نظراً لأن المستخدمين يعتمدون في اتصالاتهم على لغة عربية غير صحيحة وفيها عبارات أجنبية فضلاً عن انتشار كتابة المفردات العربية بأحرف أجنبية (مركز الحرب الناعمة للدراسات، 2016، صفحة 33)

- 2- الهوس بالمشاركة: من سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي أنها أدت بالناس إلى تفضيل مشاركة الصور ومقاطع الفيديو على حساب عيش اللحظة إذا أصبح الجميع يضعون هواتفهم في وضع الاستعداد للمشاركة كل شيء للعالم. (حنفي و المطيري، 2016)
- 3- التظليل: نشر الأفكار الضالة مثل ترويج العنف والمشاركة فيه، والجنس والتورط في ميادينه
- 4- التعرض للجرائم الإلكترونية: حيث أكد موقع كاسيرسكي عام 2008 أنه هناك حوالي 43 ألف ملف خبيث عبر الشبكات الاجتماعية.
- 5- انعدام الخصوصية: باعتبار أن ملف المستخدم لهذه المواقع يحتوى على مختلف معلوماته الشخصية التي قد تصل بسهولة إلى يد أشخاص يستغلونها بغرض الإساءة والتشهير مما تسبب الكثير من الأضرار المادية. (العريشي و عبد الرحمن محمد الدوسري، 2015، صفحة 68)

رابعاً: المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي

1- مفهوم المؤثرين والفرق بينهم وبين صناع المحتوى

قبل التطرق إلى مفهوم المؤثرين لابد من معرفة قبل ذلك ما هو التأثير

1-1 مفهوم التأثير: يمكن تعريف التأثير على أنه: "الحقيقة التي تصبح فيها إجراءات شخص ما توجيهًا لسلوك شخص آخر" ويتضمن التأثير عادةً تفاعلاً بين الطرفين، حيث يؤثر شخص ويتأثر شخص آخر. في حين يتطلب التأثير أيضاً المصادقية، حيث يجب على الشخص المتأثر أن يعترف بكفاءة الشخص المؤثر في المجال المعني. وهذا يعني أنه يجب أن يمتلك المؤثر معرفة كافية في الموضوع ليكون له التأثير المناسب، ولكن يجب ملاحظة أن هذه المصادقية قد تكون حقيقية أو وهمية (Lemhadi, 2019, p. 294)

وعليه يمكن تعريف التأثير على أنه عملية تفاعلية تشمل توجيه سلوك شخص ما بواسطة شخص آخر بتطبيق مجموعة من الاستراتيجيات سواء باستخدام أسلوب الإقناع أو التلاعب أو الأدلة والحجج المنطقية وغير ذلك من الأساليب وهذا ما ينجر عنه الأثر الذي يمكن قياسه سواء في مدة قصيرة أو على المدى البعيد.

2-2 مفهوم المؤثر في مواقع التواصل الاجتماعي:

يمكن تعريف المؤثر على أنه ذلك الشخص الذي لديه قاعدة متابعين كبيرة على منصات ووسائل التواصل الاجتماعي (إيهاب و بلحيمر، 2024، صفحة 61) وبالتالي هم الأفراد الذين ينشطون جداً على وسائل التواصل الاجتماعي ولهم القدرة على التأثير في سلوكيات، وأفكار أو تصرفات مجتمعهم (جنيدي، 2018، صفحة 12)

3-1 الفرق بين المؤثرين وصناع المحتوى:

في زمن الثورة الرقمية وشبكات التواصل الاجتماعي غدت المفاهيم مختلطة فالكثير يخلطون بين مفهوم المؤثرين وصناع المحتوى بحيث أن هذا الأخير هو المسؤول عن إنتاج عمل في جميع أشكاله المكتوب، المرئي أو المسموع وهو شخص يتمتع بمصادقية وانتشار وشهرة وله جمهور في المقابل هناك من يسمي نفسه مؤثر وهو شخص عادي يمتلك عددا كبيرا من الأوفياء تبناه خبراء التسويق الإلكتروني للوصول من خلاله إلى أكبر قاعدة جماهيرية (الخطيب، 2023).

كما أن صناع المحتوى يعملون على نشر معرفة معينة أو زيادة الوعي تجاه قضية ما، في المقابل "المؤثرين" لا يقوموا بأي إنتاج بل هم أشخاص داعمين لمنتج معين أو قضية، لتحقيق عائد مالي أو دعم أجنحة من يقوم بتوظيفهم (التواصل الاجتماعي ما الفرق بين المؤثر و صانع المحتوى الرقمي؟، 2022)

2- نشأة وتطور ظاهرة المؤثرين

إن كلمة مؤثر influenceur أصلها لاتيني من كلمة fluer وتعني سائل يتدفق وflu جزء نجده في كل من كلمة nfluencer أو nfluencer حيث يمكن تصوير الشخص كسائل يأخذ شكل الوعاء الذي يحتويه أو المسار الذي يسير عليه. في هذا السياق، يمكن للشخص أن يؤثر على الآخرين من خلال توجيههم نحو ما هو جيد أو مفيد لهم.

ففي القرن الثالث عشر وظفت كلمة influenza باللاتينية من أجل الاستحضار والحث على الحروب والكوارث في التاريخ الاسباني فهي كلمة تنقل فكرة القوى فهي كانت تحمل معنى سلبي لهذا نقول لشخص يتأثر أي أنه ضعيف ويسهل التلاعب به. (YouTube، 2019)

و بالعودة إلى ظاهرة المؤثرين فهي موجودة منذ بداية الإنسانية إذ كان الناس ينظر إلى شخصيات بارزة في المجتمع كشيخ القبيلة، كبير العائلة، الأمراء، الملوك وغيرهم بأنهم شخصيات مؤثرة لما لهم من دور كبير في متابعة شؤون الناس والفصل في ما بينهم من خلافات ومع ظهور الأنترنت ووسائل الاتصال الحديثة ظهر مصطلح جديد وهو المؤثرين (حمدان، 2019) الذي دخل إلى القواميس الفرنسية لاروس وروبرت في عام 2017 حيث كان مصطلح زعيم الرأي يستخدم في الماضي لكن اليوم يمكن اعتباره مرادفا لمصطلح مؤثر ويعد "بول لأزار سفيلد" عالم الاجتماع الأميركي هو الذي طور مفهوم المؤثر في عام 1940 من خلال إجرائه استطلاع على 600 ناخب من الانتخابات الرئاسية. أظهرت النتائج أن القرارات السياسية ليست فردية، بل تتأثر بأراء الأصدقاء والعائلة والمعارف وأظهرت دور الأشخاص الذين يؤثرون على قرارات الآخرين وخلصت إلى أن الاتصال لا يتم بالضرورة من النقطة (أ) إلى النقطة (ب) بل يتم على عدة مراحل ويمر عبر وسيط وبالتالي فالمؤثرين هم هؤلاء الوسطاء بين المنتج أو العلامة التجارية ومجتمعهم ، (Qu'est-ce qu'un influenceur ?، 2024)

ومع التطور التكنولوجي وظهور مواقع التواصل الاجتماعي التي حظيت بانتشار كبير أدى ذلك إلى زيادة انتشار المؤثرين وبدأ نشاطهم يتطور ويتوسع في عدة مجالات تلامس جوانب الحياة بهدف الشهرة وكسب المال (مرعي، 2023)

وأدى توسع نشاط هؤلاء المؤثرين إلى ظهور منحنى مختلف لتأثير المحتوى الذي يقدمونه فبعد أن كان من أجل أهداف تسويقية والشهرة صار التأثير يطل وعي المتلقي وتكوين الرأي العام حول القضايا التي تهم الجمهور (البستاني، 2022)

3- أنواع المؤثرين في مواقع التواصل الاجتماعي

مع تفاقم ظاهرة المؤثرين وانتشارها، أصبح من الصعب تحديد أنواع معينة لهم، حيث اختلفت التصنيفات وتزايدت باختلاف المجالات، الشيء الذي جعل الكثير من الباحثين والمهتمين يختلفون في تحديد الأنواع الرئيسية للمؤثرين، لكن حسب الدراسات المتكررة، يمكن حصر أنواع المؤثرين حسب ثلاثة معايير أساسية وهم كالآتي:

• المعيار الأول: حسب عدد المتابعين

- المؤثرون الكبار:

وهم الأشخاص الذين لديهم عدد كبير من المتابعين (Follower)، على شبكاتهم الاجتماعية، أي أكثر من مليون متابع عادة الأشخاص المشاهير وأصحاب نفوذ وماركات عالمية (Vodák, Novyzedlák, Čakanová, & Peká, 2019, p. 153)

- المؤثرون الكليون:

هم على بعد خطوة واحدة من المؤثرون الكبار وهم الأشخاص الذين لديهم عدد من المتابعين يتراوح بين 100.000 إلى مليون (Follower) من ذوي التأثير الكلي. (Geysler, 2024)

- المؤثرون الجزئيين ذو تأثير منخفض "ميكرو":

وهم أصحاب النفوذ الجزئي، 39.50% ويعتبرون مدمنين اجتماعيين لديهم خط تحريري خاص بهم، يعترفون قبل كل شيء بوجود جمهور بحيث يتراوح عدد متابعيهم بين 10.000 إلى 50.000 مشترك، وبوصول عدد متابعيهم 50.000 متابع يصبحون بذلك أكثر مصداقية بالنسبة للمهتمين بمحتواهم.

- المؤثرون الصغار (النانو):

يمكن تعريفهم بأنهم مستهلكون عاديون ومتحمسون ومستمرّون يهدفون إلى مشاركة شغفهم مع متابعيهم، إذ نجدهم ملتزمون للغاية ويوصون لمنتجات أو خدمات دون أن يتم دفع أجرهم، ويعتبر جمهورهم مجتمع ذو ميزة خاصة، يمثلون حوالي (36.80%) من المؤثرون على إنستغرام ويتميزون بقدرتهم على جذب متابعيهم الذين يتراوح عددهم بين 0 إلى 10000 follower (Chevalier, 2021, pp. 12-13)

• المعيار الثاني: حسب المجال

هناك أنواع كثيرة من المؤثرين حسب المجال وذلك نظرا لتعدد المجالات التي يمكن ذكرها فيما يلي:

1. مؤثرون في الجمال والموضة
2. مؤثرون في الأكل والمطاعم
3. مؤثرون في السفر والسياحة
4. مؤثرون في الرياضة واللياقة البدنية (أمينة، 2022، صفحة 95.96)

• المعيار الثالث: حسب نوع المحتوى

- المدونين:

إذا كانت المدونة ذات شهرة وتأثير كبيرين فقد توفر فرصة كبيرة لشراء مساحة إعلامية على موقعها، ويمكن بعدها كتابة المنشورات وصناعة محتوى، على الرغم من أنها تتطلب دفع مبلغ مالي، إلا أنها تحقق استثمارات كبيرة وبالتالي فالمدونين النشطين والذين يمتلكون عددا كبيرا من المتابعين، من مختلف القطاعات لديهم قدرة تأثيرية عالية، وقوية نظرا لجودة الوسيلة المستخدمة في التأثير.

- مستخدمي يوتيوب:

تعد منصة YouTube من أبرز المنصات التي تضم أعدادا كبيرة من المؤثرين حول العالم، فمن خلال إنشاء قناة على المنصة ومشاركة الفيديوات والمحتوى من خلال فيديوهات قصيرة أو طويلة في أغلب الأحيان، تمكن المؤثرين من جمع أكبر عدد من المتابعين وبالتالي تحقيق نجاح أكبر للمحتوى المصنوع.

- المذيعون:

يعد البحث الصوتي شكلاً حديثاً نسبياً من المحتوى عبر الإنترنت الذي يزداد شعبية، يستخدمها عادة أصحاب محتوى البودكاست، والملاحظ أنه محتوى رائج في الوقت الحالي والتي من خلاله يتم صنع فيديوهات قصيرة Reels باستخدام محتوى البودكاست (Bour, 2020)

4- خصائص مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي

التأثير على الآخرين ليس أمراً عشوائياً، بل يعتمد على مواهبك وصفاتك الخاصة التي تجذب الناس إليك وتثير اهتمامهم، وهذا ما يحدث مع مجموع المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، إذ لديهم مجموعة من السمات تجعلهم مختلفون عن غيرهم من الأشخاص، وقبل التطرق إلى مجموع الخصائص يجب أولاً معرفة المؤشرات التي تجعل المؤثرون يستمدون قوتهم التأثيرية على الجمهور لجمع أكبر عدد من المتابعين وهم:

1/ معدل الانتشار الاجتماعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي

2/ المحتوى الخاص بهم وقيمته بالنسبة للمستخدمين

3/ ثقة الآخرين بهم ومدى مصداقيتهم عند المتابعين (شفيفة، 2023، صفحة 508)

ومنه اكتسب المؤثرون عدداً معتبراً من المتابعين فضلاً عن السمات التي يتميزون بها والتي يمكن ذكرها فيما يلي:

1. يتمتعون بامتلاكهم عدد كبير من المتابعين يقدر بالآلاف والملايين من مختلف الفئات العمرية، وعلى اختلاف مستوياتهم الثقافية.
2. يتم التعرف عليهم من خلال المحتوى الذي يقدمونه، حيث تكون المعرفة الأولية بهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعليه فمعرفة افتراضية.
3. يتميزون بقدرتهم على التأثير في سلوك متابعيهم انطلاقاً من المحتوى الذي ينشرونه. (هينيسي، 2020، صفحة 03)

4. التركيز على الاستمالات العاطفية لمتابعيهم من خلال خلق حالة عدم رضا عن حياتهم مستغلين بذلك مزايا تكنولوجيا الاتصال الحديثة الفلاتر Les filtres وهو سهم بالحياة المثالية لدفع المتابعين لتقليدهم والسعي لعيش حياتهم.

5. يكتسب المؤثرون صفة المؤثر من مصادر حقيقية ترتبط بممارساتهم الواقعية بعيدا عن مواقع التواصل الاجتماعي، كما يكتسبون أيضا من مصادر غير حقيقية افتراضية، وذلك نتاج رغبتهم في دخول ذلك العالم، عن طريق تقديم محتوى فكاهي أو معرفي أو جمالي.. الخ، معاكس تماما لحياتهم اليومية الحقيقية (آسية، 2023، صفحة 516)

6. الأصالة والإبداع: تتميز قدرة المؤثر في مواقع التواصل الاجتماعي على تقديم محتوى جديد بشكل دوري، يجذب انتباه الجمهور، يدرك المحتوى أنه مبتكر ومتطور وغير عادي، وذلك لبثهم الدائم على إنشاء صورة أصيلة لبناء هويتهم الشخصية من خلال وضع بصمتهم الخاصة في كل ما يقدمونه للجمهور المتابعين.

7. القدرة على الإقناع: ومن أهم المميزات التي يجب أن تتوفر في مؤثري المواقع، لأنه يلعب دور كبير في إثراء المناقشات وتغيير السلوك والاتجاه، وهي العملية التي تعد من الصعوبات التي تواجه المؤثر، خاصة الذين يعملون في مجال التسويق وغيره. (Karima, 2023, p. 19366)

وعليه يمكن أن نلخص مجموع الميزات الخاصة بالمؤثرين والتي تتمثل فيما يلي:

- الشخصية الجذابة، إذ يمتلكون شخصيات جذابة ومثيرة للاهتمام تجذب الجمهور وفق اهتماماتهم.
- الثقة والمصداقية: إذ يتمتع المؤثرون بكسب ثقة الجمهور وبالمقابل يظهرون مصداقية المحتوى الذي يقدمونه.
- التفاعل المستمر مع المتابعين: حيث يتفاعل المؤثرون مع جمهورهم بشكل يومي وذلك من خلال الرد على التعليقات والرسائل والمشاركة في المحادثات الجماعية.
- الإبداع والابتكار: وذلك لقدرتهم على إنشاء محتوى جديد ومبتكر يثير الاهتمام ويجذب أكبر عدد من المتابعين.

- التأثير والقدرة على التغيير: وذلك من خلال قدرتهم على التأثير في سلوكيات وآراء جمهور المتابعين وتحفيزهم على التغيير.

5- دور المؤثرين في معالجة القضية الفلسطينية

لعب المؤثرون الاجتماعيون دورا بارزا في تناولهم للقضية الفلسطينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، فمن خلال الحديث عنها بشكل مستمر، أدى ذلك إلى تغيير نمط الخطاب العالمي نحو المقاومة الفلسطينية، وتحول خطاب المؤثرين المدافعة البشرية وتنفيذ الشائعات والروايات الأمريكية الإسرائيلية، إلى الفاضحين لجرائم وممارسات الاحتلال المستمرة (حماشة، 2023)

وهذا ما ساعد على تعزيز المحتوى الفلسطيني وإثارة غضب الكيان الصهيوني في الحرب الإعلامي، ومن بين هؤلاء المؤثرين النشطين الذين ساهموا في نشر الرواية الفلسطينية وتعزيز هاشتاغها، لتصبح فيما بعد ترند عالمي، يصل إلى ملايين المشاهدة في الساعة الواحدة لدينا:

عيسى عمرو: ناشط حقوق فلسطيني، أسس وشارك في المجموعة الشعبية "شباب ضد المستوطنات"، وكان منسقا لها، يدعوا إلى استخدام المقاومة السلمية والعصيان المدني ضد الاستيطان عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

فرح بكر: فتاة فلسطينية من قطاع غزة، صنفتها مجلة "بوليسي" الأمريكية أنها من أكثر الأشخاص تأثيرا في العالم لعام 2014، حيث عملت على توثيق الأحداث والجرائم الإسرائيلية في حربها على غزة، ونشرت على مواقع التواصل الاجتماعي باللغة الإنجليزية لتصل إلى العالم بأسره (سباعنه، 2023)

أما عن المؤثرين المشاهير العرب والأجانب بدورهم يمتلكون عددا كبيرا من المتابعين على مواقع التواصل الاجتماعي، عززوا الرواية الفلسطينية ومن أمثلتهم:

محمد هيندي: نشر النجم المصري الفكاهي محمد هيندي العديد من المنشورات عبر حساباته الشخصية، للتنديد لما يتعرض له أهالي حي الشيخ جراح، ودعا إلى ضرورة التضامن معهم والتحدث عنهم في ظل سكوت العالم وتجاهله قضيتهم. (أنظر الملحق رقم 02)

بيلا حديد: عارضة الأزياء الأمريكية الفلسطينية، عبرت عن حزنها وإحباطها من الإخلاء الذي يتعرض له العائلات الفلسطينية في حي شيخ جراح، عبر قصص إنستغرام Story، داعية فيهم إلى التضامن الكامل مع الشعب الفلسطيني (سعيد، 2021)

ومن جهة أخرى عبر نجوم ولعبي كرة القدم المشاهير العرب عن دعمهم للقضية الفلسطينية بطريقتهم الخاصة نظرا لحساسية الأمر على مساهمهم المهني ومن أبرز اللاعبين:

- رياض محرز: قام النجم الجزائري "رياض محرز" برفع علم فلسطين خلال تتويج فريقه "مانشستر سيتي" الإنجليزي بلقب الدوري الممتاز سنة 2021، مما أثار تفاعل العديد من الجماهير والمتابعين على إعجابهم وفخرهم بالعلم الفلسطيني الذي رفعه اللاعب، وفي السياق عينه، عبر المعلق الرياضي الجزائري "حفيظ دراجي" (أنظر الملحق رقم 02) من خلال كتابته لتعليق حول ما فعله اللاعب الجزائري قائلاً: الدفاع عن المبادئ والقناعات هو تاج كل الشرفاء والأحرار، عندما يكون دون مزايدات ولا حسابات (كيف أثرت مواقع التواصل على رفع الوعي العالمي بالقضية الفلسطينية؟، 2021)

- محمد أبو تريكة: أعرب نجم كرة القدم المصري الشهير "محمد أبو تريكة" عن دعمه لفلسطين، ووجه لهم تحية في بداية أحد البرامج على قناة "بي أن سبورت" beNS SPORTS الرياضية، (أنظر الملحق رقم 02) ودعا لهم بالثبات والنصر على الاحتلال الإسرائيلي. (سباعنه، 2023)

- وفي تجمع إلكتروني هو الأكبر للمشاهير والمؤثرين العرب، نجح المؤثر الفلسطيني الشهير "محمد عدنان" صاحب 6.56 مليون مشترك في قناته الخاصة على يوتيوب، في إعداد حلقة خاصة حصدت 2.441.484 مشاهدة يوم 2022/11/21، حيث سلط الضوء على افتتاح مونديال قطر 2022 وعلى مدار الحلقة الممتدة إلى 17.12 دقيقة، ظهر المؤثرون العرب، سامي الشافعي من تونس، الزوجان أنس من سوريا، أصالة من الكويت، مروان سري من مصر، وغيرهم وسط حملة نفذها عدنان لدعم القضية الفلسطينية في مونديال قطر 2022، مرتدين الكوفية الفلسطينية وشارة قيادة منتخب فلسطين (دلول، 2023، الصفحات 44-45)

- وكل هذا الدعم الذي قدمه المشاهير للقضية الفلسطينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ساهم بشكل كبير في تشكيل الوعي السياسي، لدى الأفراد والذي يتكون نتيجة لما يتوافر مع مجمل المؤثرات الثقافية

التي يتعرض لها، أي أنه كلما توافرت الثقافة السياسية أدى ذلك إلى تجسيد الوعي السياسي لديه (العوامة و الدبايية، 2018، صفحة 630)

وعليه هذا ما وفره المؤثرين للجمهور المتابعين بصفة عامة والمهتمين بالقضية الفلسطينية بصفة خاصة، لينمو لديهم الوعي السياسي، ومنه ساهم ذلك في تشكيل الرأي العام، ولفت انتباه الحكومات العالمية للنظر في القضية، ومحاولة إيصال صوت الشعب الفلسطيني، من أجل وضع القضية في قائمة القضايا وإعطائها الأولوية التي يجب معالجتها ومحاولة إيجاد حل لها لوقف المجازر والعيش بسلام، وبرغم ما قدمه المؤثرين من تضامن إلكتروني، إلا أن مسؤولي شبكات التواصل الاجتماعي التي تنحاز مع الكيان الصهيوني استمرت في التذيق عليهم من خلال حظرهم وغلق حساباتهم، لكن هذا لم يجعل لهم عائق للتوقف عن الدعم ونشر المحتوى الفلسطيني، حيث لجأ المؤثرين وباقي الناشطين على مواقع التواصل الاجتماعي إلى ابتكار طرق مختلفة تساعد في دعمهم دون التعرض للحظر والتبنيذ، حيث أطلق هؤلاء تقنيات مبتكرة لمواجهة خوارزميات المراقبة على مواقع التواصل الاجتماعي، ومن بين تلك الأساليب، استخدام الرموز لتعديل الكلمات المتعلقة بدعم القضية، إذ يتم ذلك عن طريق وضع فاصلة أو نقطة أو خط صغير بين كل حرف وحرف في الكلمة أو الجملة، مما يجعلها تظهر بشكل مشوش وغير مفهوم، وبالتالي يصعب على إدارة المراقبة الخاصة بتلك المواقع التعرف على معاني الكلمات والعبارات، ومنه تفادي للحجب والغلق وكسر قيود المستعمر الصهيوني ومواصلة دعم القضية الفلسطينية بأي طريقة كانت.

خلاصة الفصل الثاني:

في ختام هذا الفصل، يمكن القول أن القضية الفلسطينية حظت برواج كبير في الساحة الإعلامية، وذلك بفعل التحديات التي تواجهها والتصورات المتنوعة المتعلقة بها، وعلى الرغم من التحيز الكبير الذي تعرض له المحتوى الفلسطيني على مواقع التواصل الاجتماعي، إلا أن المؤثرين الاجتماعيين واصلوا جهودهم للحفاظ على مكانتها وتسليط الضوء عليها بأساليب متعددة ومتجددة، ومن خلال نماذجهم الإبداعية يعملون على مكافحة التضيق الإلكتروني وتعزيز الوعي بالقضية الفلسطينية، مما يساهم في تعزيز التضامن العالمي مع الشعب الفلسطيني، وعليه فإن تفاعل مواقع التواصل الاجتماعي وظاهرة المؤثرين تمثلان أدوات قوية لنقل الرسالة والتأثير على الرأي العام بشكل فعال.

الفصل الثالث

الإطار التطبيقي للدراسة

أولاً: تفرغ البيانات وتحليلها

البيانات الشخصية

المحور الثاني: أثير القضية الفلسطينية علي عادات وأنماط استخدام الشباب الجزائري لمواقع التواصل الاجتماعي

المحور الثالث: دوافع تعرض الشباب لمحتوى المؤثرين حول القضية الفلسطينية

المحور الرابع: الاشباعات المحققة للشباب من تعرضه لمحتوى المؤثرين المتعلق بالقضية الفلسطينية

ثانياً: نتائج الدراسة

1- النتائج الجزئية المتعلقة بالمحور الأول

2- النتائج الجزئية المتعلقة بالمحور الثاني

3- النتائج الجزئية المتعلقة بالمحور الثالث

4- النتائج الجزئية المتعلقة بالمحور الرابع

ثالثاً: مناقشة النتائج العامة للدراسة في ضوء التساؤل الرئيسي والتساؤلات الفرعية

التساؤل الرئيسي: ما هو أثر القضية الفلسطينية على شعبية المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

التساؤل الفرعي الأول: كيف أثرت القضية الفلسطينية الفلسطينية علي عادات وأنماط استخدام الشباب الجزائري لمواقع التواصل الاجتماعي؟

التساؤل الفرعي الثاني: ماهي دوافع تعرض الشباب الجزائري لمحتوى المؤثرين حول القضية الفلسطينية؟

التساؤل الفرعي الثالث: ما هي الاشباعات المحققة من تعرض الشباب الجزائري لمحتوى المؤثرين حول القضية الفلسطينية؟

التساؤل الفرعي الرابع: كيف يؤثر محتوى المؤثرين على تغيير سلوكيات الشباب الجزائري حول القضية الفلسطينية؟

تمهيد

بعد الانتهاء من عرض الإطار المفاهيمي والمدخل النظري، أصبح من الأهمية التوجه نحو البحث الميداني للرد على التساؤلات المطروحة في الدراسة. ويخص هذا الفصل مناقشة الإجراءات الميدانية الأساسية التي اعتمدها بهدف ضمان جودة وموضوعية النتائج، حيث تم توزيع 385 استبياناً بطريقة إلكترونية عبر منصات التواصل الاجتماعي المختلفة، مستهدفين فئة الشباب الجزائري. استُردت هذه الاستبيانات بنسبة استجابة تامة، ومن ثم تم تدوين وتحليل البيانات المجمعة في جداول إحصائية لاستخلاص النتائج.

أولاً: تفرغ البيانات وتحليلها

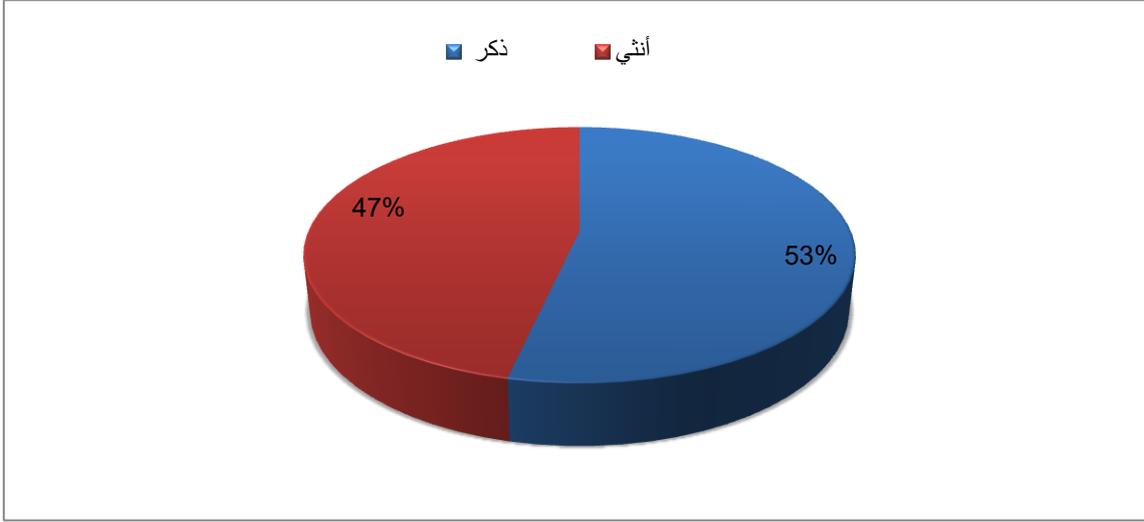
البيانات الشخصية:

الجدول رقم (01): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

النسبة المئوية	التكرارات	العبارات
53.5%	206	ذكر
46.5%	179	أنثى
100%	385	المجموع

يعبر الجدول رقم (1) عن متغير الجنس، حيث تم جمع بيانات هذه الدراسة من خلال توزيع استمارة إلكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، إذ قام الأفراد بملء الاستمارة بشكل اختياري، حيث أظهرت نتائج الجدول أن نسبة المشاركين من الذكور بلغت (53.5%)، بينما كانت نسبة المشاركات من الإناث تبلغ (46.5%)، حيث نلاحظ أن هناك تفوق طفيف لنسبة استخدام الذكور لمواقع التواصل الاجتماعي على الإناث، وهذا ما يؤكد التقرير السنوي لوكالة الاستشارات الدولية "داتا ريبورتال" حول الانترنت وشبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر لعام 2023 إذ أظهر التقرير أن (74.6%) من إجمالي عدد مستخدمي الإنترنت في الجزائر، منهم (58.1%) من الذكور، في حين كان (41.9%) من الإناث (حنو، 2023).

الشكل رقم (05): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس



الجدول رقم (02): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير العمر

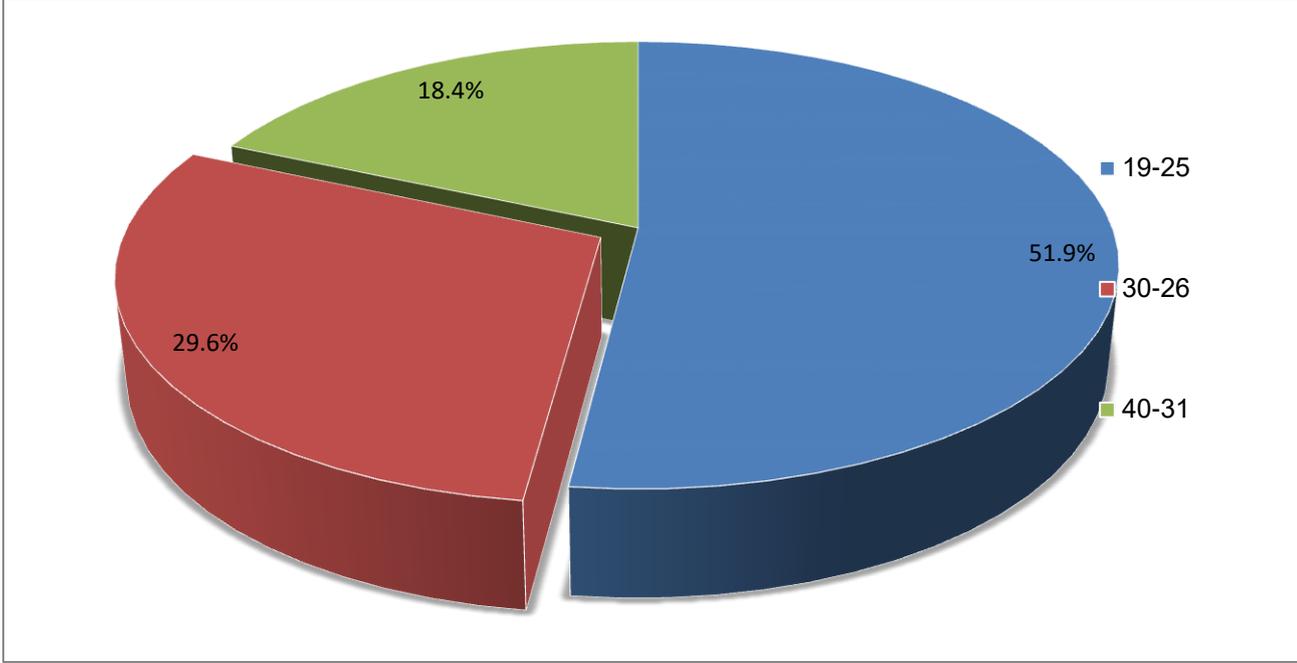
العبارات	التكرارات	النسب
25-19	200	51.9%
30-26	114	29.6%
40-31	71	18.4%
المجموع	385	100%

يبين الجدول رقم (2) توزيع الأعمار للمشاركين في الدراسة، حيث يلاحظ نسبة المشاركين في الفئة العمرية 25-19 تشكل نسبة (51.9%) من المجموع، في حين الفئة العمرية 30-26 تشكل نسبة (29.6%)، أما الفئة العمرية التي تتراوح بين 31 إلى 40 سنة تشكل نسبة (18.4%).

من خلال ما سبق نستنتج أن هذا التوزيع يظهر تفاوتاً واضحاً في تمثيل الفئات العمرية بين المشاركين، حيث تمثل الفئة العمرية من 25-19 أكبر نسبة من المشاركين في الدراسة، يرجع هذا إلى الاهتمام الشديد بالتكنولوجيا بين هذه الفئة العمرية، وبحسب التقرير السنوي لوكالة الاستشارات الدولية "داتا ريبورتال" حول الانترنت وشبكات التواصل الاجتماعي لعام 2023 في الجزائر نسبة 23.95 مليون مستخدم، منهم 22.10 مليون مستخدم تبلغ أعمارهم 18 عاماً فما أكثر، (حنو، 2023) بالمقابل يتوقع أن تكون الفئات العمرية الأكبر سناً أقل نشاطاً في مواقع التواصل الاجتماعي بسبب اختلاف الاهتمامات والتفاعلات

الاجتماعية لديهم، وهذا ما يؤكد أن نسبة المشاركين التي تتراوح أعمارهم بين 31 و40 سنة هي النسبة الأقل مشاركة في هذه الدراسة.

الشكل رقم (06): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير العمر



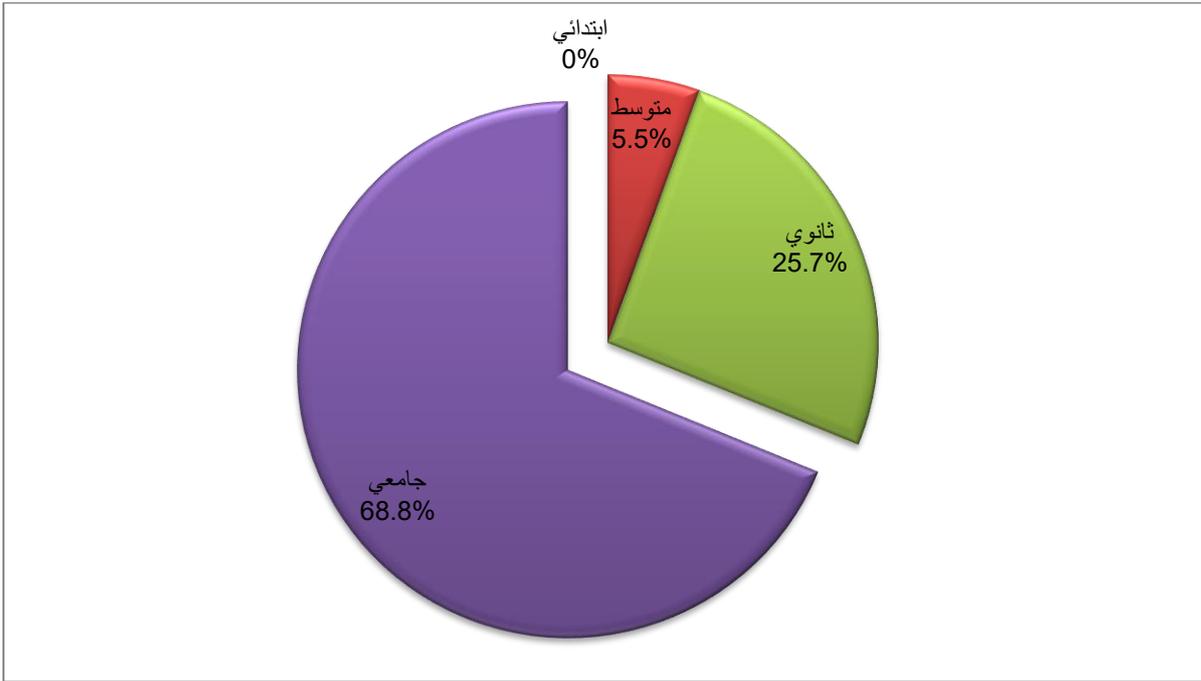
الجدول رقم (03): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي

النسب	التكرارات	العبارات
0%	0	ابتدائي
5.5%	21	متوسط
25.7%	99	ثانوي
68.8%	295	جامعي
100%	385	المجموع

يعبر الجدول رقم (03) عن توزيع المشاركين في الدراسة حسب مستوياتهم التعليمية، حيث يتضح أن أكبر نسبة للمشاركين في الدراسة ذو المستوى التعليمي الجامعي بلغت (68.8%) تليها نسبة (25.7%) من المشاركين لديهم مستوى تعليمي ثانوي، في حين أن نسبة (5.5%) من المشاركين لديهم مستوى تعليمي متوسط، وفي المقابل يتضح أنه لا يوجد أي مشترك لديه مستوى تعليمي ابتدائي.

من خلال ما تم عرضه سابقا يتضح أن هناك تفاوت في مستويات التعليم بين المشاركين، حيث يمثل الأشخاص ذوي المستويات التعليمية الجامعية النسبة الأكبر من العينة المدروسة، وذلك راجع إلى السياسات التعليم في الجزائر حيث أن هناك حوالي مليون ونصف طالب جامعي على مستوى الجامعات الجزائرية (أحمد ل.، 2023)، فضلا عن عدد الخريجين من الجامعات الجزائرية سنويا والتي تقدر ب 400 ألف خريج متحصل على شهادة سنويا حسب ما أكده وزير التعليم العالي والبحث العلمي (400 ألف خريج في الجامعات الجزائرية سنويا، 2022)، بالإضافة إلى أن هؤلاء المبحوثين لديهم فهم أعمق لأهمية البحوث العلمية وأثرها على المجتمع، مما جعلهم أكثر استعداد للمشاركة في مثل هذه الاستبيانات التي تنشر على مواقع التواصل الاجتماعي، بالمقابل يكون لدى الأشخاص ذوي المستوى التعليمي المتوسط والثانوي تجارب أقل في التعامل مع هذا النوع من الاستبيانات مما يجعلهم أكثر تشكيكا في روابط الاستبيان الإلكتروني وهذا ما يجعلهم أقل عرضة للمشاركة في مثل هذه الدراسات.

الشكل رقم (07): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي



المحور الثاني: أثر القضية الفلسطينية على عادات وأنماط استخدام الشباب الجزائري لمواقع التواصل الاجتماعي

الجدول رقم (04): يوضح توزيع أفراد العينة حسب المصادر المعتمدة لمتابعة معظم أخبار القضية الفلسطينية

النسب المئوية	التكرارات	العبارات
27.7%	148	قنوات التلفزيون
69.5%	371	مواقع التواصل الاجتماعي
2.6%	14	الجرائد والمجلات
0.2%	1	أخرى تذكر
100%	534	المجموع

يوضح الجدول رقم (04) أن الشباب الجزائري يفضل متابعة أخبار القضية الفلسطينية بشكل أساسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (69.5%)، بينما تأتي القنوات التلفزيونية في المرتبة الثانية بنسبة (27.7%)، ومن الملاحظ أن الجرائد والمجلات لا يتم الاعتماد عليها بشكل كبير لمتابعة أخبار القضية الفلسطينية وذلك بنسبة (2.6%)، بالإضافة إلى مصادر أخرى التي يلجأ إليها الشباب الجزائري لمتابعة أخبار القضية الفلسطينية والتي تمثلت في المراكز البحثية كمركز الزيتونة للدراسات الفلسطينية والتي كانت بنسبة (0.2%).

بناءً على ما تم عرضه سابقاً يتضح أن غالبية الشباب الجزائري يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي لمتابعة أخبار القضية الفلسطينية متجاوزين بذلك الأخبار التلفزيونية والصحف المطبوعة، وهذا ما يشير إلى الدور الهام الذي تلعبه هذه المنصات الرقمية في نقل وإتاحة الأخبار لمستخدميها، وهذا ما يؤكد تقرير بحثي بريطاني الذي أجرى من طرف شركة "yougov" المنشور على موقع "بي بي سي" بالعربية، والذي يؤكد أن مواقع التواصل الاجتماعي تتفوق على التلفزيون كمصدر رئيسي للحصول على الأخبار بين فئات الشباب باعتبارها بديل متنامي للطرق التقليدية مثل الجرائد المطبوعة الذي أكد أنها في تراجع مستمر في المبيعات، بالإضافة إلى توصله إلى نتيجة أن الشباب يفضلون الحصول على الأخبار بشكل مجاني عن طريق تصفح الانترنت (ويكفيلد، 16) هذا التوجه العالمي نحو استهلاك الأخبار بشكل عام من مواقع التواصل

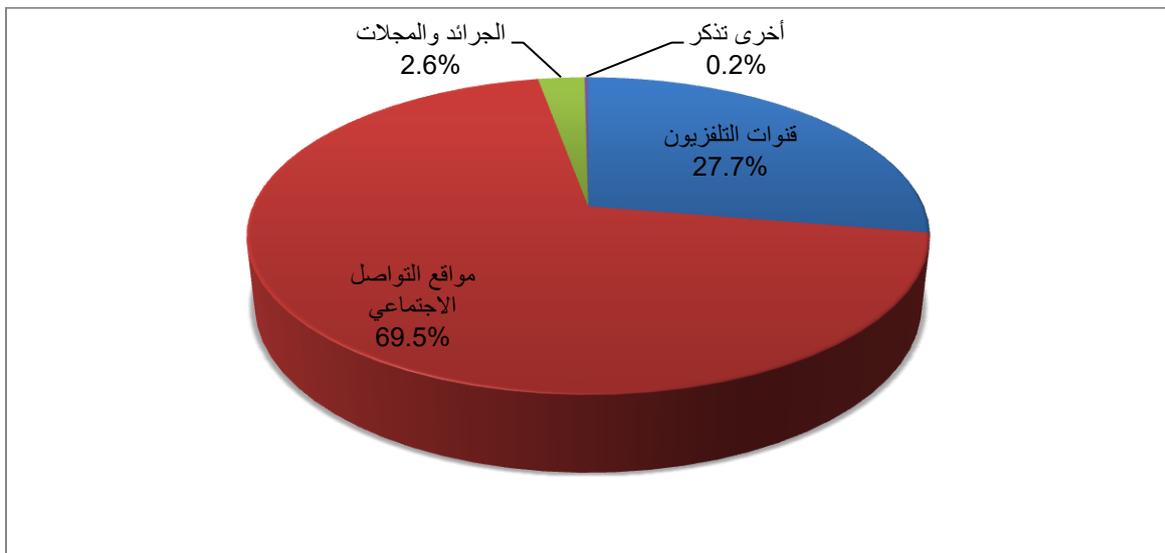
الاجتماعي يتماشى ويدعم ما توصلت له بياناتنا بخصوص الشباب الجزائري، فمن خلال هذه المواقع يمكنهم متابعة مختلف الأخبار السياسية خاصة المتعلقة بالصراع الفلسطيني الصهيوني والتفاعل معها وكذا الخوض في النقاشات التي تتيحها هذه المواقع عبر صفحاتها بشكل سريع وفعال.

