

بسم الله الرحمن الرحيم



كلية الدراسات العليا والبحث العلمي  
برنامج الصحافة والإعلام

---

دراسة بعنوان

دور صناع المحتوى في إنكاء الروح الوطنية والنضالية لدى الشباب الفلسطيني على مواقع  
التواصل الاجتماعي

**The role of content creators in fostering national and resilience spirit  
among Palestinian youth on social media platforms**

إعداد

مروة مروان البكري

إشراف

الدكتور: سعيد شاهين

---

قدمت هذه الدراسة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في  
برنامج الصحافة والإعلام بكلية الدراسات العليا والبحث العلمي في جامعة  
الخليل-فلسطين

2024

## إجازة الرسالة

### المعونة ب:

دور صناع المحتوى في إذكاء الروح الوطنية والنضالية لدى الشباب الفلسطيني على مواقع التواصل الاجتماعي.

### إعداد الطالبة

مروة مروان عبد الحكم البكري

إشراف

د. سعيد شاهين

نوقشت هذه الرسالة يوم الأحد الموافق 2024/05/12 وأجيزت من أعضاء لجنة المناقشة الآتية  
أسماءهم:

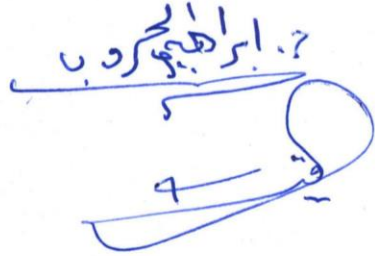
التوقيع

أعضاء اللجنة



مشرفاً ورئيساً

د. سعيد شاهين



ممتحننا خارجياً

د. ابراهيم الحروب

ممتحننا داخلياً

د. قيس ابو عياش

الخليل- فلسطين

2024-1445م

## الإهداء

بفخر وامتنان، أهدي رسالتي هذه لأحبائي الأعزاء، أبي وأمي، اللذين كانا داعمين لي  
ومصدراً لقوتي وإلهامي طوال الطريق.

وإلى زوجي الرائع نشأت الكركي، الذي شاركني كل لحظات الصّعب والفرح، وكان داعماً  
ومحفزاً في كل مرحلة من مراحل رحلتي العلمية.

ولأطفالي الأعزاء، وليد ويزيد ووجد، الذين كانوا سبباً في بذل هذا الجهد والعطاء ... أتمنى  
لكم النجاح والتفوق دائماً

كما أهديها إلى والد ووالدة زوجي، اللذين أعزهما وأحترمهما، وبفضل دعمهما اللامحدود  
ومحبتهما الصادقة، تمكنت من تحقيق هذا الإنجاز.

كما أهدي رسالتي هذه إلى جامعتي العزيزة، جامعة الخليل، التي مكنتني من تحقيق أحلامي  
وتحقيق أهدافي العلمية.

ولكل الأهل والأصدقاء ...

ولكل من يقرأ هذه الرسالة ...

الباحثة ...

## الشكر والتقدير

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات

والصلاة والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين

يسرني أن أتقدم بالشكر الجزيل

إلى كل من ساهم بجهوده ودعمه في إنجاح هذه الرسالة العلمية

ولكل من شاركني معرفته وخبرته، وقدم لي النصائح القيمة والإرشادات الهامة.

كما أود أن أعبر عن امتناني الخاص لمشرفي ...

الدكتور سعيد شاهين

الذي لم يدخر جهداً في توجيهي ودعمي خلال كل مراحل هذه الرحلة العلمية، وبفضل توجيهاته وتشجيعه المستمر، تمكنت من تحقيق أهدافي البحثية وإتمام هذه الرسالة بنجاح.

والشكر موصول إلى أساتذتي الأفاضل في الأردن الشقيق ...

الدكتور علي منعم القضاة ... والدكتور زهير الطاهات ... والدكتور محمد حابس.

الذين قدموا يد العون والمساعدة لي وبذلوا جهداً كبيراً في وتوجيهي أثناء مراحل دراستي

وفي إعداد هذا العمل المتواضع

الشكر لكم جميعاً

## قائمة المحتويات

أ.....	الإهداء
ب.....	الشكر والتقدير
ج.....	قائمة المحتويات
و.....	قائمة الجداول
ح.....	قائمة الأشكال
ح.....	قائمة الملاحق
ط.....	المخلص
ك.....	المخلص باللغة الإنجليزية (Abstract)

## 2 ..... الفصل الأول (خلفية الدراسة وأهميتها)

2.....	المقدمة
3.....	مشكلة الدراسة
4.....	أهمية الدراسة
5.....	أهداف الدراسة
6.....	تساؤلات الدراسة
7.....	فرضيات الدراسة
8.....	حدود الدراسة
8.....	مصطلحات الدراسة

## 12..... الفصل الثاني (الإطار النظري والدراسات السابقة)

12.....	أولاً: الإطار النظري
20.....	ثانياً: الدراسات السابقة
32.....	التعليق على الدراسات السابقة
34.....	ثالثاً: الإطار المعرفي

## 45..... الفصل الثالث (طريقة وإجراءات الدراسة)

45.....	مقدمة
45.....	نوع الدراسة ومنهجها
46.....	مجتمع الدراسة
47.....	عينة الدراسة
51.....	أدوات الدراسة
52.....	صدق البناء الإحصائي لأداة الاستبيان
53.....	ثبات أداة الدراسة
54.....	متغيرات الدراسة
55.....	نموذج الدراسة
55.....	محددات الدراسة
56.....	المعالجة الإحصائية
57.....	تصحيح المقياس

## 59..... الفصل الرابع (تحليل نتائج الدراسة)

59.....	مقدمة
59.....	أ) النتائج المتعلقة بتحليل المضمون (صحيفة الاستقصاء)
59.....	النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الأول
61.....	النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الثاني
62.....	النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الثالث
63.....	النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الرابع
64.....	النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الخامس
65.....	ب) النتائج المتعلقة بالإجابة عن أسئلة الاستبانة
65.....	النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال السادس
68.....	النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال السابع
70.....	النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الثامن
71.....	النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال التاسع
74.....	النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال العاشر

## 83..... الفصل الخامس (مناقشة النتائج والتوصيات)

83.....	أولاً: مناقشة النتائج
83.....	أ) مناقشة النتائج المتعلقة بتحليل المضمون
90.....	ب) مناقشة النتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة
101.....	ثانياً: الخلاصة
105.....	ثالثاً: التوصيات
106.....	المصادر والمراجع
106.....	المصادر والمراجع العربية
113.....	المصادر والمراجع الأجنبية
114.....	الملاحق

## قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
48	جدولة الأسبوع الصناعي	1.3
50	توزيع أفراد العينة حسب المتغيرات الديموغرافية (النوع الاجتماعي، العمر، المستوى التعليمي)	2.3
52	نتائج معامل الارتباط بيرسون (Pearson Correlation) بين فقرات الدراسة في محاورها مع الدرجة الكلية لها في كل محور	3.3
53	معامل الاتساق الداخلي (كرونباخ ألفا Cronbach's Alpha) بين فقرات الدراسة في كل محور من محاورها	4.3
56	تحويل الإجابات اللفظية وفقاً لمقياسي ليكرت الثلاثي والخماسي إلى إجابات رقمية	5.3
57	مفاتيح المتوسطات الحسابية	6.3
59	الأعداد والنسب المئوية حول المواضيع التي يتحدث عنها صناع المحتوى الفلسطيني عبر مواقع التواصل الاجتماعي	1.4
61	الأعداد والنسب المئوية حول الأشكال التي يستخدمها صناع المحتوى الفلسطيني في طرح أفكارهم	2.4
62	الأعداد والنسب المئوية حول الأساليب التي يستخدمها صناع المحتوى الفلسطيني لعرض المواضيع والأفكار	3.4
63	الأعداد والنسب المئوية حول المصادر التي يعتمد عليها صناع المحتوى الفلسطيني في إنتاج محتوياتهم الرقمية	4.4
64	الأعداد والنسب المئوية حول اللغة التي يستخدمها صناع المحتوى الفلسطيني	5.4
65	الأعداد والنسب المئوية حول واقع استخدام المنصتين الاجتماعيتين (الفيسبوك والانستغرام) من قبل الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل لمتابعة صناع المحتوى وحسب المتغيرات الديموغرافية	6.4
66	الأعداد والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية حول عدد الساعات التي يستغرقها الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل يومياً في متابعة صناع المحتوى عبر موقعي الفيسبوك والانستغرام	7.4
68	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدرجات الاستجابة حول دوافع المتابعة لصناع المحتوى الفلسطيني وأسباب الاعتماد عليهم كمصدر للمعلومات لدى الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل مرتبة حسب الأهمية	8.4
70	الأعداد والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية حول درجة اعتماد الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل على صناع المحتوى كمصدر للمعلومات	9.4
71	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدرجات الاستجابة حول دور صناع المحتوى في إنكاء الروح الوطنية والنضالية لدى الشباب الفلسطيني على مواقع التواصل الاجتماعي من حيث	10.4



الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
	(الاشباعات المتحققة لديهم، والآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة، والانعكاسات على القيم الوطنية والنضالية لديهم) مرتبة حسب الأهمية	
75	نتائج اختبار ت للعينات المستقلة (T-test) للفروق في دور صناع المحتوى في إنكاء الروح الوطنية والنضالية لدى الشباب الفلسطيني على مواقع التواصل الاجتماعي من حيث (الاشباعات المتحققة لديهم، والآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة، والانعكاسات على القيم الوطنية والنضالية لديهم) تعزى لمتغير النوع الاجتماعي	11.4
76	نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) للفروق في دور صناع المحتوى في إنكاء الروح الوطنية والنضالية لدى الشباب الفلسطيني على مواقع التواصل الاجتماعي من حيث (الاشباعات المتحققة لديهم، والآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة، والانعكاسات على القيم الوطنية والنضالية لديهم) تعزى لمتغير العمر	12.4
79	نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) للفروق في دور صناع المحتوى في إنكاء الروح الوطنية والنضالية لدى الشباب الفلسطيني على مواقع التواصل الاجتماعي من حيث (الاشباعات المتحققة لديهم، والآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة، والانعكاسات على القيم الوطنية والنضالية لديهم) تعزى لمتغير المستوى التعليمي	13.4
80	نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) للفروق في دور صناع المحتوى في إنكاء الروح الوطنية والنضالية لدى الشباب الفلسطيني على مواقع التواصل الاجتماعي من حيث (الاشباعات المتحققة لديهم، والآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة، والانعكاسات على القيم الوطنية والنضالية لديهم) تعزى لمتغير عدد ساعات المتابعة اليومية	14.4

## قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
55	انموذج الدراسة	1.3
67	الأعداد التي تمثل استجابات أفراد العينة حول طبيعة تفاعل الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل مع منشورات صناعات المحتوى المتعلقة بفلسطين والقضية الفلسطينية	1.4
78	المتوسطات الحسابية لدرجات الاستجابة حول (انعكاسات أنشطة صناعات المحتوى على القيم الوطنية والنضالية لدى الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل) تعزى لمتغير العمر	2.4
81	المتوسطات الحسابية لدرجات الاستجابة حول دور صناعات المحتوى في إذكاء الروح الوطنية والنضالية لدى الشباب الفلسطيني على مواقع التواصل الاجتماعي من حيث (الاشباع المتحققة لديهم، والآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة، والانعكاسات على القيم الوطنية والنضالية لديهم) تعزى لمتغير عدد ساعات المتابعة اليومية	3.4

## قائمة الملاحق

- ملحق رقم (1): أعضاء لجنة تحكيم أدوات الدراسة ..... 115
- ملحق رقم (2): أداة تحليل المضمون ..... 116
- ملحق رقم (3): أداة الاستبانة ..... 118

---

## دور صناع المحتوى في إنكاء الروح الوطنية والنضالية لدى الشباب الفلسطيني على مواقع التواصل الاجتماعي

### المخلص

هدفت الدراسة التعرف إلى دور صناع المحتوى في إنكاء الروح الوطنية والنضالية لدى الشباب الفلسطيني على مواقع التواصل الاجتماعي، وتتتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية المسحية حيث استخدمت الباحثة أسلوبين، أولاً أسلوب الدراسات المسحية بطريقة تحليل المضمون، ثانياً الأسلوب الوصفي التحليلي عبر المسح بأداة الاستبانة، وذلك بالاستناد إلى نظريتي الاستخدامات والاشباع، والاعتماد على وسائل الاعلام.

بلغت العينة الخاصة بأداة تحليل المضمون تحليل خمس صفحات شخصية لنشطاء من صناع المحتوى الفلسطيني على الفيسبوك والانستغرام، وتم اختيارهم باستخدام العينة العمدية، أو القصدية على اعتبار أنها تحقق أهداف الدراسة، بعد ذلك اختارت الباحثة عينة مما ينشره هؤلاء بطريقة الأسبوع الصناعي، أما العينة الخاصة بأداة الاستبانة فقد بلغت 298 مفردة من الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل الذين يتابعون صفحات صناع المحتوى على الفيسبوك والانستغرام، تم اختيارهم بأسلوب العينة المتاحة حيث تم توزيع الاستبانة إلكترونياً.

وقد أشارت أهم النتائج التي وردت في الدراسة، إلى أن أعلى نسبة للمواضيع التي يتحدث عنها صناع المحتوى في الشأن الفلسطيني هي معاناة الفلسطينيين من الاحتلال والنزوح والدمار بنسبة 19.15%، كما أشارت النتائج أن درجة اعتماد الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل على صناع المحتوى كمصدر للمعلومات كانت متوسطة، وأن أبرز أسباب هذا الاعتماد هو (لأن صناع المحتوى أصبحوا وسيلة لتوثيق الأحداث والانتهاكات التي تحدث في فلسطين من خلال نشر الفيديوهات والصور والتقارير على الإنترنت)، وأن أبرز دوافع متابعة الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل لصناع المحتوى هو (أنهم يرون أن صناع المحتوى الفلسطيني يعكسون هويتهم الثقافية والوطنية، ويعززون انتمائهم لوطنهم فلسطين)، وأن أبرز الإشباع المتحققة من المتابعة هو (الحصول على معلومات أكثر عن وطنهم فلسطين وفهم لعدد من

القضايا المختلفة)، يليها (زيادة الشعور بالانتماء والولاء للوطن)، أما بالنسبة للنتائج المتعلقة بأبرز الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن اعتماد الشباب الفلسطيني في الخليل على صناعات المحتوى كمصدر للمعلومات فقد كانت (أنها تزيد لدى الشباب الفلسطيني مشاعر حب الوطن والولاء والانتماء إليه والرغبة في الدفاع عنه).

#### الكلمات المفتاحية:

صناعات المحتوى، الروح الوطنية والنضالية، الشباب الفلسطيني، مواقع التواصل الاجتماعي

## **Abstract**

The study aimed to investigate the role of content creators in enhancing the nationalistic and activist spirit among Palestinian youth on social media platforms. This study falls under descriptive survey research, utilizing two methods: content analysis and descriptive analytical method using survey tools. The theoretical frameworks of Uses and Gratifications theory and media dependency were employed. The content analysis sample included the analysis of five personal pages of Palestinian content creators on Facebook and Instagram, selected purposively to meet the study's objectives. Subsequently, a sample of Palestinian youth in Hebron, totaling 298 respondents who follow content creators on Facebook and Instagram, was surveyed using convenience sampling, with the questionnaire distributed electronically.

Key findings of the study indicated that the highest percentage of topics addressed by content creators regarding the Palestinian cause was the suffering of Palestinians under occupation, displacement, and destruction, at 19.15%. The results also showed that the level of reliance of Palestinian youth in Hebron on content creators as a source of information was moderate. The primary reason for this reliance was that content creators have become a means of documenting events and violations in Palestine by sharing videos, images, and reports online. The main motivations for Palestinian youth in Hebron to follow content creators were that they perceive them as reflecting their cultural and national identity, thus reinforcing their affiliation to Palestine. The main gratifications achieved from following these creators were obtaining more information about their homeland and understanding various issues, followed by an increased sense of belonging and loyalty to their country.

**Keywords: Content creators, national and militant values, Palestinian youth, social media platforms.**

# الفصل الأول

## الإطار العام للدراسة

---

- المقدمة
- مشكلة الدراسة وتساؤلاتها
- أهداف الدراسة
- أهمية الدراسة
- حدود الدراسة
- مصطلحات الدراسة

## الفصل الأول (خلفية الدراسة وأهميتها)

### المقدمة

في زمن تقني يتسم بانتشار واسع لوسائل الإعلام الرقمية وشبكات التواصل الاجتماعي، أصبحت هذه الوسائل ليست فقط وسيلة للترفيه والتواصل الاجتماعي، بل أيضا أداة قوية لنقل الرسائل وتشكيل الفكر والثقافة. "فقد أكدت دراسات أن شبكات التواصل الاجتماعي تساعد الشباب على إشباع الحاجات الاندماجية والوجدانية كونها أدوات تتيح لهم ممارسة ما يشعرون به، وأنها غيرت من طبيعة العلاقة التي تربطهم مع أصدقائهم وعائلاتهم وزملائهم وهي فرصة لإنشاء الهوية الافتراضية" (الشيداني، 2023).

ظهر عبر هذه الشبكات من يطلق عليهم بصناع المحتوى، الذين أظهروا قدرتهم على نشر الأفكار والقيم، مما يؤثر على فهم الشباب وتشكيل تصوراتهم حول العالم وقضاياه المختلفة، بما في ذلك قضايا الوطن والهوية والنضال الوطني.

برز دور هؤلاء في فلسطين فهي جزء لا يتجزأ من هذا السياق الرقمي المتطور، "حيث يلعب الشباب الفلسطيني دورا في استغلال التكنولوجيا بشكل فعال، ومع توسع استخدام الشبكة العنكبوتية «الانترنت» وتنوع وسائل التواصل والمنصات الرقمية على مستوى العالم، أخذ الفلسطينيون يدرسون ويستوعبون أهمية «شبكات التواصل الاجتماعي» في دعم قضيتهم ومسيرتهم التحررية، وفي مد جسور من التواصل مع العالم لتحديد موقعهم من الإعراب على خارطة العالم" (عوكل، 2021).

ومن هنا تأتي أهمية استكشاف وتحليل كيف يلعب صناع المحتوى دورا في إنكاء الروح الوطنية والنضالية بين الشباب الفلسطيني، وكيف يتشكل ويتطور تصورهم للوطن وللنضال الوطني من خلال التفاعل مع هذا المحتوى.

في هذا السياق، تتجلى معركة طوفان الأقصى كمثال حي لمدى تأثير صانعي المحتوى على الوعي الوطني لمتابعيهم، حيث يقوم هؤلاء بتسليط الضوء على الأحداث الجارية في الصراع الفلسطيني والإسرائيلي، من أجل إظهار الحقيقة والتعبير عن هموم الشعب، وهو ما يمكن أن يسهم في تشكيل قيم الشباب الفلسطيني الوطنية والنضالية.

لذلك جاءت هذه الدراسة لمعرفة كيف يؤثر النشاط الرقمي لصناع المحتوى على وعي الشباب الفلسطيني بقضايا الوطن والنضال؟ وكيف يتم تشكيل قيمهم الوطنية والنضالية عبر هذه الساحة الرقمية؟ وهل يمكن أن يكون لهذا التأثير تأثير إيجابي أو سلبي على فهمهم لهويتهم الوطنية ودورهم في النضال من أجل العدالة والحرية؟

### مشكلة الدراسة

تركز الدراسة على دور صناع المحتوى في إنكاء الروح الوطنية والنضالية لدى الشباب الفلسطيني على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تناولت جانبا آخر للدور الذي يمكن أن يلعبه صانع المحتوى، وهو جانب التأثير على القيم الوطنية والنضالية لدى الشباب الفلسطيني.

وتضاف إلى هذه المشكلة الأحداث الجارية في فلسطين (معركة طوفان الأقصى)، التي أظهرت صناع محتوى فلسطينيين عبر شبكات التواصل الاجتماعي، قاموا بنقل الأحداث وتسليط الضوء على الانتهاكات الإسرائيلية في فلسطين سواء في الضفة أو غزة، وقدموا تغطية حية للمعركة، ونقلوا اللحظات الحاسمة والتفاصيل المهمة عبر مواقع، مثل: فيسبوك، وإنستغرام.

بالتالي، تحاول هذه الدراسة فهم الدور الذي قد يمارسه صناع المحتوى في تشكيل قيم واعتقادات الشباب الفلسطيني في فترة الحروب والأزمات، وكيف يمكن لأحداث، مثل: معركة طوفان الأقصى أن تلعب دورا محوريا في هذا السياق.



## أهمية الدراسة

تأتي أهمية الدراسة من أهمية الموضوع الذي تتناوله، ويمكن تحديد الأهمية كما يلي:

### • الأهمية النظرية

1- أفرزت مواقع التواصل الاجتماعي ظواهر جديدة لم نكن نعهدها سابقا ومنها ظاهرة صناع المحتوى التي تعتبر نقلة جديدة في عالم الاتصال، وهذا يستدعي إجراء دراسات تناقش هذه الظاهرة وتأثيراتها.

2- من شأن هذه الدراسة أن تقدم توضيحا لدور صناع المحتوى في تنمية القيم الوطنية والنضالية لدى المجتمع، خاصة خلال أحداث معينة، وتقديم دلالات علمية عن الأساليب التي يستخدمها هؤلاء في نشر القيم الوطنية والنضالية في المجتمع، وأهمية موضوع هذه القيم التي تتجسد فيها مفاهيم الانتماء والولاء والدفاع عن الوطن.

3- ندرة الدراسات الفلسطينية التي تناولت موضوع صناع المحتوى الفلسطيني وتأثيرهم على القيم الوطنية والنضالية لدى الشباب.

### • الأهمية التطبيقية

1- تأتي الأهمية التطبيقية للدراسة في أن نتائجها سيستفيد منها الباحثون الآخرون في هذا المجال، لا سيما وأن موضوعها حديث العهد كون صناعة المحتوى ظاهرة حديثة الانتشار في المجتمع الفلسطيني، كما وتثري هذه الدراسة المكتبة الإعلامية بأبحاث مهمة يمكن الاستفادة منها مستقبلا.

2- الموضوع يلامس الواقع المعاش، وهذا ملاحظ من تزايد أعداد صناع المحتوى يوما بعد يوم، لذلك تتبع أهمية هذه الدراسة من أهمية الدور الذي يقوم به صناع المحتوى في التأثير على الأفراد وتغيير اتجاهاتهم وسلوكياتهم نحو القضايا المختلفة، وتختص هذه الدراسة في دراسة ظاهرة التأثير على الجانب الوطني والنضالي، لذا من المهم معرفة كيف يؤثر صناع المحتوى في الأفراد وتحديدًا الشباب.

3- ستقدم الدراسة إضافة نوعية للباحثين، كونها من الدراسات الحديثة في مجال صناعة المحتوى الرقمي وتأثيره على ناحية جديدة لم تتطرق لها الدراسات السابقة وفق مطالعة الباحثة وهي القيم الوطنية والنضالية.

4- قد تساعد المتخصصين في هذه المجالات، على تقديم المساعدة الممكنة، وتوجيه الشباب نحو الاستخدام الإيجابي في صناعة المحتوى الرقمي وإدراك دوره في عملية النضال ضد المحتل.

### أهداف الدراسة

هدفت الدراسة التعرف إلى دور صناع المحتوى في إنكاء الروح الوطنية والنضالية لدى الشباب الفلسطيني على مواقع التواصل الاجتماعي، من خلال:

- 1- معرفة أبرز المواضيع التي يتحدث عنها صناع المحتوى الفلسطيني عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- 2- تحليل الأشكال التي يستخدمها صناع المحتوى الفلسطيني في طرح أفكارهم.
- 3- دراسة الأساليب التي يستخدمها صناع المحتوى الفلسطيني لعرض المواضيع والأفكار.
- 4- فحص المصادر التي يعتمد عليها صناع المحتوى الفلسطيني في إنتاج محتوياتهم الرقمية.
- 5- معرفة اللغة التي يستخدمها صناع المحتوى الفلسطيني.
- 6- استكشاف عادات وأنماط تعرّض الشباب الفلسطيني لصناع المحتوى.
- 7- تحليل دوافع متابعة الشباب الفلسطيني لصناع المحتوى، وأسباب الاعتماد عليهم كمصدر للمعلومات.
- 8- معرفة درجة اعتماد الشباب الفلسطيني على صناع المحتوى كمصدر للمعلومات.
- 9- دراسة دور صناع المحتوى في إنكاء الروح الوطنية والنضالية لدى الشباب الفلسطيني على مواقع التواصل الاجتماعي من حيث (الاشباعات المتحققة لديهم، والآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة، والانعكاسات على القيم الوطنية والنضالية لديهم).

10- معرفة دلالة الاختلاف في دور صناع المحتوى في إذكاء الروح الوطنية والنضالية لدى الشباب الفلسطيني على مواقع التواصل الاجتماعي من حيث (الإشباع المتحققة، والآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة، والانعكاسات على القيم الوطنية والنضالية لديهم) باختلاف متغيرات (النوع الاجتماعي، العمر، المستوى التعليمي، عدد ساعات المتابعة يومياً).

### تساؤلات الدراسة

- 1- ما أبرز المواضيع التي يتحدث عنها صناع المحتوى الفلسطيني عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
- 2- ما الأشكال التي يستخدمها صناع المحتوى الفلسطيني في طرح أفكارهم؟
- 3- ما الأساليب التي يستخدمها صناع المحتوى الفلسطيني لعرض المواضيع والأفكار؟
- 4- ما المصادر التي يعتمد عليها صناع المحتوى الفلسطيني في إنتاج محتوياتهم الرقمية؟
- 5- ما اللغة التي يستخدمها صناع المحتوى الفلسطيني؟
- 6- ما عادات وأنماط تعرّض الشباب الفلسطيني لصناع المحتوى؟
- 7- ما دوافع متابعة الشباب الفلسطيني لصناع المحتوى، وأسباب الاعتماد عليهم كمصدر للمعلومات؟
- 8- ما درجة اعتماد الشباب الفلسطيني على صناع المحتوى كمصدر للمعلومات؟
- 9- ما دور صناع المحتوى في إذكاء الروح الوطنية والنضالية لدى الشباب الفلسطيني على مواقع التواصل الاجتماعي من حيث (الإشباع المتحققة لديهم، والآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة، والانعكاسات على القيم الوطنية والنضالية لديهم)؟

10- هل يختلف دور صناع المحتوى في إذكاء الروح الوطنية والنضالية لدى الشباب الفلسطيني على مواقع التواصل الاجتماعي من حيث (الإشباع المتحققة، والآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة، والانعكاسات على القيم الوطنية والنضالية لديهم) باختلاف متغيرات (النوع الاجتماعي، العمر، المستوى التعليمي، عدد ساعات المتابعة يومياً)؟

## فرضيات الدراسة

1- لا توجد فروق دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $0.05 \geq \alpha$ ) في دور صناع المحتوى في إذكاء الروح الوطنية والنضالية لدى الشباب الفلسطيني على مواقع التواصل الاجتماعي من حيث (الإشباع المتحققة، والآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة، والانعكاسات على القيم الوطنية والنضالية لديهم) باختلاف متغير (النوع الاجتماعي).

2- لا توجد فروق دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $0.05 \geq \alpha$ ) في دور صناع المحتوى في إذكاء الروح الوطنية والنضالية لدى الشباب الفلسطيني على مواقع التواصل الاجتماعي من حيث (الإشباع المتحققة، والآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة، والانعكاسات على القيم الوطنية والنضالية لديهم) باختلاف متغير (العمر).

3- لا توجد فروق دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $0.05 \geq \alpha$ ) في دور صناع المحتوى في إذكاء الروح الوطنية والنضالية لدى الشباب الفلسطيني على مواقع التواصل الاجتماعي من حيث (الإشباع المتحققة، والآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة، والانعكاسات على القيم الوطنية والنضالية لديهم) باختلاف متغير (المستوى التعليمي)

4- لا توجد فروق دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $0.05 \geq \alpha$ ) في دور صناع المحتوى في إذكاء الروح الوطنية والنضالية لدى الشباب الفلسطيني على مواقع التواصل الاجتماعي من حيث (الإشباع المتحققة، والآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة، والانعكاسات على القيم الوطنية والنضالية لديهم) باختلاف متغير (عدد ساعات المتابعة يومياً).

## حدود الدراسة

- **الحدود الموضوعية:** دور صناع المحتوى في إذكاء الروح الوطنية والنضالية لدى الشباب الفلسطيني على مواقع التواصل الاجتماعي
- **الحدود المكانية:** تتمثل حدود الدراسة المكانية في فلسطين تحديداً في الضفة الغربية في مدينة الخليل.
- **الحدود الزمانية:** سيتم إجراء هذه الدراسة في العام الدراسي 2023-2024
- **الحدود البشرية:** الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل.

## مصطلحات الدراسة

**صناع المحتوى:** هو مصطلح واسع يصف شخصا ينتج شكلا من أشكال المحتوى الرقمي بما في ذلك منشورات المدونات ومقاطع الفيديو والصور الفوتوغرافية وقد وردت العديد من التعاريف منها: هم أشخاص متحمسون يصنعون محتوى عالي الجودة وقابل للتمرير ليبرز في ملفات شبكات التواصل الاجتماعي، ويمكن لأي شخص يضيف محتوى فريداً إلى شبكات التواصل الاجتماعي أن يكون صانع محتوى مثل مقاطع فيديو على اليوتيوب، والتيك توك، والانستغرام، ومنشورات المدونات، والخيارات لا حصر لها في نشر المحتوى (شيهب، 2023).

**إجرائياً:** هم النشطاء الفلسطينيون الذين يصنعون محتوى رقمياً يتحدثون فيه عن فلسطين والقضية الفلسطينية.

**إذكاء الروح الوطنية والنضالية:** تعني تعزيز وتنمية القيم والأفكار أو المفاهيم العامة أو التوجهات والمبادئ تجاه الوطن، وهي معاني الحرية والعدالة والتسامح والكرامة والتضحية والمروءة والأصالة والحدثة والإرادة والريادة (القرعان، 2010).

**إجرائيا:** هي كل ما يتحدث به صناع المحتوى عن فلسطين من معاني الوحدة الوطنية، والانتماء والحرية، والعدالة، والكرامة الإنسانية، بالإضافة إلى الاستقلال والتخلص من الاستعمار، وتحسين الظروف المعيشية، والتضحية من أجل فلسطين.

**الشباب الفلسطيني:** تعتبر فئة الشباب هي الفئة الأكثر تأثيرا في المجتمع الفلسطيني، والقوة الكامنة القادرة على صنع التغيير وبناء المستقبل، إذ يشكلون المورد الوحيد والاستثمار الحقيقي للشعب الفلسطيني (جلس، 2018).

**إجرائيا:** مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي، والمتابعون لصفحات صناع المحتوى.

**طوفان الأقصى:** عملية شنتها المقاومة الفلسطينية في قطاع غزة على إسرائيل فجر يوم السبت 7 أكتوبر/ تشرين الأول 2023، وشملت هجوما بریا وبحريا وجويا وتسلا للماومين إلى عدة مستوطنات في غلاف غزة (الجزيرة، 2023).

**إجرائيا:** مجريات المعركة وما يقع من أحداث في غزة والضفة حيث يقوم صناع المحتوى بنشر وتداول ما يجري عبر صفحاتهم الشخصية على مواقع التواصل الاجتماعي.

**الاستخدامات والإشباعات:** الاستخدام يعني أن الجمهور يلعب دورا فعالا في استخدام الوسائل الإعلامية، حيث يتفاعل معها ويختار كيفية استخدامها وفقا لاحتياجاته ورغباته، أما الإشباع يمثل النتائج أو الردود التي يتلقاها الجمهور من استخدامهم للوسائل الإعلامية، حيث يبحثون عن تلبية احتياجاتهم ورغباتهم من خلال التفاعل مع المحتوى الإعلامي واستيعابه بما يتماشى مع دوافعهم واهتماماتهم. (البشر، 2014، صفحة 133)

**إجرائيا:** يقصد به كيف يستخدم صناع المحتوى شبكات التواصل الاجتماعي من أجل تعزيز القيم الوطنية لدى الشباب الفلسطيني، وكيف يتفاعل الشباب مع هؤلاء، وما الحاجات التي يلبونها من خلال هذا الاستخدام أو التفاعل.

الاعتماد على وسائل الإعلام: يقصد بذلك تفسير لماذا يكون لوسائل الاتصال الجماهيرية أحياناً تأثيرات قوية وأحياناً أخرى تأثيرات غير مباشرة وضعيفة نوعاً ما، لذلك فإن أي رسالة يتلقاها الجمهور من وسائل الإعلام قد يكون لها نتائج مختلفة اعتماداً على خبراتنا السابقة حول الموضوع، وتأثير الظروف الاجتماعية المحيطة بالفرد. (كافي، 2015، صفحة 225)

إجرائياً: يقصد به أن الشباب الفلسطيني يعتمد على صناعات المحتوى من أجل الحصول على المعلومات وبالتالي المراد هو فهم كيف يتعامل الشباب الفلسطيني مع المحتوى الرقمي؟، وهل يعتمدون عليه كمصدر لمعلوماتهم، وما الآثار الناتجة عن هذا التعرض؟

## الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة



## الفصل الثاني (الإطار النظري والدراسات السابقة)

### أولاً: الإطار النظري

#### النظريات المستخدمة في الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على نظرية الاستخدامات والإشباع، ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

#### ❖ نظرية الاستخدامات والإشباع.

اعتمدت الدراسة على نظرية الاستخدامات والإشباع، وتهتم هذه النظرية بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، فخلال عقد الأربعينات من القرن العشرين، أدى إدراك عواقب الفروق الفردية، والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام، إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام (مكاوي، العبد، 2007، صفحة 362).

