

# مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدرها كلية الإعلام بجامعة الأزهر



رئيس مجلس الإدارة: أ.د/ محمد المحرصاوي - رئيس جامعة الأزهر.

رئيس التحرير: أ.د/ غانم السعيد - عميد كلية الإعلام ، جامعة الأزهر.

نائب رئيس التحرير: أ.د/ رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر ووكيل الكلية.

مساعدو رئيس التحرير:

أ.د/ عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

أ.د/ فهد العسكر - وكيل جامعة الإمام محمد بن سعود للدراسات العليا والبحث العلمي (المملكة العربية السعودية)

أ.د/ عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)

أ.د/ جلال الدين الشيخ زيادة - عميد كلية الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

مدير التحرير: د/ محمد فؤاد الدهراوي - مدرس العلاقات العامة والإعلان، ومدير وحدة الجودة بالكلية

د/ إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتارية التحرير: د/ مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

أ/ رامى جمال - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

مدقق لغوي: أ/ عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير فني: أ/ محمد كامل - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

القاهرة- مدينة نصر- جامعة الأزهر- كلية الإعلام- ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://jsb.journals.ekb.eg>

البريد الإلكتروني: [mediajournal2020@azhar.edu.eg](mailto:mediajournal2020@azhar.edu.eg)

المراسلات:

العدد الرابع والخمسون - الجزء الأول - ذو القعدة ١٤٤١هـ - يوليو ٢٠٢٠م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٢٦٨٢-٢٩٢ X

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٩٢٩٧-١١١٠

## قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقاً للقواعد الآتية:

- يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين في تحديد صلاحية المادة للنشر.
- ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة علمية محكمة أو مؤتمراً علمياً.
- لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.
- يجب ألا يزيد عنوان البحث -الرئيسي والفرعي- عن ٢٠ كلمة.
- يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية وآخر باللغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠ كلمة.
- يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر.. ونسخة على CD، على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.
- لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها.... وتحفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها.
- تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.
- ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.

## الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د./ على عجوة (مصر)  
أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق بجامعة القاهرة.
٢. أ.د./ محمد معوض. (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة عين شمس.
٣. أ.د./ حسين أمين (مصر)  
أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.
٤. أ.د./ جمال النجار (مصر)  
أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.
٥. أ.د./ مي العبدالله (لبنان)  
أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.
٦. أ.د./ وديع العززي (اليمن)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.
٧. أ.د./ العربي بوعمامة (الجزائر)  
أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد، بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، الجزائر.
٨. أ.د./ سامي الشريف (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.
٩. أ.د./ خالد صلاح الدين (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام -جامعة القاهرة.
١٠. أ.د./ محمد فياض (العراق)  
أستاذ الإعلام بكلية الإمارات للتكنولوجيا.
١١. أ.د./ رزق سعد (مصر)  
أستاذ العلاقات العامة (جامعة مصر الدولية).

## محتويات العدد

- ٩ استخدام الإنفوجرافيك بالمواقع الإلكترونية الرسمية المصرية للرد على الشائعات «المركز الإعلامي لرئاسة مجلس الوزراء نموذجاً»  
أ.م.د. سلوى أحمد محمد أبو العلا
- ٨١ تأثير توظيف التقنيات التكنولوجية فى التواصل الداخلى بالمؤسسات الصحفية على فاعلية الأداء التنظيمي للموارد البشرية من وجهة نظر القائمين بالاتصال  
أ.م.د. أمل محمد خطاب
- ١٤١ وعي الجمهور الفلسطيني لمخاطر استخدام أطفالهم للهواتف الذكية «دراسة ميدانية»  
أ.م.د. طلعت عبد الحميد عيسى
- ١٦٥ إدارة الاتصال الفعال عبر الفيس بوك: مدى توظيف العلاقات العامة في شركات الاتصالات الخلوية الفلسطينية لنظرية الاتصال الحوارى في إدارة السمعة المؤسسية  
أ.م.د. معين الكوع، عائدة فخر الدين
- ١٩٥ تعرض الجمهور العربي للصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي «دراسة ميدانية»  
د. أسامة عبد الحميد محمد
- ٢٣٧ خطابات التهجين الثقافى للمواقع والشبكات الإلكترونية العلمانية والإلحادية وتفاعل الشباب معها  
د. رباب عبد المنعم محمد التلاوي

- الممارسة المهنية فى الصحافة الإقليمية عبر الشبكات الاجتماعية  
٣١٥ «دراسة تطبيقية فى إطار نظرية المسئولية الاجتماعية»  
د. شريهان محمد توفيق، د. شيرين محمد كدوانى
- 
- أثر نمط تقديم القصة الإخبارية باستخدام الإنفوجرافيك  
٣٥٧ على تنمية التفكير البصري للأطفال ضعاف السمع  
د. محمود محمد عبدالحليم
- 
- دوافع مشاهدة الشباب المصري للبرامج المقدمة من خلال موقع  
٤١٧ «اليوتيوب»  
د. هشام البرجي
- 
- دور مواقع الإذاعات الأجنبية الموجهة فى تشكيل صورة مصر  
٤٥١ واتجاهات الشباب نحوها (دراسة تطبيقية)  
آية حمدي محمود تركي

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ  
«وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ  
إِلَى عَالِمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ»

بقلم: الأستاذ الدكتور

**غانم السعيد**

رئيس التحرير

**الافتتاحية**

الحمد لله والصلاة والسلام على رسول الله وعلى آله وصحبه أجمعين .

أماً بعد ...

فإن مجلة البحوث الإعلامية التزاما منها بالعهد الذي قطعتة على نفسها منذ صدور عددها الأول بأن تكون البحوث التي تنشرها فيها من الجدة والابتكار ما يجعل منها إضافة حقيقية إلى الدراسات الإعلامية المتميزة، قد فرض عليها هذا الالتزام أن يكون محكمو بحوثها من خيرة علماء الإعلام في جامعات مصر والوطن العربي، وبفضل هذا الالتزام استطاعت المجلة أن تكون الأولى على كل المجالات العلمية التي تصدرها كل كليات وأقسام الإعلام في مصر في التقييم الأخير للمجلس الأعلى للجامعات هذا العام ٢٠٢٠م.

وهذا ما جعل المجلة تتال ثقة واحترام الباحثين فتدافعت عليها البحوث من داخل مصر وخارجها حتى اضطرت هيئة التحرير تحت هذا الضغط إلى إصدار أكثر من جزء في هذا العدد .

والمجلة في ظل هذه الثقة المُقدَّرة من الباحثين، فإنها تُعدُّهم بأنهم سيجدون مع كل عدد منها الجديد المبتكر شكلا ومضمونا مما يدعوهم إلى الفخر والاعتزاز لنشرهم بحوثهم في هذه المجلة ، وسوف يشعر كل من نشر بحثا في هذا العدد بتلك النقلة النوعية التي حدثت للمجلة من ناحية استقبال البحوث، وسرعة إرسالها للمحكمين، ثم المتابعة الدقيقة لها حتى يتم طبعها ونشرها في أبهى حلة، وأفضل صورة.

وهذا العدد رقم ٥٤ الذي بين يدي القارئ قد جاء متصدرا ببحث للدكتورة/ سلوى أحمد محمد أبو العلا، الأستاذ المساعد بقسم الإعلام- كلية الآداب- جامعة المنيا، عنوانه: «استخدام الإنفو جرافيك بالمواقع الإلكترونية الرسمية المصرية للرد على الشائعات» المركز الإعلامي لرئاسة مجلس الوزراء نموذجا».

ثم جاء بحث الدكتورة/ أمل محمد خطاب- الأستاذ المساعد بقسم الإعلام- كلية الآداب -جامعة بنها، بعنوان: «تأثير توظيف التقنيات التكنولوجية في التواصل الداخلي بالمؤسسات الصحفية على فاعلية الأداء التنظيمي للموارد البشرية من وجهة نظر القائمين بالاتصال» . ثم بحث الدكتور/ طلعت عبد الحميد عيسى، أستاذ الصحافة المشارك بقسم الصحافة والإعلام- كلية الآداب- الجامعة الإسلامية بغزة، بعنوان «وعي الجمهور الفلسطيني لمخاطر استخدام أطفالهم للهواتف الذكية» دراسة ميدانية».

وأعقبه بحث الدكتور/ معين الكوع، الأستاذ المساعد بقسم العلاقات العامة والاتصال - جامعة النجاح الوطنية نابلس- فلسطين، والباحثة عائدة فخر الدين، بقسم العلاقات العامة

والاتصال - جامعة النجاح الوطنية نابلس- فلسطين، بعنوان: « إدارة الاتصال الفعال عبر الفيس بوك: مدى توظيف العلاقات العامة في شركات الاتصالات الخلوية الفلسطينية لنظرية الاتصال الحوارية في إدارة السمعة المؤسسية».

بينما جاء بحث الدكتور/ أسامة عبد الحميد، مدرس العلاقات العامة بقسم الإعلام- بكلية الآداب- بجامعة كفر الشيخ، بعنوان: «تعرض الجمهور العربي للصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي» «دراسة ميدانية»، وتبعه بحث الدكتورة/ رباب عبد المنعم محمد التلاوي، مدرس الإعلام- بكلية الآداب- جامعة المنيا، بعنوان: «خطابات التهجين الثقافي للمواقع والشبكات الإلكترونية العلمانية والإلحادية وتفاعل الشباب معها»، وأعقبه بحث الدكتورة/ شريهان محمد توفيق، مدرس الصحافة الإلكترونية، بقسم الإعلام- كلية الآداب- جامعة أسيوط، والدكتورة/ شيرين محمد كدواني، محاضر الإعلام الإلكتروني، بقسم الإعلام- كلية الآداب- جامعة أسيوط، بعنوان: «الممارسة المهنية في الصحافة الإقليمية عبر الشبكات الاجتماعية» «دراسة تطبيقية في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية»، ثم تبعه بحث الدكتور/ محمود محمد عبدالحليم، مدرس الإعلام وثقافة الأطفال بكلية الدراسات العليا للطفولة -جامعة عين شمس، بعنوان: « أثر نمط تقديم القصة الإخبارية باستخدام الإنفو جرافيك على تنمية التفكير البصري للأطفال ضعاف السمع»، ثم بحث الدكتور/ هشام البرجي، المدرس بقسم الإعلام الجديد بكلية الإعلام- الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات، بعنوان: «دوافع مشاهدة الشباب المصري للبرامج المقدمة من خلال موقع «اليوت يوب»».

ويكتمل عقد بحوث الجزء الأول من هذا العدد ببحث آية حمدي محمود تركي، المعيدة بقسم الإذاعة والتلفزيون - جامعة فاروس بالإسكندرية، بعنوان: «دور مواقع الإذاعات الأجنبية الموجهة في تشكيل صورة مصر واتجاهات الشباب نحوها» (دراسة تطبيقية). وبهذه البحوث المذكورة تقدم مجلة البحوث الإعلامية بجامعة الأزهر، للمكتبة الإعلامية العربية إضافات جديدة في صرح دراسات الإعلام العربي.

والحمد لله صاحب الفضل والمنة

رئيس التحرير

أ د/ غانم السعيد

## الصفحة الرئيسية

م	القطاع	اسم المجلة	اسم الجهة / الجامعة	نقاط المجلة	ISSN-P	ISSN-O
1	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	6.5	1110-9297	2682-292X
2	الدراسات الإعلامية	مجلة بحوث العلاقات العامة. الشرق الأوسط	الجمعية المصرية للعلاقات العامة	6	2314-8721	2314-873X
3	الدراسات الإعلامية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	جامعة الأهرام الكنيية	5	2536-9393	
4	الدراسات الإعلامية	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	اتحاد الجامعات العربية	4	2356-9891	
5	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة جنوب الوادي	3.5	2536-9237	
6	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	اكاديمية الشرق	3.5	2357-0407	
7	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	جامعة القاهرة – مركز بحوث الرأى العام	3	2356-9131	
8	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	جامعة القاهرة – مركز بحوث الرأى العام	3	2356-914X	
9	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	جامعة القاهرة – مركز بحوث الرأى العام	3	2356-9158	
10	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	جامعة القاهرة – مركز بحوث الرأى العام	3	1110-5836	
11	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الرأى العام	جامعة القاهرة – مركز بحوث الرأى العام	3	1110-5844	

**تعرض الجمهور العربي للصفحات الإسرائيلية باللغة  
العربية على مواقع التواصل الاجتماعي «دراسة ميدانية»**

- **The Arab Public Exposure to Israeli Pages in the  
Arabic Language on Social Media Websites:  
A Field Study**

د. أسامة عبد الحميد محمد

مدرس العلاقات العامة بقسم الإعلام بكلية الآداب بجامعة كفر الشيخ

[elslam1982@yahoo.com](mailto:elslam1982@yahoo.com)

## ملخص الدراسة

سعت هذه الدراسة إلى تحليل أنماط تعرض الجمهور العربي للصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي، وإدراكهم لتأثيرها على أنفسهم وعلى الآخرين، واعتمدت الدراسة على نظرية الشخص الثالث، وقام الباحث بتطبيق استمارة استبانة إلكترونية على عينة عمدية قوامها ثلاثمائة مبحوث من أربع عشرة دولة عربية.

وأوضحت نتائج الدراسة صحة فروض نظرية الشخص الثالث؛ حيث عبّر معظم المبحوثين عن اعتقادهم بأن الآخرين أكثر تأثرًا بالصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي، كما كشفت النتائج عن وجود علاقة ارتباطية طردية بين مساحة الفجوة الإدراكية وتأييد المبحوثين لاتخاذ إجراء ضد الصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي.

وعلى الرغم من أن نتائج الدراسة أوضحت انخفاض مستوى تفاعل المبحوثين مع الصفحات الإسرائيلية بشكل عام، وغلبة التفاعل السلبي على التفاعل الإيجابي؛ إلا أنه يجب التأكيد على خطورة هذا التفاعل، حيث أوضحت النتائج وجود علاقة ارتباطية عكسية بين التفاعل مع الصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي وإدراك خطورة هذه الصفحات وتأييد اتخاذ إجراء ضدها، كذلك وجدت علاقة طردية بين التفاعل مع الصفحات الإسرائيلية وإدراك تفوق الجانب الإسرائيلي على العالم العربي وإمكانية تحقيق السلام بين العرب والإسرائيليين، وهي أبرز الأهداف التي تسعى إسرائيل إلى تحقيقها من خلال هذه الصفحات.

الكلمات المفتاحية: نظرية الشخص الثالث، الجمهور العربي، مواقع التواصل الاجتماعي، الصراع العربي-الإسرائيلي.

## Abstract

This study sought to analyze the exposure patterns of the Arab public to Israeli pages in the Arabic language on social media websites, and their perception of its effects on themselves and others.

The study depended on the third person effect theory, The researcher conducted an online survey, the survey sample consisted of (300) respondents from fourteen Arab countries. The results supported the hypotheses of the third person effect theory, where most of the respondents perceived that the Israeli pages in the Arabic language on social media websites had a larger effect on others than on themselves, the results also revealed a positive correlation between the perceptual gap and support for taking action against the Israeli.