كما يجدر الإشارة إلى أن القنوات التلفزيونية ورغم أهميتها في نقل الأخبار إلا أنها تطرح قيوداً أمام المشاهد الذي يبحث عن التنوع في الأخبار والتحليلات المتعددة، مما يجعل الإقبال عليها منخفض على عكس مواقع التواصل الاجتماعي، التي تتيح الوصول إلى مجموعة متنوعة من الأخبار والمصادر وحتى القنوات في أي وقت يرغب به المستخدم دون الحاجة إلى انتظار بث الأخبار عبر وسائل الإعلام التقليدية كقنوات التلفزيون والجرائد والمجلات، مما يسمح بفهم القضية الفلسطينية من منظورات متعددة.

وبالاستناد إلى نظرية الاستخدامات والاشباع، يتضح أن الشباب الجزائري يعدلون من عاداتهم الإعلامية ليس فقط بناء على ما تقدمه القنوات الإخبارية من محتوى، بل بناء على السياق والوصول المستمر للأخبار، بمعنى آخر إن نظرية الاستخدامات والاشباع تفترض أن الأفراد يختارون وسائل الإعلام المختلفة، استناداً إلى كيفية تلبية هذه الوسائل لاحتياجاتهم ورغباتهم وليس فقط على المحتوى الذي تقدمه الوسيلة الإعلامية، وبالتالي فالشباب الجزائري لا يختار مصادر الأخبار بناء على نوعية المحتوى المقدم فقط بل استناداً للطريقة التي تقدم بها لهذا يفضلون مواقع التواصل الاجتماعي لأنها تمكنهم من متابعة الأخبار بشكل فوري بالإضافة إلى القدرة على التفاعل معها.

الشكل رقم (08): يوضح توزيع أفراد العينة حسب المصادر المعتمدة لمتابعة معظم أخبار القضية

الفلسطينية



الجدول رقم (05): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الوقت المستغرق في مواقع التواصل الاجتماعي لمتابعة معظم أخبار القضية الفلسطينية

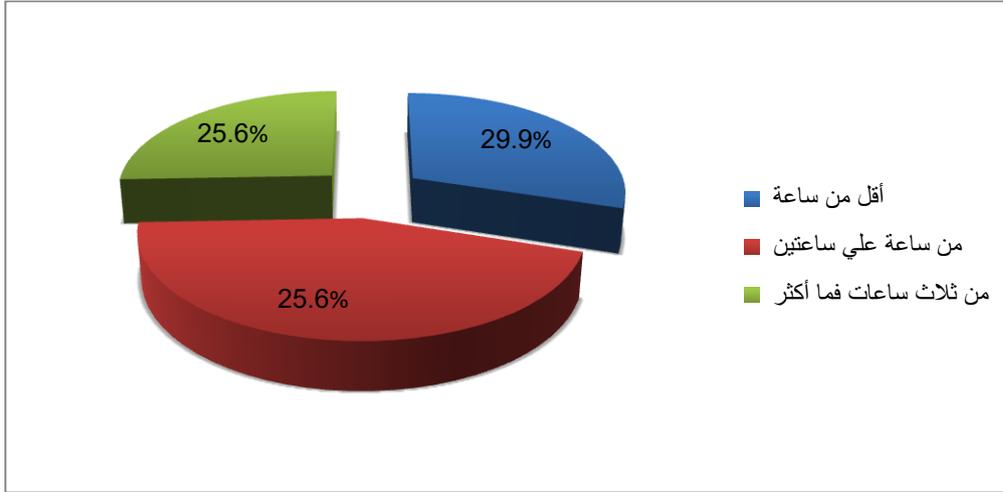
النسب	التكرارات	العبارات
29.9%	111	أقل من ساعة
44.5%	165	من ساعة إلى ساعتين
25.6%	95	من ثلاثة ساعات فما أكثر
100%	371	المجموع

يظهر الجدول رقم (05) الوقت الذي يستغرقه أفراد العينة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والتعرض لأخبار القضية الفلسطينية، إذ أن معظم الشباب الجزائري يستغرق من ساعة إلى ساعتين في هذه المواقع، حيث بلغت نسبتهم (44.5%) بينما يقضي حوالي ثلث أفراد العينة أي (29.9%) أقل من ساعة يوميا في تصفح موقع التواصل الاجتماعي والتعرض لأخبار القضية الفلسطينية من خلالها بالمقابل يخصص ربع الشباب الجزائري من ثلاثة ساعات فما أكثر وذلك بنسبة ضئيلة قدرت بـ (25.6%).

بناء على ما تم قراءته سابقا يتضح أنه هناك تفاوت في مدى الاهتمام والتفرغ الذي يولونه الشباب الجزائري لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أكدت النتائج أن غالبية الشباب الجزائري يقضون من ساعة إلى ساعتين يوميا في مواقع التواصل الاجتماعي، بحيث أن هذا الوقت يكون متوزعا بين الاطلاع على منشورات الأصدقاء والعائلة والتفاعل معها، وكذلك متابعة الأخبار ونظرا إلى ازدحام الأخبار المتعلقة بالقضية الفلسطينية جعل المبحوثين في ضمن الساعتين يتعرضون للعشرات الأخبار التي تتعلق بالقضية الفلسطينية، وهذا ما يعكس قوة وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة رئيسية للحصول على المعلومات والأخبار، وبالمقابل يمكن ملاحظة أن البعض من الشباب الجزائري يقضون أقل من ساعة يوميا في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي ومنه متابعة أخبار القضية الفلسطينية، يمكن تفسير هذه النسبة بأن هؤلاء الأفراد يعتبرون وقتهم محدودا لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك راجع إلى اهتمامات أخرى أو انشغالات تمنعهم من تخصيص وقت كبير لمتابعة الأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يعتمدون على مصادر أخرى للحصول على الأخبار، وهذا ما يظهر أيضا في الجدول رقم (04) في حين هناك من يقضي ثلاث ساعات أو أكثر يوميا في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك راجع إلى أن هؤلاء الأفراد يعتبرون

مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة رئيسية للاطلاع على الأخبار والمعلومات، ويرغبون في البقاء على اطلاع دائم بما يحدث في العالم، بما في ذلك قضية الشعب الفلسطيني.

الشكل رقم (09): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الوقت المستغرق في مواقع التواصل الاجتماعي لمتابعة معظم أخبار القضية الفلسطينية



الجدول رقم (06): يوضح توزيع أفراد العينة حسب كيفية متابعتهم لأخبار القضية الفلسطينية على مواقع التواصل الاجتماعي

النسب	التكرارات	العبارات
49.1%	189	بحماس
5.4%	21	بفتور
44.2%	170	حسب الظروف
1.3%	5	غير مهتم
100%	385	المجموع

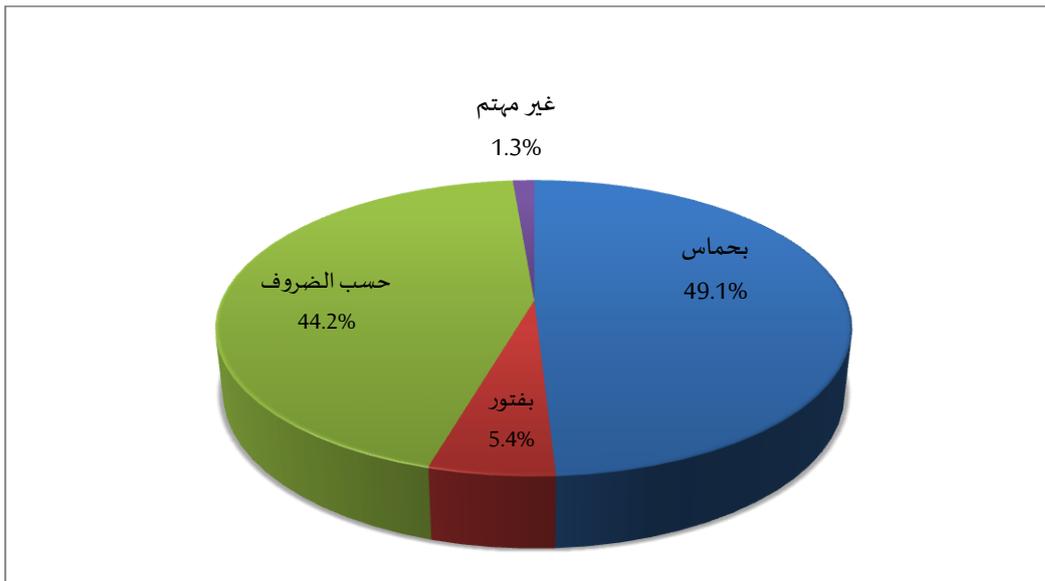
يوضح الجدول رقم (06) نسب اهتمام الشباب الجزائري بمتابعة أخبار القضية الفلسطينية على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أن نحو نصف الشباب الجزائري يظهرون اهتماما بمتابعة القضية الفلسطينية بحماس وذلك بنسبة (49.1%)، بينما (44.2%) من أفراد العينة يتابعون القضية الفلسطينية عبر منصات التواصل بناء على الظروف في حين تظهر فئة صغيرة متابعتها الأخبار بفتور تقدر ب(5.4%)، في حين أن (1.3%) من المستجيبين غير مهتمين بالأخبار.

بناءً على نتائج الجدول المقدم يتضح أن هناك تباين في وصف الشباب الجزائري لمتابعته مختلف أخبار القضية الفلسطينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي مما يشير إلى تنوع في مستويات الاهتمام، حيث نستنتج أن هناك جزء كبير من الشباب يصفون متابعتهم للقضية بحماس، إذ يعبر ذلك على اهتمام قوي بالقضية باعتبارها جزء من القضايا الإسلامية على مواقع التواصل الاجتماعي، مما يدل على نشاطهم في التفاعل مع المحتوى المتعلق بهذه القضية، مما يشير ذلك إلى وجود وعي سياسي في حين هناك من يتغير اهتمامه بالقضية الفلسطينية حسب الظروف السياسية والاجتماعية المتعلقة بالقضية.

وبالمقابل هناك جزء صغير جدا من أفراد العينة يتابعون أخبار القضية الفلسطينية بفتور لكن هذا لا ينقص من مدى اهتمامهم بالقضية الفلسطينية، وعلى الرغم من هذا التنوع والتباين في متابعة الشباب لأخبار القضية الفلسطينية يبقى وجود فئة صغيرة لا تظهر أي اهتمام بها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، إذ يرجع ذلك إلى عدم توفر مصادر موثوقة للمعلومات في هذه المواقع أو نظرا لاعتمادهم على مصادر أخرى للأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي كقنوات التلفزيون وهذا ما يؤكد الجدول رقم (04)، أو قد يرجع ذلك إلى اهتماماتهم الشخصية الأخرى، وبشكل عام فإن هذه النتائج تعكس أنماط تفاعل الشباب الجزائري مع القضية الفلسطينية، مما يؤكد استمرارية التفاعل الحيوي للشباب الجزائري مع القضية الفلسطينية.

الشكل رقم (10): توزيع أفراد العينة حسب كيفية متابعتهم لأخبار القضية الفلسطينية على

مواقع التواصل الاجتماعي



الجدول رقم (07): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متابعتهم لحسابات أو صفحات تتناول موضوع القضية الفلسطينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

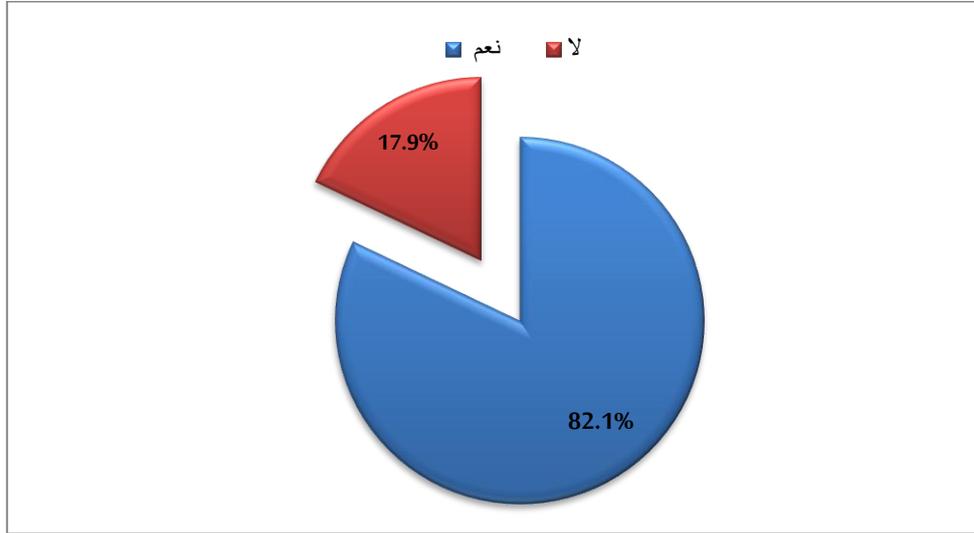
النسبة	التكرارات	العبارات
82.1%	316	نعم
17.9%	69	لا
100%	385	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (07) أن غالبية أفراد العينة يتابعون صفحات أو حسابات تتناول القضية الفلسطينية على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (82.1%)، بينما نسبة صغيرة نسبياً لا تتابع هذه الصفحات والحسابات التي تعالج القضية الفلسطينية بحيث تقدر ب (17.9%).

تظهر النتائج أن نسبة كبيرة من الشباب الجزائري يتابعون صفحات وحسابات تتناول القضية الفلسطينية على مواقع التواصل الاجتماعي، مما يشير إلى اهتمامهم وتفاعلهم مع هذه القضية عبر هذه الوسائط الرقمية التي تلعب دور كبير في نقل الأخبار والمعلومات الأنوية المتعلقة بالقضية الفلسطينية، بحيث يرجع ذلك إلى أن الشباب يجد في متابعتهم لهذه الصفحات والحسابات فرصة لتعبيرهم عن تضامنهم مع الشعب الفلسطيني من خلال التعليقات والمشاركات وبالتالي إشباعاً لرغبتهم، وهذا ما يتوافق مع أحد فروض نظرية الاستخدامات والاشباع التي تفترض أن الجمهور هو الذي يختار المضمون الذي يشبع حاجاته، وبالتالي فالتعرض لمحتوى معين يكون بتحديد من الشباب نفسه نظراً لاختلاف عادات وأنماط كل مستخدم فضلاً عن أن هذه الصفحات توفر مصادر موثوقة للمعلومات والأخبار التي لا تكون متاحة بسهولة عبر وسائل الإعلام التقليدية، إذ أنها تتيح تحليلات مبسطة حول الأحداث والتطورات في فلسطين، مما يسهل على الشباب متابعة الأحداث وفهمها بشكل أفضل، كما قد تمكنهم من التواصل مع أقرانهم وتبادل وجهات النظر بشأن القضية الفلسطينية، والجدير بالذكر أن هذا الانخراط الكبير في هذه الصفحات يعكس تأثير القضية الفلسطينية على الشباب الجزائري واهتمامهم بالشؤون السياسية والاجتماعية في فلسطين.

و بالمقابل هناك فئة صغيرة من الشباب لا تتابع الصفحات والحسابات المتعلقة بالقضية الفلسطينية، إذ يرجع ذلك إلى عوامل مختلفة مثل عدم الاهتمام بالأخبار أو عدم التواجد الكبير في منصات التواصل الاجتماعي.

الشكل رقم (11): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متابعتهم لحسابات أو صفحات تتناول موضوع القضية الفلسطينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي



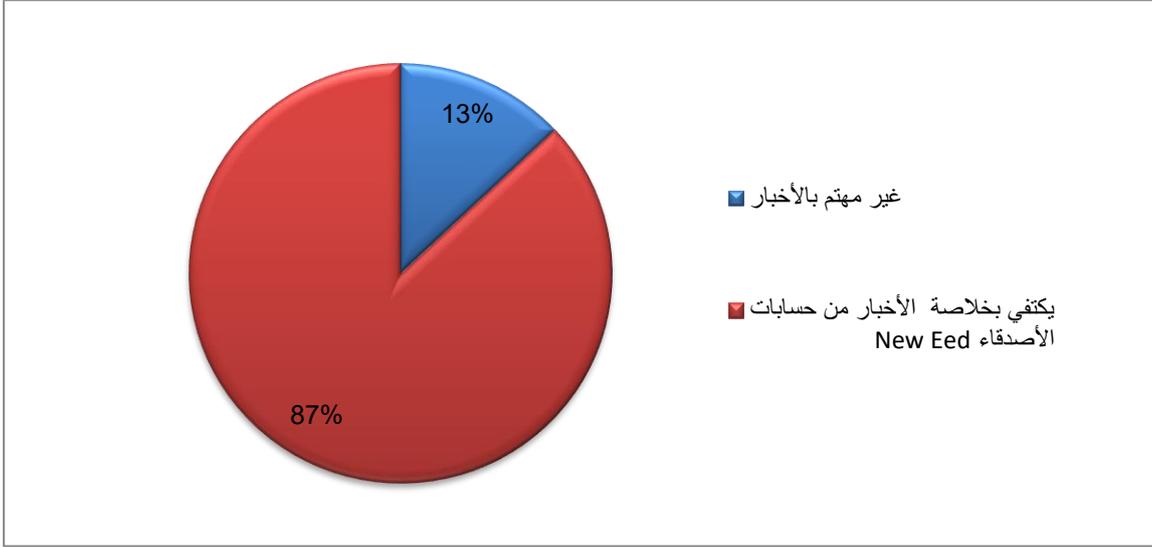
الجدول رقم (08): يوضح توزيع أفراد العينة في حالة الإجابة ب "لا"

النسب	التكرارات	العبارات
13%	9	غير مهتم بالأخبار
87%	60	تكتفي بخلاصة الأخبار من حسابات الأصدقاء (New Fed)
100%	69	المجموع

من خلال الجدول رقم (08)، يتضح أن غالبية أفراد العينة لا يتابعون صفحات تتناول أخبار القضية الفلسطينية بسبب أنهم يكتفون بخلاصة الأخبار من حسابات الأصدقاء بنسبة (87%)، بينما نسبة صغيرة من أفراد العينة قدرت (13%) غير مهتمة بالأخبار بصفة عامة.

من خلال نتائج هذا الجدول يظهر أن الأغلبية العظمى للشباب الجزائري يفضلون الحصول على الأخبار بشكل ملخص من حسابات الأصدقاء بدلا من متابعتها بشكل كامل من صفحات أو حسابات في مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا ما يشير إلى أن هؤلاء الشباب يرون أن الحصول على المعلومات من خلال أصدقائهم أكثر كفاءة وسهولة بالنسبة لهم بدلا من استهلاك محتوى متعدد الوسائل ومتنوع، وهذا راجع إلى الرغبة في توفير الوقت، في حين هناك أقلية لا يتابعون الأخبار من صفحات أو حسابات تتناول القضية الفلسطينية، حيث يعود ذلك إلى عدم اهتمامهم بالأخبار بشكل عام أو لقلّة استخدامهم مواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام.

الشكل رقم (12): يوضح توزيع أفراد العينة في حالة الإجابة ب "لا"



الجدول رقم (09): يوضح توزيع أفراد العينة حسب درجة مشاركتهم في النقاشات التي تتعلق بالقضية الفلسطينية على مواقع التواصل الاجتماعي.

النسب المئوية	التكرارات	العبارات
31.7%	122	شديدة
43.1%	166	متوسطة
8.6%	33	ضعيفة
16.6%	14	منعدمة تكتفي بالمتابعة
100%	385	المجموع

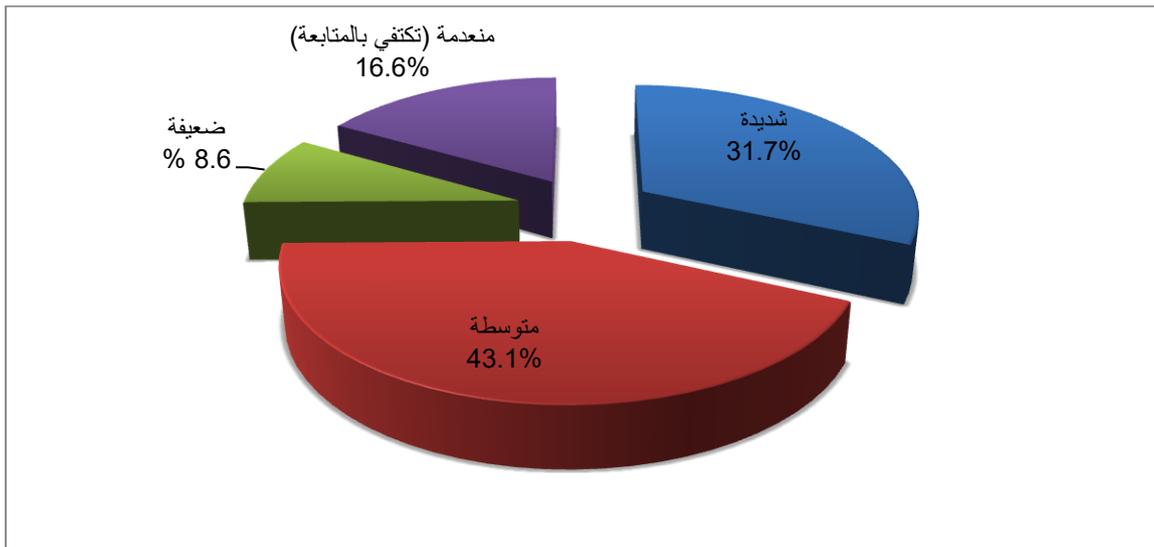
من خلال قراءتنا لهذا الجدول رقم (09) يتضح أن النسبة الأكبر من أفراد العينة وصفوا مشاركتهم في المناقشات المتعلقة بالقضية الفلسطينية على مواقع التواصل الاجتماعي بأنها متوسطة حيث بلغت نسبتهم (43.1%)، يليهم الذين وصفوها بأنها شديدة بنسبة (31.7%)، بينما وصفت نسبة قليلة من أفراد العينة مشاركتهم في المناقشات التي تتعلق بالقضية الفلسطينية على مواقع التواصل الاجتماعي بأنها ضعيفة وذلك بنسبة (8.6%)، بينما عبر (16.6%) من أفراد العينة عن عدم مشاركتهم تماماً في المناقشات المتعلقة بالقضية الفلسطينية على مواقع التواصل الاجتماعي.

يمكن تفسير ارتفاع نسبة الشباب الجزائري الذين يصفون مشاركتهم في المناقشات بأنها شديدة أي يظهرون اهتماما كبيرا بالقضية الفلسطينية، مما يشير إلى أنهم على اطلاع بالأخبار والمعلومات المتعلقة بالقضية بشكل مستمر، بحيث يشاركون في المناقشات للتعبير عن وجهات نظرهم ودعم القضية الفلسطينية أكثر في هذه المواقع والدفاع عنها بالإضافة إلى سهولة التفاعل في هذه المنصات من خلال التعليقات.

وفي المقابل البعض من هؤلاء الشباب يشاركون بهذه النقاشات بنسبة متوسطة، بحيث يفسر ذلك بأنهم لديهم اهتمامات أخرى تشغل وقتهم وتحول دون مشاركتهم بشكل كبير في المناقشات، في حين أنه هناك البعض من الشباب الجزائري يشارك في هذه النقاشات، لكن بنسبة ضعيفة مما يشير إلى متابعتهم لأخبار القضية الفلسطينية، إلا أنهم لا يظهرون اهتمام كبير بها ولا يشاركون في نقاشاتها نظرا لخوفهم على حساباتهم من التقييد أو عدم اهتمامهم بالقضايا السياسية ويفضلون الابتعاد عن مثل هذه المناقشات اعتقادا منهم أنها ليست حل مساعد للقضية الفلسطينية ولا تفيد بشيء، وفي المقابل هناك فئة من الشباب لا تشارك أبدا في النقاشات المتعلقة بالقضية الفلسطينية وتفضل الاكتفاء بالمشاهدة والمتابعة فقط، وذلك راجع إلى أن هذا المحتوى لم يؤثر عليهم بشكل كبير لدرجة التفاعل معه.

الشكل رقم (13): توزيع أفراد العينة حسب درجة مشاركتهم في النقاشات التي تتعلق بالقضية

الفلسطينية على مواقع التواصل الاجتماعي.



الجدول رقم(10): يوضح توزيع أفراد العينة حسب وسائل التواصل الاجتماعي التي تعكس أخبار القضية الفلسطينية.

النسب المئوية	التكرارات	العبارات
29.8%	192	فيسبوك
24.5%	158	إنستغرام
11.6%	75	يوتيوب
15.3%	99	تيك توك
14.4%	93	منصة (x) تويتر سابقاً
4.3%	28	أخرى تذكر
100%	645	المجموع

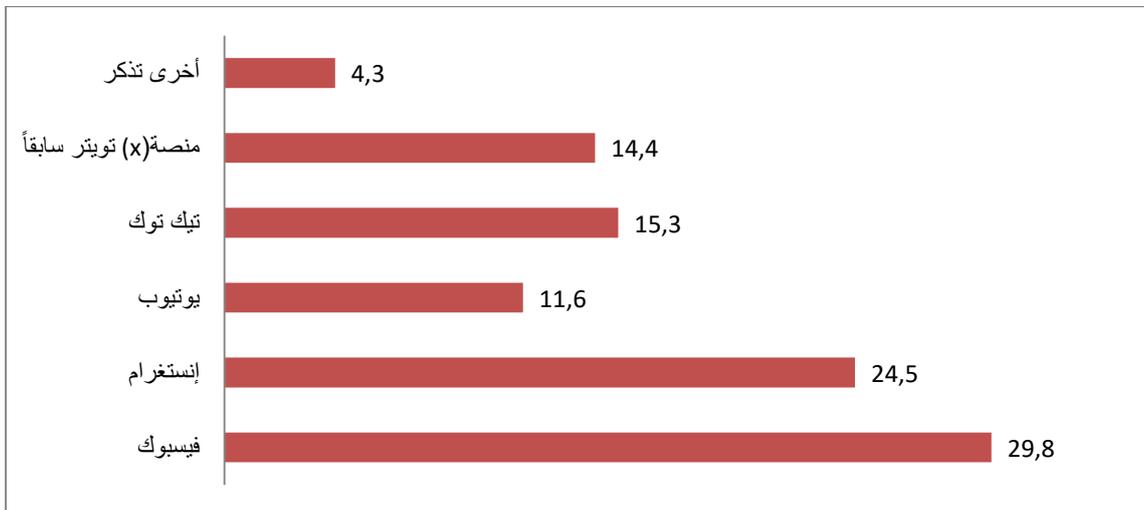
يركز الجدول رقم(10) على توزيع أفراد العينة وفقاً لمواقع التواصل التي يعتقدون أنها تعكس أخبار القضية الفلسطينية، إذ تبين أن (29.8%) من أفراد العينة يستخدمون الفيسبوك للحصول على الأخبار، تليها الانستغرام بنسبة (24.5%)، أما منصة التيك توك فتأتي بالمرتبة الثالثة بنسبة (15.3%)، وبنسبة تقدر ب (11.6%) منصة اليوتيوب، في حين يستخدم نسبة من أفراد العينة تقدر ب (14.4%)، في حين يستخدم نسبة من أفراد العينة تقدر ب (11.6%) منصة اليوتيوب، وبالنسبة للوسائل الأخرى التي تم الإجابة عليها من قبل الشباب الجزائري كانت محصورة في تطبيق التلغرام وتطبيق REDZ وذلك بنسبة (4.3%).

من خلال الجدول أعلاه تبين أن الشباب الجزائري يستخدمون الفيسبوك كواحدة من الوسائل الرئيسية التي تعكس أخبار القضية الفلسطينية، إذ يرجع ذلك إلى الانتشار الواسع لهذه المنصة، بالإضافة إلى سهولة استخدامه حيث كشفت دراسة بحثية لجامعة نورث ويسترن في قطر أن وسائل التواصل الاجتماعي باتت تعد المصدر الرئيسي لأخبار للمواطنين العرب، بحيث يستقي (40%) منهم الأخبار من موقع الفيسبوك (وسائل التواصل الاجتماعي مصدر رئيسي لأخبار للمواطنين العرب، 2017) باعتباره يوفر العديد من الصفحات والمجموعات التي تناقش القضية الفلسطينية في حين يتجه بعض الشباب لاستخدام تطبيق الانستغرام بنسبة ملحوظة، وذلك بسبب توفر محتوى بصري متنوع وسهل الوصول، مما يدفع البعض لاستخدامه لمتابعة أخبار القضية بشكل مباشر ومحدث، في حين تظهر منصة التيك توك كواحدة من

المنصات التي يستخدمها الشباب باعتبارها تعكس أخبار القضية الفلسطينية، وذلك لشعبية التطبيق بين فئة الشباب وسهولة استخدامه لتبادل الفيديوهات والمحتوى، فهو يتيح المحتوى القصير والمتنوع وهذا ما يجعل الشباب ينجذبون إليه للاطلاع على الأخبار وكل ما هو جديد في القضية بشكل مختصر وسريع، وعلى عكس ذلك يفضلون بعض الشباب المنصات أو المواقع ذات المحتوى الذي يتصف بالجدية لهذا يلجئون لاستخدام منصة (x) أو ما يعرف التويتز سابقاً، وهناك البعض من الشباب يفضلون اليوتيوب بنسبة أقل باعتبارها مصدر آخر للأخبار والتحليلات المتعلقة بالقضية الفلسطينية، نظراً لتوفره على العديد من مقاطع الفيديو والبرامج التلفزيونية والمحتوى الإعلامي المتعلق بالقضية الفلسطينية، وفي المقابل وبنسبة منخفضة اتجه بعض الشباب لتفضيل وسائل أخرى متمثلة في تطبيق التلغرام وتطبيق REDZ، وذلك نظراً للتضييق والقيود المفروضة على الأخبار المتعلقة بالقضية الفلسطينية في مواقع التواصل الاجتماعي، مما أدى بهم إلى اللجوء إلى بعض التطبيقات التي توفر تدفق حر دون قيود، وعليه تعكس هذه النتائج تنوع استخدام الشباب الجزائري لمواقع التواصل الاجتماعي التي تعكس أخبار القضية الفلسطينية، إذ يتفاوتون في تفضيلاتهم لهذه المواقع وفق لما توفره هذه الوسائل من محتوى، وهذا ما يتوافق مع نظرية الاستخدام والاشباع في افتراضها الذي يرى أن استخدام وسائل الاتصال يتحكم فيه عوامل الفروق الفردية وعوامل التفاعل الاجتماعي وتنوع الحاجات باختلاف الأفراد، إذ تبين من خلال نتائج الجدول أنه هناك تفضيل للوسائل التي توفر حرية أكثر في التعبير والنشر وهو ما يظهر في استخدام التلغرام والريدز برغم النسب المنخفضة.

الشكل رقم (14): يوضح توزيع أفراد العينة حسب وسائل التواصل الاجتماعي التي تعكس أخبار

القضية الفلسطينية حسب رأيهم



الجدول رقم (11): يوضح آراء المبحوثين في مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في نقل الأخبار والمعلومات المتعلقة بالقضية الفلسطينية بشكل دقيق

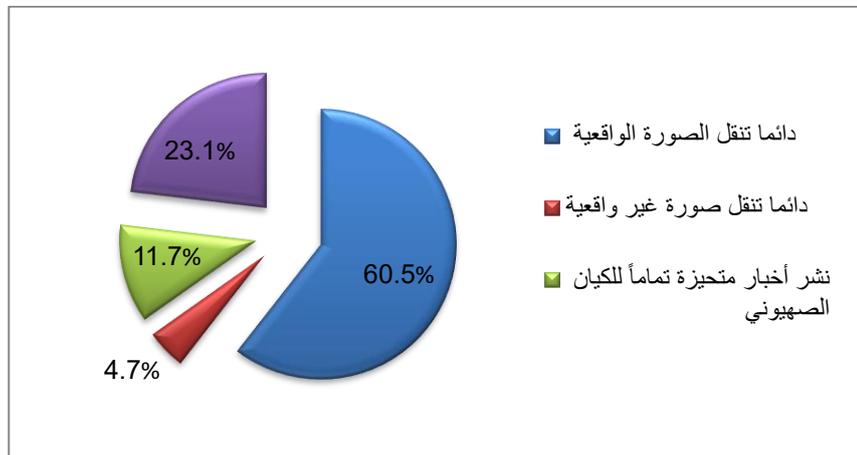
النسب	التكرارات	العبارات
60.5%	233	دائما تنقل صورة الواقعية
4.7%	18	دائما تنقل صورة غير واقعية
11.7%	45	نشر أخبار متحيزة تماما للكيان الصهيوني
23.1%	89	بعض الشيء
%100	385	المجموع

بناء على البيانات المقدمة في الجدول رقم (11)، يظهر أن (60.5%) من أفراد العينة يعتقدون أن مواقع التواصل الاجتماعي تنقل الصورة الواقعية للقضية الفلسطينية، وفي المقابل ترى نسبة من أفراد العينة تبلغ نسبتها (17.7%) أن مواقع التواصل الاجتماعي تنشر أخبار متحيزة تماما للكيان الصهيوني، في حين (23.1%) من أفراد العينة وقع اختيارهم على بعض الشيء بينما نسبة قليلة تعتقد أن مواقع التواصل الاجتماعي تنقل صورة غير واقعية بنسبة (4.7%).

من خلال الجدول يظهر أن نسبة كبيرة من الشباب يعتقدون أن مواقع التواصل الاجتماعي تنقل الصورة الواقعية لأخبار المتعلقة بالقضية الفلسطينية، وقد يكون ذلك مرتبط بتواجد مصادر متعددة ومتنوعة للمعلومات على هذه المواقع بما في ذلك الصفات الرسمية لمؤسسات الإعلامية والصحفيين الموثوق بهم، وهذا ما تم تأكيده من خلال دراسة أجريت على مستخدمي موقع الفيسبوك للتأكد من مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أظهرت النتائج أن الصفحات الرسمية هي التي تتمتع بالمصداقية كونها تابعة لجهات ومؤسسات حكومية موثقة بها وتُنشر أخبار ومعلومات رسمية من جهات ومصادر معروفة من قبل المستخدم (العلكاوي، 2020، صفحة 74)، وبالتالي فمصداقية الأخبار تتوقف على ما يتابعه المستخدم من صفحات فإذا كانت المتابعة لصفحات موثوقة فإنها ستنقل صورة واقعية، هذا يعكس نظرت الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي بأنها تنقل الصورة الواقعية وهذا ما يفسر الاعتماد الكبير للشباب الجزائري على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر رئيسي لأخبار التي تتصف بالواقعية، وفي المقابل يعتقد بعض الشباب الجزائري أن مواقع التواصل الاجتماعي قد تنقل بعض الصور الواقعية للأحداث والمعلومات المتعلقة بالقضية الفلسطينية، ولكن قد تحمل بعض الأحيان عناصر غير واقعية أو متحيزة لأحد الأطراف، وهذا راجع إلى تعدد

المواقف المتعلقة بالقضية الفلسطينية، في حين تعتقد نسبة صغيرة من الشباب الجزائري أن مواقع التواصل الاجتماعي تنحاز بشكل كامل إلى الكيان الصهيوني، يرجع ذلك إلى تعرضهم لأخبار المشوهة للقضية الفلسطينية المنشورة وكذا التضيقات التي تمارسها مواقع التواصل الاجتماعي على المحتويات المتعلقة بالقضية الفلسطينية، مما يؤدي إلى حذفها أو حظرها وهذا ما يجعل الأخبار التي تظهر على هذه المواقع منحازة للكيان الصهيوني بالإضافة إلى أنها قد تعرض بعض الأخبار والمعلومات بشكل مبالغ فيه أو ملون مما يجعلها غير واقعية.

الشكل رقم (15): يوضح آراء المبحوثين في مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في نقل الأخبار والمعلومات المتعلقة بالقضية الفلسطينية بشكل دقيق



الجدول رقم (12): يوضح آراء المبحوثين في مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في نقل الأخبار والمعلومات المتعلقة بالقضية الفلسطينية بشكل دقيق

النسب	التكرارات	العبارات
27.5%	106	زاد استخدامك لها من أجل متابعة الأخبار
53%	204	حافظت على نفس نسبة الاستخدام
9.1%	35	كان استخدامك كثيف ثم تراجع مع الوقت
10.4%	40	تتجنب استخدامها بسبب تأثيرها السلبي عليك
100%	385	المجموع

من خلال الجدول رقم (12)، تبين انه بعد أحداث 7 أكتوبر وعملية طوفان الأقصى حدث تغيير في نسبة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الأفراد، إذ تظهر النتائج أن (53%) من أفراد العينة

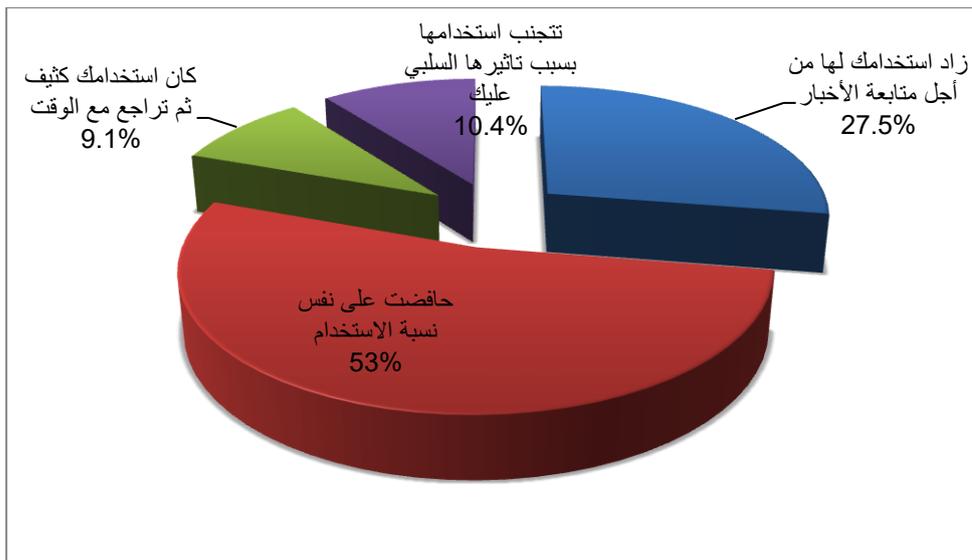
حافظوا على نفس نسبة الاستخدام بشكل معتاد، كما كانوا يفعلون من قبل في حين يعتقد (27.5%) من أفراد العينة أنه زيادة نسبت استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي ومع ذلك يبدو أن استخدام بعض أفراد العينة كان كثيف في البداية ثم تراجع مع الوقت وذلك بنسبة (9.1%)، وبالمقابل (10.4%) من أفراد العينة يتجنبون استخدامها بسبب تأثيرها السلبي عليهم.

يمكن تفسير هذا التغيير في استخدام الشباب الجزائري لمواقع التواصل الاجتماعي بعد أحداث 7 أكتوبر أنه ناتج عن الرغبة في متابعة الأخبار والأحداث الجارية، وهذا ما أدى ببعض الشباب الجزائري إلى زيادة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، وهذا ما أثبتته أحد الدراسات المصرية التي تؤكد أن نسبة استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي تزداد وقت الأزمات وذلك بسبب سرعة هذه المواقع في نقل الأخبار (الشريبيني و محمد سعد الدين، 2021).

في حين أن الأغلبية حافظوا على نفس نسبة الاستخدام وذلك يعود إلى أنهم اعتمدوا على مصادر أخرى لمتابعة الأخبار كقنوات التلفزيون، وهذا ما يثبتته الجدول رقم (04) لهذا لم يتغير نسبة استخدامهم لهذه المواقع، في حين هناك من تابعها بشدة في البداية ثم انخفضت وذلك راجع إلى طول الوقت الذي استغرقته هذه الأحداث بالإضافة إلى تأثيرها السلبي على النفس نتيجة المحتوى الحساس الذي يتم تداوله عبر مواقع التواصل الاجتماعي لذلك فضل البقية تجنبها.

الشكل رقم (16): يوضح آراء المبحوثين في مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في نقل الأخبار

والمعلومات المتعلقة بالقضية الفلسطينية بشكل دقيق



المحور الثالث: دوافع تعرض الشباب لمحتوى المؤثرين حول القضية الفلسطينية.

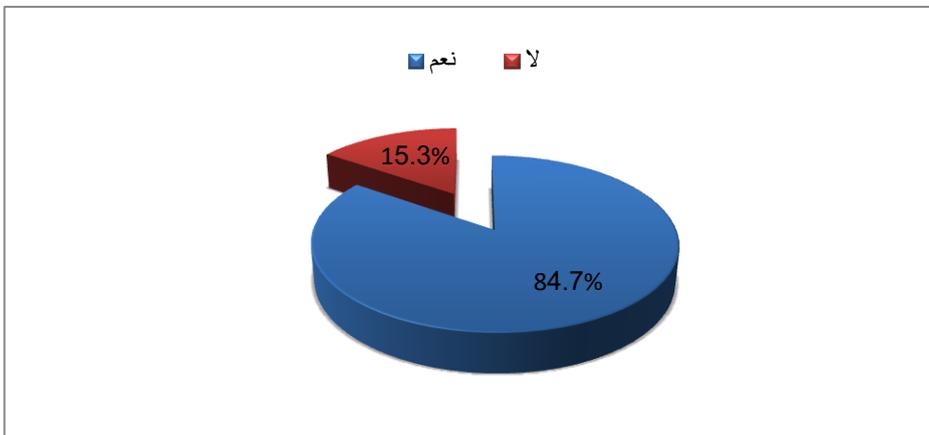
الجدول رقم (13): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متابعتهم للمؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرارات	العبارات
84.7%	326	نعم
15.3%	59	لا
100%	385	المجموع

يعبر الجدول رقم (13) عن عدد المشاركين الذين يتابعون مؤثرين على منصات التواصل الاجتماعي، إذ أجاب (84.7%) من العينة بـ "نعم"، بينما اختار (15.3%) الإجابة بـ "لا".

تشير النتائج السابقة إلى أن نسبة كبيرة من عينة الدراسة يتابعون مؤثرين على حساباتهم الشخصية، إذ يعود ذلك إلى أن المؤثرين لديهم تأثير كبير على سلوكيات المستخدمين على مواقع التواصل الاجتماعي حيث يشعرون بالحاجة إلى متابعتهم من محتواهم المثير للاهتمام، وشعورهم بالانتماء إلى مجموعة أو مجتمع معين يتفاعلون معه، علاوة على ذلك انعكاس الرغبة المتزايدة للأفراد في الحصول على محتوى متنوع وممتع على مواقع التواصل الاجتماعي والذي يقدمه المؤثرين بشكل أساسي، فضلاً عن القضية الملهمه التي يشاركونها أو المعرفة والمعلومات التي يقدمونها، فاعتبار متابعة المؤثرين أكثر من مجرد تسلية، بل هي أداة تواصل وتعلم تلبي احتياجات الشباب العقلية والثقافية، حيث تسمح لهم بالتفاعل مع محتوى غني ومتنوع يمتلك قيمة ثقافية تساعدهم في فهم العالم بشكل أفضل والمشاركة بشكل أكبر في المجتمع، في حين أن نسبة قليلة من مفردات عينة الدراسة لا يتابعون مؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي.