على الرغم من أن الباحثين قد أسسوا لعلاقة تفاعلية جديدة بين الجمهور ووسائل الإعلام، إلا أن نظرية الاستخدامات والإشباع تبدو أكثر نظريات التأثير الإعلامي رسوخاً في عصر الإعلام الجديد والإنترنت، تضمنت هذه النظرية العناصر الأساسية التي شكلت أساس الدراسات الإعلامية الحديثة (البشر، 2014، صفحة 133):

1- الاستخدام: يعني أن الجمهور يلعب دوراً فعالاً في استخدام الوسائل الإعلامية، حيث يتفاعل معها ويختار كيفية استخدامها وفقاً لاحتياجاته ورغباته.

2- الفروق الفردية: تشير إلى الاختلافات الشخصية بين أفراد الجمهور، مثل العمر، والجنس، والخلفية الاجتماعية، والتعليم، والتي تؤثر في تفضيلاتهم الإعلامية واستجاباتهم للمحتوى الإعلامي.

3- الإشباع: تمثل النتائج أو الردود التي يتلقاها الجمهور من استخدامهم للوسائل الإعلامية، حيث يبحثون عن تلبية احتياجاتهم ورغباتهم من خلال التفاعل مع المحتوى الإعلامي واستيعابه بما يتماشى مع دوافعهم واهتماماتهم.

لقد حدد كاتز بناء على نظرية الاستخدامات والإشباع أربع وظائف رئيسية يمكن أن تخدم فيها الاتجاهات الشخصية لكل فرد، وبالتالي تؤثر على سلوكه (الحميد، 2004، الصفحات 276-277):

1. وظيفة المنفعة أو التكيف: وهذا يعني أن اتجاه الفرد نحو شيء ما يتحدد في إطار منفعته من هذا الشيء.

2. وظيفة الدفاع عن الذات: هذه الوظيفة تعكس اتجاه الفرد للدفاع عن الصور التي تم تشكيلها عن نفسه ورفض ما عداها، وتظهر هذه الوظيفة في سلوك الأقليات والتعصب.

3. وظيفة التعبير عن القيم: وذلك غالبا أن الفرد ما يشعر بالرضا عندما تعكس الاتجاهات القيم السائدة التي تمسك بها، ولهذا نرى قدرة وسائل الإعلام على دعم القيم السائدة، بالمقابل نجد ضعفها على تغيير الاتجاهات السائدة.

4. الوظيفة المعرفية: فالفرد في حاجة إلى المعرفة التي تساعد على بناء إدراكه وتشكيل المعاني ليتمكن من الفهم والتفسير.

**وبحسب دينيس ماكويل تستند هذه النظرية على الافتراضات التالية:**

1- أن أعضاء الجمهور فاعلون في عملية الاتصال، واستخدامهم لوسائل الإعلام يحقق لهم أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم.

2- الربط بين الرغبة في إشباع حاجات معينة، واختيار وسيلة إعلام محددة يرجع إلى الجمهور نفسه وتحدده الفروق الفردية.

3- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الوسائل والمضمون، وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد.

4- يكون الجمهور على علم بالفائدة التي تعود عليه، وبدوافعه واهتماماته، فهو يستطيع أن يمد الباحثين بصورة فعلية لاستخدامه لوسائل الإعلام.

5- الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال محتوى الرسائل التي تقدمها وسائل الاتصال.

**وتهدف هذه النظرية إلى (كافي، 2015 ، الصفحة 134):**

1- التعرف على كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستخدم الوسيلة التي تشبع حاجاته.

2- توضيح دوافع استخدام وسيلة بعينها، والتفاعل مع هذا الاستخدام.

3- التركيز على أن فهم الاتصال الجماهيري يأتي نتيجة لاستخدام وسائل التواصل الجماهيري.

**وبوجه عام فإن معظم دراسات الاتصال تقسم دوافع التعرض إلى:**

1. دوافع منفعية: تستهدف التعرف إلى الذات، واكتساب المعرفة والمعلومات، والخبرات.

2. دوافع طقوسية: تستهدف تضيبة الوقت والاسترخاء والصداقة والألفة مع الوسيلة والهروب من المشكلات.

**أما الإشباعات فيفرق لورانس وينر بين نوعين من الإشباعات (مكاوي، العبد، 2007، الصفحات 371-372):**

1. إشباعات المحتوى: وتنتج عن التعرض لمحتوى وسائل الإعلام وتنقسم إلى نوعين: إشباعات توجيهية تتمثل في مراقبة البيئة والحصول على المعلومات، والنوع الثاني إشباعات اجتماعية يقصد بها ربط المعلومات التي يحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية.

2. إشباعات العملية: تنتج عن عملية الاتصال والارتباط بوسيلة محددة، ولا ترتبط مباشرة بخصائص الرسائل، وتنقسم إلى نوعين: إشباعات شبه توجيهية تتحقق من خلال تخفيف الإحساس بالتوتر، والدفاع عن الذات، والنوع الثاني إشباعات شبه اجتماعية وتتحقق من خلال التوحد مع شخصيات ووسائل الإعلام وتزيد هذه الإشباعات مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية وزيادة شعوره بالعزلة.

هناك عدة إشباعات يحققها الجمهور المستخدم للإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي (ابتسام، 2016، صفحة 192):

1- استكشاف كل ما هو جديد: يشمل هذا النوع من الإشباع تلبية رغبة الجمهور في استكشاف المعلومات الجديدة، والاطلاع على أحدث الأخبار، الموسيقى، والترفيه.

2- الإشباعات المعرفية: تتعلق بتلبية احتياجات الجمهور للمعرفة والمعلومات، سواء كانت تتعلق بمجالات معينة أو معرفة عامة حول مختلف جوانب الحياة.

3- الحفاظ على الاتصال مع الآخرين: يمثل هذا النوع من الإشباع الحاجة للبقاء على اتصال مع الأصدقاء، والعائلة، والمجتمع، وتبادل الأفكار والتجارب معهم.

4- تحقيق الوجود الافتراضي: يعبر هذا النوع من الإشباع عن الرغبة في الشعور بالتواجد الافتراضي في العالم الرقمي، حيث يمكن للمستخدم أن يخلق وجودا افتراضيا يتفاعل فيه مع الآخرين ويشارك فيهم بمختلف الأنشطة والتجارب. تظل هذه النظرية مركزية في فهم تأثير الإعلام على الجمهور في عصر التكنولوجيا الحديثة، حيث تؤكد على دور الجمهور كمستخدم نشط ومتفاعل مع الوسائل الإعلامية، وتبرز أهمية توجيه الاهتمام لاحتياجاتهم وتفضيلاتهم في صياغة المحتوى الإعلامي.

## ❖ نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام.

تهدف نظرية الاعتماد بشكل رئيسي الى تفسير لماذا يكون لوسائل الاتصال الجماهيرية أحياناً تأثيرات قوية وأحياناً أخرى تأثيرات غير مباشرة وضعيفة نوعاً ما، لذلك فإن أي رسالة يتلقاها الجمهور من وسائل الإعلام قد يكون لها نتائج مختلفة اعتماداً على خبراتنا السابقة حول الموضوع، وتأثير الظروف الاجتماعية المحيطة بالفرد (كافي، 2015، صفحة 225).

لقد وضع كل من ساندر بول روكيتش وميلغين ديليغر 1976 إطاراً لنظرية الاعتماد على وسائل الاتصال، وتتبع نظرية الاعتماد من العديد من الجذور الفكرية المشابهة لنظرية الاستخدامات والاشباع، فكلاهما يركز على العلاقة بين الأهداف الفردية والنظام الإعلامي، ويمكن القول إن نظرية الاعتماد هي "نظرية بيئية" تنظر إلى المجتمع باعتباره مركباً تسود بين أجزائه ارتباطات، ومن ثم تحاول تفسير هذه الارتباطات والعلاقات (الحاج، 2020، صفحة 145).

### أهداف الاعتماد المتبادل بين الافراد ووسائل الاعلام:

أهداف الاعتماد المتبادل بين الأفراد ووسائل الإعلام تتجلى في الاعتماد على الوسائل الإعلامية كمصدر لتحقيق أهدافهم. يسعى الأفراد للتأكيد على حقهم في الحصول على المعرفة التي تمكنهم من اتخاذ القرارات الشخصية والاجتماعية، بالإضافة إلى الحاجة إلى التسلية والترفيه. ومع ذلك، يجد الأفراد أنفسهم غير قادرين على تحديد نوع الرسائل التي تنقلها وسائل الإعلام بنفس القدر الذي يرغبون به (الحميد، 2004، صفحة 298).

### علاقة وسائل الإعلام بالنظام السياسي:

تتعلق علاقة وسائل الإعلام بالنظام السياسي بعدة جوانب (المحيا، 2012، صفحة 30):

1. تعزيز القيم والمعايير السياسية: تقوم وسائل الإعلام بزيادة وتعزيز القيم السياسية مثل الحرية والمساواة والالتزام بالقوانين والمشاركة الانتخابية.

2. الحفاظ على الاستقرار السياسي: تساهم وسائل الإعلام في الحفاظ على النظام السياسي وتعزيز التكامل الاجتماعي من خلال بث روح الاتحاد وتشكيل الرأي العام.

3. تعزيز الانتماء والمشاركة والمواطنة: تساهم وسائل الإعلام في تعزيز الشعور بالمواطنة وتحفيز المواطنين على المشاركة في الأنشطة السياسية مثل المقاومة ودعم الجهود الحربية.

4. التأثير على الصراعات السياسية: تلعب وسائل الإعلام دورا في توجيه وتشكيل الصراعات داخل النظام السياسي، بما في ذلك الصراعات بين الأحزاب السياسية والصراعات مع الأنظمة الاجتماعية الأخرى مثل النظام الديني.

هذه العلاقة تبرز دور الإعلام كقوة مؤثرة في شكل وتوجيه السياسة وتشكيل الرأي العام، وتعزيز الاستقرار السياسي والتكامل الاجتماعي في النظام السياسي.

**الآثار المترتبة على اعتماد الجمهور على وسائل الاعلام:**

الآثار العاطفية " الوجدانية":

يؤدي التعرض المكثف الى موضوعات العنف في وسائل الإعلام والدراما التلفزيونية الى الفئور العاطفي لدى الأفراد وعدم الرغبة في مساعدة للآخرين، وإلى إثارة الخوف والقلق والتوتر. وتؤثر وسائل الإعلام على معنويات الأفراد بالسلب أو الإيجاب في المجتمعات التي تضطلع وسائل الإعلام فيها بأدوار الاتصال ورفع الروح المعنوية لدى الأفراد (الدليمي ، 2016، صفحة 243).

الآثار السلوكية:

تتصدر الآثار السلوكية لاعتماد الأفراد على وسائل الإعلام -وفقا لديفلور وروكيتش- في سلوكين أساسيين، الأول: التنشيط ويعني قيام الفرد بعمل ما نتيجة تعرضه للوسيلة الإعلامية، نتيجة لربط الآثار المعرفية والوجدانية مثل مساندة حقوق المرأة. والسلوك الثاني: الخمول ويعني عدم القيام بفعل مثل العزوف عن المشاركة السياسية أو عدم القيام بأنشطة مفيدة للمجتمع (المحيا، 2012، صفحة 32).

## فروض نظرية الاعتماد:

يتمثل الفرض الرئيسي للنظرية في أنه كلما ازدادت المعلومات تعقيدا ازداد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام خارج مجموعاتهم. وتقوم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على عدة فروض فرعية (صادق، 2007):

1. تختلف درجة استقرار النظام الاجتماعي وتوازنه نتيجة التغيرات المستمرة، وتبعاً لهذا الاختلاف تزيد أو تقل الحاجة إلى المعلومات والأخبار، ففي حالة عدم الاستقرار الاجتماعي (الصراعات الاجتماعية والأزمات) تزداد الحاجة إلى المعلومات فيعتمد الفرد أكثر على وسائل الإعلام.
2. يعتبر النظام الإعلامي مهما للمجتمع، وتزداد درجة الاعتماد عليه في حالة إشباعه لاحتياجات الجمهور، وتقل درجة الاعتماد عليه في حال وجود قنوات بديلة للمعلومات.
3. يختلف الجمهور في درجة اعتماده على وسائل الإعلام نتيجة اختلافهم في الأهداف والمصالح والحاجات الفردية

## أسباب توظيف نظرية الاعتماد في دراسات الإعلام:

يتم توظيف نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام كمنظريّة أساسية مؤطرة للدراسات الإعلامية الجديدة التي تدرس دور وسائط الإعلام الجديد وآثارها على الفرد والمجتمع، وذلك لأنها تزخر بمميزات تجعلها من أبرز النظريات المفسرة لعمل وسائل الإعلام الرقمي بما في ذلك شبكات التواصل الاجتماعي، فهي تتناول الوظائف والأدوار، والحاجات والأهداف، والتأثيرات المعرفية، والاتجاهات السلوكية، وعلاقة النظام والمؤسسات الأخرى بوسائل الإعلام (خليفة، 2022، الصفحات 42-49).

## نظرية الاستخدامات والإشباع، ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام وعلاقتها بالدراسة:

تعتبر نظرية الاستخدامات والإشباع، ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام من الأدوات التي يمكن أن تساهم بشكل كبير في فهم دور صناعات المحتوى في إنكاء الروح الوطنية والنضالية على مواقع التواصل الاجتماعي.

حيث تركز نظرية الاستخدامات والاشباع على كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام، ولماذا يستخدمون هذه الوسائل لتلبية احتياجاتهم ورغباتهم؟، وبالتالي يمكن تطبيق هذه النظرية على الدراسة الحالية من أجل فهم الأهداف والاحتياجات التي يسعى الشباب الفلسطيني إلى تلبيتها من خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومتابعة صناعات المحتوى الفلسطيني، وكذلك فهم كيف يستخدم صناعات المحتوى الفلسطيني شبكات التواصل من أجل تعزيز القيم الوطنية والنضالية، كما تساهم هذه النظرية في معرفة كيف يتفاعل الشباب الفلسطيني مع صناعات المحتوى؟، وهل يشعر الشباب الفلسطيني بأن المحتوى يلبي احتياجاتهم بشأن تعزيز القيم الوطنية والنضالية لديهم؟، بالإضافة إلى فهم هل يعتبر الشباب الفلسطيني مواقع التواصل مصدراً للتثقيف الوطني؟

أما نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام فهي تقترح أن الأفراد والجماعات يعتمدون على وسائل الإعلام للحصول على المعلومات، وفي الدراسة الحالية يمكن تطبيق هذه النظرية من أجل فهم كيف يتعامل الشباب الفلسطيني مع المحتوى الرقمي؟، وهل يقوم هذا المحتوى بتوجيه آرائهم وإشباع حاجاتهم؟ وهل يعتمدون عليه كمصدر لمعلوماتهم، وما الآثار الناتجة عن هذا التعرض؟

من خلال نظرية الاعتماد يكمن فهم كيف يؤثر المحتوى الرقمي على تشكيل آراء واتجاهات الشباب، وما مدى تأثير المحتوى على قيمهم الوطنية والنضالية، وما إذا كانوا يعتمدون على هذا المحتوى في تكوين رؤى وتصورات حول القضايا الوطنية والنضالية.



## ثانيا: الدراسات السابقة

المحور الأول: دراسات متعلقة بصناع المحتوى وشبكات التواصل الاجتماعي.

دراسة (الشيخ، 2023)، بعنوان: "انتهاكات المحتوى الفلسطيني على مواقع التواصل الاجتماعي وسبل مواجهتها لدى الصحفيين والمؤثرين"

هدفت هذه الدراسة التعرف إلى طبيعة وحجم الانتهاكات التي يتعرض لها المحتوى الفلسطيني على شبكات التواصل الاجتماعي لدى الصحفيين والمؤثرين، والكشف عن أسبابها وأساليب المواجهة والتحايل التي اتبعوها، وصولاً إلى المقترحات التي من شأنها تعزيز المحتوى الفلسطيني، خاصة وأنه عام 2022 تعرض المحتوى الفلسطيني إلى 2030 انتهاك، 58% جاءت بحق الصحفيين والمؤسسات الإعلامية، تنتمي الدراسة إلى البحوث الوصفية، واستخدمت الباحثة منهج الدراسات المسحية من خلال أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام وذلك من خلال الاعتماد على الاستقصاء الإلكتروني بتطبيق استمارة الاستبيان على عينة عمدية بلغت 114 مفردة من الصحفيين العاملين في قطاع غزة، والذين تعرضوا لانتهاكات من إدارة شبكات التواصل الاجتماعي، اعتمدت الدراسة على نظرية انتهاك التوقعات، وتوصلت إلى مجموعة من النتائج أهمها: أن حجم الانتهاك الذي يتعرض له المحتوى الفلسطيني مرتفع جداً بلغ بمتوسط حسابي 4.7%، كما أكد الصحفيون والمؤثرون أن الفيسبوك هو أكثر شبكات التواصل الاجتماعي انتهاكاً للمحتوى الفلسطيني بنسبة 94.7%، يليه اليوتيوب بنسبة 68.4%.

دراسة (مراد، 2023)، بعنوان: "هندسة المحتوى الرقمي في شبكات التواصل الاجتماعي: فصل من حروب الأجيال الجديدة (الحرب الإسرائيلية على قطاع غزة مايو/أيار 2021 نموذجاً)"

هدفت هذه الدراسة إلى مناقشة إشكالية "سلطة" شبكات التواصل الاجتماعي، وسياستها في حذف ومنع المنشورات التي لا تتناسب توجهاتها، دون التدقيق في السياق الذي وردت فيه الكلمات الممنوعة. وتحاول الإجابة عن هذا الحقل الاستفهامي في سياق الحرب الإسرائيلية على قطاع غزة، في مايو/أيار 2021: هل شبكات التواصل الاجتماعي وسيلة اتصال مفتوحة لها التزام أخلاقي وقانوني لاستيعاب جميع الآراء

والمواقف والمعتقدات أم تحاول تقديم صورة مزيفة للوقائع؟ هل تسمح هذه المنصات فعلاً بالتدفق الحر للمعلومات أم تقيد بشكل مباشر أو غير مباشر حرية الرأي والتعبير من أجل تحقيق مصالح القوى السياسية الحاكمة؟ وفي نفس السياق، كيف أدى الانفتاح الشبكي إلى إظهار حجم الحجب الذي يتعرض له الناشطون مؤيدو القضية الفلسطينية؟

**دراسة (خديجة، 2022)، بعنوان: "دور صناع المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام"**

هدفت الدراسة التعرف إلى دور صناع المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي -الانستغرام- في تشكيل الرأي العام لدى طلبة جامعة المسيلة محمد بو ضياف، وسعت الدراسة لتحقيق مجموعة من الأهداف أهمها: إظهار قدرة المؤثرين على إحداث التغيير في النشاط الاجتماعي والسياسي والاقتصادي، ومعرفة الدور الذي يلعبه صناع المحتوى في التعبئة الافتراضية للرأي العام، وتحديد العلاقة بين صناع المحتوى وتشكيل الرأي العام، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي المسحي، وقد استندت إلى نظرية الاستخدامات والإشباع، ومن خلال الدراسة التحليلية للعينة البالغ عددها 50 طالب وطالبة، بأسلوب العينة القصدية، وباستخدام أداة الاستبيان تم التوصل إلى مجموعة من النتائج:

1- بينت الدراسة أن الدافع لمتابعة صناع المحتوى هو النصائح والإرشادات التي يقدمونها، يليها الاستفادة من تجارب المؤثرين، والاهتمام الواسع بمختلف الأخبار.

2- بينت الدراسة أن دور المؤثرين على منصة انستغرام هو ترفيهي بالدرجة الأولى ثم اجتماعي.

3- كما أوضحت الدراسة بأن صناع المحتوى يساهمون في تشكيل الرأي العام من خلال التعبير عن الرأي بنسبة 72%.

**دراسة (حليم، 2022)، بعنوان: "دور المؤثرين الاجتماعيين في الحياة اليومية للشباب المصري"**

هدفت الدراسة التعرف إلى دور المؤثرين الاجتماعيين في الحياة اليومية للشباب الجامعي من حيث (أسباب انتشارهم - طبيعة ما يقدمونه من محتوى - تأثير متابعة الشباب لهم)، وسعت الدراسة إلى تحقيق

مجموعة من الأهداف أهمها: التعرف إلى أسباب انتشار ظاهرة المؤثرين الاجتماعيين بين الأوساط الشبابية، والكشف عن طبيعة القضايا والموضوعات المفضلة عند الشباب فيما يقدمه المؤثرون، والوقوف على الانعكاسات الاجتماعية المترتبة على متابعة الشباب الجامعي للمؤثرين، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي المسحي وقد استندت إلى مجموعة من النظريات: نظرية الفعل التواصلي، ونظرية رأس المال الاجتماعي، ونظرية الاستخدامات والشباعات، ونظرية الاعتماد على وسائل الاعلام، ونظرية ثراء وسائل الاعلام، ونظرية السمات، ومن خلال الدراسة التحليلية للعينة البالغ عددها 562 مفردة بأسلوب كرة الثلج (الشبكية) حيث يتم اختيار المشاركين فيها بواسطة الترشيحات أو الإحالات، وباستخدام أداة الاستبيان تم التوصل إلى النتائج التالية:

1- كشفت الدراسة عن تنوع دوافع متابعة الشباب لمواقع المؤثرين ما بين دوافع طقوسية مثل التسلية والترفيه والمتعة والاسترخاء، وتمضية الوقت بسبب الفراغ، والهروب من المشكلات الحياتية اليومية، والرغبة في السفر لأجمل الأماكن في العالم، والصدقة والألفة مع المؤثرين، والتعرف إلى الذات. ودوافع منفعية مثل الرغبة في الحصول على معلومات جديدة، واكتساب خبرات حياتية ومعرفة عامة بمشاهدة المنشورات، وتعلم أشياء محددة، وإيجاد فرص عمل.

2- كشفت الدراسة عن كيفية استخدام فئة الشباب لمواقع المؤثرين، حيث اتضح أن الشباب جمهور نشط، 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 والمهارات وبين الاشباع المتحققة من متابعة صناعات المحتوى.

دراسة (جعفري، 2022) بعنوان: مؤثرو مواقع التواصل الاجتماعي: الفاعلون الجدد في قيادة الرأي العام قراءة حول التغيير في المفاهيم والأدوار"

هدفت الدراسة التعرف إلى كيفية تحول مفاهيم وأدوار قادة الرأي العام في المجتمع بتساعد ظاهرة المؤثرين على منصات التواصل الاجتماعي، واستندت الدراسة إلى نظرية تدفق المعلومات على مرحلتين، ونظرية انتشار المبتكرات بالإضافة إلى نظريات أخرى، واعتمدت على المنهج الإستقرائي،

وتوصلت إلى نتيجة مفادها أن الميديا الاجتماعية أصبحت فاعلا أساسيا في التأثير على الرأي العام من خلال المؤثرين على منصات التواصل الاجتماعي، وساهمت في زيادة الاستقطاب فيه بعد أن كانت الوسائل التقليدية تكنفي بممارسة دور الضبط في توجيه الرأي العام.

دراسة (الزبير، 2022)، بعنوان: "واقع صناعة المحتوى الإعلامي في ليبيا وتحدياته"

هدفت الدراسة التعرف إلى واقع صناعة المحتوى الإعلامي في ليبيا وتحدياته، وهدفت الدراسة إلى رصد أهم وأبرز التحديات والصعوبات التي تجابه صناعة المحتوى الرقمي في ليبيا، وتحديد أبرز تطلعات صناع المحتوى الليبيين واهتماماتهم، بالإضافة إلى تقديم بعض الحلول لتطوير مستقبل صناعة المحتوى الرقمي في ليبيا، كما اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، وقد استخدم الباحثان المقابلات المعمقة كأداة، وبالاعتماد على العينة العمدية، وصلت العينة إلى 20 مبحوثا، وقد تم التوصل إلى النتائج التالية:

1- تحظى منصات: انستغرام، وفيس بوك باهتمام أكبر لدى صناع المحتوى في ليبيا، فيما يتدنى اعتماد صناع المحتوى محليا على المدونات الخاصة، والمواقع الإلكترونية.

2- تعد الرغبة في مشاركة الاهتمامات مع الآخرين والبحث عن فرصة عمل أبرز الدوافع لدخول مجال صناعة المحتوى.

3- ضعف خدمة الإنترنت وتذبذبها ونقص المعرفة بتقنيات التصوير وقواعدها والإضاءة والصوت، من أبرز التحديات التقنية التي يواجهها صناع المحتوى محليا.

4- غياب المقابل المادي لما يقدمه صناع المحتوى يعد التحدي والعائق الأبرز الذي يجابه صناع المحتوى محليا في طريقهم نحو الاحتراف، مما ينتج عنه توجه صناع المحتوى للبحث عن مصادر دخل بديلة تأخذ حيزا من الوقت يأتي على حساب الوقت اللازم للاستمرار في تقديم محتوى بشكل متجدد ومرضي للجمهور.

5- الموضوعات التي تحظى باهتمام أكبر في ليبيا في مجال صناعة المحتوى: السفر والمغامرات والسياحة، الألعاب الرقمية والترفيه والتسلية، الفنون (السينما-الموسيقى-المسرح)، الرياضة واللياقة البدنية، التكنولوجيا، الأطعمة، التغذية، الأدب والثقافة، الموضة والأزياء والتجميل، التنمية البشرية.

دراسة (عبلة، 2022)، بعنوان: "تأثير صناع المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي على جمهور الطلبة دراسة ميدانية بجامعة 8 ماي 45 قالمة"

هدفت الدراسة التعرف إلى تأثير صناع المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي على جمهور الطلبة من خلال دراسة ميدانية بجامعة 8 ماي 45 قالمة، ولتحقيق أهداف الدراسة اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي باستخدام العينة المتاحة، من خلال توزيع 330 استمارة استبيان على مفردات العينة وشملت الدراسة جميع الكليات، وذلك من أجل الكشف عن أنماط متابعة مفردات العينة لصناع المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ودوافعهم وحاجاتهم، والإشباع المتحققة من المتابعة وصولاً إلى مدى التأثير الذي تحدثه متابعتهم لصناع المحتوى، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

1- دور صناع المحتوى في التأثير على المستوى المعرفي، أكثر من 55% من الطلبة يتابعون المحتويات الثقافية، والتكنولوجية والتعليمية.

2- تأثير محدود على مستوى المواقف والاتجاهات، فالأغلبية الساحقة 88.4% تنفي قدرة صناع المحتوى على تغيير اتجاهاتها نحو القضايا.

3- تأثير صناع المحتوى على الجانب السلوكي للطلبة والذي يتمثل في السلوك المادي من خلال شراء السلع، وزيارة الأماكن، والسلوك الاجتماعي من خلال تغيير طريقة التعامل مع الآخرين والسلوك المعرفي من خلال تعلم ألفاظ جديدة.

دراسة (شيماء، 2021)، بعنوان: "تأثير صناع المحتوى في مواقع التواصل الاجتماعي على قيم وسلوك المراهق"

هدفت الدراسة التعرف إلى مدى تأثير صناع المحتوى في مواقع التواصل الاجتماعي على قيم وسلوك المراهق، وهدفت الدراسة إلى الكشف عن مدى متابعة المراهقين لصناع المحتوى في مواقع التواصل الاجتماعي، ومعرفة القيم التي يبيثها صناع المحتوى في مواقع التواصل الاجتماعي، ومعرفة إذا ما كان تكرار متابعة المراهقين لصناع المحتوى يؤدي إلى سلوكيات جديدة، وتحديد جوانب السلوك التي تتأثر

جراء متابعة المراهقين لصناع المحتوى. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، واستخدمت أداة الاستبيان والملاحظة، وقد بلغت العينة 100 مفردة بأسلوب العينة العمدية، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

1- أن الموقع المفضل بالنسبة للمراهقين هو الإنستغرام، حيث يتابعون محتويات صناع المحتوى لأكثر من ساعتين.

2- يفضل المراهقون مجال الكوميديا وأسلوب الحياة.

3- يرى المراهقون أن صناع المحتوى يبثون قيما حسنة وأبرزها قيمة التكافل الاجتماعي، وهذا لا ينفى أنهم يبثون قيما سلبية أيضا.

4- أثر صناع المحتوى على المراهقين من ناحية الملبس، ونشرهم المستمر لصورهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

5- يمكن تصنيف صناع المحتوى ضمن قادة الرأي الرقميين.

### دراسة (هناء، 2021)، بعنوان: " فعالية شبكات التواصل الاجتماعي كآلية شهرة لدى الشباب "

هدفت الدراسة التعرف إلى عادات استخدام الشباب الجزائري لمضامين الشبكات الاجتماعية، والكشف عن أبعاد مؤشرات الشهرة لدى الشباب الجزائري عبر شبكات التواصل الاجتماعي، والكشف عن اتجاهات تحقيق الشهرة عبر هذه الشبكات، تنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واستخدمت أداة الاستبانة على عينة قوامها 120 مفردة، ومن أهم النتائج التي تم التوصل إليها: بالنسبة لعادات وأنماط استخدام الشباب الجزائري لمضامين الشبكات الاجتماعية فقد تبين أن أفراد العينة يستخدمونه منذ أكثر من سنتين من ساعة إلى ساعتين ليلا في منازلهم وذلك للتفاعل السريع مع الأصدقاء، ومعرفة الأحداث اليومية بحيث تلبى هذه الشبكات حاجة التعبير عن الآراء والمواقف بكل حرية، ووجدت الدراسة أن الأغلب صوت أن هذه الشبكات أدخلت عادات وتقاليد جديدة من بينها الشهرة التي أصبحت هاجسا لدى الشباب في حب الظهور والانتشار.

دراسة (سلامة، 2021)، بعنوان: "العوامل المؤثرة في متابعة الجمهور العربي لحسابات المؤثرين على إنستغرام"

هدفت الدراسة التعرف إلى العوامل المؤثرة في متابعة الجمهور العربي لحسابات المؤثرين على إنستغرام، ومعرفة ما يبذله المتابعون من تكاليف وما يحققونه من مكاسب سواء كانت مادية أو معنوية، وهدفت الدراسة إلى رصد وتحليل ظاهرة المؤثرين على إنستغرام باعتباره أحد منصات التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً من قبل المؤثرين، وكذلك معرفة العوامل المؤثرة في متابعة الجمهور العربي لحساباتهم عليه والمحددات الحاكمة لها، إضافة إلى تحليل تلك العلاقة في إطار ما يتم بذله من تكلفة وما يحصل عليه المتابعون في المقابل من مكاسب. تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واستخدمت منهج المسح للتعرف على الظاهرة، واعتمدت الدراسة على نظرية التبادل الاجتماعي، وقد بلغ حجم العينة 300 مفردة، باستخدام أداة الاستبيان، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها:

1- أن هناك درجة اهتمام كبيرة بمتابعة ما ينشره المؤثرون على حساباتهم على إنستغرام، وأهمية إنستغرام كمنصة تحظى بدرجة من المتابعة الجديرة بالاعتبار، الأمر الذي جعله من التطبيقات التي تتعاطم نسب استخدامها من المؤثرين.

2- المعايير التي يجب توافرها في شخص ما حتى يمكن أن نطلق عليه مصطلح مؤثر تعلق بالمحتوى - المصدقية- تفاعله مع المتابعين مثل "المحتوى الذي يقدمه يحمل معلومات ذات قيمة" ثم "له مصداقية لدى متابعيه من خلال ما يقدمه" ثم "يتفاعل مع المتابعين من خلال الرد على أسئلتهم وتعليقاتهم" وهو ما أعاد تشكيل خريطة المؤثرين وتحولها من المؤثرين التقليديين من الأدباء والمنتقنين والمفكرين إلى جيل جديد له أدوات وأهداف مختلفة ويتعامل مع جمهوره بشكل مختلف.

3- وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين التكاليف التي يبذلها الفرد لمتابعة المؤثرين على إنستغرام وبين المكاسب (المعرفية-الولاء-الثقة-الفاعلية الاجتماعية) التي يحققها نتيجة متابعة المؤثرين على إنستغرام.

## دراسة (الفاعوري، 2021)، بعنوان: "توظيف المؤثرين لشبكات التواصل الاجتماعي في قضية حي الشيخ جراح 2021"

هدفت الدراسة التعرف إلى ماهية وكيفية توظيف المؤثرين لشبكات التواصل الاجتماعي في قضية حي الشيخ جراح من داخل فلسطين وخارجها، تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وتم استخدام المنهج المسحي، وذلك بتطبيق العينة العمدية على عدد من مؤثري شبكات التواصل الاجتماعي، وقد تم استخدام تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات بالإضافة إلى المقابلات المعمقة، واعتمدت الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وتوصلت لعدد من النتائج كان أهمها: أن المواضيع الإنسانية والاجتماعية كانت بالمرتبة الأولى بنسبة 36.7%، وأن أكثر الأشكال استخداما كان الفيديو بنسبة 27.2%، وأن الأسلوب الأكثر استخداما هو إملاء الأفكار والاتجاهات بنسبة 29.1%، أما المصادر فقد جاءت نسبة المصادر المجتمعية هي الأعلى بنسبة 32.6%.