Although the results indicated the low level of the respondents' interactivity with the Israeli pages in general, and the negative interactivity was superior to the positive interactivity, it is necessary to emphasize the danger of this interactivity, as the results showed a negative correlation between the interactivity with the Israeli pages and perception of the danger of these pages and support for taking action against the Israeli pages, as well as found a positive correlation between the interactivity with the Israeli pages and the perception of Israel's superiority over Arab world and the possibility of achieving peace between Arabs and Israelis, which are the most prominent goals that Israel seeks to achieve through these pages.

Key words: Third person effect, Arab public, social media, Arab – Israel conflict.

على الرغم من أن وسائل الاتصال تقوم بدور مؤثر في الصراعات بأشكالها المختلفة، والصراعات الدولية بشكل خاص؛ إلا أن الدور الذي قامت به وسائل الاتصال في الصراع العربي- الإسرائيلي يظل متفردًا عن غيره من الصراعات، خاصة على صعيد توظيف المنظمات الصهيونية لوسائل الاتصال لتحقيق أهدافها الرامية إلى إسباغ صفة الشرعية على الدولة الاستيطانية.

ويمكن رد تفرد توظيف وسائل الاتصال في الصراع العربي - الإسرائيلي إلى أن وسائل الاتصال ارتبطت بنشأة الصراع ارتباطًا وثيقًا؛ حيث أدرك القائمون على تأسيس دولة إسرائيل أهمية الأنشطة الاتصالية في إرساء دعائم الدولة القائمة على اغتصاب حقوق الفلسطينيين؛ فجرى توظيف وسائل الاتصال لمحاولة إقناع الرأي العام الغربي بتأييد إنشاء دولة إسرائيل ودعمها، فضلًا عن إقناع الجاليات اليهودية في دول العالم بالهجرة إلى فلسطين، كما عمدت المنظمات الصهيونية في فلسطين إلى توظيف وسائل اتصال ناطقة باللغة العربية لبث الرعب في نفوس سكان فلسطين بما يدفعهم إلى الفرار والهروب بعيدًا عن بيوتهم؛ كما تعمدت المنظمات الصهيونية إطلاع جميع الفلسطينيين على وقائع مذبحه "دير ياسين"؛ لغرس الخوف والهلع في القلوب<sup>(١)</sup>.

ولقد استمر التوظيف الإسرائيلي لوسائل الاتصال الموجه لمخاطبة الشعوب العربية مستمرًا باستمرار الصراع العربي - الإسرائيلي، ومتغيرًا بتغير وسائل الاتصال وتنوعها؛ فلم تتوقف إسرائيل عن توجيه الإذاعات والقنوات الفضائية والصحف ومواقع شبكة الإنترنت الناطقة باللغة العربية.

ومع نشأة مواقع التواصل الاجتماعي؛ أصبحت هذه المواقع من أبرز وسائل الاتصال التي تعتمد عليها إسرائيل في مخاطبة الشعوب العربية؛ إن لم تكن أبرزها، فمن جهة؛ مكّنت هذه الوسائل إسرائيل من الوصول إلى قطاع كبير من الشعوب العربية- خاصة فئة الشباب- في ظل ارتفاع نسب مستخدمي هذه المواقع من الشعوب العربية؛ حيث تشير الإحصائيات إلى أن ٩٠٪ من الشباب في العالم العربي يستخدم وسيلة واحدة

- على الأقل - من وسائل التواصل الاجتماعي يومياً<sup>(٢)</sup>، ومن جهة أخرى؛ لم تمكن هذه المواقع إسرائيل من الوصول إلى الشعوب العربية فحسب؛ وإنما مكنتها أيضاً من التواصل معها، وهو ما عجزت عنه وسائل الاتصال التقليدية.

### مشكلة الدراسة:

عقب حرب لبنان الثانية عام ٢٠٠٦؛ انتقد تقرير مراقب الدولة الأنشطة الاتصالية للحكومة الإسرائيلية؛ حيث أشار إلى أنه كان بالإمكان تجنب العديد من كوارث العلاقات العامة أثناء الحرب، وهو الأمر الذي دفع الحكومة الإسرائيلية إلى إجراء إصلاحات كبيرة على جهاز « Hasbara هاسبارا»، الجهاز المعني بأنشطة الدبلوماسية الشعبية الإسرائيلية<sup>(٣)</sup>، واعتمد الجهاز على استراتيجية جديدة تقوم على توظيف مواقع التواصل الاجتماعي لمخاطبة الشعوب الأجنبية؛ حيث أطلقت وزارة الخارجية الإسرائيلية نحو ٣٥٠ حساباً بأكثر من خمسين لغة على مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، وهو ما جعل إسرائيل تحتل المرتبة الثالثة على مستوى العالم في توظيف الدبلوماسية الرقمية<sup>(٤)</sup>.

وارتكزت الاستراتيجية الاتصالية الإسرائيلية الجديدة على تطوير واسع لقنوات الاتصال مع الشعوب العربية سواء من خلال وسائل الاتصال التقليدية، من خلال تعيين متحدثين رسميين لمخاطبة وسائل الإعلام العربية، وتوسيع نطاق بث إذاعة «صوت إسرائيل» باللغة العربية وإطلاق قنوات تليفزيونية لمخاطبة الشعوب العربية، أو من خلال توظيف مواقع التواصل الاجتماعي لمخاطبة الشعوب العربية بشكل مباشر والتفاعل معها<sup>(٥)</sup>، وقد حظيت الصفحات الإسرائيلية الموجهة للشعوب العربية على مواقع التواصل الاجتماعي بنسب متابعة مرتفعة؛ فعلى سبيل المثال يتابع أكثر من مليوني شخص صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية على موقع «الفييس بوك»، وقد أشارت نتائج عدد من الدراسات إلى أن هذه الصفحات تسعى إلى إضعاف الروح المعنوية للشعوب العربية من خلال إقناعه باستحالة الوصول إلى ما وصلت إليه إسرائيل من تقدم سياسي واقتصادي وعسكري<sup>(٦)</sup>، كما تقوم إسرائيل بتوظيف هذه الصفحات لمراقبة الشعوب العربية واختراق فكرها، فضلاً عن محاولة تجنيد بعض المواطنين العرب<sup>(٧)</sup>.

وفي ضوء ارتفاع نسب التعرض للصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي، وخطورة المضمون الذي تقدمه هذه الصفحات على الشعوب العربية؛ يمكن صياغة مشكلة الدراسة في تحليل أنماط تعرض الجمهور العربي

للصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي، وإدراكهم لتأثيرها على أنفسهم وعلى الآخرين.

### الإطار النظري للدراسة:

اختار الباحث نظرية الشخص الثالث إطارًا نظريًا للدراسة، وتتضمن النظرية فرضين رئيسيين هما<sup>(٨)</sup>:

أولاً: الفرض الإدراكي: ويشير إلى أن الأفراد الذين هم أعضاء في جماعة ما، تستقبل رسالة إقناعية معينة، يعتقدون أن تأثير الرسالة الإقناعية يكون أكبر بكثير على الآخرين، من تأثيرها عليهم.

ثانيًا: الفرض السلوكي: ويشير إلى أن اعتقاد الأفراد في كون الآخرين أكثر تأثرًا بالرسائل الإقناعية مقارنة بهم، سوف يدفعهم إلى المطالبة بوضع قيود أو فرض رقابة على المضامين التي يُعتقد أنها ضارة، أو على الأقل يتم إدراكها والنظر إليها على أن لها تأثيرات سلبية على الآخرين.

وقد اهتم العديد من الباحثين بدراسة المتغيرات التي تؤثر على تحقق فروض النظرية، ومن أبرز هذه المتغيرات المسافة الاجتماعية، حيث يذهب الباحثون إلى أن الفرض الإدراكي للشخص الثالث يزداد كلما زادت المسافة الاجتماعية؛ حيث يعتقد الأفراد أن تأثير الرسائل الإقناعية يكون أكبر على المجموعات الاجتماعية البعيدة عن الذات مقارنة بالمجموعات الاجتماعية القريبة<sup>(٩)</sup>، وقد اختلف الباحثون في أسلوب تقسيم المجموعات الاجتماعية؛ حيث اعتمد بعض الباحثين على تقسيم المجموعات وفقًا للمجال الجغرافي؛ ففي دراسة تجريبية أجراها Bolin Cao وآخرون على (١٥١) طالبًا جامعيًا من البر الصيني الرئيس وهونج كونج، كشفت النتائج عن أن طلاب البر الصيني الرئيس يعتقدون أن وسائل الإعلام أكثر تأثيرًا على سكان هونج كونج مقارنة بأنفسهم أو سكان البر الصيني الآخرين، كما أن طلاب هونج كونج يعتقدون أن وسائل الإعلام أكثر تأثيرًا على سكان البر الصيني الرئيس مقارنة بأنفسهم أو سكان هونج كونج الآخرين<sup>(١٠)</sup>، في حين اعتمد بعض الباحثين على تقسيم المجموعات وفقًا للانتماء الحزبي؛ ففي دراسة أجراها Mo Jones وJoon Kim على (١٢٩٩) مواطنًا أمريكيًا حول تأثير الأخبار المزيفة على مواقع التواصل الاجتماعي، أوضحت النتائج أن الناخبين الجمهوريين يعتقدون أن تأثير الأخبار المزيفة أكبر على الناخبين الديمقراطيين مقارنة بهم أو بالناخبين الجمهوريين الآخرين، كما أن الناخبين

الديمقراطيين يعتقدون أن الناخبين الجمهوريين أكثر تأثرًا بالأخبار المزيفة مقارنة بهم أو بالناخبين الديمقراطيين الآخرين<sup>(١١)</sup>، أمّا Gina Chen و YeeMargaret فقاما بتقسيم المجموعات وفقًا للاتفاق في الرأي؛ ففي دراسة تجريبية أجريت على (٣٠١) مبحوًا حول تأثير التعليقات الإلكترونية على القصص الإخبارية على شبكة الإنترنت على المتصفحين، أوضحت النتائج أن المبحوثين يعتقدون أن تأثير التعليقات الإلكترونية أكبر على المختلفين معهم في الرأي مقارنة بهم أو بالمتفقين معهم في الرأي<sup>(١٢)</sup>.

وتكمن أهمية توظيف نظرية "الشخص الثالث" في دراسة تعرض الجمهور العربي للصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي في النقطتين التاليتين:

- ارتباط نظرية «الشخص الثالث» بدراسة تأثير التعرض للرسائل الدعائية، حيث استمد Phillips Davison فروض النظرية من دراسته لتأثير رسائل الدعاية اليابانية الموجهة ضد الجنود الأمريكيين السود خلال الحرب العالمية الثانية، حيث حثت رسائل الدعاية اليابانية الجنود السود على الفرار بدلاً من خوض "حرب الرجل الأبيض"، وعلى الرغم من عدم وجود دليل على أن الدعاية كانت فعالة في التأثير على الجنود السود؛ إلا أن الضباط الأمريكيين البيض قرروا انسحاب الوحدة خوفًا من تأثير الدعاية اليابانية<sup>(١٣)</sup>، وهو الأمر الذي يثير التساؤل حول مدى تأثير الدعاية الإسرائيلية على مواقع التواصل الاجتماعي على الجمهور العربي.

- إن نظرية "الشخص الثالث" لا تكتفي بدراسة تأثير الرسائل الدعائية على الأفراد؛ بل تهتم - أيضًا - بدراسة تفاعل الأشخاص مع التأثيرات المدركة للرسائل الدعائية على الآخرين، حيث يتصور الأفراد كيف يفكر الآخرون، ويتوقعون أفعالهم<sup>(١٤)</sup>، وهو الأمر الذي يثير التساؤل حول طبيعة إدراك المواطنين العرب لتأثير الصفحات الإسرائيلية على مواقع التواصل الاجتماعي على الشعوب العربية الأخرى؛ حيث يكشف هذا الإدراك عن طبيعة الصور الذهنية المتبادلة بين الشعوب العربية حال تعرضها للصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي.

#### الدراسات السابقة

يمكن تقسيم الدراسات السابقة إلى محورين؛ الأول: الدراسات التي تناولت الصفحات الإسرائيلية على مواقع التواصل الاجتماعي، الثاني: الدراسات التي تناولت

نظرية "الشخص الثالث"، وسوف نستعرض دراسات كل محور على حدة، على النحو التالي:

**أولاً: الدراسات التي تناولت الصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي:**

اهتم عدد من الباحثين بتحليل مضمون الصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي لتحديد أهدافها؛ حيث قامت (آلاء فوزي) بتحليل (٥٤٢) منشورًا على سبع صفحات إسرائيلية تابعة للمؤسسات الحكومية الإسرائيلية، وأوضحت النتائج سعي الصفحات إلى تقديم إسرائيل كنموذج مثالي للدولة الغنية والمتقدمة والديمقراطية والقوية عسكريًا، كما سعت إلى التهوين من الشأن العربي، وعملت على إقناع المواطن العربي باستحالة الوصول إلى ما وصلت إليه إسرائيل من تقدم سياسي واقتصادي وعسكري، وهو ما ينعكس على مشاعر الاستسلام لدى العرب وعدم الرغبة في المواجهة أو الحرب مع إسرائيل، كما أوضحت النتائج إبراز الصفحات رغبة إسرائيل في زيادة التآلف بينها وبين العرب، عبر تقديم الدولة الإسرائيلية في صورة الصديق المحب للعرب، والمنفتح نحوهم إنسانيًا وثقافيًا واجتماعيًا<sup>(١٥)</sup>، وهي ذات النتائج التي توصلت إليها دراسة (يسرا حسني)؛ حيث أوضحت النتائج أن أهم الأهداف التي تسعى الصفحات الإسرائيلية باللغة العربية إلى تحقيقها هو إقناع الجمهور العربي بأن إسرائيل دولة تسعى إلى التعايش مع العالم العربي<sup>(١٦)</sup>.

كما أوضحت نتائج دراسة (هدى فضل) أن استعراض القوة والإنجاز الإسرائيلي احتل المرتبة الأولى ضمن أهداف الخطاب الدعائي الإسرائيلي على حساب المتحدث باسم الجيش الإسرائيلي، كما جاء أسلوب استعراض القوة في المرتبة الثانية على مستوى أساليب الخطاب الدعائي التي تستخدمها الصفحات الإسرائيلية<sup>(١٧)</sup>، وكشفت نتائج دراسة (Said Abu Mualla) أن نصف منشورات صفحة المتحدث باسم الجيش الإسرائيلي على موقع "الفيس بوك" تسعى إلى استعراض القوة العسكرية لإسرائيل بهدف تخويف الشعوب العربية وكسر إرادتها، فتصور المنشورات الجيش الإسرائيلي على أنه جيش لا يقهر، كما تصور المنشورات المجتمع الإسرائيلي على أنه مجتمع متسامح ومليء بكافة الثقافات والأعراق<sup>(١٨)</sup>، وهي ذات النتائج التي توصلت إليها دراسة (حمزة إسماعيل)، حيث أوضحت النتائج سعي الصفحات الإسرائيلية إلى تحطيم الروح المعنوية للشعوب العربية، كما عملت على ترسيخ صورة الجيش الإسرائيلي كجيش لا يقهر عبر نشر الدعاية المعززة بالإحصائيات المتعلقة بعدد الغارات الجوية

التي تشنها القوات الإسرائيلية، ودقتها في تنفيذ الأهداف، بالإضافة إلى نشر صور المقاتلات الحربية والقبة الحديدية متضمنة عبارات تشير إلى أن هدف الحرب هو حماية أمن دولة إسرائيل ومواطنيها من الإرهاب الفلسطيني<sup>(١٩)</sup>.