الشكل رقم (17): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متابعتهم للمؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي



الجدول رقم (14): يوضح توزيع أفراد العينة حسب مجال المؤثرين الذين يتابعونهم

النسبة	التكرارات	العبارات
16.8%	136	رياضة
16.1%	130	فن
16.2%	131	ترفيه
17.2%	139	سياسة
9.4%	76	اقتصاد
22.7%	183	دين
1.5%	12	أخرى تذكر
100%	807	المجموع

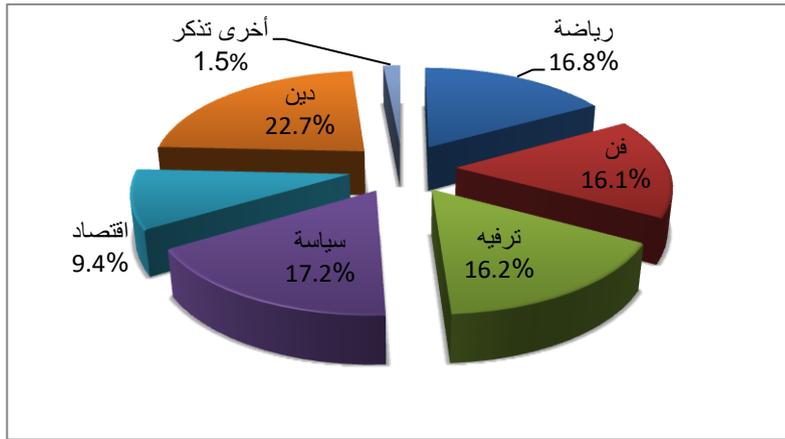
توضح بيانات الجدول رقم (14)، توزيع متنوع لاهتمامات الشباب الجزائري حسب مختلف المجالات المتابعة للمؤثرين، حيث يبدو أن المجال الديني يلقى اهتماما كبيرا بنسبة (22.7%) تليه السياسة بنسبة (17.2%)، بينما يظهر المجال الرياضي اهتماما بنسبة (16.8%)، يليه الترفيه بنسبة (16.2%)، وفي المقابل يظهر المجال الفني بنسبة (16.1%) والمجال الاقتصادي بنسبة (9.4%)، وعلى الجانب الآخر هناك المجالات أخرى تم ذكرها من قبل الشباب الجزائري بنسبة (1.5%)، تتمثل في: الأخبار، الطبخ، الدراسة، تعلم اللغات، أدب والشعر، الأعمال الخيرية، التصوير الفوتوغرافي، الموضة، الطب.

نستنتج من خلال ما سبق عرضه أن هناك توزيعا متنوعا للاهتمامات بين الأفراد، حيث تبرز مجموعة متنوعة من المجالات التي تجذب انتباه الشباب الجزائري، إذ يظهر المجال الديني والسياسي بوضوح كمجالات رئيسية للاهتمام، وهذا يعكس الاهتمام الشديد بالقضايا، ذات الطابع الديني والسياسي، كالقضية الفلسطينية موضوع الدراسة، والتأثيرات التي تترتب عليها على المجتمع، إذ يعكس انجذاب الأفراد للمجال الديني تفاعلهم مع القيم والمعتقدات والممارسات، وبالمقابل يبرز في تأثيره القوي على الأخلاق والقيم الاجتماعية للأفراد والمجتمعات، ومن أمثلتهم الدعوة الإسلامية الذين يدعون إلى مساندة الشعب الفلسطيني وهذا ما تم تأكيده بوضوح في الجانب النظري لهذه الدراسة، لاسيما الراحة النفسية والعاطفية التي يوفرها للأفراد في مواجهة التحديات والضغوطات الحياتية كالصلاة والصوم مثال لذلك، إضافة إلى المجال السياسي الذي يترجم التفاعل الفعال مع الشؤون العامة، والمسائل السياسية المختلفة، الذي يكون من خلال

المشاركة في العمليات الديمقراطية والتعبير عن الرأي والمساهمة في تشكيل الرأي العام، إذ تعكس بطبيعتها مختلف الآراء والمواقف في المجتمع.

علاوة على ذلك يبدو أن المجالات الفنية والترفيهية تحظى بنسبة اهتمام متقاربة مما يترجم الرغبة في استهلاك المحتوى الفني والترفيهي كوسيلة للاسترخاء والتسلية، بحيث يكون للمجال الفني والترفيهي أيضا تأثيرا إيجابيا على الثقافة والمجتمع، حيث يسهم في نقل القيم والتراث الثقافي بين الأفراد إذ يمثلان منبرا للتعبير الإبداعي، وذلك لبنائه على مشاعر وأفكار وتجارب الفرد في المجتمع وبالتالي تساهم في التقليل من الضغوطات اليومية عليهم، ومن جهة أخرى يظهر المجال الاقتصادي بنسبة أقل من الاهتمام ذلك ناتجا عن التحديات الاقتصادية المتزايدة وتأثيرها على الأفراد في حين نسبة ضئيلة من المجالات الأخرى التي تطرقت إليها عينة الدراسة مثل الطبخ والموضة وغيرها، وذلك راجع إلى رغبات، ميولات واهتمامات كل فرد داخل المجتمع.

الشكل رقم (18): يوضح توزيع أفراد العينة الذين يتابعون المؤثرين في مجالات معينة



الجدول رقم (15): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الأسباب التي لا يتابعون من أجلها مؤثرين على

مواقع التواصل الاجتماعي

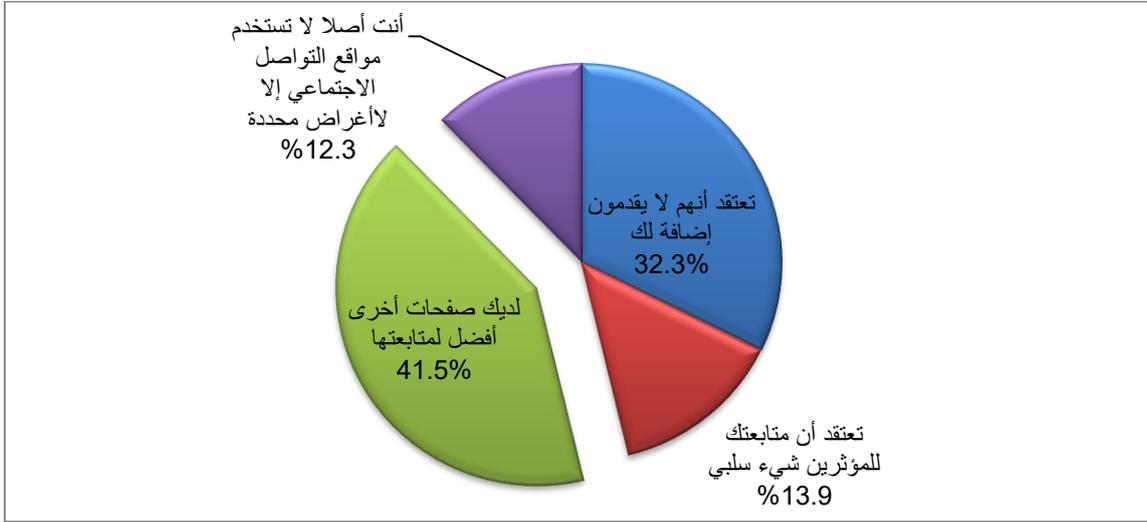
النسب	التكرارات	العبارات
32.3%	21	تعتقد أنهم لا يقدمون إضافة لك
13.9%	9	تعتقد أن متابعتك للمؤثرين شيء سلبي
41.5%	27	لديك صفحات أخرى أفضل لمتابعتها
12.3%	8	أنت أصلا لا تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي إلا لأغراض محددة
100%	65	المجموع

يعبر الجدول رقم (15) عن الأسباب التي دفعت أفراد العينة الذين لا يتابعون المؤثرين، حيث يظهر الجدول أن نسبة (41.5%) يرون أن لديهم صفحات أخرى أفضل متابعتها، بالمقابل هناك نسبة (32.3%) من المشاركين يعتقدون أن المؤثرين لا يقدمون إضافة لهم، ومن جهة أخرى هناك مجموعة من المشاركين يقدر بنسبة (13.9%) يعتقدون أن متابعتهم للمؤثرين هي شيء سلبي، وتظهر نسبة صغيرة تقدر ب (12.31%) يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي فقط لأغراض محددة.

نستنتج من خلال ما سبق، اعتقاد أن المؤثرين لا يقدمون إضافة بالنسبة للأفراد المبحوثين نابع من تجربة سلبية سابقة مع المؤثرين، حيث أنهم غير قادرين على تقديم محتوى مفيد ومثير للاهتمام أو ذو قيمة مضافة بالنسبة للشباب، أو بسبب عدم تناسب المحتوى الذي يقدمه المؤثرين مع اهتمامات واحتياجات الشخص مما يجعلهم يشعرون بعدم الاقتناع بفائدته أو جودته، أما بالنسبة للشباب الذين يعتقدون أن متابعة المؤثرين هي شيء سلبي ذلك راجع إلى أن متابعة المؤثرين تستنزف الوقت والطاقة دون أن تضيف قيمة حقيقية لحياتهم، إضافة إلى الشعور بالتوتر والضغط النفسي بسبب المقارنة المستمرة بين حياتهم و حياة المؤثرين التي تكون في العادة تتسم بجمالية ومثالية أكثر، فضلا على أن متابعتهم تشتت الانتباه والانغماس في عوالم افتراضية بدلا من التركيز على الأنشطة الهامة في الحياة الواقعية، لاسيما تشجيع الأشخاص على السلوكيات السلبية مثل: الاستهلاك الزائد أو الاستعراض الزائف للحياة اليومية، لأن لا أحد يعلم حقيقة وواقع هؤلاء المؤثرين.

ومن جهة أخرى هناك فئة لديهم صفحات أخرى أفضل متابعتها إذ يعكس هذا الاختيار تفضيل الفرد لأساليب معينة، أو أنواع محتوى أو مؤثرين يلبون احتياجاتهم الفردية بشكل، أو يقدمون محتوى يتفق مع قيمة الشخصية بشكل أكبر سواء كان ذلك بسبب طريقة عرض المعلومات أو التفاعل مع المتابعين أو جودة المحتوى أو الثقة فيهم، أما بالنسبة للفئة التي لا تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي إلا لأغراض محدودة فهذا الاعتقاد بإمكانه أن يترجم نهجا حذرا لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، إذ يقوم الشخص بتحديد الغرض من استخدامه لها، ويقتصر على الاستخدامات التي تلبى احتياجاته الفعلية، دون الإفراط في الانخراط فيها وذلك لتفادي الإدمان عليها والانتباه لأهدافه وأنشطته الحقيقية، حيث يفضل الفرد تقنين وقته وانتقاء الأنشطة والمحتوى بعناية، لتحقيق أقصى فائدة منها دون الإدمان عليها.

الشكل رقم (19): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الأسباب التي لا يتابعون من أجلها مؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي



الجدول رقم (16): يوضح توزيع أفراد العينة الذين يتابعون المؤثرين حسب موقفهم من القضية الفلسطينية

النسب	التكرارات	العبارات
9.6%	38	يتبنون موقفاً محايداً
88.1%	347	يتبنون موقفاً داعماً
2.3%	9	يتبنون موقفاً مضاداً من أجل معرفة الرأي الآخر
100%	394	المجموع

يظهر الجدول رقم (16) أن غالبية الشباب الجزائري يفضلون متابعة المؤثرين الذين يتبنون موقفاً داعماً للقضية الفلسطينية بنسبة تبلغ (88.1%)، بينما يفضل عدد صغير متابعة المؤثرين الذين يتبنون موقفاً محايداً للقضية الفلسطينية بـ (9.6%)، وهناك نسبة ضئيلة تقدر بـ (2.3%) من الشباب الذين يفضلون متابعة المؤثرين الذين يتبنون موقفاً مضاداً للقضية الفلسطينية.

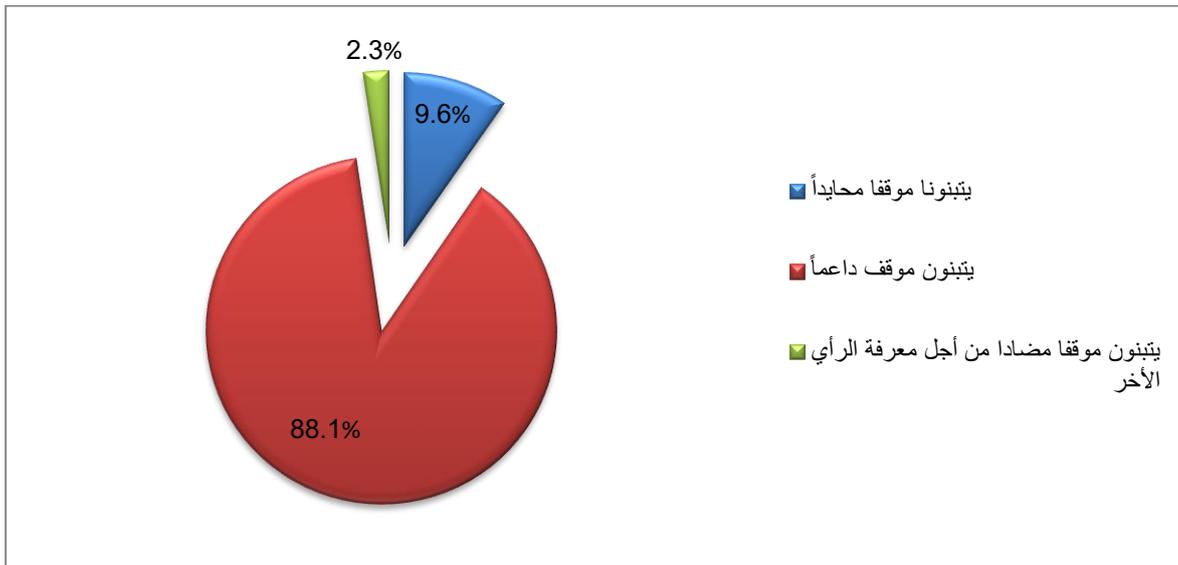
نستنتج من خلال ما سبق أن نسبة الشباب الجزائري الذين يفضلون متابعة المؤثرين الذين يدعمون القضية الفلسطينية هي نسبة عالية تشير إلى امتداد الدعم الشعبي لها داخل الجزائر، حيث يعكس هذا الدعم التضامن العربي والإسلامي العميق مع الشعب الفلسطيني وقضيته، يترجم هذا الوعي بالظروف الصعبة التي يعيشها الفلسطينيون وحقوقهم المشروعة للحرية والعدالة، فضلاً عن الوعي السياسي للشباب

الجزائري وفهمهم للظروف الاجتماعية والسياسية في المنطقة، بالإضافة إلى تعبيرهم عن دعمهم للقضية الفلسطينية هو بمثابة تعبيرهم عن الرفض والاضطهاد والظلم والتطبع مع الاحتلال الصهيوني، لاسيما أهم شيء وهو التأثير الديني الذي يلعب دورا بارزا وذلك عائد للقيم الدينية والإسلامية، التي تؤثر بشكل كبير على دعم الشباب الجزائري للقضية الفلسطينية، إذ أنهم ينظرون إلى فلسطين كمسرى إسلامي ويعتبرون دعمهم لها جزءا من التزاماتهم الدينية، باعتبار أن قضية فلسطين جزء لا يتجزأ من الهوية العربية والإسلامية للشباب الجزائري، مما يجعلهم يشعرون بالتعاطف العميق والدعم لإخوانهم الفلسطينيين في مواجهة الكيان الصهيوني.

ومن جهة أخرى تعكس النسبة المنخفضة نسبيا لتفضيل الشباب الجزائري لمتابعة المؤثرين الذين يتبنون موقفا محايدا للقضية الفلسطينية إحدى الاتجاهات السائدة في المجتمع، وهي الرغبة في تجنب المشاركة في الجدل السياسي المحتمل واتخاذ موقف ذات طابع سياسي واضح، وبالتالي البقاء خارج الصراعات السياسية المعقدة، ومنه يرغبون في البقاء مع موقف مستقل ومحايد يسمح لهم بالتفكير بحرية، بعيدا عن المشاكل السياسية، أما بالنسبة للفئة الصغيرة جدا التي تفضل متابعة المؤثرين الذين يتبنون موقفا مضادا للقضية، وذلك نتيجة للآراء السياسية محددة أو التأثير الدعائية السياسية أو الاجتماعية في بعض الأحيان، فضلا عن الرغبة في معرفة مختلف آراء المؤثرين حول القضية وذلك لزيادة الرصيد الثقافي وتكوين وجهة نظر خاصة لكل طرف.

الشكل رقم (20): يوضح توزيع أفراد العينة الذين يتابعون المؤثرين حسب موقفهم من القضية

الفلسطينية



الجدول رقم (17): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجوانب التي يفضلونها في محتوى المؤثرين الذي يعالج القضية الفلسطينية

النسب	التكرارات	العبارات
56%	289	الجوانب الإنسانية للقضية
18.6%	96	الجوانب السياسية والتاريخية
16.1%	83	الجوانب العسكرية للقضية
9.3%	48	لا فرق
100%	516	المجموع

يظهر الجدول رقم (17) أن هناك تفضيل واضح ومتابعة محتوى المؤثرين الذي يتناول الجوانب الإنسانية للقضية الفلسطينية من طرف الشباب الجزائري وذلك بنسبة (56%)، بينما يبين الجدول أن هناك نسبة أقل من الشباب يفضلون متابعة المحتوى الذي يتناول الجوانب السياسية والتاريخية تقدر ب (18.6%)، والجانب العسكرية بنسبة (16.1%) وهناك نسبة ضئيلة من الشباب الجزائري تقدر ب (9.3%)، وقع اختيارهم على جملة "لا فرق" في الاختيارات الواردة.

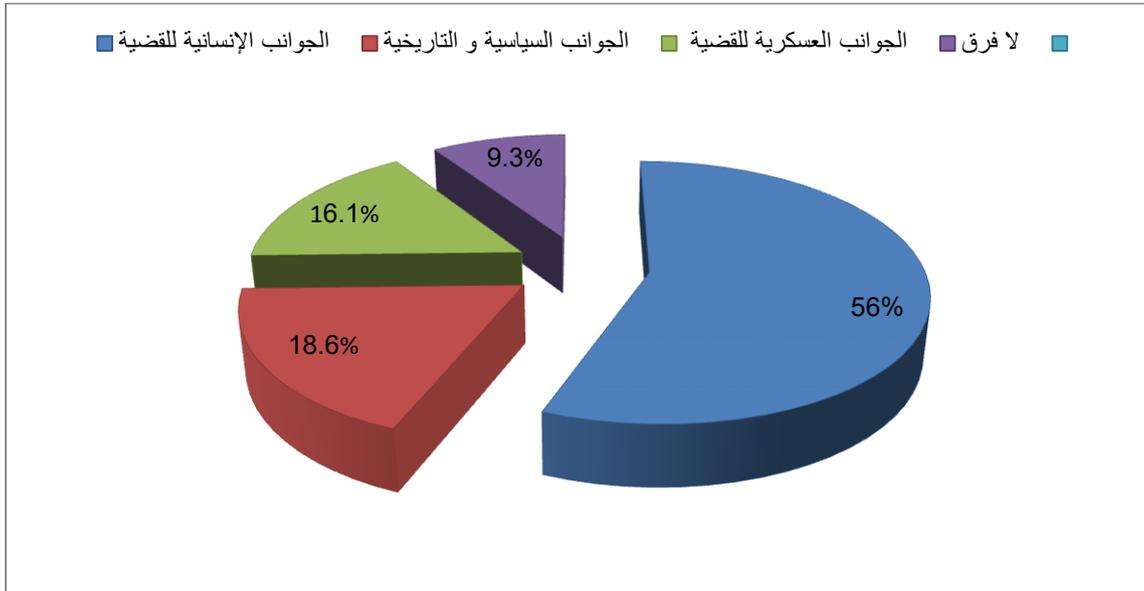
نستنتج من خلال ما سبق، أن الشباب الجزائري يعكس نسبة اختيار عالية لمتابعة المحتوى الذي يتناول الجوانب الإنسانية للقضية الفلسطينية، وذلك راجع لاستجاباتهم القوية للتعاطف والمعاناة الإنسانية للشعب الفلسطيني، وهذا ما يتوافق مع نتيجة الدراسة السابقة للباحث أنس خالد الفاعوري التي ظهرت المواضيع الإنسانية والاجتماعية بالمرتبة الأولى من مجموع المواضيع المتناولة على صفحات المؤثرين أثناء معالجته قضية حي الشيخ جراح (الفاعوري، 2021)، يظهر هذا الاهتمام البارز رغبة هؤلاء الشباب في فهم تأثير الصراع على حياة الأفراد والمجتمعات في فلسطين، وتعبيرهم عن التضامن والدعم لهم، بالإضافة إلى أن هذا الاهتمام يشجع على العمل الإنساني وتقديم المساعدة للمتضررين في فلسطين، فمن خلال تفاعلهم مع الجوانب الإنسانية للقضية الفلسطينية، يبدي الشباب الجزائري رغبتهم في البحث عن العدالة والسلام في المنطقة، من خلال تسليط الضوء على المعاناة والصعوبات التي يواجهها الأفراد والعائلات الفلسطينية، بالإضافة إلى تقديم قصص وشهادات الفلسطينيين وتأثير الصراع على حياتهم اليومية ومنه تركيز المحتوى على هذه الجوانب يعزز الوعي الإنساني، ويعكس الاهتمام بالأبعاد الإنسانية للقضية وتأثيرها الشخصي والعاطفي على الأفراد والمجتمعات، ومن جهة أخرى يكشف اختيار الشباب لمحتوى المؤثرين الذي

يتناول الجوانب السياسية والتاريخية عن تفاعلهم العميق مع تاريخ وسياسات الصراع الفلسطيني، يظهر هذا التفاعل استعداد الشباب لفهم السياق السياسي والتاريخي للقضية، وتأثيره على الواقع الحالي والمستقبل، فمن خلال التركيز على هذه الجوانب، يسعى الشباب إلى البحث عن فهم عميق للتحديات والتطورات التاريخية والسياسية التي تؤثر على الصراع، مما يساهم هذا في تعزيز الوعي السياسي لهم وقدرتهم على بناء وجهات نظر متوازنة حوله.

أما بالنسبة لاختيار الشباب لمحتوى المؤثرين الذي يتناول الجوانب العسكرية، فهو يظهر تركيزهم على فهم دور العنف الذي يمارسه الكيان الصهيوني، والتي تواجهها فلسطين والتأثير الذي يمكن أن يكون لها على السكان المدنيين، والاطلاع الدائم على المستجدات العسكرية التي تقوم بها القوات الفلسطينية، في حين أن هناك فئة صغيرة من المبحوثين لا يوجد لديهم فرق بين نوع المحتوى الذي يتناول القضية الفلسطينية وذلك يترجم عدم التزامهم بوجهة نظر واحدة أو اتجاه معين حول القضية مما يجعل لديهم قدرة في استيعاب مختلف الآراء والاتجاهات.

الشكل رقم (21): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجوانب التي يفضلونها في محتوى المؤثرين

الذي يعالج القضية الفلسطينية



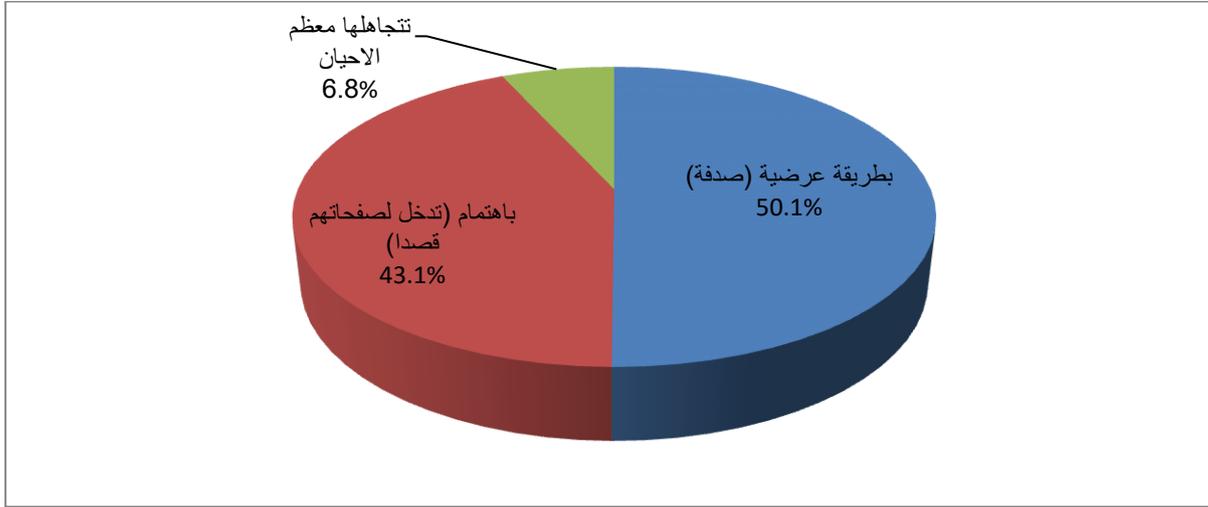
الجدول رقم (18): يوضح توزيع أفراد العينة حسب كيفية مشاهدتهم لمحتوى المؤثرين المتعلق بالقضية الفلسطينية

النسب	التكرارات	العبارات
50.1%	193	بطريقة عرضية (صدفة)
43.1%	166	باهتمام (تدخل لصفحاتهم قصدا)
6.8%	26	تتجاهلها معظم الأحيان
100%	385	المجموع

يظهر الجدول رقم (18)، نسبة (50.1%) من الشباب الجزائري يشاهدون محتوى المؤثرين المتعلق بالقضية الفلسطينية بطريقة عرضية (صدفة)، بينما يقوم عدد من الشباب الآخرين تقدر نسبتهم ب (43.1%) بمشاهدة المحتوى باهتمام أي يدخلون صفحاتهم قصدا، في حين أن نسبة قليلة من الشباب تقدر ب (6.8%) يتجاهلوها معظم الأحيان.

تعكس نتائج الجدول السابق أن نسبة كبيرة من الشباب يشاهدون محتوى المؤثرين المتعلق بالقضية الفلسطينية عن طريق الصدفة، وذلك راجع إلى كثرة وتنوع الاهتمامات التي يتابعها الشباب عبر حساباتهم الشخصية، إضافة إلى الكم الكبير من المحتويات التي يتعرض لها الشباب خلال اليوم، عبر مواقع التواصل الاجتماعي مما يجعل محتوى القضية خرج لهم عن طريق الصدفة عند تصفحهم لتلك المواقع، في حين أن نسبة معتبرة من الشباب يشاهدون المحتوى باهتمام ويدخلون صفحاتهم قصدا، بحيث يكون هذا التفضيل راجع إلى أن هؤلاء الشباب يرون أن متابعة صفحات المؤثرين تضيف لهم رؤى جديدة ومعرفة متنوعة حول القضية، فضلا عن اهتماماتهم بأخبار القضية الفلسطينية السبب الرئيسي الذي يدفعهم إلى زيارة صفحاتهم بشكل مقصود، إضافة إلى ذلك شعور البعض بأهمية التفاعل مع تلك الصفحات كوسيلة للتأثير والمساهمة في نشر الوعي بالقضية ودعمها، سواء بالمشاركة في المناقشات أو تبادل الآراء مع المتابعين الآخرين بطريقة آمنة وشعورهم بالانتماء الافتراضي لتلك المجموعات، ومن جهة أخرى يظهر أن هناك نسبة صغيرة من الشباب تتجاهلها معظم الأحيان، وهي في الغالب تكون الفئة التي لا تتابع مؤثرين كما يظهر الجدول رقم (13)، وذلك راجع إلى اختلاف الاهتمامات والأولويات الشخصية لديهم حيث يجدون المحتوى المتعلق بالقضية الذي يقدمه المؤثرين لا يتناسب مع اهتماماتهم الشخصية أو لا يرون فيه قمة مضافة كافية، بحكم أن لديهم اعتقادات سابقة ومعرفة محدودة بالموضوع يجعلهم يتجاهلون المحتوى باستمرار.

الجدول رقم (22): يوضح توزيع أفراد العينة حسب كيفية مشاهدتهم لمحتوى المؤثرين المتعلق بالقضية الفلسطينية



الجدول رقم (19): يوضح توزيع أفراد العينة حسب تأثير تجاربهم الشخصية وخلفيتهم الثقافية على اختيارهم متابعة محتوى مؤثر معين حول القضية الفلسطينية

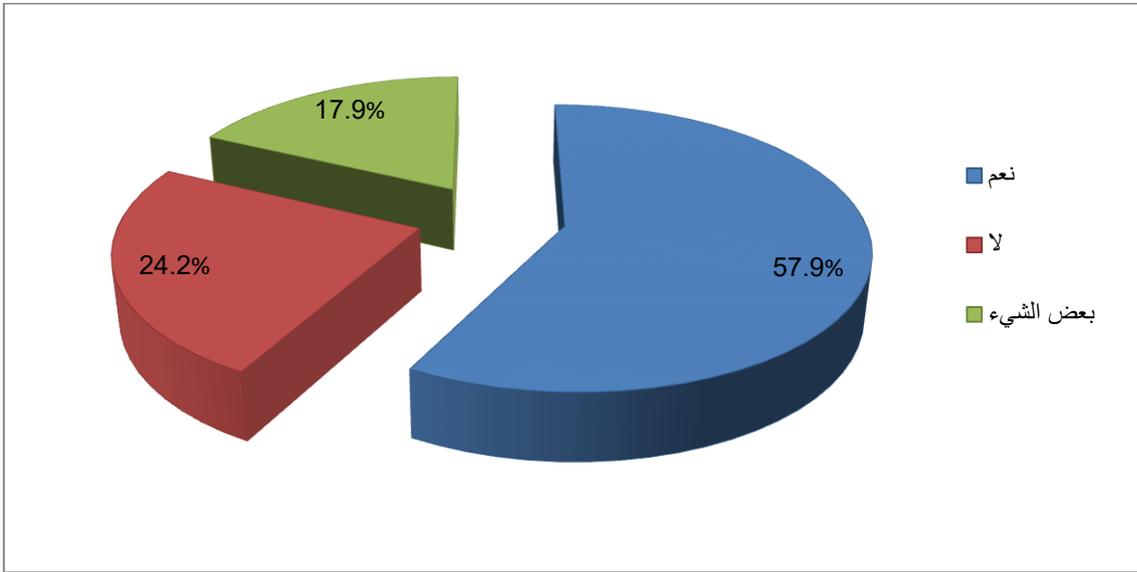
النسب	التكرارات	العبارات
57.9%	223	نعم
24.2%	93	لا
17.9%	69	بعض الشيء
100%	385	المجموع

يوضح الجدول رقم (19) أن نسبة كبيرة تصل إلى (57.9%) من الشباب الجزائري يرون أن تجاربهم الشخصية أو خلفيتهم الثقافية تؤثر على اختيارهم متابعة محتوى مؤثر معين حول القضية الفلسطينية، وفي المقابل تظهر أن نسبة (24.2%) من الشباب لا تؤثر تجاربهم الشخصية على اختيارهم متابعة محتوى مؤثر معين حول القضية الفلسطينية، بينما يرى نسبة قليلة منهم تقدر بـ (7.9%) أن تجاربهم الشخصية أو خلفيتهم الثقافية تؤثر بعض الشيء على اختيارهم متابعة محتوى مؤثرين معينين يتحدثون عن القضية الفلسطينية.

تشير النتائج السابقة إلى أن الكثير من الشباب الجزائري يختار بعناية متابعة محتوى المؤثرين معينين يتحدثون عن القضية الفلسطينية وذلك وفق تأثير تجاربهم الشخصية أو خلفياتهم الثقافية وهذا ما يؤكد الجدول رقم (3)، بحيث أن معظم عينة الدراسة لديهم مستوى تعليمي جامعي، الشيء الذي يدفعهم إلى انتقاء المؤثرين بعناية ومتابعتهم وفق تخصصاتهم واهتماماتهم، بالإضافة إلى التجارب الشخصية التي تساهم في تشكيل آرائهم ومعتقداتهم، ومن جهة أخرى هناك فئة من المبحوثين لا تؤثر تجاربهم الشخصية أو خلفياتهم الثقافية على اختيارهم، وذلك راجع لعدم اختيارهم القضايا السياسية كمصدر رئيسي لاهتماماتهم، فضلا على أنهم ينظرون إلى مواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام على أنها وسيلة تسلية والتواصل فقط دون أن يعطوا أهمية للمحتوى السياسي أو للرغبة في التعامل معه، أما بالنسبة للفئة التي ترى أن تجاربها الشخصية وخلفيتها الثقافية تؤثر بعض الشيء على اختيارهم محتوى معين راجع إلى الاهتمام المتوسط بالقضية الفلسطينية، بحيث لا يولون لها الاهتمام الكبير الذي يدفعهم لمتابعة المحتوى المتعلق بها بشكل دائم.

الشكل رقم (23): يوضح توزيع أفراد العينة حسب تأثير تجاربهم الشخصية وخلفياتهم الثقافية على

اختيارهم متابعة محتوى مؤثر معين حول القضية الفلسطينية



الجدول رقم (20): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الأسباب التي تجعلهم يتابعون محتوى المؤثرين المتعلق بالقضية الفلسطينية

النسب	التكرارات	العبارات
66.1%	324	أريد أن أكون على دراية بالأحداث الجارية في فلسطين
11.2%	55	أريد أن أتعلم المزيد من التاريخ الفلسطيني
12%	59	أريد أن أرى مدى إبداع المؤثرين في معالجة القضية
9.2%	45	أريد أن أكون على تواصل مع أشخاص آخرين يهتمون بالقضية
1.4%	07	أخرى تذكر
100%	490	المجموع

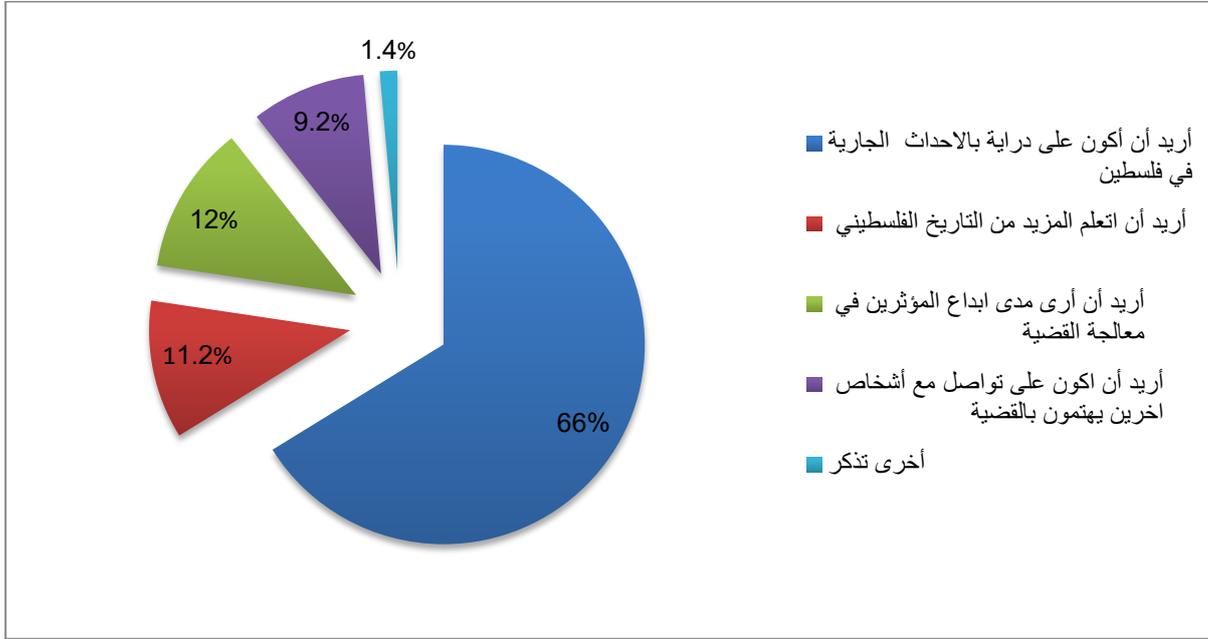
يتضح من الجدول رقم (20) أن السبب الرئيسي الذي يدفع الأشخاص لمتابعة محتوى المؤثرين حول القضية الفلسطينية هو الرغبة في أن يكونوا على دراية بالأحداث الجارية في فلسطين، حيث يمثل هذا السبب أكثر من نصف الإجابات بنسبة (66.1%)، يلي ذلك نسبة (12%) من المبحوثين يريدون رؤية مدى إبداع المؤثرين في معالجة القضية الفلسطينية، يلي ذلك الرغبة في تعلم المزيد من التاريخ الفلسطيني بنسبة (11.2%) في حين أن (9.2%) من عينة الدراسة تريد أن تكون على تواصل مع أشخاص آخرين يهتمون بالقضية الفلسطينية، بالإضافة إلى أن هناك أسباب أخرى تم ذكرها من قبل الشباب الجزائري بنسبة (1.4%) تتمثل في: أفضل أن أكون معبرا لمجريات الحرب في الشرق بأي طريقة كانت خاصة في فلسطين، إذا كان المؤثر من غزة أتابعه لمصداقيته، لأن القضية الفلسطينية قضية إسلامية وعقيدة ويجب على كل مسلم أن تكون قضيته الأولى، المتابعة والمساهمة في دعم القضية الفلسطينية، لأنهم يتحدثون بمصداقية وليست لديهم قيود مثل القنوات الفضائية التي تمارس التغطية الإعلامية ولا تتحدث عن القضية بشكل كافي.

نستنتج من خلال ما سبق أن نسبة كبيرة من الفئة الشبابية الجزائرية تتابع محتوى المؤثرين حول القضية الفلسطينية من أجل معرفة الأحداث الجارية وذلك راجع إلى رغبة الأفراد في متابعة التطورات الحالية في فلسطين، بغية تحديث معرفتهم بالمستجدات والمواقف المختلفة، حيث أن لهذه الرغبة جذور ثقافية وسياسية باعتبار أن القضية الفلسطينية واحدة من القضايا الرئيسية في الشرق الأوسط وتاريخها مرتبط بتاريخ الجزائر.

أما بالنسبة لفئة الشباب التي تتابع محتوى المؤثرين حول القضية الفلسطينية من أجل تعلم المزيد من التاريخ الفلسطيني، فذلك عائد إلى رغبتهم في فهم الجذور التاريخية للصراع الفلسطيني وتطوره عبر الزمن، لتوسيع آفاقهم وفهم أبعاده المتعددة خاصة أن نسبة كبيرة من عينة الدراسة تجلت في الطلبة الجامعيين بمختلف التخصصات وهذا ما يوضحه الجدول رقم (03) لاسيما الاهتمام الكبير من عينة الدراسة بالجانب السياسي وهذا ما يتوافق مع الجدول رقم (14)، إضافة إلى إرادة الشباب الجزائري في توثيق التاريخ الفلسطيني وتوثيق الشهادات والقصص خاصة للشباب المختصين، باعتبارهم شباب واعى بمعاينة الاحتلال تبعاً لتجربة الجزائر للاستعمار لفترة زمنية طويلة.

ومن جهة أخرى هناك فئة معتبرة من الشباب الجزائري يتابع محتوى المؤثرين حول القضية الفلسطينية من أجل رؤية مدى إبداعهم في معالجتها، وذلك عائد إلى اهتماماتهم بالجانب الإبداعي والفني، إذ يريدون مشاهدة كيفية تصوير المؤثرين للواقع وتوجيه رسالتهم باحترافية، إضافة إلى استهدافهم المحتوى الذي يتمتع بجودة عالية ويعبر عن رؤية مبتكرة ومميزة في تناول القضايا الاجتماعية والسياسية كما يوضحه الجدول رقم (21) زيادة على ذلك، نجد أن هناك نسبة صغيرة من المبحوثين وهي بالتقارب مع الفئة التي سبقتها يريدون أن يكونوا على تواصل مع أشخاص آخرين يهتمون بالقضية الفلسطينية كسبب يجعلهم يتابعون محتوى المؤثرين حول القضية الفلسطينية، وذلك راجع لرغبتهم في بناء شبكات اجتماعية وتوسيع دائرة معارفهم الخاصة بالقضية الفلسطينية، لذلك يبحثون على أشخاص يحملون نفس اهتماماتهم لسهولة تبادل الأفكار والآراء معهم ومنه شعورهم بالانتماء الافتراضي لهؤلاء الأشخاص والمجموعات، إلى جانب أسباب أخرى ارتأت إليها عينة الدراسة بمتابعة المحتوى منها: اعتبار القضية الفلسطينية قضية إسلامية وعقيدة يجب على كل مسلم أن تكون قضيته الأولى، وهذا ما يعبر عن الجانب الديني القوي للمبحوثين كما يوضح الجدول رقم (14)، إضافة إلى مصداقية المؤثر إذا كان من غزة حسب وجهة نظر المبحوث كما يبرزه الجدول رقم (22)، فضلاً على أنهم يتحدثون بمصداقية وليست لديهم قيود مثل القنوات الفضائية التي تمارس التغطية الإعلامية ولا تتحدث عن القضية بشكل كافي.

الشكل رقم(24): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الأسباب التي تجعلهم يتابعون محتوى المؤثرين المتعلق بالقضية الفلسطينية



الجدول رقم (21): يوضح توزيع أفراد العينة حسب المعلومات التي تفتقر إليها في محتوى المؤثرين حول القضية الفلسطينية

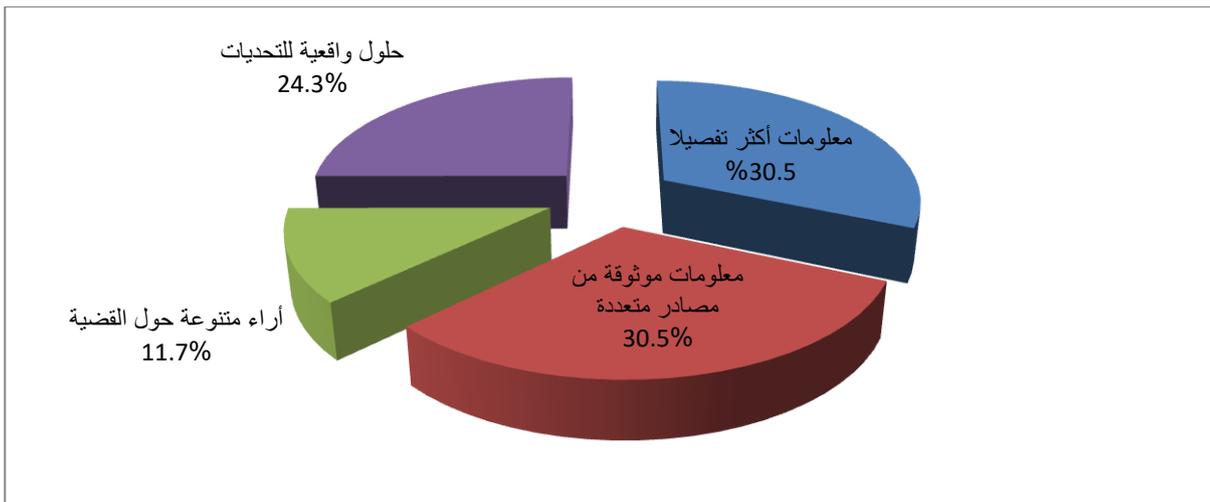
النسب	التكرارات	العبارات
30.5%	151	معلومات أكثر تفصيلا
30.5%	151	معلومات موثوقة من مصادر متعدد
11.7%	58	آراء متنوعة حول القضية
24.3%	135	حلول واقعية للتحديات
100%	495	المجموع

يبين الجدول رقم (21) أن هناك حاجة ملحة إلى محتوى أكثر تفصيلا ومعلومات موثوقة من مصادر متعددة حول القضية الفلسطينية، حيث تساوت النسبة بين هذين الاختيارين وقدرت ب(30.5%)، بالإضافة إلى ذلك هناك نسبة(27.3%) من عينة الدراسة تفتقر إلى حلول واقعية للتحديات في محتواهم، وهناك أيضا مجموعة من الباحثين بحاجة إلى آراء متنوعة حول القضية الفلسطينية تقدر ب (11.7%).