### المحور الثاني: دراسات تتعلق بالقيم الوطنية والنضالية.

## دراسة (علي، 2022)، بعنوان: " دور المعلم في غرس القيم الوطنية والتعايش السلمي لدى التلاميذ من وجهة نظر مديري المدارس الابتدائية في مركز مدينة كروك"

هدفت الدراسة التعرف إلى دور المعلم في غرس قيم المواطنة والتعايش السلمي لدى التلاميذ إيماناً من الباحث بخطورة هذه المرحلة العمرية، وهدفت الدراسة أيضاً إلى توضيح معنى المواطنة وكيف يمكن ترسيخها لدى التلاميذ من أجل الحفاظ على الاستقرار الاجتماعي والتعايش السلمي، واستخدم الباحث المنهج الوصفي، وأداة الاستبانة، وتكونت عينة البحث من مديري المدارس الابتدائية البالغ عددهم (87) مديراً، ومن النتائج التي تم التوصل إليها: أن للمعلم دور في تعزيز القيم الوطنية والتعايش السلمي بدرجة عالية.



**دراسة (النبي، 2021)، بعنوان: "دور الدراما السينمائية المصرية في تشكيل إدراك الشباب الجامعي نحو قيم الانتماء والوطنية"**

هدفت الدراسة التعرف إلى الدور الذي تقوم به الدراما السينمائية المصرية في إدراك الشباب الجامعي لقيم الانتماء والوطنية المقدمة من خلالها، حيث تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وتم استخدام المنهج المسحي بشقيه التحليلي والميداني، وذلك بتطبيق العينة العمدية على الشباب الجامعي تكونت من 200 مفردة من مشاهدي الدراما السينمائية، وتم تحليل 7 أفلام روائية في الفترة بين 2017-2020، وقد تم استخدام الاستبانة وتحليل المضمون كأدوات لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج كان أهمها: أن الأفلام عينة الدراسة تم إنتاجها من قبل جهة خاصة، كما تم تأليفها خصيصا للسينما، وتم استخدام القالب التراجيدي بشكل كبير، كما أوضحت النتائج ارتفاع كثافة مشاهدة الشباب الجامعي للدراما السينمائية التي تتناول قيم الانتماء والوطنية من خلال القنوات التلفزيونية.

**دراسة (القاضي، 2021)، بعنوان: "دور مساق التربية الوطنية في تنمية القيم الوطنية لدى طلبة الجامعات الأردنية من وجهة نظرهم"**

هدفت الدراسة التعرف إلى " دور مساق التربية الوطنية في تنمية القيم الوطنية لدى طلبة الجامعات الأردنية من وجهة نظرهم" وتكونت عينة الدراسة من 350 طالب وطالبة من جامعة البلقاء التطبيقية، تم اختيارهم من الطلبة الدارسين مسبقا لمساق التربية الوطنية، وفي منهجية الدراسة تم استخدام أسلوب المزاوجة بين البحث النوعي في تحليل الأسئلة المفتوحة، والمنهج الوصفي المسحي في تحليل البيانات، ولتحقيق أهداف الدراسة تم استخدام أداة الاستبانة، وقد أشارت نتائج الدراسة إلى أن دور مساق التربية الوطنية في تنمية القيم الوطنية لدى الطلبة جاء بدرجة متوسطة، وقد قدم الطلبة 12 مقترحا لتفعيل دور مساق التربية الوطنية في تنمية القيم الوطنية لدى الطلبة. ومن أهم هذه المقترحات الاهتمام بالجانب

الديني والإيماني في المحتوى، كما قدم الطلبة 9 إضافات لمساق التربية الوطنية، وأهمها إضافة وحدة في الكتاب تتعلق بالمواطنة في الإسلام.

**دراسة (طالب، 2011)، بعنوان: "دور الإعلام الفلسطيني في تعزيز الوحدة الوطنية لدى طالبات الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة"**

تهدف الدراسة التعرف إلى دور وسائل الإعلام في تعزيز مفاهيم معينة لدى شريحة من شرائح المجتمع الفلسطيني، ويندرج البحث تحت إطار البحوث الوصفية، واستخدم الباحث أسلوب المسح بالعينة للوصول إلى النتائج المطلوبة، مستخدماً أداة الاستقصاء لجمع البيانات، وجاءت عينة الدراسة 407 مفردة تمثل الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة، تم اختيارها بأسلوب العينة العشوائية البسيطة نظراً لتجانس مجتمع الدراسة، وخرجت الدراسة بمجموعة من النتائج أهمها: يرى 60.4% من عينة الدراسة أن وسائل الإعلام الفلسطينية غير قادرة على تعزيز الوحدة الوطنية ويرى 20.6% أنها قادرة على ذلك.

**الدراسات الأجنبية:**

**دراسة (Tiago, 2023)، بعنوان:**

### **Mega or macro social media influencers: Who endorses brands better?**

الدراسة تقارن بين مؤثري شبكات التواصل الاجتماعي من نوع "ميغا" و"ماكرو"، وتقيم أيهما يروج للعلامات التجارية بشكل أفضل؟ ، تعرف الدراسة مؤثري الميجا أنهم الأشخاص الذين لديهم متابعة ضخمة تتجاوز المليون، في حين أن مؤثري الماكرو لديهم متابعة أقل ولكنها معتبرة، تستند الدراسة إلى الاستقصاءات والبيانات التحليلية لتقدير تأثير المؤثرين من النوعين المختلفين على التواجد والتفاعل مع العلامات التجارية، وأظهرت نتائج الدراسة أن مؤثري الميجا يمكن أن يكونوا فعالين في زيادة الوعي بالعلامة التجارية وجذب المشجعين، لكن ليس بالضرورة أن يؤديوا للحصول على مشاركات عالية

وتفاعل، وأشارت الدراسة إلى أن مؤثري وسائل التواصل الاجتماعي من نوع "ماكرو" يمكن أن يكونوا أكثر قدرة على التفاعل مع الجمهور وزيادة معدلات المشاركة.

دراسة (Geysler, 2022)، بعنوان:

### **The State of Influencer Marketin 2020: Benchmark Report**

الدراسة تستعرض "صعود مؤثري شبكات التواصل الاجتماعي" وتسلط الضوء على الدور المتزايد لصناع المحتوى ومؤثري شبكات التواصل الاجتماعي في مجال التسويق، تتناول الدراسة كيف يمكن استغلال صناع المحتوى لتحقيق أهداف التسويق والإعلان، وكيف يمكن أن يؤثر على سلوك المستهلكين واختياراتهم، تؤكد الدراسة على أهمية بناء علاقات قوية مع الجمهور والمتابعين، حيث يمكن أن يكون التفاعل مع الجمهور مفتاح النجاح لصناع المحتوى، وتلاحظ الدراسة تزايدًا في الاهتمام بصناع المحتوى الصغار الذين يمكنهم تحقيق تأثير كبير على الجمهور المستهدف.

دراسة (Kay, Mulcahy, & Parkinson, 2020)، بعنوان:

### **When less is more: the impact of macro and micro social media influencers' disclosure**

الدراسة تركز على تأثير كمية وجود الإعلانات في منشورات مؤثري وسائل التواصل الاجتماعي من نوع "ماكرو" و"ميكرو"، هدف الدراسة إلى فهم كيفية تأثير كمية الإعلانات في منشورات مؤثري وسائل التواصل الاجتماعي على تفاعل الجمهور مع هذه المنشورات، تبحث الدراسة في تأثير وجود الإعلانات في منشورات المؤثرين على تفاعل الجمهور، مثل عدد الإعجابات والتعليقات، تؤكد الدراسة أن كمية وجود الإعلانات يعتمد على نوع المؤثر ومتابعته، وأنه يجب أن يتم اختيار الاستراتيجية المناسبة لضمان التفاعل الأمثل مع الجمهور.

دراسة (DUFFY,2020)، بعنوان:

### **Social Media Influencers**

تقوم الدراسة بتقديم مقدمة شاملة حول دور مؤثري وسائل التواصل الاجتماعي في العصر الرقمي وكيف يمكنهم التأثير على الجمهور والتسويق، توضح الدراسة كيف تطور مفهوم المؤثرين على مر الزمن وكيف انتقلوا من الشهرة التقليدية إلى التأثير الرقمي عبر وسائل التواصل الاجتماعي، تستعرض الدراسة كيف يمكن لمؤثري وسائل التواصل الاجتماعي أن يؤثروا على القيم والاتجاهات والثقافة بشكل عام، وكيف يمكن أن يكون لديهم دور في تشكيل الرأي العام، تستنتج من الدراسة أهمية فهم دور مؤثري وسائل التواصل الاجتماعي في العصر الحالي وكيف يمكن أن يكون لديهم تأثير كبير على التسويق والثقافة والمجتمع.

دراسة (Taufiq Ahmad1,2019)، بعنوان:

### **The Use of Social Media on Political Participation Among University Students: An Analysis of Survey Results from Rural Pakistan**

استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في المشاركة السياسية بين طلاب الجامعات في باكستان الريفية، تهدف هذه الدراسة إلى فهم الدور الذي تلعبه وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز المشاركة السياسية بين طلاب الجامعات في البيئة الريفية في باكستان. تم جمع البيانات من خلال استبيان أُجري على عينة من الطلاب في الجامعات الريفية في باكستان وتم تحليل النتائج ومنها: كشفت الدراسة أن طلاب الجامعات في البيئة الريفية في باكستان يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي بشكل واسع ومنتظم كأدوات للتواصل والمشاركة، أظهرت الدراسة أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يلعب دوراً مهماً في زيادة الوعي السياسي بين الطلاب. يتم تبادل المعلومات السياسية ومناقشتها على نطاق واسع من خلال منصات التواصل الاجتماعي، أشارت الدراسة إلى أن وجود وسائل التواصل الاجتماعي يساهم في زيادة مستوى المشاركة السياسية بين الطلاب، كما يشعرون بالقدرة على التعبير عن آرائهم والمشاركة في النقاشات السياسية عبر الإنترنت.

## Who are the social media influencers? A study of public perceptions

تهدف الدراسة إلى فهم الصورة التي يظهرها مؤثرو وسائل التواصل الاجتماعي وكيف يُنظر إليهم من قبل الجمهور من حيث الشخصية، تم استخدام الاستبيانات لجمع البيانات من الجمهور حول انطباعاتهم وتصوراتهم حول مؤثري وسائل التواصل الاجتماعي، تكشف الدراسة عن ما إذا كان الجمهور يرى مؤثري وسائل التواصل الاجتماعي على أنهم أشخاص ذوي شخصيات معينة، مثل القيادية، أو المرحّة، أو المحبوبة، أو المثقفة، وما إذا كانت هذه الصور متناسبة مع حقيقة شخصياتهم، يستنتج من الدراسة كيف يدرك الجمهور مؤثري وسائل التواصل الاجتماعي من حيث الشخصية وكيف يمكن لصناع المحتوى تحسين تلك الصورة لزيادة جاذبيتهم وتأثيرهم على الجمهور .

### التعليق على الدراسات السابقة

تتفق الدراسة الحالية في السياق العام مع مجمل الدراسات السابقة في دراستها لصناع المحتوى ومواقع التواصل الاجتماعي، حيث تنوعت الدراسات العربية في دراسة المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي، فمنها من تناول دراسة هذه الظاهرة من ناحية تأثيرها على الرأي العام، ومنها من تناولها من ناحية تأثيرها على الطلبة والحياة اليومية لدى الشباب وتأثيرها على قيم وسلوك المراهق، ومنها من تناول التحديات التي يواجهها صناع المحتوى في إنشاء مضامينهم، ومنها من تناول جانب العوامل المؤثرة في متابعة المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، أو استخدام هؤلاء لمواقع التواصل كأحد أدوات الشهرة، لكن اختلفت الدراسة الحالية في أنها تناولت جانبا آخر وهو جانب التأثير على القيم الوطنية والنضالية لدى الشباب الفلسطيني.

منهجيا، تنوعت وتعددت المناهج البحثية التي تم توظيفها من أجل خدمة أهدافها البحثية، إلا أن المنهج الأكثر استخداما كان المنهج الوصفي المسحي، يليه المنهج الاستقرائي، وتنوعت أدوات جمع البيانات بين الاستبانة والمقابلة، أما العينات فقد كانت العينات الأكثر استخداما هي العينات العشوائية والعينات العمدية، واستندت الدراسات إلى مجموعة متنوعة من النظريات منها نظرية الاستخدامات والإشباع

ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، ونظرية الفعل التواصلي، ونظرية انتشار المبتكرات وغيرها من النظريات وذلك وفقا للهدف المراد تحقيقه في كل دراسة من الدراسات.

وبينت الدراسات أهمية مواقع التواصل الاجتماعي واستخداماتها في مجال التأثير على اتجاهات وآراء الجمهور، لذلك أشارت أغلب الدراسات أنه لا بد من مراعاة الثقافة العربية أثناء الاستخدام.

أما الدراسات الأجنبية التي توصلت لها الباحثة فكان معظمها يتناول ظاهرة المؤثرين وتأثيرهم على الجمهور من الناحية التسويقية والإعلانية، ومن الناحية الثقافية، وتم التركيز بشكل كبير على ما يسمونهم مؤثري الميجا والماكرو، أي المؤثرين الذين لديهم أعداد كبيرة من المتابعين، والمؤثرين الذين لديهم أعداد أقل من المتابعين، وبالرغم من المقارنة بين النوعين، فإن جميع الدراسات أكدت أن المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي لديهم تأثير قوي على جمهور المتابعين لديهم.

#### الاستفادة من الدراسات السابقة:

استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في الإطار النظري، كما ساعدها الاطلاع عليها في صياغة الأسئلة وتحديد الموضوع الذي تريده تحديدا دقيقا، إلى جانب الاستفادة منها في اختيار العينة بالشكل الأنسب، كما تم الاستفادة أيضا من الدراسات السابقة في بناء هيكل البحث العلمي والتعرف على أدوات البحث المستخدمة فيه إلى جانب النظريات والمراجع وغيرها من الإجراءات العلمية، كما استفادت الباحثة من هذه الدراسات في فهم الاتجاهات نحو ظاهرة صناع المحتوى، ومحاولة دراسة هذه الظاهرة من جانب آخر.

## ثالثاً: الإطار المعرفي

### تكنولوجيا الاتصال

تمثل الإنترنت، في عالم اليوم، أحد الظواهر ذات الحضور المكثف في عالم الأفراد والمجتمعات، بحيث غدت جزءاً من النسيج الثقافي والاجتماعي من خلال تمددها الكمي (عدد الأفراد الموصولين بها) والكيفي (الوفرة المعلوماتية التي تتضمنها) (رابح، 2014، صفحة 56).

الإنترنت بلا شك هو تاج الابتكارات التكنولوجية التي غيرت العالم، فهو قدّم أرخص وأسرع طريقة اتصال، ونقل للمعلومات في التاريخ الحديث، مما غير من طريقة التراسل بين الأفراد وحتى المؤسسات عبر البريد الإلكتروني، وغير من الإعلام والثقافة والتعليم وغيرها من نواحي الحياة. (المقدادي، 2013، صفحة 19)

نظراً للتعدد في استخدام الإنترنت، قد يختلف مفهومها وفقاً للطريقة التي يستخدم بها والخدمات التي يُستخدم من أجلها. بعض الأشخاص يعتبرونها وسيلة تسويقية جديدة، في حين يراها البعض الآخر كنظام تقني يبسر عملية التواصل الاجتماعي. تعود أصول الإنترنت إلى عام 1969 عندما أنشأت وزارة الدفاع الأمريكية وكالة المشاريع البحثية المتقدمة ARPANET، حيث كان الهدف منها ربط المواقع الحكومية والعسكرية مع بعضها البعض. وقد تطورت الإنترنت عبر مراحل عدة، واتسم استخدامها بالانتشار في عام 1993 مع اختراع الشبكة العنكبوتية (World Wide Web (WWW) وفي عام 1996 بدأ العالم استخدام شبكات التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت (الشاعر، 2015، صفحة 20).

### شبكات التواصل الاجتماعي:

تعرف شبكات التواصل الاجتماعي بأنها وسائل خلق المضمون من خلال المستخدمين والسبب في انتشار هذه الوسائل هو الانتشار الهائل لتكنولوجيا الاتصال، والطفرة التكنولوجية التي لحقت بوسائل الاتصال بشكل عام، إلى جانب سهولة استخدام هذه الشبكات الاجتماعية ورخص ثمنها، ووجود جيل كامل من الشباب ممن لديهم مهارات استخدام الكمبيوتر والتكنولوجيا منذ الصغر. ويعد من أهم

تأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي ما قدمته من تأثير كبير على الشباب والمتابعين لا سيما من خلال متابعتهم لبعض الأفراد الذين يعرفون بمؤثري مواقع التواصل الاجتماعي، ويقصد بهم الأشخاص الذين لهم تأثير على عدد كبير من الأفراد، وهؤلاء المؤثرين يسوقون أنفسهم ولديهم القدرة على جذب المزيد من الانتباه، ومعظم هؤلاء المؤثرين يعتمدون على شبكات اجتماعية مختلفة أهمها إنستغرام، ومن ثم فيسبوك، سناب شات، تويتر ويوتيوب (Rusmanica، 2021).

شبكات التواصل الاجتماعي هي إحدى الأمثلة لمدى تأثير التكنولوجيا البالغ على حياة البشر وهي تطبيقات البرمجيات على الشبكة البينية (الإنترنت) والتي أحدثت ثورة في الاتصال والتفاعل الأمر الذي أتاح فرص غير مسبوقه في التواصل والتعارف والتعبير عن الذات وطرح ومشاركة كافة أنواع المحتوى من كتابات وصور وفيديو، والاهتمامات والأفكار والمنتجات، بالإضافة إلى اكتساب معارف وخبرات جديدة (فيديو).

**استخدام شبكات التواصل الاجتماعي له بعض المزايا (الخفاجي، 2021، صفحة 570):**

1. توفر تكلفة منخفضة نسبياً وسهولة في الاستخدام، مما يجعلها متاحة لشرائح واسعة من المستخدمين.
2. تمكنت من تجاوز وسائل الإعلام التقليدية، مما يتيح التواصل المباشر مع الجمهور المستهدف. ونتيجة لذلك، يمكن أن تنقل الوسائط الاجتماعية الأخبار والقصص التي قد لا يتم تغطيتها من قبل وسائل الإعلام الرئيسية.
3. تمنح الفرصة للمستخدمين للتفاعل والرد على التعليقات، مما يسهل التواصل وبناء العلاقات مع الجمهور .
4. أدت شبكات التواصل الاجتماعي إلى تأثير كبير على وسائل الإعلام التقليدية، حيث أصبح ما ينشر فيها مصدراً لبرامج الأخبار والتحليل، مثل البرامج التي تعرض الترنادات على القنوات الفضائية.



ومن شبكات التواصل الاجتماعي التي تم تناولها في الدراسة:

### الفيسبوك

هو موقع من مواقع الشبكات الاجتماعية، يتيح للأشخاص العاديين والاعتباريين (الشركات) أن يبرز نفسه، وأن يعزز مكانته عبر أدوات الموقع للتواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع، أو عبر التواصل مع مواقع تواصل أخرى، أي إنشاء روابط تواصل مع الآخرين (Ellison, 2007).

أسس مارك زوكربيرغ موقعا للتواصل الاجتماعي عام 2004 بهدف توفير وسيلة للتواصل بين طلاب جامعة هارفارد الأمريكية، ومن ثم انتشر استخدامه بين طلاب الجامعات في أمريكا وكندا وبريطانيا. تطور الموقع من مجرد منصة لعرض الذات والصور الشخصية إلى منصة تواصل اجتماعي تديرها شركة فيسبوك، والتي غيرت لاحقا اسمها إلى ميتا. وبفضل اشتراك أعداد هائلة من المستخدمين، تجاوز ميتا أي منصة تواصل اجتماعي أخرى وأصبح الأول عالمياً (المقداوي، 2013، صفحة 34).

### الإنستغرام

شبكة من شبكات التواصل الاجتماعي تسمح للمستخدمين بتحرير وتحميل الصور ومقاطع الفيديو القصيرة من خلال تطبيق على الهاتف، و يمكن للمستخدمين إضافة تعليق على كل من منشوراتهم واستخدام علامات التصنيف والعلامات الجغرافية المستندة إلى الموقع لفهرسة هذه المنشورات وجعلها قابلة للبحث من قبل مستخدمين آخرين داخل التطبيق، تظهر كل مشاركة بواسطة مستخدم في خلاصات التطبيق الخاصة بمتابعيه، ويمكن أيضا أن يشاهدها الجمهور عند تمييزها باستخدام علامات التصنيف أو العلامات الجغرافية، يتمتع المستخدمون أيضا بخيار جعل ملفهم الشخصي خاصا بحيث لا يتمكن سوى متابعيهم من مشاهدة منشوراتهم، وكما هو الحال في الشبكات الاجتماعية الأخرى، يمكن لمستخدمي إنستغرام الإعجاب بمنشورات الآخرين والتعليق عليها ووضع إشارة مرجعية عليها، بالإضافة إلى إرسال رسائل خاصة إلى أصدقائهم عبر ميزة الإنستغرام دايركت، ويمكن مشاركة الصور على واحد أو أكثر من مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى (Holak، 2017).

## صانع المحتوى الرقمي:

صانع المحتوى هو شخص يقوم بمشاركة المعلومات، وإنشاء المحتوى بأنواعه، خاصة على الوسائط الرقمية، وهو يستهدف عادة مستخدمين (جمهور معينين)، فيمكن لمنشئ المحتوى (صانع المحتوى)، تتنوع أعمال صانع المحتوى ما بين الكتابة في المدونة، الأخبار، الصور، الفيديو، الإنتاج السمعي، كتابة النشرات البريدية، المنشورات في وسائل التواصل الاجتماعية ... الخ (عمر، 2020).

## كيف يستخدم صانع المحتوى شبكات التواصل الاجتماعي؟

صانع المحتوى يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة لنشر محتوى يهدف إلى تقديم معلومات أو ترفيه أو توجيه أفكار معينة لجمهور محدد، يمكن أن يتضمن هذا المحتوى الكتابة، الصور، الفيديوهات، أو أي وسيلة تواصل أخرى.

على الرغم من التنوع الكبير في أنواع المحتوى والأساليب المستخدمة، إلا أن هناك حرية كبيرة في شبكات التواصل الاجتماعي تتيح لكل فرد أن يصبح صانع محتوى، سواء كان ذلك بتقديم محتوى جاد ومفيد أو بتقديم محتوى ترفيهي وخفيف.

تتنوع المواضيع التي يتناولها صانع المحتوى على شبكات التواصل الاجتماعي بشكل كبير، وتشمل كل ما يهم الجمهور المستهدف من مواضيع تعليمية وترفيهية إلى مواضيع اجتماعية وسياسية.

بالرغم من أن الكثير من المحتوى يميل إلى الترفيه والتسلية، إلا أنه يجدر الاعتراف بأن الفضاء الرقمي لشبكات التواصل الاجتماعي يشهد تنوعا كبيرا في المحتوى، حيث يمكن أن يجد المستخدمون محتوى جدير بالاهتمام والتعلم بجانب المحتوى الترفيهي.

إلا أنه تجدر الإشارة بأن مساحة حرية الطرح في شبكات التواصل الاجتماعي واسعة؛ فبتنا نرى الآلاف من صنّاع التفاهة تصدّروا تلك المواقع، ويحصدون يوميا ملايين من المشاهدات على فيديواتهم (الخالدي، 2021).

المحتوى الرقمي هو وسيلة إقناع أو عرض معلومات من خلال نصوص أو صور أو فيديو أو مزيجا بينهم يعبر عن فكرة معينة لاستهداف جمهور معين لتحقيق أهداف معينة، وهو كل ما يصلح نشره أو مشاركته على شبكة الإنترنت سواء كان نصا أو صورة أو تصميم جرافيك أو فيديو (محيسن، 2019).

لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي أهداف مختلفة ومتعددة، تختلف بحسب الوسيلة التي يستخدمونها والغاية من استخدامها. ولعل أهم تلك الأهداف وأبرزها (القرجولي، 2017):

1- زيادة عدد المتابعين.

2- التسويق للذات أو لمنتج.

3- طرح قضايا تهم الرأي العام.

4- كسب صداقات جديدة والتواصل مع الآخرين.

ولكن مهما اختلفت تلك الأهداف بين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، إلا أن هناك نقطة وركيزة واحدة هامة تجتمع فيها جميعها وتعد بمثابة العمود الفقري لها وهي "المحتوى".

ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في جذب العديد من المستخدمين المتفاعلين على مستوى العالم، وتعد هذه المواقع وسيلة للتواصل والتقاطع بين العالمية والمحلية، إذ أن الفكرة الأساسية التي تقوم عليها هي عالمية الاهتمامات ومحلية المردود، فالتفاعلات تتم على خلفية السياق العالمي وتتبلور متغيراتها على الصعيد المحلي وذلك عبر عدة متغيرات منها (الغفار، 2015، الصفحات 14-15-16):

• المتغيرات الاجتماعية بمعنى تكوين الصداقات وعضوية الجماعات، حيث تسهل مواقع التواصل الاجتماعي تكوين الصداقات التي تجمع بين الواقعية والافتراضية، مع التركيز على مشاركة

الاهتمامات المشتركة، بالإضافة إلى تمكينها من تجميع الجماعات المتشابهة من حيث الاهتمامات والخلفيات.

- المتغيرات السياسية، فتؤثر على عضوية الأفراد في الجماعات المتشكلة عبر الشبكات الاجتماعية، مما يفتح المجال للمشاركة السياسية في الفضاء الرقمي، ويجعل الشأن السياسي جزءًا أساسيا من تفاعلات الشبكات الاجتماعية. وتظهر الآثار البارزة لهذا التفاعل في تعبئة الرأي العام وممارسة قضايا المواطنة وتعزيز دور المجتمع المدني.

### تأثير صناع المحتوى على المجتمع:

صانع المحتوى هو شخص يقوم بمشاركة المعلومات، وإنشاء المحتوى بأنواعه، خاصة على الوسائط الرقمية، وهو يستهدف عادة مُستخدمين (جمهور مُعينين). فيمكن لصانع المحتوى، إنشاء أنواع مختلفة من المحتوى مثل: مشاركة تدوينة أو مقالة، أو الرسائل الإخبارية عبر البريد الإلكتروني، أو تحرير الفيديوهات، أو الكتب الإلكترونية، أو تصميم الجرافيك، أو محتوى تسويقي (عمر، 2020).

إن قوة صناع المحتوى في البيئة الاتصالية تساهم في بناء المستقبل، فهم يقومون بإنتاج نوعية من المعرفة تشبع احتياجات الجمهور الذي يعتمد على وسائل الإعلام الجديد، ويستخدمون في إنتاجها الأساليب التي تتناسب مع وسائل التواصل الاجتماعي، مثل يوتيوب وتيك توك وفيسبوك وتويتر وإنستغرام وتليغرام (صالح، 2022).

ظاهرة التأثير على شبكات التواصل الاجتماعي تكاد تكون جديدة، حيث فرضت وجودها أكثر في السنوات الأخيرة، إذ ثمة من يعتبرها وظيفة يمارسها البعض من أجل اكتساب الشهرة واستخدامها لأهداف تسويقية، وثمة من يرى أن المؤثرين هم من يشاركون متابعيهم مواضيع متنوعة قصد التفاعل معها واقتراح حلول بديلة لمشاكل معينة. وسرعان ما تحولت فكرة "المؤثرين" إلى ظاهرة، يعتبرها البعض طريقا سهلا وسريعا لربح الكثير من المال والشهرة أيضا (دهنو، 2021).

ويستمد صناع المحتوى قوتهم التأثيرية من خلال ثلاثة مؤشرات (نافع، 2019، صفحة 156):

1- معدل الانتشار الاجتماعي عبر مواقع الشبكات الاجتماعية.

2- المحتوى الخاص بهم وقيمتهم بالنسبة للمستخدمين الآخرين.

3- ثقة الآخرين بهم ومدى مصداقيتهم لدى المستهلكين.

في المستقبل القريب سوف يصبح التأثير الاجتماعي الدرجة الجامعية الجديدة، مثل البكالوريوس التي تعتبر شرطاً أساسياً للعديد من أنواع الوظائف المرعبة والمطلوبة. حيث سيظهر التأثير الاجتماعي كمتطلب مماثل بشكل واسع الانتشار، وسيحدد مدى قدرة الأشخاص على بناء علامة اجتماعية ومدى قدرتهم على تحقيق نجاحات في حياتهم المهنية، سواء كانوا سياسيين طامحين، أو مطربين، أو مسوقين، أو وكلاء عقاريين، أو أصحاب أعمال صغار. من المهم أن نلاحظ هنا أن وجود عدد ضخم من المتابعين أو التواجد البارز ليس ضرورياً، لكن القدرة على الاستفادة من شبكات التواصل الاجتماعي لجذب الجمهور ستكون مفيدة للأشخاص (Joe Gagliese, 2022).

### صناعة المحتوى الرقمي في فلسطين:

يُعرف المحتوى الرقمي الفلسطيني بأنه جملة المعلومات والنصوص والصور والفيديوهات والتقارير والأخبار والمقالات والأبحاث والتغريدات التي يتم نشرها عبر منصات التواصل الاجتماعي. كما يشمل تنظيم المحتوى الرقمي الفلسطيني جمع المعلومات والحقائق والبيانات والمشاعر والأحاسيس والتصميمات، وكذلك استنتاجاتها واستخلاصاتها المتعلقة بتاريخ الشعب الفلسطيني وقضيته، ومسار الصراع مع الاحتلال الإسرائيلي. يتم توثيق مسار الثورة الفلسطينية ومراحلها المختلفة بشكل شبكي، مع التركيز على الأفكار الرئيسية التي يُراد تسليط الضوء عليها، وتوجيه الجمهور نحو التفاعل والتعامل معها (ربه، 2021، صفحة 63).

ما زالت القضية الفلسطينية مدار الاهتمام الإعلامي منذ بداية الصراع الفلسطيني-الإسرائيلي. وقد شكّل إطار الصراع محور قراءات عديدة ومتنوعة، لكن الملاحظ هو أن أشكاله قد عرفت تطوراً بدءاً بالمواجهة بالسلاح وصولاً إلى أشكال جديدة ساحتها ليست الواقع المعيش بقدر ما هو الواقع الافتراضي.

لا يمكن تجاهل تأثير ظهور تكنولوجيا الاتصال الحديثة على تغطية الصراع الفلسطيني، حيث أحدثت ثورة في انتشار المعلومات بشكل سريع وواسع عبر شبكات التواصل الاجتماعي. وبفضل سرعة انتشار المعلومات، أصبحت هذه الشبكات تجذب اهتمام الجمهور الباحث عن الأخبار المتعلقة بالصراع، وتؤثر على قرارات السياسة المتعلقة به، حيث يتلقى الرأي العام المعلومات ويتفاعل معها بشكل مباشر. وبالتالي، يظهر أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يلعب دوراً مهماً في تشكيل الرأي العام وتوجيه القرارات السياسية المتعلقة بالصراع، استناداً إلى المعلومات المتاحة وتفاعل الجمهور معها (الميلادي، العرفي، 2023).

لقد لعب المحتوى الرقمي دوراً هاماً في فضح جرائم الاحتلال الإسرائيلي خلال السنوات الماضية الأخيرة، مثل أحداث حي الشيخ جراح بمدينة القدس عام 2021. (حماد، 2022) ، وخلال أحداث معركة طوفان الأقصى في عام 2023، وقد لعبت وسائل التواصل الاجتماعي دوراً بارزاً في التأثير على الرأي العام العالمي لصالح القضية الفلسطينية. وقد كشفت هذه الوسائل بشكل واضح عن الهول الذي خلفته المجازر الإسرائيلية في قطاع غزة، من خلال توثيق الهواتف الخاصة بالمواطنين والنشطاء على منصات التواصل الاجتماعي. وقد ساهمت هذه التوثيقات في تعرية رواية الاحتلال المفبركة بشكل واسع، مما دفع بالمزيد من المسيرات والاحتجاجات في أمريكا وبريطانيا وسائر أوروبا والعالم، مطالبة بوقف جرائم الإبادة في غزة. كما لعب النشطاء دوراً بارزاً في نشر الرواية الفلسطينية وتوثيق ما يحدث في غزة، من خلال تقديم صورة واقعية لمعاناة الشعب الفلسطيني (المسار الإخباري، 2023).

وعلى الرغم من الإمكانيات المادية والوسائل التعبوية التحريضية التي يزيّفها الاحتلال لكسب المجتمع الدولي في صفه، إلى جانب دعم الماكينة الإعلامية الغربية لإسرائيل، كانت شبكات التواصل الاجتماعي واحدة من أهم ساحات الاشتباك مع الاحتلال الإسرائيلي في حرب عام 2014، واستطاعت أن توثق

المجازر التي ارتكبت في غزة، الأمر الذي جعل الاحتلال يلجأ لمحاربة ما يسميه العالم الافتراضي، من خلال التعقيم على المحتوى الفلسطيني (الشيخ، 2023، صفحة 122).

وقد حصل ذات الأمر في حرب عام 2023 خلال معركة طوفان الأقصى، إذ تمكنت مجموعة من صنّاع المحتوى الفلسطيني من توثيق جرائم الاحتلال، والحديث عن فلسطين والقضية الفلسطينية الأمر الذي غير من مسار القضية عالمياً ودولياً.

ولعل عنصرى القائم بالاتصال والمتلقي يمثلان في هذا الإطار أبرز العناصر التي تأثرت بتلك التحولات، إذ تلاشت القواعد الحاكمة لبنية الأدوار الوظيفية لهذين العنصرين، لتحل محلها قواعد أخرى جديدة تقوم في جوهرها على مفهوم امتلاك المهارة، والتي ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي كوسائط افتراضية في تشكيل ملامحها، لتتجسد في أربع سمات رئيسية تعبر عن امتلاك القدرة على الوصول إلى المحتوى، وتحليله، وتقييمه، وإعادة إنتاجه (مكاوي ومؤيد وآخرون، 2021، صفحة 531).