وأوضحت نتائج دراسة (حيدر المصدر) أن معظم الصفحات الإسرائيلية تستخدم أسلوب مشاركة المحتوى، سواء عن بعضها البعض، أو عن صفحات لوسائل إعلام إسرائيلية بهدف تضخيم المحتوى، وضمان انتشاره بين المتابعين، من خلال زيادة أعداد المتعرضين له<sup>(٢٠)</sup>، وأظهرت نتائج دراسة (Tal Samuel-Azran) و Moran Yarchi ( أن ٤٩٪ من منشورات صفحة المتحدث باسم الجيش الإسرائيلي على موقع "الفييس بوك" تركز على إظهار القوة العسكرية لإسرائيل بهدف خلق الردع لدى الشعوب العربية، كما أشارت نتائج الدراسة إلى غلبة التعليقات السلبية على تعليقات متابعي صفحة المتحدث باسم الجيش الإسرائيلي<sup>(٢١)</sup>.

وتناولت دراسة (نسمة ياسر) استخدام الجمهور الفلسطيني لوسائل الإعلام الإسرائيلية والإشباعات المتحققة نتيجة متابعة الجمهور الفلسطيني لتلك الوسائل الإعلامية خلال حربي ٢٠٠٨ و ٢٠١٢، وأوضحت نتائج الدراسة أن الدوافع المتعلقة بمتابعة الأحداث ومعرفة الرأي العام الإسرائيلي جاءت في مقدمة دوافع تعرض المبحوثين لوسائل الإعلام الإسرائيلية، كما أوضحت النتائج أن الذكور أكثر تعرضاً لوسائل الإعلام الإسرائيلية مقارنة بالإناث<sup>(٢٢)</sup>.

### ثانياً: الدراسات التي تناولت نظرية الشخص الثالث:

لقد اهتم العديد من الباحثين باختبار فروض نظرية الشخص الثالث على عدد من المضامين الإعلامية والأنشطة الاتصالية مثل: الدراما التليفزيونية<sup>(٢٣)</sup> وبرامج تليفزيون الواقع<sup>(٢٤)</sup> وبرامج الرأي التليفزيونية<sup>(٢٥)</sup> وألعاب الفيديو<sup>(٢٦)</sup> واستطلاعات الرأي العام<sup>(٢٧)</sup> والعلاقات العامة<sup>(٢٨)</sup> والإعلان<sup>(٢٩)</sup>، وأشارت نتائج هذه الدراسات إلى صحة الفرض الإدراكي لنظرية الشخص الثالث؛ حيث عبر معظم المبحوثين عن اعتقادهم بأن هذه المضامين الإعلامية والأنشطة الاتصالية تؤثر على الآخرين بصورة تفوق تأثيرهم بها.

ولقد أولى عددٌ من الباحثين اهتماماً كبيراً باختبار فروض نظرية «الشخص الثالث» على متصفح مواقع شبكة الإنترنت بشكل عام، ومستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بشكل خاص، في ظل التزايد المطرد في عدد مستخدميها؛ ففي دراسة أجراها (Uchenna Kingsley) و YAN Lifeng ( حول استخدام الأجانب المقيمين في

الصين لتطبيقات التواصل الاجتماعي المشهورة في الصين مثل: We chat وTantan، أوضحت النتائج أن الباحثين يعتقدون أن الآخرين سيتأثرون أو سيصبحون مدمنين على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي؛ في حين يعتقدون أنهم محصنون من هذا التأثير<sup>(٣١)</sup>، وهي ذات النتائج التي توصلت إليها دراسة (Giang Phama وآخرين)<sup>(٣٢)</sup>، ودراسة (Azi Lev-On)<sup>(٣٣)</sup>.

كذلك عني الباحثون بدراسة دور التفاعل على مواقع التواصل الاجتماعي بأشكاله المختلفة كمتغير في تحقق فروض نظرية "الشخص الثالث"؛ حيث كشفت نتائج دراسة (Myojung Chung وآخرين) عن أن الباحثين أكثر عرضة للتفاعل مع الموضوعات المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال المشاركة والإعجاب حال اتفاقها مع مواقفهم، كما أوضحت النتائج أنه كلما زاد إدراك الباحثين للتأثير السلبي على الآخرين؛ قلَّ تفاعلهم مع الموضوعات المنشورة<sup>(٣٤)</sup>.

كما اهتم عدد من الباحثين بدراسة العلاقة بين الفرض الإدراكي والفرض السلوكي، ففي دراسة أجراها (Guy Golan (Joon Lim على) ١٠٣٥) شابًا أمريكيًا حول تأثير أنشطة تنظيم "داعش" الإرهابي على مواقع التواصل الاجتماعي لتجنيد الشباب الأمريكيين، أوضحت النتائج وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين مساحة الفجوة الإدراكية وتأييد الباحثين لفرض الرقابة على هذه الصفحات<sup>(٣٥)</sup>، وفي دراسة أخرى أجرتها (همت السقا) على (٢٤٧) مبحوثًا من الشباب الخليجي، كشفت النتائج عن وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين تأثير الشخص الثالث ودرجة تأييد الباحثين لفرض الرقابة على وسائل التواصل الاجتماعي<sup>(٣٥)</sup>، وهي ذات النتائج التي توصلت إليها دراسة (بشار عبد الرحمن) بالتطبيق على المضمون الديني بمواقع التواصل الاجتماعي<sup>(٣٦)</sup>، ودراسة (Byoungkwan Lee وRon Tamborini) بالتطبيق على المواقع الإباحية<sup>(٣٧)</sup>.

كذلك اهتم عدد من الباحثين بدراسة دور بعض المتغيرات في تحقق فروض نظرية "الشخص الثالث"؛ فعلى سبيل المثال تم دراسة دور المسافة الاجتماعية في تحقق الفرض الإدراكي لنظرية "الشخص الثالث"؛ ففي دراسة أجرتها دينا عمر حول تعرض المراهقين المصريين للمحتوى الإباحي بمواقع التسلية والترفيه وإدراكهم لتأثيراتها على سلوكهم الاتصالي، أوضحت النتائج أن الباحثين يعتقدون أن تأثير هذه المواقع أكبر على المجموعات الأبعد اجتماعيًا مقارنة بالفئات الأقرب اجتماعيًا مثل: أفراد الأسرة<sup>(٣٨)</sup>.

كذلك اهتم بعض الباحثين بدراسة دور المتغيرات الديموغرافية في تحقق فروض

نظرية "الشخص الثالث"؛ حيث أوضحت نتائج دراسة (Mina Tsay-Vogel) أن الطالبات يعتقدن أنهن أكثر تأثرًا بمواقع التواصل الاجتماعي مقارنة بالذكور<sup>(٣٩)</sup>، كما أوضحت نتائج دراسة (Ven-Hwei Lo) و (Ran Wei) أن الطالبات أكثر دعمًا لفرض الرقابة على المواقع الإباحية مقارنة بالطلاب الذكور<sup>(٤٠)</sup>، وأوضحت نتائج دراسة (صالح العراقي) أن الإناث أكثر إدراكًا لخطورة المواقع الإلكترونية التي تهتم بقضايا المخدرات والمخدرات الرقمية مقارنة بالذكور<sup>(٤١)</sup>، كما كشفت نتائج دراسة (انتصار محمد) حول تأثير محتوى العنف السياسي على شبكة الإنترنت على طلاب الجامعات المصرية، عن وجود فروق بين المبحوثين نحو فرض الرقابة على شبكة الإنترنت تبعًا للانتماءات السياسية والتوجهات الفكرية<sup>(٤٢)</sup>.

من خلال استعراض الدراسات السابقة يمكن استخلاص المؤشرات العامة التالية:

- تركيز الدراسات الخاصة بالصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي على تحليل مضمون هذه الصفحات؛ حيث اتفقت على خطورة مضمون هذه الصفحات على الشعوب العربية، كما اتفقت على سعي الصفحات الإسرائيلية إلى إبراز التفوق الإسرائيلي على العالم العربي، وتقديم إسرائيل باعتبارها دولة تسعى إلى السلام مع العالم العربي.
- ندرة الدراسات التي تناولت عرض الجمهور العربي للصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث اقتصر على دراسة (نسمة ياسر) التي تناولت عرض الجمهور الفلسطيني لوسائل الإعلام الإسرائيلية بشكل عام.
- اتفاق نتائج الدراسات الخاصة بنظرية «الشخص الثالث» على صحة الفرض الإدراكي والفرض السلوكي لنظرية «الشخص الثالث» على مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، فضلًا عن دور متغير المسافة الاجتماعية والمتغيرات الديموغرافية في تحقق فروض النظرية.
- قلة الدراسات العربية التي سعت إلى اختبار فروض نظرية «الشخص الثالث» على مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي؛ على الرغم من ارتفاع نسب استخدام هذه المواقع من قبل الشعوب العربية.

تساؤلات الدراسة:

تسعى الدراسة إلى الإجابة على التساؤلات التالية:

١. ما مستوى تعرض المبحوثين للصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع

٢. ما الصفحات الإسرائيلية باللغة العربية التي يتعرض لها المبحوثون على مواقع التواصل الاجتماعي؟
٣. ما دوافع تعرض المبحوثين للصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي؟
٤. ما مستوى تفاعل المبحوثين مع الصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي؟
٥. ما مستوى إدراك المبحوثين لتأثرهم وتأثر الآخرين بالصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي؟
٦. ما مستوى إدراك المبحوثين لمخاطر الصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي؟
٧. ما مستوى تأييد المبحوثين لاتخاذ إجراء ضد الصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي؟
٨. ما مستوى إدراك المبحوثين لتفوق الجانب الإسرائيلي على العالم العربي؟
٩. ما مستوى إدراك المبحوثين لإمكانية تحقيق السلام بين العرب والإسرائيليين؟

#### فروض الدراسة:

##### الفرض الأول:

توجد فروق ذات دلالة بين إدراك المبحوثين لتأثرهم بالصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي وإدراكهم لتأثر الآخرين.

##### الفرض الثاني:

توجد علاقة ارتباطية بين مساحة الفجوة الإدراكية وتأييد المبحوثين لاتخاذ إجراء ضد الصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي.

##### الفرض الثالث:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المسافة الاجتماعية وإدراك المبحوثين لمستوى تأثر الأنا والآخرين.

##### الفرض الرابع:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في تأييدهم لاتخاذ إجراء ضد الصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً للمتغيرات الديموغرافية.

## نوع الدراسة ومنهجها:

تُعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية؛ حيث تستهدف توصيف أنماط تعرض الجمهور العربي للصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي، وإدراكهم لتأثير هذه الصفحات عليهم وعلى الآخرين، وتعتمد الدراسة على منهج «المسح» الذي يُعد من أبرز المناهج المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية خاصة البحوث الوصفية؛ حيث يسمح بجمع البيانات والمعلومات الخاصة بمتغيرات الدراسة بما يسهم في إجراء اختبار فروض الدراسة.

## أداة جمع البيانات

قام الباحث بتصميم استمارة استبانة إلكترونية، وقد تم تقسيم الاستمارة إلى مجموعة من الأسئلة التي تقيس المتغيرات التالية:

- مستوى التعرض للصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي: وتم قياسه من خلال سؤالين، تناول السؤال الأول مدة تعرض المبحوث للصفحات الإسرائيلية، وتضمنت الإجابات ثلاثة بدائل هي: أقل من عام، ومن عام إلى أقل من عامين، وأكثر من عامين، وتناول السؤال الثاني انتظام المبحوث في التعرض لهذه الصفحات، وتضمنت الإجابات ستة بدائل هي: نادرًا، وعلى فترات متباعدة، وأسبوعيًا، وأكثر من يوم في الأسبوع، ويوميًا، وقمت بالاشتراك أو بمتابعة هذه الصفحات.

وتم تقسيم فئات مستوى التعرض للصفحات الإسرائيلية على النحو التالي:

- مستوى تعرض منخفض: من درجتين إلى ثلاث درجات.
- مستوى تعرض متوسط: من أربع درجات إلى ست درجات.
- مستوى تعرض مرتفع: من سبع درجات إلى تسع درجات.

- مستوى التفاعل مع الصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي: وتم قياسه بثلاثة أسئلة، تناول كل سؤال شكلًا من أشكال التفاعل على مواقع التواصل الاجتماعي، وهي: التعليق، والمشاركة أو إعادة التغريد، والإعجاب، وتضمنت الإجابات أربعة بدائل، وهي: لم يحدث من قبل، ونادرًا، وأحيانًا، ودائمًا.

وتم تقسيم فئات مستوى التفاعل مع الصفحات الإسرائيلية على النحو التالي:

- مستوى تفاعل منخفض: من ثلاث درجات إلى خمس درجات.