من خلال ما سبق تظهر النتائج أن العديد من الشباب الجزائري يعتبرون أن المعلومات التي يقدمها المؤثرون حول القضية الفلسطينية تحتاج إلى مزيد من التفصيل والتحليل العميق، بينما يعتقد آخرون أن المعلومات المقدمة يجب أن تكون موثوقة ومأخوذة من مصادر متعددة لتعزيز مصداقيتها وإيصال رسالة دقيقة وموضوعية وهذا ما يشير إلى أهمية تقديم محتوى شامل وموثوق لفهم أفضل للقضية الفلسطينية، ومن جهة أخرى يفتقر نسبة من عينة الدراسة إلى آراء متنوعة حول القضية الفلسطينية في محتوى المؤثرين، وذلك ما يعكس عدم رضاهم عن فكرة المحتوى الذي يقدمه هؤلاء المؤثرين ولا يلبي احتياجاتهم، وبالتالي يسعون إلى البحث عن وجهات نظر مختلفة ومتعددة تغطي مجموعة متنوعة من الآراء والمواقف، وذلك ناتج عن رغبتهم في فهم جوانب القضية الفلسطينية من زوايا متعددة قبل اتخاذ القرارات وتشكيل الآراء الخاصة بهم، ومن جهة أخرى اختيار بعض من عينة الدراسة أنهم يفتقرون إلى حلول واقعية للتحديات في محتوى المؤثرين حول القضية الفلسطينية وذلك عاكس لعدم وجود ما يروج للحلول العملية أو المقترحات الفعالة للتحديات التي تواجه القضية الفلسطينية، حيث يشعر هؤلاء المبحوثين بأن المحتوى الحالي يقتصر على استعراض المشاكل دون تقديم الحلول الملموسة أو الخطط الخادمة للتعامل معها، وعليه فمن خلال هذا الاختيار تنعكس الرغبة القوية لدى الشباب الجزائري في الحصول على معلومات تتناول الجوانب العملية والواقعية، وتقديم حلول مجدية ويمكن تطبيقها على أرض الواقع.

الشكل رقم (25): يوضح توزيع أفراد العينة حسب المعلومات التي تفتقر إليها في محتوى المؤثرين

حول القضية الفلسطينية



المحور الرابع: الإشباعات المحققة للشباب من تعرضه لمحتوى المؤثرين المتعلق بالقضية الفلسطينية

يوضح الجدول رقم (22): توزيع أفراد العينة حسب الجوانب التي تثير اهتمامهم في محتوى المقدم من قبل المؤثرين والمتعلق بالقضية الفلسطينية

النسب	التكرارات	العبارات
35.7%	169	طريقة العرض
17.1%	81	جودة الصورة والصوت
45.9%	217	مصدقية المؤثر
1.3%	6	أخرى تذكر
100%	473	المجموع

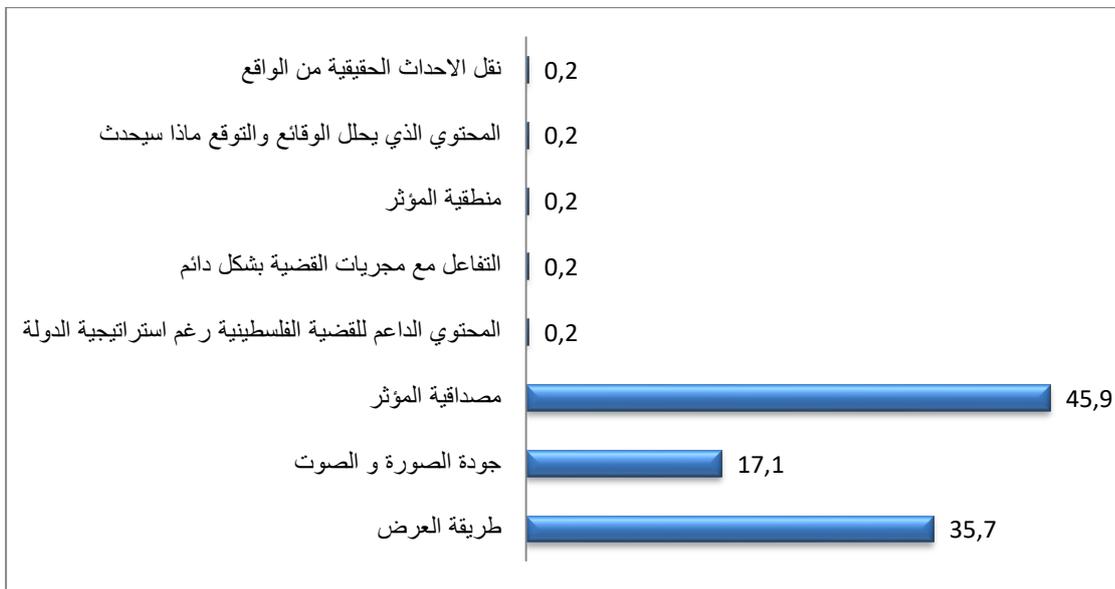
من خلال قراءة الجدول رقم (22)، يتضح أن الشباب يولون اهتماما خاصا لمصدقية المؤثرين الذين يقدمون محتوى حول القضية الفلسطينية وذلك بنسبة (35.7%) منهم بطريقة عرض المحتوى، وفي المقابل (17.1%) منهم يركزون على جودة الصورة والصوت، بالإضافة إلى عوامل أخرى تم ذكرها من طرف الشباب الجزائري تمثل نسبة قليلة تقدر بـ(1.3%) تمثلت في منطوية المؤثر بالإضافة إلى المحتوى الذي يحلل الوقائع والتوقع، ماذا سيحدث إذا كان المحتوى المنطقي والداعم للقضية الفلسطينية رغم استراتيجية الدولة، بالإضافة إلى المحتوى الذي يتفاعل بشكل دائم مع الأخبار.

يمكن تفسير هذه النتائج أن الشباب الجزائري يثير اهتمامه عدة جوانب أثناء استهلاكهم للمحتوى المؤثرين، إذ يظهرون اهتمام بالغ بمصدقية المؤثر، حيث يرغبون في الحصول على معلومات دقيقة وموثقة خاصة المؤثرين الذين ينقلون الأخبار من قلب الحدث، مما يشير ذلك إلى أنه هناك علاقة بين مصداقية المؤثر وشعبيته وهذا ما تعارض مع دراسة "Shupeiyua" و "Chen Lou"، التي ترى أن المعلومات التي يشاركها المؤثرين سواء كانت صادقة ومفيدة وأخلاقية، فهي لا تؤثر على العلاقة بين المؤثر ومتابعيه (Yuan & Chen, 2020)، إضافة إلى ذلك هناك من يعتبرون طريقة عرض المحتوى عاملا مهماً أيضاً، حيث يعكس رغبة الشباب في الحصول على محتوى يعالج القضية الفلسطينية بشكل احترافي ومنطقي، مما يجذب اهتمامهم أكثر فضلا عن ذلك إذا كان المحتوى المقدم من قبل المؤثرين بطرق وأساليب متنوعة وبلغة سهلة،

فذلك سيصبح حاجات الشباب الجزائري فضلا على اعتبار بعض الشباب جودة الصورة والصوت عاملا مهما، مما يعكس رغبتهم في تجربة محتوى بصري وصوتي عالي الجودة، علاوة على ذلك يثير اهتمامهم المؤثرين الذين يقدمون محتوى داعم للقضية الفلسطينية رغم إيديولوجية الدولة التي ينتمي إليها، وكذا المحتوى الذي يتفاعل مع الأخبار بشكل دائما مما يتيح لهم معرفة كل المستجدات وكذا يفتح المجال للنقاش بشكل أوسع.

الشكل رقم (26): توزيع أفراد العينة حسب الجوانب التي تثير اهتمامهم في محتوى المقدم من قبل

المؤثرين والمتعلق بالقضية الفلسطينية



الجدول رقم (23): توزيع أفراد العينة حسب شكل المحتوى الذي يجذب انتباههم بشكل كبير

النسب المئوية	التكرارات	العبارات
40.7%	319	مقاطع الفيديو
15.9%	125	الصور
11.6%	91	المنشورات
5.1%	40	البودكاست
10.3%	81	الستوري story
16.3%	128	البث المباشر
100%	784	المجموع

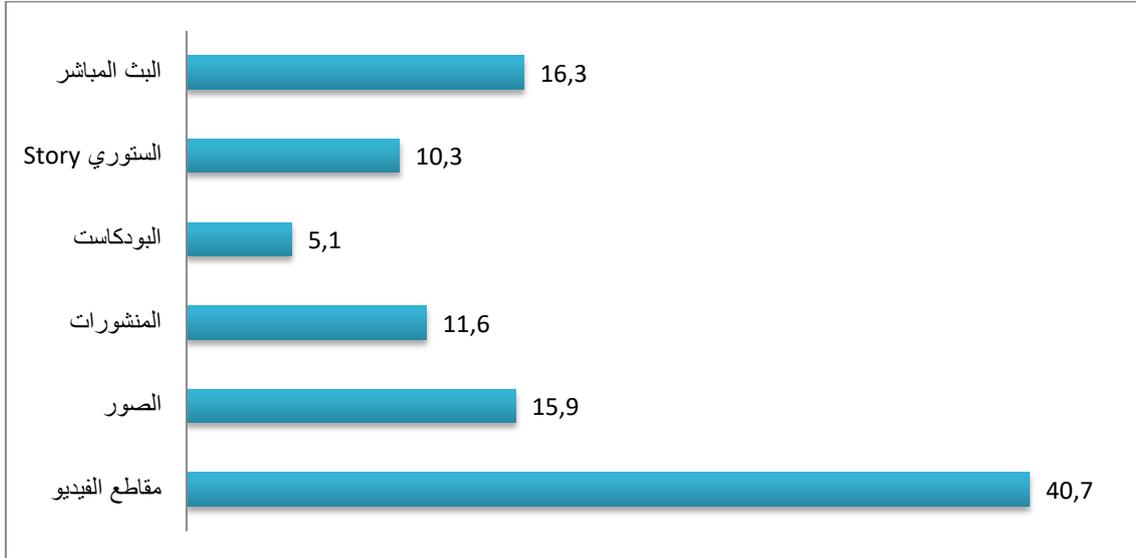
يوضح الجدول رقم (23) تفضيل أفراد العينة لمقاطع الفيديو كنوع رئيسي من المحتوى الذي يجذب انتباههم بشكل كبير حول القضية الفلسطينية، حيث بلغت نسبة تفضيلهم لهذا النوع (40.7%)، تليها البث المباشر بنسبة (16.3%)، ثم الصور بنسبة (15.9%)، تليها المنشورات بنسبة (11.6%)، ثم الاستوري بنسبة (10.3%)، في حين أن البودكاست تأتي بنسبة أقل بين تفضيلات الشباب الجزائري بنسبة (5.1%).

انطلاقاً من ما سبق يتضح أن مقاطع الفيديو هي النوع الأكثر جاذبية للشباب الجزائري عندما يتعلق الأمر بمحتوى المؤثرين حول القضية الفلسطينية، بحيث يمكن تفسير ذلك بأن مقاطع الفيديو توفر محتوى مرئي وسمعي أكثر واقعية وتأثيراً مقارنة بالصور والمنشورات النصية، كما لقي البث المباشر اهتماماً من قبل الشباب الجزائري نظراً لطبيعته التفاعلية، فهو يتيح للشباب القدرة على المشاركة الفورية والتفاعلية مع المحتوى المقدم، وهذا ما توافق مع دراسة أنس خالد الفاعوري التي أكدت أيضاً على أن مقاطع الفيديو والبث المباشر هي أكثر الأشكال استخداماً من قبل المؤثرين لإيصال الرسالة الإعلامية من الأراضي الفلسطينية في ظل قضية حي الشيخ جراح، بالإضافة إلى أشكال أخرى نظراً منه أن هذه الأشكال إذا تم إنتاجها بشكل ناجح فإنها تخبر قصصاً في وقت أقل وتدفع الجمهور إلى التفاعل والنقاش (الفاعوري، 2021).

علاوة على ذلك هناك من يفضل المنشورات نظراً لتنوعها فهي تشمل النصوص والصور والروابط، مما يوفر تنوعاً في تقديم المحتوى، وفي مقابلة أجراها أنس خالد الفاعوري في الدراسة المشار إليها سابقاً مع المؤثرة "أسيل عيد" التي أكدت أنها في معظم الأحيان فضلت أن تخاطب الناس بالمنشورات باعتبارها شكل بسيط وواصف للحدث والمشاعر عوضاً عن الأخبار الجامدة (الفاعوري، 2021).

بينما يبدو البودكاست ليس له الأولوية في تفضيلات الشباب الجزائري وذلك لافتقاره للمحتوى التفاعلي، وعليه تظهر نتائج الجدول أن الشباب الجزائري يميلون إلى المحتوى المرئي والتفاعلي عبر مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير ويفضلون محتوى الفيديو والبث المباشر والمنشورات على البودكاست وغيرها من أنواع المحتوى.

الشكل رقم (27): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجوانب التي تثير اهتمامهم في محتوى المقدم من قبل المؤثرين والمتعلق بالقضية الفلسطينية



الجدول رقم (24): توزيع أفراد العينة حسب الشعور بالفخر نتيجة التعرض لمحتوى المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي

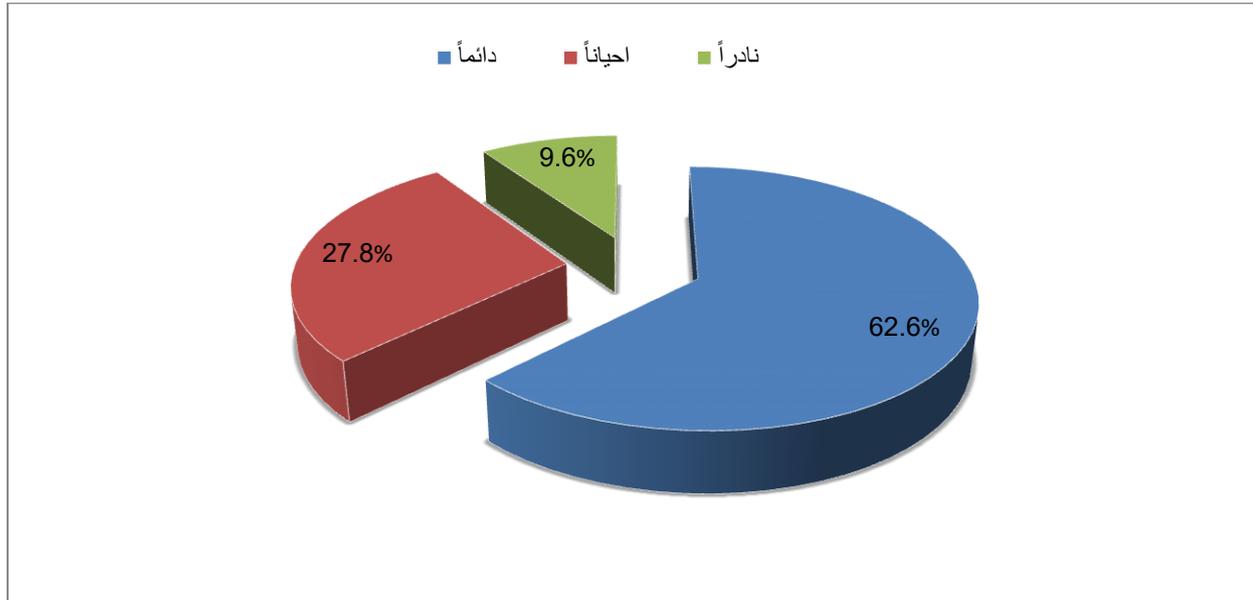
النسب المئوية	التكرارات	العبارات
62.6%	241	دائماً
27.8%	107	أحياناً
9.6%	37	نادراً
100%	385	المجموع

يظهر الجدول رقم (24) بأن غالبية الشباب الجزائري يشعرون بالفخر والتضامن مع القضية الفلسطينية بشكل دائم بنسبة تقدر بـ(62.6%)، في حين (27.8%) منهم يشعرون أحياناً بالفخر والتضامن مع القضية الفلسطينية نتيجة تعرضهم للمحتوى المؤثرين، في حين (9.6%) فقط من الشباب نادراً ما يشعرون بهذا الشعور.

وعليه يمكن تفسير النسبة العالية لمن يشعرون بالفخر والتضامن دائماً مع القضية من خلال محتوى المؤثرين بأن هذا المحتوى ينشر قيماً ومبادئ تتماشى مع قناعات ومشاعر الشباب الجزائري، فعند مشاهدتهم لمحتوى يبرز دورهم كشباب متضامن مع القضية الفلسطينية يشعرون بالفخر والتضامن نظراً

لأنهم يجدون في ذلك تعبيراً عن هويتهم، وهذا ما يعكس نظرية الاستخدامات والاشباع بشكل واضح، التي تفترض أن الأفراد يختارون استخدام وسائل الإعلام والاتصال التي تشبع احتياجاتهم وهو ما يظهر بشكل واضح في اختيار الشباب الجزائري لمحتوى المؤثر بناء على رغباته وحاجاته، وفي المقابل عندما يشعر الشباب الجزائري المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي بأن المحتوى المقدم من قبل المؤثرين لا يعكس الواقع بشكل دقيق أو ينشر معلومات غير صحيحة أو متحيزة لصالح جهة معينة، فقد يقلل ذلك من شعور الفخر والتضامن لديهم لأنه لا يشبع حاجاتهم بالشكل الكافي، أو قد يرجع ذلك لعوامل أخرى كعدم اهتمامهم الكبير بمحتوى المؤثر أو نظراً لاعتقادهم أن هذه المحتويات لا تمثلهم.

الشكل رقم (28): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الشعور بالفخر نتيجة التعرض لمحتوى المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي



الجدول رقم (25): توزيع أفراد العينة حسب مساهمة محتوى المؤثر في تشكيل آراء الشباب الجزائري حول القضية الفلسطينية

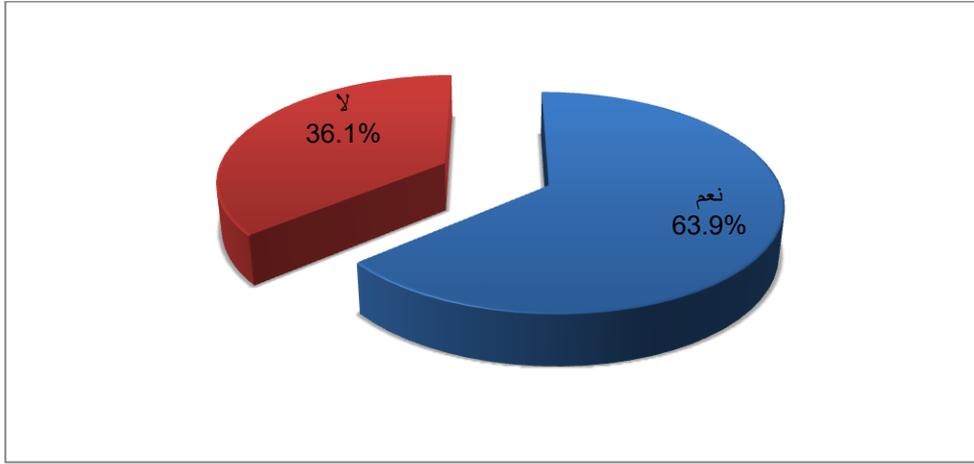
العبارات	التكرارات	النسب
نعم	246	63.9%
لا	139	36.1%
المجموع	385	100%

يظهر الجدول رقم (25)، أن (63.9%) من الشباب الجزائري يعتقدون أن محتوى المؤثرين ساهم في تشكيل آراءهم الخاصة حول القضية الفلسطينية، بينما يعتقد (36.1%) أنه لم يؤثر في تشكيل آراءهم حول القضية الفلسطينية.

يمكن تفسير نتائج الجدول بأن نسبة كبيرة من الشباب الجزائري يرون أن محتوى المؤثرين ساهم في تشكيل آراءهم حول القضية الفلسطينية، بحيث يتعلق ذلك بالتأثير الذي يمتلكه المؤثر على الشباب الجزائري من خلال محتوياتهم بالإضافة إلى أن هؤلاء المؤثرين يتمتعون بشعبية كبيرة بين الشباب وبالتالي سيكون لديهم تأثير كبير في تشكيل آراءهم ومواقفهم بشأن القضية الفلسطينية، فضلا عن أن الشباب الجزائري يعتبر المحتوى المقدم من المؤثرين مصدرا موثوقا وذو مصداقية وأكثر إقناعا في أسلوب العرض، مما يجعلهم يأخذونه في اعتبارهم عند تشكيل آراءهم حول القضية الفلسطينية، كما يمكن تفسير هذه النسبة بأن المحتوى المقدم من قبل المؤثر يلبي احتياجات الشباب وتوقعاتهم وحاجاتهم، مما يجعل منه محتوى قادرا على إثراء معرفتهم بالقضية الفلسطينية، وبالتالي تعزيز فهمهم وإدراكهم للمشاكل والتحديات التي تواجه فلسطين مما يساهم ذلك في تشكيل آراءهم.

في حين يرون البعض من الشباب أن هذا المحتوى المقدم من قبل المؤثرين لا يؤثر على تشكيل آراءهم رغم متابعتهم لهؤلاء المؤثرين، وذلك راجع إلى عدم الثقة في هذا المحتوى، إذ يرون أنه غير صادق وأن هؤلاء المؤثرين يبحثون فقط على نسب المشاهدة، وبالتالي فمحتواهم يكون غير موثوق حسب اعتقادهم مما يجعلهم يتجنبون الاعتماد عليه في تشكيل آراءهم، بالإضافة إلى أن للمستوى الثقافي والتعليمي له دور في التمييز بين المحتويات والمصادر التي يعتمدون عليها في تشكيل آراءهم، إذ يفضلون مصادر رسمية واضحة في تشكيل آرائهم حول القضية الفلسطينية على محتوى المؤثر.

الشكل رقم (29): يوضح توزيع أفراد العينة حسب مساهمة محتوى المؤثر في تشكيل آراء الشباب الجزائري حول القضية الفلسطينية



الجدول رقم (26): توزيع أفراد العينة حسب مساهمة محتوى المؤثرين في تعزيز تفاعل الشباب الجزائري مع الموضوعات السياسية والاجتماعية الأخرى في العالم العربي

النسب المئوية	التكرارات	العبارات
66.7%	257	نعم
33.3%	128	لا
100%	385	المجموع

يشير الجدول رقم (26) أن أغلب الشباب المشاركين في هذه الدراسة يعتقدون أن محتوى المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي قد عزز تفاعلهم مع الموضوعات السياسية والاجتماعية في العالم العربي والإسلامي وذلك بنسبة (66.7%)، في حين نسبة منهم تقدر ب (33.3%) لم يؤثر محتوى المؤثرين على تفاعلاتهم مع الموضوعات السياسية والاجتماعية في العالم العربي والإسلامي.

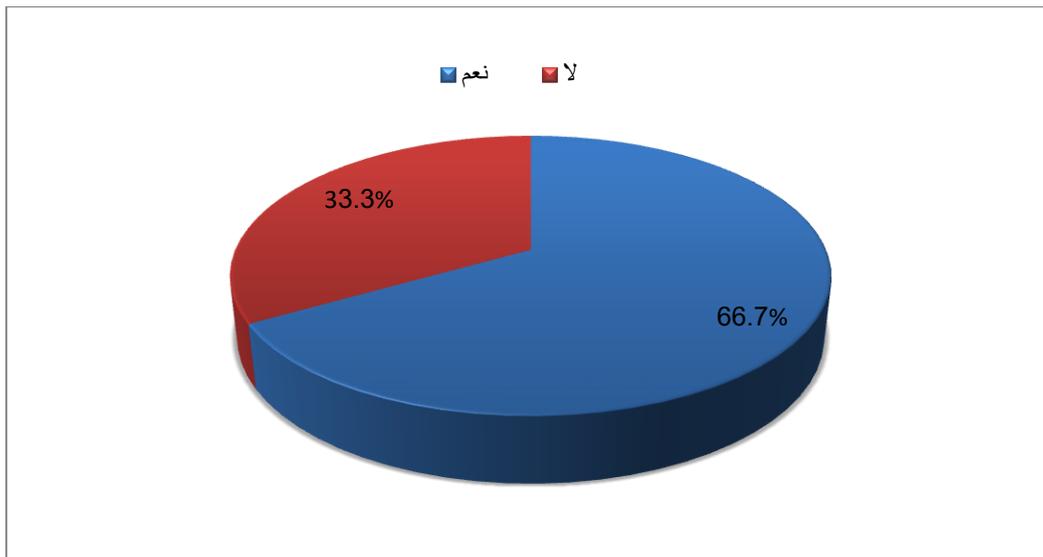
تؤكد النتائج أن محتوى المؤثرين عزز من تفاعل الشباب مع الموضوعات السياسية والاجتماعية في العالم العربي والإسلامي، إذ يمكن تفسير ذلك بأن المحتوى الذي ينشره المؤثر عبر مواقع التواصل الاجتماعي يعتمد على مواضيع مشوقة ومثيرة للاهتمام، مما قد يشعرهم ذلك بالحاجة الملحة لفهم أعمق لهذه القضايا السياسية والاجتماعية التي تؤثر على مجتمعاتهم بشكل خاص أو بالعالم العربي والإسلامي بشكل عام، وهذا ما يعكس مدى تأثر الشباب الجزائري بمحتوى هؤلاء المؤثرين ومساهمته في زيادة وعيهم السياسية، وهذا ما تبين أيضا في دراسة محمد زكريا خراب التي أكدت الأهمية البالغة لمحتوى هؤلاء المؤثرين وقدرتهم الكبيرة على

التأثير في متابعتهم فكريا وسلوكيا من خلال أساليبهم البسيطة في التعبير (خراب، 2022)، مما يشجعهم ذلك على التفاعل متمثل هذه الموضوعات ويفتح لهم مجال أوسع للمناقشة والمشاركة في الحوارات السياسية والاجتماعية، ونظرا إلى أن أغلب المبحوثين هم طلبة جامعيون حسب ما يؤكد الجدول رقم (03)، مما يعني أن لديهم خليفة تعليمية تساعدهم على فهم أكثر لمحتويات المؤثرين وتحليلها بصورة أفضل من الفئات الأخرى، وبالتالي لديهم قابلية للتفاعل بشكل مكثف وكذا الانخراط في النقاشات بأكثر عمق ومعرفة.

في المقابل هناك مجموعة صغيرة نسبيا لم تشعر بأن محتوى المؤثرين قد عزز من تفاعلهم مع المواضيع السياسية والاجتماعية في العالم العربي والإسلامي، وذلك راجع إلى أن بعض الشباب لا يجدون المحتوى المقدم من المؤثرين ملائما وغير كافي، بالإضافة إلى اعتمادهم على مصادر أخرى للمعلومات ورغم أن أغلب المشاركين ذا مستوى تعليمي جامعي، إلا أنه هناك شباب بمستويات علمية دنيا كالثانوي والمتوسط الذين لا يكون لديهم القدرة الكافية على فهم والتفاعل مع مثل هذه المواضيع لا يهتمون بها أصلا، كما أن المحتوى المقدم من قبل المؤثر لا يشبع احتياجات وتوقعات هذه الفئة من الشباب بشكل كافي، فضلا على أنهم يميلون إلى التحقق من صحة المعلومات التي يتم نشرها من قبل المؤثرين من خلال محتوياتهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي وهذا ما يؤكد الجدول رقم (22) الذي يرى أن نسبة من الشباب الجزائري يعطي أهمية بالغة لمصداقية المؤثر والمعلومات التي يقدمها.

الشكل رقم (30): توزيع أفراد العينة حسب مساهمة محتوى المؤثرين في تعزيز تفاعل الشباب

الجزائري مع الموضوعات السياسية والاجتماعية الأخرى في العالم العربي



الجدول رقم (27): توزيع أفراد العينة حسب تفضيلات الشباب للمحتوى الذي ينشره المؤثرين

النسب المئوية	التكرارات	العبارات
35.5%	162	متوازن وموضوعي
11.7%	55	عاطفي وملهم
47.2%	222	عقلي ومنطقي
6.6%	31	لا فرق
100%	470	المجموع

يعكس الجدول رقم (27) تفضيلات المجيبين بشأن المحتوى الذي ينشره المؤثر حيث تشير النتائج إلى أن (47.2%) من أفراد العينة يفضلون المحتوى العقلي والمنطقي، في حين (35.5%) من أفراد العينة يفضلون نوع المحتوى المتوازن والموضوعي، على عكس نسبة صغيرة منهم قدرت بـ(11.7%) الذين يفضلون المحتوى العاطفي والملهم، في حين فئة صغيرة من أفراد العينة تقدر بنسبة (6.6%) لا فرق لديهم في نوع المحتوى المقدم من قبل المؤثر.

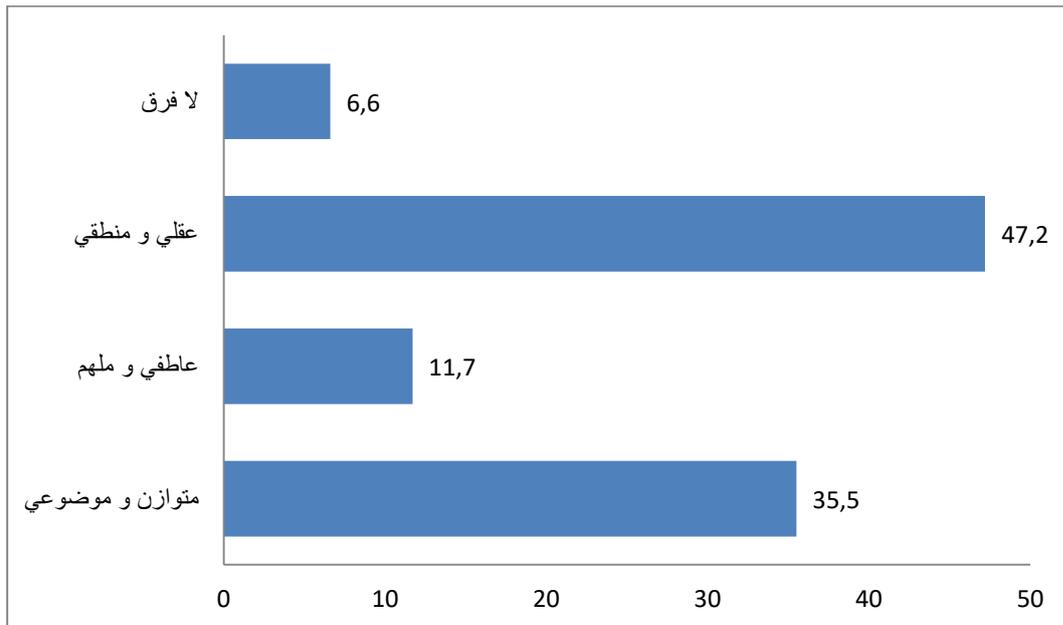
بالاستناد إلى ما تم تقديمه سابقا يمكن تفسير النتائج إلى أنه هناك نسبة كبيرة من الشباب الجزائري تقاربت تفضيلاتهم إلى المحتوى العقلي والمنطقي وكذا المحتوى الذي يكون متوازن والذي يتصف أيضا بالموضوعية، حيث يمكن تفسير ذلك بأن التطور التكنولوجي وسهولة الوصول إلى مصادر المعرفة عبر الأنترنت أصبح للشباب الجزائري إمكانية اختيار المحتوى الذي يلبي اهتمامهم ويمكنهم الاستفادة منه في تحقيق أهدافهم وتطوير أفاقهم الفكرية والمعرفية، ونظرا إلى أن أغلب الشباب المستجيب لهذه الدراسة هم شباب متعلم ذا مستوى تعليمي جامعي هذا ما يجعلهم يفضلون المحتوى الذي يثير عقولهم ويقدم لهم تحليلا دقيقا ومنطقيا للموضوعات بطريقة تلامس الواقع، ولا يتنافى مع المنطق كما أن أغلب المؤثرين أثناء معالجتهم للقضايا السياسية والقضايا الحساسة كالقضية الفلسطينية يفضلون الطابع المنطقي، وذلك بغية التأثير والإقناع وهذا ما تؤكد في دراسة عادل وسهام بوزيدي التي أجريت على المؤثرين الذين تناولوا موضوع انتخابات الجزائر في محتواهم إذ تبين أنهم في مثل هذه المواضيع يعتمدون على الاستمالات العقلية للإقناع الجمهور المتابع لهم (عادل و بوزيدي، 2023)، إضافة إلى ذلك هم يفضلون أيضا المحتوى الذي يكون متوازن بحيث يقدم وجهات نظر متوازنة وموضوعية مما يشير إلى الرغبة في الحصول على معلومات دقيقة دون تحيز تعتمد على الحقائق دون إعطاء الأولوية للعواطف، على عكس ما تبين في الدراسة

التي تم الإشارة إليها سابقا والتي كانت النسبة الأكثر للإستمالات العاطفية التي يستخدمونها المؤثرون في محتواهم من خلال استخدام الموسيقى الحزينة واستخدام الشعارات واللغة الشعرية في طرح القضايا (عادل و بوزيدي، 2023)، وهذا ما يستهوي بعض الشباب الجزائري الذين يبحثون عن إشباع حجاتهم الوجدانية لذلك يفضلون المحتوى الذي يثير عواطفهم بدلا من المحتوى الذي يكتفي بتقديم معلومات باردة ومنطقية.

في حين هناك نسبة منخفضة من آراء المبحوثين تشير إلى عدم وجود فرق يذكر بين أنواع معينة من المحتوى، وذلك لأنهم غير مهتمين بنوعية المحتوى الذي ينشره المؤثر نظرا لاستعدادهم التام لاستقبال أي نوع من المحتوى الذي يقدمه المؤثر في إطار موضوع القضية الفلسطينية.

بشكل عام يمكن تفسير هذه التفضيلات للشباب الجزائري للمحتويات المؤثرين أنها تعكس رغباتهم وتفضيلاتهم الشخصية، وهذا ما يتماشى مع الرؤية التي قدمها الباحث أنس الفاعوري حيث يرى أن هذا التفضيل ينبع من قاعدة التعرض الانتقائي، حيث يختار الأفراد المحتوى بناءً على مزاجهم، ومشاعرهم الشخصية، واهتماماتهم المشتركة، مع تجنب المعلومات التي تتعارض مع قيمهم ومعتقداتهم الاجتماعية. يقوم هذا التحليل على الانحيازات الشخصية والإدراك الانتقائي الذي يشكل وجهة نظرهم الذاتية (الفاعوري، 2021).

الشكل رقم (31): توزيع أفراد العينة حسب تفضيلات الشباب للمحتوى الذي ينشره المؤثرين



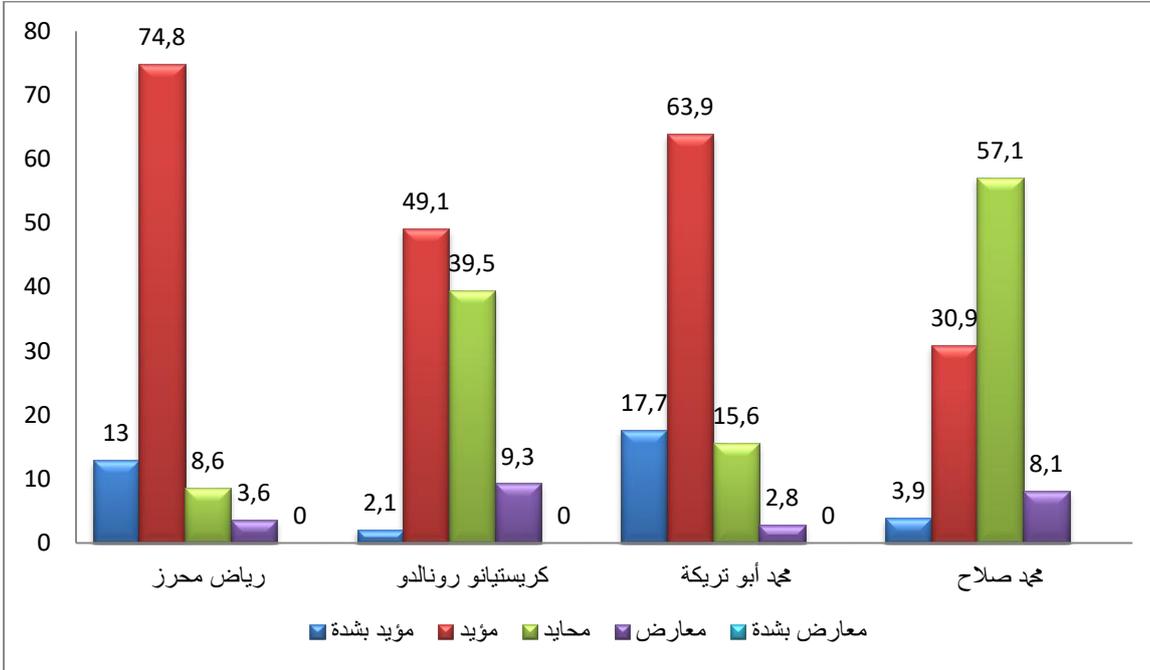
الجدول رقم (28): توزيع العينة حسب آراء الشباب الجزائري تجاه مواقف بعض المؤثرين الرياضيين

النسب المئوية	التكرارات	العبارات
13%	50	مؤيد بشدة
74.8%	288	مؤيد
8.6%	33	محايد
3.6%	14	معارض
0%	0	معارض بشدة
100%	385	المجموع
2.1%	8	مؤيد بشدة
49.1%	189	مؤيد
39.5%	152	محايد
9.3%	36	معارض
0%	0	معارض بشدة
100%	385	المجموع
17.7%	68	مؤيد بشدة
63.9%	246	مؤيد
15.6%	60	محايد
2.8%	11	معارض
0%	0	معارض بشدة
100%	385	المجموع
3.9%	15	مؤيد بشدة
30.9%	119	مؤيد
57.1%	220	محايد
8.1%	31	معارض
0%	0	معارض بشدة
100%	385	المجموع

من خلال الجدول رقم (28)، أعلاه يتبين أن عدد كبير من عينة الدراسة ترى أن الرياضي الجزائري رياض محرز مؤيد للقضية الفلسطينية إذ بلغت نسبتهم بـ(74.8%)، وعلى الصعيد المغاير يرى الشباب أن الرياضي كريستيانو رونالدو أيضا يتبنى موقف التأييد للقضية الفلسطينية على الرغم من تعارض ذلك مع الحقائق الواقعية بحيث قدرت نسبتهم بـ(49.1%)، بعد التضارب الواضح حول موقفه من القضية التي كانت تتراوح بين المؤيد والمحايد، في حين أن هناك نسبة (63.9%) من عينة الدراسة أجمعت على أن الموقف الذي يتبناه المؤثر الرياضي المصري محمد أبو تريكة هو التأييد للقضية الفلسطينية وبالمقابل اتفق (57.1%) من المشاركين على أن الرياضي محمد صلاح محايد في القضية الفلسطينية.

وعلى غرار ما تم تناوله سابقا، نستنتج أن الشباب الجزائري بتعرضهم لمحتوى المؤثرين الرياضيين مثل رياض محرز ومحمد أبو تريكة استطاعوا من خلال ذلك تحديد موقفهم من القضية الفلسطينية، الذي يتسم بالتأييد لها ومحاولة دعمها ومساندتها وإيصال رسالتها إلى كافة الشعوب، حيث أن كل من المؤثر رياض محرز ومحمد أبو تريكة المصري قاموا بمساندة القضية بطريقتهم الخاصة، وهذا ما يوضحه الجانب النظري للدراسة، مما أثر ذلك على شعبيتهم في الوسط الإعلامي، بالإضافة إلى انتماءهم العربي والذي برز بشكل كبير في موقفهم باعتبارها قضية إنسانية بالدرجة الأولى، وفي المقابل أوضح الشباب الجزائري أن اللاعب كريستيانو رونالدو داعم للقضية الفلسطينية رغم تعارض ذلك مع الواقع، إذ يمكن تفسير ذلك إلى أنه راجع إلى الشعبية الكبيرة التي يتمتع بها هذا الرياضي، مما أدى إلى العديد من الجهات إلى نشر أخبار مغلوطة ومزيفة تؤكد تضامنه مع القضية الفلسطينية، وهذا ما يفسر الاعتقاد الغالب عند الشباب الجزائري حول موقفهم من القضية الفلسطينية، في حين يظهر المؤثر الرياضي المصري محمد صلاح بموقف المحايد للقضية، بحيث أنه لم يشارك محتوى واضح يظهر فيه دعمه للقضية الفلسطينية، وهذا يعكس خوفه على عمله وعلى حساباته الخاصة به على مواقع التواصل الاجتماعي خاصة بعد الانتهاكات الكبيرة والمشاكل التي يتعرض لها المؤثرين حول القضية، وهذا ما يؤكد الجانب النظري لهذه الدراسة، بالإضافة إلى إيديولوجية البلد الذي يقيم فيه كل هذه العوامل أثرت على موقفه، لاسيما التنوع في جمهوره المتابع باعتباره أنه ينتمي إلى خلفيات وثقافات مختلفة، وبالتالي فهو تجنب إحداث توترات غير ضرورية وفضل الموقف الحيادي إلا أن ذلك قد لا يكون في صالحه ويمكن أن يؤثر على شعبيته سلبيا خاصة وأن القضية أصبحت قضية رأي عام مما جعلها تحظى بتضارب كبير في مواقف المؤثرين.

الشكل رقم (32): يوضح توزيع أفراد العينة حسب آراء الشباب الجزائري تجاه مواقف بعض المؤثرين الرياضيين



الجدول رقم (29): توزيع العينة حسب آراء الشباب الجزائري تجاه مواقف بعض المؤثرين في الوسط الفني

النسب المئوية	التكرارات	العبارات	
24.4%	64	مؤيد بشدة	إليسا
54.3%	209	مؤيد	
17.9%	69	محايد	
3.4%	13	معارض	
0%	0	معارض بشدة	
100%	385	المجموع	
0%	0	مؤيد بشدة	جاستن بيير
9.6%	36	مؤيد	
14.3%	55	محايد	
33.5%	129	معارض	

42.6%	164	معارض بشدة	
100%	385	المجموع	
17.1%	66	مؤيد بشدة	باسم يوسف
59.5	229	مؤيد	
20.8	80	محايد	
2.6%	10	معارض	
0%	0	معارض بشدة	
100%	385	المجموع	
29.5%	114	مؤيد بشدة	سيلينا غوميز
47%	161	مؤيد	
20%	77	محايد	
3.5%	13	معارض	
0%	0	معارض بشدة	
100%	385	المجموع	

يوضح الجدول رقم (29) آراء الشباب الجزائري حول موقف بعض المؤثرين الناشطين في المجال الفني حول القضية الفلسطينية، بحيث أظهرت النتائج أن أكثر من ثلثي المجيبين يعتبرون الفنانة إليسا مؤيدة للقضية الفلسطينية وذلك بنسبة تقدر (78.7%)، كما يظهر أيضا الفنان الكوميدي باسم يوسف بأنه مؤيد للقضية الفلسطينية حسب وجهة نظر غالبية الشباب الجزائري.