### **معركة طوفان الأقصى 2023، وصنّاع المحتوى:**

كانت مواقع التواصل الاجتماعي المنصة الرئيسية لتغطية كل تفاصيل الأحداث، حيث ساهمت بشكل كبير في كشف الحقائق والوقائع حول ما يجري في قطاع غزة، مقابل كذب وتضليل السرديات الغربية. ومن جانب آخر، كانت هذه المنصات أيضاً وسيلة لفضح العديد من المشاهير وصنّاع المحتوى الذين تبنوا مواقف معادية للقضية الفلسطينية. أصبح التدوين والتعبير لصالح القضية الفلسطينية معياراً لتقييم مكانة الأشخاص، حيث انتشرت عبارة "اختلافي معك في القضية الفلسطينية يفسد للود كل قضية" على نطاق واسع في كل أنحاء العالم، تعكس أهمية الالتزام بالدفاع عن حقوق الشعب الفلسطيني في نظر الجمهور العالمي.

فهناك من ساند وهناك من عارض وهناك أيضاً من آثر الصمت حتى لا يخسر متابعيه أو خوفاً على حسابه من العقوبات. وبين هذا وذاك، أشارت العديد من الدراسات إلى أهمية هذا العالم الرقمي في خلق معادلة جديدة لصالح المقاومة الفلسطينية (السكوي، 2023).

لم يشعل طوفان الأقصى شعلة البداية في ساحة المعركة فقط، بل أشعلها في العدسات والأقلام والصفحات لدى المئات والآلاف من: المصورين، والصحافيين، والإعلاميين، والمؤثرين وصناع المحتوى، عبر المنصات الرقمية المتعدّدة وعموم المواطنين في مختلف دول العالم (المصري، 2023).

وساهمت عدد من العوامل في إظهار الحقائق للرأي العام العالمي عبر شبكات التواصل الاجتماعي ومن أهم هذه العوامل ظاهرة المصور الحر، وهي من أهم العوامل التي ساهمت في نشر الحقائق بالصوت والصورة ومن أشهر هؤلاء المصورين معتر هلال العزايزة وهو صحفي ومؤثر فلسطيني من دير البلح في قطاع غزة، بالإضافة إلى المقابلات التلفزيونية لشخصيات عربية باللغة الإنجليزية مثل باسم يوسف، وسرديات واقعية من قلب الأحداث مثل "روح الروح" وهي للجد الذي فقد حفيدته، كذلك إعلام المقاومة وإنتاج حماس الدعائي التي مزجت ما بين استعراض القوة والإنسانية، وقناة الجزيرة التي ساهمت برصد ونقل الوقائع على الأرض (عنان، 2023، صفحة 7).



## الفصل الثالث

### طريقة إجراءات الدراسة

---

- مقدمة
  - منهج الدراسة
  - مجتمع الدراسة
  - عينة الدراسة
  - أداة الدراسة
    - صدق أداة الدراسة
    - ثبات أداة الدراسة
  - خطوات تطبيق الدراسة
  - المعالجة الإحصائية
  - تصحيح المقياس
-

## الفصل الثالث (طريقة وإجراءات الدراسة)

### مقدمة

تناول هذا الفصل وصفاً كاملاً ومفصلاً للطريقة والإجراءات التي قامت بها الباحثة لتنفيذ هذه الدراسة وشمل وصف منهج الدراسة، مجتمع الدراسة، وعينة الدراسة، أداة الدراسة، صدق الأداة، ثبات الأداة، خطوات تطبيق الدراسة، والمعالجة الإحصائية.

### نوع الدراسة ومنهجها

تصنف الدراسة ضمن نوعية البحوث الوصفية، التي تحظى بمكانة خاصة في العلوم الإنسانية، ونسبة كبيرة من البحوث والدراسات الإنسانية المنشورة هي وصفية في طبيعتها. (المشهداني، 2019، صفحة 125)

ويعرف هذا المنهج بأنه "الطريق أو مجموعة الطرق التي يتمكن الباحثون من خلالها وصف الظواهر العلمية والظروف المحيطة بها في بيئتها والمجال العلمي الذي تنتمي إليه، وتصور العلاقة بينها وبين الظواهر الأخرى المؤثرة والمتأثرة فيها، كما تصور شكل العلاقة بين متغيراتها، باستخدام أساليب وأدوات البحث العلمي، التي تلائم الأهداف التي يسعى الباحثون إلى تحقيقها من وراء استخدام هذا المنهج" (الطائي وبكر، 2007، صفحة 95).

وتنقسم البحوث الوصفية في دراسات علوم الاعلام والاتصال إلى دراسات فرعية: (قنديلجي، 2013، صفحة 83)

1- الدراسات المسحية وتشتمل على مسح الرأي العام، وتحليل المضمون، ومسح الجمهور ووسائل الإعلام وأساليب الممارسة.

2- دراسة العلاقة المتبادلة، وتشمل دراسة الحالة، والدراسة السببية المقارنة، والدراسة الارتباطية.

### 3- الدراسة التطويرية.

وبناء على ذلك استخدمت الباحثة أسلوب الدراسات المسحية بطريقة تحليل المضمون، من أجل تحليل صفحات صناع المحتوى الفلسطيني، "ويتميز أسلوب مسح المحتوى بأنه منظم، ووصفي (أي الهدف منه هو توصيف وتصنيف المحتوى)، وموضوعي، وكمي". (الحاج، 2020، الصفحات 52-53)

واستخدمت الباحثة أيضاً الأسلوب الوصفي التحليلي، الذي يهتم بدراسة الظاهرة في الوقت الحاضر والاطلاع على مكوناتها كما هي في الواقع للوصول إلى أسبابها والعوامل التي تتحكم فيها وإيجاد الروابط والعلاقات الناشئة بينها، وكذلك استخلاص النتائج ومناقشتها ومقارنتها بنتائج الدراسات السابقة التي تمحورت حول ذات القضية، وهو المنهج المناسب والأفضل لمثل هذه الدراسات.

### مجتمع الدراسة

**أولاً:** يتكون مجتمع الدراسة من الصفحات الشخصية لصناع المحتوى الفلسطيني على مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك- والإنستغرام).

**ثانياً:** يتكون مجتمع الدراسة من جميع الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل في الضفة الغربية، وذلك خلال فترة الفصل الدراسي الثاني من العام الدراسي 2024/2023م.

ويبلغ عدد سكان مدينة الخليل وفقاً لجهاز الإحصاء المركزي الفلسطيني لعام 2021، 215571 نسمة (الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، 2021).

ووفقاً للمعلومات الواردة عن الجهاز المركزي للإحصاء فإن فئة الشباب يشكلون أكثر من خمس المجتمع الفلسطيني، 1.19 مليون شاب وشابة (18-29 عاماً)، بنسبة 22% من إجمالي السكان في فلسطين حتى منتصف العام 2023، 22% في الضفة الغربية، و21% في قطاع غزة. (وفا، وكالة الأنباء والمعلومات الفلسطينية، 2023). وكما ورد في كتاب فلسطين الإحصائي السنوي 2021 أن عدد سكان محافظة الخليل 782227 بنسبة 15% من سكان فلسطين.

لذلك، فإن:

عدد الشباب المقدر لعام 2021 في مدينة الخليل = 22% × عدد سكان مدينة الخليل

= 215571 × 22%

= 47,426 شاباً وشابة

وبذلك يكون حجم المجتمع المقدر من الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل هو 47,426.

### عينة الدراسة

أولاً: عينة الحسابات الشخصية لنشطاء من صناع المحتوى الفلسطيني

تم اختيار حسابات شخصية لخمسة نشطاء من صناع المحتوى الفلسطيني على الفيسبوك والإنستغرام، وهؤلاء النشطاء هم: معتز العزايزة، علاء أبو دياب، أحمد ماهر، أحمد حجازي، صالح الجعفرأوي، حيث تم اختيارهم باستخدام العينة العمدية، أو القصدية على اعتبار أنها تحقق أهداف الدراسة.

بعد ذلك اختارت الباحثة عينة مما ينشره صناع المحتوى الذين اختارهم، بأسلوب الدورة (Rotation) أو ما يعرف بطريقة الأسبوع الصناعي (السبت من الأسبوع الأول ... الأحد من الأسبوع الثاني ... الاثنين من الأسبوع الثالث ... الثلاثاء من الأسبوع الرابع ... الخ) فيتكون بذلك أسبوعاً صناعياً من سبعة أيام، لضمان نفس البعد الزمني بين الأيام وبعضها، وإعطاء فرص متساوية لجميع أيام الصدور السبعة في تمثيل العينة.

وتم اختيار عينتان عشوائيتان بسيطتان بدءاً من تاريخ أحداث 2023/11/10 و2023/11/18 ...، وصولاً لتاريخ 2023/12/28، حيث تم تحليل مضمون ما نشره صناع المحتوى عبر صفحاتهم على الفيسبوك والإنستغرام في هذه الحرب، وبناء على أسلوب الأسبوع الصناعي تم اختيار هذه التواريخ لغرض دراسة العينة وتحليل مضمون الموضوعات التي تم تناولها من قبل صناع المحتوى، وفق ما هو موضح في الجدول التالي:

**جدول رقم (1.3)**  
**جدولة الأسبوع الصناعي**

الرقم	اليوم	التاريخ
.1	الجمعة	2023/11/10
.2	السبت	2023/11/18
.3	الأحد	2023/11/26
.4	الاثنين	2023/12/4
.5	الثلاثاء	2023/12/12
.6	الأربعاء	2023/12/20
.7	الخميس	2023/12/28

**ثانياً: عينة من الشباب الفلسطيني في الضفة الغربية**

تكونت العينة من مجموعة من الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل الذين يتابعون صفحات صناع المحتوى على الفيسبوك والإنستغرام.

**(1) تقدير حجم عينة الدراسة من الشباب الفلسطيني**

نظراً لعدم توفر بيانات حول تباين المجتمع وغيرها من البيانات اللازمة لحساب حجم العينة، ونظراً لأن حجم المجتمع محدد، فقد تم اعتماد معادلة ستيفن ثومبسون (Thompson, 1987) لتقدير حجم العينة اللازم لإجراء الدراسة، وهي:

**معادلة ستيفن ثومبسون:**

$$n = \frac{N \times p(1-p)}{\left[ \left( \frac{d}{z} \right)^2 \times (N-1) \right] + p(1-p)}$$

حيث إن:

$N$ : حجم المجتمع

$z$ : الدرجة المعيارية المقابلة لمستوى المعنوية (0.05) وتساوي (1.96)

$p$ : نسبة توافر الخاصية وهي (0.50).  $q$ : النسبة المتبقية من الخاصية وهي (0.50).

وبناء على الصيغة المذكورة أعلاه، تم الحصول على حجم العينة المطلوب على النحو الآتي:

$$n = \frac{N \times p(1 - p)}{\left[ \left( \frac{d}{z} \right)^2 \times (N - 1) \right] + p(1 - p)}$$
$$= \frac{47,426 \times (0.5) \times (0.5)}{\left[ \left( \frac{0.05}{1.96} \right)^2 \times (47,426 - 1) \right] + (0.5) \times (0.5)}$$
$$= 381.08 \approx 381$$

وبالتالي فإن حجم العينة المقدر المطلوب هو (381)، وهو ما يمثل (0.8%) من حجم المجتمع.

## 2) وصف عينة الدراسة

أولاً: وصف عينة الدراسة لاستمارة تحليل المضمون:

- 1- **معتز العزايزة:** صحفي ومؤثر فلسطيني، وُلد في مدينة دير البلح في قطاع غزة، حصل على شهادة البكالوريوس في اللغة الإنجليزية من جامعة الأزهر في عام 2021. ثم عمل مصوراً مع قناة إيه بي سي نيوز الأمريكية ومتطوع منذ عام 2017 في جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني، ويعمل في الأونروا لتوثيق ما يحدث في غزة، ومنذ 7 أكتوبر، زاد عدد متابعي عزايزة على الفيسبوك والإنستغرام بشكل ملحوظ من حوالي 30 ألف إلى أكثر من 18.6 مليون.
- 2- **صالح الجعفرأوي:** هو فلسطيني وصانع محتوى ومصوّر منذ ما يقارب السنتين، وله أكثر من 18 ألف متابع عبر الفيسبوك والإنستغرام، لا يتعدى عمر صالح الجعفرأوي الـ 25 سنة، وهو مقيم في غزة منذ الولادة .
- 3- **أحمد ماهر:** فلسطيني وصانع محتوى من جنين، مذيع ومقدم برامج، لديه حوالي 500 ألف متابع على الفيسبوك والإنستغرام.
- 4- **أحمد حجازي:** هو ناشط اجتماعي وصانع محتوى من غزة، لديه حوالي 3 مليون و200 ألف متابع على حساباته على الفيسبوك والإنستغرام.

5- علاء أبو دياب: فلسطيني مقدسي يعيش في السويد، من مواليد الثمانينات، دخل عالم الكوميديا من خلال بوستات فيسبوك وفيديوهات قصيرة قبل أن يصبح واحداً من أشهر الـ ستاند أب كوميديان في فلسطين والعالم العربي، لكنها كوميديا ممزوجة بالمرارة بسبب نقد الواقع السياسي والاجتماعي الذي عاشه ويعيشه مجتمعنا الفلسطيني، لديه حوالي 83 ألف متابع على حساباته الفيسبوك والإنستغرام.

ثانياً: وصف عينة الدراسة لأداة الاستبيان:

تكونت عينة الدراسة من (298) شاب وشابة من الشباب الفلسطينيين في مدينة الخليل، وقد بلغ عددهم 298 مفردة، مثلت ما نسبته (78.22%) من حجم العينة المقدر المطلوب، وقد تم اختيارهم بأسلوب العينة المتاحة حيث تم توزيع الاستبانة إلكترونياً، وهم موزعين وفق المتغيرات الديموغرافية، كما في الجدول الآتي:

### جدول رقم (2.3)

توزيع أفراد العينة حسب المتغيرات الديموغرافية (النوع الاجتماعي، العمر، المستوى التعليمي)

المتغير	الفئة	العدد	النسبة المئوية
النوع الاجتماعي:	ذكر	123	41.3
	أنثى	175	58.7
	المجموع	298	100.0
العمر:	أقل من 18 سنة	35	11.7
	من 18 – 28 سنة	118	39.6
	من 29 – 38 سنة	104	34.9
	أكثر من 38 سنة	41	13.8
	المجموع	298	100.0
المستوى التعليمي:	أساسي	27	9.1
	ثانوي	81	27.2
	جامعي	190	63.8
	المجموع	298	100.0

## أدوات الدراسة

### أولاً: استمارة تحليل المضمون

في حين ترتبط أشكال الدراسات المسحية بالاتصال المباشر مع المصادر البشرية، التي تمتلك المعلومات التي يريدها الباحثون، فإن دراسات تحليل المضمون أو (تحليل المحتوى)، تتم من غير اتصال، حيث يكتفي الباحثون باختيار عدد من الوثائق المرتبطة بموضوع البحث مثل السجلات والقوانين والصحف والمجلات وبرامج التلفاز (دويدري، 2000، صفحة 215).

تحليل المضمون، هو طريقة بحث تستخدم لتحليل المواد المكتوبة أو المرئية من خلال فحص وتفسير عناصرها المختلفة بشكل منهجي، ويتضمن تحديد الأنماط والموضوعات والمعنى في البيانات النصية أو المرئية، وتصنيفها إلى فئات أو رموز مختلفة، كما يمكن تطبيق تحليل المضمون على مجموعة كبيرة من المواد، مثل المقالات الصحفية ومنشورات وسائل التواصل الاجتماعي والخطب والمقابلات والإعلانات وما إلى ذلك، أيضاً يمكن تحليل البيانات سواء من الناحية الكيفية أو النوعية، اعتماداً على أسئلة البحث وأهدافه، كما يتضمن تحليل المضمون عادة عدة مراحل، بما في ذلك جمع البيانات والترميز والتفسير، بحيث يختار الباحثون عينة من المواد ذات الصلة ويجمعونها لتحليلها، كما تتضمن مرحلة الترميز تقسيم البيانات إلى فئات ذات مغزى، تلتقط الموضوعات والأنماط الرئيسية في البيانات، وأخيراً، خلال مرحلة التفسير، يقوم الباحثون بتحليل البيانات المشفرة لتحديد النتائج الرئيسية واستخلاص استنتاجات حولها. وفي الدراسة الحالية سوف تستخدم الباحثة أداة تحليل المضمون باعتبارها الأداة المناسبة لتحليل "ما ينشره صناع المحتوى عبر صفحاتهم الشخصية على الفيسبوك والإنستغرام عن فلسطين"، للوصول إلى نتائج بحثية دقيقة، وقد عرف بعض الباحثين تحليل المضمون على أنه "البحث عن المعلومات الموجودة داخل وعاء ما، والتفسير الدقيق للمفهوم أو المفاهيم التي جاءت في النص أو الحديث أو الصورة، والتعبير عنها بوضوح وموضوعية وشمولية ودقة (الهباللي، 1989، صفحة 54).

ومن أهم الخصائص التي يتميز بها أسلوب تحليل المضمون، أنه يركز على التحليل الكمي في عمليات التحليل، بهدف القيام بالتحليل الكيفي على أسس موضوعية. (مشابقة، 2014، صفحة 68)



## ثانياً: أداة الاستبيان

التي تم إعدادها بناء على أهداف الدراسة، وهي إحدى الأساليب التي تستخدم في جمع بيانات أولية من العينة المختارة أو جميع مفردات المجتمع، عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة المعدة مسبقاً، من أجل التعرف على حقائق معينة، أو وجهات نظر المبحوثين واتجاهاتهم، والدوافع والعوامل التي تدفعهم إلى تصرفات سلوكية معينة. (حسين، 2005، صفحة 206)

وقد تم عرض أدوات الدراسة بصورتها الأولية على مجموعة من المحكمين المختصين في مجال الإعلام، تم إجراء التعديلات اللازمة عليها وفقاً لملاحظاتهم.

## صدق البناء الإحصائي لأداة الاستبيان

قامت الباحثة بالتحقق من صدق الأداة من الناحية الإحصائية بحساب معامل الارتباط بيرسون (Pearson Correlation) بين فقرات الدراسة في محاورها مع الدرجة الكلية لها في كل محور، وذلك كما هو موضح في الجدول التالي:

### جدول رقم (3.3)

نتائج معامل الارتباط بيرسون (Pearson Correlation) بين فقرات الدراسة في محاورها مع الدرجة

الكلية لها في كل محور

المحور	رقم الفقرة	معامل الارتباط (r)	الدلالة الإحصائية	المحور	رقم الفقرة	معامل الارتباط (r)	الدلالة الإحصائية	المحور	رقم الفقرة	معامل الارتباط (r)	الدلالة الإحصائية
دوافع المتابعة	1	0.689**	0.00	أسباب الاعتماد	1	0.789**	0.00	الاتجاهات على القيم الوطنية والنضالية	1	0.572**	0.00
	2	0.729**	0.00		2	0.859**	0.00		2	0.522**	0.00
	3	0.752**	0.00		3	0.540**	0.00		3	0.578**	0.00
	4	0.692**	0.00		4	0.869**	0.00		4	0.620**	0.00
	5	0.641**	0.00		5	0.596**	0.00		5	0.712**	0.00
الإشباع المتحقق	1	0.917**	0.00	الآثار المعرفية والسلوكية والوجدانية	1	0.844**	0.00		6	0.666**	0.00
	2	0.888**	0.00		2	0.847**	0.00		7	0.677**	0.00
	3	0.908**	0.00		3	0.532**	0.00		8	0.652**	0.00
	4	0.504**	0.00		4	0.541**	0.00		9	0.706**	0.00
	5	0.937**	0.00		5	0.820**	0.00		10	0.567**	0.00

\*\* الارتباط دال إحصائياً عند المستوى (0.01)

\* الارتباط دال إحصائياً عند المستوى (0.05)

يتضح من الجدول السابق أن جميع فقرات الدراسة تحظى بدرجات ذات دلالة إحصائية من الارتباط بالدرجة الكلية لها في كل محور من محاورها، مما يشير إلى أن فقرات الدراسة تتمتع بدرجة كبيرة جداً من الصدق.

### ثبات أداة الدراسة

تم التحقق من ثبات أداة الدراسة باستخدام معادلة الثبات (كرونباخ ألفا Cronbach's Alpha) للاتساق الداخلي، حيث تم حساب قيمة (ألفا) بين فقرات الدراسة في كل محور من محاورها. كما هو موضح في الجدول التالي:

#### جدول رقم (4.3)

معامل الاتساق الداخلي (كرونباخ ألفا Cronbach's Alpha) بين فقرات الدراسة في كل محور من محاورها

عدد الفقرات	قيمة معامل الثبات (كرونباخ ألفا)	المقياس
5	0.738	دوافع متابعة صناع المحتوى الفلسطيني
5	0.873	الإشباع المتحققة من متابعة صناع المحتوى
5	0.744	أسباب الاعتماد على صناع المحتوى كمصدر للمعلومات
5	0.717	الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن الاعتماد على صناع المحتوى كمصدر للمعلومات
10	0.829	انعكاسات أنشطة صناع المحتوى على القيم الوطنية والنضالية لدى الشباب الفلسطيني

تشير البيانات الواردة في الجدول السابق أن قيمة معامل الاتساق الداخلي (كرونباخ ألفا) المحسوبة بين فقرات الدراسة حول (دوافع متابعة صناع المحتوى الفلسطيني) قد بلغت (73.8%). وبين فقرات الدراسة حول (الإشباع المتحققة من متابعة صناع المحتوى) قد بلغت (87.3%). وبين فقرات الدراسة حول (أسباب الاعتماد على صناع المحتوى كمصدر للمعلومات) قد بلغت (74.4%). وبين فقرات الدراسة حول (الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن الاعتماد على صناع المحتوى كمصدر للمعلومات) قد بلغت (71.7%). وبين فقرات الدراسة حول (انعكاسات أنشطة صناع المحتوى على القيم الوطنية والنضالية لدى الشباب الفلسطيني) قد بلغت (82.9%). وهي قيم مرتفعة. ويتضح بذلك أن أداة

الدراسة تتمتع بدرجة عالية جدا من الثبات، مما يجعلها أداة صالحة من أجل تحقيق أهداف الدراسة وتنفيذ إجراءاتها.

## متغيرات الدراسة

في هذه الدراسة " دور صناع المحتوى في إذكاء الروح الوطنية والنضالية لدى الشباب الفلسطيني على مواقع التواصل الاجتماعي" يمكن تحديد المتغيرات كالتالي:

### أ) المتغيرات المستقلة:

1- الخصائص الكيفية للمحتوى الرقمي، المتمثلة في:

- المواضيع التي يتحدث عنها صناع المحتوى.
- الأشكال التي يستخدمونها.
- الأساليب التي يستخدمونها.
- المصادر التي يعتمدون عليها.
- واللغة التي يستخدمونها.

2- الخصائص الديموغرافية للشباب الفلسطيني في مدينة الخليل (النوع الاجتماعي، العمر، والمستوى التعليمي).

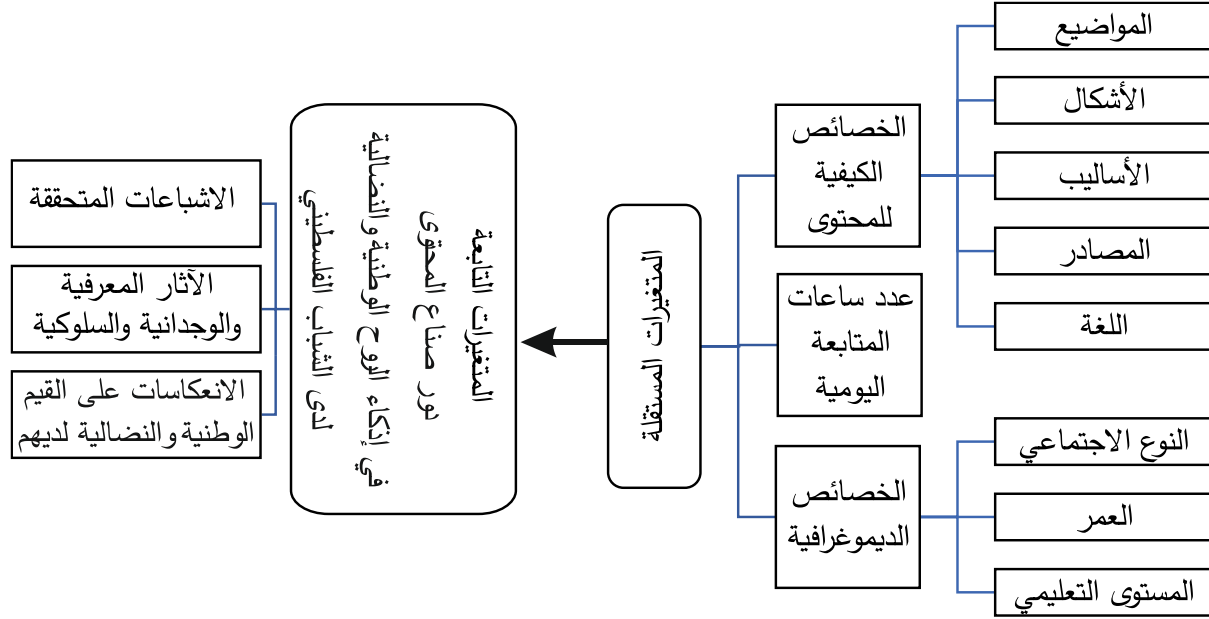
3- عدد ساعات المتابعة اليومية.

### ب) المتغير التابع:

درجات تأثير صناع المحتوى ودورهم في إذكاء الروح الوطنية والنضالية لدى الشباب الفلسطيني على مواقع التواصل الاجتماعي من حيث (الاشباع المتحققة، والآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة، والانعكاسات على القيم الوطنية والنضالية) لدى الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل، عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

## نموذج الدراسة

شكل رقم (1.3): انموذج الدراسة



## محددات الدراسة

أثناء إجراء الدراسة، واجهت الباحثة مجموعة من المعوقات والمحددات، والتي كانت على النحو الآتي:

- 1- عدم القدرة على استخدام أداة المقابلة مع صناعات المحتوى.
- 2- قلة الدراسات والمراجع في الموضوع المبحوث.
- 3- استخدام صناعات المحتوى لخاصية القصص، التي تؤدي إلى اختفاء المحتوى المنشور بعد 24 ساعة.
- 4- صعوبة الوصول إلى عينة الدراسة وتوزيع الاستبانة عليهم ميدانياً، مما دفع الباحثة إلى توزيعها إلكترونياً عبر نماذج (Google Form)، وذلك أدى إلى الحصول على استجابات أقل من حجم العينة المقدر.

## المعالجة الإحصائية

أولاً: أداة تحليل المضمون:

قامت الباحثة بجمع التكرارات التي حصلت عليها من خلال تحليل العينة، وذلك وفقاً لكل جدول تم تصميمه لخدمة أهداف وتساؤلات البحث، وبعد ذلك تم استخدام معادلة رياضية من أجل حساب النسبة المئوية وهذه المعادلة هي (عدد مرات التكرار/مجموع التكرارات)  $\times 100\%$ .

ثانياً: أداة الاستبانة:

بعد جمع بيانات الدراسة باستخدام الاستبانة، قامت الباحثة بمراجعتها وذلك تمهيداً لإدخالها للحاسوب، لعمل المعالجة الإحصائية للبيانات، وقد تم إدخالها وذلك بإعطائها أرقاماً، حسب الخيارات المطروحة، ووفقاً لمقياسي ليكرت الثلاثي والخماسي، بحيث كلما زادت الدرجة كلما زادت أهمية المقياس وزادت درجة القبول والموافقة زادت القيمة الرقمية، وذلك كما هو موضح في الجدول الآتي:

### جدول رقم (5.3)

تحويل الإجابات اللفظية وفقاً لمقياسي ليكرت الثلاثي والخماسي إلى إجابات رقمية

الدرجة بالكلمات					المحور
					دوافع متابعة صناع المحتوى الفلسطيني
					الإشباع المتحققة من متابعة صناع المحتوى
					أسباب الاعتماد على صناع المحتوى كمصدر للمعلومات
					الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن الاعتماد على صناع المحتوى كمصدر للمعلومات
					انعكاسات أنشطة صناع المحتوى على القيم الوطنية والنضالية لدى الشباب الفلسطيني
					درجة الاعتماد على صناع المحتوى كمصدر للمعلومات
موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	
----	----	----	----	----	درجة الاعتماد على صناع المحتوى كمصدر للمعلومات
1	2	3	4	5	الإجابات بالأرقام
قليلة	متوسطة	كبيرة			
بدرجة	بدرجة	بدرجة			

وقد تمت المعالجة الإحصائية للبيانات باستخراج الأعداد، والنسب المئوية، والمتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، ومعامل الارتباط بيرسون (Pearson correlation)، واختبار ت (t-test)،

واختبار التباين الأحادي (ANOVA)، ومعادلة الثبات كرونباخ ألفا، وذلك باستخدام برنامج الرزم الإحصائية SPSS.

### تصحيح المقياس

وقد تم استخدام مقياس ليكرت الثلاثي والخماسي لجمع الاستجابات وقياس الردود التي تدل على درجة الموافقة أو الاعتراض على المتوسط الحسابي، وتم تصحيح هذا المقياس ليصبح قادراً على تقدير المتوسطات الحسابية لدرجات الاستجابة في ثلاثة مستويات، على النحو الآتي:

#### جدول رقم (6.3)

##### مفاتيح المتوسطات الحسابية

درجة التقدير	وفق مقياس ليكرت الخماسي المتوسط الحسابي	وفق مقياس ليكرت الثلاثي المتوسط الحسابي
منخفضة	2.33 ← 1	1.67 ← 1
متوسطة	3.67 ← 2.34	2.33 ← 1.68
مرتفعة	5 ← 3.68	3 ← 2.34

## الفصل الرابع

### تحليل نتائج الدراسة

## الفصل الرابع (تحليل نتائج الدراسة)

### مقدمة

يتضمن هذا الفصل تحليلاً إحصائياً لبيانات الدراسة وذلك من أجل الإجابة على أسئلتها وفرضياتها.

### أ) النتائج المتعلقة بتحليل المضمون (صحيفة الاستقصاء)

#### النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الأول

ما أبرز المواضيع التي يتحدث عنها صناع المحتوى الفلسطيني عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

قامت الباحثة بالإجابة عن السؤال السابق، من خلال استخراج التكرارات والنسب المئوية حول المواضيع

التي يتحدث عنها صناع المحتوى الفلسطيني عبر مواقع التواصل الاجتماعي، كما في الجدول الآتي:

#### جدول رقم (1.4)

الأعداد والنسب المئوية حول المواضيع التي يتحدث عنها صناع المحتوى الفلسطيني عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الرقم	المواضيع	التكرارات	النسبة المئوية
1	الولاء والانتماء للوطن	35	7.05%
2	التضحية والفداء من أجل الوطن	30	6.04%
3	الحرية والاستقلال	25	5.04%
4	الصمود والتمسك بالأرض	46	9.27%
5	تدخل المجتمع العربي والدولي	51	10.28%
6	فضح جرائم الاحتلال	75	15.12%
7	الشهداء والأسرى	62	12.5%
8	معاونة الفلسطينيين والنزوح والدمار	95	19.15%
	المجموع	496	100%

تشير نتائج الجدول رقم (1.4) إلى أن أعلى نسبة للمواضيع التي تحدث عنها صناع المحتوى هي معاونة

الفلسطينيين والنزوح والدمار بنسبة 19.15%، حيث تم عرض عدد من المحتويات التي تظهر حجم

الدمار الذي لحق بمنازل المواطنين، ومحتويات تتعلق بنزوح أهالي شمال غزة إلى الجنوب، ومعاونة



هؤلاء النازحين خلال الطريق مع أطفالهم مشيا على الأقدام، أو باستخدام العربات التي تجرها الحيوانات، وكان هناك محتويات أخرى تظهر حجم المعاناة داخل مراكز الإيواء من مدارس ومستشفيات وغيرها وبينت هذه المحتويات كيف يتم استهداف هذه الأماكن من قبل جيش الاحتلال الإسرائيلي بالصواريخ والطائرات المسيرة، ومحتويات أظهرت حجم المعاناة في القطاع الصحي والخدمات في ظل النقص الحاد في الغذاء والدواء، وعرقلة دخول المساعدات عبر المعابر.

أما في المرتبة الثانية فكانت المواضيع الخاصة بفضح جرائم الاحتلال بنسبة 15,12%، مثل الصور التي بينت التعامل اللاأخلاقي لجيش الاحتلال وتفتيشه للمواطنين المدنيين وهم عراة، وقد وثق صالح الجعفرأوي القصف الذي لحق بأحد المستشفيات بتاريخ 2023/11/10، وأمسك بشظايا الصاروخ بيده في داخل المستشفى، وقد وصف ذلك اليوم بأنه الأصعب على أهالي قطاع غزة منذ اندلاع الحرب في 7 أكتوبر، أما أحمد ماهر فقد نشر عبر صفحته العديد من المحتويات التي تتعلق بهذا الموضوع منها على سبيل المثال منشور " حتى مبتورين الأطراف تم إجبارهم على المشي ورفع الراية البيضاء أثناء إخلائهم من مشفى الشفاء" وفي إطار ما يجري في الضفة الغربية نشر "ما تتوقع تشوف غير هالمشهد ... بين شهيد وأسير وجريح بتمثل حياتنا كشعب تحت احتلال"، وقد قدم أحمد حجازي شرح مفصل لقصة الحاج بشير حجة الذي قام الاحتلال بنشر صورة له أثناء عبوره من بين قوات الاحتلال وقد أمسك أحد الجنود بيده ليساعده على العبور، بعد ذلك وجد شهيدا في نفس المكان، أي أن جيش الاحتلال أعدمه بدم بارد، ولا صحة لما يدعيه الاحتلال من تعامله الإنساني مع المدنيين.