- مستوى تفاعل متوسط: من ست درجات إلى تسع درجات.
- مستوى تفاعل مرتفع: من عشر درجات إلى اثنتي عشرة درجة.
- الفرض الإدراكي: اتساقاً مع الدراسات السابقة؛ تم قياس الفرض الإدراكي بسؤال على النحو التالي: لو قارنت نفسك بغيرك من الأفراد؛ فهل تعتقد أن الصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي:
  - (أ) أكثر تأثيراً عليك. (ب) أكثر تأثيراً على الآخرين. (ج) لا فرق.
- الفرض السلوكي: وتم قياسه بسؤالين، تناول السؤال الأول مدى موافقة المبحوث على أنه يجب مراقبة الصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي، وتناول السؤال الثاني مدى موافقة المبحوث على أنه يجب العمل على منع تصفح الصفحات الإسرائيلية باللغة العربية إن أمكن، وتمت الإجابة بمقياس خماسي، يبدأ بموافق بشدة، وينتهي بمعارض بشدة.
- وتم تقسيم فئات مستوى تأييد المبحوثين لاتخاذ إجراء ضد الصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي على النحو التالي:
  - مستوى تأييد منخفض: من درجتين إلى أربع درجات.
  - مستوى تأييد متوسط: من خمس درجات إلى سبع درجات.
  - مستوى تأييد مرتفع: من ثماني درجات إلى عشر درجات.
- المسافة الاجتماعية: وتم قياسها بستة أسئلة، وتناولت الأسئلة إدراك المبحوث لتأثير الصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي على الذات والمجموعات الاجتماعية المختلفة، بحيث تناول كل سؤال مجموعة اجتماعية معينة، وتمثلت هذه المجموعات في: الذات، وأفراد الأسرة، والأصدقاء المقربين، وزملاء العمل أو الدراسة، وأبناء الوطن بصفة عامة، والشعوب العربية الأخرى، وتضمنت الإجابات ستة بدائل، هي: ليس لها تأثير، وضعيف جداً، وضعيف، ومتوسط، وقوي، وقوي جداً.
- مستوى إدراك المبحوثين لمخاطر الصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي: وتم قياسه بسؤالين، تناول السؤال الأول مدى موافقة المبحوث على أن الصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي تمثل خطراً على الشعوب العربية، وتناول السؤال الثاني مدى موافقة المبحوث على أن إسرائيل تستخدم هذه الصفحات لتجنيد المواطنين العرب لصالحها، وتمت

الإجابة بمقياس خماسي، يبدأ بموافق بشدة، وينتهي بمعارض بشدة. وتم تقسيم فئات مستوى إدراك المبحوثين لمخاطر الصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي على النحو التالي:

- مستوى تأييد منخفض: من درجتين إلى أربع درجات.
  - مستوى تأييد متوسط: من خمس درجات إلى سبع درجات.
  - مستوى تأييد مرتفع: من ثماني درجات إلى عشر درجات.
- مستوى إدراك المبحوثين لتفوق الجانب الإسرائيلي على العالم العربي: وتم قياسه بسؤالين، تناول السؤال الأول مدى موافقة المبحوث على أن إسرائيل تتفوق على الدول العربية في جميع المجالات، وتناول السؤال الثاني مدى موافقة المبحوث على أنه في حالة نشوب صراع عسكري بين العرب وإسرائيل؛ فسوف تتفوق إسرائيل، وتمت الإجابة بمقياس خماسي، يبدأ بموافق بشدة، وينتهي بمعارض بشدة. وتم تقسيم فئات مستوى إدراك المبحوثين لتفوق الجانب الإسرائيلي على العالم العربي على النحو التالي:

- مستوى تأييد منخفض: من درجتين إلى أربع درجات.
  - مستوى تأييد متوسط: من خمس درجات إلى سبع درجات.
  - مستوى تأييد مرتفع: من ثماني درجات إلى عشر درجات.
- مستوى إدراك المبحوثين لإمكانية تحقيق السلام بين العرب والإسرائيليين: وتم قياسه بسؤالين، تناول السؤال الأول مدى موافقة المبحوث على أنه يمكن تحقيق السلام بين الفلسطينيين والإسرائيليين، وتناول السؤال الثاني مدى موافقة المبحوث على أن نموذج السلام بين مصر والأردن وإسرائيل نموذج ناجح، وتمت الإجابة بمقياس خماسي، يبدأ بموافق بشدة، وينتهي بمعارض بشدة. وتم تقسيم فئات مستوى إدراك المبحوثين لإمكانية تحقيق السلام بين العرب والإسرائيليين على النحو التالي:

- مستوى تأييد منخفض: من درجتين إلى أربع درجات.
  - مستوى تأييد متوسط: من خمس درجات إلى سبع درجات.
  - مستوى تأييد مرتفع: من ثماني درجات إلى عشر درجات.
- المتغيرات الديموغرافية: وشملت متغيرات الجنسية، والنوع، والفئة العمرية، والمستوى التعليمي، والاتجاه الفكري.

## الصدق والثبات:

قام الباحث بعرض استمارة الاستبانة على مجموعة من المحكمين لقياس صدقها<sup>(\*)</sup>، وقد تم إجراء التعديلات التي أوصوا بها، وللتأكد من ثبات الاستبانة؛ تم إعادة تطبيقها على ثلاثين مبحوثًا بما يمثل ١٠٪ من إجمالي عدد المبحوثين، وقد بلغت نسبة الثبات بين التطبيقين ٩١٪، وهي نسبة ثبات عالية.

## عينة الدراسة:

اعتمد الباحث على عينة عمدية قوامها (٣٠٠) مبحوث من الشعوب العربية، وقد اختار الباحث هذا النوع من العينات باعتباره الأنسب لطبيعة الدراسة التي تقتضي تعرض المبحوثين للصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي. وقد قام الباحث بنشر رابط الاستبانة عبر الصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي، كما قام بإرسال الرابط لعدد من المتفاعلين مع هذه الصفحات، وقد استغرقت عملية تطبيق الاستبانة ثمانية شهور، حيث استمرت خلال الفترة من بداية شهر مايو حتى نهاية شهر ديسمبر عام ٢٠١٩، ويمكن رد طول فترة تطبيق الاستبانة إلى ضعف استجابة المبحوثين على الاستبانات الإلكترونية، وتخوف المبحوثين من فتح الروابط الإلكترونية تجنبًا لمحاولات الاختراق والقرصنة.

## التحليل الإحصائي للبيانات:

استخدم الباحث الأساليب الإحصائية التالية:

- التوزيع التكراري مع النسب المئوية.
- معامل الارتباط بيرسون Pearson لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرات الدراسة.
- اختبار ( ت ) T-Test للتحقق من دلالة الفروق بين متوسط مجموعتين.
- اختبار تحليل التباين ANOVA للتحقق من دلالة الفروق بين متوسطات ثلاث مجموعات أو أكثر.

## نتائج الدراسة

أولاً: النتائج العامة للدراسة الميدانية:

خصائص العينة:

جدول رقم ( ١ ) يوضح خصائص عينة الدراسة

المتغير	ك	%	
النوع	ذكر	٦٦,٧	
	أنثى	٣٣,٣	
	المجموع	١٠٠	
الجنسية	فلسطيني	٣٩	
	مصري	٢٩,٧	
	عراقي	٧,٧	
	سعودي	٧,٣	
	أردني	٤,٣	
	سوري	٢,٧	
	جزائري	٢	
	يمني	١,٥	
	مغربي	١,٤	
	تونسي	١	
	كويتي	١	
	لبناني	١	
	إماراتي	٠,٧	
	ليبي	٠,٧	
	المجموع	٣٠٠	
	الفئة العمرية	أقل من ٢٥ عامًا	٢٧,٧
		من ٢٥ عامًا إلى ٤٠ عامًا	٣٤
أكبر من ٤٠ عامًا		٣٨,٣	
المجموع		١٠٠	

تابع جدول رقم ( ١ ) يوضح خصائص عينة الدراسة

المتغير	ك	%	
مستوى التعليم	مؤهل متوسط	٢٦	٨,٧
	مؤهل جامعي	١٤٣	٤٧,٧
	مؤهل فوق جامعي	١٣١	٤٣,٦
	المجموع	٣٠٠	١٠٠
التيار الفكري	غير محدد	١٨٩	٦٣
	الليبرالي	٥٣	١٧,٦
	الديني	٥٠	١٦,٧
	الاشتراكي	٨	٢,٧
	المجموع	٣٠٠	١٠٠

من خلال تحليل بيانات الجدول يمكن الإشارة إلى النقاط التالية:

- تنوع الفئات التي تتعرض للصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي، وشمولها مختلف المستويات العمرية والتعليمية والفكرية.
  - ارتفاع نسبة الذكور المتعرضين للصفحات الإسرائيلية مقارنة بنسبة الإناث، وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة (نسمة ياسر) التي أوضحت أن الذكور أكثر تعرضاً لوسائل الإعلام الإسرائيلية مقارنة بالإناث<sup>(٤٤)</sup>، وهو ما يمكن تفسيره في ضوء نتائج دراسات (رحيمة عيساني)<sup>(٤٥)</sup> و(يعقوب الكندري وآخرين)<sup>(٤٦)</sup> و( Fadi Salem وRacha Mourtada)<sup>(٤٧)</sup> التي أوضحت أن الإناث في العالم العربي أقل استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي مقارنة بالذكور.
  - تضمنت العينة مواطنين من (١٤) دولة عربية؛ بما يمثل نسبة (٦٣,٧٪) من إجمالي الدول العربية؛ كما شملت العينة مواطنين من مختلف المناطق العربية مثل: مناطق الشام والخليج العربي والمغرب العربي.
- وتوضح بيانات الجدول أن أكثر المناطق العربية استجابة جاءت من دول المواجهة مع إسرائيل، وهي: فلسطين ومصر والأردن وسوريا ولبنان؛ حيث بلغ مجموع مواطني هذه الدول (٢٣٠) مبحوثاً؛ بما يمثل نسبة (٧٦,٦٪) من عينة الدراسة، وهو ما يمكن رده إلى أن هذه الدول هي الأكثر تأثراً بالصراع العربي-الإسرائيلي.

كذلك توضح بيانات الجدول ارتفاع عدد المواطنين السعوديين المتعرضين للصفحات الإسرائيلية؛ حيث احتلوا المرتبة الرابعة بمجموع (٢٢) مبحوثًا؛ بما يمثل نسبة (٧,٣٪) من عينة الدراسة، وهو ما يمكن رده إلى تركيز الصفحات الإسرائيلية على مخاطبة الشعوب الخليجية بشكل عام، والشعب السعودي بشكل خاص، كمحاولة لتطبيع العلاقات بين إسرائيل والدول الخليجية؛ فعلى سبيل المثال اهتمت الصفحات الإسرائيلية بإبراز دعم المدون السعودي محمد بن سعود لتطبيع العلاقات مع إسرائيل وقيامه بزيارة القدس، ووصل اهتمام إسرائيل بهذا المدون إلى حد قيام رئيس الوزراء الإسرائيلي بنيامين نتنياهو بالاتصال هاتفياً بالمدون السعودي؛ للدلالة على نجاح إسرائيل في التواصل مع الشعوب العربية<sup>(٤٨)</sup>.

ارتفاع المستوى التعليمي للمبحوثين عينة الدراسة؛ حيث احتل المبحوثون الحاصلون على مؤهل جامعي المرتبة الأولى بمجموع (١٤٣) مبحوثًا بنسبة (٤٧,٧٪) من عينة الدراسة، واحتل المبحوثون الحاصلون على مؤهل فوق جامعي المرتبة الثانية بمجموع (١٣١) مبحوثًا بنسبة (٤٣,٦٪) من عينة الدراسة؛ في حين جاء المبحوثون الحاصلون على مؤهل متوسط في المرتبة الثالثة بمجموع (٢٦) مبحوثًا بنسبة (٨,٧٪) من عينة الدراسة، وهو ما يمكن رده إلى عاملين؛ أولهما: أن الفئات الأعلى تعليمًا أكثر استخدامًا لمواقع التواصل الاجتماعي كما أوضحت نتائج دراسة (رحيمة عيساني)<sup>(٤٩)</sup>، ثانيهما: أن الفئات الأعلى تعليمًا أكثر فهمًا لطبيعة البحث العلمي وأدواته؛ بما يجعلها الأكثر تجاوبًا مع الاستبانات الإلكترونية مقارنة بالفئات الأقل تعليمًا.

### مستوى التعرض للصفحات الإسرائيلية على مواقع التواصل الاجتماعي

جدول رقم (٢) يوضح مستوى التعرض للصفحات الإسرائيلية على مواقع التواصل الاجتماعي

مستوى التعرض	ك	%
منخفض	١٠٦	٣٥,٣
متوسط	٩٩	٣٣
مرتفع	٩٥	٣١,٧
المجموع	٣٠٠	١٠٠

توضح بيانات الجدول توسط مستوى تعرض المبحوثين للصفحات الإسرائيلية

باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث جاءت نسبة التعرض المنخفض للصفحات الإسرائيلية في المرتبة الأولى بمجموع (١٠٦) مبحوًًا، وبنسبة (٣,٣٥٪) من إجمالي المبحوثين، وجاءت نسبة التعرض المتوسط للصفحات الإسرائيلية في المرتبة الثانية بمجموع (٩٩) مبحوًًا، وبنسبة (٣٣٪) من إجمالي المبحوثين، وجاءت نسبة التعرض المرتفع للصفحات الإسرائيلية في المرتبة الثالثة بمجموع (٩٥) مبحوًًا، وبنسبة (٣١,٧٪) من إجمالي المبحوثين، ويعتبر هذا المستوى من التعرض مرتفعًا في ظل حداثة معظم الصفحات الإسرائيلية باللغة العربية؛ فبعض الصفحات الإسرائيلية لم يتجاوز عمرها عامين.

### الصفحات الإسرائيلية التي يتعرض لها المبحوثون على مواقع التواصل الاجتماعي

جدول رقم (٣)

يوضح الصفحات الإسرائيلية التي يتعرض لها المبحوثون على مواقع التواصل الاجتماعي

الصفحة	ك	%
صفحة المتحدث باسم الجيش الإسرائيلي أفيخاي أدرعي على موقع الفيس بوك	٢٠٢	٢٢,٦
صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية على موقع الفيس بوك	١٠٢	١١,٤
حساب المتحدث باسم الجيش الإسرائيلي أفيخاي أدرعي على موقع تويتر	٩٣	١٠,٤
حساب إسرائيل تتكلم بالعربية على موقع تويتر	٦٣	٧
صفحة منسق المناطق على موقع الفيس بوك	٥٣	٥,٩
حساب إسرائيل في الخليج على موقع تويتر	٤٩	٥,٤
حساب رئيس الوزراء الإسرائيلي بنيامين نتنياهو على موقع تويتر	٤٤	٤,٩
صفحة رئيس الوزراء الإسرائيلي بنيامين نتنياهو على موقع الفيس بوك	٣٥	٣,٩
حساب الإعلامي والباحث الإسرائيلي ايدي كوهين على موقع تويتر	٣٣	٣,٧
صفحة هيئة البث الإسرائيلي (مكان) على موقع الفيس بوك	٣١	٣,٥
حساب منسق المناطق على موقع تويتر	٢٦	٢,٩
صفحة الإعلامي والباحث الإسرائيلي ايدي كوهين على موقع الفيس بوك	٢٣	٢,٦
قناة جيش الدفاع الإسرائيلي على موقع يوتيوب	٢١	٢,٣
صفحة الكنيسة على موقع الفيس بوك	٢٠	٢,٢

١,٨	١٥	حساب المتحدث باسم الجيش الإسرائيلي أفياخي أدرعي على موقع انستجرام
١,٨	١٥	حساب المتحدث باسم رئيس الوزراء الإسرائيلي أوفير جندلمان على موقع تويتر
١,٣	١٢	صفحة السفارة الإسرائيلية في مصر على موقع الفيس بوك
١,٢	١١	صفحة الاقتصاد الإسرائيلي بالمصري على موقع الفيس بوك
١	٩	حساب الإعلامي والمؤرخ الإسرائيلي جاي معين على موقع تويتر
٠,٩	٨	حساب الكنيسيت على موقع تويتر
٠,٩	٨	صفحة السفارة الإسرائيلية في الأردن على موقع الفيس بوك
٠,٨	٧	حساب السفارة الإسرائيلية في مصر على موقع تويتر
٠,٧	٦	حساب الباحث الإسرائيلي روني شالوم على موقع تويتر
٠,٦	٥	مغردون إسرائيليون على موقع تويتر
٠,٣	٣	حساب رئيس قسم مواقع التواصل الصادرة باللغة العربية في وزارة الخارجية الإسرائيلية يوناتان جونين على موقع تويتر
١٠٠	٨٩٤	المجموع

توضح بيانات الجدول تنوع الصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي التي يتعرض لها المبحوثون؛ حيث شملت صفحات تابعة لمؤسسات حكومية إسرائيلية مثل: وزارة الدفاع الإسرائيلية، ورئاسة الوزراء، ووزارة الخارجية، وصفحات باحثين وإعلاميين إسرائيليين مثل: إيدي كوهين، وجاي معين، وروني شالوم، وصفحات مواطنين إسرائيليين.