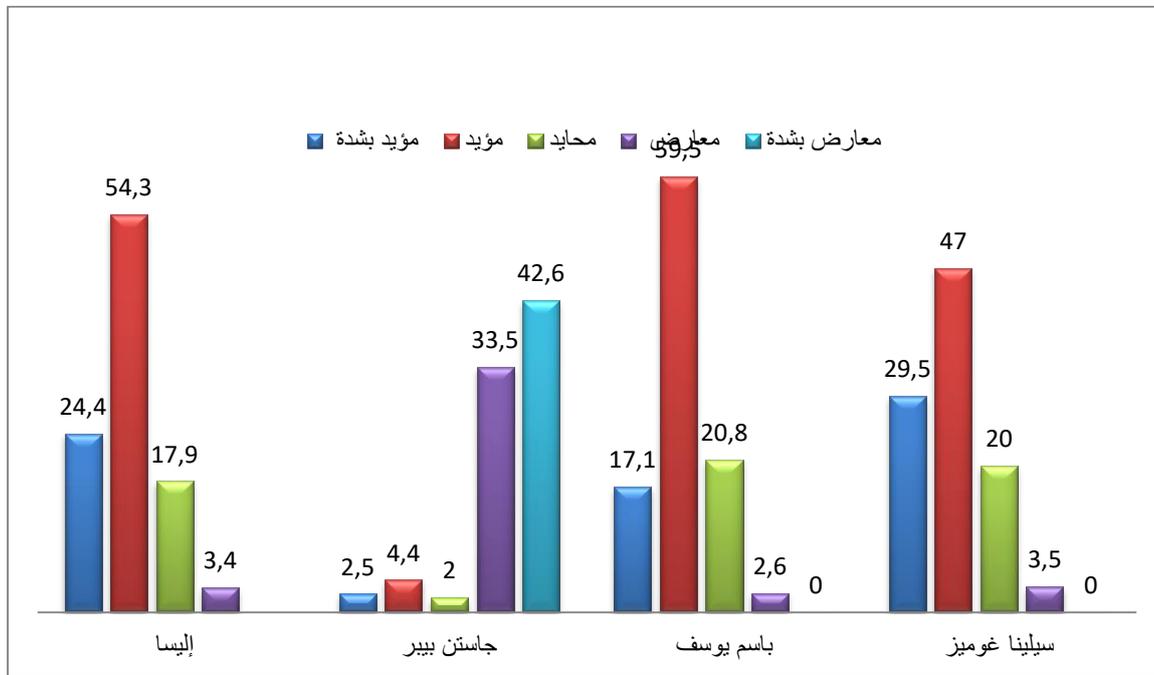
حيث قدرت نسبتهم بـ (59.5%)، في حين أن (47%) من الشباب الجزائري يرون أن الفنانة سيلينا غوميز تتبنى الموقف المؤيد أيضا للقضية الفلسطينية، وعلى خلاف ذلك يظهر موقف الفنان جاستن بيبير حسب عينة الدراسة بأنه معارض بشدة للقضية الفلسطينية بنسبة (42.6%).

على ضوء ما تم عرضه سابقاً، نستنتج أن معظم الشباب الجزائري يرون أن كل من الفنانين "إليسا، باسم يوسف، سيلينا غوميز" يتبنون موقف مؤيد للقضية الفلسطينية، وذلك من خلال تصريحاتهم التي تثبت الدعم للقضية الفلسطينية عبر منصات التواصل الاجتماعي، وهذا ما يعكس مساندتهم للشعب الفلسطيني، علاوة على ذلك يجدر الإشارة إلى أن الدعم للقضية الفلسطينية ليس مقتصرًا على العرب فقط بل حتى الأجانب يظهرون تضامنهم ودعمهم لحقوق الشعب الفلسطيني، وهذا ما يعد مؤشرا على الوعي

العالمي بقضية فلسطين وعلى انتشار الإدراك بأهمية حقوق الإنسان والعدالة، وهذا التضامن والدعم للشعب الفلسطيني لا ينفي وجود مواقف أخرى مثل جاستن بيبر الذي أجمع عليه نسبة كبيرة من عينة الدراسة على موقفه الذي كان معارض للقضية الفلسطينية، كما يظهر ذلك في محتواه الذي كان يعارض القضية بصورة مباشرة ومنه إظهار دعمه ومساندته للكيان الصهيوني، يعود ذلك جزئياً إلى طبيعة الجمهور الذي يتفاعل معه والذي يلعب دور كبير في تشكيل شعبيته، وبالتالي يعكس الاتجاهات والقيم التي يمكن أن يتفاعل معها جمهوره بشكل إيجابي مما يساهم في استمرار شعبيته ونجاحه في الساحة الفنية.

الشكل رقم (33): توزيع أفراد العينة حسب آراء الشباب الجزائري تجاه مواقف بعض المؤثرين في

الوسط الفني



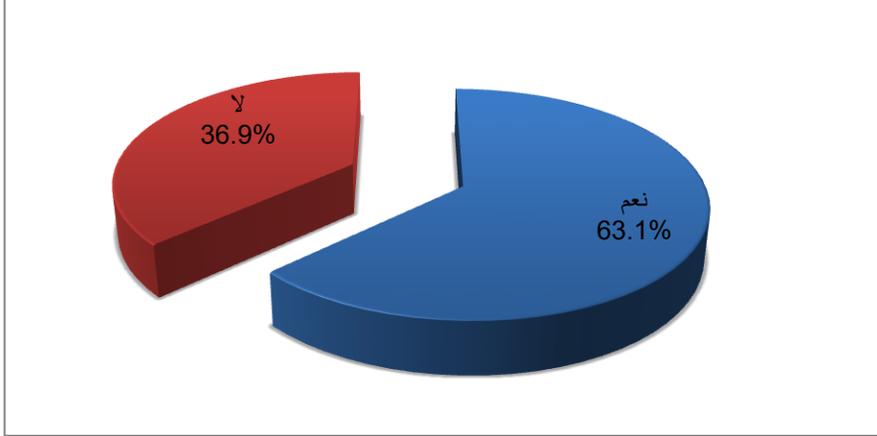
الجدول رقم (30): توزيع أفراد العينة حسب تغييرهم للقرار متابعة مؤثرين نتيجة موقفهم من القضية الفلسطينية

النسب	التكرارات	العبارات
63.1%	243	نعم
36.9%	142	لا
100%	385	المجموع

تمثل النسب المعروضة في الجدول رقم (30) إجابات أفراد العينة حول مدى تأثير موقف المؤثرين من القضية في تغيير متابعتهم لهم، بحيث كانت نسبة الإجابة بنعم من قبل أفراد العينة تقدر بـ (63.1%)، في حين (36.9%) لم تتغير متابعتهم لأي مؤثر بسبب موقفه من القضية الفلسطينية.

من خلال ما سبق، يتضح أن العديد من الشباب الجزائري يأخذون موقف المؤثرين من القضية بعين الاعتبار عند اتخاذ قرارهم بمتابعتهم أو عدم متابعتهم، مما يعكس ذلك النظرة الاجتماعية والثقافية نحو القضية الفلسطينية باعتبارها لديها مكانة خاصة في ثقافة المجتمع الجزائري، مما يجعل مواقف المؤثرين بشأنها أمر مهما للكثيرين عندما يتابعون محتوى مؤثر معين، كما يمكن إرجاع ذلك للتوجهات السياسية للمجتمع الجزائري بشكل عام وموقفه من القضية الفلسطينية، إذ ينظر الكثيرون إلى القضية الفلسطينية من منظور سياسي وبالتالي يتابعون المؤثرين الذين يعبرون عن وجهة نظر مماثلة لهم، في حين هناك نسبة غير قليلة من المشاركين لم تتغير متابعتهم للمؤثرين بسبب موقفهم من القضية الفلسطينية، إذ يفسر ذلك بأنهم يفضلون تقييم المؤثرين بناء على عوامل أخرى مثل محتواهم بشكل عام أو طريقة تقديمهم دون أن يكون الموقف من القضية هو العامل الأساسي في قراراتهم بالمتابعة.

الشكل رقم(34): يوضح توزيع أفراد العينة حسب تغيرهم للقرار متابعة مؤثرين نتيجة موقفه من القضية الفلسطينية



الجدول رقم (31): توزيع أفراد العينة إذا كانت الإجابة ب "نعم"

النسب المئوية	التكرارات	العبارات
25.4%	73	وضع متابعة
59%	170	إلغاء متابعة
15.6%	45	حظر المستخدم
100%	385	المجموع

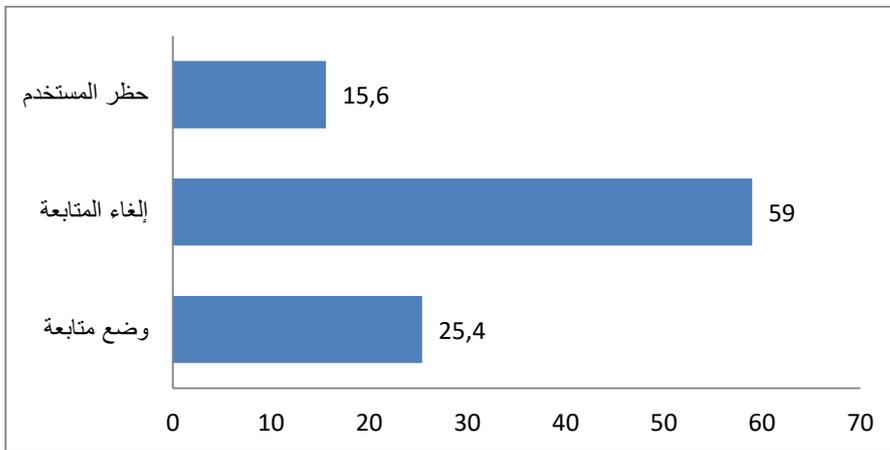
توضح النتائج أن الجدول رقم (31) أن نسبة كبيرة من أفراد العينة قدروا بنسبة (59%) قرروا إلغاء المتابعة لأي مؤثر بسبب موقفه من القضية الفلسطينية، في حين (25.4%) من أفراد العينة قرروا البقاء في وضع المتابعة، ومن ناحية أخرى يوضح الجدول أن نسبة قليلة تقدر بـ(15.6%) قرروا حظر المستخدم.

على ضوء ما تم تقديمه سابقا يتضح أن نسبة عالية من الشباب الجزائري قرروا إلغاء متابعتهم للمؤثرين، وذلك بسبب موقفهم من القضية بحيث يفسر ذلك بأن هؤلاء الشباب يرون أن المواقف التي يتخذها المؤثرين لا تتماشى مع قيمهم أو معتقداتهم، وبالتالي غير راضين عن الطريقة التي يعالجون بها القضية الفلسطينية، ونظرا إلى أن غالبية الشباب الجزائري يفضلون المحتوى الذي يتبنى القضية الفلسطينية مثل ما يوضحه الجدول رقم (16)، فهم يرفضون أي محتوى معارض لهذه القضية، وهذا لا ينفي أن نسبة قليلة نسبيا من هؤلاء الشباب بقيت في وضع المتابعة لمحتوى هؤلاء المؤثرين وذلك راجع إلى اهتمامهم بالمواضيع والأنشطة الأخرى التي يقدمها هؤلاء المؤثرين بغض النظر عن موقفهم من القضية

الفلسطينية، وفي المقابل هناك البعض من الشباب قرروا حظر المستخدم بدلا من إلغاء المتابعة مما يشير إلى رغبتهم في الابتعاد عن المحتوى الذي قد يتعارض مع آراءهم.

وعليه فإن ردود أفعال الشباب الجزائري حول هؤلاء المؤثرين يتحدد بناء على موقفهم من خلال محتوياتهم، وهذا ما يتفق مع دراسة أنس خالد الفاعوري التي ترى أن قوة المحتوى المنشور من قبل المؤثر هي التي تؤثر في ردود فعل الجمهور المستقبل للرسالة (الفاعوري، 2021)، كما تتحدد من خلال مدى إشباع هذه المحتويات لحاجات الشباب المتنوعة، وهذا ما تبين في دراسة رانيا رمزي حليم التي تعتبر أن الشباب جمهور نشط يستطيع أن يختار ويتابع منصات المؤثرين بطريقة تشبع حاجاته وتلبي توقعاته ورغباته (حليم، 2022).

الشكل رقم (35): يوضح توزيع أفراد العينة إذا كانت الإجابة ب "نعم"



الجدول رقم (32): توزيع أفراد العينة حسب الصفات التي يبحث عنها الشباب في المؤثرين الذين ينشرون محتوى متعلق بالقضية الفلسطينية

النسب المئوية	التكرارات	العبارات
36.6%	234	المعرفة العميقة بتفاصيل القضية الفلسطينية
18.7%	119	الإقناع والقدرة على التأثير
13.2%	84	القدرة على العرض والشرح بوضوح
18.7%	119	الثقة في النفس
12.2%	79	القدرة على التحليل
0.6%	4	أخرى تذكر
100%	639	المجموع

يوضح الجدول رقم (32) أن المشاركين يولون أهمية قصوى للإلمام بتفاصيل القضية الفلسطينية؛ إذ يرى (36.6%) من أفراد العينة أن هذه الصفة من أهم الخصائص التي يبحثون عنها في المؤثر تليها في الأهمية الثقة بالنفس وقدرة الإقناع والتأثير، حيث تحصل كل منهما على نسبة (18.7%)، أما القدرة على الشرح والعرض بوضوح فتستحوذ على نسبة (13.2%)، بينما تأتي القدرة على التحليل في المرتبة التالية بنسبة (12.2%)، بالإضافة إلى ذلك هناك جملة من الصفات الأخرى التي يُقدرها أفراد العينة في المؤثرين، مثل الإبداع في تقديم المحتوى، ومصداقية المؤثر في نقل وقائع الأحداث، وأهمية نقل الحقيقة وفضح تزييف الإعلام، بالإضافة إلى الجدية في التعامل مع القضايا بدلاً من التعاطي معها كموجات عابرة.

تظهر هذه النتائج ميلاً لدى الشباب الجزائري نحو المؤثرين الذين يتسمون بمعرفة عميقة لتفاصيل القضية الفلسطينية، مما يدل على رغبتهم في الوصول إلى معلومات شاملة ومفصلة حول الوضع في فلسطين، الشيء الذي يمكنهم من فهم القضية بشكل أفضل، ومن جهة أخرى يُظهر التقدير البارز لثقة المؤثر بنفسه أن الشباب ينجذب إلى الأشخاص الواثقين الذين يستطيعون جذب الانتباه، فعندما يكون المؤثر واثقاً من نفسه فإن الآخرين يميلون إلى الاستماع إليه والتفاعل معه بشكل أكبر هذا يعكس توافقاً مع دراسة "Shupeiyua" و "Chen Lou" التي وجدت أن الجاذبية الملحوظة في شخصية المؤثر من أهم خصائصه والتي تلعب دوراً بارزاً في تعزيز علاقته مع الجمهور (Yuan & Chen, 2020)

في المقابل يبحث الشباب أيضاً عن المؤثرين القادرين على شرح القضايا المعقدة مثل القضية الفلسطينية بطريقة بسيطة عبر محتوياتهم، وهذا ما يُعطى الأفضلية للمحتوى الذي يُقدم بلغة واضحة وقريبة من اللهجة المحلية لأنه يتماشى مع ثقافة الشباب ويؤثر عليهم بشكل أفضل، مثل ما توضح في دراسة خالد عادل وسهام بوزيدي التي تؤكد أن غلب المؤثرين يعتمدون على اللغة الدارجة العامية في بث محتوهم كونها أقرب للمشاهدين ما يسمح بالتأثير على نفسياتهم وتمير المعاني الإيحائية الخاصة بالنسق الجزائري (عادل و بوزيدي، 2023) هذا ما يجعل الشباب أكثر تفاعلاً مع المحتوى.

وبالنسبة للنسب المتقاربة بين الصفات المختلفة مثل الإقناع والثقة بالنفس، يمكن تفسيرها بأنها تُظهر جانبين متلازمين لشخصية المؤثر؛ فالقدرة على الإقناع غالباً ما تأتي من الإيمان بالرسالة التي يحملها المؤثر، وهذا يتطلب ثقة عالية بالنفس. لذلك، يرى الشباب أن المؤثرين الذين يمتلكون هذه الصفتين يمكنهم التأثير بشكل أعمق على أفكارهم ومواقفهم. أيضاً، يهتم الشباب بالمؤثرين القادرين على التحليل الدقيق للموضوعات لفهم التحديات التي تواجه فلسطين، ويُقدرون الطريقة التي يُقدم بها كل مؤثر المحتوى بطريقة

تميزه عن الآخرين، بجانب أهمية المصداقية والأمانة في نقل الحقائق، التي تُعد من العناصر الأساسية في تكوين صورة المؤثر.

الشكل رقم (36): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الصفات التي يبحث عنها الشباب في المؤثرين الذين ينشرون محتوى متعلق بالقضية الفلسطينية



المحور الخامس: تأثير محتوى المؤثرين على تغيير سلوكيات الشباب حول القضية الفلسطينية

الجدول رقم (33): يوضح توزيع أفراد العينة حسب ما يقوم به الشباب الجزائري عند تعرضهم لمحتوى المؤثرين الذي يتحدث عن القضية الفلسطينية

النسب	التكرارات	العبارات
46.5%	251	كتابة تعليق
17.2%	93	مشاركة المحتوى عبر ماسنجر
16.9%	91	عبر الريلز
19.4%	105	عبر البرو فيل
100%	540	المجموع

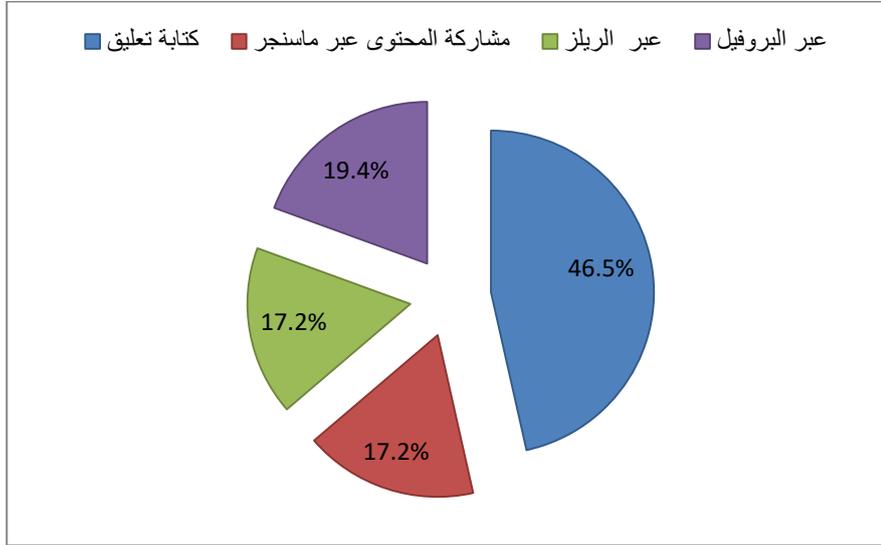
يظهر الجدول رقم (33) أن نسبة (46.5%) من عينة الدراسة يقومون بكتابة تعليق عند تعرضهم لمحتوى مؤثر يتحدث عن القضية الفلسطينية، في حين أن (19.4%) يشاركون المحتوى عبر الصفحة أو

البروفيل، لاسيما أن(17.2%)يقومون بمشاركة المحتوى عبر ماسنجر، بينما(16.9%) يقومون بمشاركته عبر الريلز.

من خلال ما سبق تبين لنا أن نسبة كبيرة من الشباب الجزائري يقومون بكتابة تعليق عند تعرضهم لمحتوى مؤثرين معينين يحوي القضية الفلسطينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي حيث تعتبر كتابة التعليقات وسيلة مجدية للتعبير عن الرأي والمشاركة في الحوار العام المتبادل مع المتابعين الآخرين، فضلا عن الحاجة الملحة إلى دعم القضية الفلسطينية، ومحاولة إيصال صوتها بكل الطرق والوسائل، إضافة إلى البقاء دائما على تواصل مع أشخاص آخرين يهتمون بالقضية الفلسطينية كما يوضح الجدول رقم (20) إلى جانب ذلك، هناك نسبة معتبرة من الشباب الجزائري الذين يميلون إلى مشاركة المحتوى عبر صفحاتهم الشخصية أو البروفيلات، وهذا مؤشر يدل على رغبة هؤلاء الأفراد في نشر الوعي والمعرفة حول القضية بين متابعيهم، بالإضافة إلى التأثير على الآخرين وتوجيه اهتمامهم نحو القضية وهي استراتيجية بارزة لزيادة التعمق في الجدل والحوارات حول القضايا السياسية والاجتماعية بين الأفراد والمجتمع الرقمي.

ومن ناحية أخرى تقوم فئة من الشباب الجزائري بمشاركة المحتوى المتعلق بالقضية الفلسطينية عبر الماسنجر، وذلك يعكس رغبتهم في التواصل المباشر والشخصي مع أصدقائهم ومعارفهم بشأن القضية الفلسطينية، والمناقشة فيها بشكل سري مع شخص أو مجموعة معينة من المعارف وذلك تبعا لطبيعة عمل التطبيق، أما بالنسبة للفئة التي تشارك المحتوى عبر Reels، فذلك يترجم استخدام الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي المرئية والمبتكرة للتعبير عن وجهات نظرهم حول القضية الفلسطينية، إذ يظهر هذا أن الأفراد يقدرّون الجوانب البصرية والمرئية للمحتوى ومنه السعي لتقديمه بطريقة مبتكرة وملهمة، يجذب انتباه الأصدقاء أكثر حول القضية وكلها طرق تساعد في الوصول إلى جميع أنحاء العالم إلى جانب ذلك الزيادة في التفاعل مع المؤثرين والاستمرار في دعمهم لتقديم المزيد عن القضية والذي بدوره يساعد على بروزهم على الساحة الإلكترونية وزيادة شعبيتهم وتأثيرهم على شرائح أكبر من أفراد المجتمع.

الشكل رقم (37): يوضح توزيع أفراد العينة حسب ما يقوم به الشباب الجزائري عند تعرضهم لمحتوى المؤثرين الذي يتحدث عن القضية الفلسطينية



الجدول رقم (34): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الأفكار والمقترحات التي تعتقد أنه يجب أن يتضمنها محتوى المؤثرين لتحقيق تأثير أكبر عليهم بخصوص القضية الفلسطينية

النسب	التكرارات	العبارات
43.7%	281	زيادة الوعي بالقضية الفلسطينية
28%	180	توجيه الدعم المعنوي والسياسي لفلسطين
27.4%	176	تشجيع المشاركة في الفعاليات والحملات الخاصة بالقضية الفلسطينية
0.9%	6	أخرى تذكر
100%	643	المجموع

يبرز الجدول رقم (34) أن العديد من عينة الدراسة يقترحون فكرة أن زيادة الوعي بالقضية الفلسطينية، هي الأمر الذي يجب أن يتضمنه محتوى المؤثرين لتحقيق تأثير أكبر عليهم حيث تقدر نسبتهم بـ(43.7%)، بينما يقترح البعض الآخر ضرورة توجيه الدعم المعنوي والسياسي للفلسطينيين هو الأمر الذي يجب أن يشمل محتوى المؤثرين لتحقيق التأثير الأكبر عليهم تقدر نسبتهم بـ(28%)، كما تقترح نسبة (27.4%) من عينة الدراسة أن تشجيع المشاركة في الفعاليات والحملات الخاصة بالقضية هو الشيء الذي يجب أن يتضمنه محتوى المؤثرين لتحقيق تأثير أكبر عليهم، إلى جانب أن هناك نسبة صغيرة من عينة

الدراسة تقدر بـ(0.9%) اقترحوا أفكار أخرى تتمثل في: اقتراح حلول وممارسة الضغوطات على الحكومات العربية والأجنبية، التوعية أكثر بأهمية المقاطعة ونشر المنتجات التي تشمل عملية المقاطعة، التضامن، محاولة إيجاد حلول اللازمة أو على الأقل اقتراحها كمؤثر، محاول إيجاد مصادر موثوقة لمساعدة فلسطين وبث كيف وصلت هذه المساعدات.

تشير النتائج السابقة إلى أن نسبة كبيرة من عينة الدراسة تقترح أن محتوى المؤثرين الذي يتضمن القضية الفلسطينية يجب أن يبين بالدرجة الأولى الوعي بالقضية الفلسطينية وزيادته لتحقيق تأثير أكبر على الجمهور المتابعين، وهو جانب أساسي في بناء الفهم الشامل للقضية، إذ يعكس هذا الاهتمام تطلع الأفراد لاستيعاب أعمق للأحداث والتحديات التي تواجه القضية الفلسطينية، إذ يسعون لتحقيق تأثير فعال في دعمهم والتعبير عن مساندتهم، وهذا الاقتراح يعزز الفكرة بشأن المحتوى الذي يساهم في زيادة الوعي وفتح الحوار حول القضية، حيث أن له تأثير إيجابي على سلوكيات الشباب ومواقفهم تجاه القضية، ومن ناحية أخرى هناك فئة شبابية جزائرية تقترح أن المحتوى يجب أن يتناول توجيهها للدعم المعنوي والسياسي للفلسطينيين، حيث يظهر هذا الاهتمام بالتأثير الفعال في تحسين ظروف الحياة للشعب الفلسطيني ودعمهم في مصيبتهم، إذ أن الدعم المعنوي يكون ناتجا عن القيم والمبادئ الدينية، التي تحث على دعم المظلومين والتضامن معهم، بحيث يروج الفرد إلى هذا المقترح استنادا إلى المبادئ الدينية واختصاصه في هذا المجال ومتابعته الذي يتجذر بدوره في العقيدة الدينية، بينما يعكس توجه الدعم السياسي للفلسطينيين انخراطا في القضايا السياسية المحيطة بالصراع الفلسطيني، إذ أن هذا الدعم يمكن أن يكون جزءا من مواقف وسياسات الفرد تجاه النزاع وبإمكانه أيضا أن يكون مرفوعا بالاعتقادات والاختصاصات السياسية والإيديولوجية بشأن العدالة والتحرر، فضلا على أن معظم عينة الدراسة تهتم بالجانب الديني والسياسي كما يوضح الجدول رقم (14).

وعلى الجانب الآخر ترى بعض من عينة الدراسة أن محتوى المؤثرين حول القضية الفلسطينية، يجب أن يقوم على تشجيع المشاركة في الفعاليات والحملات الخاصة بالقضية الفلسطينية بغية تحقيق التأثير الأكبر عليهم للتفاعل معهم، وذلك عائد إلى رغبة الشباب في دعم القضية وتعزيزها من خلال العمل الجماعي والمشاركة في الأنشطة ذات صلة، فضلا عن التأثير الإيجابي الذي يحمله المقترح للمساهمة في تغيير الواقع المعاش، إلى جانب ذلك هناك العديد من المقترحات التي ذكرتها نسبة صغيرة من عينة الشباب الجزائري منها: بيان التضامن مع القضية واقتراح حلول وممارسة الضغوطات على الحكومة العربية والإسلامية وغيرها من

الأفكار، وكله راجع إلى المعلومات التي يفتقر إليها الشباب في محتوى المؤثرين حول القضية الفلسطينية كما يوضح الجدول رقم (21).

الشكل رقم (38): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الأفكار والمقترحات التي تعتقد أنه يجب أن يتضمنها محتوى المؤثرين لتحقيق تأثير أكبر عليهم بخصوص القضية الفلسطينية



الجدول رقم (35): يوضح توزيع أفراد العينة حسب شعورهم بالرغبة في المشاركة في فعاليات أو حملات تدعم القضية الفلسطينية بعد مشاهدتهم لمحتوى المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي

النسب	التكرارات	العبارات
84.2%	324	نعم شعرت برغبة في المشاركة
15.8%	61	لا لم تولد لي رغبة في المشاركة
100%	385	المجموع

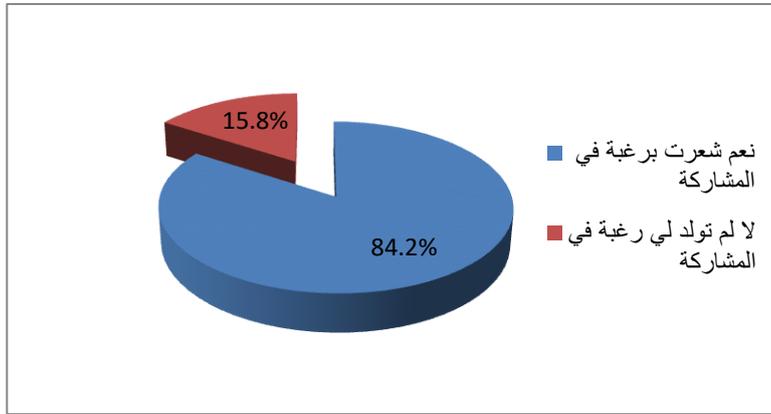
بناء على الجدول رقم (35) أعلاه يظهر أن نسبة كبيرة من المشاهدين قدرت بـ (84.2%) شعروا برغبة في المشاركة في فعاليات أو حملات تدعم القضية الفلسطينية بعد مشاهدة محتوى المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي، بينما ظهرت نسبة صغيرة تقدر بـ (15.8%) أنها لم تولد لديهم رغبة في المشاركة.

تشير النتائج السابقة إلى أن هناك نسبة كبيرة من الشباب الجزائري شعروا برغبة في المشاركة في فعاليات أو حملات تدعم القضية الفلسطينية بعد مشاهدتهم لمحتوى المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي، هذه النتيجة تظهر تأثيرا كبيرا لمحتوى المؤثرين على تحفيز وتفعيل الجمهور وتوجيههم نحو

المشاركة الفعلية في القضايا الاجتماعية والسياسية، وخاصة القضية الفلسطينية بالدرجة الأولى، لاسيما تأثير المؤثر شخصيا وهذا ما تثبته نظريات الاتصال وبالخصوص نظرية الاتصال الإقناعي التي تعرف بأنها اتصال يحدث عندما يوجه المعلن عن قصد رسالة إعلانية بهدف إحداث تأثير مركز على اتجاهات ومواقف وسلوك مجموعة معينة مستهدفة من المستهلكين. (العلاق، 2011، صفحة 21)

أما بالنسبة للفئة الشبابية التي شاهدت محتوى المؤثرين ولم يولد لديها أي رغبة في المشاركة في فعاليات أو حملات تدعم القضية الفلسطينية على مواقع التواصل الاجتماعي، يعتبر هذا الرأي نقطة انطلاق مهمة لفهم دور المحتوى السياسي في تشكيل سلوك المشاهدين، حيث أن العوامل السياسية والاجتماعية التي تظهرها نتيجة الجدول هنا بما في ذلك تقديم الدعم السياسي تلعب دورا حاسما في قرارات المشاركة السياسية للأفراد، كما تعكس أيضا التحديات التي يواجهها المؤثرون في تحفيز الجمهور على المشاركة في القضايا السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

الشكل رقم(39): يوضح توزيع أفراد العينة حسب شعورهم بالرغبة في المشاركة في فعاليات أو حملات تدعم القضية الفلسطينية بعد مشاهدتهم لمحتوى المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي



الجدول رقم (36): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الشعور بتغيير في وجهة نظرهم حول القضية الفلسطينية بسبب محتوى المؤثرين حولها

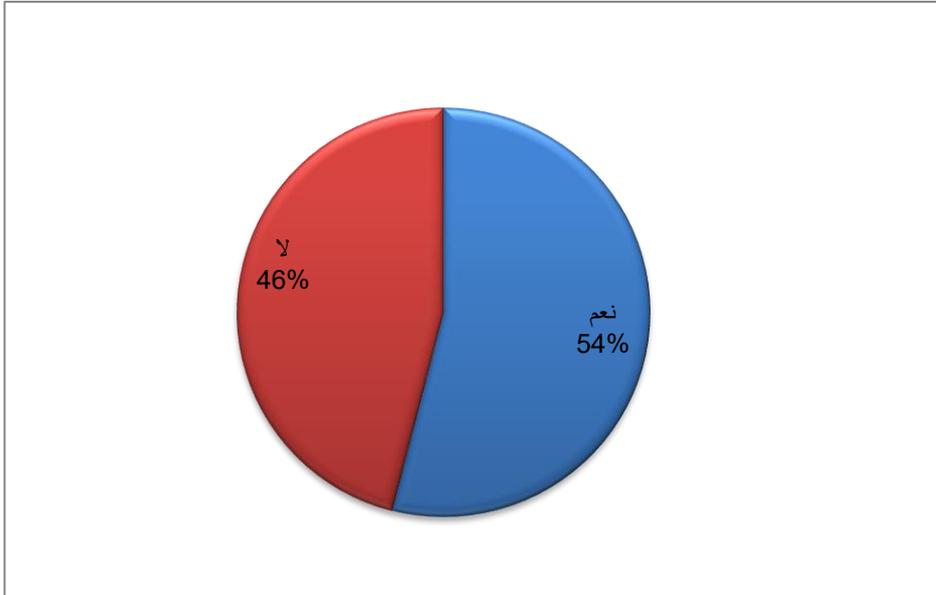
النسب	التكرارات	العبارات
54%	208	نعم
46%	177	لا
100%	385	المجموع

من خلال قراءة الجدول رقم (36)، يتضح لنا أن (54%) من عينة الدراسة شعروا بتغيير في وجهة نظرهم حول القضية الفلسطينية بسبب محتوى المؤثرين، بينما يؤكد (46%) منهم عدم تغيير في وجهة نظرهم حول القضية الفلسطينية بسبب ذلك.

على غرار ما تم تناوله في الجدول أعلاه، يكشف لنا أن هناك نسبة معتبرة من الشباب الجزائري لم يشعروا بتغيير في وجهة نظرهم بسبب محتوى المؤثرين حول القضية الفلسطينية، وذلك راجع لعدة عوامل تتعلق بطبيعة المحتوى نفسه وطريقة تقديمه، بحيث لا يكون كافياً لإقناع الأفراد ولا تأثيراً كبيراً على وجهات نظرهم السياسية بحيث أن تفاعل الأفراد مع المحتوى السياسي، مرتبطاً بعوامل شخصية متعددة مثل خلفيتهم الثقافية والتعليمية وتجاربهم الشخصية كما يوضح الجدول رقم (19) وعليه فإن لهم دور بارز في تشكيل ردود أفعالهم وعدم تفاعلهم أو تأثرهم بالمحتوى الجديد، فضلاً عن مراعاة عوامل أخرى مثل الثقة في مصادر المعلومات ومدى اعتمادهم على المحتوى الإعلامي المقدم إلى جانب طريقة استهلاكه، في حين أن نسبة كبيرة من عينة الدراسة شعرت بتغيير ملحوظ في وجهة نظرهم حول القضية الفلسطينية بسبب محتوى المؤثرين الخاص بها.

الشكل رقم (40): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الشعور بتغيير في وجهة نظرهم حول القضية

الفلسطينية بسبب محتوى المؤثرين حولها



الجدول رقم (37): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الأسباب التي دفعتهم للشعور بتغيير في وجهة نظرهم حول القضية الفلسطينية بسبب محتوى المؤثرين حولها

النسب	التكرارات	العبارات
18.3%	44	الثقة في المؤثر
54.2%	130	تبنيك للقضية
27.5%	66	منطقية وواقعية المؤثر
100%	240	المجموع

يظهر الجدول رقم (37)، أن (54.2%) من الأشخاص الذين شعروا بتغيير في وجهة نظرهم حول القضية الفلسطينية بسبب محتوى المؤثرين كان ذلك بسبب تبنيهم للقضية الفلسطينية، بينما يشير (27.5%) من الأشخاص إلى منطقية وواقعية المؤثر كسبب لذلك، في حين أن نسبة (18.3%) منهم يشيرون إلى الثقة في المؤثر نفسه سببا في تغيير وجهة نظرهم.

يظهر من خلال ما سبق أن تبني الأفراد للقضية الفلسطينية هو سبب قوي لتغيير وجهة نظرهم، حيث أن نسبة كبيرة من عينة الدراسة أثبتت ذلك، بحيث يعزى هذا الطرح إلى توجهات جديدة يقدمها المؤثر في محتواه من آراء ومعلومات تزيد في الرصيد المعرفي لدى المبحوث أو تقوم بتوجيهه نحو جوانب مختلفة من القضية الفلسطينية لم يكن مدركا لها من قبل، مما دفعه إلى إعادة التفكير في وجهة نظره، كما ساهم المحتوى في تعميق فهمه للقضية، الشيء الذي دفعه لتعديل مواقفه السابقة أو اعتماد مواقف جديدة، ويكون هذا التأثير نابعا من الإلهام والتحفيز الذي أحدثه محتوى المؤثر في سلوك المبحوثين لتعزيز المعتقدات السابقة بشكل أكبر أو تغييرها.

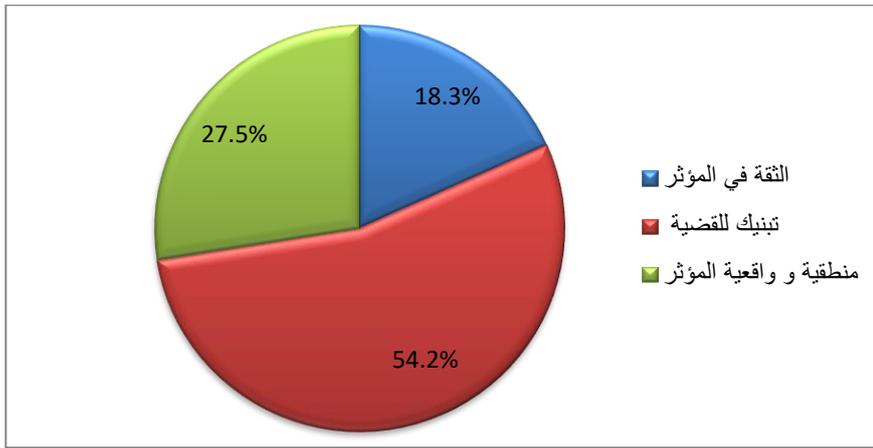
ومن جهة أخرى هناك فئة شبابية من عينة الدراسة تغيرت وجهات نظرهم حول القضية الفلسطينية بسبب محتوى المؤثرين لمتنقيته وواقعيته في معالجته للأحداث ونقلها للمتابعين، إذ يشير هذا الطرح إلى عمق وجودة المحتوى وقوته في تقديم الحقائق والمعلومات بشكل موضوعي ومنطقي، بعيدا عن الانحياز أو التضليل، ومنه يكون المبحوث قد شعر بالاقتناع بالجوانب الواقعية للقضية أو للتفسيرات أو التحليلات التي يقدمها المؤثرين في محتواه، فضلا على أن المحتوى قدم رؤية متوازنة ومتنوعة للمشكلة الفلسطينية مع التركيز الدائم على الجوانب الحقيقية واتساق المحتوى مع الواقع، تعكس هذه الاستجابة إحساس المبحوث

بالثقة والاعتماد على محتوى المؤثر كمصدر موثوق وذو مصداقية مما يجعله يتأثر بشكل إيجابي بالتحليلات والآراء التي يقدمها.

وعلى الصعيد المغاير، هناك فئة من المشاركين الذين تغيرت وجهة نظرهم بسبب ثقتهم في المؤثر، حيث يعتبر هذا الأخير مصدرا موثوقا به في نقل المعلومات والآراء حول القضية، بحيث تعبر هذه الثقة على أنها نتاج تاريخ المؤثر وسمعته في الوسط الإعلامي الافتراضي، ومدى ثقته ومصداقيته في معالجة محتواه مما يجعل الشباب يثق في المؤثرين الذين يقدمون محتوى ذو جودة ويعبر على آراء ومشاعر متناغمة مع توجهاتهم الشخصية كما يشير الجدول رقم (22).

الشكل رقم (41): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الأسباب التي دفعتهم للشعور بتغيير في وجهة

نظرهم حول القضية الفلسطينية بسبب محتوى المؤثرين حولها



الجدول رقم (38): يوضح توزيع أفراد العينة حسب تأثير محتوى المؤثرين المتعلق بالقضية

الفلسطينية على سلوكياتهم

النسب	التكرارات	العبارات
28.8%	164	تفضل أن يتحدث المؤثرون عن الحاجة للمشاركة في حملات دعم القضية
20.5%	117	عن طريق نشر قصص story تلقي الضوء على تأثير الاحتلال الإسرائيلي على فلسطين
14.2%	81	عبر تقديم تحليل سياسي متوازن يوضح الجوانب المختلفة للصراع
36.5%	208	من خلال نقل الواقع وتسليط الضوء على الجوانب الإنسانية للصراع
100%	570	المجموع

من خلال قراءة الجدول رقم (38)، يتضح لنا أن نسبة كبيرة من عينة الدراسة تقدر ب(36.5%) ترى بأنه من خلال نقل الواقع المعاش وتسليط الضوء على الجوانب الإنسانية للصراع يمكن للمحتوى الخاص بالمؤثرين أن يؤثر بشكل كبير على سلوكهم بشأن القضية الفلسطينية، في حين أن هناك فئة شبابية تفضل أن يتحدث المؤثرون عن الحاجة للمشاركة في حملات دعم فلسطين في المركز الثاني بنسبة(28.8%) لحدوث التأثير، بينما ترى نسبة (20.5%) من الشباب أنه عن طريق نشر قصص Story تلقي الضوء على تأثير الاحتلال الإسرائيلي على فلسطين، يمكن للمحتوى أن يؤثر بشكل أكبر على سلوكياتهم، وهناك فئة صغرى من المشاركين تقدر نسبتهم ب(14.2%) يرون أن هذا التأثير يحدث عبر تقديم تحليل سياسي متوازن يوضح الجوانب المختلفة للصراع.

تشير النتائج السابقة إلى أن نسبة كبيرة من عينة الدراسة تستجيب بشكل كبير للمحتوى الذي يركز على نقل الواقع المعاش وتسليط الضوء على الجوانب الإنسانية للصراع الفلسطيني، إذ يعمل هذا النوع من المحتوى على إيصال رسالة إنسانية قوية ويعكس الحقيقة التي يعيشها الأفراد في المناطق المتضررة من الصراع، وبالتالي يمكن القول أن هذا النوع من المحتوى يلقي قبولا كبيرا من المشاركين ويساهم في تغيير وجهات نظرهم وسلوكهم تجاه القضية الفلسطينية، بحيث يعزى نجاح هذا المحتوى إلى قدرته على تحفيز المشاعر الإنسانية لدى الشباب وتعزيز الوعي بالظروف المعيشية الصعبة التي يواجهها الشعب الفلسطيني وهذا ما يثبته الجدول رقم (34).

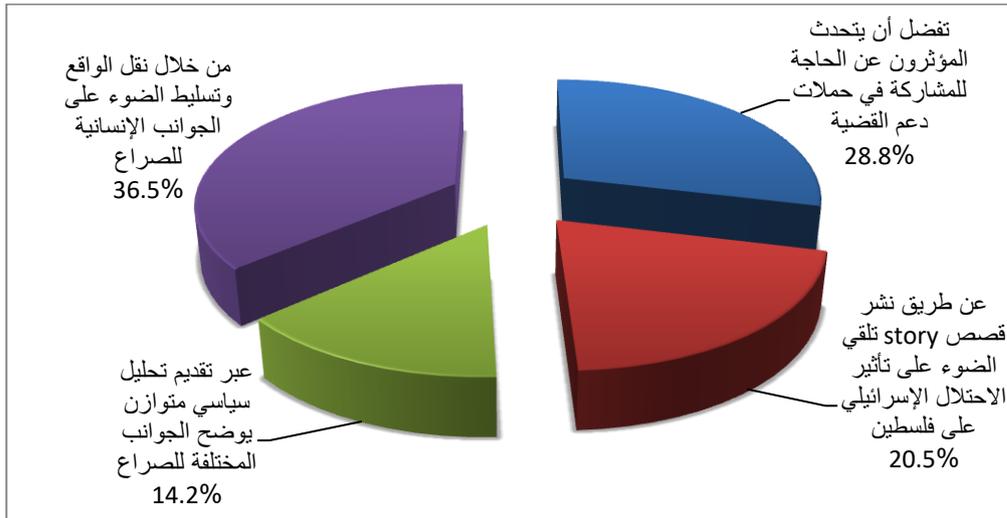
ومن جهة أخرى تبرز أهمية المحتوى الذي يدعوا للمشاركة في حملات دعم فلسطين الطريقة المثلى لفئة معينة من المشاركين في الدراسة لتغيير سلوكهم بشأن القضية الفلسطينية، حيث يعكس هذا الطرح استجابة الشباب للدعوة إلى العمل الجماعي والمشاركة الفعالة في تحقيق التغيير الإيجابي.