في المرتبة الثالثة كانت المواضيع التي تتعلق بالشهداء والأسرى بنسبة 12,5%، خاصة أنه خلال فترة الأسبوع الصناعي تم الاتفاق على هدنة مؤقتة بين الطرفين وتم الإفراج عن عدد من الأسرى الفلسطينيين مقابل الأسرى الإسرائيليين لذلك كان هناك عدد من المحتويات التي تتعلق بهذا الشأن، أما الشهداء فقد كان صناع المحتوى يقومون بنشر صور للشهداء بعد القصف وهم تحت أنقاض منازلهم أو في الطرقات، بالإضافة إلى نشر صور لهم تجمعهم مع أصدقائهم ومعارفهم ويكتبون أن فلانا أصبح شهيدا.

في المرتبة الرابعة كان موضوع تدخل المجتمع العربي والدولي بنسبة 10,28%، وفي المرتبة الخامسة احتل موضوع الصمود والتمسك بالأرض نسبة 9,27%، مثل نشر صور المواطنين الجالسين على ركاب

المنازل وقولهم لن نرحل، ومنشورات تتحدث عن إعادة إعمار غزة بعد الحرب، وأيضا محتويات لصانعي المحتوى وهم ينشدون نشيد سوف نبقي هنا.

## النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الثاني

ما الأشكال التي يستخدمها صناع المحتوى الفلسطيني في طرح أفكارهم؟

قامت الباحثة بالإجابة عن السؤال السابق، من خلال استخراج التكرارات والنسب المئوية حول الأشكال التي يستخدمها صناع المحتوى الفلسطيني في طرح أفكارهم، كما في الجدول الآتي:

### جدول رقم (2.4)

الأعداد والنسب المئوية حول الأشكال التي يستخدمها صناع المحتوى الفلسطيني في طرح أفكارهم

الرقم	الأشكال	التكرارات	النسبة المئوية
1	منشور	120	26.7%
2	بث مباشر	40	8.9%
3	خاصية القصص	150	33.4%
4	فيديو	56	12.4%
5	صور	83	18.4%
المجموع			100%

تشير نتائج الجدول رقم (2.4) إلى أن أكثر شكل يستخدمه صناع المحتوى عبر شبكات التواصل الاجتماعي هو خاصية القصص بنسبة 33,4%، ومنها على سبيل المثال، ما تم نشره أثناء نزوح أهالي شمال قطاع غزة إلى الجنوب خلال الطريق.

بعد ذلك يأتي المنشور بنسبة 26,7%، مثال ذلك المنشور الذي كتبه أحمد ماهر متأماً على الاغتيالات التي تحدث في جنين "يا حسرة قلوبنا على شبابنا، لا حول ولا قوة إلا بالله، وحسبي الله ونعم الوكيل".

ثم في المرتبة الثالثة تأتي الصور بنسبة 18,4%، ومنها على سبيل المثال صورة الطفلين الجالسين عند ركاب المنازل والتي كتب عليها أصغرنا بطل، يذكر أيضاً أنه يتم استخدام النص على الصورة، بعد ذلك

الفيديو بنسبة 12,4%، مثل فيديو الأم التي تجر طفلها في كوتة أطفال لمسافات طويلة، أخيراً كانت خاصة البث المباشر بنسبة 8,9%.

### النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الثالث

ما الأساليب التي يستخدمها صناع المحتوى الفلسطيني لعرض المواضيع والأفكار؟

قامت الباحثة بالإجابة عن السؤال السابق، من خلال استخراج التكرارات والنسب المئوية حول الأساليب التي يستخدمها صناع المحتوى الفلسطيني لعرض المواضيع والأفكار، كما في الجدول الآتي:

#### جدول رقم (3.4)

الأعداد والنسب المئوية حول الأساليب التي يستخدمها صناع المحتوى الفلسطيني لعرض المواضيع والأفكار

الرقم	الأساليب	التكرارات	النسبة المئوية
1	أسلوب الرصد ومتابعة الأحداث	91	36.2%
2	أسلوب سرد القصص والرواية	72	28.6%
3	أسلوب التفاعل مع المتابعين	36	14.3%
4	أسلوب تحفيز التفكير لدى الجمهور	31	12.3%
5	أسلوب طلب الآراء	12	4.7%
المجموع			100%

تشير نتائج الجدول رقم (3.4) إلى أن أكثر أسلوب يستخدمه صناع المحتوى لعرض أفكارهم هو أسلوب الرصد ومتابعة الأحداث بنسبة 36,2%، من الأمثلة على ذلك نشر محتويات بشكل مستمر بعد كل استهداف لقوات الاحتلال، ونشر محتويات يتم من خلالها تذكير الجمهور بموعد كلمة الناطق باسم كتائب الشهيد عز الدين القسام أبو عبيدة، مثل أحمد ماهر الذي كان ينشر " طل وفرحنا" مع وضع المثلث ذا اللون الأحمر.

في المرتبة الثانية يأتي أسلوب سرد القصص والرواية بنسبة 28,6%، من الأمثلة على ذلك المحتويات التي تم نشرها عن الصحفي وائل الدحوح وحادثة استشهاد عدد من أفراد أسرته، وقصة الأسيرة المحررة إسراء الجعابيص، بالإضافة إلى ذلك مشاركة منشورات لأفراد من سكان غزة يتحدثون فيها عن أهمهم مثل

منشور الفتاة التي فقدت عائلتها، ومنشور الأب الذي يتحدث عن ابنته حيث قال "ابنتي أيلول ثلاث سنوات وثلاث حروب خرجت منها بأزمة صدرية مزمنة من القنابل الدخانية تم تشخيصها بها قبل ستة أيام ونامت على إثرها في المستشفى، لا تعرف عن هذه الحياة شيئاً وكل ما يهمها هو غرفتها وألعابها، وأن القدس عاصمة فلسطين، وأنها تكره الاحتلال لأنهم على لسانها "قصفو غزة كلها"، اليوم جاءني خبر من صديق بأنه رأى بيتي مهدماً بالكامل في تل الهوا، صدقوني إن إخبار طفل بأن ألعابه أصبحت أشلاءً لهو أصعب من أي قرار قد تتخذه في حياتك بسبب تعلقها الشديد بهم، حسنا لقد نجى "الهوجي بوجي" من مجزرة ألعاب أيلول حين نزع معنا ومات حلم زوجتي البسيط "بيت دافي ببلكونة بتظل ع شجرة وبحر".

وفي المرتبة الثالثة كان أسلوب التفاعل مع المتابعين بنسبة 14,3%، بعد ذلك يأتي أسلوب تحفيز التفكير لدى الجمهور في المرتبة الرابعة بنسبة 12.3%، أما أسلوب طلب الآراء فكان بنسبة 4,7%، وهي أقل نسبة.

#### النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الرابع

ما المصادر التي يعتمد عليها صناع المحتوى الفلسطيني في إنتاج محتوياتهم الرقمية؟

قامت الباحثة بالإجابة عن السؤال السابق، من خلال استخراج التكرارات والنسب المئوية حول المصادر التي يعتمد عليها صناع المحتوى الفلسطيني في إنتاج محتوياتهم الرقمية، كما في الجدول الآتي:

#### جدول رقم (4.4)

الأعداد والنسب المئوية حول المصادر التي يعتمد عليها صناع المحتوى الفلسطيني في إنتاج محتوياتهم الرقمية

الرقم	المصادر	التكرارات	النسبة المئوية
1	مصادر مجتمعية من الميدان	95	45.8%
2	مصادر فلسطينية	42	20.2%
3	مصادر إسرائيلية	12	5.7%
4	شهود عيان	37	17.8%
5	مصادر دولية	21	10.1%
	المجموع	207	100%

تشير نتائج الجدول رقم (4.4) إلى أن أكثر مصدر يتم الاعتماد عليه هو مصادر مجتمعية من الميدان بنسبة 45,8%، بعد ذلك تأتي المصادر الفلسطينية بنسبة 20,2%، حيث تشمل هذه المصادر ما يصدر عن وزارة الصحة الفلسطينية لأعداد الشهداء الجرحى، وكذلك فيديووات الإعلام العسكري التابع لحركة حماس، ثم شهود العيان بنسبة 17,8%، أما المصادر الدولية فكانت بنسبة 10.1%، أما نسبة الاعتماد على المصادر الإسرائيلية فكانت 5,7%.

### النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الخامس

ما اللغة التي يستخدمها صناع المحتوى الفلسطيني؟

قامت الباحثة بالإجابة عن السؤال السابق، من خلال استخراج التكرارات والنسب المئوية حول اللغة التي يستخدمها صناع المحتوى الفلسطيني، كما في الجدول الآتي:

#### جدول رقم (5.4)

الأعداد والنسب المئوية حول اللغة التي يستخدمها صناع المحتوى الفلسطيني

الرقم	اللغة	التكرارات	النسبة المئوية
1	الفصحى (النثر الأدبي)	52	11.5%
2	العامية	170	37.8%
3	الخلط بين اللغتين (النثر العملي)	130	28.9%
4	اللغة الإنجليزية	97	21.6%
	المجموع	449	100%

تظهر نتائج الجدول رقم (5.4)، أن اللغة العامية كانت الأعلى بنسبة 37.8%، أما الخلط بين اللغتين (النثر العملي) بنسبة 28.9%، واللغة الإنجليزية كانت بنسبة 21.6%، وفي المرتبة الأخيرة تأتي اللغة الفصحى (النثر الأدبي) 11.5%.

## ب) النتائج المتعلقة بالإجابة عن أسئلة الاستبانة

### النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال السادس

ما عادات وأنماط استخدام الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل لمنصتي الفيسبوك والإنستغرام لمتابعة صناع المحتوى؟

أجابت الباحثة على السؤال السابق من خلال الإجابة على مجموعة من التساؤلات الفرعية على النحو الآتي:

1- ما واقع استخدام المنصتين الاجتماعيتين (الفيسبوك والإنستغرام) من قبل الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل لمتابعة صناع المحتوى؟

قامت الباحثة بالإجابة عن السؤال السابق، من خلال استخراج الأعداد والنسب المئوية حول واقع استخدام المنصتين الاجتماعيتين (الفيسبوك والإنستغرام) من قبل الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل لمتابعة صناع المحتوى حسب المتغيرات الديموغرافية، كما في الجدول الآتي:

### جدول رقم (6.4)

الأعداد والنسب المئوية حول واقع استخدام المنصتين الاجتماعيتين (الفيسبوك والإنستغرام) من قبل الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل لمتابعة صناع المحتوى وحسب المتغيرات الديموغرافية

واقع استخدام المنصتين الاجتماعيتين (الفيسبوك والإنستغرام)		المتغير	الفئة
الانستغرام	الفيسبوك		
87 (70.7%)	102 (82.9%)	ذكر	النوع الاجتماعي
153 (87.4%)	139 (79.4%)	أنثى	
240 (80.5%)	241 (80.9%)	المجموع	
26 (74.3%)	31 (88.6%)	أقل من 18 سنة	العمر
103 (87.3%)	85 (72%)	من 18 – 28 سنة	
84 (80.8%)	91 (87.5%)	من 29 – 38 سنة	
27 (65.9%)	34 (82.9%)	أكثر من 38 سنة	
240 (80.5%)	241 (80.9%)	المجموع	
18 (66.7%)	26 (96.3%)	أساسي	المستوى التعليمي
63 (77.8%)	64 (79%)	ثانوي	
159 (83.7%)	151 (79.5%)	جامعي	
240 (80.5%)	241 (80.9%)	المجموع	

أشارت البيانات الواردة في الجدول السابق أن غالبية الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل يستخدمون منصتي التواصل الاجتماعي (الفيسبوك والـإنستغرام) بشكل متقارب نسبياً، إذ أن (80.9%) منهم يستخدمون الفيسبوك، مقابل (80.5%) منهم يستخدمون الإنستغرام.

كما أشارت البيانات أن الذكور يستخدمون الفيسبوك أكثر من الإناث، بينما تستخدم الإناث منصة الإنستغرام أكثر من الذكور.

وفيما يتعلق بمتغير العمر، اتضح أن أفراد العينة يستخدمون كلا المنصتين بنسب متقاربة. وبالمقارنة، نجد أن أكثر الفئات العمرية استخداماً لمنصة الفيسبوك هي (أقل من 18 سنة) بنسبة (88.6%). في المقابل، اتضح أن أكثر الفئات العمرية استخداماً لمنصة الإنستغرام هي (من 18 - 28 سنة) بنسبة (87.3%).

وفيما يتعلق بمتغير المستوى التعليمي، اتضح أن أكثر فئات المستوى التعليمي استخداماً لمنصة الفيسبوك هم فئة (المستوى الأساسي) بنسبة (96.3%). في المقابل، اتضح أن أكثر فئات المستوى التعليمي استخداماً لمنصة الإنستغرام هي (المستوى الجامعي) بنسبة (83.7%).

## 2- ما عدد الساعات التي يستغرقها الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل يومياً في متابعة صناعات المحتوى عبر موقعي الفيسبوك والـإنستغرام؟

قامت الباحثة بالإجابة عن السؤال السابق، من خلال استخراج الأعداد والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية حول عدد الساعات التي يستغرقها الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل يومياً في متابعة صناعات المحتوى عبر موقعي الفيسبوك والـإنستغرام، كما في الشكل الآتي:

### جدول رقم (7.4)

الأعداد والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية حول عدد الساعات التي يستغرقها الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل يومياً في متابعة صناعات المحتوى عبر موقعي الفيسبوك والـإنستغرام

النسبة المئوية	العدد	عدد الساعات	المقياس
11.1	33	أقل من ساعة	عدد الساعات المستغرقة يومياً في متابعة صناعات المحتوى عبر موقعي الفيسبوك والـإنستغرام
54.4	162	من ساعة - ساعتين	
34.6	103	أكثر من ساعتين	
100.0	298	المجموع	

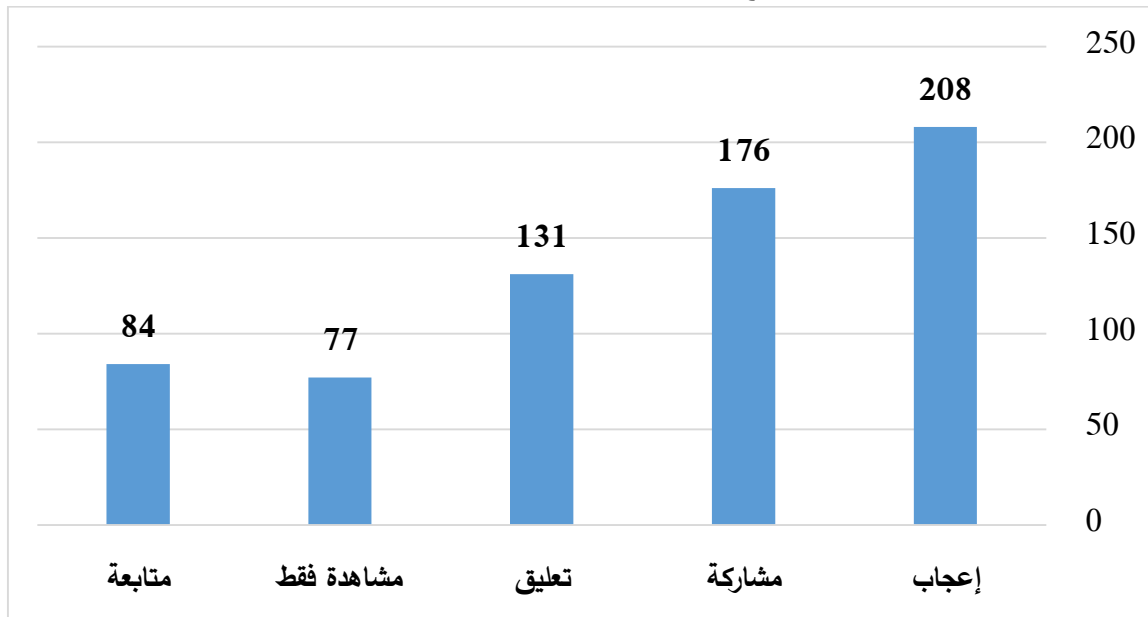
أشارت البيانات الواردة في الجدول السابق أن عدد الساعات التي يستغرقها الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل يومياً في متابعة صناع المحتوى عبر موقعي الفيسبوك والإنستغرام كان أبرزها ضمن الفئة (من ساعة - ساعتين) بنسبة (54.4%)، وأقلها ضمن فئة الذين يستغرقون (أقل من ساعة) بنسبة (11.1%).

### 3- ما طبيعة تفاعل الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل مع منشورات صناع المحتوى المتعلق بفلسطين والقضية الفلسطينية؟

قامت الباحثة بالإجابة عن السؤال السابق، من خلال استخراج الأعداد حول طبيعة تفاعل الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل مع منشورات صناع المحتوى المتعلق بفلسطين والقضية الفلسطينية، كما في الشكل الآتي:

شكل رقم (1.4)

الأعداد التي تمثل استجابات أفراد العينة حول طبيعة تفاعل الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل مع منشورات صناع المحتوى المتعلق بفلسطين والقضية الفلسطينية



أشارت البيانات الواردة في الشكل السابق أن أبرز تفاعلات الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل مع منشورات صناع المحتوى المتعلق بفلسطين والقضية الفلسطينية كانت من خلال (الإعجاب) يليه (المشاركة) يليها (التعليق). وكانت أقل هذه التفاعلات التي كانت من (المشاهدة فقط).



## النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال السابع

ما دوافع متابعة الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل لصناع المحتوى، وأسباب الاعتماد عليهم كمصدر للمعلومات؟

قامت الباحثة بالإجابة عن السؤال السابق، من خلال استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدرجات الاستجابة حول دوافع المتابعة لصناع المحتوى الفلسطيني وأسباب الاعتماد عليهم كمصدر للمعلومات لدى الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل مرتبة حسب الأهمية، كما في الجدول التالي:

### جدول رقم (8.4)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدرجات الاستجابة حول دوافع المتابعة لصناع المحتوى الفلسطيني وأسباب الاعتماد عليهم كمصدر للمعلومات لدى الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل مرتبة حسب الأهمية

الدرجة	المتوسط الانحراف الحسابي المعياري	الفقرات	الترتيب	الرقم في الاستبانة	المجال
مرتفعة	0.764	4.43	أرى أنهم يعكسون هويتي الثقافية والوطنية، ويعززون انتمائي لوطني فلسطين.	1	1
مرتفعة	0.732	4.21	أشعر أنهم يعكسون معاناة الفلسطيني، ويفضحون جرائم الاحتلال.	3	2
مرتفعة	0.782	4.04	سهولة الوصول لصناع المحتوى ومشاهدة محتوهم الذي يتعلق بفلسطين.	5	3
مرتفعة	0.674	3.92	أتابعهم لأنني أحب المشاركة والتفاعل في المناقشات التي يطرحونها عن وطني فلسطين.	2	4
مرتفعة	0.728	3.91	أشعر بأن صناع المحتوى شخصيات ناجحة على المستوى المحلي الفلسطيني.	4	5
<b>الدرجة الكلية (دوافع متابعة صناع المحتوى الفلسطيني) 4.10 0.515 مرتفعة</b>					
مرتفعة	0.676	4.55	لأن صناع المحتوى أصبحوا وسيلة لتوثيق الأحداث والانتهاكات التي تحدث في فلسطين من خلال نشر الفيديوهات والصور والتقارير على الإنترنت	1	1
مرتفعة	0.699	4.27	يزودونني بالمعلومات بأشكال متنوعة مثل الفيديو والصور والمقالات.	5	2
مرتفعة	0.657	4.05	بسبب سهولة الوصول إلى محتوياتهم الرقمية وبشكل سريع وفوري.	2	3
مرتفعة	0.760	4.03	أشعر بأن صناع المحتوى يحدثون محتوهم بانتظام مما يعني أن المعلومات تكون حديثة.	4	4
مرتفعة	1.032	3.77	أشعر أنني قادر على تبادل المعرفة والمشاركة في النقاشات التي تخص فلسطين.	3	5
<b>الدرجة الكلية (أسباب الاعتماد على صناع المحتوى كمصدر للمعلومات) 4.14 0.546 مرتفعة</b>					

درجة التقدير: (1 ← 2.33: منخفضة)

(2.34 ← 3.67: متوسطة)

(3.68 ← 5: مرتفعة)

تشير البيانات الواردة في الجدول السابق أن الاستجابات حول دوافع متابعة الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل لصناع المحتوى الفلسطيني كانت جميعها مرتفعة وبدرجة كلية مرتفعة، بمتوسط حسابي بلغ (4.10) مع انحراف معياري (0.515).

كما أشارت النتائج أن أبرز دوافع متابعة الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل لصناع المحتوى الفلسطيني هو ما ورد في الفقرة رقم (1) وهو (أنهم يرون أن صناع المحتوى الفلسطيني يعكسون هويتهم الثقافية والوطنية، ويعززون انتمائهم لوطنهم فلسطين)، بمتوسط حسابي (4.43) وانحراف معياري (0.764). تليها الفقرة رقم (3) وهو (الشعور بأن صناع المحتوى الفلسطيني يعكسون معاناة الفلسطيني، ويفضحون جرائم الاحتلال)، بمتوسط حسابي (4.21) وانحراف معياري (0.732). تليها الفقرة رقم (5) وهو (سهولة الوصول لصناع المحتوى ومشاهدة محتواهم الذي يتعلق بفلسطين)، بمتوسط حسابي (4.04) وانحراف معياري (0.782).

بينما تبين أن أقل هذه الدوافع أهمية ما جاء في الفقرة رقم (4) وهو (الشعور بأن صناع المحتوى شخصيات ناجحة على المستوى المحلي الفلسطيني)، بمتوسط حسابي (3.91) وانحراف معياري (0.728).

وتشير البيانات الواردة الجدول السابق أن درجات الاستجابة حول أسباب اعتماد الشباب الفلسطيني على صناع المحتوى كمصدر للمعلومات كانت جميعها مرتفعة وبدرجة كلية مرتفعة، بمتوسط حسابي (4.14) مع انحراف معياري (0.546).

كما أشارت النتائج أن أبرز أسباب اعتماد الشباب الفلسطيني على صناع المحتوى كمصدر للمعلومات هو ما ورد في الفقرة رقم (1) وهو (لأن صناع المحتوى أصبحوا وسيلة لتوثيق الأحداث والانتهاكات التي تحدث في فلسطين من خلال نشر الفيديوهات والصور والتقارير على الإنترنت)، بمتوسط حسابي (4.55) وانحراف معياري (0.676). تليها الفقرة رقم (5) وهو (أنهم يزودون الشباب الفلسطيني بالمعلومات بأشكال متنوعة مثل الفيديو والصور والمقالات)، بمتوسط حسابي (4.27) وانحراف معياري (0.699). تليها الفقرة رقم (2) وهو (بسبب سهولة الوصول إلى محتوياتهم الرقمية وبشكل سريع وفوري)، بمتوسط حسابي (4.05) وانحراف معياري (0.657).

بينما تبين أن أقل أسباب اعتماد الشباب الفلسطيني على صناع المحتوى كمصدر للمعلومات أهمية ما جاء في الفقرة رقم (3) وهو (شعور الشباب الفلسطيني أنهم قادرين على تبادل المعرفة والمشاركة في النقاشات التي تخص فلسطين)، بمتوسط حسابي (3.77) وانحراف معياري (1.032).

### النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الثامن

ما درجة اعتماد الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل على صناع المحتوى كمصدر للمعلومات؟

قامت الباحثة بالإجابة عن السؤال السابق، من خلال استخراج الأعداد والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية حول درجة اعتماد الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل على صناع المحتوى كمصدر للمعلومات، كما في الشكل الآتي:

#### جدول رقم (9.4)

الأعداد والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية حول درجة اعتماد الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل على صناع المحتوى كمصدر للمعلومات

المقياس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التقدير
بدرجة صغيرة	33			
بدرجة متوسطة	161	2.23	0.634	متوسطة
بدرجة كبيرة	100			
المجموع	294			

درجة التقدير: (1 ← 1.67: منخفضة) (1.68 ← 2.33: متوسطة) (2.34 ← 3: مرتفعة)

أشارت البيانات الواردة في الجدول السابق أن درجة اعتماد الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل على صناع المحتوى كمصدر للمعلومات كانت متوسطة وفق مقياس ليكرت الثلاثي، بمتوسط حسابي (2.23)، وانحراف معياري (0.634).

## النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال التاسع

ما دور صناع المحتوى في إذكاء الروح الوطنية والنضالية لدى الشباب الفلسطيني على مواقع التواصل الاجتماعي من حيث (الإشباع المتحققة لديهم، والآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة، والانعكاسات على القيم الوطنية والنضالية لديهم)؟

قامت الباحثة بالإجابة عن السؤال السابق، من خلال استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدرجات الاستجابة حول دور صناع المحتوى في إذكاء الروح الوطنية والنضالية لدى الشباب الفلسطيني على مواقع التواصل الاجتماعي من حيث (الإشباع المتحققة لديهم، والآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة، والانعكاسات على القيم الوطنية والنضالية لديهم) مرتبة حسب الأهمية، كما في الجدول التالي:

### جدول رقم (10.4)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدرجات الاستجابة حول دور صناع المحتوى في إذكاء الروح الوطنية والنضالية لدى الشباب الفلسطيني على مواقع التواصل الاجتماعي من حيث (الإشباع المتحققة لديهم، والآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة، والانعكاسات على القيم الوطنية والنضالية لديهم) مرتبة حسب الأهمية

الدرجة	المتوسط الانحراف الحسابي المعياري	الفقرات	الترتيب الرقم في الاستبانة	المجال	
مرتفعة	0.778	4.38	الحصول على معلومات أكثر عن وطني فلسطين وفهم لعدد من القضايا المختلفة.	1	
مرتفعة	0.782	4.16	زيادة شعوري بالانتماء والولاء لوطني فلسطين.	2	
مرتفعة	0.744	3.95	الشعور بالانتماء للعالم الافتراضي بسبب مشاركة نفس الاهتمامات الوطنية.	3	الإشباع المتحققة من متابعة
مرتفعة	0.893	3.83	الاستفادة من النصائح التي يقدمها صناع المحتوى حول أهمية الحرية والاستقلال.	4	صناع المحتوى
متوسطة	1.284	3.40	أشعر بأني قادر على التعبير عن رأيي في المواضيع التي تخص وطني فلسطين.	5	
<b>0.747 3.94</b>				<b>الدرجة الكلية</b>	

الدرجة	المتوسط الانحراف الحسابي المعياري	الفقرات	الترتيب	الرقم في الاستبانة	المجال
مرتفعة	0.723	4.35	1	1	تزيد لدي مشاعر حب الوطن والولاء والانتماء إليه والرغبة في الدفاع عنه.
مرتفعة	0.606	4.10	2	2	يزيد الوعي الوطني لدي وأتعمق في فهم القضايا المحيطة بوطني فلسطين.
مرتفعة	0.703	4.02	4	3	أساهم بنشر ما ينشر صناع المحتوى لجعل العالم يشعر بما يحدث في فلسطين.
مرتفعة	0.789	4.02	5	4	أشعر بأن لي دور في بناء مجتمع قوي وتعزيز التضامن بين الشباب الفلسطيني.
مرتفعة	1.072	3.75	3	5	أشعر أنني أستطيع التعبير عن رأيي وأن أنخرط في الحوارات التي تعزز الوحدة الوطنية.
<b>الدرجة الكلية</b>					<b>مرتفعة 0.544 4.05</b>
مرتفعة	0.765	4.40	1	1	تزيد رغبتي في متابعة المحتوى الرقمي المتعلق بتاريخ فلسطين والهوية الفلسطينية.
مرتفعة	0.738	4.29	3	2	تزيد مشاعر غضبي وكرهي للمحتل عند متابعة المحتوى الرقمي المتعلق بفلسطين.
مرتفعة	0.736	4.17	7	3	يزيد إيماني بقدرة الشباب على التغيير.
مرتفعة	0.700	4.15	4	4	تزيد مشاعر حب الوطن والولاء والانتماء له والرغبة في الدفاع عنه.
مرتفعة	0.756	4.09	6	5	ييثون الروح الوطنية والحماسية العالية في الشباب المتابعين.
مرتفعة	0.862	4.06	5	6	تزيد رغبتي في المشاركة في الأنشطة والفعاليات النضالية من أجل وطني فلسطين.
مرتفعة	0.814	4.04	10	7	يزيد إيماني بالكفاح الفلسطيني من أجل التحرر والاستقلال وبناء الدولة الديمقراطية العصرية وتعزيز المجتمع المدني.
مرتفعة	0.657	3.94	2	8	أشارك ما ينشره صناع المحتوى عن فلسطين عبر صفحتي الشخصية.
مرتفعة	0.896	3.93	9	9	تصبح لدي الرغبة في القيام بمبادرات سلمية لحماية السلم الأهلي، وتعزيز الوحدة الوطنية.
مرتفعة	0.896	3.76	8	10	أتشجع على الانخراط في عمليات الكفاح الشعبي ضد الاحتلال وممارساته.
<b>الدرجة الكلية</b>					<b>مرتفعة 0.493 4.08</b>

(مرتفعة) 3.68 ← 5

(متوسطة) 2.34 ← 3.67

(منخفضة) 1 ← 2.33

تشير البيانات الواردة في الجدول السابق أن درجات الاستجابة حول الإشباع المتحققة لدى الشباب الفلسطيني من متابعتهم لصناع المحتوى الفلسطيني كانت غالبيتها مرتفعة وبدرجة كلية مرتفعة، بمتوسط حسابي بلغ (3.94) مع انحراف معياري (0.747).

كما أشارت النتائج أن أبرز الإشباع المتحققة من متابعة الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل لصناع المحتوى الفلسطيني هو ما ورد في الفقرة رقم (1) وهو (الحصول على معلومات أكثر عن الوطن فلسطين وفهم لعدد من القضايا المختلفة)، بمتوسط حسابي (4.38) وانحراف معياري (0.778). تليها الفقرة رقم (3) وهو (زيادة الشعور بالانتماء والولاء للوطن فلسطين)، بمتوسط حسابي (4.16) وانحراف معياري (0.782). تليها الفقرة رقم (2) وهو (الشعور بالانتماء للعالم الافتراضي بسبب مشاركة نفس الاهتمامات الوطنية)، بمتوسط حسابي (3.95) وانحراف معياري (0.744).

واتضح أن أقل هذه الإشباع أهمية ما جاء في الفقرة رقم (5) وهو (الشعور بالقدرة على التعبير عن الرأي في المواضيع التي تخص الوطن فلسطين)، بمتوسط حسابي (3.40) وانحراف معياري (1.284).

وتشير البيانات أيضاً أن درجات الاستجابة حول الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن اعتماد الشباب الفلسطيني في الخليل على صناع المحتوى كمصدر للمعلومات كانت جميعها مرتفعة وبدرجة كلية مرتفعة، بمتوسط حسابي (4.05) مع انحراف معياري (0.544).

كما أشارت النتائج أن أبرز الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن اعتماد الشباب الفلسطيني في الخليل على صناع المحتوى كمصدر للمعلومات هو ما ورد في الفقرة رقم (1) وهو (أنها تزيد لدى الشباب الفلسطيني مشاعر حب الوطن والولاء والانتماء إليه والرغبة في الدفاع عنه)، بمتوسط حسابي (4.35) وانحراف معياري (0.723). تليها الفقرة رقم (2) وهو (أنه يزيد الوعي الوطني لدى الشباب الفلسطيني ويتعمقون في فهم القضايا المحيطة بوطنهم فلسطين)، بمتوسط حسابي (4.10) وانحراف معياري (0.606). تليها الفقرة رقم (4) وهو (أن الشباب الفلسطيني يساهمون بنشر ما ينشر صناع المحتوى لجعل العالم يشعر بما يحدث في فلسطين)، بمتوسط حسابي (4.02) وانحراف معياري (0.703).

بينما تبين أن أقل درجات الاستجابة حول الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن اعتماد الشباب الفلسطيني في الخليل على صناعات المحتوى كمصدر للمعلومات كانت على الفقرة رقم (3) وهو (شعور الشباب الفلسطيني أنهم يستطيعون التعبير عن رأيهم وأن ينخرطوا في الحوارات التي تعزز الوحدة الوطنية)، بمتوسط حسابي (3.75) وانحراف معياري (1.072).

وأشارت البيانات أيضاً أن درجات الاستجابة حول انعكاسات أنشطة صناعات المحتوى على القيم الوطنية والنضالية لدى الشباب الفلسطيني كانت جميعها مرتفعة وبدرجة كلية مرتفعة، بمتوسط حسابي (4.08) مع انحراف معياري (0.493).

كما أشارت النتائج أن أبرز درجات الاستجابة حول انعكاسات أنشطة صناعات المحتوى على القيم الوطنية والنضالية لدى الشباب الفلسطيني كان على الفقرة رقم (1) وهو أنه (تزيد رغبة الشباب الفلسطيني في متابعة المحتوى الرقمي المتعلق بتاريخ فلسطين والهوية الفلسطينية)، بمتوسط حسابي (4.40) وانحراف معياري (0.765). تليها الفقرة رقم (3) وهو أنه (تزيد مشاعر غضب وكره الشباب الفلسطيني للمحتل عند متابعة المحتوى الرقمي المتعلق بفلسطين)، بمتوسط حسابي (4.29) وانحراف معياري (0.738). تليها الفقرة رقم (7) وهو أنه (يزيد الإيمان بقدرة الشباب على التغيير)، بمتوسط حسابي (4.17) وانحراف معياري (0.736).