كما تكشف بيانات الجدول عن احتلال الصفحات الإسرائيلية على موقع الفيس بوك المرتبة الأولى بنسبة (٦,٥٥٪) من إجمالي الصفحات التي يتابعها المبحوثون على مواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما يمكن تفسيره في ضوء نتائج الدراسات التي أوضحت أن موقع الفيس بوك هو الموقع الأكثر استخدامًا من قبل الشعوب العربية من بين مواقع التواصل الاجتماعي<sup>(٥٠)</sup>.

كما توضح بيانات الجدول احتلال الصفحات التابعة للجيش الإسرائيلي مقدمة الصفحات التي يتابعها المبحوثون؛ حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (٣٧٪) من إجمالي الصفحات الإسرائيلية التي يتابعها المبحوثون على مواقع التواصل الاجتماعي، متفوقاً على الصفحات التابعة لوزارة الخارجية ورئاسة الوزراء والكنيسيت، وهو ما

يمكن رده إلى شخصية المتحدث باسم الجيش الإسرائيلي أفيخاي أدري، الذي استطاع جذب انتباه مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي العرب من خلال توظيفه لأسماء الشخصيات العربية الشهيرة مثل: الفنانين والرياضيين، والأحداث العربية السياسية والدينية والرياضية، فضلاً عن استضافته على بعض القنوات الفضائية العربية.

الخطورة هنا تكمن في أن الصفحات التابعة للجيش الإسرائيلي تركز بشكل رئيس على إبراز تفوق إسرائيل على العالم العربي في المجالات المختلفة، خاصة المجال العسكري كما أوضحت نتائج دراسات (هدى فضل)<sup>(٥١)</sup> و(Said AbuMualla)<sup>(٥٢)</sup> و(حمزة إسماعيل)<sup>(٥٣)</sup> Moran Yarchi (Tal Samuel-Azran)<sup>(٥٤)</sup>، وهو الأمر الذي يثير التساؤل حول مدى إمكانية تأثر المبحوثين بمحتوى هذه الصفحات.

كما تكشف بيانات الجدول عن ارتفاع نسب تعرض المبحوثين للصفحتين التابعتين لمنسق المناطق؛ حيث احتلت صفحة منسق المناطق على موقع "الفييس بوك" المرتبة الخامسة؛ في حين احتل حساب منسق المناطق على موقع "تويتر" المرتبة الحادية عشر بإجمالي نسبة (٨,٨٪) من إجمالي الصفحات الإسرائيلية التي يتابعها المبحوثون على مواقع التواصل الاجتماعي، وتتبع الصفحتان مكتب تنسيق الحكومة في المناطق الفلسطينية المحتلة التابع لوزارة الدفاع الإسرائيلية؛ حيث يتولى مسئولية تقديم الخدمات المدنية للمواطنين الفلسطينيين في الأراضي المحتلة مثل: إصدار تراخيص التحرك من المناطق الفلسطينية المحتلة إلى إسرائيل وإلى خارج البلاد، وإصدار تراخيص العمل في إسرائيل، وتكمن خطورة هاتين الصفحتين في أنهما تسعيان إلى استغلال الحاجات الإنسانية للشعب الفلسطيني، مثل: السفر والعلاج والتعليم والعمل؛ لتحقيق أغراض أمنية كتجنيد الفلسطينيين لصالح المخابرات الإسرائيلية<sup>(٥٥)</sup>.

كما توضح بيانات الجدول احتلال حساب إسرائيل في الخليج على موقع "تويتر" المرتبة السادسة من بين الصفحات الإسرائيلية على مواقع التواصل الاجتماعي، وقد أنشأت وزارة الخارجية الإسرائيلية هذا الحساب باعتباره الحساب الرسمي للسفارة الافتراضية لإسرائيل في دول الخليج وفقاً للوصف الموجود على الحساب، وهو ما يمكن تفسيره في ضوء بيانات الجدول رقم (١) التي أوضحت احتلال مواطني دول الخليج العربي المرتبة الثانية من بين جنسيات المبحوثين-عينة الدراسة- المتعرضين للصفحات الإسرائيلية، متفوقة في ذلك على مواطني دول المغرب العربي، كما أنه يمثل نجاحاً لهذه المواقع في تنفيذ الاستراتيجية الإسرائيلية الرامية إلى إقامة علاقات مع الدول الخليجية.

## دوافع التعرض للصفحات الإسرائيلية على مواقع التواصل الاجتماعي

جدول رقم (٤)

يوضح دوافع التعرض للصفحات الإسرائيلية على مواقع التواصل الاجتماعي

الدوافع	ك	%
لفهم تفكير الجانب الإسرائيلي	١٥٥	٢٦,٢
للحصول على الأخبار	١٢٣	٢٠,٥
لقراءة تعليقات المشاركين على هذه الصفحات	٧٨	١٣,١
لمتابعة قضايا الحكم المحلي	٦٤	١٠,٨
للسخرية من الجانب الإسرائيلي	٥٥	٩,٣
للتفاعل مع الموضوعات التي تنشرها هذه الصفحات	٣٥	٥,٩
للتسلية	٢٢	٣,٧
الفضول وحب الاستطلاع	٢٠	٣,٥
للرد على الجانب الإسرائيلي	١٩	٣,٤
لأنني اعتدت على متابعتها	١٦	٢,٨
لأهداف بحثية	٢	٠,٣
للتواصل مع الشعب الإسرائيلي	٢	٠,٣
أحب إسرائيل وأود التجنس بجنسيتها	١	٠,٢
المجموع	٥٩٢	١٠٠

تكشف بيانات الجدول عن احتلال الدوافع الخاصة بفهم تفكير الجانب الإسرائيلي والحصول على الأخبار مقدمة دوافع التعرض للصفحات الإسرائيلية على مواقع التواصل الاجتماعي، متفوقة على الدوافع المتعلقة بالتفاعل مع هذه الصفحات والدوافع الطقوسية؛ حيث جاء الدافع المتعلق بفهم تفكير الجانب الإسرائيلي في المرتبة الأولى بنسبة (٢٦,٢٪)، كما جاء الدافع المتعلق بالحصول على الأخبار في المرتبة الثانية بنسبة (٢٠,٥٪).

وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة (نسمة ياسر) التي أوضحت أن متابعة الأحداث

ومعرفة الرأي العام الإسرائيلي جاءت في مقدمة الأسباب التي تدفع المبحوثين إلى التعرض لوسائل الإعلام الإسرائيلية<sup>(٥٦)</sup>، وهو ما يمكن رده إلى عاملين؛ أولهما: أن متابعة الأحداث والحصول على الأخبار تأتي في مقدمة دوافع استخدام الجمهور العربي لمواقع التواصل الاجتماعي كما أوضحت نتائج عدد من الدراسات<sup>(٥٧)</sup>، ثانيهما: ارتفاع المستوى التعليمي للمبحوثين - عينة الدراسة - كما أوضحت بيانات الجدول رقم (١)، وهو الأمر الذي يجعلهم يركزون على الجوانب المعرفية في تعرضهم لهذه الصفحات.

كما توضح بيانات الجدول انخفاض الدوافع المتعلقة بالتفاعل مع الصفحات الإسرائيلية؛ حيث جاء الدافع المتعلق بالسخرية من الجانب الإسرائيلي في المرتبة الخامسة بنسبة (٩,٣٪)، والدافع المتعلق بالتفاعل مع الموضوعات التي تشرها هذه الصفحات في المرتبة السادسة بنسبة (٥,٩٪)، كما تكشف بيانات الجدول عن غلبة التفاعل السلبي على التفاعل الإيجابي مع هذه الصفحات؛ حيث احتلت الدوافع المتعلقة بالتفاعل الإيجابي المرتبتين الأخيرتين لدوافع التعرض للصفحات الإسرائيلية على مواقع التواصل الاجتماعي، وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة -Tal Samuel Moran Yarchi وAzran) التي أوضحت غلبة التعليقات السلبية على تعليقات متابعي صفحة المتحدث باسم الجيش الإسرائيلي على موقع "الفيس بوك"<sup>(٥٨)</sup>.

### مستوى التفاعل مع الصفحات الإسرائيلية على مواقع التواصل الاجتماعي

جدول رقم (٥)

يوضح مستوى التفاعل مع الصفحات الإسرائيلية على مواقع التواصل الاجتماعي

مستوى التفاعل	ك	%
منخفض	١٩٨	٦٦
متوسط	٨٥	٢٨,٣
مرتفع	١٧	٥,٧
المجموع	٣٠٠	١٠٠

تكشف بيانات الجدول عن انخفاض مستوى تفاعل المبحوثين مع الصفحات الإسرائيلية على مواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث جاء مستوى التفاعل المنخفض في المرتبة الأولى بنسبة (٦٦٪)، والتفاعل المتوسط في المرتبة الثانية بنسبة (٢٨,٣٪)، والتفاعل المرتفع في المرتبة الأخيرة بنسبة (٥,٧٪)، وتتفق هذه البيانات مع بيانات

الجدول رقم (٤) التي أشارت إلى انخفاض الدوافع المتعلقة بالتفاعل مع الصفحات الإسرائيلية مقارنة بالدوافع المعرفية للتعرض للصفحات الإسرائيلية على مواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما يمكن تفسيره في ضوء نتائج دراسة (Myojung Chung وآخريين) التي أوضحت أن المبحوثين أكثر عرضة للتفاعل مع الموضوعات المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي حال اتفاقها مع مواقفهم، كما أوضحت النتائج أنه كلما زاد إدراك المبحوثين للتأثير السلبي على الآخرين؛ قلَّ تفاعلهم مع الموضوعات المنشورة<sup>(٥٩)</sup>.

**إدراك المبحوثين لتأثيرية الأنا مقابل تأثيرية الآخرين بالصفحات الإسرائيلية**  
 جدول رقم (٦) يوضح إدراك المبحوثين لتأثيرية الأنا مقابل تأثيرية الآخرين بالصفحات الإسرائيلية على مواقع التواصل الاجتماعي

التأثير	ك	%
أكثر تأثيرًا على الآخرين	١٨١	٦٠,٤
لا فرق	٩٤	٣١,٣
أكثر تأثيرًا عليّ	٢٥	٨,٣
المجموع	٣٠٠	١٠٠

توضح بيانات الجدول أن (٤, ٦٠٪) من المبحوثين يرون أن الصفحات الإسرائيلية على مواقع التواصل الاجتماعي أكثر تأثيرًا على الآخرين؛ في حين يرى (٣, ٨٪) من المبحوثين أنهم أكثر تأثرًا بهذه الصفحات، وهو ما يؤكد صحة الفرض الإدراكي لنظرية «الشخص الثالث».

## إدراك المبحوثين لتأثير الصفحات الإسرائيلية على المجموعات الاجتماعية

جدول رقم (٧)

يوضح إدراك المبحوثين لتأثير الصفحات الإسرائيلية على المجموعات الاجتماعية

المجموعة الاجتماعية	ليس لها تأثير %	ضعيف جدًا %	ضعيف %	متوسط %	قوي %	قوي جدًا %	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
الذات	٦٦	٩	١٣,٣	٥,٣	٢,٧	٣,٧	١,٨١	١,٣٤٢
أفراد الأسرة	٥٨,٧	١٤,٣	١٦	٧,٣	٢,٣	١,٤	١,٨٤	١,٢٠١
الأصدقاء المقربين	٢٧,٧	٢١,٧	٣٠,٣	١٦,٣	٢,٣	١,٧	٢,٤٩	١,٢١٤
زملاء العمل أو الدراسة	٢١,٧	١٦,٧	٢٧,٢	٢٥	٧,٧	١,٧	٢,٨٥	١,٣١٣
أبناء الوطن	١٥	٩,٣	١٨,٧	٣٠	١٩	٨	٣,٥٣	١,٤٨٤
الشعوب العربية الأخرى	٩,٧	٩	١٣,٣	٢٠,٧	٢٥,٣	٢٢	٤,٠٩	١,٥٨٠

تكشف بيانات الجدول رقم (٧) عن زيادة الفجوة الإدراكية؛ بازياد المسافة الاجتماعية؛ حيث زادت قيمة المتوسط الحسابي بتزايد المسافة الاجتماعية؛ حيث بلغت أقل قيمة لها في تأثير الصفحات الإسرائيلية على مواقع التواصل الاجتماعي على الذات بقيمة (٨١, ١)؛ ثم تصاعدت لتصل إلى أعلى قيمة في تأثير هذه الصفحات على الشعوب العربية الأخرى بقيمة (٤٠, ٩)، وهو ما يؤكد دور المسافة الاجتماعية كمتغير في تحقق فروض نظرية «الشخص الثالث».

## مستوى إدراك المبحوثين لمخاطر الصفحات الإسرائيلية

جدول رقم (٨) يوضح مستوى إدراك المبحوثين لمخاطر الصفحات الإسرائيلية

المستوى	ك	%
منخفض	٣١	١٠,٣
متوسط	٩٣	٣١
مرتفع	١٧٦	٥٨,٧
المجموع	٣٠٠	١٠٠

تكشف بيانات الجدول عن ارتفاع مستوى إدراك المبحوثين لمخاطر الصفحات الإسرائيلية على مواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث جاء المستوى المرتفع لإدراك مخاطر هذه الصفحات في المرتبة الأولى بنسبة (٧, ٥٨٪)، وجاء المستوى المتوسط لإدراك مخاطر هذه الصفحات في المرتبة الثانية بنسبة (٣١٪)؛ في حين جاء المستوى المنخفض لإدراك مخاطر هذه الصفحات في المرتبة الأخيرة بنسبة (٣, ١٠٪).

وقد قام الباحث بقياس العلاقة الارتباطية بين تفاعل المبحوثين مع الصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى إدراكهم لمخاطر الصفحات الإسرائيلية؛ حيث أوضحت النتائج وجود علاقة ارتباطية عكسية ضعيفة بين تفاعل المبحوثين مع الصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي وإدراكهم لمخاطر هذه الصفحات؛ حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (٢٧٥, -٠,٠) وهي دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠).

#### مستوى تأييد المبحوثين لاتخاذ إجراء ضد الصفحات الإسرائيلية

جدول رقم (٩) يوضح مستوى تأييد المبحوثين لاتخاذ إجراء ضد الصفحات الإسرائيلية على مواقع التواصل الاجتماعي

المستوى	ك	%
منخفض	٣٧	١٢,٣
متوسط	١٢٧	٤٢,٣
مرتفع	١٣٦	٤٥,٤
المجموع	٣٠٠	١٠٠

توضح بيانات الجدول أن (٤, ٤٥٪) من المبحوثين يؤيدون اتخاذ إجراء ضد الصفحات الإسرائيلية على مواقع التواصل الاجتماعي بمستوى مرتفع، ويؤيد (٣, ٤٢٪) من المبحوثين اتخاذ إجراء ضد الصفحات الإسرائيلية بمستوى متوسط؛ في حين يؤيد (٣, ١٢٪) من المبحوثين اتخاذ إجراء ضد الصفحات الإسرائيلية بمستوى منخفض، وهو الأمر الذي يكشف عن ارتفاع تأييد المبحوثين لاتخاذ إجراء ضد الصفحات الإسرائيلية على مواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما يمكن رده إلى مخاوف المبحوثين من خطورة هذه الصفحات على الشعوب العربية، وهو ما أكدته بيانات الجدول رقم (٨) التي أوضحت ارتفاع مستوى إدراك المبحوثين لمخاطر الصفحات الإسرائيلية على

## مواقع التواصل الاجتماعي.

وقد قام الباحث بقياس العلاقة الارتباطية بين تأييد المبحوثين لاتخاذ إجراء ضد الصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي والمتغيرات التالية:

- التعرض للصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي.
- التفاعل مع الصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي.
- إدراك المبحوثين لمخاطر الصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي.