وعلى الصعيد الآخر، ترغب فئة من عينة الدراسة أن يقوم المؤثرين بنشر قصص Story تسلط الضوء على تأثير الاحتلال الإسرائيلي لفلسطين كمحتوى هادف يؤثر على سلوكهم بحيث يترجم هذا السرد اهتمامات الشباب بالتأثير العاطفي والإنساني للقضية الفلسطينية على مشاعرهم وقناعاتهم، حيث تعتمد الاستوري على استخدام العناصر البصرية بشكل جذاب ومؤثر، مما يجعلها وسيلة فعالة لتوصيل الرسالة وإيصال التأثير العاطفي للصراع الفلسطيني إلى الجمهور وهذا ما يفسره الجدول رقم (23).

في حين أن هناك نسبة صغيرة من عينة الدراسة أن ذلك التأثير الكبير على سلوكهم يحدث عبر تقديم تحليل سياسي متوازن يوضح الجوانب المختلفة للصراع، وذلك راجع للاهتمام المتزايد بالجوانب العسكرية

والسياسية، وهذا التحليل يساهم في توجيههم نحو فهم أعمق للوضع السياسي والاجتماعي مما يعزز إمكانية تأثير المحتوى على سلوكهم واتخاذ قراراتهم بناء عليه.

الشكل رقم (42): يوضح توزيع أفراد العينة حسب تأثير محتوى المؤثرين المتعلق بالقضية الفلسطينية على سلوكياتهم



الجدول رقم (39): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الخطوات التي قاموا بها بناء على تعرضهم لمحتوى المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي لدعم القضية الفلسطينية

النسب	التكرارات	العبارات
33.6%	192	شاركت في حملات المقاطعة
38.4%	219	قمت بنشر منشورات داعمة على حساباتك في مواقع التواصل الاجتماعي
28%	160	استخدمت الهاشتاجات المرتبطة بالقضية الفلسطينية
100%	571	المجموع

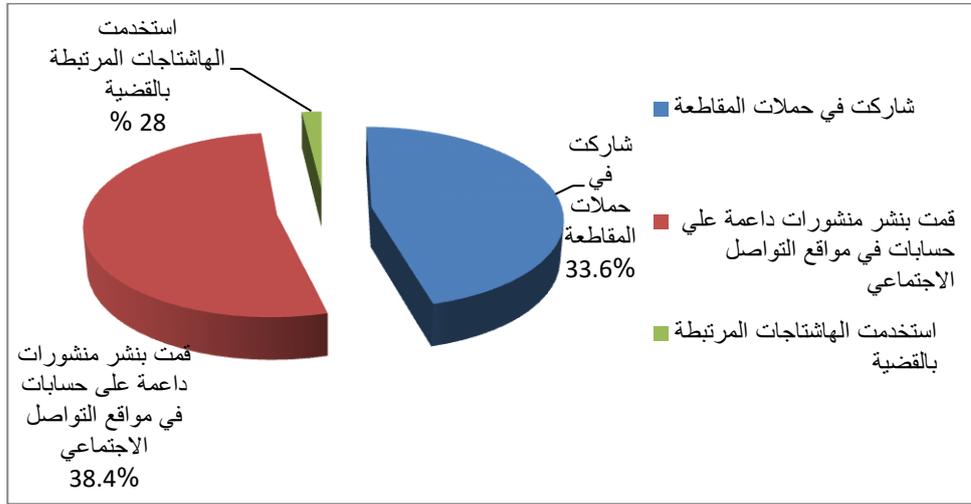
يوضح الجدول رقم (39) أن أكثر من ثلثي العينة بنسبة (38.4%)، قاموا بنشر منشورات داعمة على حساباتهم في مواقع التواصل الاجتماعي كخطوة لدعم القضية الفلسطينية عند تعرضهم لمحتوى المؤثرين، بينما قام (33.6%) منهم بالمشاركة في حملات المقاطعة كخطوة لذلك، في حين قامت نسبة صغيرة من عينة الدراسة تقدر ب(28%) باستخدام الهاشتاجات المرتبطة بالقضية الفلسطينية تعبيراً عن دعمهم لها من خلال المحتوى الخاص بالمؤثرين.

تبين لنا من خلال ما تم التطرق إليه سابقا، أن نسبة كبيرة من المشاركين قاموا بشر منشورات على حساباتهم الافتراضية، تعبر عن دعمهم للقضية الفلسطينية ومساندتهم لإخوانهم الفلسطينيين بعد تعرضهم لمحتوى المؤثرين الذي يتحدث عنها، بحيث يفسر هذا السرد، على أنه استجابة مباشرة للتأثير الذي يمثله المحتوى على سلوك الأفراد بالدرجة الأولى، فعندما يتعرض الشباب لمحتوى يلقي الضوء على القضية الفلسطينية ويناقش أوجه الظلم والاضطهاد التي تتعرض لها فلسطين، يجعلهم يقومون بردة فعل مبنية على مشاركة منشوراتهم الخاصة، إلى جانب الدعم لنشر الوعي حول القضية وجذب انتباه المتابعين للقضايا السياسية المهمة.

في حين أن نسبة معتبرة من الشباب قاموا بالمشاركة في حملات المقاطعة التي شنها الأفراد من مختلف أنحاء العالم ضد المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني مثل (ستاربكس، ماكدونالدز وKFC) وهذا ما يفسره الجانب النظري للدراسة فاستجابة للمحتوى الذي قدمه المؤثرين حول القضية خاصة المؤثرين الذين يشجعون على حملات المقاطعة، بحيث يظهر هذا الطرح الدعوة إلى العمل الجماعي والمشاركة الفعالة في الحركات الاجتماعية، وإخضاع الكيان الصهيوني بكل الطرق والوسائل، فضلا عن الاستجابة الفورية للمحتوى الذي يحث الشباب على التحرك الفعال ضد الظلم والقمع.

وعلى الصعيد المغاير هناك فئة صغيرة من الشباب الجزائري قاموا باستخدام الهاشتاجات المرتبطة بالقضية الفلسطينية، تعبيرا على دعمهم للقضية الفلسطينية، باعتبار أن تداول الهاشتاجات يعد مظهرا من مظاهر النشاط الاجتماعي الرقمي، إلى جانب أنها وسيلة فعالة لتنظيم المحتوى ذات صلة، وتبرزه بشكل سهل وبسيط، بالإضافة إلى أنه يجذب انتباه الجمهور المهتم وتشجيعه للمشاركة والتفاعل، وبالتالي فاستخدامها تمثل استراتيجية تهدف زيادة الوعي واستجابة نشطة وفعالة من الشباب مع محتوى المؤثرين.

الشكل رقم (43): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الخطوات التي قاموا بها بناء على تعرضهم لمحتوى المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي لدعم القضية الفلسطينية



الجدول رقم (40): يوضح توزيع أفراد العينة حسب تقييمهم لتأثير المحتوى الذي شاركه المؤثرين حول القضية الفلسطينية على مشاعرهم وتصرفاتهم

النسب	التكرارات	العبارات
37.2%	161	تأثرت بشكل كبير وبدأت في اتخاذ إجراءات فعلية داعمة للقضية
44.3%	192	شعرت بتحفيز إضافي للمشاركة في النقاشات والفعاليات المتعلقة بالقضية
18.4%	80	لم يؤثر على مشاعري أو تصرفاتي بشكل ملحوظ
100%	433	المجموع

يظهر الجدول رقم (40) الإجابات المختلفة لتأثير المحتوى الذي يقدمه المؤثرين حول القضية الفلسطينية على مشاعر وتصرفات مفردات عينة الدراسة، بحيث نلاحظ أن نسبة كبيرة منها تقدر ب(44.3%) يشير إلى شعور المشاركين بتحفيز إضافي للمشاركة في النقاشات والفعاليات المتعلقة بالقضية الفلسطينية، بالمقابل يظهر أن(37.2%) من الإجابات تشير إلى أن المحتوى أثر بشكل كبير على مشاعر المشاركين ودفعهم لاتخاذ الإجراءات الفعلية دعماً للقضية، ومن ناحية أخرى تظهر نسبة صغيرة من عينة الدراسة تقدر ب(18.4%) تشير إلى أن المحتوى لم يؤثر بشكل ملحوظ على مشاعرهم وتصرفاتهم.

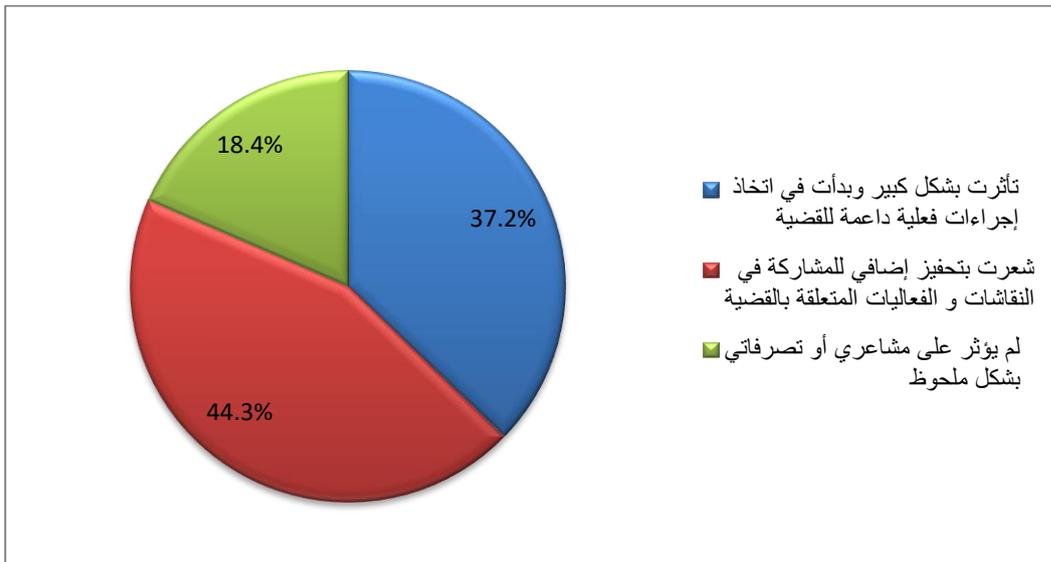
على غرار ما تم سرده سابقاً يبرز لنا أن أكبر نسبة من المبحوثين تأثروا بالمحتوى الذي شاركه المؤثرين حول القضية الفلسطينية، وكان ذلك بشكل ملحوظ على مشاعرهم وتصرفاتهم، هذا ما جعلهم يشعرون

بتحفيز إضافي للمشاركة في النقاشات والفعاليات المتعلقة بالقضية، إذ يعكس هذا الطرح قوة المحتوى الذي يقدمه المؤثرين وطريقتهم الإبداعية في المعالجة التي ترجمت تحفيزاً دامغاً للمتابعين في دعم القضية الفلسطينية، إضافة إلى تغيير في سلوكياتهم وتصرفاتهم، وهو الهدف الذي يسعى إليه كل مؤثر متواجد على مواقع التواصل الاجتماعي، إلى جانب الرغبة الجمّة في الترويج للقضية وزيادة شعبيتها وهذا ما تفسره نظرية الاستخدامات الإشباعية بحيث أن المحتوى الذي يقدمه المؤثرين ليس فقط يلبي احتياجات الأفراد ويرضي رغباتهم، بل يؤثر أيضاً على سلوكهم وتصرفاتهم في السياق الخاص بالقضية الفلسطينية، وعلى الصعيد المغاير تأثرت نسبة معتبرة من عينة الدراسة بالمحتوى بشكل كبير وبدأت في اتخاذ إجراءات فعلية دعماً للقضية الفلسطينية، وذلك راجع لدرجة التحفيز الكبير التي تناولها محتوى المؤثرين حولها، بحيث تتمثل تلك الإجراءات التي قام بها الشباب الجزائري بالمشاركة في حملات المقاطعة والنشر على مواقع التواصل الاجتماعي واستخدام الهاشتاج كوسيلة للترويج للقضية وهذا ما يوضحه الجدول رقم (39).

في حين أن البقية من المبحوثين لم يؤثر المحتوى المستخدم على مشاعرهم أو تصرفاتهم بشكل ملحوظ، وذلك راجع إلى اختلاف الخلفيات والتجارب السابقة لهم، حيث يكون لدى الأفراد تجارب سابقة تجعلهم أقل عرضة للتأثر بالمحتوى الذي يتعلق بالقضايا السياسية، بالإضافة إلى أن هناك فجوة في الوعي السياسي أو القدرة على التحليل الذاتي لديهم، مما يجعلهم أكثر صعوبة في التأثر بالمحتوى الذي يقدمه المؤثرين.

الشكل رقم (44): يوضح توزيع أفراد العينة حسب تقييمهم لتأثير المحتوى الذي شاركه المؤثرين

حول القضية الفلسطينية على مشاعرهم وتصرفاتهم



الجدول رقم (41): توزيع أفراد العينة حسب التوصيات التي لديهم لتحسين محتوى المؤثرين حول القضية الفلسطينية

النسب	التكرارات	العبارات
42.1%	247	زيادة التركيز على المعلومات الموثوقة
10.2%	60	التنوع في المحتوى
14%	82	إتاحة الفرصة للنقاشات والتفاعل بشكل كبير
32.6%	191	التركيز على حلول واقعية
1%	6	أخرى تذكر
100%	586	المجموع

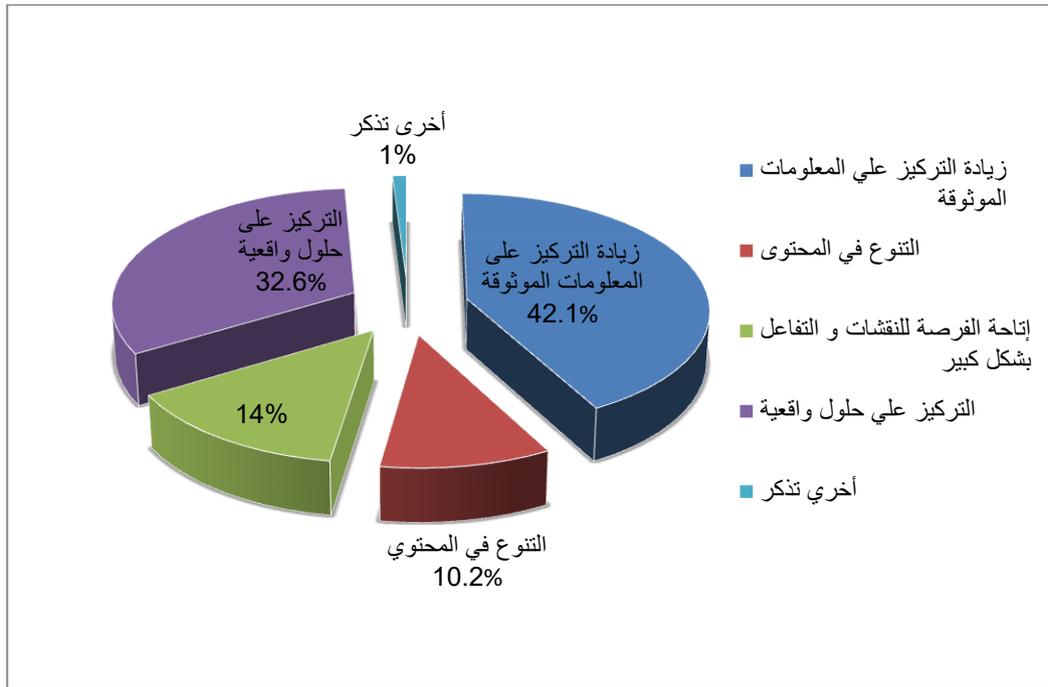
يظهر الجدول رقم (41) أعلاه، أن نسبة كبيرة من عينة الدراسة، توصي بزيادة التركيز على المعلومات الموثوقة لتحسين محتوى المؤثرين، حيث تصل نسبتهم إلى (42.1%)، بينما هناك فئة تقدر نسبتها ب(32.6%) توصي بالتركيز على حلول واقعية لتحسينه، في حين أن البعض الآخر من المشاركين يشيرون إلى التنوع في المحتوى تصل نسبتهم إلى (10.2%) إلى جانب مجموعة من التوصيات ذكرتها نسبة (1%) من عينة الدراسة تتمثل في: اقتراح طرق للضغط على الحكومات، النشر اليومية حول القضية الفلسطينية لكي لا تنسى من قبل الرأي العام، التوعية بمدى ارتباط القضية الفلسطينية بنا كشعب مسلم والتركيز على كيفية مساعدتها، نقل الواقع والتركيز على استعمال مصطلح صهيوني وعدم ذكر الاحتلال كدولة أبداً، التحدث عن القضية الفلسطينية بمصداقية وليس على أنها ترند.

على ضوء ما تم قراءته سابقاً، نستنتج أن نسبة كبيرة من الباحثين يوصون إلى زيادة التركيز على المعلومات الموثوقة من قبل المؤثرين في محتواهم حول القضية الفلسطينية، إذ يعكس هذا الطرح الحاجة الملحة من الشباب الجزائري إلى معرفة المزيد عنها، إضافة إلى رغبتهم في فهم أسباب الصراع الحقيقية والانخراط في الواقع الذي يعيشه الفلسطينيون لتوثيق الأحداث الحقيقية للنزاع الحاصل فيها، ذلك نظراً إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي في بعض الأحيان تنشر أخبار مغلوبة للكيان الصهيوني ومحاولة تزييف الحقائق من أجل إيقاف صوت الشعب الفلسطيني كما هو واضح في الإطار النظري، لذلك يوصي الشباب الجزائري بالتركيز على نقل الحقيقة وكل ما هو موثوق.

ومن ناحية مغايرة يوصي البعض من الشباب الجزائري بزيادة التركيز على حلول واقعية، وذلك راجع إلى الإحساس بالمعاناة التي يمر بها الشعب الفلسطيني وورغبتهم في إيجاد حل لهذا النزاع القائم، في حين يرغب البعض في إتاحة الفرصة لهم للنقاشات والتفاعل بشكل كبير مع المحتوى الذي يقدمه، وذلك راجع لرغبتهم في إبداء آرائهم حول القضية، إضافة إلى اهتماماتهم السياسية المتزايدة التي تولد لديهم رغبة في مشاركة أفكارهم تعبيراً عن مساندتهم للشعب الفلسطيني، لاسيما أن إتاحة الفرصة للنقاش هو بمثابة الوقوف مع كلمة الحق وتفنييد الأكاذيب والشائعات التي تحارب الرواية الفلسطينية على مواقع التواصل الاجتماعي، بينما يوصي البعض بالتنوع في المحتوى الذي يقدمونه حول القضية وذلك راجع إلى رغبة الشباب الجزائري في الحصول على وجهات نظر متعددة مما يعزز لديهم روح التفاعل والنقاش بين الأفراد، بالإضافة إلى التحدث عن القضية الفلسطينية بمصداقية، وليست على أنها ترند لجذب المشاهدات وزيادة الشعبية.

الشكل رقم (45): يوضح توزيع أفراد العينة حسب التوصيات التي لديهم لتحسين محتوى المؤثرين

حول القضية الفلسطينية



الجدول رقم (42): يوضح توزيع أفراد العينة حسب العوامل التي يعتقدون أنها تؤثر على شعبية المؤثرين الذين يناقشون القضية الفلسطينية

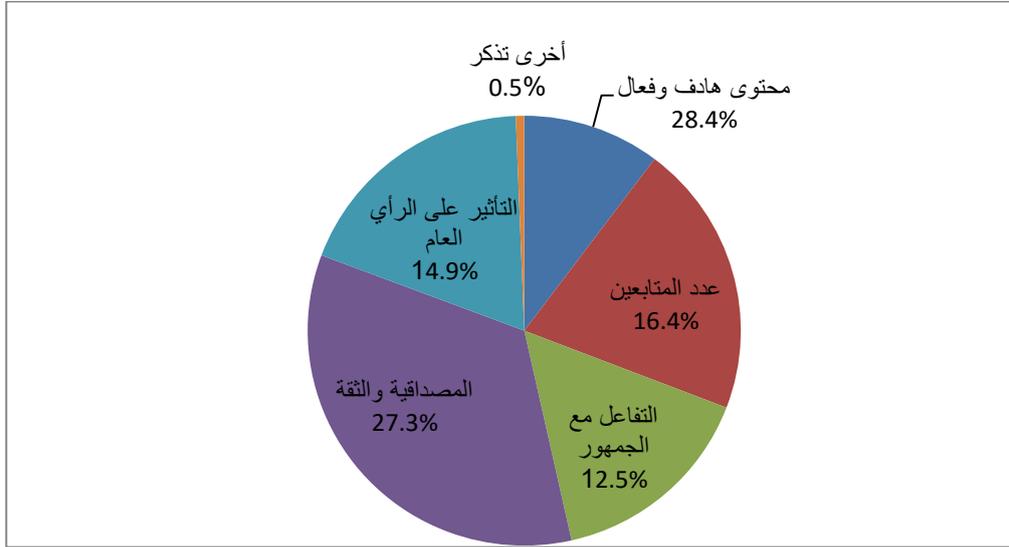
النسب	التكرارات	العبارات
28.4%	212	محتوى هادف وفعال
16.4%	122	عدد المتابعين
12.5%	93	التفاعل مع الجمهور
27.3%	204	المصداقية والثقة
14.9%	111	التأثير على الرأي العام
0.5%	4	أخرى تذكر
100%	746	المجموع

بناء على البيانات المقدمة في الجدول رقم (42) يظهر أن (28.4%) من المشاركين يرون أن محتوى المؤثرين الهادف والفعال هو العامل الرئيسي الذي يؤثر على شعبيتهم، بينما يرى (27.3%) من المبحوثين أن المصداقية والثقة تساهم في جذب المتابعين، في حين يرى مجموعة أخرى منهم أن عدد المتابعين هو العامل المحوري في تحديد شعبية المؤثرين تصل نسبتهم إلى (16.4%)، أما (14.9%) منهم يرون أن التأثير على الرأي العام يعزز من شعبية المؤثرين، بينما يؤكد (12.5%) أن التفاعل مع الجمهور يسهم في زيادة الشعبية، إلى جانب مجموعة من العوامل الأخرى طرحها نسبة صغيرة من عينة الدراسة تقدر بـ (0.5%) تتمثل في: قوة الشخصية، موقف المؤثرين من القضية الفلسطينية يؤثر على شعبيته، تفضيل المؤثرين للصمت خوفاً على حساباتهم كعامل للمحافظة على شعبيتهم، تقديم المحتوى الذي يتعرض للانتهاك بطريقة احترافية مثل وضع نقاط بين الكلمات المتحدثة عن القضية الفلسطينية.

على أساس ما تم عرضه سابقاً، نستنتج أن نسبة كبيرة من عينة الدراسة ترى أن العامل الأساسي الذي يؤثر على شعبية المؤثرين موضوع الدراسة هو المحتوى الهادف والفعال، حيث يعتبر هذا الأخير المرآة العاكسة لشخصية المؤثر وطريقة تعامله مع الوقائع والأخبار خاصة موضوع القضية الفلسطينية، فإذا كان المحتوى يحمل معنى وهدف يقدم إضافة للمتابعين يجعلهم يتفاعلون معه بطريقة مباشرة ومنه يؤثر على شعبيته بشكل إيجابي، بينما يرى البعض الآخر مصداقية المؤثر والثقة فيه يعزز من تفاعل المتابعين معه وذلك ما يعكس الطرق التي يعتمدها المؤثر في كسب ثقة جمهوره، ومن خلال طريقة العرض وجودة المحتوى

والصدق التام في نقل الواقع إلى المواقع يمكن للمؤثر ضم المتابعين تحت طياته لتقوية حساباته ومنه زيادة شعبيته، وبالحدث عن هذه الأخيرة نرتي إلى ذكر عدد المتابعين الذي يراها مجموعة من المشاركين العامل الأساسي لجمهرته، وذلك راجع إلى أن المؤثر لا شيء بدون متابعين يتفاعلون مع محتواه ويشجعونه لتقديم الأفضل والمزيد وهذا ما يتوافق مع دراسة مجد زكريا خراب التي ترى بأن الجمهور المتابع هو من يصنع المؤثر الاجتماعي وذلك بنمط استخدامه ومدة استغراقه في مواقع التواصل الاجتماعي وتحكمه في إعداداتها ورقمته أشكال تفاعله فيها (خراب، 2022)، ومن جهة أخرى هناك التأثير على الرأي العام الذي يعتبره نسبة قليلة من الشباب الجزائري تساهم في زيادة رصيد شهرة المؤثرين، بحيث أن القضية الفلسطينية أصبحت قضية رأي عام وجب على كافة الأفراد الاهتمام بها، ومحاولة تغيير مصيرها عن طريق الضغط والتأثير على السلطات العليا أهل الاختصاص، وهو ما يجب على المؤثرين القيام به من خلال محتواهم الخاص بها، إلى جانب إعطاء المتابعين حقهم من التفاعل معهم وذلك راجع إلى أن المؤثرين عادة لا يتفاعلون مع متابعيهم، بحيث يكتفون بوضع المحتوى دون الرد على التعليقات أو الرسائل الصادرة من المتابعين وغيرها، لكنه الشيء الذي يراه بعض من المشاركين أنه يجب أن يوفره المؤثر لمتابعته للمحافظة على شعبيته خاصة أن محتوى القضية الفلسطينية محتوى حساس يحتاج إلى التفصيل والتدقيق بشكل أكبر، إلى جانب كل هذا يذكر الأقلية قوة الشخصية التي يجب أن يتحلى بها المؤثر، لأن التأثير أساسا مبني على سمات القوة والصمود لنجاحه، فضلا عن موقفه من القضية التي من خلاله يمكن أن يغير موقف الآخرين، يعززه أو يفنده، علاوة على ذلك هناك عامل مهم يتحكم في شعبية المؤثر حسب وجهة نظر المبحوثين وهو التذيق والحجب الذي يتعرض له المؤثر عند نشر المحتوى الفلسطيني، أدى بهم إلى ابتكار طرق وأساليب أخرى للمحافظة على استمراره في بث الرواية الفلسطينية وهو ما ظهر في دراسة (الفاعوري، 2021)، فمن بين ما توصلت إليه الدراسة أن المؤثرين استخدموا طرقا متعددة للتغلب على التحديات التي واجهتهم خلال نشر الرواية الفلسطينية منها انتهاج سياسة وضع النقاط بين الحروف بالكلمة الواحدة في بعض الأحيان والابتعاد عن الكلمات المحظورة، كما اتبعوا سياسة التحشيد، من خلال نشر الحدث والطلب من الناس التفاعل معهم فيقوم أكثر من شخص بنشر الحدث كل بطريقته.

الشكل رقم (46): يوضح توزيع أفراد العينة حسب العوامل التي يعتقدون أنها تؤثر على شعبية المؤثرين الذين يناقشون القضية الفلسطينية



ثانياً: نتائج الدراسة

1- النتائج الجزئية المتعلقة بالمحور الأول:

تأثير القضية الفلسطينية على عادات وأنماط استخدام الشباب الجزائري لمواقع التواصل الاجتماعي

(1) أوضحت نتائج الدراسة الميدانية أن الشباب الجزائري يتابعون معظم أخبار القضية الفلسطينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (69.5%)، وذلك راجع إلى الدور الهام الذي تلعبه هذه المنصات في نقل الأخبار، وإتاحتها للمستخدمين في كل وقت، نظراً للميزات التفاعلية التي توفرها لهم.

(2) أظهرت نتائج الدراسة الميدانية أن معظم الشباب (44.5%) يقضي من ساعة إلى ساعتين يوميًا في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا الوقت يستخدم للاطلاع على منشورات الأصدقاء والعائلة والتفاعل معها، بالإضافة إلى متابعة الأخبار، وخاصةً الأخبار المتعلقة بالقضية الفلسطينية من جهة أخرى، هناك جزء صغير من الشباب (29.9%) يقضون أقل من ساعة يوميًا في تصفح هذه المواقع ومتابعة أخبار القضية الفلسطينية، ويفسر هذا بأنهم يعتبرون وقتهم محدودًا لاستخدام هذه المواقع بسبب اهتمامات أخرى أو انشغالات يومية. بالمقابل، هناك فئة تخصص ثلاث ساعات أو أكثر يوميًا في استخدام مواقع التواصل

الاجتماعي، ويرجع ذلك إلى اعتبارهم هذه المواقع وسيلة رئيسية للاطلاع على الأخبار والمعلومات، بما في ذلك متابعة قضية الشعب الفلسطيني.

(3) بينت نتائج الدراسة الميدانية أن نسبة (49.1%) من الشباب الجزائري يتابعون أخبار القضية الفلسطينية بحماس، وذلك دليل على وجود وعي سياسي واهتمام كبير منهم بالقضية الفلسطينية، باعتبارها قضية إسلامية بالدرجة الأولى وأهم قضايا الأمة العربية.

(4) أظهرت نتائج الدراسة الميدانية أن الشباب الجزائري يتعرض لأخبار القضية الفلسطينية من خلال الصفحات التي يتابعها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، تقدر نسبتهم ب(82.1%)، يعود ذلك إلى الفرصة التي تمنحها تلك الصفحات إلى الشباب في التفاعل المستمر مع القضية الفلسطينية فضلا عن التنوع الكبير في تناول الأخبار، التي لا تكون متاحة بسهولة عبر وسائل الإعلام التقليدية.

(5) أكدت نتائج الدراية أن نسبة (87%)، من الشباب الجزائري لا يتابعون صفحات تناول القضية الفلسطينية بشكل خاص، نظرا لأنهم يكتفون بملخص الأخبار من خلال حسابات الأصدقاء على مواقع التواصل الاجتماعي New feed.

(6) بينت نتائج الدراسة، أن معظم الشباب الجزائري يشاركون في النقاشات التي تتعلق بالقضية الفلسطينية على مواقع التواصل الاجتماعي، بشكل متوسط تقدر نسبتهم ب(43.1%) نظرا لحساسية القضية باعتبارها قضية رأي عام إلى جانب الانشغالات والاهتمامات اليومية لكل مستخدم.

(7) توضح نتائج الدراسة الميدانية أن موقع فيسبوك هو وسيلة التواصل الأكثر اعتقاداً من الشباب الجزائري أنها تعكس أخبار القضية الفلسطينية بنسبة (29.8%)، يعود ذلك إلى الشعبية الكبيرة التي يتحل بها الموقع في الاستخدام والتغطية الجيدة للأخبار التي ينقلها إلى جانب مستخدمي التطبيقات الأخرى.

(8) تشير نتائج الدراسة الميدانية أن الشباب الجزائري يعتقد أن مواقع التواصل الاجتماعي، تنقل صورة واقعية لأحداث القضية الفلسطينية، بحيث تقدر نسبتهم ب(60.5%) نظرا لأنها تقدم معلومات متنوعة وموثوقة مثل الصفحات الرسمية للمؤسسات الإعلامية والصحفيين الموثوق بهم.

(9) نستنتج من خلال الدراسة الميدانية، أن الشباب الجزائري حافظ على نفس نسبة الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي خلال أحداث 07 أكتوبر وعملية طوفان الأقصى بنسبة (53%)، يعكس هذا الطرح

تنوع المصادر التي تتناول القضية الفلسطينية منها وسائل الإعلام التقليدية كالتلفزيون لهذا لم يسجل أي تغير في نسبة استخدامهم للمواقع.

2- النتائج الجزئية المتعلقة بالمحور الثاني:

دوافع تعرض الشباب لمحتوى المؤثرين حول القضية الفلسطينية

(1) نستنتج من خلال الدراسة الميدانية أن نسبة (84.7%) من الشباب الجزائري يتابعون مؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك نتيجة للمحتوى المثير للاهتمام الذي يقدمونه عبر حساباتهم الشخصية، بينما نسبة صغيرة منهم لا تتابع أي مؤثرين اجتماعيين.

(2) توضح نتائج الدراسة أن الشباب الجزائري يهتمون بالمجال الديني في المحتوى الذي يقدمه المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (22.7%).

(3) تبين من خلال الدراسة الميدانية أن نسبة (41.5%) من الشباب الجزائري لا يتابعون مؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك راجع إلى أن لديهم صفحات أخرى أفضل لمتابعتها.

(4) تبرز نتائج الدراسة الميدانية أن الشباب الجزائري يفضل متابعة المؤثرين الذين يدعمون القضية الفلسطينية من خلال المحتوى الخاص بهم، بحيث تقدر نسبتهم ب(88.1%) وهذا ما يعبر عن التضامن والدعم الكبير الذي يحمله الشباب الجزائري للقضية الفلسطينية وشعبها.

(5) تؤكد نتائج الدراسة الميدانية أن نسبة (56%) من الشباب الجزائري يفضلون محتوى المؤثرين الذي يتناول الجوانب الإنسانية للقضية الفلسطينية، باعتبارها قضية إسلامية بالإضافة إلى الاستجابة القوية للتعاطف مع المعاناة التي يتعرض لها الشعب الفلسطيني.

(6) تظهر نتائج الدراسة أن الشباب الجزائري يشاهدون محتوى المؤثرين المتعلق بالقضية الفلسطينية بطريقة عرضية، قدرت نسبتهم ب (50.1%)، يعود ذلك إلى الكم الكبير من المحتويات التي يتعرض لها الشباب خلال اليوم عبر مواقع التواصل الاجتماعي مما يجعل محتوى القضية يخرج لهم عن طريق الصدفة.

(7) توصلت نتائج الدراسة الميدانية إلى أن تجارب الشباب الجزائري وخلفيتهم الثقافية تؤثر على اختيارهم لمتابعة محتوى المؤثرين المتعلق بالقضية الفلسطينية، بحيث قدرت نسبتهم ب(57.9%)، يفسر ذلك بأن المحتوى التعليمي والثقافي لديه داخل اختيار نوع المؤثر الذي يتابعه الشباب الجزائري.

8) تبرز نتائج الدراسة الميدانية أن الشباب الجزائري يتابع محتوى المؤثرين المتعلق بالقضية الفلسطينية بدافع أن يكونوا على دراية بالأحداث الجارية في فلسطين بنسبة (66.1%)، وذلك لتحديث معرفتهم بالأحداث والمستجدات والمواقف المختلفة حول القضية الفلسطينية.

9) تظهر نتائج الدراسة أن المعلومات التي يفتقر إليها الشباب الجزائري في محتوى المؤثرين المتعلق بالقضية الفلسطينية هي المعلومات الأكثر تفصيلا إلى جانب المعلومات الموثوقة من مصادر متعددة، بحيث قدرت نسبتهم ب(30.5%)، وذلك لتعزيز مصداقية المعلومات المقدمة وإيصال الرسالة بدقة وموضوعية.

3- النتائج الجزئية المتعلقة بالمحور الثالث:

الإشاعات المحققة للشباب الجزائري من تعرضه لمحتوى المؤثرين حول القضية الفلسطينية.

1) نستنتج من خلال الدراسة الميدانية، أن الشيء الذي يثير اهتمام الشباب الجزائري في المحتوى الذي يقدمه المؤثرين حول القضية الفلسطينية هو مصداقية المؤثر، بحيث تقدر نسبتهم ب(45.9%)، يظهر ذلك رغبتهم في الحصول على معلومات دقيقة، مما يشير ذلك إلى أن هناك علاقة بين مصداقية المؤثر وشعبيته.

2) تبرز نتائج الدراسة الميدانية، أن شكل المحتوى الذي يجذب انتباه الشباب الجزائري بشكل كبير هو محتوى مقاطع الفيديو، حيث تقدر نسبتهم ب(40.7%)، لأنها توفر محتوى سمعي وبصري أكثر واقعية وأكثر تأثيرا من بقية الأشكال الأخرى.

3) تبين نتائج الدراسة الميدانية أن محتوى المؤثرين حول القضية الفلسطينية يمنح الشباب الجزائري الشعور بالفخر عند التعرض إليه، بحيث تقدر نسبة ذلك ب(62.6%)، وذلك نظرا لأن هذا المحتوى يعبر عن هويتهم مما تشبع احتياجاتهم بشكل كبير، يولد لديهم ذلك الشعور بالفخر.

4) توضح نتائج الدراسة الميدانية أن محتوى المؤثرين حول القضية الفلسطينية يساهم بشكل كبير في تشكيل رأي الشباب الجزائري تجاهها، إذ تقدر نسبتهم ب(63.9%)، يتعلق ذلك بالتأثير الكبير الذي يمتلكه المؤثر على الشباب الجزائري من خلال محتواه.

5) تؤكد نتائج الدراسة الميدانية على أن محتوى المؤثرين حول القضية الفلسطينية يعزز تفاعل الشباب الجزائري مع الموضوعات السياسية والاجتماعية الأخرى في العالم العربي والإسلامي تقدر نسبتهم ب

(66.7%)، يعود ذلك إلى تأثير الشباب بمحتوى هؤلاء المؤثرين الذي أشبع رغباتهم بشكل واضح حول القضية الفلسطينية.

6) نستنتج من خلال الدراسة الميدانية أن الشباب الجزائري يفضلون أن يكون المحتوى الذي ينشره المؤثر عقلي ومنطقي بنسبة (47.2%)، ويفسر ذلك برغبة الشباب الجزائري في الحصول على معلومات ومحتوى يتمتع بالجدية، بالإضافة إلى أن مثل هذه المحتويات تكون أكثر إقناعاً بالنسبة لهم.

7) أكدت نتائج الدراسة الميدانية أن بعض المؤثرين الرياضيين كانوا داعمين للقضية الفلسطينية والبعض غير داعم، بحيث تعتبر عينة الدراسة أن كل من رياض محرز ومحمد أبو تريكة يدعمان القضية الفلسطينية بنسبة (74.8%)، و(63.9%) على التوالي مما يشجع الشباب على متابعتهم ودعمهم كونهم يمثلون هذه القضية بشكل إيجابي، كما أثبتت النتائج أن التوجه الإعلامي والشعبية المحيطة بالرياضيين تؤثر على اعتبار الشباب على سبيل المثال يعتبر بعض الشباب كريستيانو رونالدو داعم للقضية الفلسطينية بنسبة (49.1%)، رغم غياب دليل واضح يؤكد ذلك بحيث يفسر ذلك بأن الشعبية الكبيرة التي يتمتع بها تجعل الشباب يصدقون بسهولة أي تصريح يتعلق به في حين (57.1%) منهم يرون محمد صلاح محايد وذلك راجع إلى إيديولوجية البلد المقيم فيه بالإضافة إلى دوره كرياضي.

8) أظهرت نتائج الدراسة أن الشباب الجزائري يعتبر الفنانيين "إلسا" و"باسم يوسف" و"سيلينا غوميز" مؤيدين للقضية الفلسطينية بنسبة (87.7%) و(59.5%) و(47%)، على التوالي وذلك من خلال تصريحاتهم التي تؤكد تؤيدهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومع ذلك يظهر موقف جاستن بيبير معارض للقضية الفلسطينية بنسبة (42.6%) إذ يرجع ذلك إلى طبيعة الجمهور المتفاعل معه باعتباره هو الذي يحدد شعبيته.

9) توضح نتائج الدراسة الميدانية أن الشباب الجزائري تغير قراره بمتابعته أي مؤثر بسبب موقفه من القضية الفلسطينية بنسبة (63.1%)، يعزى هذا الطرح بأن القضية الفلسطينية ذات أهمية كبيرة وعاطفية بالنسبة للشباب الجزائري، إذ يعتبرون موقف المؤثر من القضية الفلسطينية عاملاً مؤثراً في تحديد مدى اتفاقهم أو عدم اتفاقهم مع قيمه ومبادئه، فهم ينجذبون أكثر إلى المحتويات التي تشبع حاجاتهم الثقافية والاجتماعية، وبالتالي فموقف المؤثر من القضية يؤثر بشكل كبير على شعبيته.

10) نستنتج من خلال الدراسة الميدانية أن الشباب الجزائري الذي تغيرت متابعتهم للمؤثرين بسبب موقفه من القضية الفلسطينية، قام بإلغاء متابعتهم للمؤثرين كإجراء أولى بنسبة (59%)، بحيث تفسر هذه

النتيجة بأنه هؤلاء الشباب يرون أن المواقف التي يتخذها المؤثرين لا تتماشى مع قيمهم أو معتقداتهم وبالتالي لا تشبع لهم احتياجاتهم لهذا يقررون إلغاء المتابعة للتعرض إلى محتويات أخرى تلبى احتياجاتهم وتتماشى مع قيمهم.

(11) أوضحت نتائج الدراسة الميدانية أن أكثر صفة يبحث عنها الشباب الجزائري في المؤثرين هي المعرفة العميقة بتفاصيل القضية الفلسطينية وذلك بنسبة (36.6%)، وهذا ما يظهر رغبتهم في فهم القضية الفلسطينية بشكل أفضل من خلال المؤثر الذي يقدم معلومات شاملة ومفصلة حول الوضع في فلسطين.

4- النتائج الجزئية المتعلقة بالمحور الرابع:

تأثير محتوى المؤثرين على تغيير سلوكيات الشباب الجزائري حول القضية الفلسطينية.

(1) توصلت نتائج الدراسة إلى أن الشباب الجزائري يقومون بكتابة تعليق عند تعرضهم لمحتوى مؤثر يتحدث عن القضية الفلسطينية كطريقة للتفاعل مع مثل هذا المحتويات، إذ قدرت نسبتهم ب(46.5%)، حيث تعتبر كتابة التعليقات وسيلة مجدية للتعبير عن الرأي والمشاركة في الحوار العام وتبادل الآراء مع مختلف المتابعين.

(2) تبين نتائج الدراسة أن مجمل الأفكار والمقترحات التي يعتقد الشباب الجزائري أنها يجب أن يتضمنها محتوى المؤثرين لتحقيق تأثير أكبر عليهم بخصوص القضية الفلسطينية هي زيادة الوعي بالقضية، بنسبة (43.7%)، وذلك لتحقيق تأثير أكبر على الجمهور المتابعين إذ يعتبر جانب نشر الوعي أساسى في بناء الفهم الشامل للقضية الفلسطينية.

(3) تشير نتائج الدراسة الميدانية إلى أن الشباب الجزائري انتابهم شعور بالرغبة في المشاركة في فعاليات أو حملات تدعم القضية الفلسطينية بعد مشاهدتهم لمحتوى المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (84.2%)، تظهر هذه النتيجة تأثيرا كبيرا لمحتوى المؤثرين على تحفيز وتفعيل الشباب الجزائري وتوجيههم نحو المشاركة الفعلية في مختلف القضايا الاجتماعية والسياسية.

(4) تظهر نتائج الدراسة الميدانية أن نسبة (54%) من الشباب الجزائري شعروا بتغيير في وجهة نظرهم حول القضية الفلسطينية بسبب محتوى المؤثرين المتعلق بها.