وتبين أن أقل درجات الاستجابة حول انعكاسات أنشطة صناعات المحتوى على القيم الوطنية والنضالية لدى الشباب الفلسطيني كان على الفقرة رقم (8) وهو أنه (يتشجع الشباب الفلسطيني على الانخراط في عمليات الكفاح الشعبي ضد الاحتلال وممارساته)، بمتوسط حسابي (3.76) وانحراف معياري (0.896).

### النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال العاشر

هل يختلف دور صناعات المحتوى في إذكاء الروح الوطنية والنضالية لدى الشباب الفلسطيني على مواقع التواصل الاجتماعي من حيث (الإشباع المتحققة لديهم، والآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة، والانعكاسات على القيم الوطنية والنضالية لديهم) باختلاف متغيرات (النوع الاجتماعي، العمر، المستوى التعليمي، عدد ساعات المتابعة يومياً)؟

للإجابة على السؤال السابق قامت الباحثة باختبار فرضيات الدراسة على النحو الآتي:

#### اختبار فرضية الدراسة الأولى

لا توجد فروق دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $0.05 \geq \alpha$ ) في دور صناع المحتوى في إنكاء الروح الوطنية والنضالية لدى الشباب الفلسطيني على مواقع التواصل الاجتماعي من حيث (الإشباع المتحققة لديهم، والآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة، والانعكاسات على القيم الوطنية والنضالية لديهم) الخليل تعزى لمتغير النوع الاجتماعي.

لاختبار الفرضية السابقة والتحقق منها، استُخدم اختبار ت (T-test) للفروق في كل من (دوافع متابعة صناع المحتوى وأسباب الاعتماد عليهم كمصدر للمعلومات، درجة الاعتماد عليهم كمصدر للمعلومات، والإشباع المتحققة من متابعتهم، والآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن الاعتماد عليهم كمصدر للمعلومات، وكذلك الانعكاسات على القيم الوطنية والنضالية) لدى الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل تعزى لمتغير النوع الاجتماعي، كما هو موضح في الجدول التالي:

#### جدول رقم (11.4)

نتائج اختبار ت للعينات المستقلة (T-test) للفروق في دور صناع المحتوى في إنكاء الروح الوطنية والنضالية لدى الشباب الفلسطيني على مواقع التواصل الاجتماعي من حيث (الإشباع المتحققة لديهم، والآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة، والانعكاسات على القيم الوطنية والنضالية لديهم) تعزى لمتغير النوع الاجتماعي

المقياس	النوع الاجتماعي	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت المحسوبة	درجات الحرية	الدلالة الإحصائية
الإشباع المتحققة	ذكر	123	3.948	0.766	0.136	296	0.892
	أنثى	175	3.936	0.736			
الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية	ذكر	123	4.011	0.550	-0.964	296	0.336
	أنثى	175	4.073	0.540			
انعكاسات أنشطة صناع المحتوى على القيم الوطنية والنضالية	ذكر	123	4.048	0.496	-1.024	296	0.307
	أنثى	175	4.107	0.492			

أظهرت النتائج الواردة في الجدول السابق عدم وجود فروق دالة إحصائية في كل من (الإشباع المتحققة من متابعتهم، والآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن الاعتماد عليهم كمصدر



للمعلومات، وكذلك الانعكاسات على القيم الوطنية والنضالية لدى الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل) تعزى لمتغير النوع الاجتماعي، ويتضح ذلك من خلال قيمة الدلالة الإحصائية المحسوبة المقابلة والتي بلغت (0.892)، (0.336)، (0.307)، وجميعها أكبر من مستوى الدلالة (0.05). وغير دالة إحصائياً.

مما يعني أن الإشباعات المتحققة من متابعتهم، والآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن الاعتماد عليهم كمصدر للمعلومات، وكذلك الانعكاسات على القيم الوطنية والنضالية لدى الشباب الفلسطيني الذكور في مدينة الخليل لا تختلف اختلافات جوهرية عنها لدى الإناث.

#### اختبار فرضية الدراسة الثانية

لا توجد فروق دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ( $0.05 \geq \alpha$ ) في دور صناع المحتوى في إنكفاء الروح الوطنية والنضالية لدى الشباب الفلسطيني على مواقع التواصل الاجتماعي من حيث (الإشباعات المتحققة لديهم، والآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة، والانعكاسات على القيم الوطنية والنضالية لديهم) الخليل تعزى لمتغير العمر.

لاختبار الفرضية السابقة والتحقق منها، استخدمت الباحثة تحليل التباين الأحادي (ANOVA) للفروق في دور صناع المحتوى في إنكفاء الروح الوطنية والنضالية لدى الشباب الفلسطيني على مواقع التواصل الاجتماعي من حيث (الإشباعات المتحققة لديهم، والآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة، والانعكاسات على القيم الوطنية والنضالية لديهم) تعزى لمتغير العمر، كما هو مبين في الجدول التالي:

#### جدول رقم (12.4)

نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) للفروق في دور صناع المحتوى في إنكفاء الروح الوطنية والنضالية لدى الشباب الفلسطيني على مواقع التواصل الاجتماعي من حيث (الإشباعات المتحققة لديهم، والآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة، والانعكاسات على القيم الوطنية والنضالية لديهم) تعزى لمتغير العمر

المقياس	العمر	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مصدر التباين	مجموع درجات المربعات الحرة المربعات	متوسط قيمة ف	الدلالة الإحصائية
الإشباعات المتحققة	أقل من 18 سنة	35	4.02	0.718	بين المجموعات	0.49	3	0.16
	18 – 28 سنة	118	3.95	0.779				
	29 – 38 سنة	104	3.89	0.767	داخل المجموعات	165.35	294	0.56
	أكثر من 38 سنة	41	3.97	0.637				
	المجموع	298	3.94	0.747	المجموع	165.84	297	0.832

المقياس	العمر	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مصدر التباين	مجموع المربعات الحرة المربعات متوسط	قيمة ف	الدلالة الإحصائية
الأثار المعرفية والوجدانية والسلوكية	أقل من 18 سنة	35	4.11	0.479	بين المجموعات	1.02	3	0.34
	من 18 - 28 سنة	118	4.07	0.532	داخل المجموعات	86.98	294	0.30
	من 29 - 38 سنة	104	4.05	0.512	المجموع	88.00	297	
	أكثر من 38 سنة	41	3.91	0.692				
	المجموع	298	4.05	0.544				
انعكاسات أنشطة صناع المحتوى على القيم الوطنية والنضالية	أقل من 18 سنة	35	4.19	0.390	بين المجموعات	3.22	3	1.07
	من 18 - 28 سنة	118	4.15	0.517	داخل المجموعات	69.10	294	0.24
	من 29 - 38 سنة	104	4.06	0.436	المجموع	72.32	297	
	أكثر من 38 سنة	41	3.85	0.571				
	المجموع	298	4.08	0.493				

أظهرت النتائج الواردة في الجدول السابق عدم وجود فروق دالة إحصائية في كل من (الإشباع المتحققة من متابعتهم، والآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن الاعتماد عليهم كمصدر للمعلومات) لدى الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل تعزى لمتغير العمر، ويتضح ذلك من خلال قيمة الدلالة الإحصائية المحسوبة المقابلة والتي بلغت (0.832)، (0.327)، وجميعها أكبر من مستوى الدلالة (0.05). وجميعها غير دالة إحصائياً.

مما يعني أنه مهما كانت الاختلافات في أعمار الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل فإنهم لا يختلفون في متوسطات استجاباتهم حول كل من (الإشباع المتحققة من متابعتهم، والآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن الاعتماد عليهم كمصدر للمعلومات).

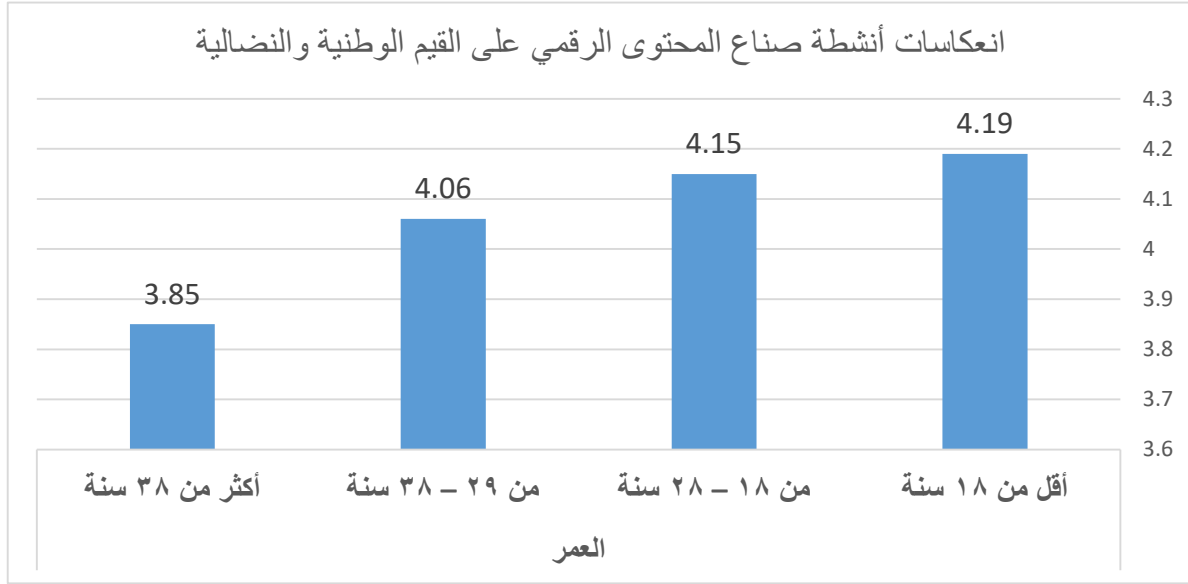
بينما أظهرت النتائج وجود فروق دالة إحصائية في انعكاسات أنشطة صناع المحتوى على القيم الوطنية والنضالية لدى الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل تعزى لمتغير العمر، ويتضح ذلك من خلال قيمة الدلالة الإحصائية المحسوبة المقابلة والتي بلغت (0.004)، وهي أقل من مستوى الدلالة (0.05). ودالة إحصائياً. وكانت الفروق لصالح الفئة العمرية (أقل من 18 سنة).

كما تبين أن درجة انعكاسات أنشطة صناع المحتوى على القيم الوطنية والنضالية لدى الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل تنحدر عكسياً مع متغير العمر؛ أي أنه كلما زاد العمر قلت درجة انعكاسات

أنشطة صناع المحتوى على القيم الوطنية والنضالية لدى الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل، ويتضح ذلك من خلال الشكل الآتي:

#### شكل رقم (2.4)

المتوسطات الحسابية لدرجات الاستجابة حول (انعكاسات أنشطة صناع المحتوى على القيم الوطنية والنضالية لدى الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل) تعزى لمتغير العمر



#### اختبار فرضية الدراسة الثالثة

لا توجد فروق دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $0.05 \geq \alpha$ ) في دور صناع المحتوى في إذكاء الروح الوطنية والنضالية لدى الشباب الفلسطيني على مواقع التواصل الاجتماعي من حيث (الإشباع المتحققة لديهم، والآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة، والانعكاسات على القيم الوطنية والنضالية لديهم) الخليل تعزى لمتغير المستوى التعليمي.

لاختبار الفرضية السابقة والتحقق منها، استخدمت الباحثة تحليل التباين الأحادي (ANOVA) للفروق في دور صناع المحتوى في إذكاء الروح الوطنية والنضالية لدى الشباب الفلسطيني على مواقع التواصل الاجتماعي من حيث (الإشباع المتحققة لديهم، والآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة، والانعكاسات على القيم الوطنية والنضالية لديهم) تعزى لمتغير المستوى التعليمي، كما هو مبين في الجدول التالي:

### جدول رقم (13.4)

نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) للفروق في دور صناع المحتوى في إنكاء الروح الوطنية والنضالية لدى الشباب الفلسطيني على مواقع التواصل الاجتماعي من حيث (الإشباع المتحققة لديهم، والآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة، والانعكاسات على القيم الوطنية والنضالية لديهم) تعزى لمتغير المستوى التعليمي

المقياس	المستوى التعليمي	العدد	المتوسط الانحراف الحسابي المعياري	مصدر التباين	مجموع درجات المربعات الحرة المربعات	متوسط قيمة ف	الدلالة الإحصائية
الإشباع المتحققة	أساسي	27	4.10	بين المجموعات	0.81	0.40	0.487
	ثانوي	81	3.94	داخل المجموعات	165.03	0.56	
	جامعي	190	3.92	المجموع	297	165.84	
	المجموع	298	3.94				
الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية	أساسي	27	4.19	بين المجموعات	0.79	0.40	0.263
	ثانوي	81	4.07	داخل المجموعات	87.21	0.30	
	جامعي	190	4.02	المجموع	297	88.00	
	المجموع	298	4.05				
انعكاسات أنشطة صناع المحتوى على القيم الوطنية والنضالية	أساسي	27	4.25	بين المجموعات	1.40	0.70	0.056
	ثانوي	81	4.00	داخل المجموعات	70.92	0.24	
	جامعي	190	4.10	المجموع	297	72.32	
	المجموع	298	4.08				

أظهرت النتائج الواردة في الجدول السابق عدم وجود فروق دالة إحصائية في كل من (الإشباع المتحققة من متابعة صناع المحتوى، والآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن الاعتماد عليهم كمصدر للمعلومات، وكذلك الانعكاسات على القيم الوطنية والنضالية) لدى الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل تعزى لمتغير المستوى التعليمي، ويتضح ذلك من خلال قيمة الدلالة الإحصائية المحسوبة المقابلة والتي بلغت (0.487)، (0.263)، (0.056)، وجميعها أكبر من مستوى الدلالة (0.05). وغير دالة إحصائياً.

وذلك يشير أنه بالرغم من الاختلافات في المستويات التعليمية بين الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل فإنهم لا يختلفون في كل من (الإشباع المتحققة من متابعة صناع المحتوى، والآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن الاعتماد عليهم كمصدر للمعلومات، وكذلك الانعكاسات على القيم الوطنية والنضالية).

## اختبار فرضية الدراسة الرابعة

لا توجد فروق دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $0.05 \geq \alpha$ ) في دور صناع المحتوى في إذكاء الروح الوطنية والنضالية لدى الشباب الفلسطيني على مواقع التواصل الاجتماعي من حيث (الإشباع المتحققة لديهم، والآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة، والانعكاسات على القيم الوطنية والنضالية لديهم) الخليل تعزى لمتغير عدد ساعات المتابعة يومياً.

لاختبار الفرضية السابقة والتحقق منها، استخدمت الباحثة تحليل التباين الأحادي (ANOVA) للفروق في دور صناع المحتوى في إذكاء الروح الوطنية والنضالية لدى الشباب الفلسطيني على مواقع التواصل الاجتماعي من حيث (الإشباع المتحققة لديهم، والآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة، والانعكاسات على القيم الوطنية والنضالية لديهم) تعزى لمتغير عدد ساعات المتابعة اليومية، كما هو مبين في الجدول التالي:

### جدول رقم (14.4)

نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) للفروق في دور صناع المحتوى في إذكاء الروح الوطنية والنضالية لدى الشباب الفلسطيني على مواقع التواصل الاجتماعي من حيث (الإشباع المتحققة لديهم، والآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة، والانعكاسات على القيم الوطنية والنضالية لديهم) تعزى لمتغير عدد ساعات المتابعة اليومية

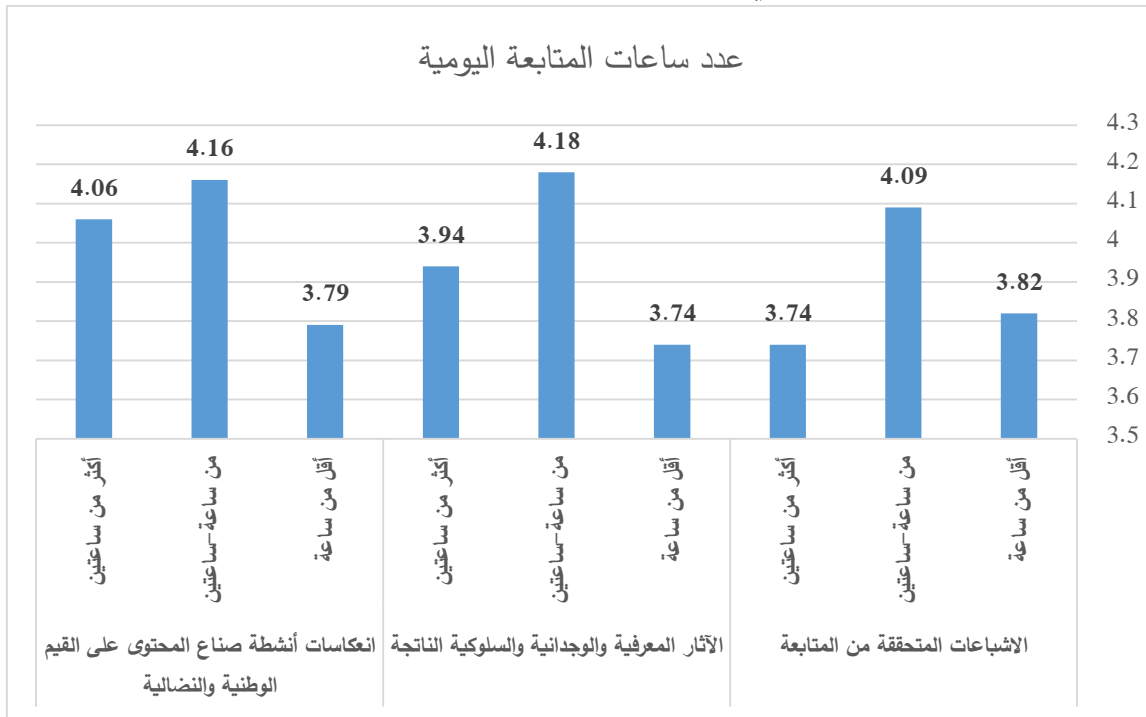
المقياس	عدد ساعات المتابعة اليومية	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مصدر التباين	مجموع درجات الحرية	متوسط قيمة ف	الدلالة الإحصائية
الإشباع المتحققة من المتابعة	أقل من ساعة	33	3.82	0.741	بين المجموعات	2	4.09	0.001
	من ساعة-ساعتين	162	4.09	0.692	داخل المجموعات	295	0.53	
	أكثر من ساعتين	103	3.74	0.786				
	المجموع	298	3.94	0.747	المجموع	297	165.84	
الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة	أقل من ساعة	33	3.74	0.831	بين المجموعات	2	3.47	0.000
	من ساعة-ساعتين	162	4.18	0.470	داخل المجموعات	295	0.27	
	أكثر من ساعتين	103	3.94	0.479				
	المجموع	298	4.05	0.544	المجموع	297	88.68	
الانعكاسات على القيم الوطنية والنضالية	أقل من ساعة	33	3.79	0.664	بين المجموعات	2	1.90	0.000
	من ساعة-ساعتين	162	4.16	0.408	داخل المجموعات	295	0.23	
	أكثر من ساعتين	103	4.06	0.521				
	المجموع	298	4.08	0.493	المجموع	297	88.68	

أظهرت النتائج الواردة في الجدول السابق وجود فروق دالة إحصائياً في كل من (الإشباع المتحققة من متابعتهم، والآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن الاعتماد عليهم كمصدر للمعلومات، وكذلك الانعكاسات على القيم الوطنية والنضالية) لدى الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل تعزى لمتغير عدد ساعات المتابعة اليومية، ويتضح ذلك من خلال قيمة الدلالة الإحصائية المحسوبة المقابلة والتي بلغت (0.001)، (0.00)، (0.00)، على الترتيب، وجميعها أقل من مستوى الدلالة (0.05).

ويتبين أن الفروق كانت جميعها لصالح فئة (من ساعة - ساعتين). ويتضح ذلك من خلال الشكل الآتي:

#### شكل رقم (3.4)

المتوسطات الحسابية لدرجات الاستجابة حول دور صناع المحتوى في إذكاء الروح الوطنية والنضالية لدى الشباب الفلسطيني على مواقع التواصل الاجتماعي من حيث (الإشباع المتحققة لديهم، والآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة، والانعكاسات على القيم الوطنية والنضالية لديهم) تعزى لمتغير عدد ساعات المتابعة اليومية



## الفصل الخامس

---

### مناقشة النتائج والتوصيات

---

## الفصل الخامس (مناقشة النتائج والتوصيات)

### مقدمة:

يتناول هذا الفصل مناقشة النتائج التي توصلت اليها الدراسة، وكذلك التعليق على تلك النتائج وربطها بنتائج الدراسات السابقة، والمقترحات في ضوء نتائج الدراسة.

### أولاً: مناقشة النتائج

#### أ) مناقشة النتائج المتعلقة بتحليل المضمون

#### مناقشة النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الأول

ما أبرز المواضيع التي يتحدث عنها صناع المحتوى الفلسطيني عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

أظهرت النتائج أن هناك مجموعة متنوعة من المواضيع يتناولها صناع المحتوى، مما يعكس التنوع الواسع للاهتمامات والقضايا التي تشغل الشباب الفلسطيني، ويمكن أن يكون هذا التنوع إشارة إلى التعددية في آراء وقيم الشباب، ورغبتهم في استكشاف مجموعة واسعة من المواضيع ذات الصلة بالوطن والنضال.

حيث أشارت النتائج أن أعلى نسبة للمواضيع التي تحدث عنها صناع المحتوى هي معاناة الفلسطينيين والنزوح والدمار بنسبة 19.15%، وترى الباحثة أن ذلك يشير إلى أهمية هذا الجانب في إنكاء الروح الوطنية والنضالية لدى الشباب الفلسطيني من خلال زيادة وعيهم اتجاه قضيتهم وتفاعلهم معها، وزيادة رغبتهم في نقل هذه المعاناة إلى العالم.

أما في المرتبة الثانية فكانت المواضيع الخاصة بفضح جرائم الاحتلال بنسبة 15,12%، وهذا يظهر من وجهة نظر الباحثة أن هناك اهتماما كبيرا بفضح جرائم الاحتلال، مما يشير إلى رغبة صناع المحتوى في نقل الحقائق إلى متابعيهم وكشف الظلم الذي يتعرض له الفلسطينيون، والذي من شأنه أن يعزز من الحس الوطني والنضالي.



في المرتبة الثالثة كانت المواضيع التي تتعلق بالشهداء والأسرى بنسبة 12,5%، خاصة أنه خلال فترة الأسبوع الصناعي تم الاتفاق على هدنة مؤقتة بين الطرفين وتم الإفراج عن عدد من الأسرى الفلسطينيين مقابل الأسرى الإسرائيليين لذلك كان هناك عدد من المحتويات التي تتعلق بهذا الشأن، ترى الباحثة أن هذه النسبة تظهر أهمية كبيرة لهذا الموضوع في المحتوى الرقمي الذي يتفاعل معه الشباب الفلسطيني على مواقع التواصل الاجتماعي، ويمكن أن يفسر هذا التركيز على الشهداء والأسرى بأنه يعكس التضامن القوي والاهتمام بضحايا الحرب والأسرى الذين يعانون نتيجة للصراع من أجل الوطن، وهذا بدوره يؤثر على تشكيل الوعي الوطني والروح القومية.

في المرتبة الرابعة كان موضوع تدخل المجتمع العربي والدولي بنسبة 10,28%، ويظهر هذا الرقم أن هناك اهتماما بارتباط القضية الفلسطينية بالمستوى الإقليمي والدولي، وكيف يمكن للتدخل الخارجي أن يؤثر على الوضع الوطني، حيث يرى صناع المحتوى أن تدخل المجتمع العربي والدولي له أهمية في الدعم والتضامن من قبل الدول المختلفة، وبالتالي يمكن أن يلعب هذا الدعم دورا في تشجيع روح الوحدة وتعزيز الشعور بالدعم العربي والدولي والمساهمة في وقف العدوان، إلا أن المواقف قد خيبت الآمال فكانت محتوياتهم فيها الكثير من اللوم والالتهام بالتقصير، منها على سبيل المثال منشور علاء أبو دياب الذي تحدث فيه عن ذلك "مجازر ترتكب في مدينة غزة جباليا والشجاعة الآن في ظل خروج الدفاع المدني والإسعاف عن الخدمة، الوضع صعب ولا أحد يتحرك، ثم نستيقظ في الصباح ع بكاء ونواح عواصم العالم تناقش بكل سفاهة هدن يطلق عليها زورا إنسانية".

أما صالح الجعفرأوي الذي تم تهديده بالاغتيال من قبل الجانب الإسرائيلي فقد نشر "أحنا مش بخير يا عالم" وقد حمل مسؤولية سلامته للمجتمع الدولي.

في ذات السياق نشر صالح الجعفرأوي وأحمد ماهر محتويات أشادوا من خلالها بدور اليمن، وموقفها من الحرب على غزة، مثل منشور "إلي عنده اليمن ما بنخاف عليه".

في المرتبة الخامسة احتل موضوع الصمود والتمسك بالأرض نسبة 9,27%، يظهر هذا الرقم أن هناك اهتماما بمفهوم الصمود والتمسك بالأرض كقيمة مركزية في تشكيل الوعي الوطني لدى الشباب الفلسطيني، يمكن أن تكون هذه النسبة تعبيراً عن إيمان الشباب بأهمية قيم الصمود في مواجهة

التحديات، وكيف يمكن للصمود أن يلعب دورا في بناء مستقبل أفضل، كل ذلك يعكس إرادة الشباب في الحفاظ على جذورهم والدفاع عن هويتهم وأرضهم.

بناء على ذلك ترى الباحثة أنه يمكن أيضا ربط هذه النتائج مع السياق السياسي والاجتماعي لفلسطين، لفهم أسباب تفضيل بعض المواضيع على الأخرى، حيث أن التحليل تم في فترة حرب طوفان الأقصى، ومعاناة الفلسطينيين ومقاومتهم بلغت أوجها في هذه الفترة، وبالتالي أظهر المحتوى الرقمي الفلسطيني عبر مواقع التواصل الاجتماعي تركيزا واضحا على القيم الوطنية والنضالية، مثل الولاء والانتماء للوطن، والتضحية والفداء من أجل الوطن، ثم الصمود والتمسك بالأرض وفضح جرائم الاحتلال.

بالتالي يمكن رؤية وجود توجه لدى صناع المحتوى نحو التوعية والتثقيف حول القضايا الوطنية والاجتماعية من خلال محتوياتهم، وهذا يدل على أن المحتوى الرقمي يعكس الوعي والتفاعل القوي مع القضايا الوطنية والسياسية بين الشباب الفلسطيني.

وهذه النتائج تتفق مع دراسة (الفاعوري، 2021) التي جاء في نتائجها أن المواضيع الإنسانية والاجتماعية تحتل المرتبة الأولى بنسبة 36.7% من مجموع المواضيع المتناولة على صفحات صناع المحتوى.

وتتفق هذه النتائج أيضا مع نتيجة دراسة (حليم، 2022)، أن أحد أسباب حرص الجمهور على متابعة أخبار المؤثرين أن الإنسان بطبيعته يبحث عن الانتماء وعن الخيارات التي فيها ما يشبهه، وهذا يتطابق مع ما ورد في نظرية الاستخدامات والإشباع.

## مناقشة النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الثاني

ما الأشكال التي يستخدمها صناع المحتوى الفلسطيني في طرح أفكارهم؟

أشارت النتائج إلى أن أكثر شكل يستخدمه صناع المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي هو خاصية القصص بنسبة 33,4%، وهذه نسبة عالية تشير إلى أن خاصية القصص تحظى بشعبية كبيرة، ويمكن أن يكون لهذا تأثير كبير على طريقة التفاعل مع الجمهور وتبادل المحتوى، حيث يمكن تقديم المحتوى بطريقة حية وسريعة وجذابة، تتفق هذه النتيجة مع دراسة (عبله، 2022)، من أن ستوري الإنستغرام هو

أكثر أشكال المتابعة لصناع المحتوى من قبل جمهورهم، بينما تختلف هذه النتيجة مع دراسة (الفاعوري، 2021) حيث جاء في نتائجها أن أكثر الأشكال المستخدمة هو الفيديو بنسبة 27.2%.

بعد ذلك يأتي المنشور بنسبة 26,7%، وهي نسبة عالية تشير إلى أن المنشورات هي فئة رئيسية يتم استخدامها لنشر الأفكار، ويشير ذلك إلى الأهمية التي تعطى للنصوص المكتوبة والمحتوى النصي.

ثم في المرتبة الثالثة تأتي الصور بنسبة 18,4%، وهي نسبة متوسطة تشير إلى استخدام الصور التي يمكن أن تلعب دورا هاما في جذب الانتباه وتوضيح الأفكار بسرعة.

بعد ذلك الفيديو بنسبة 12,4%، وهي نسبة معتدلة تشير إلى استخدام الفيديو كوسيلة للتواصل حيث يعتبر الفيديو وسيلة فعالة لنقل المعلومات وتوفير تجربة مرئية للمتابعين.

أخيرا خاصية البث المباشر بنسبة 8,9%، على الرغم من أن نسبة البث المباشر أقل بكثير من باقي الأشكال، إلا أنها تشير إلى استخدام هذه الفئة كوسيلة للتفاعل الفوري مع الجمهور، ولعل السبب في كونها النسبة الأقل يعود إلى ظروف الإنترنت السيئة وعدم توفر الشبكة وانقطاع الاتصالات في أغلب الأحيان عن القطاع.

تجدر الإشارة إلى أن صالح الجعفراوي لم يتمكن من النشر على الفيسبوك منذ تاريخ 11/10 حتى تاريخ 11/27 أي ما يقارب ال 20 يوم بسبب حظر حسابه الشخصي، وهذا يؤكد النتائج التي توصلت لها دراسة (الشيخ، 2023)، التي جاء في نتائجها أن حجم الانتهاك الذي يتعرض له المحتوى الفلسطيني مرتفع جدا بلغ بمتوسط حسابي 4.7%، كما أكد الصحفيون والمؤثرون أن الفيسبوك هو أكثر شبكات التواصل الاجتماعي انتهاكا للمحتوى الفلسطيني بنسبة 94.7، وتتفق هذه النتيجة أيضا مع دراسة (مراد، 2023) التي ناقشت إشكالية "سلطة" شبكات التواصل الاجتماعي، وسياستها في حذف ومنع المنشورات التي لا تناسب توجهاتها، دون التدقيق في السياق الذي وردت فيه الكلمات الممنوعة.

ترى الباحثة أن استخدام صناع المحتوى للأشكال المختلفة هدفه التواصل بشتى الطرق مع الجمهور المستهدف وجذب انتباههم، وقد يتم تفضيل بعض الأشكال على الأخرى بسبب الفاعلية والجاذبية التي توفرها في نقل الرسالة، على سبيل المثال، استخدام خاصية القصص يمكن أن يكون أكثر فعالية في جذب

الانتباه بسبب طبيعتها التفاعلية والمؤقتة، بينما قد يستخدم الفيديو لنقل رسائل معقدة بشكل أفضل من النصوص.

## مناقشة النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الثالث

ما الأساليب التي يستخدمها صناع المحتوى الفلسطيني لعرض المواضيع والأفكار؟

أشارت النتائج إلى أن أكثر أسلوب يستخدمه صناع المحتوى لعرض أفكارهم هو أسلوب الرصد ومتابعة الأحداث بنسبة 36,2%، وهي نسبة عالية تشير إلى استخدام صناع المحتوى لأسلوب يركز على رصد الأحداث ومتابعتها، وهذا كان من شأنه جعل الجمهور يتفاعل مع الأحداث بالإضافة إلى تقديم تحليلات حية حول الأحداث، هذه النتيجة تتعارض مع نتيجة دراسة (الفاعوري، 2021) التي جاء في نتائجها أن أسلوب إملاء أفكار واتجاهات معينة كان بالمرتبة الأولى بنسبة 29.1%.

في المرتبة الثانية يأتي أسلوب سرد القصص والرواية بنسبة 28.6%، وهي نسبة مهمة تشير إلى اعتماد هذا الأسلوب لنقل المعلومات والأفكار بشكل ملفت للانتباه ويلاصق الضمائر الحية، فالحرب خلفت المئات من القصص الإنسانية.

في المرتبة الثالثة كان أسلوب التفاعل مع المتابعين بنسبة 14,3%، وهذه نسبة تشير إلى أهمية التفاعل المباشر مع الجمهور، سواء عبر التعليقات أو عبر البث المباشر، حيث يمكن أن يكون هذا الأسلوب وسيلة فعالة لبناء تواصل قوي وتعزيز للمشاركة الفعلية على أرض الواقع.

بعد ذلك يأتي أسلوب تحفيز التفكير لدى الجمهور بنسبة 12,3%، وهي نسبة تشير إلى استخدام هذا الأسلوب الذي يهدف إلى تحفيز التفكير والتأمل لدى الجمهور، ويمكن أن يسهم هذا في إثارة الانتباه وتعزيز التفاعل الفكري.

أما أسلوب طلب الآراء فكان بنسبة 4.7%، وهي أقل نسبة ربما لأن وضع الأحداث يتطلب نقل لما يحدث أكثر من الاستماع لآراء الجمهور ومتطلباتهم.