ويوضح الجدول التالي نتائج اختبار العلاقة:

جدول رقم (١٠) يوضح نتائج اختبار العلاقة بين تأييد المبحوثين لاتخاذ إجراء ضد الصفحات الإسرائيلية وعدد من المتغيرات

مستوى المعنوية	معامل الارتباط بيرسون	العلاقة
٠,٠٠٠	- ٠,٢٧١	تأييد المبحوثين لاتخاذ إجراء ضد الصفحات الإسرائيلية . التعرض للصفحات الإسرائيلية
٠,٠٠٠	- ٠,٢٧٣	تأييد المبحوثين لاتخاذ إجراء ضد الصفحات الإسرائيلية . التفاعل مع الصفحات الإسرائيلية
٠,٠٠٠	٠,٦٩٦	تأييد المبحوثين لاتخاذ إجراء ضد الصفحات الإسرائيلية . إدراك مخاطر الصفحات الإسرائيلية

وتوضح بيانات الجدول النتائج التالية:

- وجود علاقة ارتباطية عكسية ضعيفة بين تأييد المبحوثين لاتخاذ إجراء ضد الصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي والتعرض للصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (- ٠,٢٧١)، وهي دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠).
- وجود علاقة ارتباطية عكسية ضعيفة بين تأييد المبحوثين لاتخاذ إجراء ضد الصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي والتفاعل مع الصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (- ٠,٢٧٣)، وهي دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠).
- وجود علاقة ارتباطية طردية متوسطة بين تأييد المبحوثين لاتخاذ إجراء ضد

الصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي وإدراك المبحوثين لمخاطر الصفحات الإسرائيلية؛ حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (٠,٦٩٦)، وهي دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠).

### مستوى إدراك المبحوثين لتفوق الجانب الإسرائيلي على العالم العربي

جدول رقم (١١) يوضح مستوى إدراك المبحوثين لتفوق الجانب الإسرائيلي على العالم العربي

المستوى	ك	%
منخفض	٧٧	٢٥,٧
متوسط	١١٨	٣٩,٣
مرتفع	١٠٥	٣٥
المجموع	٣٠٠	١٠٠

توضح بيانات الجدول توسط مستوى إدراك المبحوثين لتفوق الجانب الإسرائيلي على العالم العربي؛ حيث جاء المستوى المتوسط لإدراك المبحوثين لتفوق الجانب الإسرائيلي على العالم العربي في المرتبة الأولى بنسبة (٣,٣٩٪)، وجاء المستوى المرتفع لإدراك المبحوثين لتفوق الجانب الإسرائيلي على العالم العربي في المرتبة الثانية بنسبة (٣٥٪)؛ في حين جاء المستوى المنخفض لإدراك المبحوثين لتفوق الجانب الإسرائيلي على العالم العربي في المرتبة الأخيرة بنسبة (٧,٢٥٪)، وهو ما يمكن رده إلى تأثرهم بالموضوعات التي تنشرها هذه الصفحات عن تقدم دولة إسرائيل في المجالات الاقتصادية والعسكرية والعلمية، وتوضح هذه النتيجة خطورة الدور الذي يمكن أن تقوم به الصفحات الإسرائيلية في إقناع الشعوب العربية بتفوق إسرائيل على العالم العربي، وما يستتبعه هذا الاقتناع من الاستسلام لتفوق إسرائيل وعدم جدوى مقاومتها.

وقد قام الباحث بقياس العلاقة الارتباطية بين تفاعل المبحوثين مع الصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى إدراكهم لتفوق الجانب الإسرائيلي على العالم العربي؛ حيث أوضحت النتائج وجود علاقة ارتباطية طردية ضعيفة بين تفاعل المبحوثين مع الصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي وإدراكهم لتفوق الجانب الإسرائيلي على العالم العربي؛ حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (٠,١٧١)، وهي دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٠٣).

## مستوى إدراك المبحوثين لإمكانية تحقيق السلام بين العرب والإسرائيليين

جدول رقم (١٢) يوضح مستوى إدراك المبحوثين لإمكانية تحقيق السلام بين العرب والإسرائيليين

المستوى	ك	%
منخفض	١٤٢	٤٧,٣
متوسط	١٠٧	٣٥,٧
مرتفع	٥١	١٧
المجموع	٣٠٠	١٠٠

تكشف بيانات الجدول عن انخفاض مستوى إدراك المبحوثين لإمكانية تحقيق السلام بين العرب والإسرائيليين؛ حيث جاء المستوى المنخفض لإدراك المبحوثين لإمكانية تحقيق السلام بين العرب والإسرائيليين في المرتبة الأولى بنسبة (٤٧,٣٪)، وجاء المستوى المتوسط لإدراك المبحوثين لإمكانية تحقيق السلام بين العرب والإسرائيليين في المرتبة الثانية بنسبة (٣٥,٧٪)؛ في حين جاء المستوى المرتفع لإدراك المبحوثين لإمكانية تحقيق السلام بين العرب والإسرائيليين في المرتبة الأخيرة بنسبة (١٧٪)، وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة «مركز Pew للدراسات» التي أوضحت أن غالبية الشعوب العربية ترى صعوبة تحقيق السلام بين الفلسطينيين والإسرائيليين<sup>(١٠)</sup>، وهو ما يمكن رده إلى السياسات العدوانية المستمرة التي تمارسها إسرائيل بحق الشعب الفلسطيني، وتمسكها باحتلال الأراضي العربية.

وقد قام الباحث بقياس العلاقة الارتباطية بين تفاعل المبحوثين مع الصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى إدراكهم لإمكانية تحقيق السلام بين العرب والإسرائيليين؛ حيث أوضحت النتائج وجود علاقة ارتباطية طردية ضعيفة بين تفاعل المبحوثين مع الصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي وإدراكهم لإمكانية تحقيق السلام بين العرب والإسرائيليين؛ حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (٠,٣٩٢)، وهي دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠).

## ثانياً: اختبار فروض الدراسة

**الفرض الأول:** توجد فروق ذات دلالة بين إدراك المبحوثين لتأثرهم بالصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي وإدراكهم لتأثرية الآخرين. لاختبار صحة هذا الفرض؛ تم إجراء اختبار «ت»، وجاءت نتائج الاختبار على النحو التالي:

جدول رقم (١٣) يوضح نتائج اختبار «ت» للمقارنة بين إدراك المبحوثين لتأثر الأنا وتأثر الآخرين بالصفحات الإسرائيلية

مستوى المعنوية	قيمة (ت)	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	عدد المبحوثين	مجال التأثير
٠,٠٠١	٣,٥٩٧	٠,٢٧٧	١,٠٨	٢٥	التأثير على الذات
		٠,٤٦٦	١,٣١	١٨١	التأثير على الآخرين

توضح بيانات الجدول أن متوسط إدراك المبحوثين لتأثر الآخرين بالصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي أكبر من متوسط إدراكهم لتأثرهم بهذه الصفحات، وأن الفروق بينهما دالة إحصائياً؛ حيث بلغت قيمة ت (٣,٥٩٧)، وهي دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٠١).

وعلى هذا؛ تثبت صحة الفرض الإدراكي لنظرية تأثير «الشخص الثالث»، وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسات Uchenna Kingsley وYAN Lifeng<sup>(١١)</sup> وGiang Phama (آخرين)<sup>(١٢)</sup> ودراسة (Azi Lev-On)<sup>(١٣)</sup>؛ حيث اتفقت على وجود فروق بين إدراك المبحوثين لتأثر الأنا وتأثر الآخرين.

**الفرض الثاني:** توجد علاقة ارتباطية بين مساحة الفجوة الإدراكية وتأييد المبحوثين لاتخاذ إجراء ضد الصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي. لاختبار صحة هذا الفرض؛ تم استخدام معامل بيرسون لاختبار العلاقة الارتباطية بين الفجوة الإدراكية ودرجة تأييد المبحوثين لاتخاذ إجراء ضد الصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث أوضحت النتائج وجود علاقة ارتباطية طردية ضعيفة؛ حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (٠,٢١٣)، وهي دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠).

وعلى هذا؛ تثبت صحة الفرض السلوكي لنظرية تأثير «الشخص الثالث»، وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسات Guy Golan وJoon Lim<sup>(١٤)</sup> وهمت السقا<sup>(١٥)</sup> وبشار عبد الرحمن<sup>(١٦)</sup> وYoungkwan Lee وRon Tamborini<sup>(١٧)</sup>.

**الفرض الثالث:** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المسافة الاجتماعية وإدراك المبحوثين لمستوى تأثر الأنا والآخرين.

وللتحقق من وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات إدراك المبحوثين للتأثير السلبي للصفحات الإسرائيلية على مواقع التواصل الاجتماعي على الذات والمجموعات الاجتماعية المختلفة؛ تم إجراء اختبار "ت" بين متوسط التأثير على الذات ومتوسط باقي المجموعات الاجتماعية، ويوضح الجدول التالي نتائج الاختبار:

جدول رقم (١٤) يوضح معنوية الفروق بين متوسطات إدراك المبحوثين للتأثير السلبي للصفحات الإسرائيلية على الذات والمجموعات الاجتماعية المختلفة

المجموعة الاجتماعية	قيمة (ت)	مستوى المعنوية
الذات . أفراد الأسرة	١,٠٠٨	٠,٣١٤
الذات . الأصدقاء المقربين	٩,٤٧١	٠,٠٠٠
الذات . زملاء العمل أو الدراسة	١١,٧٧٠	٠,٠٠٠
الذات . أبناء الوطن	١٥,٢٥٤	٠,٠٠٠
الذات . الشعوب العربية الأخرى	١٨,١١٦	٠,٠٠٠

وتوضح بيانات الجدول أن الفروق بين المتوسطات دالة إحصائياً فيما يخص الفروق بين الذات والمجموعات الاجتماعية المختلفة؛ باستثناء الفروق بين الذات وأفراد الأسرة. وهكذا؛ يتضح ثبوت صحة الفرض بالنسبة إلى مجموعات الأصدقاء المقربين، وزملاء العمل أو الدراسة، وأبناء الوطن، والشعوب العربية الأخرى، وعدم ثبوت الفرض بالنسبة إلى مجموعة أفراد الأسرة.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسات (دينا عمر)<sup>(٦٨)</sup> و(ندية القاضي)<sup>(٦٩)</sup> و(ياسمين حمدي)<sup>(٧٠)</sup>، وهو ما يمكن تفسيره في ضوء ما طرحه Phillips Davison؛ حيث ذهب إلى أن الفرد يعتقد أن الأشخاص المقربين منه في حماية من التأثير السلبي لرسائل الدعاية؛ بينما يمتد التأثير السلبي إلى باقي أفراد المجتمع البعيدين عنه<sup>(٧١)</sup>.

**الفرض الرابع:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في تأييدهم لاتخاذ إجراء ضد الصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً للمتغيرات الديموغرافية.

لاختبار هذا الفرض؛ تم إجراء اختبار "ت" لدراسة معنوية الفروق لمتغير النوع، واختبار تحليل التباين في اتجاه واحد (One Way ANOVA) لدراسة معنوية الفروق لمتغيرات الجنسية والفئة العمرية والمستوى التعليمي والتيار الفكري، ويوضح الجدول

التالي نتائج الاختبارات:

جدول رقم (١٥) يوضح معنوية الفروق بين مجموعات كل متغير من المتغيرات الديموغرافية

المتغير	الاختبار	المجموعات	عدد المبحوثين	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "ت" أو "ف"	مستوى المعنوية
الجنسية	One Way ANOVA	فلسطيني	١١٧	٣,٩١٠	٠,٩٢٥	٥,٣٧٣	٠,٠٠٠
		مصري	٨٩	٣,٨٦٠	٠,٨٢٦		
		عراقي	٢٣	٣,٠٦٥	١,٤٣٣		
		سعودي	٢٢	٢,٧٥٠	١,٣٣٤		
		أردني	١٣	٣,٦٥٤	٠,٨٩٩		
		سوري	٨	٢,٩٣٧	١,٤٥٠		
		جزائري	٦	٢,٩١٧	١,٠٢١		
		يمني	٥	٢,٢٠٠	٠,٧٥٨		
		مغربي	٤	٢,٧٥٠	١,١٩٠		
		تونسي	٣	٢,٦٦٧	٠,٥٧٧		
		كويتي	٣	٢,١٦٧	٠,٢٨٩		
		لبناني	٣	٣,٣٣٣	٠,٧٦٤		
		إماراتي	٢	٣	٠,٧٨٩		
		ليبي	٢	٣	٠,٧٠٧		
النوع	"ت"	ذكر	٢٠٠	٣,٤٦٢	٠,٩٦٧	٣,٤١٣	٠,٠٠١
		أنثى	١٠٠	٣,٨٧٥	٠,٩٠٣		
الفئة العمرية	One Way ANOVA	أقل من ٢٥ عاماً	٨٣	٣,٨٨٥	٠,٩٥٤	٧,٣٣٨	٠,٠٠١
		من ٢٥ عاماً إلى ٤٠ عاماً	١٠٢	٣,٢٩٩	١,١٤٨		
		أكبر من ٤٠ عاماً	١١٥	٣,٦٦٠	١,٠٤٦		
المستوى التعليمي	One Way ANOVA	متوسط	٢٦	٣,٣٠٧	١,٤٢١	١,٢٩٠	٠,٢٧٧
		جامعي	١٤٣	٣,٥٨٣	١,٠٧٧		
		فوق جامعي	١٣١	٣,٦٧٥	١,٠٠١		
التيار الفكري	One Way ANOVA	غير محدد	١٨٩	٣,٦٦١	١,٠١٥	٣,١٨٠	٠,٠٢٤
		التيار الليبرالي	٥٣	٣,١٩٨	١,١٥٣		
		التيار الديني	٥٠	٣,٧٧٠	١,١٣٥		
		التيار الاشتراكي	٨	٣,٧٥٠	١,٣٠٩		