(5) بينت نتائج الدراسة أن الشباب الجزائري الذين شعروا بتغيير في وجهة نظرهم حول القضية الفلسطينية بسبب محتوى المؤثرين حولها، كان ذلك بسبب تبنيهم للقضية الفلسطينية الذي اتفق عليها

(54.2%) منهم، يعزى هذا الطرح إلى أن المحتوى الذي يقدمه المؤثر يعزز من الرصيد المعرفي لدى الشباب الجزائري ليزيد في ذلك قوة تبنيه وتمسكه بالقضية الفلسطينية.

6) نستنتج من خلال الدراسة الميدانية أن المحتوى الذي ينشره المؤثرين بإمكانه أن يؤثر بشكل كبير على سلوك الشباب الجزائري من خلال نقل الواقع المعاش وتسليط الضوء على الجوانب الإنسانية للصراع بحيث قدرت نسبتهم ب (36.5%)، بحيث يعمل هذا النوع من المحتوى على إيصال رسالة إنسانية قوية، ويعكس الحقيقة التي يعيشها الشعب الفلسطيني مما يؤثر بشكل ملحوظ على سلوكيات الشباب الجزائري تجاه القضية الفلسطينية.

7) تبرز نتائج الدراسة الميدانية أن الشباب الجزائري يقومون بنشر منشورات داعمة على حساباتهم في مواقع التواصل الاجتماعي كخطوة داعمة بناء على تعرضهم لمحتوى المؤثرين حول القضية الفلسطينية بنسبة (38.4%)، يعزى هذا الطرح إلى الدعم الواضح الذي يقدمه الشباب الجزائري للقضية الفلسطينية بمختلف الطرق والأساليب.

8) تظهر نتائج الدراسة الميدانية إلى أن الشباب الجزائري يقيمون تأثير المحتوى الذي شاركه المؤثرين حول القضية الفلسطينية على مشاعرهم وتصرفاتهم من خلال شعورهم بتحفيز إضافي للمشاركة في النقاشات والفعاليات المتعلقة بالقضية الفلسطينية بنسبة (44.3%)، يعكس ذلك الطريقة الإبداعية التي يعالج بها المؤثرين القضية الفلسطينية والتي بدورها ترجمت تحفيزا دامغا للمتابعين لتقديم الدعم لها، فضلا عن تغيير تصرفات وسلوكيات الشباب الجزائري الذي يعكس الهدف القوي الذي يسعى إليه كل مؤثر من خلال محتواه.

9) توضح نتائج الدراسة الميدانية أن أبرز التوصيات التي قدمها الشباب الجزائري حول محتوى المؤثرين المتعلق بالقضية الفلسطينية لتحسينه هو زيادة التركيز على المعلومات الموثوقة، قدرت نسبتهم ب (42.1%)، وذلك راجع إلى الحاجة الملحة من الشباب الجزائري لمعرفة المزيد عن القضية الفلسطينية والاهتمام الكبير بها والرغبة في فهم الأسباب الحقيقية للصراع ومحاولة إيجاد حل لها.

10) تشير النتائج الميدانية أن (28.4%) من الشباب الجزائري يعتقدون أن العامل الأساسي الذي يؤثر على شعبية المؤثرين الذين يناقشون القضية الفلسطينية هو تقديم محتوى هادف وفعال، بحيث أن هذا الأخير يمثل المرأة العاكسة لشخصية المؤثر وطريقة تعامله مع الوقائع والأخبار والذي بدوره يشكل تأثير أكبر على شعبيتهم.

ثالثاً: مناقشة النتائج العامة للدراسة في ضوء التساؤل الرئيسي والتساؤلات الفرعية:

من خلال الدراسة الميدانية التي قمنا بها على عينة من الشباب الجزائري والتي كان فحواها أثر القضية الفلسطينية على شعبية المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي توصلنا إلى مجموعة من النتائج التي كانت عن إجابة مباشرة لتساؤلات الدراسة والتي تمثلت في:

التساؤل الرئيسي: ما هو أثر القضية الفلسطينية على شعبية المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

توصلت نتائج الدراسة إلى أنه بفعل القضية الفلسطينية زاد اهتمام الشباب الجزائري بمتابعة الأخبار السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وبما أن الشباب الجزائري يتابع بشكل مكثف أخبار القضية الفلسطينية عبر هذه المنصات، فإن المؤثرين الذين يتناولون هذه القضية أصبحوا أكثر جاذبية وتأثيراً عليهم، بحيث يعتبر أن متابعة هؤلاء المؤثرين بإمكانها أن توفر لهم معلومات معمقة وتحليلات دقيقة حول القضية الفلسطينية بشكل إبداعي مما يكسبهم مزيداً من الاهتمام والمتابعة من قبل الجمهور، فضلاً عن موقفهم تجاه القضية، وعليه فإن تناول المؤثرين للقضية الفلسطينية وطريقة عرضهم لها إلى جانب موقفه، هذا الأخير الذي يعتبر عامل أساسي يساهم في زيادة شعبيتهم وتأثيرهم على الشباب الجزائري عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

التساؤل الفرعي الأول: كيف أثرت القضية الفلسطينية على عادات وأنماط استخدام الشباب الجزائري لمواقع التواصل الاجتماعي؟

بناء على النتائج المتوصل إليها فإن القضية الفلسطينية أثرت بشكل كبير على عادات وأنماط استخدام الشباب الجزائري لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث وجهت تصفحهم وتفاعلاتهم نحو متابعة تطورات القضية عبر هذه المواقع بما أدي إلى استغراق الشباب وقتاً متوسطاً بين ساعة إلى ساعتين يومياً في تصفحها ومنه للاطلاع على المنشورات ذات الصلة بالقضية سواء كان ذلك عبر تتبع الصفحات التي تنشر محتوى متعلق بفلسطين أو عن طريق الأخبار التي يشاركها الأصدقاء وهذا ما يظهر بوضوح في الجدول رقم (08_07_05_04)، حيث ساهمت القضية الفلسطينية في تحفيز الشباب على المشاركة في النقاشات وإبداء الآراء عبر المنصات الاجتماعية مما يكشف عن درجة التفاعل العالية والوعي السياسي حول هذه القضية وهذا ما أكدته الجدول رقم (09)، وذلك لكونها قضية لها أبعاد إسلامية وقومية مما دفعهم إلى متابعتها باهتمام وحماس كبير كما يستمد الشباب الجزائري أخبار القضية الفلسطينية أساساً من

الصفحات التي يتابعونها على مواقع التواصل الاجتماعي ويثقون بشكل كبير في مصداقيتها وتوثيقها للأحداث ويعد الفيسبوك من ضمن المنصات الرئيسية التي يستقون منها الأخبار حسب ما يوضحه الجدول رقم (10)، كما أن استمرار الشباب الجزائري في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي خلال الأحداث السياسية المهمة مثل أحداث 10 أكتوبر وعملية طوفان الأقصى والاعتماد عليها كمصدر رئيسي لمتابعة الأخبار حسب ما يوضحه الجدول رقم (12) هو ما يعكس تأثير هذه القضية على عادات وأنماط استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي.

التساؤل الفرعي الثاني: ما هي دوافع تعرض الشباب الجزائري لمحتوى المؤثرين حول القضية

الفلسطينية؟

توصلت الدراسة إلى أن دوافع تعرض الشباب الجزائري لمحتوى المؤثرين حول القضية الفلسطينية هو المحتوى المثير للاهتمام الذي يشاركونه، إلى جانب المجال الذي يختص فيه هؤلاء المؤثرين في محتوهم الخاص بهم كما هو موضح في الجدول رقم (14)، فضلا على المحتوى الداعم للقضية الفلسطينية وتناوله للجوانب الإنسانية الذي يجعل من الشباب الجزائري يشاهدون المحتوى باهتمام كما هو موضح في الجدولين (17 و18)، بالإضافة إلى أن الخلفية التاريخية والتجارب الشخصية للشباب الجزائري من أهم الدوافع التي تجعلهم يشاهدون محتوى مؤثر معين، لاسيما أن الشباب الجزائري يريدون أن يكونوا على دراية بالأحداث الجارية في فلسطين كما يوضح الجدول رقم (20)، رغم أن هناك بعض من النقائص التي يفتقر إليها هؤلاء الشباب في محتوى المؤثرين، كل هذه دوافع تجعل من الشباب الجزائري يهتمون بمحتوى المؤثرين ويتفاعلون معه حسب ما توصلنا إليه من خلال هذه الدراسة.

التساؤل الفرعي الثالث: ما هي الاشباعات المحققة من تعرض الشباب الجزائري لمحتوى المؤثرين

حول بالقضية الفلسطينية؟

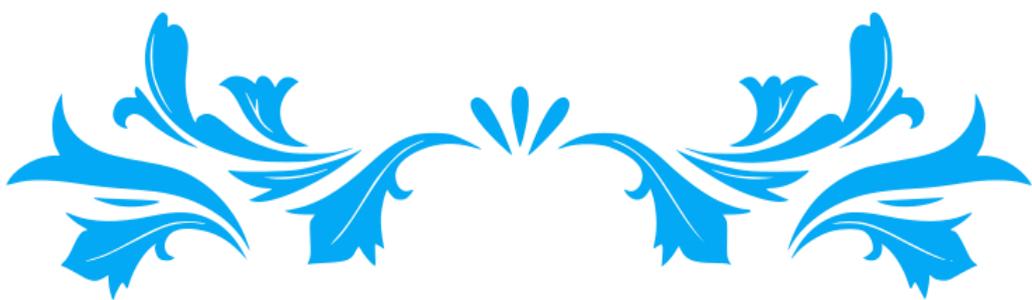
توصلت نتائج الدراسة إلى أن الاشباعات التي يحققها الشباب الجزائري من المحتوى الذي يقدمه المؤثرين حول القضية الفلسطينية تتجلى بوضوح في تقديرهم لمصداقية المؤثرين الذين يتناولون المحتوى الفلسطيني مما يلبي حاجتهم المعرفية، فضلا عن مقاطع الفيديو التي تعد من أبرز الأشكال التي تشبع حاجات الشباب السمعية والبصرية، مما تضيفي على تجربتهم طابعا شخصيا يجعلهم يشعرون بالفخر والانتماء لقضاياهم مما يساهم في تشكيل آراءهم واتجاهاتهم، وهذا ما أظهرته الجداول رقم (22_23_24_25)، علاوة على ذلك عندما يتعرض الشباب الجزائري لمحتوى منطقي ويتصف بالجدية يتحقق

لهم إشباع يزيد من تفاعلهم مع الموضوعات السياسية والاجتماعية ليس فقط في السياق العربي بل حتى على نطاق أوسع في العالم العربي، هذا ما أكدته الجدول رقم (26) الذي يرى أن النسبة العالية من الشباب الجزائري ساهم محتوى المؤثرين في تحفيزه على التفاعل مع القضايا الأخرى في العالم العربي، وهذا ما ولد لديهم الحاجة للحصول على محتوى عقلي ومنطقي يتمتع بالجدية فضلا على أن موقف المؤثر يلعب دورا كبيرا في تلبية حاجات الشباب الجزائري وخاصة عندما يعكس أفكارهم وتوجهاتهم الأمر الذي يحفزهم على المتابعة وهذا ما يظهر بوضوح في الجدول رقم (27_30_31)، مما أثر بشكل كبير على شعبية هؤلاء المؤثرين وبفضل الاشباع التي حققها الشباب الجزائري من خلال محتوياتهم التي عالجت القضية الفلسطينية أصبحوا يبحثون عن صفات معينة في المؤثرين أبرزها المعرفة العميقة بتفاصيل القضية الفلسطينية وهذا ما أكدته الجدول رقم (32).

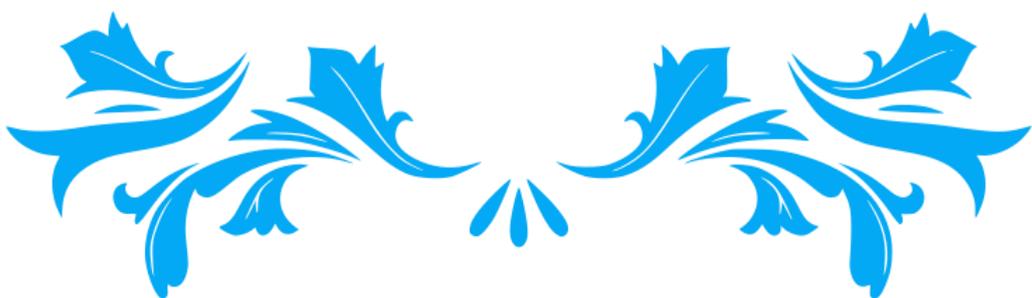
التساؤل الفرعي الرابع: كيف يؤثر محتوى المؤثرين على تغيير سلوكيات الشباب الجزائري حول

القضية الفلسطينية؟

توصلت نتائج الدراسة إلى أن محتوى المؤثرين كان له تأثير في تغيير سلوكيات الشباب الجزائري من خلال التفاعل الدائم مع القضية الفلسطينية عن طريق كتابة تعليق على المحتوى الخاص بها، كما هو موضح في الجدول رقم (33)، بحيث يرون أن المحتوى يجب أن يتحدث على زيادة الوعي بالقضية الفلسطينية للتأثير على سلوكهم بشكل كبير كما يبين الجدول رقم (34)، يظهر هذا التأثير أيضا في شعور الشباب برغبة في المشاركة في حملات تدعم القضية بعد تعرضهم لمحتوى المؤثرين، وهذا ما يترجم شعورهم بتغيير في وجهة نظرهم حول القضية الفلسطينية، لاسيما عند نقل المؤثرين للواقع المعاش وتسليط الضوء على الجوانب الإنسانية للصراع، بحيث ظهر هذا التأثير في سلوكهم عندما قام الشباب الجزائري بنشر منشورات داعمة على حساباتهم فور تعرضهم للمحتوى المتحدث عن القضية الفلسطينية الذي تناوله المؤثرين كما هو موضح في الجدول رقم (39)، فضلا عن شعورهم بتحفيز إضافي للمشاركة في نقاشاتها وفعاليتها، يظهر هذا التأثير أيضا في التوصيات التي قدمها الشباب حول محتوى المؤثرين والمتمثلة في زيادة التركيز على المعلومات الموثوقة كما يظهر الجدول رقم (41)، وعليه فعندما تغيرت سلوكيات الشباب حول المحتوى الذي يقدمه المؤثرين ساعد بشكل كبير في تأثير على شعبيتهم، إذ يرى الشباب الجزائري أن العامل الأساسي الذي يؤثر عليها هو تقديم محتوى هادف وفعال الذي بدوره سيلقى إقبال كبير من طرف الجمهور مما يعمل على زيادة جمهرة هؤلاء المؤثرين كما هو موضح في الجدول رقم (42).



خاتمة



خاتمة:

من خلال دراستنا التي تمحورت حول أثر القضية الفلسطينية على شعبية المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، تجلّى لنا بوضوح أن القضية الفلسطينية مثلت محور جذب للاهتمام الشباب الجزائري على مواقع التواصل الاجتماعي، الأمر الذي جعلها لم تقتصر فقط على كونها موضوعاً للمناقشة أو محتوى للمشاركة، بل أصبحت عاملاً رئيسياً يشكل اهتماماً وتفاعلاً كبيرين من قبل الشباب في الجزائر، بحيث يتجلّى أهمية هذا الأثر في توجيه اهتمام الشباب نحو متابعة تطورات القضية والتعبير عن آرائهم ومواقفهم عبر المنصات الرقمية، نظراً للدور الذي تلعبه هذه المنصات في نقل وإتاحة الأخبار لمستخدميها بشكل فوري، وعلى الرغم من تعدد العوامل التي تؤثر في تفاعل الشباب مع هذه القضية، إلا أن محتوى المؤثرين يبقى له الدور الرئيسي في توجيه وتشكيل هذا التفاعل، هذا ما جعل محتواهم ليس مجرد تعبير عن وجهات نظر شخصية، وإنما بمثابة المساهمة في تشكيل الوعي العام المتعلق بهذه القضية، مما أثر هذا التفاعل بشكل بارز على مسارات المؤثرين، بحيث مكنت بعضهم من تعزيز متابعتهم ورسخت مواقعهم كأصوات مؤثرة، فيما ألقّت آخرين في دوامات الجدل والخلاف نتيجة مواقفهم وتصريحاتهم.

ومن خلال هذه الدراسة الميدانية التي تم إنجازها في ظل الدراسة النظرية، تم استخلاص مجموعة من الاستنتاجات أهمها أن أغلبية مفردات عينة الدراسة يتابعون أخبار القضية الفلسطينية عبر منصات التواصل الاجتماعي، وبالخصوص موقع الفيسبوك بوصفه أشهر تلك المواقع وأهم المصادر المعلوماتية، ومن خلال تحليل تفاعلات وسلوكيات الشباب الجزائري عبر منصات التواصل الاجتماعي، تبين أنهم يتأثرون بشدة بمحتوى الذي يقدمه المؤثرون حول هذه القضية، خاصة المحتوى المثير للاهتمام والداعم لها، والذي يتضمن الجوانب الإنسانية التي بدورها تحفز الشباب الجزائري للتفاعل مع هذه المحتويات، وبالتالي إشباع حاجاتهم، مما دفعهم إلى التفاعل المستمر والمشاركة في النقاشات والتعبير عن آرائهم المتعلقة بالقضية الفلسطينية، وقد ساهم هذا التفاعل في تغيير شعبية المؤثرين، حيث يعتبر الشباب أن المحتوى الذي يتمتع بالجدية والمصداقية هو الأكثر جذبا وتأثيرا.

ونظرا إلى أن هذا التأثير الذي يمتلكه هؤلاء المؤثرين يعتمد بشكل كبير على مدى تفاعل الجمهور مع محتوهم، فإن نجاحهم وشعبيتهم مرتبطة بمدى إرضاء اشباعات وحاجات هذا الجمهور، وهذا ما أكدته نتائج دراستنا التي ترى أن المؤثر الذي يتبنى موقف سلبى من القضية الفلسطينية يؤثر ذلك بشكل سلبى وتلقائى على شعبيته، خاصة وأنه جاء معارضا لما يرغبه الشباب الجزائري، وبالتالي فحسب ما توصلت إليه الدراسة، فإن موقف المؤثر من القضية، يعتبر العامل الأساسى والكبير الذى يؤثر على شعبيتهم.



قائمة المصادر

والمراجع



أولاً: المصادر

- القرآن الكريم

ثانياً: المراجع

1- الكتب

أ- باللغة العربية

1. أحمد عارف العساف، و محمود الوادي. (2015). منهجية البحث في العلوم الاجتماعية و الادارية المفاهيم و الأدوات (الإصدار 3). عمان، الأردن: دار صفاء للنشر و التوزيع.
2. إسماعيل إبراهيم. (2014). الإعلام المعاصر وسائله مهاراته أخلاقياته (الإصدار 1). الدوحة، قطر: وزارة الثقافة و الفنون و التراث.
3. إسماعيل أحمد ياغي. (1983). الجذور التاريخية للقضية الفلسطينية. الرياض، المملكة العربية السعودية: دار المريخ للنشر.
4. إسماعيل عبد السلام هنية، منير شفيق، محمد المدهون، محمود أبو وطفة، إسلام شهوان، مأمون أبو عامر، وآخرون. (2015). العدوان على غزة 2014 قراءة تحليلية (الإصدار 1). غزة: معهد فلسطين للدراسات الاستراتيجية /مؤسسة إبداع للأبحاث و الدراسات و التدريبات.
5. أكرم زعيتير. (1955). القضية الفلسطينية. مصر: دار المعارف بمصر.
6. إيهاب خليفة. (2016). حروب مواقع التواصل الاجتماعي (الإصدار 1). القاهرة، مصر: العربي للنشر و التوزيع.
7. بحري أحمد الكتري. (2014). جغرافية فلسطين دراسة طبيعية. جيومرفولوجية بشرية. اقتصادية. سياسية (الإصدار 1). عمان، الأردن: دار صفاء للنشر والتوزيع.
8. بريتالي هينيسي. (2020). المؤثرون الاجتماعيون بناء الصورة الإعلامية المرتبطة بشخصيتك في عصر التواصل الاجتماعي (الإصدار 1، المجلد 207). دبي، الامارات العربية المتحدة: مؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم للمعرفة.
9. بسام عبد الرحمان المثاقبة. (2010). نظريات الإعلام. الأردن: دار أسامة للنشر و التوزيع.
10. بشير العلاق. (2011). نظريات الاتصال مدخل كامل (الإصدار 1). دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع.

11. بيدرو بريجر. (2012). الصراع العربي الإسرائيلي مئة سؤال و جواب (الإصدار 1). (إبراهيم صالح، المترجمون) بيروت، لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية.
12. جبريل بن حسن العريشي، و سلمى بنت عبد الرحمن محمد الدوسري. (2015). الشبكات الاجتماعية و القيم رؤية تحليلية (الإصدار 1). عمان، الأردن: الدار المنهجية للنشر و التوزيع.
13. جمعة رجب طنطيش. (2003). دراسات في جغرافية الاستيطان الصهيوني في فلسطين و تهويد القدس (الإصدار 2). الزاوية، ليبيا: دار شموع الثقافة للنشر و التوزيع.
14. حاتم أبو زائدة. (2012). مناهج البحث العلمي (الإصدار 2). مركز أبحاث المستقبل.
15. حسان شمسي باشا، و ماجد حسن شمي باشا. (2020). وسائل التواصل الاجتماعي رحلة في الاعماق (الإصدار 1). دمشق، سوريا: دار القلم.
16. حسن شفيق. (2014). مواقع التواصل الاجتماعي أدوات و مصادر للتغطية الإعلامية. دمشق، سوريا: دار فكر و فن للطباعة و النشر و التوزيع.
17. حسن عماد مكاوي، و ليلى حسين السيد. (1998). الاتصال ونظرياته المعاصرة (الإصدار 1). القاهرة، مصر: الدار المصرية اللبنانية.
18. حسين أحمد، بكر عبد الرزاق، أبو، و عزمي بشارة. (2018). استراتيجية المقاطعة ضد الاحتلال الإسرائيلي و نظام الأبارتهايد: الواقع و الطموح (الإصدار 1). لبنان: المركز العربي للأبحاث و دراسة السياسات.
19. حمدي بشير. (2014). ظاهرة الإعلام الاجتماعي و أبعادها الاقتصادية و السياسية و الامنية في العالم العربي (الإصدار 1). عمان، الأردن: أمواج للنشر و التوزيع.
20. ذياب بن سعد ال حمدان الغامدي. (1435). القضية الفلسطينية حلول شرعية و صفحات تاريخية (الإصدار 1). دار الأوراق الثقافية.
21. ربحي مصطفى عليان. (2011). البحث العلمي وأسس و مناهجه و أساليبه و إجراءاته. عمان، الاردن: بيت الأفكار الدولية.
22. ربحي مصطفى عليان، و غنيم عثمان محمد. (2004). أساليب البحث العلمي الأسس النظرية و التطبيق العلمي (الإصدار 4). عمان، الأردن: دار صفاء للنشر و التوزيع.
23. رجاء وحييد دويدري. (2000). البحث العلمي أساسياته النظرية و ممارساته العلمية (الإصدار 1). دمشق: دار الفكر.

24. رشيد زرواتي. (2004). منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية _ أسس علمية وتدريبات_. القاهرة، مصر: دار الكتاب الحديث.
25. رضا أمين. (2015). الإعلام الجديد (الإصدار 1). مصر: دار الفجر للنشر و التوزيع.
26. رضوان بلخيري. (2014). مدخل إلى الإعلام الجديد المفاهيم و الوسائل و التطبيقات (الإصدار 1). الجزائر: دار جسر للنشر و التوزيع.
27. روبرت حسن. (2010). الإعلام و السياسة و مجتمع الشبكات (الإصدار 1). (بسمة ياسين، المترجمون) القاهرة، مصر: مجموعة النيل العربية.
28. سالم حسين عمر البارناوي. (1999). القضية الفلسطينية دراسة سياسية وثائقية (الإصدار 1). بنغازي، ليبيا: منشورات جامعة قازيونس.
29. سعد سلمان المشهداني. (2019). منهجية البحث العلمي (الإصدار 1). الأردن: دار أسامة للنشر و التوزيع.
30. سيدني بيلي. (1992). الحروب العربية الإسرائيلية و عملية السلام (الإصدار 1). (المقدم الركن إلياس فرحات، المترجمون) بيروت، لبنان: دار الحرف العربي للطباعة و النشر و التوزيع.
31. صالح محسن محمد. (2012). القضية الفلسطينية خلفيتها التاريخية و تطوراتها المعاصرة (الإصدار 1). بيروت، لبنان: مركز الزيتونة للدراسات و الاستشارات.
32. طنيسي زكا. (1998). مصير فلسطين (الإصدار 1). بيروت، لبنان: دار الجيل للنشر و التوزيع.
33. العباد أيمن بن ناصر. (2016). المسؤولية الجنائية لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي-دراسة مقارنة- (الإصدار 1). الرياض ، المملكة العربية السعودية: مكتبة القانون و الاقتصاد.
34. عباس مصطفى عباس. (2008). الإعلام الجديد المفاهيم و الوسائل و التطبيقات. عمان، الأردن: دار الشرق للنشر و التوزيع.
35. عبد الحميد الكيالي، أمين حطيظ، رائد نعيرات، عدنان ابو عامر، محمود نور الدين، حسين أبو النمل، وآخرون. (2009). دراسات في العدوان الإسرائيلي على قطاع غزة عملية الرصاص المصبوب معركة الفرقان (الإصدار 1). بيروت، لبنان: مركز الزيتونة للدراسات و الاستشارات.
36. عبد الرحمن بدوي. (1977). مناهج البحث العلمي (الإصدار 1). الكويت: وكالة المطبوعات.
37. عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر. (2015). مواقع التواصل الاجتماعي و السلوك الإنساني (الإصدار 1). عمان، الأردن: دار صفاء للنشر و التوزيع.

38. عبد الرزاق الدليمي. (2015). نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين. عمان، الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع.
39. عبد العظيم قدوره مشتهي، و منصور نصر اللوح. (2015). جغرافية فلسطين الطبيعية (الإصدار 2). غزة، كلية الآداب، فلسطين: جامعة الأزهر.
40. عبد الله احمد مصطفى محمد. (2022). الإعلام الجديد و القضية الفلسطينية: التحديات و الفرص و الرؤى المستقبلية (الإصدار 1). برلين، ألمانيا: اصدارات المركز الديمقراطي العربي للدراسات السياسية و الاقتصادية.
41. عبد الله محمود عدوي. (2021). الرأي العام ..؟ و القضية الفلسطينية (الإصدار 1). ALMUItaka.
42. عبيدات محمد، أبو ناصر محمد، و عقلة مبيضين. (1999). منهجية البحث العلمي: القواعد و المراحل و التطبيقات. عمان: دار وائل للنشر.
43. عبيدة صبطي. (2018). الإعلام الجديد و المجتمع. القاهرة، مصر: المركز العربي للنشر و التوزيع.
44. العززي وديع. (2015). الإعلام الجديد مفاهيم و نظريات (الإصدار 1). عمان، الأردن: دار المناهج للنشر و التوزيع.
45. علي خليل شفرة. (2014). الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي (الإصدار 1). عمان، الأردن: دار اسامة للنشر و التوزيع.
46. علي سيّد إسماعيل. (2019). مواقع التواصل الاجتماعي بين التصرفات و الاخلاقيات المفروضة. الإسكندرية، مصر: دار التعليم الجامعي.
47. علي، ياسر. (2009). المجازر الإسرائيلية بحق الشعب الفلسطيني (الإصدار 1). بيروت، لبنان: مركز الزيتونة للدراسات و الاستشارات.
48. عمار بوحوش. (1985). دليل في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية (الإصدار 2). الجزائر: المؤسسة الوطنية للكتاب.
49. فخر الدين ألتون. (2020). احتلال القرن: فلسطين في ظل المخططات الاحادية الجانب. منشورات إدارة الاتصال برئاسة الجمهورية التركية.
50. فضيل دليو. (2015). تقنيات المعاينة في العلوم الإنسانية و الاجتماعية (الإصدار 1). الجزائر: دار هومة للطباعة و النشر و التوزيع.

51. فيليب لومارشان، و لميا راضي. (1998). إسرائيل/فلسطين غدا: أطلس استقرائي (الإصدار 1). (يوسف ضومط، المترجمون) بيروت، لبنان: دار الجيل .
52. كامل محمود خلة. (1982). فلسطين والانتداب البريطاني 1922-1939 (الإصدار 1). طرابلس، ليبيا: المنشأة العامة للنشر والتوزيع والإعلان.
53. كمال الحاج. (2020). نظريات الإعلام و الاتصال. سوريا: من منشورات الجامعة الافتراضية السورية.
54. محسن محمد صالح. (2012). القضية الفلسطينية خلفيتها التاريخية وتطوراتها المعاصرة (الإصدار 1). بيروت، لبنان: مركز الزيتونة للدراسات والاستشارات.
55. محسن محمد صالح. (2020). حقائق وثوابت في القضية الفلسطينية رؤية إسلامية الحقائق الأربعون في القضية الفلسطينية (الإصدار 1). بيروت، لبنان: مركز الزيتونة.
56. محمد الأمين أحمد عبد مرزوك. (2020). مواقع التواصل الاجتماعي و الحراك الشعبي الاعتماد المتبادل (الإصدار 1). برلين، ألمانيا: المركز الديمقراطي العربي.
57. محمد بن سعود البشر. (2014). نظريات التأثير الإعلامي (الإصدار 1). الرياض، المملكة العربية السعودية: العبيكان.
58. محمد حبيب صالح، سمر بهلوان، خليل حامد، محمد نجاح، و عامر محمود. (1998). دراسات في تاريخ القضية الفلسطينية. دمشق، سوريا : منشورات جامعة دمشق.
59. محمد عبد الحميد. (2000). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية (الإصدار 1). القاهرة، مصر: دار عالم الكتب للنشر و التوزيع.
60. محمد عبد الحميد. (2004). نظريات الأعلام و اتجاهات التأثير (الإصدار 3). القاهرة، مصر: عالم الكتب.
61. محمد وداعة، و العوض محمد الله . (2020). مواقع التواصل الاجتماعي و قضايا الشباب الجامعي (الإصدار 1). عمان، الأردن: دار الخليج للنشر و التوزيع.
62. محمود حسن إسماعيل. (2003). مبادئ علم الاتصال و نظريات التأثير (الإصدار 1). القاهرة، مصر: الدار العالمية للنشر و التوزيع.
63. محمود عباس (أبو مازن). (1994). طريق أوسلو موقع الاتفاق يروي الأسرار الحقيقية للمفاوضات (الإصدار 1). بيروت، لبنان: شركة المطبوعات للنشر و التوزيع.

64. مركز الحرب الناعمة للدراسات. (2016). شبكات التواصل الاجتماعي منصات للحرب الأمريكية الناعمة (الإصدار 1). بيروت، لبنان: مكتبة مؤمن قريش.
65. مصطفى مراد الدباغ. (1991). بلادنا فلسطين (الإصدار 1). دار الهدى كفر قرع الشام.
66. مصطفى يوسف كافي. (2015). الرأي العام ونظريات الاتصال (الإصدار 1). عمان، الأردن: دار الحامد للنشر و التوزيع.
67. مها حامد جنيدي. (2018). السوشيال ميديا. دار العلم و الإيمان للنشر و التوزيع.
68. ناهد عبد زيد الدليهي. (2016). أسس و قواعد البحث العلمي (الإصدار 1). عمان، الأردن: دار صفاء للنشر و التوزيع.
69. نسرين حسونة. (2014). الإعلام الجديد المفهوم و الوسائل و الخصائص و الوظائف. شبكة الألوان.
70. نهي عاطف العبد، و عاطف عدلي العبد. (2011). نظريات الإعلام و تطبيقاتها العربية. القاهرة، مصر: دار الفكر العربي.
71. هاينز أو فيشر. (2015). الاستيطان اليهودي في فلسطين مراحل و مصاعبه. (نصر الدين سعيدوني، المترجمون) الجزائر: دار البصائر الجديدة للنشر و التوزيع.
72. وائل عبد الرحمان التل & قحل عيسى محمد. (2007). البحث العلمي في العلوم الانسانية و الاجتماعية (الإصدار 3) عمان، الأردن: دار الحامد للنشر و التوزيع.
73. ياسر حارب. (2011). بيكاسو و ستاريكس (الإصدار 1). بيروت، لبنان: مدارك إبداع، نشر، ترجمة، و تعريب.
74. يسرى خالد ابراهيم. (2012). وسائل الإعلام الإلكترونية و دورها في الإنماء المعرفي (الإصدار 1). عمان، الأردن: دار النفائس للنشر و التوزيع.
75. يوسف أيوب حداد. (2004). هل لليهود حق ديني أو تاريخي في فلسطين؟ (الإصدار 1). بيروت، لبنان: بيسان للنشر و التوزيع و الإعلام.
76. HUGH BROOK، و Ravi GUPTA. (2017). وسائل التواصل الاجتماعي و تأثيرها على المجتمع (الإصدار 1). (عاصم سيد عبد الفتاح، المترجمون) القاهرة، مصر: المجموعة العربية للتدريب و النشر.
- ب- باللغة الأجنبية

1. Sekaran, U. (1992). Research Methods For Business: A Skill Building Approach (3 ed.). America: John & sons Inc.

2- الأطروحات والرسائل الجامعية

1. أطروحات الدكتوراه

- باللغة العربية

1. صوالحية غنية. (2019). اعتماد الاساتذة الجامعيين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات: الفايبيوك أنموذجا (أطروحة دكتوراه). كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، تبسة: جامعة الشيخ العربي التبسي.

- باللغة الاجنبية

1. Chevalier, M. (2021, 03 19). Le marketing d'influence. Les enjeux, moyens et difficultés du marketing d'influence digital dans le secteur BtoC. Étude du cas de WD-40 Company (Thèse de doctorat). France, Institut d'Administration des Entreprises de Grenoble, Grenoble: HAL Id: dumas-02989569.hùv;p,

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-02989569>

1. رسائل الماجستير

- باللغة العربية

1. أنس خالد الفاعوري. (2021, 12 27). توظيف المؤثرين لشبكات التواصل الاجتماعي في قضية حي الشيخ جراح 2021م (رسالة ماجستير). الأردن، كلية الإعلام، الأردن: جامعة الشرق الأوسط.

<https://meu.edu.jo/libraryTheses/%>

2. حنان ظاهر محمود عرفات. (2005, 11 16). أثر اتفاق أوسلو على الوحدة الوطنية و انعكاسه على التنمية السياسية (رسالة ماجستير). فلسطين، كلية الدراسات العليا، نابلس: جامعة النجاح الوطنية.

<https://eu.docworkspace.com/d/sIDXYrOa8AYyG1LIG>

3. صدقي محمد موسى. (2009). اتجاهات طلبة الجامعات الفلسطينية نحو التغطية الإعلامية لقناة فلسطين الفضائية للأحداث الداخلية: جامعة بيروت أنموذجا (رسالة ماجستير). كلية الآداب ، الأردن: جامعة الشرق الأوسط

https://meu.edu.jo/libraryTheses/585e367f98173_1.pdf

4. عبد الله ممدوح مبارك الرعود. (2011). دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس و مصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين (رسالة ماجستير). عمان ، كلية الإعلام : جامعة الشرق الأوسط

[.https://elibrary.mediu.edu.my/books/2015/MEDIU7496.pdf](https://elibrary.mediu.edu.my/books/2015/MEDIU7496.pdf)

5. ماطر عبد الله حمدي. (2018). اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي في التزويد بالمعلومات: دراسة مسحية في جامعة تبوك السعودية (رسالة ماجستير). عمان، كلية الإعلام، الأردن: جامعة الشرق الأوسط

https://meu.edu.jo/libraryTheses/5b557341982bf_1.pdf

6. منى إبراهيم يوسف محمد. (2018). دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي و علاقتها بالتفاعل الاجتماعي لدى طلبة السنة الثانية بالمرحلة الابتدائية في مملكة البحرين(رسالة ماجستير). كلية الآداب و العلوم، المنامة: الجامعة الأهلية

[.https://www.bipd.org/publications/InstituteBooks/MediaHandler/GenericHandler/images/publication/Dissertation.pdf](https://www.bipd.org/publications/InstituteBooks/MediaHandler/GenericHandler/images/publication/Dissertation.pdf)

7. هنادي هاني محمد إسماعيل. (2012). الدولة الفلسطينية نموذج بناء المؤسسات في قيام الدولة(رسالة ماجستير). كلية الدراسات العليا، نابلس: جامعة النجاح الوطنية

[.https://staffold.najah.edu/sites/default/files/The_Palestinian_State_Institutional_Building_Model_in_State_Establishment.pdf](https://staffold.najah.edu/sites/default/files/The_Palestinian_State_Institutional_Building_Model_in_State_Establishment.pdf)

- باللغة الاجنبية

1. Johansson, Lotta.(2019). THE SOCIAL MEDIA PLATFORMS Study of a hostel in Barcelona, in the center of tourism. (Master's Thesis). Business Management, Finland: Laurea Université of Applied Sciences.

<https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/266844/Opinn%20E4ytety%20F6%20Johansson%202019.pdf;jsessionid=B6CA6A13842A3188EF34E98166159156?sequence=2>

3- المجالات والمقالات العلمية

أ- باللغة العربية

1. الشادلي قويدري. (2020, 03 31). القضية الفلسطينية و البحث عن حل. مجلة حوليات جامعة الجزائر 1، 34(1)، الصفحات 581-601.

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/114202>

2. المتوكل طه. (2017, 10 31). الإعلام و القضية الفلسطينية. مجلة القدس، 342.

<https://www.falestinona.com/flst/Art/85674#gsc.tab=0>

3. بشرى مداسي. (2022, 12 28). الاعلام التفاعلي دراسة في السمات التفاعلية و الادوار النظرية. مجلة العلوم الاجتماعية و الانسانية، 12(2)، الصفحات 172-185.

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/214317>

4. بصافة أمينة. (2022, 06 25). سيكولوجية المؤثر و قبائل المتأثرين في البيئة الرقمية. مجلة رقمنة للدراسات الاعلامية و الاتصالية، 2(1)، الصفحات 90-106.

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/195497>

5. بن السبتي عبد المالك، و عباس فتحي. (2021, 01 16). صناعة المحتوى المعلوماتي الرقمي الاكاديمي العربي: عوامل ضعفه و سبل تطويره. مجلة العلوم الاجتماعية و الانسانية، 10(2)، الصفحات 204-222.

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/146062>

6. حسن سلمان خليفة البياضي. (2021, 10 31). الحروب اللامتماثلة و توازن القوى - سيف القدس أنموذجًا. مجلة حمورابي للدراسات، 9(39)، الصفحات 33-61.

<https://www.iasj.net/iasj/download/fb3b08c6412bf96a>

7. خالد عادل، و سهام بوزيدي. (2023, 05 15). تناول المؤثرين لموضوع الانتخابات في الجزائر عبر مواقع التواصل الاجتماعي _دراسة تحليلية_. مجلة المقدمة للدراسات الإنسانية و الاجتماعية، 8(1)، الصفحات 202-226.

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/226549>

8. خنيفر شفيقة. (2023, 06 18). قادة الرأي و المؤثرين الاجتماعيون بين الإعلام القديم و الإعلام الجديد. مجلة البحوث و الدراسات الإنسانية، 17(1)، الصفحات 495-514.

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/227135>

9. داليا أحمد عبد الوهاب عبد الرؤوف. (2023). دور الهاشتاج في تشكيل اتجاهات الشباب نحو الأحداث الخارجية. مجلة بحوث كلية الآداب، 34(132)، الصفحات 109-154.

https://journals.ekb.eg/article_253074_db163627cd1b9a3e20b7fc39c937a9ba.pdf

[pdf](#)

10. راس علي ابتسام. (2016). نظرية الاستخدامات و الاشباعات و تطبيقاتها على الاعلام الجديد. مجلة دراسات و أبحاث(25)، 9-10.

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/1117>

11. رانيا رمزي حليم. (2022). دور المؤثرين الاجتماعيين في الحياة اليومية للشباب المصري _ دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي. مجلة الدراسات الإنسانية و الأدبية، 26(1)، الصفحات 556-591.

[file:///C:/Users/Tech.12/Downloads/11%20\(7\).pdf](file:///C:/Users/Tech.12/Downloads/11%20(7).pdf)

12. سهيلة بوعمر، جابر نصر الدين، و محمد العادل. (2021, 07 15). شبكات التواصل الإجتماعي: أدوات تواصل متنوعة وتأثيرات نفسية و اجتماعية متعددة. مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، 13(2)، الصفحات 181-192.

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/160306>

13. طارق فهمي. (2022). الوساطات المصرية و دورها في وقف العدوان الإسرائيلي على غزة. المركز القومي لدراسات الشرق الاوسط(11)، الصفحات 204-226.

https://afar.journals.ekb.eg/article_268049_07781f749a54923eb39fb84e0d220f9b.pdf

14. عبد الحميد أحمد سليمان درويش، داليا ابراهيم المبتولي، و روضي هلال محمود الشريف. (2023). دور هاشتاج البرامج التلفزيونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الراي العام لدى الشباب الجامعي: دراسة ميدانية. المجلة العلمية لكلية التربية النوعية _ جامعة ديماط، 2023(7)، الصفحات 383-415.

https://sjeud.journals.ekb.eg/article_303921_3c7808fcb27ef57c60d2fd0b1f96fbc6.pdf

15. عبد السلام فهد العوامة، و بكر عبد العزيز ابراهيم الدبايبة. (2018). دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الوعي السياسي من وجهة نظر طلبة الجامعة الأردنية. دراسات العلوم التربوية، 45(4)، صفحة 627_642.

<https://archives.ju.edu.jo/index.php/edu/article/view/12831/9354>

16. عبد الكريم تفرنيت. (2016, 06 01). مواقع التواصل الاجتماعي الإيجابيات و السلبيات دراسة وصفية ترصد أهم الملامح في الدول العربية. مجلة الأدب و العلوم الاجتماعية، 9(2)، الصفحات 123-135.

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/34661>

17. عجال آسية. (05, 06, 2023). الأساليب الإقناعية في الخطاب الاشهاري للمؤثرين الاجتماعيين الجزائريين -دراسة سيميولوجية لعينة من مقاطع الفيديوهات عبر تطبيق الانستغرام سنة 2023-. المجلة الجزائرية للعلوم الإجتماعية و الإنساعة، 11(1)، الصفحات 502-527.

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/224164>

18. عدلات عبد المعطي. (2023). انتهاكات المحتوى الفلسطيني على مواقع التواصل الاجتماعي و سبل مواجهتها لدى الصحفيين و المؤثرين. مجلة ايفي لي للعلاقات العامة و الإعلام، 3(5)، الصفحات 107-146.

<https://www.iasj.net/iasj/download/95a606992c457130>

19. علي عبد الحسين علوان العلكاوي. (2020). حدود مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي التحديات و الممكّنات _ فيسبوك أنموذجا _ . مجلة الفنون و الأدب و علوم الانسانيات و الاجتماع، 51(51)، الصفحات 55-76.

<https://www.jalhss.com/index.php/jalhss/article/view/46/40>

20. محسن إيهاب، و براهيم بلحيمر. (31, 01, 2024). أثر الاساليب التسويقية للمؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي على رضا الزبون. مجلة الإبداع، 14(1)، الصفحات 58-69.

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/240334>

21. محمد زكريا خراب. (25, 06, 2022). المؤثرون الاجتماعيون و جمهور المتابعين _ رؤية نقدية من يصنع من _ . مجلة رقمنة للدراسات الإعلامية و الاتصالية، 2(1)، الصفحات 123-138.