بناءً على ذلك، ترى الباحثة أنه يمكن استنتاج أن صناع المحتوى الفلسطيني يستخدمون مجموعة متنوعة من الأساليب لعرض المواضيع والأفكار، ويبدو أن استخدام أسلوب الرصد ومتابعة الأحداث هو الأكثر

شيوخاً، مما يعكس التفاعل مع الأحداث الجارية وتوجيه الانتباه لها، بينما يعتمد الاستخدام الثاني بشكل كبير على أسلوب سرد القصص والرواية، مما يظهر أهمية استخدام القصص لنقل الرسائل وتأثيرها على المتابعين.

## مناقشة النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الرابع

ما المصادر التي يعتمد عليها صناع المحتوى الفلسطيني في إنتاج محتوياتهم الرقمية؟

أشارت النتائج إلى أن أكثر مصدر يتم الاعتماد عليه هو مصادر مجتمعية من الميدان بنسبة 45,8%، وهي نسبة عالية تشير إلى أن مصادر الميدان والمجتمع تلعب دوراً رئيسياً في تشكيل المحتوى، ويُظهر هذا التركيز على المصادر المحلية أهمية فهم وتمثيل قضايا المجتمع الفلسطيني من قبل صناع المحتوى في أماكن تواجدهم، وهذا يتفق مع دراسة (الفاعوري، 2021) حيث جاءت المصادر المجتمعية في المرتبة الأولى بنسبة 32.6%.

بعد ذلك تأتي المصادر الفلسطينية بنسبة 20.2%، وهي نسبة متوسطة لكنها تستخدم بشكل هام حيث تشمل هذه المصادر ما يصدر عن وزارة الصحة الفلسطينية لأعداد الشهداء الجرحى، وكذلك فيديوهات الإعلام العسكري التابع لحركة حماس.

ثم شهود العيان بنسبة 17.8%، وهي نسبة مهمة تشير إلى أهمية الاستناد إلى شهود العيان في نقل الأحداث والتفاعل معها بشكل مباشر ويظهر ذلك الرغبة في تقديم رؤى مباشرة وشخصية.

أما المصادر الدولية فكانت بنسبة 10.1%، وهي نسبة معتدلة تشير إلى أهمية الاعتماد على مصادر دولية لتوسيع الفهم وتقديم سياق دولي للقضايا الفلسطينية.

أما نسبة الاعتماد على المصادر الإسرائيلية فكانت 5,7% وهي نسبة قليلة تعكس رغبة صناع المحتوى في إبراز الصوت الفلسطيني، وأيضاً يعود ذلك إلى عدم تصديق الرواية الإسرائيلية، ففي المرات التي تم استخدام مصادرهم كان من أجل تنفيذها وإثبات عكس ما يتم تداوله عبر وسائلهم.

بذلك ترى الباحثة أن صناع المحتوى الفلسطيني يعتمدون بشكل رئيسي على المصادر المحلية والمجتمعية من الميدان لإنتاج محتوى رقمي يعبر عن واقعهم وتجاربهم، وهذا بدوره يلامس الشباب الفلسطيني ويشعره بالانتماء، كما يلاحظ استخدام مصادر فلسطينية ودولية وإسرائيلية وشهود عيان بنسب متفاوتة، مما يعكس التنوع في مصادر المعلومات والمصادر التي يعتمد عليها صناع المحتوى.

## مناقشة النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الخامس

### ما اللغة التي يستخدمها صناع المحتوى الفلسطيني؟

أشارت النتائج أن اللغة العامية كانت الأعلى بنسبة 37.8%، وهي نسبة عالية تشير إلى أن اللغة العامية (اللهجة العربية المحكية في المنطقة) هي اللغة الرئيسية المستخدمة، ويعكس هذا اتجاها نحو التواصل بلغة قريبة من الحياة اليومية للمتابعين.

أما الخلط بين اللغتين (النثر العملي) بنسبة 28.9%، وهي نسبة مهمة تشير إلى استخدام الخلط بين اللغتين العامية والفصحى في النثر العملي، ويمكن أن يُستخدم هذا الأسلوب لتحقيق تواصل فعال مع جمهور متنوع.

واللغة الإنجليزية كانت بنسبة 21.6%، وهي نسبة تشير إلى أن استخدام اللغة الإنجليزية يمكن أن يساهم في توسيع الجمهور الدولي والتفاعل مع المحتوى العالمي، كما كان يفعل معتر عازيزة حيث اعتمد على نشر محتوياته الرقمية باللغة الإنجليزية، أما باقي النشطاء فقد عملوا على ترجمة بعض محتوياتهم إلى الإنجليزية.

في المرتبة الأخيرة تأتي اللغة الفصحى (النثر الأدبي) 11.5%، وهي نسبة منخفضة تشير إلى الاستخدام المحدود للغة الفصحى (اللغة العربية الرسمية والأدبية) في المحتوى الرقمي، قد يكون ذلك بسبب الرغبة في الوصول إلى جمهور أوسع يتحدث اللغة العامية.

تتفق هذه النتائج مع دراسة (خديجة، وصالح 2022) أن الرأي العام الإلكتروني يساهم في تحسين مستوى الخطاب والحوار بين أفراد المجتمع، ويمكنهم من معرفة موقف من حولهم اتجاه أي قضية مطروحة عبر شبكة الإنترنت.

بناء على ذلك ترى الباحثة أن صناع المحتوى الفلسطيني يتبعون استراتيجية متنوعة في استخدام اللغة، حيث يظهر استخدام العامية بنسبة عالية لتواصل أفضل مع الجمهور المحلي، بينما يلاحظ استخدام اللغة الإنجليزية للتواصل مع الجماهير الدولية وتبادل الثقافة والمعرفة، وقد ظهر الخلط بين اللغتين واستخدام الفصحى (النثر الأدبي) في بعض الحالات لإضافة تنوع وثراء للمحتوى الرقمي.

## ب) مناقشة النتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة

### مناقشة النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال السادس

ما عادات وأنماط استخدام الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل لمنصتي الفيسبوك والإنستغرام لمتابعة صناع المحتوى؟

أشارت النتائج فيما يتعلق بواقع استخدام المنصتين الاجتماعيتين (الفيسبوك والإنستغرام) من قبل الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل لمتابعة صناع المحتوى أن غالبية الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل يستخدمون منصتي التواصل الاجتماعي (الفيسبوك والإنستغرام) بشكل متقارب نسبياً، إذ أن (80.9%) منهم يستخدمون الفيسبوك، مقابل (80.5%) منهم يستخدمون الإنستغرام. وهذا يتعارض مع دراسة (حليم، 2022) التي جاء في نتائجها أن الإنستغرام هو الأعلى استخداماً لدى الشباب المصري بنسبة 61% ثم الفيسبوك بنسبة 45%، وكذلك تعارضت هذه النتيجة مع دراسة (عبلة، 2022)، التي أيضاً جاء في نتائجها أن الإنستغرام هو الأكثر استخداماً لدى الشباب في الجزائر، فيما تتفق هذه النتيجة مع دراسة (الزبير، 2022) حيث جاء في نتائجها "تحظى منصتا إنستغرام وفيس بوك بنفس الاهتمام لدى صناع المحتوى في ليبيا".

ترى الباحثة أن السبب الرئيسي لتباين النتائج بين الدراسات المختلفة يمكن أن يكون تأثير العوامل الثقافية والاجتماعية والاقتصادية على عادات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في كل بلد. فالاختلاف في السياق الثقافي والاجتماعي والاقتصادي لكل مجتمع قد يؤدي إلى تفاوت في تفضيلات الشباب لاستخدام منصات معينة.

كما أشارت النتائج أن الذكور يستخدمون الفيسبوك أكثر من الإناث، بينما تستخدم الإناث منصة الإنستغرام أكثر من الذكور، وترى الباحثة أن السبب في ذلك تركيز الإنستغرام على الصور والفيديوهات

بشكل أكبر، ويعتبر أكثر تواجداً للمحتوى المرئي والجمالي، الذي يدخل مجال اهتمام الفتيات بطبيعة الحال.

وفيما يتعلق بمتغير العمر، اتضح أن أفراد العينة يستخدمون كلا المنصتين بنسب متقاربة. وبالمقارنة، نجد أن أكثر الفئات العمرية استخداماً لمنصة الفيسبوك هي (أقل من 18 سنة) بنسبة (88.6%). في المقابل، اتضح أن أكثر الفئات العمرية استخداماً لمنصة الإنستغرام هي (من 18 - 28 سنة) بنسبة (87.3%)، وترى الباحثة أن ذلك يعود إلى كون الشباب الأصغر سناً أكثر انخراطاً في استخدام الفيسبوك بسبب وجود محتوى أكثر تنوعاً وتفاعلية يناسب اهتماماتهم.

وفيما يتعلق بمتغير المستوى التعليمي، اتضح أن أكثر فئات المستوى التعليمي استخداماً لمنصة الفيسبوك هم فئة (المستوى الأساسي) بنسبة (96.3%). في المقابل، اتضح أن أكثر فئات المستوى التعليمي استخداماً لمنصة الإنستغرام هي (المستوى الجامعي) بنسبة (83.7%)، وتغزو الباحثة ذلك إلى كون الأفراد ذوي المستوى التعليمي الجامعي لديهم انفتاح أكبر على التكنولوجيا والثقافة الرقمية، مما يزيد من احتمالية استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي مثل الإنستغرام الذي يعتمد بشكل كبير على الصور والفيديوهات، وبالتالي، يمكن ربط نتيجة استخدام فئة المستوى التعليمي الجامعي للإنستغرام بالنتيجة السابقة التي أشارت إلى تفضيل فئة العمر من 18 إلى 28 سنة لاستخدام هذه المنصة.

كما أشارت النتائج أن عدد الساعات التي يستغرقها الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل يوماً في متابعة صناع المحتوى عبر موقعي الفيسبوك والإنستغرام كان أبرزها ضمن الفئة (من ساعة - ساعتين) بنسبة (54.4%)، وأقلها ضمن فئة الذين يستغرقون (أقل من ساعة) بنسبة (11.1%).

وأشارت النتائج أيضاً أن غالبية الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل يتابعون حسابات صناع محتوى رقمي في مجال السياسة أو القضية الفلسطينية بنسبة (96.6%). وهذا تعارض مع دراسة (عبله، 2022) التي جاء في نتائجها أن الشخصيات الوطنية تحظى بمتابعة واهتمام أقل من قبل الجمهور المتابعين، وتغزو الباحثة هذا التباين في النتائج إلى توقيت إجراء كلتا الدراستين، حيث تمت هذه الدراسة في فترة تزامنت مع أحداث سياسية حساسة، بما في ذلك معركة طوفان الأقصى.

وكذلك أشارت النتائج أن أبرز تفاعلات الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل مع منشورات صناع المحتوى المتعلقة بفلسطين والقضية الفلسطينية كانت من خلال (الإعجاب) يليه (المشاركة) يليها



(التعليق). وكانت أقل هذه التفاعلات (المشاهدة فقط)، وهذا يتعارض مع نتائج دراسة (حليم، 2022) التي جاء في نتائجها أن أعلى هذه التفاعلات هي المشاهدة فحسب بنسبة 67.3%، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Geysler, 2022) التي أكدت على أهمية بناء علاقات قوية مع الجمهور والمتابعين، حيث يمكن أن يكون التفاعل مع الجمهور مفتاح النجاح لصناع المحتوى.

يبين الاختلاف بين نتيجة هذه الدراسة ودراسة (حليم، 2022) أهمية السياق والمحتوى في دراسة سلوك المستخدمين على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يمكن أن يؤثر نوع المحتوى المتداول والقضايا التي تُناقش على شكل ونوعية التفاعلات التي يظهرها الجمهور، ومن المهم أن ندرك أن بناء علاقات قوية مع الجمهور والتفاعل الفعال معهم يعتبران أساسيين لنجاح صانعي المحتوى في جذب وتفاعل الجماهير، وهو ما يؤكد البحث الذي أشارت إليه دراسة (Geysler, 2022).

### مناقشة النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال السابع

ما دوافع متابعة الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل لصناع المحتوى، وأسباب الاعتماد عليهم كمصدر للمعلومات؟

أشارت النتائج أن دوافع متابعة الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل لصناع المحتوى الفلسطيني كانت جميعها بدرجات مرتفعة وبدرجة كلية مرتفعة، بمتوسط حسابي بلغ (4.10) مع انحراف معياري (0.515).

كما أشارت النتائج أن أبرز دوافع متابعة الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل لصناع المحتوى الفلسطيني هو (أنهم يرون أن صناع المحتوى الفلسطيني يعكسون هويتهم الثقافية والوطنية، ويعززون انتمائهم لوطنهم فلسطين)، يليه (الشعور بأن صناع المحتوى الفلسطيني يعكسون معاناة الفلسطيني، ويفضحون جرائم الاحتلال)، يليه (سهولة الوصول لصناع المحتوى ومشاهدة محتوهم الذي يتعلق بفلسطين). وهذا يتفق مع دراسة (عبلة، 2022) التي جاء في نتائجها أن متابعة الجمهور لصانع المحتوى الرقمي راجع إلى المحتوى المقدم الذي يدخل مجال واهتمامات المتابع، وترى الباحثة أن هذه الدوافع تنعكس عميقا في الواقع الفلسطيني، والأحداث والتحويلات الاجتماعية والثقافية والسياسية السائدة، وتعزز التفاعل مع المحتوى الرقمي كوسيلة للتعبير عن الهوية الوطنية الفلسطينية، ومواجهة التحديات التي يواجهها الشعب الفلسطيني.

بينما تبين أن أقل هذه الدوافع أهمية هو (الشعور بأن صناع المحتوى شخصيات ناجحة على المستوى المحلي الفلسطيني)، تعارضت هذه النتيجة مع دراسة (Freberg، 2010) الذي ركز على أن شخصية صانع المحتوى مهمة في التأثير، وترى الباحثة أنه إذا كان المحتوى يركز بشكل أساسي على القضايا الوطنية والثقافية والاجتماعية التي تهم الفلسطينيين، فقد يكون لها تأثير أكبر على دوافع المتابعة من الجمهور بالمقارنة مع الشخصية الفردية لصانع المحتوى، بمعنى يؤثر تفضيل الأفراد لنوع معين من المحتوى أو القضايا على دوافعهم في المتابعة، حيث يمكن أن يرى البعض الشخصية الفردية لصانع المحتوى أقل أهمية مقارنة بالقضايا التي يتم طرحها.

وأشارت النتائج أن أسباب اعتماد الشباب الفلسطيني على صناع المحتوى كمصدر للمعلومات كانت جميعها بدرجات مرتفعة وبدرجة كلية مرتفعة، بمتوسط حسابي (4.14) مع انحراف معياري (0.546).

كما أشارت النتائج أن أبرز أسباب اعتماد الشباب الفلسطيني على صناع المحتوى كمصدر للمعلومات هو (لأن صناع المحتوى أصبحوا وسيلة لتوثيق الأحداث والانتهاكات التي تحدث في فلسطين من خلال نشر الفيديوهات والصور والتقارير على الإنترنت)، يليه (أنهم يزودون الشباب الفلسطيني بالمعلومات بأشكال متنوعة مثل الفيديو والصور والمقالات)، وهذا يتفق مع دراسة (Taufiq Ahmad1، 2019) التي أظهرت أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يلعب دورا مهما في زيادة الوعي السياسي بين الطلاب في باكستان، وهذا يتفق أيضا مع دراسة (سلامة، 2021) حيث ذكر أن أحد أهم المعايير على منصات التواصل أن يكون المحتوى الذي يقدمه صانع المحتوى يحمل معلومات ذات قيمة، يليه (بسبب سهولة الوصول إلى محتوياتهم الرقمية وبشكل سريع وفوري). وهذا أيضا يتفق مع دراسة (عبلة، 2022) التي كانت إحدى نتائجها أن حاجة الجمهور إلى التثقيف والتعليم وتطوير المعارف والمعلومات من الحاجات الأساسية التي يسعها إلى إشباعها من خلال متابعة صناع المحتوى.

ترى الباحثة أن تقارب هذه النتائج مع عدة دراسات أخرى، يشير إلى أهمية صناع المحتوى كمصدر للمعلومات وزيادة الوعي السياسي والاجتماعي بين الشباب في العديد من البلدان، ومن خلال النتائج التي تم التوصل إليها فإن الشباب في مدينة الخليل يعتمدون على صانعي المحتوى الرقمي لتوثيق الأحداث والانتهاكات التي تحدث في فلسطين، وكذلك لتزويدهم بمعلومات متنوعة وقيمة من خلال الفيديوهات والصور والمقالات، حيث يبحث الشباب عن مصادر موثوقة ومتنوعة للمعلومات التي تساعدهم في فهم القضايا والتحديات التي تواجههم.

إلا أن هذه النتيجة تتعارض مع دراسة (Kay, Mulcahy, & Parkinson, 2020) الذي يركز على أهمية وجود الإعلانات في محتوى صانع المحتوى، من أجل زيادة الاعتماد عليه وزيادة عدد المتابعين، ولعل السبب في هذا الاختلاف ناتج عن الاختلاف في نطاق الدراسات والسياقات، حيث ركزت هذه الدراسة على جوانب معينة من محتوى صانع المحتوى مثل الإعلانات، بينما ركزت دراسة الباحثة على جودة وقيمة المعلومات التي يقدمها.

تبين من النتائج أيضاً أن أقل أسباب اعتماد الشباب الفلسطيني على صناع المحتوى كمصدر للمعلومات أهمية هو (شعور الشباب الفلسطيني أنهم قادرين على تبادل المعرفة والمشاركة في النقاشات التي تخص فلسطين)، إن هذه النتيجة تكشف عن تحديات تواجه الشباب الفلسطيني في مجال التواصل الرقمي، والحصول على المعرفة والمشاركة في النقاشات المتعلقة بفلسطين، حيث يظهر أن شعور الشباب بالقدرة على التبادل المعرفي والمشاركة في النقاشات يتأثر بالتحديات التي تواجه حرية التعبير ونشر المحتوى الفلسطيني على الإنترنت.

تتفق هذه النتيجة مع دراسة (مراد، 2023) التي تسلط الضوء على هذه التحديات وتشير إلى وجود مشكلة في التعامل مع المحتوى الفلسطيني عبر منصات التواصل الاجتماعي، بما في ذلك حذف المنشورات والقيود على حرية التعبير، وبالتالي ترى الباحثة أن هذا يؤثر سلباً على قدرة الشباب الفلسطيني على المشاركة الفعالة في النقاشات وتبادل المعرفة عبر الإنترنت.

### مناقشة النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الثامن

ما درجة اعتماد الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل على صناع المحتوى كمصدر للمعلومات؟

أشارت النتائج أن درجة اعتماد الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل على صناع المحتوى كمصدر للمعلومات كانت متوسطة، بمتوسط حسابي (2.23)، وانحراف معياري (0.634).

تعزو الباحثة ذلك إلى أن بعض الشباب يشعرون بالحذر في الاعتماد على هذه المصادر، وبالربط مع النتيجة السابقة فإن الباحثة ترى أن السبب في ذلك يعود لشعور الشباب بعدم القدرة على التبادل المعرفي والمشاركة في النقاشات بسبب التحديات التي تواجه حرية التعبير ونشر المحتوى الفلسطيني على الإنترنت.

## مناقشة النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال التاسع

ما دور صناع المحتوى في إنكاء الروح الوطنية والنضالية لدى الشباب الفلسطيني على مواقع التواصل الاجتماعي من حيث (الإشباع المتحققة لديهم، والآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة، والانعكاسات على القيم الوطنية والنضالية لديهم)؟

أشارت النتائج أن الإشباع المتحققة لدى الشباب الفلسطيني من متابعتهم لصناع المحتوى الفلسطيني كانت غالبيتها بدرجات مرتفعة وبدرجة كلية مرتفعة، بمتوسط حسابي بلغ (3.94) مع انحراف معياري (0.747).

كما أشارت النتائج أن أبرز الإشباع المتحققة من متابعة الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل لصناع المحتوى الفلسطيني هو (الحصول على معلومات أكثر عن الوطن فلسطين وفهم لعدد من القضايا المختلفة)، يليها (زيادة الشعور بالانتماء والولاء للوطن فلسطين)، يليها (الشعور بالانتماء للعالم الافتراضي بسبب مشاركة نفس الاهتمامات الوطنية)، ترى الباحثة أن متابعة الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل لصناع المحتوى الفلسطيني قد أدت إلى إشباع متعددة ومتنوعة تتعلق بالوعي الوطني والانتماء للوطن وللعالم الافتراضي، حيث أن الشباب في مدينة الخليل يستفيدون بشكل كبير من هذه المتابعة في زيادة معرفتهم حول القضايا الوطنية وفهمهم للواقع الفلسطيني.

تتفق هذه النتائج مع دراسة (القاضي، 2021) التي أكدت على أهمية دور الشباب في تعزيز القيم الوطنية وتنمية الوعي الوطني في المجتمع، ويعكس هذا التفاعل النشط مع صناع المحتوى الفلسطيني تفاعلا إيجابيا مع القضايا الوطنية وتعزيز الانتماء للوطن.

كما اتضح أن أقل هذه الإشباع أهمية هو (الشعور بالقدرة على التعبير عن الرأي في المواضيع التي تخص الوطن فلسطين)، وهذه نتيجة تتفق مع دراسة (مراد، 2023) ودراسة (الفاعوري، 2021) حيث ترى الباحثة أن هذه النتيجة تعكس شعور الشباب بأن هناك قيود على حرية التعبير عن الآراء المتعلقة بالقضايا الوطنية وهذه القيود تتمثل في إما قيود من السلطة الوطنية الفلسطينية، أو قيود من شركات مواقع التواصل الاجتماعي، وغيرها من العوامل التي تقيد حرية التعبير وتضع حواجز أمام الشباب في التعبير عن آرائهم، لكن أيضا تعارضت هذه النتيجة مع دراسة (هناء، 2021) التي ذكرت أن هذه الشبكات تلبى حاجة التعبير عن الآراء والمواقف بكل حرية، وبالتالي يعكس هذا

التناقض بين نتائج الدراستين تحديات الحرية في التعبير التي تواجهها المجتمعات، وتوضح أهمية فهم السياقات المحلية والتحديات الثقافية والسياسية في تقييم تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على حرية التعبير والتفاعل الاجتماعي.

وأشارت النتائج أيضا أن الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن اعتماد الشباب الفلسطيني في الخليل على صناع المحتوى كمصدر للمعلومات كانت جميعها بدرجات مرتفعة وبدرجة كلية مرتفعة، بمتوسط حسابي (4.05) مع انحراف معياري (0.544).

كما أشارت النتائج أن أبرز الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن اعتماد الشباب الفلسطيني في الخليل على صناع المحتوى كمصدر للمعلومات هو (أنها تزيد لدى الشباب الفلسطيني مشاعر حب الوطن والولاء والانتماء إليه والرغبة في الدفاع عنه)، يليها (أنه يزيد الوعي الوطني لدى الشباب الفلسطيني ويتعمقون في فهم القضايا المحيطة بوطنهم فلسطين)، يليها (أن الشباب الفلسطيني يساهمون بنشر ما ينشر صناع المحتوى لجعل العالم يشعر بما يحدث في فلسطين)، وهذه النتائج تؤكد نتائج دراسة (حليم، 2022) من أن صناع المحتوى يتعدى تأثيرهم التسويق للماركات ويتخطاه إلى مجالات أخرى ثقافية واجتماعية تؤثر على الشباب من خلال اكتساب المعرفة والخبرات والنصائح الشخصية، وأن الشباب يستطيع التمييز بين مواقع المؤثرين ويختار الأنسب لإشباع حاجاته.

ترى الباحثة أن هذه النتائج تعكس القدرة الكبيرة لصناع المحتوى على تعزيز الوعي الوطني والانتماء للوطن، عن طريق توفير محتوى يثري فهم الشباب للقضايا الوطنية ويعزز شعورهم بالانتماء لوطنهم فلسطين، كما يساهم صناع المحتوى في تشجيع الشباب على المشاركة في نشر ما يحدث على أرض الواقع مما يعزز الوعي بالأحداث والقضايا التي تحدث في فلسطين، وهذا يعكس الدور المحوري للشباب في نشر المعلومات الوطنية وتعزيز التواصل مع العالم الخارجي.

بينما تبين أن أقل الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن اعتماد الشباب الفلسطيني في الخليل على صناع المحتوى كمصدر للمعلومات هو (شعور الشباب الفلسطيني أنهم يستطيعون التعبير عن رأيهم وأن ينخرطوا في الحوارات التي تعزز الوحدة الوطنية)، وهذه نقطة أشرت إليها سابقا من شعور الفلسطيني بعدم وجود الحرية في التعبير عن الآراء التي تخص قضاياها الوطنية.

وأشارت النتائج أيضا أن انعكاسات أنشطة صناع المحتوى على القيم الوطنية والنضالية لدى الشباب الفلسطيني كان بدرجة كلية مرتفعة، بمتوسط حسابي (4.08) مع انحراف معياري (0.493).

كما أشارت النتائج أن أبرز درجات الاستجابة حول انعكاسات أنشطة صناع المحتوى على القيم الوطنية والنضالية لدى الشباب الفلسطيني كانت على ما يفيد بأن (متابعة صناع المحتوى تزيد رغبة الشباب الفلسطيني في متابعة المحتوى الرقمي المتعلق بتاريخ فلسطين والهوية الفلسطينية)، يليه أنها (تزيد مشاعر غضب وكره الشباب الفلسطيني للمحتل عند متابعة المحتوى الرقمي المتعلق بفلسطين) وهذه نتيجة تتفق مع دراسة (ثيماء، 2021) في أنه يمكن تصنيف صناع المحتوى ضمن قادة الرأي الرقميين، يليه أنه (يزيد الإيمان بقدرة الشباب على التغيير)، وهذا يتفق مع دراسة (DUFFY، 2020) حيث تستعرض الدراسة كيف يمكن لمؤثري وسائل التواصل الاجتماعي أن يؤثروا على القيم والاتجاهات والثقافة بشكل عام، وفي مثال طرحته دراسة (حليم، 2022)، يتعلق بتأثير صناع المحتوى على الحياة اليومية للشباب أنه تم الاستعانة بالمؤثرين في لبنان لتهدئة التوترات السياسية والطائفية بين السكان نظرا لشعبيتهم والعدد الكبير لمتابعيهم حيث تم اختيار عشرين منهم مهمتهم الحد من تصعيد التوترات والخلافات حول الأمور التي يتم التفاعل معها بشكل كبير على الإنترنت مثل الحديث عن كافة القضايا السياسية بداية من الإخوان المسلمين وحزب الله حتى تيار المردة المسيحي.

وترى الباحثة من هذه النتائج أهمية الدور الذي يلعبه صناع المحتوى في توجيه الانتباه إلى الظلم الذي يتعرض له الفلسطينيون، ويشجع الشباب على التحرك والمشاركة من أجل دفع هذا الظلم.

وتبين أن أقل درجات الاستجابة حول انعكاسات أنشطة صناع المحتوى على القيم الوطنية والنضالية لدى الشباب الفلسطيني كانت على ما يفيد بأنه (يتشجع الشباب الفلسطيني على الانخراط في عمليات الكفاح الشعبي ضد الاحتلال وممارساته).

تعزو الباحثة هذه النتيجة إلى خشية الشباب الفلسطيني من التبعات القانونية والتعرض للعقاب إذا شاركوا في عمليات الكفاح الشعبي ضد الاحتلال، أو بسبب الخوف من التداعيات الاجتماعية مثل الضغوط من الأسرة أو المجتمع.

## مناقشة النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال العاشر

هل يختلف دور صناع المحتوى في إنكاء الروح الوطنية والنضالية لدى الشباب الفلسطيني على مواقع التواصل الاجتماعي من حيث (الإشباع المتحققة لديهم، والآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة، والانعكاسات على القيم الوطنية والنضالية لديهم) باختلاف متغيرات (النوع الاجتماعي، العمر، المستوى التعليمي، عدد ساعات المتابعة يومياً)؟

أجابت الباحثة على السؤال السابق من خلال اختبار فرضيات الدراسة على النحو الآتي:

## مناقشة نتائج اختبار فرضية الدراسة الأولى

لا توجد فروق دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $0.05 \geq \alpha$ ) في دور صناع المحتوى في إنكاء الروح الوطنية والنضالية لدى الشباب الفلسطيني على مواقع التواصل الاجتماعي من حيث (الإشباع المتحققة لديهم، والآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة، والانعكاسات على القيم الوطنية والنضالية لديهم) تعزى لمتغير النوع الاجتماعي.

أظهرت النتائج عدم وجود فروق دالة إحصائية في كل من (الإشباع المتحققة من متابعتهم، والآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن الاعتماد عليهم كمصدر للمعلومات، وكذلك الانعكاسات على القيم الوطنية والنضالية لدى الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل) تعزى لمتغير النوع الاجتماعي.

مما يعني أن الإشباع المتحققة من متابعتهم، والآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن الاعتماد عليهم كمصدر للمعلومات، وكذلك الانعكاسات على القيم الوطنية والنضالية لدى الشباب الفلسطيني الذكور في مدينة الخليل لا تختلف اختلافات جوهرية عنها لدى الإناث.

## مناقشة نتائج اختبار فرضية الدراسة الثانية

لا توجد فروق دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $0.05 \geq \alpha$ ) في دور صناع المحتوى في إنكاء الروح الوطنية والنضالية لدى الشباب الفلسطيني على مواقع التواصل الاجتماعي من حيث (الإشباع المتحققة لديهم، والآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة، والانعكاسات على القيم الوطنية والنضالية لديهم) تعزى لمتغير العمر.

أظهرت النتائج عدم وجود فروق دالة إحصائية في كل من (الإشباع المتحققة من متابعتهم، والآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن الاعتماد عليهم كمصدر للمعلومات) لدى الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل تعزى لمتغير العمر.

مما يعني أنه مهما كانت الاختلافات في أعمار الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل فإنهم لا يختلفون في متوسطات استجاباتهم حول كل من (الإشباع المتحققة من متابعتهم، والآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن الاعتماد عليهم كمصدر للمعلومات).

بينما أظهرت النتائج وجود فروق دالة إحصائية في انعكاسات أنشطة صناع المحتوى على القيم الوطنية والنضالية لدى الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل تعزى لمتغير العمر، وكانت الفروق لصالح الفئة العمرية (أقل من 18 سنة).

كما تبين أن درجة انعكاسات أنشطة صناع المحتوى على القيم الوطنية والنضالية لدى الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل تتحدر عكسياً مع متغير العمر؛ أي أنه كلما زاد العمر قلت درجة انعكاسات أنشطة صناع المحتوى على القيم الوطنية والنضالية لدى الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل.

تعزو الباحثة هذه النتيجة إلى أن التطور العقلي والاجتماعي للأفراد مع تقدمهم في العمر، يجعلهم أقل تأثراً بالمحتوى الرقمي وأكثر استقلالية في تحديد قيمهم ومعتقداتهم.

#### مناقشة نتائج اختبار فرضية الدراسة الثالثة

لا توجد فروق دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $0.05 \geq \alpha$ ) في دور صناع المحتوى في إذكاء الروح الوطنية والنضالية لدى الشباب الفلسطيني على مواقع التواصل الاجتماعي من حيث (الإشباع المتحققة لديهم، والآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة، والانعكاسات على القيم الوطنية والنضالية لديهم) تعزى لمتغير المستوى التعليمي.

أظهرت النتائج عدم وجود فروق دالة إحصائية في كل من (الإشباع المتحققة من متابعة صناع المحتوى، والآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن الاعتماد عليهم كمصدر للمعلومات، وكذلك



الانعكاسات على القيم الوطنية والنضالية) لدى الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل تعزى لمتغير المستوى التعليمي.

وذلك يشير أنه بالرغم من الاختلافات في المستويات التعليمية بين الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل فإنهم لا يختلفون في كل من (الإشباع المتحققة من متابعة صناع المحتوى، والآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن الاعتماد عليهم كمصدر للمعلومات، وكذلك الانعكاسات على القيم الوطنية والنضالية).

وترى الباحثة أن المستوى التعليمي يمكن أن يؤثر على قدرة الأفراد على تقييم المحتوى الرقمي بشكل أكبر واستخدام مصادر متعددة للمعلومات بشكل أفضل وهذا السبب الذي أدى لهذه النتيجة.

#### مناقشة نتائج اختبار فرضية الدراسة الرابعة

لا توجد فروق دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $0.05 \geq \alpha$ ) في دور صناع المحتوى في إنكاء الروح الوطنية والنضالية لدى الشباب الفلسطيني على مواقع التواصل الاجتماعي من حيث (الإشباع المتحققة لديهم، والآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة، والانعكاسات على القيم الوطنية والنضالية لديهم) تعزى لمتغير عدد ساعات المتابعة يومياً.

أظهرت النتائج وجود فروق دالة إحصائية في كل من (الإشباع المتحققة من متابعتهم، والآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن الاعتماد عليهم كمصدر للمعلومات، وكذلك الانعكاسات على القيم الوطنية والنضالية) لدى الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل تعزى لمتغير عدد ساعات المتابعة اليومية. ويتبين أن الفروق كانت جميعها لصالح فئة (من ساعة - ساعتين).

ترى الباحثة أن هذه النتائج تشير إلى أهمية الاعتدال في الوقت المخصص لمتابعة المحتوى على وسائل التواصل الاجتماعي. فالشباب الذين يخصصون وقتاً معتدلاً لمتابعة المحتوى، بين ساعة وساعتين يومياً، يبدو أنهم يستفيدون بشكل أكبر من الإشباع والتأثيرات الإيجابية على المستوى المعرفي والعاطفي والسلوكي من ناحية تعزيز القيم الوطنية والنضالية.