- وتكشف بيانات الجدول عن النتائج التالية:
- وجود فروق دالة بين المبحوثين في تأييدهم لاتخاذ إجراء ضد الصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي باختلاف جنسياتهم؛ حيث زاد متوسط تأييد اتخاذ إجراء لدى المبحوثين الفلسطينيين والمصريين والأردنيين واللبنانيين، وهو الأمر الذي يمكن رده إلى أن دول المواجهة هي الأكثر تأثرًا بالصراع العربي - الإسرائيلي، وأكثر إدراكًا لخطورة هذه الصفحات على الصراع مع إسرائيل.
  - وجود فروق دالة بين المبحوثين في تأييدهم لاتخاذ إجراء ضد الصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي باختلاف النوع؛ فمتوسط تأييد الإناث لاتخاذ إجراء ضد الصفحات الإسرائيلية أكبر من متوسط تأييد الذكور، وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة (Ven-Hwei Lo) و (Ran Wei) التي أوضحت أن الإناث أكثر تأييدًا للفرض السلوكي مقارنة بالذكور<sup>(٧٢)</sup>.
  - ويمكن تفسير تلك النتيجة في ضوء نتائج الدراسات التي أوضحت أن الإناث أكثر تأثرًا بمواقع التواصل الاجتماعي مقارنة بالذكور، وأنهن أقل ثقة في مواقع التواصل الاجتماعي مقارنة بالذكور<sup>(73)</sup>، وهو الأمر الذي يجعلهن أكثر تأييدًا لاتخاذ إجراء ضد الصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي مقارنة بالذكور.
  - وجود فروق دالة بين المبحوثين في تأييدهم لاتخاذ إجراء ضد الصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي باختلاف الفئة العمرية؛ حيث انخفض متوسط تأييد المبحوثين الذين تتراوح أعمارهم من ٢٥ عامًا إلى ٤٠ عامًا مقارنة بالمبحوثين الذين تقل أعمارهم عن ٢٥ عامًا، والمبحوثين الذين تتجاوز أعمارهم ٤٠ عامًا، وهو ما يمكن تفسيره في ضوء نتائج دراسة عبد العزيز علي حسن وآخرين التي أوضحت أن المبحوثين الذين تتراوح أعمارهم بين ٢٨ عامًا و٤٨ عامًا أكثر ثقة في مواقع التواصل الاجتماعي مقارنة بباقي الفئات العمرية<sup>(٧٤)</sup>، وهو الأمر الذي يجعلهم أقل تأييدًا لاتخاذ إجراء ضد الصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي مقارنة بباقي الفئات العمرية.
  - عدم وجود فروق دالة بين المبحوثين في تأييدهم لاتخاذ إجراء ضد الصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي باختلاف مستوياتهم التعليمية، وهو ما يمكن تفسيره في ضوء نتائج دراسة عبد العزيز علي حسن

وآخرين التي أوضحت عدم وجود فروق بين المبحوثين في ثقتهم في مواقع التواصل الاجتماعي باختلاف المستويات التعليمية<sup>(٧٥)</sup>، وهو الأمر الذي يجعل متغير التعليم غير مؤثر في تأييد المبحوثين لاتخاذ إجراء ضد الصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي.

- وجود فروق دالة بين المبحوثين في تأييدهم لاتخاذ إجراء ضد الصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي باختلاف اتجاهاتهم الفكرية؛ حيث زاد متوسط تأييد اتخاذ إجراء لدى المبحوثين من مؤيدي التيارات الدينية والتيارات الاشتراكية، وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة (انتصار محمد)<sup>(٧٦)</sup>، وهو الأمر الذي يمكن رده إلى طبيعة الاختلاف العقائدي والأيدولوجي لهذين التيارين مع طبيعة دولة إسرائيل العنصرية والأيدولوجية.

وهكذا؛ يتضح ثبوت صحة الفرض بالنسبة إلى متغيرات الجنسية والنوع والفئة العمرية والتيار الفكري، وعدم ثبوت الفرض بالنسبة إلى متغير المستوى التعليمي.

#### الخاتمة

سعت هذه الدراسة إلى تحليل أنماط تعرض الجمهور العربي للصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي، وإدراكهم لتأثيرها على أنفسهم وعلى الآخرين، واعتمدت الدراسة على استمارة استبانة إلكترونية تم تطبيقها على عينة عمدية قوامها ثلاثمائة مبحوث من أربع عشرة دولة عربية.

وقد كشفت نتائج الدراسة عن خطورة الصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث استطاعت هذه الصفحات الوصول إلى مختلف المستويات العمرية والتعليمية والفكرية للجمهور العربي، كما حظيت بمستوى تعرض متوسط على الرغم من حداثة نشأتها، كما أوضحت النتائج أنه كلما زاد تعرض المبحوثين للصفحات الإسرائيلية باللغة العربية؛ قلَّ تأييدهم لاتخاذ إجراء ضد هذه الصفحات.

وعلى الرغم من أن نتائج الدراسة أوضحت انخفاض مستوى تفاعل المبحوثين مع الصفحات الإسرائيلية بشكل عام، وغلبة التفاعل السلبي على التفاعل الإيجابي؛ إلا أنه يجب التأكيد على خطورة هذا التفاعل للأسباب التالية:

أ. إن إسرائيل تسعى إلى تفاعل الشعوب العربية مع صفحاتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي بغض النظر عن طبيعة هذا التفاعل واتجاهه؛ فأحد أبرز مبادئ

الدعاية الصهيونية التي وضعها «تيودور هرتزل» تنص على أن «كل ما يهمني أن تتكلم، حتى ولو تكلمت ضد الإسرائيلية»<sup>(٧٧)</sup>، ولعل ذلك يفسر حرص القائمين على الصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على عدم حذف التعليقات السلبية التي يكتبها المواطنون العرب؛ ضمناً لاستمرار تفاعلهم دون انقطاع.

ب. أوضحت نتائج الدراسة خطورة التفاعل مع الصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي، فكلما زاد تفاعل الباحثين مع الصفحات الإسرائيلية؛ قلَّ إدراكهم لخطورة هذه الصفحات وتأييدهم لاتخاذ إجراء ضدها، وزاد إدراكهم لتفوق الجانب الإسرائيلي على العالم العربي وإمكانية تحقيق السلام بين العرب والإسرائيليين، وهي أبرز الأهداف التي تسعى إسرائيل إلى تحقيقها من خلال هذه الصفحات كما أوضحت نتائج الدراسات السابقة.

ج. على الرغم من تدني التفاعل الإيجابي مع الصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي، واحتلال الدوافع المتعلقة بالتفاعل الإيجابي المرتبتين الأخيرتين لدوافع التعرض لهذه الصفحات؛ إلا أن الاستراتيجية الإسرائيلية تتعامل مع التفاعل الإيجابي باعتباره هدفاً طويلاً المدى يمكن تحقيقه خلال عدة سنوات<sup>(٧٨)</sup>، وهو الأمر الذي يوضح خطورة تصاعد التفاعل الإيجابي مع مرور الوقت في ظل استمرار تعرض الجمهور العربي للصفحات الإسرائيلية، واستمرار تفاعلهم معها.

كذلك كشفت نتائج الدراسة عن اتساع المسافة الاجتماعية بين الشعوب العربية؛ حيث ذهب الباحثون إلى أن الشعوب العربية الأخرى هي أكثر المجموعات الاجتماعية تأثراً بالصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما يمكن تفسيره في ضوء ما طرحه «سعد الدين إبراهيم» حول اتجاه الشعوب العربية نحو التمركز حول الذات، وتمجيد الشعب الذي ينتمي إليه الباحث، واعتباره أفضل الشعوب على الإطلاق<sup>(٧٩)</sup>، وهو الاتجاه الذي يمثل خطراً على طبيعة العلاقات بين الشعوب العربية.

كذلك كشفت نتائج الدراسة عن أهمية عامل وعي الجمهور العربي في التعرض للصفحات الإسرائيلية باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث أوضحت النتائج أنه كلما زاد إدراك الباحثين لمخاطر الصفحات الإسرائيلية؛ زاد تأييدهم لاتخاذ إجراء ضد هذه الصفحات.

وتكشف هذه النتائج عن حاجة المجتمعات العربية إلى استراتيجية قائمة على زيادة

وعي الشعوب العربية بما يُمكنها من فهم أهداف الأنشطة الاتصالية الإسرائيلية باللغة العربية، ويحفظها من التأثيرات السلبية المحتملة لهذه الأنشطة، ويمكن القول -ونحن على قدر كبير من الثقة- إنَّ هذه الاستراتيجية يجب أن تقوم على ترسيخ مناهج التربية الإعلامية في المدارس والجامعات العربية؛ بحيث تعمل هذه المناهج على تنشئة الأجيال العربية على الاستخدام الآمن والإيجابي لمواقع التواصل الاجتماعي، كما يجب أن تقوم الاستراتيجية العربية على توظيف مؤسسات التنشئة وتشكيل الوعي في الدول العربية -وعلى رأسها وسائل الإعلام ودور العبادة- في القيام بدورها في توعية الشعوب العربية بالتعامل الإيجابي مع مواقع التواصل الاجتماعي؛ بما يجعلها محصنة ضد محاولات الاختراق الفكري والوجداني والسلوكي أيًا كان مصدرها.

### المراجع:

١. عبد الوهاب المسيري، الصهيونية والعنف: من بداية الاستيطان إلى انتفاضة الأقصى، ط ٢ (القاهرة: دار الشروق، ٢٠٠٢)، ص ٢٣١.
- 2- ASDA'A BCW, *The 11th Annual ASDA'A BCW Arab Youth Survey 2019: A Call for Reform* (Dubai: ASDA'A BCW, 2019) p. 67.
- 3- Rebecca Adler-Nissen and Alexei Tsinoi, "International Misrecognition: The Politics of Humour and National Identity in Israel's Public Diplomacy", *European Journal of International Relations* (Volume 25, Issue 1, March 2019) p. 14.
- 4- Yaron Katz, "How Netanyahu's New Media Policy is Influencing Israeli, American and Global Politics", *International Relations and Diplomacy* (Volume 5, Number 8, August 2017) pp. 502504-.
- 5- Shivi Greenfield, *Israeli Hasbara: Myths and Facts - A Report on the Israeli Hasbara Apparatus 2012* (Israel: Molad - The Center for the Renewal of Israeli Democracy, 2012) p. 36.
- ٦- آلاء فوزي السيد عبد اللطيف، «الاستراتيجيات الاتصالية للدبلوماسية العامة الإسرائيلية عبر الإنترنت: دراسة تحليلية»، رسالة ماجستير، غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٥)، ص، ص ١٩٦-١٩٧.
- ٧- هدى فضل نعيم، «الخطاب الدعائي الإسرائيلي باللغة العربية نحو المقاومة الفلسطينية عبر شبكات التواصل الاجتماعي: دراسة تحليلية مقارنة»، رسالة ماجستير، غير منشورة، (فلسطين: الجامعة الإسلامية في غزة، ٢٠١٧)، ص ١٥٤.
- ٨- حمدي بشير، ظاهرة الإعلام الاجتماعي وأبعادها الاقتصادية والسياسية والأمنية في العالم العربي، (الأردن: أمواج للنشر والتوزيع، ٢٠١٤)، ص، ص ١٣١-١٣٢.

- ٨- أيمن منصور، ندا وشيماء ذو الفقار زغيب، دراسات في نظريات الرأي العام، (القاهرة: المدينة برس للطباعة والنشر، ٢٠٠٣)، ص ص ٢٦-٣٢.
- 9- Stephen A. Banning, Third-Person Effect, in: Susanna Hornig Priest (Editor), *Encyclopedia of Science and Technology Communication* (California: Sage Publication, 2010) p. 891.
- 10- Bolin Cao *et al*, "Conflict Between Mainland Chinese and Hong Kongers: A Social Identity Perspective in Explaining the Hostile Media Phenomenon and the Third-Person Effect", *Journal of Applied Journalism and Media Studies* (Volume 3, Number 2, June 2014) pp. 225240-.
- 11- Mo Jones – Jang and Joon K. Kim, "Third Person Effects of Fake News: Fake News Regulation and Media Literacy Interventions", *Computers in Human Behavior* (Volume 80, March 2018) pp. 295–302.
- 12- Gina Masullo Chen and Yee Man Margaret Ng, "Third-Person Perception of Online Comments: Civil Ones Persuade You More Than Me", *Computers in Human Behavior* (Volume 55, Part B, February 2016) pp. 736742-.
- 13- Paul D. Driscoll *et al*, Public Fear of Terrorism and the News Media, in: Michael Brian Salwen *et al* (Editors), *Online News and the Public* (New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 2005) p.170.
- 14- Ye Sun *et al*, "Understanding the Third-Person Perception: Evidence From a Meta-Analysis", *Journal of Communication* (Volume 58, Issue 2, June 2008) p. 81.
- ١٥- آلاء فوزي السيد عبد اللطيف، مرجع سابق، ص، ص ١٩٦-١٩٧.
- ١٦- يسرا حسني عبد الخالق، «الدبلوماسية الشعبية الإسرائيلية الموجهة للشعوب العربية على الفيس بوك: دراسة تحليلية»، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، العدد ٤٩، ديسمبر ٢٠١٤)، ص ص ٣١٧-٣٥٣.
- ١٧- هدى فضل نعيم، مرجع سابق، ص ١٥٤.
- 18- Said Abu Mualla, "Palestinian - Israeli Cyber Conflict: An Analytical Study of the Israeli Propaganda on Facebook - Adraei's Page as an Example", *Journal of the Arab American University* (Volume 3, Issue 2, 2017) pp. 5275-.
- ١٩- حمزة إسماعيل حسن أبو شنب، «الخطاب الدعائي الإسرائيلي خلال العدوان على غزة عام ٢٠١٤ م عبر موقع التواصل الاجتماعي «فيس بوك»: دراسة تحليلية»، رسالة ماجستير، غير منشورة، (فلسطين: الجامعة الإسلامية في غزة، ٢٠١٧).
- ٢٠- حيدر المصدر، الدعاية السيبرانية الإسرائيلية لمحاصرة مسيرات العودة الفلسطينية (قطر: مركز الجزيرة للدراسات، ٢٠١٨).