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/195499>

22. محمد سعد الدين محمد الشربيني. (2021). استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي في التزويد بالمعلومات وقت الأزمات. المجلة العلمية لبحوث الصحافة(21)، الصفحات 01-48.

<https://doi.org/10.21608/sjsj.2021.176927>

23. محمد عبد ربه المغير. (05, 2021). الإعلام و الجهة الداخلية في معركة سيف القدس. مجلة الدراسات الإعلامية(14)، الصفحات 185-189.

<https://democraticac.de/wp-content/uploads/2021/05/%>

24. معين الكوع، ياسمين أغبر، هبة عط، و ملاك أبو عيشة. (2023). المقاومة الرقمية الفلسطينية في قضية حي الشيخ جراح: دور الصفحات الشخصية على وسائل التواصل الاجتماعي في مواجهة محاولات التهجير و التهويد. مجلة القدس للبحوث الأكاديمية نسخة العلوم الإنسانية و الإجتماعية، 1(2)، الصفحات 57-74.

<https://aquja.alquds.edu/index.php/arts/article/view/206>

25. مهند دلول. (2023). المؤثرون و القضية الفلسطينية في مونديال قطر. شؤون فلسطين، 290-291، الصفحات 39-50.

<https://www.prc.ps/wp-content/uploads/2023/06/>

26. مهند مصطفى. (2012, 12 31). العدوان على غزة 2012 بين النتائج العسكرية و الدراسات السياسية. قضايا إسرائيلية، 12(48)، الصفحات 61-71.

<file:///C:/Users/Tech.12/Downloads/>

27. نور الدين الميلادي، و العرفي أنور. (2023, 07). الحرب على السردية الفلسطينية: محاصرة المحتوى الفلسطيني على شبكات التواصل الاجتماعي. الجزيرة لدراسات الاتصال و الإعلام، 1(2)، صفحة 47_71.

<https://studies.aljazeera.net/ar/article/5703>

28. وليد الخالدي. (1999). بناء الدولة اليهودية 1897-1948 الأداة العسكرية . مجلة الدراسات الفلسطينية، 10(39)، الصفحات 01-38.

<https://www.palestine-studies.org/sites/default/files/mdf-articles/>

ب- باللغة الأجنبية

1. Alalaw Noura, & B, Al-Jenaibi. (2016). Social Network and Privacy. J Mass Communicate Journalism, 6(1), pp. 01-08.

<https://www.hilarispublisher.com/abstract/social-network-and-privacy-28165.html>

2. Bhagwat, Shree, & Goutam, Ankur. (2013, 01 01). Development of Social Networking Sites and Their Role in Business with Special Reference to Facebook. Journal of Business and Management, 6(5), pp. 15-28.

<https://www.iosrjournals.org/iosr-jbm/papers/Vol6-issue5/B0651528.pdf?id=5322>

3. Boyd, m danah, & Ellison, Nicole B. (2008). Social Network Sites: Definition History and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), pp. 210-230.

<https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>

4. Karima, Lajnef. (2023, 01 31). The effect of social media influencers' on teenagers Behavior: an empirical study using cognitive map technique. *Current Psychology*, 42, pp. 19364–19377.

<https://link.springer.com/article/10.1007/s12144-023-04273-1>

5. Kemia, Adams Oluwadamilola. (2016). Impact of Social Network on Society: A Case Study of Abuja. *Ournal for Engineering Technology and Sciences (ASRJETS)*, 21(1), pp. 01-17.

<https://core.ac.uk/download/pdf/235049859.pdf>

6. Lemhadi, Nadia. (2019). Les influenceurs : Nouveaux leaders d’opinion émanant des réseaux sociaux. *Journal of Media Studies*(8), pp. 248-260.

https://joa.journals.ekb.eg/article_309258.html?lang=en#:~:text=10.21608/JOA.2023.309258

7. Subramani, R. (2015). The Academic Usage of Social Networking Sites by the University Students of Tamil Nadu. *Journal of Communication and Media Technologies*, 5(3), pp. 162-175.

<https://www.ojcmt.net/download/the-academic-usage-of-social-networking-sites-by-the-university-students-of-tamil-nadu.pdf>

8. Vodák, Josef., Novyzedlák, Martin, Čakanová, Lucia, & Peká, Miroslav. (2019). Who is Influencer and How to Choose the Right One to Improve Brand Reputation? *Managing Global Transitions*, 17(2), pp. 149-162.

<https://www.hippocampus.si/ISSN/1854-6935/17.149-162.pdf>

9. Yuan, Shupeï & Chen, Lou. (2020, 02 13). How Social Media Influencers Foster Relationships with Followers: The Roles of Source Credibility and Fairness in Parasocial Relationship and Product Interest. *Journal of Interactive Advertising*, 20(2), pp. 133-147.

<https://sci-hub.se/downloads/2020-05-24/3f/10.1080@15252019.2020.1769514.pdf>

4- التقارير

أ- باللغة العربية

1. المرصد الاورومتوسطي لحقوق الإنسان. (2021). خنق و عزلة 10 عاما من الحصار الإسرائيلي على قطاع غزة. جنيف: المرصد الاورومتوسطي لحقوق الانسان

<https://euromedmonitor.org/a/4118>

2. وائل المصري. (2021). معركة سيف القدس النتائج و التداعيات. مجموعة الحوار الفلسطيني.

https://paldg.co/wp-content/uploads/2021/06/PDG_PDF_25-3-1.pdf

ب- باللغة الاجنبية

1. Raphael .s, Cohen, David, e., Johnson, thaler, Brenna, a., et al. (2017). Lessons from Israel's Wars in Gaza. Santa Monica: RAND.

<https://doi.org/10.7249/RB9975>

5- المؤتمرات:

أ- باللغة العربية

1. جنان صادق عبد الرزاق. (2017). دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي و أثرها على المشاكل الأسرية. مؤتمرات الآداب والعلوم الإنسانية والطبيعية. 18، الصفحات 239-264. اسطنبول: شبكة المؤتمرات العربية.

<https://app.amanote.com/v4.0.74/fr/research/note-taking?resourceId=Nqg0AnQBKQvf0Bhis07g>

ب- باللغة الاجنبية

2. Karamustafic, S ., Stockmaster , T., Palladina, S., Harris, A., & Perloff, R. (2020). Social Media Influencers: Who They Are and How They Influence. (pp. 1-17). Ohio: Student Scholarship.

https://engagedscholarship.csuohio.edu/stu_pub/1/

6- الموسوعات

1. عاطف عبد. (1998-1999). قصة و تاريخ الحضارات العربية بين الامس و اليوم ج7-8 فلسطين (موسوعة). 234-5. بيروت، لبنان: Editio creps.

<https://www.noor-book.com/>

7- المواقع الإلكترونية

أ- باللغة العربية

1. "أوقفوا النشر" حملة الكترونية ردا على محاربة المحتوى الفلسطيني. (09, 01, 2021). تاريخ

الاسترداد 15, 02, 2024، من سند للأبناء الخبر للجميع: <https://snd.ps/p/44042>

2. 400 ألف خريج في الجامعات الجزائرية سنويا. (20, 03, 2022). تاريخ الاسترداد 01, 02, 2024، من

المشوار السياسي:

<https://www.alseyassi-dz.com/ara/sejut.php?ID=141664>

3. أحمد يونس شاهين. (18, 12, 2015). دور الإعلام تجاه القضية الفلسطينية و آليات تعزيز

التضامن العالمي إعلاميا مع الشعب الفلسطيني. تاريخ الاسترداد 05, 02, 2024، من دنيا الوطن

<https://www.alwatanvoice.com/arabic/news/2015/12/18/834281.html>

4. أشرف بدر. (23, 06, 2021). الدبلوماسية الرقمية الفلسطينية. تاريخ الاسترداد 20, 02, 2024، من

مؤسسة الدراسات الفلسطينية:

<https://www.palestine-studies.org/ar/node/1651382>

5. أكثر من 12 منصة للتواصل الاجتماعي في 2023. (02, 07, 2023). تاريخ الاسترداد 15, 02, 2024،

من العربي الجديد:

<https://www.alaraby.co.uk/infograph-media/>

6. التواصل الاجتماعي ما الفرق بين المؤثر و صانع المحتوى الرقمي؟ (09, 10, 2022). تاريخ الاسترداد

20, 02, 2024، من رؤيا الإخباري:

<https://www.royanews.tv/index.php/news/286877>

7. العدوان الإسرائيلي على غزة 2014. (07, 07, 2015). تاريخ الاسترداد 22, 02, 2024، من الجزيرة

: <https://www.aljazeera.net/encyclopedia/2015/7/7/>

8. محمود العمري. (14, 01, 2024). تعرف على سبب تقديم جنوب افريقيا دعوى قضائية ضد

إسرائيل أمام العدل الدولية. تاريخ الاسترداد 22, 02, 2024، من اليوم السابع:

<https://www.youm7.com/6445483>

9. انحياز واضح.. لم يغمض الإعلام الغربي عينيه عن جرائم الاحتلال في غزة؟ (20, 10, 2023). تاريخ

الاسترداد 25, 02, 2024، من العربي:

<https://www.alaraby.com/news/%>

10. تسلسل للتاريخ الفلسطيني منذ الحرب العالمية الأولى. (27, 07, 2017). تاريخ الاسترداد 02 19, 2024، من عربي BBC NEZS :
- <https://www.alaraby.com/news/>
11. ثامر عبد الغني فايق سباعنه. (16, 02, 2023). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الرواية الفلسطينية. تاريخ الاسترداد 02 24, 2024، من المركز الديمقراطي العربي
<https://democraticac.de/?p=87799>
12. جين ويكفيلد. (16, 06, 2016). تقرير: وسائل التواصل الاجتماعي مصدر رئيسي للأخبار بين الشباب. تاريخ الاسترداد 04 15, 2024، من BBC NEWS عربي:
https://www.bbc.com/arabic/scienceandtech/2016/06/160615_social_media_tv_ne
13. حسما شاكر. (11, 10, 2023). هكذا تضلل التغطيات الغربية جماهيرها بشأن فلسطين. تاريخ الاسترداد 03 01, 2024، من الجزيرة:
<https://www.aljazeera.net/opinions/2023/10/11/7>
14. دراسة حول انتهاكات المحتوى الفلسطيني على مواقع التواصل الاجتماعي. (29, 10, 2023). تاريخ الاسترداد 02 13, 2024، من لكم من هنا تبدأ الحرية
<https://lakome2.com/decryptage/323936/>
15. دينا شحاتة. (23, 10, 2023). كيف نظر الإعلام و الرأي العام الغربي لحرب غزة 2023؟ تاريخ الاسترداد 02 29, 2024، من مركز الاهرام للدراسات السياسية و الاستراتيجية
<https://acpss.ahram.org.eg/News/21033.aspx>
16. رحمة سامي. (21, 05, 2021). "تيك توك" ودعم قضية فلسطين.. وجه آخر لتطبيق وصم بالتفاهة وهدم القيم الأسرية. تاريخ الاسترداد 02 19, 2024، من مصر:
<https://masr360.net/>
17. رعدة عتمه. (17, 02, 2023). فلسطينيون حولوا "تيك توك" لساحة حرب افتراضية مع إسرائيل. تاريخ الاسترداد 02 19, 2024، من INDEPENDENT عربية
<https://www.independentarabia.com/node/>
18. رماح الدلقموني. (08, 11, 2023). مع اشتداد القيود على المحتوى الداعم لفلسطين.. لماذا لا نمتلك منصة تواصل اجتماعي عربية؟ تاريخ الاسترداد 03 02, 2024، من الجزيرة
<https://www.aljazeera.net/politics/2023/11/8>
19. زينب فياض. (05, 11, 2022). ميتا تواصل انتهاك المحتوى الفلسطيني. تاريخ الاسترداد 02 15, 2024، من وكالة وطن للأنباء:

<https://www.wattan.net/ar/news/387867.html>

20. سماح إدريس. (15, 01, 2016). مقاطعة "إسرائيل": إدارة ووعي. تاريخ الاسترداد 02, 16, 2024، من

الآداب:

<https://al-adab.com/article/A>

21. سماح إدريس. (11, 10, 2019). المقاومة الإلكترونية للعدو الصهيوني. تاريخ الاسترداد 02, 16,

2024، من الآداب:

<https://al-adab.com/article/>

22. سمر حمدان. (23, 09, 2019). هل علينا حقا متابعة المؤثرين؟ تاريخ الاسترداد 02, 21, 2024، من

الجزيرة:

<https://aja.me/bkncw>

23. طوفان الأقصى أكبر هجوم للمقاومة الفلسطينية على إسرائيل. (02, 02, 2024). تاريخ الاسترداد

02, 21, 2024، من الجزيرة:

<https://aja.me/vwte9h>

24. طوفان الأقصى توثيق أول 10 أيام من الأحداث. (01, 11, 2023). تاريخ الاسترداد 02, 21, 2024،

من TRT عربي:

<https://www.trtarabi.com/explainers/>

25. عاجل "بعد حملة المقاطعة".. ماكدونالدز بين التكسير و الدمار بسبب القضية الفلسطينية

(فيديو). (14, 10, 2023). تاريخ الاسترداد 02, 18, 2024، من عربية نيوز 24

<https://www.arabianews24.net/a/895752>

26. عبد الناصر حنو. (14, 02, 2023). هذا عدد مستخدمي "يوتيوب" و "فيسبوك" و "إنستغرام" في

الجزائر. تاريخ الاسترداد 05, 01, 2024، من تادامسا نيوز:

<https://tadamsanews.dz/>

27. عزوف عن استهلاك المنتجات الإسرائيلية في الضفة. (26, 12, 2023). تاريخ الاسترداد 02, 18,

2024، من عربية نيوز:

<https://www.arabianews24.net/a/1542027>

28. عمرو حسن فتوح. (29, 11, 2023). استراتيجيات التحيز السياسي في مواقع التواصل الاجتماعي:

حرب غزة نموذجا. تاريخ الاسترداد 02, 24, 2024، من السياسة الدولية :

<https://www.siyassa.org.eg/News/19732.aspx>

29. هبة سلام غمري. (1014, 2023). كيف ندعم القضية الفلسطينية؟ ... داعية إسلامية مساندة

الأشقاء الفلسطينيين واجب. تاريخ الاسترداد 02, 16, 2024، من المصري اليوم من حقلك تعرف:

<https://www.almasryalyoum.com/news/details/3005837>

30. فتيحة الداخني. (05, 11, 2023). حرب غزة تشعل معارك رقمية على منصات التواصل. تاريخ الاسترداد 18, 02, 2024، من الشرق الاوسط صحيفة العرب الأولى:
<https://aawsat.com/>
31. فيسبوك: هل يحرق الصحافة أم يهيم عليها؟ (30, 03, 2015). تاريخ الاسترداد 13, 02, 2024، من نون بوست: <https://www.noonpost.com/6047/>
32. كيف أثرت مواقع التواصل على رفع الوعي العالمي بالقضية الفلسطينية؟ (25, 05, 2021). تاريخ الاسترداد 25, 02, 2024، من العربي:
<https://www.alaraby.com/news/%8A%D8%A9?amp=1>
33. لؤي أحمد. (24, 01, 2023). 19 جامعة عربية من بين الأفضل عربيا وعالميا.. واقع التعليم العالي في الدول العربية بالأرقام. تاريخ الاسترداد 01, 02, 2024، من الجزيرة:
<https://aja.me/5bxzkw>
34. مأمون البستاني. (16, 01, 2022). المؤثرون على مواقع التواصل الاجتماعي هل يمكن استثمارهم. تاريخ الاسترداد 21, 02, 2024، من عنب بلدي:
<https://www.enabbaladi.net/>
35. محمد أيمن. (17, 11, 2023). ديكتاتورية التكنولوجيا. الغرب يحارب الفلسطينيين ب "السوشيال ميديا".. تضيق على القضية الفلسطينية.. خطوط حمراء مفروضة على الناشطين.. تخفيض "الريتش".. وخبراء: على الدول العربية إنشاء منصة تحكمها سياسة محددة. تاريخ الاسترداد 02, 03, 2024، من اليوم السابع
: <https://www.youm7.com/6340947>
36. محمد حنفي، و ماجد المطيري. (24, 04, 2016). 10 سليات لمواقع التواصل الاجتماعي. تاريخ الاسترداد 20, 02, 2024، من جريدة القبس:
<https://alqabas.com/article/19068-10->
37. محمد يوسف. (19, 11, 2023). إعلام من نوع جديد.. كيف يشكل تيك توك خطرا على السردية الإسرائيلية. تاريخ الاسترداد 20, 02, 2024، من الجزيرة:
<https://aja.ws/wrt5uz>
38. من طوفان الأقصى إلى السيوف الحديدية هكذا تستمر المواجهة بين إسرائيل و حماس. (09, 10, 2023). تاريخ الاسترداد 22, 02, 2024، من FRANCE24 :
<https://www.france24.com/ar>

39. نهال أبو السعود. (2023, 10 20). إنستغرام يعتذر عن إضافة كلمة "إرهابي" إلى حسابات مستخدمي فلسطينيين. تاريخ الاسترداد 05 03 2024، من اليوم السابع :
<https://www.youm7.com/6346310>
40. نهى الخطيب. (2023, 05 04). بين المؤثرين و صناع المحتوى. تاريخ الاسترداد 20 02 2024، من مجلة سيدتي:
<https://www.sayidaty.net/blogs/>
41. نهى سعيد. (2021, 05 10). أبو تريكة و بوراك ..مشاهير عرب و أجانب يعلنون دعمهم لأهالي حي الشيخ جراح. تاريخ الاسترداد 25 02 2024، من الجزيرة:
<https://aja.me/qaubt>
42. هاني عوكل. (2021, 05 28). المحتوى الرقمي الفلسطيني بين عدوانين. تاريخ الاسترداد 14 02 2024، من وكالة خبر الفلسطينية للصحافة:
<https://khbrpress.ps/post/280818/>
43. هبة حمارشة. (2023). مواقع التواصل الاجتماعي أوجدة تمثلات جديدة لصنّاع القرار. تاريخ الاسترداد 23 02 2024، من بالغراف:
<https://palgraph.ps/post/8771>
44. هكذا تفاعل رواد مواقع التواصل مع عملية "طوفان الأقصى". (2023, 10 8). تاريخ الاسترداد 22 02 2024، من bbc news عربي:
<https://palgraph.ps/post/8771>
45. هبة الزغيلات. (2024, 01 17). هل تراجع ستاربيكس عن دعم إسرائيل ما حقيقة كوب البطیخة؟ تاريخ الاسترداد 19 02 2024، من عربية نيوز 24:
<https://www.arabianews24.net/a/1699245>
46. هيا أحمد الأمير. (2021, 12 25). مواقع التواصل الاجتماعي و خوارزمياتها اتجاه القضية الفلسطينية. تاريخ الاسترداد 15 02 2024، من دنيا الوطن:
<https://pulpit.alwatanvoice.com/content/print/540906.html>
47. وسائل التواصل الاجتماعي مصدر رئيسي لأخبار للمواطنين العرب. (2017, 09 28). تاريخ الاسترداد 01 05 2024، من العربي الجديد:
<https://www.alaraby.co.uk/>
48. يمان مرعي. (2023, 02 27). ظاهرة المؤثر الرقمي قراءة حول التغير في المفاهيم و الادوار. تاريخ الاسترداد 16 01 2024، من مركز الأهرام للدراسات السياسية و الاستراتيجية:
<https://acpss.ahram.org.eg/News/17820.aspx>

49. يوسف سامي. (2021, 10 18). فيسبوك تاريخ من محاربة المحتوى الفلسطيني تثبته القائمة السوداء. تاريخ الاسترداد 02 15, 2024, من نون بوست:

<https://www.noonpost.com/42103/>

50. يوم الغفران عيد يهودي يشل إسرائيل. (2016, 10 2016). تاريخ الاسترداد 02 23, 2024, من الجزيرة:

<https://www.aljazeera.net/encyclopedia/2016/10/11/>

ب- المواقع الاجنبية

1. Bour Laurent . (2020, 11 05). Les influenceurs doivent être plus sincères pour rester dans la course. Consulté le 02 22, 2024, sur le journal du cm: <https://www.journalducmm.com/sincerite-influenceurs/>

2. Geysler, Werner. (2024, 02 14). What is an Influencer? – Social Media Influencers Defined. Retrieved 02 20, 2024, from Influencers Marketing Hub: <https://influencermarketinghub.com/what-is-an-influencer/#toc-2>

3. Qu'est-ce qu'un influenceur ? (2024, 02 19). Consulté le 02 21, 2024, sur SEMJI: <https://semji.com/fr/guide/qu-est-ce-qu-un-influenceur/>

4. You Tube. (2019, 05 15). You Tube. Récupéré sur Décryptage - Parlons peu, parlons bien - TV5MONDE:

<https://www.youtube.com/watch?v=L53R9zA9JEE>

5. SIMON KEMP. (2023, 02 13). DIGITAL 2023: ALGERIA. (Melt water) Retrieved 03 20, 2024, from datareportal:

<https://datareportal.com/reports/digital-2023-algeria>

A decorative blue floral border with symmetrical scrollwork and leaf patterns, framing the central text. The border consists of a top and bottom section with intricate designs, and two side sections with simpler, angular shapes.

الملاحق



الملحق رقم (01): استمارة استبيان
الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشهيد العربي التبسي - تبسة



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

التخصص: اتصال تنظيمي

السنة الثانية ماستر

استمارة استبيان لدراسة بعنوان

أثر القضية الفلسطينية على شعبية المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجزائري

تحية طيبة مباركة:

نحن بصدد التحضير لنيل شهادة الماستر في تخصص "اتصال تنظيمي"، نقدم لكم مجموعة من الأسئلة الهامة. نأمل من حضرتكم الكرام قراءة الأسئلة بعناية والإجابة عليها بدقة لمساعدتنا في تحقيق الهدف من هذا الاستبيان المتمثل في معرفة ما إذا كان موقف المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي من القضية الفلسطينية يؤثر على انطباعاتك وتفضيلاتك. يرجى التأكيد أن معلومات هذه الاستمارة سرية وأن إجاباتكم ستستخدم فقط لأغراض البحث العلمي. تتم الإجابة على الأسئلة بوضع العلامة (x) في الخانة المناسبة. تقبلوا منا فائق الشكر والتقدير على تعاونكم.

إشراف الأستاذ:

أ.د بوطورة أكرم

من إعداد الطالبتان:

شيماء بكايري

كنزة غربي

السنة الجامعية 2024/2023

المحور الأول: البيانات الشخصية

- 1- الجنس: ذكر أنثى
- 2- السن: من 19 إلى 25 سنة من 26 إلى 30 سنة من 30 إلى 40 سنة
- 3- المستوى التعليمي: إبتدائي متوسط ثانوي جامعي

المحور الثاني: تأثير القضية الفلسطينية على عادات وأنماط استخدام الشباب الجزائري لمواقع التواصل الاجتماعي

4- أين تتابع معظم أخبار القضية الفلسطينية؟

- قنوات التلفزيون
- مواقع التواصل الاجتماعي
- الجرائد و المجلات

إذا كانت الاجابة "(مواقع التواصل الاجتماعي) كم تستغرق وقت لذلك؟

- أقل من ساعة
- من ساعة إلى ساعتين
- ثلاثة ساعات فما أكثر

5- كيف تصف متابعتك لأخبار القضية الفلسطينية على مواقع التواصل الاجتماعي؟

- بحماس
- بفتور
- حسب الظروف
- غير مهتم

6- هل تتابع صفحات أو حسابات تناول القضية الفلسطينية على مواقع التواصل الاجتماعي؟

- نعم لا

- إذا كانت الإجابة ب "لا" فهل يعود ذلك إلى:

- غير مهتم بالأخبار
- تكتفي بملخصة الأخبار (New Feed) من حسابات الأصدقاء

- غير ذلك.....

7- كيف تصف مشاركتك في المناقشات التي تتعلق بالقضية الفلسطينية على مواقع التواصل

الاجتماعي؟

- شديدة
- متوسطة
- ضعيفة
- منعدمة (تكتفي بالمتابعة)

8- ما هي وسيلة التواصل التي تعتقد أنها تعكس أخبار القضية الفلسطينية بالنسبة لك أكثر من

البقية؟

- فيسبوك
- إنستغرام
- يوتيوب
- تيك توك
- منصة x(تويتر)
- غير ذلك.....

9- هل تعتقد أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في نقل الأخبار و المعلومات بشكل دقيق حول

القضية الفلسطينية؟

- دائما تنقل الصورة الواقعية
- دائما تنقل صورة غير واقعية
- نشر أخبار متحيزة تماماً للكيان الصهيوني
- بعض الشيء

10- كيف تصف درجة استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي بعد أحداث 07 أكتوبر وعملية

طوفان الأقصى؟

- زاد استخدامك لها من أجل متابعة الأخبار
- حافظت على نفس نسبة الاستخدام
- كان استخدامك كثيف ثم تراجع مع الوقت
- تتجنب استخدامها بسبب تأثيرها السلبي عليك

المحور الثالث: تأثير دوافع تعرض الشباب لمحتوى المؤثرين حول القضية الفلسطينية

11- هل تتابع أي مؤثرين (أشخاص بعدد متابعين كبير) على مواقع التواصل الاجتماعي؟

نعم لا

إذا كانت الإجابة ب (نعم) في أي مجال تتابعهم؟

- رياضة فن ترفيه
- اقتصاد سياسة دين غير ذلك.....

وإذا كانت الإجابة ب (لا) فذلك بسبب؟

- تعتقد أنهم لا يقدمون إضافة لك
- تعتقد أن متابعتك للمؤثرين هي شيء سلبي
- لديك صفحات أخرى أفضل لمتابعتها
- أنت أصلا لا تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي إلا لأغراض محدودة

12- هل تفضل متابعة المؤثرين الذين:

- يتبنون موقفا محايدا للقضية الفلسطينية
- يتبنون موقفا داعما للقضية الفلسطينية
- يتبنون موقفا مضادا للقضية الفلسطينية (من أجل معرفة الرأي الآخر)

13- هل تفضل محتوى المؤثرين الذي يتناول

- الجوانب الإنسانية للقضية الفلسطينية
- الجوانب السياسية والتاريخية للقضية الفلسطينية
- الجوانب العسكرية للقضية الفلسطينية
- لا فرق

14- كيف تشاهد محتوى المؤثرين المتعلق بالقضية الفلسطينية؟

- بطريقة عرضية (صدفة)
- باهتمام (تدخل صفحاتهم قصدا)
- تتجاهلها معظم الأحيان

15- هل تؤثر تجاربك الشخصية أو خلفيتك الثقافية على اختيارك متابعة محتوى مؤثر معين

حول القضية الفلسطينية؟

- نعم لا بعض الشيء

16- ماهي الأسباب التي تجعلك تتابع محتوى المؤثرين حول القضية الفلسطينية؟

- أريد أن أكون على دراية بالأحداث الجارية في فلسطين
- أريد أن أتعلم المزيد من التاريخ الفلسطيني
- أريد أن أرى مدى إبداع المؤثرين في معالجة القضية الفلسطينية
- أريد أن أكون على تواصل مع أشخاص آخرين يهتمون بالقضية الفلسطينية
- غير ذلك.....

17- ماهي المعلومات التي تفتقر إليها في محتوى المؤثرين حول القضية الفلسطينية؟

- معلومات أكثر تفصيلاً
- معلومات موثوقة من مصادر متعددة
- آراء متنوعة حول القضية
- حلول واقعية للتحديات

المحور الرابع: الإشباعات المحققة للشباب من تعرضه لمحتوى المؤثرين حول القضية

الفلسطينية

18- ما الذي يثير اهتمامك في المحتوى الذي يقدمه المؤثرين حول القضية الفلسطينية؟

- طريقة العرض
- جودة الصورة والصوت
- مصداقية المؤثرين
- غير ذلك.....

19- ما نوع المحتوى الذي يجذب انتباهك بشكل كبير؟

- مقاطع الفيديو الصور المنشورات البودكاست
- الستوري Story البث المباشر غير ذلك.....

20- هل تشعر بأن محتوى المؤثرين يمنحك الشعور بالفخر بالتضامن مع القضية الفلسطينية كشاب(ة) جزائري؟

دائماً أحياناً نادراً

21- هل ساهم محتوى المؤثرين في تشكيل رأيك الخاص حول القضية الفلسطينية؟

نعم لا

22- هل تشعر بأن محتوى المؤثرين يعزز تفاعلك مع الموضوعات السياسية والاجتماعية الأخرى في العالم العربي والإسلامي؟

نعم لا

23- هل تفضل أن يكون المحتوى الذي ينشره المؤثرين:

- متوازن وموضوعي عقلي ومنطقي
- عاطفي وملهم لا فرق

24- في رأيك ما هو موقف هؤلاء المؤثرين الرياضيين حول القضية الفلسطينية؟

- رياض محرز: مؤيد بشدة مؤيد محايد معارض معارض بشدة
- كريستيانو رونالدو: مؤيد بشدة مؤيد محايد معارض معارض بشدة
- محمد ابوتريقة: مؤيد بشدة مؤيد محايد معارض معارض بشدة
- محمد صلاح: مؤيد بشدة مؤيد محايد معارض معارض بشدة
- رياض محرز: مؤيد بشدة مؤيد محايد معارض معارض بشدة

25- في رأيك ما هو موقف هؤلاء المؤثرين الفنانين من القضية الفلسطينية؟

- إليسا: مؤيد بشدة مؤيد محايد معارض معارض بشدة
- سيلينا غوميز: مؤيد بشدة مؤيد محايد معارض معارض بشدة
- باسم يوسف: مؤيد بشدة مؤيد محايد معارض معارض بشدة
- أندرو تيت: مؤيد بشدة مؤيد محايد معارض معارض بشدة

26- هل تغيرت متابعتك لأي مؤثر بسبب موقفه من القضية الفلسطينية؟

نعم لا

- إذا كانت الإجابة ب (نعم) حسب موقف المؤثر فقد قمت ب:
- وضع متابعة إلغاء المتابعة حظر المستخدم
- 27- ماهي الصفات التي تبحث عنها في المؤثرين الذين يتحدثون عن القضية الفلسطينية؟
- المعرفة العميقة بتفاصيل القضية الفلسطينية
- الإقناع و القدرة على التأثير
- القدرة على العرض و الشرح بوضوح
- الثقة في النفس
- القدرة على التحليل

المحور الخامس: تأثير محتوى المؤثرين على تغيير سلوكيات الشباب الجزائري حول القضية الفلسطينية

- 28- عند تعرضك لمحتوى مؤثر يتحدث عن القضية الفلسطينية تقوم ب:
- كتابة تعليق
- مشاركة المحتوى عبر ماسنجر Messenger
- مشاركة المحتوى عبر الريلز Reels
- مشاركة المحتوى عبر الصفحة أو البروفايل profil
- 29- ماهي الأفكار أو المقترحات التي تعتقد أنه يجب أن يتضمنها محتوى المؤثرين لتحقيق تأثير أكبر عليك بخصوص القضية الفلسطينية؟
- زيادة الوعي بالقضية الفلسطينية
- توجيه الدعم المعنوي والسياسي للفلسطينيين
- تشجيع المشاركة في الفعاليات والحملات الخاصة بالقضية الفلسطينية
- غير ذلك.....
- 30- هل شعرت برغبة في المشاركة في فعاليات أو حملات تدعم القضية الفلسطينية بعد مشاهدتك لمحتوى المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي؟
- نعم شعرت برغبة في المشاركة
- لا لم تولد لي رغبة في المشاركة

31- هل شعرت بتغيير في وجهة نظرك حول القضية الفلسطينية بسبب محتوى المؤثرين حولها؟

نعم لا

- إذا كانت الإجابة ب (نعم) فذلك بسبب

- الثقة في المؤثر

- تبنيك للقضية الفلسطينية

- منطقية وواقعية المؤثر

32- كيف يمكن للمحتوى الذي ينشره المؤثرين أن يؤثر بشكل أكبر على سلوكك بشأن القضية

الفلسطينية؟

- تفضل أن يتحدث المؤثرون عن الحاجة للمشاركة في حملات دعم فلسطين

- عن طريق نشر قصص story تلقي الضوء على تأثير الاحتلال الإسرائيلي على فلسطين

- عبر تقديم تحليل سياسي متوازن يوضح الجوانب المختلفة للصراع

- من خلال نقل الواقع المعاش وتسييل الضوء على الجوانب الإنسانية للقضية

33- ماهي الخطوات التي قمت بها بناء على تعرضك لمحتوى المؤثرين عبر مواقع التواصل

الاجتماعي لدعم القضية الفلسطينية؟

- شاركت في حملات المقاطعة

- قمت بنشر منشورات داعمة على حساباتك في مواقع التواصل الاجتماعي

- استخدمت الهاشتاجات (#Hashtag) المرتبطة بالقضية الفلسطينية

34- كيف تُقيم تأثير المحتوى الذي شاركه المؤثرين حول القضية الفلسطينية على مشاعرك

وتصرفاتك؟

- تأثرت بشكل كبير وبدأت في اتخاذ إجراءات فعلية دعماً للقضية الفلسطينية

- شعرت بتحفيز إضافي للمشاركة في النقاشات والفعاليات المتعلقة بالقضية الفلسطينية

- لم يؤثر على مشاعري أو تصرفاتي بشكل ملحوظ

35- ماهي التوصيات التي لديك لتحسين محتوى المؤثرين حول القضية الفلسطينية؟

- زيادة التركيز على المعلومات الموثوقة

- التنوع في المحتوى

- إتاحة الفرصة للنقاشات والتفاعل بشكل كبير

- التركيز على حلول واقعية

36- ماهي العوامل التي تعتقد أنها تؤثر على شعبية المؤثرين الذين يناقشون القضية الفلسطينية؟

- محتوى هادف وفعال التفاعل مع الجمهور التأثير على الرأي العام

- عدد المتابعين المصداقية والثقة غير ذلك.....

الملحق رقم (02): بعض صور تغريدات بعض المؤثرين حول القضية الفلسطينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي (أبوتريقة- رياض محرز- محمد هنيدي)

  
متابعة · @beINSPORTS

محمد أبوتريقة يبدأ حديث اليوم بتقديم التحية
لأهالي فلسطين 
@trikaofficial

#استوديو_السبت | #الدوري_الإنكليزي_الممتاز
#مانشستر_سيتي_تشيلسي
#PremierLeague

 متابعة المشاهدة على X

0:23 / 0:08   

 ٥:٣٦ م ٨٠ مايو ٢٠٢١

مشاركة  رد  ١١,٥ ألف 



حفيظ دراجي **hafid derradji**
@derradjihafid · [Follow](#)



ما فعله محرز في حفل التتويج باللقب عندما رفع علم فلسطين  قد يكلفه الكرة الذهبية بفعل اللوبي الصهيوني الذي سيحرمه منها حتى ولو توج بدوري الأبطال، لكن الراية الفلسطينية أغلى من كل لقب، والدفاع عن المبادئ و القناعات هو تاج كل الشرفاء الأحرار عندما يكون من دون مزايدات ولا حسابات.



رفع علم فلسطين  قد يكلف محرز الكرة الذهبية بفعل اللوبي الصهيوني الذي سيحرمه منها حتى ولو توج بدوري الأبطال، لكن الراية الفلسطينية أغلى وأعظم من كل لقب..

7:46 AM · May 24, 2021



8.8K



Reply



Share



Mohamed Henedy 🤖



@OfficialHenedy · متابعة

وانت قاعد دلوقتي مرتاح في بيتك افكر ان
 في ناس بتتهجر وبتترمي في الشارع وبتسيب
 بيوتها ظلماً وقهراً .. بيسيبوا ارضهم وذكرياتهم
 ومستقبلهم وعالمهم .. في وقت العالم كله
 ساكت ومتجاهل اللي بيحصل .. لازم نقف
 جنبهم ونوصل صوتهم للعالم كله
 #انقذوا_حي_الشيخ_الجراح



٧:٣٧ م ٨٠ مايو ٢٠٢١

مشاركة



رد



٥٠,٦ ألف





الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People's Democratic Republic of Algeria
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
The Ministry of Higher Education and Scientific Research
جامعة العربي التبسي - تبسة
the university of Echahid Cheikh Larbi Tebessi University
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
faculty of humanities and social sciences



قسم علوم الاعلام والاتصال

إذن بالإيداع

أنا الموقع أدناه، الأستاذ(ة): الرجح بوجور الرتبة: أستاذة أستاذة تعليم عملي
المشرف على مذكرة الماستر تحت عنوان: التقنيات الوليفية على تسمية
الكويت تدعيم جوامع التماسك الاجتماعي دراسة ميدانية
على عينة من المستشارين الجرائدين
والمكملة لنيل شهادة الماستر في تخصص: اتصال تنظيمي
من إعداد:

1. الطالب(ة): الطالبة
2. الطالب(ة): عنهبي

أصبح بأني تابعت المذكرة عبر جلسات إشرافية خلال الموسم الجامعي 2023/2022 ، وأنها تتوفر على الشروط العلمية الأكاديمية والأسس المنهجية والجوانب الشكلية والموضوعية والتي تجعلها مؤهلة للعرض أمام لجنة المناقشة.

وعليه أجاز هذه المذكرة للإيداع لدى أمانة القسم

تبسة في: 2023/10/5

موقع الأستاذ المشرف

أ.د. بوجور



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People's Democratic Republic of Algeria
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
The Ministry of Higher Education and Scientific Research
جامعة العربي التبسي- تبسة
the university of Echahid Cheikh Larbi Tebessi University
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
faculty of humanities and social sciences



قسم علوم الاعلام والاتصال

تصريح شرفي

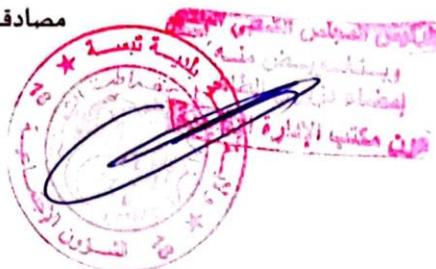
يتضمن الالتزام بالأمانة العلمية لانجاز البحوث

ملحق القرار رقم 933 المؤرخ في 20/07/2016

أنا الموقع أدناه، الطالب(ة): بيلامي، نذير رقم التسجيل: 34013786
صاحب بطاقة التعريف رقم: 16558088 المؤرخة في: 11-11-2019
الصادر عن بلدية / دائرة: تبسة / تبسة
والمسجل في ماستر: التمهيد / تمهيد خلال السنة الجامعية: 2023 / 2022
والمكلف بإنجاز مذكرة ماستر بعنوان: القضية الفلسطينية على شتى
الطرق تربيت عبر مراقبة التواصل الاجتماعي دراسة ميدانية
على عينه من الشارح الجزائري
تحت إشراف الأستاذ(ة): المرحوم بظهور
أصرح بشرفي أنني التزمت بالمعايير العلمية والمنهجية والأخلاقية المطلوبة في إنجاز البحوث
الأكاديمية وفقا لما نص عليه القرار رقم 933 المؤرخ في 20/07/2016 المحدد للقواعد المتعلقة
بالوقاية من السرقة العلمية ومكافحتها، وأتحمل أي مخالفة لهذا القرار وكل ما يترتب عنه
من عقوب قانونية.

تبسة في: 22/4/2018

مصادقة البلدية



28 ماي 2018

توقيع المعني





الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People's Democratic Republic of Algeria
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
The Ministry of Higher Education and Scientific Research
جامعة العربي التبسي - تبسة
the university of Echahid Cheikh Larbi Tebessi University
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
faculty of humanities and social sciences



قسم علوم الاعلام والاتصال

تصريح شرفي

يتضمن الإلتزام بالأمانة العلمية لانجاز البحوث

ملحق القرار رقم 933 المؤرخ في 20/07/2016

أنا الموقع أدناه، الطالب(ة): خديجة كهنون رقم التسجيل: 3404 38 04
صاحب بطاقة التعريف رقم: 1800 88 196 المؤرخة في: 03 18 2021
الصادر عن بلدية / دائرة: تبسة تبسة
والمسجل في ماستر: اتصال تنظيمي خلال السنة الجامعية: 2023 / 2022
والمكلف بإنجاز مذكرة ماستر بعنوان: آثار التغيير الفلسفي على تسميته
الحوث تربيت عم حو اقع التواصل الإصطحابي دراسة ميدانية على
عينته عند المشاس الجزائرية
تحت إشراف الأستاذ(ة): المعلم بطونة
أصرح بشرفي أنني إلتزمت بالمعايير العلمية والمنهجية والأخلاقية المطلوبة في إنجاز البحوث
الأكاديمية وفقا لما نص عليه القرار رقم 933 المؤرخ في 20/07/2016 المحدد للقواعد المتعلقة
بالوقاية من السرقة العلمية ومكافحتها، وأنحمل أي مخالفة لهذا القرار وكل ما يترتب عنه
من عواقب قانونية.

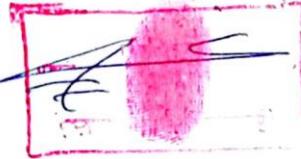
تبسة في: 28/06/2023

28 28 28

مصادقة البلدية



توقيع المعني



ملخص الدراسة:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على المؤثرين والتعرف على مدى تأثير شعبيتهم بالقضية الفلسطينية. تنبع أهميتها من دور المؤثرين الذي بات لا يُهمل في نشر الوعي حول القضية الفلسطينية إذ تتساءل الدراسة عن أثر القضية الفلسطينية على شعبية المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟ مصحوبة بمجموعة من التساؤلات الفرعية تتعلق بكيفية تأثير القضية الفلسطينية على عادات وأنماط استخدام الشباب الجزائري لمواقع التواصل الاجتماعي؟ وما هي الدوافع وراء تعرضهم لمحتوى المؤثرين المتعلق بالقضية؟ وما الإشباع التي يحققونها من هذه المحتويات؟ وكيف يؤثر ذلك على تغيير سلوكيات الشباب الجزائري؟ للإجابة على هذه التساؤلات اعتمدت الدراسة على نظرية الاستخدامات والإشباع للتحليل واستخدمت المنهج الوصفي كما اعتمدت على الملاحظة واستمارة استبيان في جمع البيانات من عينة قوامها 385 مفردة من الشباب الجزائري بناءً على تقسيم عرضي وقسم البحث إلى ثلاثة فصول تضمنت إجابات الأسئلة المطروحة، وفي نهاية الدراسة توصلنا إلى جملة من النتائج أبرزها أن المؤثرين كان لهم دور بارز في تزويد الشباب الجزائري بالمعلومات والتحليلات الدقيقة حول القضية الفلسطينية ما أدى إلى زيادة متابعتهم كما أن موقف المؤثرين من القضية الفلسطينية يعد عامل مهم في زيادة شعبيتهم وتأثيرهم على الشباب الجزائري عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

الكلمات المفتاحية: المؤثرين، القضية الفلسطينية، مواقع التواصل الاجتماعي.

Abstract

This study aims to identify influencers and the extent to which their popularity is influenced by the Palestinian cause. Its importance stems from the role of influencers, which has become negligible in spreading awareness about the Palestinian issue. Does the study question the impact of the Palestinian issue on influencers' popularity on social media? Accompanied by a series of sub-questions on how the Palestinian issue affects the habits and patterns of Algerian youth's use of social media sites? What are the motives behind their exposure to influencers' content related to the case? And what satisfaction do they achieve from these contents? How does this affect changing attitudes of Algerian youth? On these questions, the study relied on the theory of uses and satiety for analysis. It used the descriptive approach. It also relied on the observation and questionnaire form to collect data from a sample of 385 individuals from Algerian youth based on an accidental division and the research section into three chapters. The answers to the questions asked and at the end of the study reached a number of findings.

Keywords: influencers, Palestinian cause, social media sites.