## ثانياً: الخلاصة

### النتائج الخاصة بأداة تحليل المضمون:

1. أعلى نسبة للمواضيع التي تحدث عنها صناع المحتوى هي معاناة الفلسطينيين والنزوح والدمار بنسبة 19.15%، وهذا يشير إلى أهمية هذا الجانب في وعي الشباب الفلسطيني اتجاه قضيتهم وتفاعلهم معها، وزيادة رغبتهم في نقل هذه المعاناة إلى العالم.
2. أكثر شكل يستخدمه صناع المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي هو خاصية القصص بنسبة 33,4%، وهذه نسبة عالية تشير إلى أن خاصية القصص تحظى بشعبية كبيرة، ويمكن أن يكون لهذا تأثير كبير على طريقة التفاعل مع الجمهور وتبادل المحتوى، حيث يمكن تقديم المحتوى بطريقة حية وسريعة وجذابة.
3. أكثر أسلوب يستخدمه صناع المحتوى لعرض أفكارهم هو أسلوب الرصد ومتابعة الأحداث بنسبة 36,2%، وهي نسبة عالية تشير إلى استخدام صناع المحتوى لأسلوب يركز على رصد الأحداث ومتابعتها، وهذا كان من شأنه جعل الجمهور يتفاعل مع الأحداث.
4. أكثر مصدر يتم الاعتماد عليه هو مصادر مجتمعية من الميدان بنسبة 45,8%، وهي نسبة عالية تشير إلى أن مصادر الميدان والمجتمع تلعب دوراً رئيسياً في تشكيل المحتوى، ويُظهر هذا التركيز على المصادر المحلية أهمية فهم وتمثيل قضايا المجتمع الفلسطيني من قبل صناع المحتوى في أماكن تواجدهم.
5. أن اللغة العامية كانت الأعلى بنسبة 37.8%، وهي نسبة عالية تشير إلى أن اللغة العامية (اللهجة العربية المحكية في المنطقة) هي اللغة الرئيسية المستخدمة، ويعكس هذا اتجاهًا نحو التواصل بلغة قريبة من الحياة اليومية للمستخدمين، بينما يُلاحظ استخدام اللغة الإنجليزية للتواصل مع الجماهير الدولية وتبادل الثقافة والمعرفة.

## النتائج الخاصة بأداة الاستبيان:

6. أشارت النتائج أن دوافع متابعة الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل لصناع المحتوى الفلسطيني كانت جميعها بدرجات مرتفعة وبدرجة كلية مرتفعة، بمتوسط حسابي بلغ (4.10) مع انحراف معياري (0.515)، كما أشارت النتائج أن أبرز دوافع متابعة الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل لصناع المحتوى الفلسطيني هو (أنهم يرون أن صناع المحتوى الفلسطيني يعكسون هويتهم الثقافية والوطنية، ويعززون انتمائهم لوطنهم فلسطين).
7. وأشارت النتائج أن أسباب اعتماد الشباب الفلسطيني على صناع المحتوى كمصدر للمعلومات كانت جميعها بدرجات مرتفعة وبدرجة كلية مرتفعة، بمتوسط حسابي (4.14) مع انحراف معياري (0.546)، كما أشارت النتائج أن أبرز أسباب اعتماد الشباب الفلسطيني على صناع المحتوى كمصدر للمعلومات هو (لأن صناع المحتوى أصبحوا وسيلة لتوثيق الأحداث والانتهاكات التي تحدث في فلسطين من خلال نشر الفيديوهات والصور والتقارير على الإنترنت).
8. أشارت النتائج أن درجة اعتماد الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل على صناع المحتوى كمصدر للمعلومات كانت متوسطة، بمتوسط حسابي (2.23)، وانحراف معياري (0.634).
9. أشارت النتائج أن الإشباعات المتحققة لدى الشباب الفلسطيني من متابعتهم لصناع المحتوى الفلسطيني كانت غالبيتها بدرجات مرتفعة وبدرجة كلية مرتفعة، بمتوسط حسابي بلغ (3.94) مع انحراف معياري (0.747)، كما أشارت النتائج أن أبرز الإشباعات المتحققة من متابعة الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل لصناع المحتوى الفلسطيني هو (الحصول على معلومات أكثر عن الوطن فلسطين وفهم لعدد من القضايا المختلفة).
10. وأشارت النتائج أيضا أن الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن اعتماد الشباب الفلسطيني في الخليل على صناع المحتوى كمصدر للمعلومات كانت جميعها بدرجات مرتفعة وبدرجة كلية مرتفعة، بمتوسط حسابي (4.05) مع انحراف معياري (0.544)، كما أشارت النتائج أن أبرز الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن اعتماد الشباب الفلسطيني في الخليل على صناع المحتوى كمصدر للمعلومات هو (أنها تزيد لدى الشباب الفلسطيني مشاعر حب

الوطن والولاء والانتماء إليه والرغبة في الدفاع عنه)، يليها (أنه يزيد الوعي الوطني لدى الشباب الفلسطيني ويتعمقون في فهم القضايا المحيطة بوطنهم فلسطين)، يليها (أن الشباب الفلسطيني يساهمون بنشر ما ينشر صناع المحتوى لجعل العالم يشعر بما يحدث في فلسطين).

11. وأشارت النتائج أيضاً أن انعكاسات أنشطة صناع المحتوى على القيم الوطنية والنضالية لدى الشباب الفلسطيني كان بدرجة كلية مرتفعة، بمتوسط حسابي (4.08) مع انحراف معياري (0.493)، كما أشارت النتائج أن أبرز درجات الاستجابة حول انعكاسات أنشطة صناع المحتوى على القيم الوطنية والنضالية لدى الشباب الفلسطيني كانت على ما يفيد بأن (متابعة صناع المحتوى تزيد رغبة الشباب الفلسطيني في متابعة المحتوى الرقمي المتعلق بتاريخ فلسطين والهوية الفلسطينية)، يليه أنها (تزيد مشاعر غضب وكره الشباب الفلسطيني للمحتل عند متابعة المحتوى الرقمي المتعلق بفلسطين).

#### النتائج الخاصة بالفرضيات:

12. أظهرت النتائج عدم وجود فروق دالة إحصائية في كل من (الإشباع المتحققة من متابعة صناع المحتوى، والآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن الاعتماد عليهم كمصدر للمعلومات، وكذلك الانعكاسات على القيم الوطنية والنضالية لدى الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل) تعزى لمتغير النوع الاجتماعي.

13. أظهرت النتائج عدم وجود فروق دالة إحصائية في كل من (الإشباع المتحققة من متابعة صناع المحتوى، والآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن الاعتماد عليهم كمصدر للمعلومات) لدى الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل تعزى لمتغير العمر، بينما أظهرت النتائج وجود فروق دالة إحصائية في انعكاسات أنشطة صناع المحتوى على القيم الوطنية والنضالية لدى الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل تعزى لمتغير العمر. وكانت الفروق لصالح الفئة العمرية (أقل من 18 سنة).

14. أظهرت النتائج عدم وجود فروق دالة إحصائية في كل من (الإشباع المتحققة من متابعة صناع المحتوى، والآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن الاعتماد عليهم كمصدر

للمعلومات، وكذلك الانعكاسات على القيم الوطنية والنضالية) لدى الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل تعزى لمتغير المستوى التعليمي.

15. أظهرت النتائج وجود فروق دالة إحصائياً في كل من (الإشباع المتحققة من متابعة صناع المحتوى، والآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن الاعتماد عليهم كمصدر للمعلومات، وكذلك الانعكاسات على القيم الوطنية والنضالية) لدى الشباب الفلسطيني في مدينة الخليل تعزى لمتغير عدد ساعات المتابعة اليومية. ويتبين أن الفروق كانت جميعها لصالح فئة (من ساعة - ساعتين).

## ثالثاً: التوصيات

- أن يقوم صناع المحتوى بتشجيع الوعي الوطني والاجتماعي بين الشباب من خلال تقديم محتوى يتقف ويوعي الجمهور بالقضايا الوطنية والاجتماعية الهامة، وذلك من خلال التواصل معهم بلغة قريبة من حياتهم اليومية.
- تعزيز التعاون مع المصادر المجتمعية المحلية واستخدامها كمصادر رئيسية للمحتوى، كونها الأقرب إلى جمهور المتابعين، حيث يمكن أن تساهم هذه المصادر في توجيه المحتوى بشكل أفضل وتعزيز تمثيل القضايا المحلية.
- من أجل تعزيز تفاعل الشباب الفلسطيني مع المحتوى الرقمي المتعلق بالقضية الفلسطينية وتحفيز المزيد من المناقشات والتفاعلات الإيجابية على المنصات الاجتماعية يمكن تخصيص المحتوى لفئات العمر والتعليم المختلفة، وكذلك تشجيع التفاعل الاجتماعي من خلال التحديات المنتظمة والمسابقات والاستطلاعات.
- تسليط الضوء على المعاناة الفلسطينية من خلال دعم صناع المحتوى الفلسطيني في نشر محتوى يسلط الضوء على معاناة الفلسطينيين وجرائم الاحتلال بشكل مستمر وتنظيم فعاليات توعية ونقاش حول القضية الفلسطينية ودور الشباب في نشر الوعي حولها.
- توظيف أدوات بحثية مختلفة من أجل دراسة العملية الاتصالية من جميع جوانبها للوصول إلى النتائج المرجوة مثل الدمج بين أداة الاستبيان، واستمارة تحليل المضمون.
- تنظيم ورش عمل وفعاليات تدريبية لتطوير مهارات الشباب في إنتاج المحتوى الرقمي والتعبير عن آرائهم بشكل فعال.
- العمل على إيجاد مساحة في مساقات الإعلام الرقمي من أجل تدريس الطلبة الخوارزميات التي تتعلق بمنصات التواصل الاجتماعي وكيفية التعامل معها.

## المصادر والمراجع

### المراجع العربية

#### الكتب

البشر، محمد سعود (2014). نظريات التأثير الإعلامي. (الطبعة الأولى)، الرياض، السعودية: العبيكان.

الحاج، كمال (2020). نظريات الإعلام والاتصال. الجمهورية العربية السورية، الجامعة الافتراضية السورية.

حسين، سمير (2005). بحوث الإعلام. القاهرة، مصر: عالم الكتب.

الدليمي، عبد الرزاق (2016). نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين. عمان، الاردن: دار اليازوري للنشر والتوزيع.

دويدري، رجاء (2000). البحث العلمي أساسياته النظرية وممارساته العملية. (الطبعة الأولى)، دمشق: دار الفكر للنشر والتوزيع.

رابح، الصادق (2014). فضاءات رقمية قراءات في المفاهيم والمقاربات والرهانات. (الطبعة الأولى)، لبنان، بيروت: دار النهضة العربية.

الزبيدي، ماجد (2004). الإنترنت والتدريب في علوم المعلومات والمكتبات. (الطبعة الأولى)، عمان، الأردن: جمعية المكتبات والمعلومات الأردنية

سليمان، عبد الرحمن (2014). مناهج البحث. (الطبعة الأولى)، القاهرة، مصر: عالم الكتب للنشر والتوزيع.

الشاعر، عبد الرحمن (2015). مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني. (الطبعة الأولى)، عمان، الأردن: دار صفاء.

صادق، عادل (2007). الصحافة وإدارة الأزمات مدخل نظري تطبيقي. القاهرة، مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع.

- الطائي، حميد و بكر، خير (2007). **مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الإعلام والعلوم السياسية**. (الطبعة الأولى)، الاسكندرية، مصر: دار الوفاء للنشر والتوزيع.
- عبد الحميد، محمد (1992). **بحوث الصحافة (الطبعة الأولى)**. القاهرة، مصر: عالم الكتب للنشر والتوزيع.
- عبد الحميد، محمد (2004). **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير**. (الطبعة الثالثة)، القاهرة، مصر: عالم الكتب للنشر والتوزيع.
- عبد الغفار، فيصل (2015). **شبكات التواصل الاجتماعي**. (الطبعة الأولى)، عمان، الأردن: الجنادرية للتوزيع والنشر.
- قنديلجي، إبراهيم (2013). **منهجية البحث العلمي**. (الطبعة الأولى)، الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- كافي، مصطفى (2015). **الرأي العام ونظريات الاتصال**. (الطبعة الأولى). عمان، الأردن: دار الحامد للنشر والتوزيع.
- المحيا، أسامة (2012). **نظريات التأثير الاعلامية**.
- مشابقة، بسام (2014). **مناهج البحث الإعلامي وتحليل الخطاب**. عمان، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- المشهداني، سعد (2019). **منهجية البحث العلمي**. (الطبعة الأولى)، عمان، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- المقداوي، خالد (2013). **ثورة الشبكات الاجتماعية**. (الطبعة الأولى)، عمان، الأردن: دار النفائس للنشر والتوزيع.
- مكاوي، حسن و العبد، عاطف (2007). **نظريات الإعلام**. مركز بحوث الرأي العام.



## الدراسات العلمية

- ابتسام، رابيس علي (2016). نظرية الاستخدامات والاشباع وتطبيقاتها على الاعلام الجديد. مجلة دراسات وأبحاث المجلة العربية في العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد(25)، جامعة وهران.
- ابتسام، طيبي (2022). دور صناع المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام دراسة ميدانية من وجهة نظر طلبة جامعة محمد بو ضياف بالمسيلة-الانستغرام نموذجاً. جامعة محمد بوضياف، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، رسالة ماجستير منشورة.
- بورابعة، بشرى و بن وشن، هناء (2021). فعالية شبكات التواصل الاجتماعي كآلية شهرة لدى الشباب. الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، رسالة ماجستير منشورة.
- توفيق، ميمي محمد (2018). شبكات التواصل الاجتماعي .. (النشأة و التأثير). مجلة كلية التربية في جامعة عين شمس، الجزء (2).
- جعفري، نبيلة (2022). مؤثرو مواقع التواصل الاجتماعي: الفاعلون الجدد في قيادة الرأي العام قراءة حول التغير في المفاهيم والأدوار. مجلة رقمنة للدراسات الاعلامية والاتصالية، (المجلد 2 العدد 1)، الصفحات 22-54.
- حليم، رانيا رمزي (2022). دور المؤثرين الاجتماعيين في الحياة اليومية للشباب المصري "دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي". مجلة الدراسات الانسانية والادبية، العدد (26)، جامعة عين شمس، كلية الآداب.
- الخفاجي، سنان (2021). الاندماج الإعلامي وأثره على التغطية الإخبارية في القنوات الفضائية. المجلة العلمية لبحوث الاذاعة والتلفزيون، العدد (22)، جامعة القاهرة.
- خلايفية، عمار (2022). تطبيقات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في فضاءات الإعلام الجديد. مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة، المجلد (3)، العدد (3)، الصفحات 42-49، جامعة محمد بو ضياف المسيلة، الجزائر.
- سلامة، علي حسام (2021). العوامل المؤثرة في متابعة الجمهور العربي لحسابات المؤثرين على انستغرام. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد (77)، الجزء الأول، الصفحات 185-246، جامعة أسيوط.

شقورة، ناريمان إبراهيم (2014). تأثير وسائل التواصل الاجتماعي والاتصال الحديثة على التغيير السياسي في المنطقة العربية 2011-2014. جامعة القدس، فلسطين.

شهيبي، عادل (2023). صانع المحتوى الرقمي ومؤثر الوسائط الاجتماعية مقارنة مفاهيمية. الملتقى الدولي المؤثرون وفوضى صناعة المحتوى في البيئة الرقمية مقارنة نقدية للسياقات والمفاعيل، جامعة جيجل.

الشيخ، عدلات عبد المعطي (2023). انتهاكات المحتوى الفلسطيني على مواقع التواصل الاجتماعي وسبل مواجهتها لدى الصحفيين والمؤثرين. مجلة أيفي لي للعلاقات العامة والإعلام، المجلد (3)، العدد (5)، جامعة الأقصى.

شيماء، عليا (2021). تأثير صناع المحتوى في مواقع التواصل الاجتماعي على قيم وسلوك المراهق دراسة ميدانية على عينة من المراهقين في الثانويات. المستودع الرقمي في جامعة طيبة.

صالح، سليمان و الزبير، نزار (2022). واقع صناعة المحتوى الاعلامي في ليبيا وتحدياته دراسة استكشافية لعينة من صناع محتوى الاعلام الرقمي. مجلة جامعة بنغازي العلمية، مجلد 35 (1) الصفحات 85-94، كلية الإعلام.

طالب، موسى علي (2011). دور الإعلام الفلسطيني في تعزيز الوحدة الوطنية لدى طالبات الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة. مجلة جامعة الأزهر، المجلد (13)، العدد (1)، الجزء (2)، الصفحات 974-937، غزة.

عبد النبي، مرام أحمد (2021). دور الدراما السينمائية المصرية في تشكيل إدراك الشباب الجامعي نحو قيم الانتماء والوطنية. مجلة البحوث الإعلامية، العدد (57)، الجزء (3)، جامعة الأزهر، كلية الإعلام.

عبد ربه، عثمان (2021). اتجاهات النخب الفلسطينية نحو الأمن الرقمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاسها على المحتوى الفلسطيني. الجامعة الإسلامية في غزة، كلية الآداب، رسالة ماجستير منشورة.

عبله، زوايمية (2022). تأثير صناع المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي على جمهور الطلبة دراسة ميدانية بجامعة 8 ماي 45 قالمة. كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة 8ماي، رسالة ماجستير منشورة.

علي، خليل إبراهيم (2022). دور المعلم في غرس القيم الوطنية والتعايش السلمي لدى التلاميذ من وجهة نظر مديري المدارس الابتدائية في مركز مدينة كروك. العراق: مجلة آداب الفراهيدي، المجلد (14)، العدد (50)، الصفحات 482-502، جامعة تكريت، كلية الآداب، رسالة ماجستير منشورة.

عنان، آية (2023). تحولات الرأي العام الغربي تجاه القضية الفلسطينية. مركز الحضارة للدراسات والبحوث.

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

القاضي، قمره محمد (2021). دور مساق التربية الوطنية في تنمية القيم الوطنية لدى طلبة الجامعات الأردنية. مجلة العلوم التربوية والنفسية، المجلد (5)، العدد (16)، الصفحات 77-90، المركز القومي للبحوث.

القرعان، محمد كامل (2010). الصحافة اليومية الأردنية ومسؤوليتها في نشر القيم الوطنية في المجتمع 2009-2010 صحيفتا الغد والرأي نموذجا، جامعة الشرق الأوسط، رسالة ماجستير منشورة.

مراد، غسان (2023). هندسة المحتوى الرقمي في شبكات التواصل الاجتماعي فصل من حروب الأجيال الجديدة (الحرب الإسرائيلية على قطاع غزة مايو/أيار 2021 نموذجا). مركز الجزيرة للدراسات.

مكاوي، و مؤيد، و عثمان (2021). آليات تداول الشباب العربي للمحتوى الرقمي الزائف عبر وسائل التواصل الاجتماعي. مجلة البحوث الإعلامية، العدد (56)، الجزء (2)، جامعة الأزهر.

الميلادي، نور الدين، العرفي، أنوار (2023). الحرب على السردية الفلسطينية: محاصرة المحتوى الفلسطيني على شبكات التواصل الاجتماعي. مجلة الجزيرة لدراسات الاتصال والإعلام.

نافع، شريف (2019). استخدام المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي في الحملات الإعلانية، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، (العدد 18) جامعة القاهرة، رسالة ماجستير منشورة.

الهبائلي، حسن (1989). تحليل المحتوى. تونس: الاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات، بحوث مؤتمرات.

## المواقع الإلكترونية

الجزيرة: تاريخ النشر (١6 ديسمبر 2023). "طوفان الأقصى".. أكبر هجوم للمقاومة الفلسطينية على إسرائيل. شبكة الجزيرة الاعلامية، تاريخ الزيارة (٢0 ديسمبر 2023)، من <https://www.aljazeera.net>

الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني: تاريخ النشر (٢6 مايو 2021). عدد السكان المقدر في فلسطين منتصف العام حسب المحافظة، فلسطين: الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني . تاريخ الزيارة (6 نوفمبر 2023)، من <https://www.pcbs.gov.ps>

حلس، رائد محمد (2018). مستقبل الشباب الفلسطيني في ظل التحديات الراهنة. غزة-فلسطين: مركز الأبحاث، تم الاسترداد من <https://www.prc.ps>

حماد، حمزة: تاريخ النشر (٩ مايو 2022). نحو خطاب إعلامي رقمي لأجل القدس، أمد للإعلام. تاريخ الزيارة (11 نوفمبر 2023)، من <https://www.amad.ps>

الخالدي، عزام: تاريخ النشر (٢6 يوليو 2021). صنّاع المحتوى.. بين الإفادة والتفاهة. شبكة الجزيرة الإعلامية. تاريخ الزيارة (١5 ديسمبر 2023). من <https://www.aljazeera.net>

دهنو، هند: تاريخ النشر (9 نوفمبر 2021). المؤثرون على وسائل التواصل الاجتماعي.. هل هم صحفيون؟ معهد الجزيرة للإعلام. تاريخ الاسترداد (١5 ١8 2023)، من <https://institute.aljazeera.net>

السكوشي، إيمان: تاريخ الزيارة (٢4 نوفمبر 2023). من الطوفان إلى الهدنة.. كيف عايش صنّاع المحتوى العدوان الصهيوني على غزة؟ تاريخ الاسترداد (3 ١١ 2024)، من <https://ultratunisia.ultrasawt.com>

الشيذاني، راشد: تاريخ النشر (22 مايو 2023). استخدامات الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي. عُمان: جريدة عُمان. تاريخ الزيارة (25 ١2 2023)، من <https://www.omandaily.om>

صالح، سليمان: تاريخ النشر (23 اديسبر 2022). المؤثرون.. كيف يمكن استخدامهم في بناء قوة الدولة الإعلامية والثقافية؟ شبكة الجزيرة الإعلامية. تاريخ الزيارة (15 \ 18 \ 2023)، من <https://www.aljazeera.net>

عمر، ريتاج: تاريخ النشر (18 نوفمبر 2020). من هو صانع المحتوى؟ و 9 من أهم عادات و مهارات صانع المحتوى الناجح. تاريخ الزيارة (18 \ 17 \ 2023)، من <https://www.doctormega.com>

عوكل، هاني: تاريخ النشر (28 مايو 2021). المحتوى الرقمي الفلسطيني بين عدوانين. جريدة الأيام. تاريخ الزيارة (15 نوفمبر 2023). من <https://masarnews.com>

فيديو، شبكات التواصل الاجتماعي ثورة في التواصل الإنساني، من <https://www.feedo.net>  
الفرجولي، هاني: تاريخ النشر (12 فبراير 2017). صناعة المحتوى لمواقع التواصل الاجتماعي خطوة بخطوة. مزن. تاريخ الزيارة (15 أغسطس 2023). من <https://www.mozn.ws>

محيسن، حسام الدين: تاريخ النشر (19 ديسمبر 2019). صناعة المحتوى الرقمي العلم الرسمي وخبرة السنين. فلسطين. تاريخ الزيارة (17 اديسبر 2023). من <https://www.paltrainer.com>

المسار الإخباري، (2023). لوسائل التواصل الاجتماعي دور بارز في التأثير على الرأي العام العالمي.. تاريخ الزيارة (25 اديسبر 2023)، من <https://www.al-ayyam.ps>

المصري، منى أحمد: تاريخ النشر (7 تشرين الثاني 2023). كيف كشف طوفان الأقصى ومنصات التواصل الاجتماعي الانحياز الإعلامي الغربي. الميادين. تاريخ الزيارة (13 \ 11 \ 2024)، من <https://www.almayadeen.net>

وفا، وكالة الأنباء والمعلومات الفلسطينية: تاريخ النشر (10 \ 18 \ 2023). الإحصاء: نسبة الشباب في المجتمع الفلسطيني 22%. تم الاسترداد من <https://wafa.ps>

- Alexandra Ruiz-Gomez .(2019) "**Digital Fame and Fortune in the age of Social Media**": A Classification of social .*JEL Classification M31, M37* ,page 8-29.
- DUFFY, BROOKE ERIN ( 2020)" **Social Media Influencers**".*Cornell University, New York, US*
- Ellison, N.B.,steinfield C.,& Lampe,C. (2007) "**the benefits of Facebook "friends"** social capital and college students 'use of online social network sites" .*journal of computer mediated communication*,4.
- Freberg, Karen Freberg Kristin Graham Karen McGaughey Laura A. (2010) "**Who are the social media influencers?**"A study of public perceptions .*Public Relations Review*.
- Geysler, Werner (2022) "**The State of Influencer Marketing 2020**" :Benchmark Report.
- Holak, Brian (2017) "**Instagram definition**" .Date of visit 23\9\2023 ,from <https://www.techtarget.com>
- Joe Gagliese,co-founder & CEO of global digital and social innovation group Viral NationCEO of global digital and social innovation group Viral Nation Joe Gagliese) .78 ,(2022)" .**The Rise Of The Influencer: Predictions For Ways They'll Change The World**".
- Kay, Samantha; Mulcahy, Rory; Parkinson, Joy( 2020) "**When less is more: the impact of macro and micro social media influencers'disclosure**" " .*journal of marketing managment* ,page 248-278
- Rusmanica, Tudor (2021) "**How social media influencers affect your life**" . Bigwave Marketing .Date of visit 20\ 9 \2023 ,from <https://bigwave.co.uk>
- Taufiq Ahmad1, Aima Alvi2, and Muhammad Ittefaq. (2019)" **The Use of Social Media on Political Participation Among University Students: An Analysis of Survey Results From Rural Pakistan** . "*SAGE Open*.
- Tiago, Maria Teresa Joanna Santiago Flavio (2023) "**Mega or macro social media influencers: Who endorses brands better ?**" *Journal of Business Research*..

الملاحق

ملحق رقم (1): أعضاء لجنة تحكيم أدوات الدراسة

الصفة/ العمل	مكان العمل	المحكم
عضو هيئة تدريس	جامعة فلسطين التقنية/ الخضوري	الدكتور علاء عياش
عضو هيئة تدريس	جامعة الخليل	الدكتور إبراهيم الحروب
عضو هيئة تدريس	جامعة اليرموك	الدكتور محمد حابس
عضو هيئة تدريس	الجامعة الأردنية	الدكتور علي منعم القضاة



ملحق رقم (2): أداة تحليل المضمون

الرقم	المواضيع	التكرارات	النسبة المئوية
1	الولاء والانتماء للوطن		
2	التضحية والفداء من أجل الوطن		
3	الحرية والاستقلال		
4	الصمود والتمسك بالأرض		
5	تدخل المجتمع العربي والدولي		
6	فضح جرائم الاحتلال		
7	الشهداء والأسرى		
8	معاونة الفلسطينيين والنزوح والدمار		
المجموع			

الرقم	الأشكال	التكرارات	النسبة المئوية
1	منشور		
2	بث مباشر		
3	خاصية القصص		
4	فيديو		
5	صور		
المجموع			

الرقم	الأساليب	التكرارات	النسبة المئوية
1	أسلوب الرصد ومتابعة الأحداث		
2	أسلوب سرد القصص والرواية		
3	أسلوب التفاعل مع المتابعين		
4	أسلوب تحفيز التفكير لدى الجمهور		
5	أسلوب طلب الآراء		
المجموع			

النسبة المئوية	التكرارات	المصادر	الرقم
		مصادر مجتمعية من الميدان	1
		مصادر فلسطينية	2
		مصادر إسرائيلية	3
		شهود عيان	4
		مصادر دولية	5
		المجموع	

النسبة المئوية	التكرارات	اللغة	الرقم
		الفصحى (النثر الأدبي)	1
		العامية	2
		الخلط بين اللغتين (النثر العملي)	3
		اللغة الإنجليزية	4
		المجموع	

## ملحق رقم (3): أداة الاستبانة

### المحور الأول: المعلومات الشخصية:

ضع اي إشارة (✓) بجانب العبارة التي تعبر عنك:

1. النوع الاجتماعي:  ذكر  أنثى
2. العمر:  أقل من 18  من 18-28  من 28-38  أكبر من 38
3. المستوى التعليمي:  أساسي  ثانوي  جامعي
4. أي من المنصات الاجتماعية الآتية تستخدم:  
 الفيسبوك  الإنستغرام

(يمكن اختيار الإجابتين إذا كنت تستخدم المنصتين)

\*إذا كنت لا تستخدم أيًا من هذه المنصات، يمكنك تسليم الاستبانة، وشكرا لتعاونك.

### المحور الثاني:

عادات وأنماط استخدام الشباب الفلسطيني لمنصتي الفيسبوك والانستغرام لمتابعة صناع المحتوى:

1- كم ساعة تقضي يوميا في متابعة صناع المحتوى عبر موقعي الفيسبوك والانستغرام؟

أقل من ساعة  من ساعة-ساعتين

أكثر من ساعتين

إذا كنت لا تتابع سلم الاستبيان، وشكرا.

2- ما طبيعة تفاعلك مع منشورات صناع المحتوى المتعلق بفلسطين والقضية الفلسطينية؟

إعجاب  مشاركة  تعليق  مشاهدة فقط  متابعة

### المحور الثالث:

دوافع متابعة الشباب الفلسطيني لصناع المحتوى الفلسطيني، وما الإشباعات المتحققة:

1- ما دوافع متابعتك لصناع المحتوى الفلسطيني؟

الرقم	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1	أرى أنهم يعكسون هويتي الثقافية والوطنية، ويعززون انتمائي لوطني فلسطين.					
2	أتابعهم لأنني أحب المشاركة والتفاعل في المناقشات التي يطرحونها عن وطني فلسطين.					
3	أشعر أنهم يقدمون معلومات مفيدة، أستطيع من خلالها فهم القضايا المجتمعية والسياسية.					
4	أشعر بأن صناع المحتوى شخصيات ناجحة على المستوى المحلي الفلسطيني.					
5	سهولة الوصول لصناع المحتوى ومشاهدة محتوهم الذي يتعلق بفلسطين.					

2- ما الإشباعات المتحققة من متابعتك لصناع المحتوى؟

الرقم	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1	الحصول على معلومات أكثر عن وطني فلسطين وفهم لعدد من القضايا المختلفة.					
2	الشعور بالانتماء للعالم الافتراضي بسبب مشاركة نفس الاهتمامات الوطنية.					
3	زيادة شعوري بالانتماء والولاء لوطني فلسطين.					
4	الاستفادة من النصائح التي يقدمها صناع المحتوى حول أهمية الحرية والاستقلال.					
5	أشعر بأنني قادر على التعبير عن رأيي في المواضيع التي تخص وطني فلسطين.					

## المحور الرابع:

اعتماد الشباب الفلسطيني على صناع المحتوى كمصدر للمعلومات:

1- ما درجة اعتمادك على صناع المحتوى كمصدر للمعلومات؟

بدرجة كبيرة  بدرجة متوسطة  بدرجة صغيرة

2- ما أسباب اعتمادك على صناع المحتوى كمصدر للمعلومات؟

الرقم	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1	لأن صناع المحتوى أصبحوا وسيلة لتوثيق الأحداث والانتهاكات التي تحدث في فلسطين من خلال نشر الفيديوهات والصور والتقارير على الإنترنت.					
2	بسبب سهولة الوصول إلى محتوياتهم الرقمية وبشكل سريع وفوري.					
3	أشعر أنني قادر على تبادل المعرفة والمشاركة في النقاشات التي تخص فلسطين.					
4	أشعر بأن صناع المحتوى يحدثون محتوهم بانتظام مما يعني أن المعلومات تكون حديثة.					
5	يزودونني بالمعلومات بأشكال متنوعة مثل الفيديو والصور والمقالات.					

3- ما الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن اعتمادك على صناع المحتوى كمصدر

للمعلومات؟

الرقم	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1	تزيد لدي مشاعر حب الوطن والولاء والانتماء إليه والرغبة في الدفاع عنه.					
2	يزيد الوعي الوطني لدي وأتعمق في فهم القضايا المحيطة بوطني فلسطين.					
3	أشعر أنني أستطيع التعبير عن رأيي وأن أنخرط في الحوارات التي تعزز الوحدة الوطنية.					
4	أساهم بنشر ما ينشر صناع المحتوى لجعل العالم يشعر بما يحدث في فلسطين.					
5	أشعر بأن لي دور في بناء مجتمع قوي وتعزيز التضامن بين الشباب الفلسطيني.					

## المحور الخامس:

انعكاسات أنشطة صناع المحتوى على القيم الوطنية والنضالية لدى الشباب الفلسطيني:

الرقم	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1	تزيد رغبتني في متابعة المحتوى الرقمي المتعلق بتاريخ فلسطين والهوية الفلسطينية.					
2	أشارك ما ينشره صناع المحتوى عن فلسطين عبر صفحتني الشخصية.					
3	تزيد مشاعر غضبي وكرهي للمحتل عند متابعة المحتوى الرقمي المتعلق بفلسطين.					
4	تزيد مشاعر حب الوطن والولاء والانتماء له والرغبة في الدفاع عنه.					
5	تزيد رغبتني في المشاركة في الأنشطة والفعاليات النضالية من أجل وطني فلسطين.					
6	يبثون الروح الوطنية والحماسية العالية في الشباب المتابعين.					
7	يزيد إيماني بقدرة الشباب على التغيير.					
8	أتشجع على الانخراط في عمليات الكفاح الشعبي ضد الاحتلال وممارساته.					
9	تصبح لدي الرغبة في القيام بمبادرات سلمية لحماية السلم الأهلي، وتعزيز الوحدة الوطنية					
10	يزيد إيماني بالكفاح الفلسطيني من أجل التحرر والاستقلال وبناء الدولة الديمقراطية العصرية وتعزيز المجتمع المدني.					