- 21- Tal Samuel-Azran and Moran Yarchi, “Military Public Diplomacy 2.0: The Arabic Facebook Page of the Israeli Defense Forces’ Spokesperson”, *The Hague Journal of Diplomacy* (Volume 13, Issue 3, August 2018) pp. 323–344.
- ٢٢- نسمة ياسر الشيخ علي، «استخدام الجمهور الفلسطيني لوسائل الإعلام الإسرائيلية والإشباع المتحققة منها: دراسة تطبيقية على حربي ٢٠٠٨-٢٠١٢»، رسالة ماجستير غير منشورة، (فلسطين: جامعة الأزهر في غزة، ٢٠١٥).
- ٢٣- ياسمين حمدي عبد الظاهر، «الشخصيات الدرامية التلفزيونية المؤثرة في تشكيل سلوك الشباب المصري»، رسالة ماجستير، غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠١٧).
- ٢٤- غادة حسام الدين، «أنماط مشاهدة الشباب لبرامج تلفزيون الواقع العربية وإدراكهم لمدى تأثيرها على المجتمع: دراسة في تأثير الشخص الثالث»، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، العدد ٤٨، سبتمبر ٢٠١٤)، ص ص ٤٢١-٤٨٨.
- ٢٥- ميرال مصطفى، «علاقة برامج الرأي التلفزيونية بالاستقطاب السياسي لدى الجمهور المصري: في إطار فرضية تأثير الشخص الثالث»، *مجلة البحوث الإعلامية*، (جامعة الأزهر: كلية الإعلام، العدد ٥٠، الجزء الثاني، أكتوبر ٢٠١٨) ص ص ٨٦٦-٩٠٤.
- 26- Erica Scharrer and Ron Leone, “First-Person Shooters and the Third-Person Effect”, *Human Communication Research* (Volume 34, Issue 2, April 2008) pp. 210–233.
- 27- Hyunjung Kim, “The Role of Emotions and Culture in the Third-Person Effect Process of News Coverage of Election Poll Results”, *Communication Research* (Volume 43, Issue 1, February 2016) pp.109130-.
- 28- Charles T. Salmon *et al*, “Third-Person Effect in the Context of Public Relations and Corporate Communication”, *Public Relations Review* (Volume 45, Issue 4, November 2019) pp.112-.
- ٢٩- ندى عبد النبي محمد القاضي، «إدراك الجمهور المصري لمخاطر إعلانات المنتجات الدوائية: دراسة في تأثير الشخص الثالث»، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، العدد ٣٢، ديسمبر ٢٠٠٨)، ص ص ٣١٣-٣٧٦.
- 30- Uchenna Kingsley Anunne and YAN Lifeng, “Evaluating Third-Person Effects Among Foreigners on China’s Social Media: Wechat and Tantan as Case Study”, *Journalism and Mass Communication* (Volume 9, Issue 2, March - April 2019) pp. 63–73.
- 31- Giang V. Phama *et al*, “Only Other People Post Food Photos on Facebook: Third-Person Perception of Social Media Behavior and Effects”, *Computers in Human Behavior* (Volume 93, April 2019) pp. 129–140.
- 32- Azi Lev-On, “The Third-Person Effect on Facebook: The Significance of

- Perceived Proficiency”, *Telematics and Informatics* (Volume 34, Issue 4, July 2017) pp. 252–260.
- 33- Myojung Chung *et al*, “Triggering Participation: Exploring the Effects of Third-Person and Hostile Media Perceptions on Online Participation”, *Computers in Human Behavior* (Volume 53, December 2015) pp. 452–461.
- 34- Guy J. Golan and Joon Soo Lim, “Third Person Effect of ISIS’s Recruitment Propaganda: Online Political Self-Efficacy and Social Media Activism”, *International Journal of Communication* (Volume 10, 2016) pp. 4681–4701.
- ٣٥- هَمَّت حسن عبد المجيد السقا، «إدراك الشباب الخليجي لمخاطر مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة في تأثير الشخص الثالث»، بحث مقدم إلى مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي للتطبيقات والإشكالات المنهجية، (الرياض: جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، ٢٠١٥).
- ٣٦- بشار عبد الرحمن مطهر، «علاقة الشباب الأردني الجامعي بالمضمون الديني بمواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاته نحوها: دراسة مسحية»، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، العدد ٥٧، ديسمبر ٢٠١٦)، ص ٤٨٧-٥٣١.
- 37- Byoungkwan Lee and Ron Tamborini, “Third-Person Effect and Internet Pornography: The Influence of Collectivism and Internet Self-Efficacy”, *Journal of Communication* (Volume 55, Issue 2, June 2005) pp. 292 –310.
- ٣٨- دينا عمر فرحان مرعى، «علاقة تعرض المراهقين لمواقع التسلية والترفيه على شبكة الإنترنت بسلوكهم الاتصالي: دراسة ميدانية على عينة من المراهقين المصريين»، رسالة ماجستير، غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، ٢٠١٢).
- 39- Mina Tsay-Vogel, “Me Versus Them: Third-Person Effects Among Facebook Users”, *New Media and Society* (Volume 18, Issue 9, October 2016) pp. 1956-1972.
- 40- Ven-Hwei Lo and Ran Wei, “Third-Person Effect, Gender and Pornography on the Internet”, *Journal of Broadcasting and Electronic Media* (Volume 46, Issue 1, 2002) pp. 1333-.
- ٤١- صالح العراقي، «تعرض الشباب الجامعي المصري للمواقع الإلكترونية التي تهتم بقضايا المخدرات وعلاقته بإدراكهم لمخاطر إدمان المخدرات الرقمية في إطار تطبيق نظرية تأثير الشخص الثالث»، *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون*، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، العدد ١١، ديسمبر ٢٠١٧)، ص ١٠١-١٩٦.
- ٤٢- انتصار محمد السيد سالم، «إدراك الشباب الجامعي لتأثير محتوى العنف السياسي بالإنترنت وعلاقته باتجاهاتهم نحو فرض الرقابة على الإنترنت: دراسة ميدانية في ضوء نظرية تأثير الشخص الثالث»، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، العدد ٥١، يونيو ٢٠١٥) ص ٣٢٥-٣٨٢.

(°) أسماء السادة المحكمين:

أ.د. أحمد سليم البرصان.. أستاذ العلوم السياسية في جامعة الحسين بن طلال الأردنية.

أ.د. جواد راغب الدلو.. أستاذ الإعلام في الجامعة الإسلامية الفلسطينية.

أ.د. خيرت عياد.. أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام بجامعة القاهرة.

د. سعيد علاني.. أستاذ الإعلام المساعد بجامعة الخليل الفلسطينية.

د. طلعت عبد الحميد عيسى.. أستاذ الإعلام المساعد في الجامعة الإسلامية الفلسطينية.

د. عدنان أبو عامر.. أستاذ ورئيس قسم العلوم السياسية والإعلام في جامعة الأمة الفلسطينية.

د. قيس أبو عياش.. أستاذ الإعلام المساعد بجامعة الخليل الفلسطينية.

٤٤- نسمة ياسر الشيخ علي، مرجع سابق، ص ٥٠.

٤٥- رحيمة الطيب عيساني، «أشكال التفاعلية لدى مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي من الشباب العربي»، *المجلة العربية للإعلام والاتصال*، (جامعة الملك سعود: الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، العدد ١٥، مايو ٢٠١٦)، ص ٣٣.

٤٦- يعقوب يوسف الكندري وآخرون، «المتغيرات الاجتماعية المؤثرة في استخدام شبكة التواصل الاجتماعي: دراسة ميدانية على عينة من الشباب الكويتي»، *حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية*، (جامعة الكويت: مجلس النشر العلمي، المجلد ٣٦، العدد ٤٤١، ٢٠١٥)، ص ٨٢.

47- Fadi Salem and Racha Mourtada, "The Role of Social Media in Arab Women's Empowerment", *Arab Social Media Report* (Dubai: The Dubai School of Government, Vol. 1, No. 3, 2011) p.4.

٤٨- روسيا اليوم، «بالفيديو.. نتياهو يتصل بمطبع سعودي والأخير يغني له خلال المكالمة»، *موقع روسيا اليوم*. ٢٠١٩/١٢/٢٧. [https://arabic.rt.com/middle\\_east/1072015/AF%D8%D9%81%D9%8E%D9%AV%D8%A8%D8-%1072015/east%D9%AV%8A%D8%D9%86%AA%D9%D8%86%D9-%88%8A%D9%:D9D8-%86%D9%A8%D8-%8E%D9%B5%AA%D8%8A%D8%D9-%88%D9%VD8-%AF%D9%D8%88%D9%B9%D8%B3%D8-%BV%D8%B4%D8%AV%D%83%D9%85%D9%8E%D9%AV%8A-%D8%D9%86%BA%D9%8A%D8%:D9/A9%D8%85%D9%8E%D9%AV%8A](https://arabic.rt.com/middle_east/1072015/AF%D8%D9%81%D9%8E%D9%AV%D8%A8%D8-%1072015/east%D9%AV%8A%D8%D9%86%AA%D9%D8%86%D9-%88%8A%D9%:D9D8-%86%D9%A8%D8-%8E%D9%B5%AA%D8%8A%D8%D9-%88%D9%VD8-%AF%D9%D8%88%D9%B9%D8%B3%D8-%BV%D8%B4%D8%AV%D%83%D9%85%D9%8E%D9%AV%8A-%D8%D9%86%BA%D9%8A%D8%:D9/A9%D8%85%D9%8E%D9%AV%8A)

.٢٠٢٠/٢/٢٣

٤٩- رحيمة الطيب عيساني، مرجع سابق، ص ٣٦.

50- Mohamed Fadl Elhadidi, "Beyond Access to Social Media: A Comparison of Gratifications, Interactivity, and Content Usage Among Egyptian Adults", *Global Media Journal* (Vol. 16, No. 30, June 2018) p.4.

- ممدوح السيد شتله، «استخدامات الوظيفة الإعلامية الإخبارية لموقعي التواصل الاجتماعي (فيس بوك - تويتر) والإشباع المتحققة منهما من وجهة نظر طلبة الجامعات المصرية: دراسة ميدانية»، *المجلة العلمية*

- لبحوث الصحافة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، العدد ١١، سبتمبر ٢٠١٧)، ص ٤٠٥.
- ٥٠- جيلان محمود شرف، «آراء مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي نحو معالجة قضايا المرأة الاجتماعية والسياسية كما تعكسها تلك المواقع»، *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون*، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، العدد ١٠، يونيو ٢٠١٧)، ص ٢٩.
- ٥١- عبد الصادق حسن عبد الصادق، «تأثير استخدام الشباب الجامعي في الجامعات الخاصة البحرينية لمواقع التواصل الاجتماعي على استخدامهم وسائل الاتصال التقليدية»، *المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية*، (الجامعة الأردنية: عمادة البحث العلمي، المجلد ٧، العدد ١، ٢٠١٤)، ص ٤٣.
- ٥٢- Said Abu Mualla, *Op. Cit.*, p. 67.
- ٥٣- حمزة إسماعيل حسن أبو شنب، *مرجع سابق*، ص ٢٤٢.
- ٥٤- Tal Samuel-Azran and Moran Yarchi, *Op. Cit.*, p. 338.
- ٥٥- عدنان أبو عامر، «صفحة المنسق الإسرائيلي: تجاوز الإنساني إلى السياسي والأمني»، *فلسطين اليوم*، (لبنان: مركز الزيتونة للدراسات والاستشارات، العدد ٤١٢٣، ٢٩/١١/٢٠١٦)، ص ٣٨.
- ٥٦- نسمة ياسر الشيخ علي، *مرجع سابق*، ص ٦٤.
- ٥٧- راييس على ابتسام، «استخدام الطلبة الجامعيين الجزائريين لموقع الفيس بوك جامعة وهران ١: دراسة استطلاعية في الأنماط والآثار على ضوء نظرية الاستخدامات والإشباع»، *مجلة آفاق للعلوم*، (الجزائر: جامعة زيان عاشور الجلفة، المجلد ٤، العدد ١٥، مارس ٢٠١٩)، ص ١٨٨.
- ٥٨- أسماء محمد مصطفى، «استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وانعكاسها على تشكيل قيم الشباب الجامعي»، *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، العدد ٨، ديسمبر ٢٠١٦)، ص ٣٠٠.
- ٥٩- صلاح محمد أبو صلاح، «استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة: دراسة ميدانية»، *رسالة ماجستير*، غير منشورة، (فلسطين: الجامعة الإسلامية، ٢٠١٤)، ص ١٢١.
- ٦٠- نايف بن ثيان بن محمد آل سعود، «دوافع استخدامات الشباب السعودي الجامعي لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها: دراسة ميدانية على طلاب جامعة الملك سعود في الفصل الثاني من العام ١٤٢٣هـ»، *مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية*، (جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية: عمادة البحث العلمي، العدد ٢٤، نوفمبر ٢٠١٤)، ص ٢٤٣.
- ٦١- Tal Samuel-Azran and Moran Yarchi, *Op. Cit.*, p. 342–343.
- ٦٢- Myojung Chung *et al*, *Op. Cit.*, pp. 452–461.
- ٦٣- Pew Research Center, *Mounting Pessimism about Two-State Israeli-Palestinian Solution* (Washington: Pew Research Center, 2014) p. 2.
- ٦٤- Uchenna Kingsley Anunne and YAN Lifeng, *Op. Cit.*, pp. 63–73.
- ٦٥- Giang V. Phama *et al*, “*Op. Cit.*”, pp. 129–140.
- ٦٦- Azi Lev-On, *Op. Cit.*, pp. 252–260.

64- Guy J. Golan and Joon Soo Lim, *Op. Cit.*, pp. 4681–4701.

٦٥- همت حسن عبد المجيد السقا، مرجع سابق، ص ٢٩.

٦٦- بشار عبد الرحمن مطهر، مرجع سابق، ص ٥٢٣.

67- Byoungkwan Lee and Ron Tamborini, *Op. Cit.*, pp. 292 –310.

٦٨- دينا عمر فرحان مرعى، مرجع سابق، ص ٣٤١.

٦٩- ندية عبد النبي محمد القاضي، مرجع سابق، ص ٣٦٤.

٧٠- ياسمين حمدي عبد الظاهر، مرجع سابق، ص ٣٧٢.

71- Nurit Tal Oret *al*, The Influence of Presumed Media Influence: Origins and Implications of the Third-Person Perception, in: Robin L. Nabi and Mary Beth Oliver (Editors), *The SAGE Handbook of Media Processes and Effects* (California: Sage Publication, 2009) p.105.

72- Ven-Hwei Lo and Ran Wei, *Op. Cit.*, p. 24.

٧٣- مناور بيان الراجحي، «الاستخدامات والإشباع المتحققة من الفيس بوك للشباب الكويتي: دراسة ميدانية على طلاب جامعة الكويت»، *مجلة العلوم الاجتماعية*، (جامعة الكويت: مجلس النشر العلمي، المجلد ٤٤، العدد ٢، ٢٠١٦)، ص ٣٧.

- عبد العزيز على حسن وآخرون، «العلاقة بين الثقة الإلكترونية وفعالية المجتمع الافتراضي: دراسة تطبيقية على عملاء مواقع الشبكات الاجتماعية للأحزاب السياسية»، *مجلة البحوث التجارية*، (جامعة الزقازيق: كلية التجارة، مجلد ٣٨، العدد ١، يناير ٢٠١٦)، ص ١٤١.

- Fadi Salem and Racha Mourtada, *Op. Cit.*, p.5.

٧٤- عبد العزيز على حسن وآخرون، مرجع سابق، ص ١٤١.

٧٥- المرجع السابق، ص ١٤٢.

٧٦- انتصار محمد السيد سالم، مرجع سابق، ص، ص ٣٧٣-٣٧٤.

٧٧- سامي وحيد عيد حرارة، «أساليب الدعاية في المواقع الإلكترونية الإسرائيلية الناطقة بالعربية تجاه قضية القدس: دراسة تحليلية مقارنة»، *رسالة ماجستير*، غير منشورة، (فلسطين: الجامعة الإسلامية في غزة، ٢٠١٨)، ص ٦٦.

78- Fatemeh Shafiee Sarvestani *et al*, “Israeli Public Diplomacy Toward the United States: A Network and Narrative Approach”, *Asian Journal of Communication* (Volume 29, Issue 2, 2019) p. 13.

٧٩- سعد الدين إبراهيم، في مسألة الوحدة: خسوف القومية العربية، المجلد ٤، (بيروت: دار ابن رشد للطباعة والنشر، ٢٠١٥)، ص ٣٠٣.