

## المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري

دورية علمية محكمة نصف سنوية تصدر عن كلية الإعلام جامعة بني سويف

❖ رئيس مجلس الإدارة: أ.د/ عبدالعزيز السيد عميد كلية الإعلام جامعة بني سويف

❖ رئيس التحرير: أ.م.د/ أماني ألبرت وكيل كلية الإعلام للدراسات العليا والبحوث

❖ نائب رئيس التحرير: أ.م.د/ منى هاشم رئيس قسم الصحافة

❖ مدير التحرير: د/ نهى التلاوي مدرس بقسم العلاقات العامة

❖ سكرتير التحرير: د/ أحمد عطيه مدرس بقسم الصحافة

• بني سويف - جامعة بني سويف - كلية الإعلام - ت 0822130105

• الموقع الإلكتروني للمجلة :

[http://www.media.bsu.edu.eg/ContentSide.aspx?sect](http://www.media.bsu.edu.eg/ContentSide.aspx?section_id=11847&cat_id=21)

[ion\\_id=11847&cat\\_id=21](http://www.media.bsu.edu.eg/ContentSide.aspx?section_id=11847&cat_id=21)

• البريد الإلكتروني: [MCR.Journal@masscomm.bsu.edu.eg](mailto:MCR.Journal@masscomm.bsu.edu.eg)

المراسلات

• عدد مايو ٢٠٢١

• الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية 2735-377X

• الترقيم الدولي للنسخة الورقية 2735-3796

## مجلس إدارة المجلة

- رئيس مجلس الإدارة  
أ.د/ عبدالعزيز السيد  
عميد كلية الإعلام جامعة بني سويف  
رئيس التحرير  
أ.م.د/ أماني ألبرت  
وكيل الكلية للدراسات العليا والبحوث  
عضوا مجلس الإدارة  
أ.م.د/ رشا عادل  
وكيل الكلية لشئون التعليم والطلاب  
أ.م.د/ نسرين حسام الدين  
وكيل الكلية لشئون البيئة وخدمة المجتمع  
نائب رئيس التحرير  
أ.م.د/ منى هاشم رئيس قسم الصحافة  
مدير التحرير  
د/ نهى التلاوي مدرس بقسم العلاقات العامة  
سكرتير التحرير  
د/ أحمد عطيه مدرس بقسم الصحافة  
المسئول المالي والإداري  
سارة سيد أحمد  
**هيئة التحرير من الخارج**  
أ.د/ محمود علم الدين  
أستاذ الصحافة كلية الإعلام جامعة القاهرة  
أ.د/ محمود يوسف  
أستاذ العلاقات العامة كلية الإعلام  
جامعة القاهرة  
أ.د/ هويدا مصطفى  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام  
جامعة القاهرة

## الهيئة الاستشارية للمجلة

- أ.د/ أميمة عمران  
أستاذ الصحافة جامعة أسيوط  
أ.د/ تيسير أحمد أبو عرجة  
استاذ الصحافة جامعة البترا عمان الاردن  
أ.د/ حلمي محمود محسب  
استاذ الإعلام الإلكتروني وعميد كلية  
الإعلام جامعة جنوب الوادي  
أ.د/ حمدي حسن  
عميد كلية الإعلام ونائب رئيس جامعة مصر  
الدولية الأسبق  
أ.د/ شريف درويش اللبان  
أستاذ ورئيس قسم الصحافة جامعة القاهرة  
أ.د/ شيماء ذو الفقار  
أستاذ الإذاعة و التلفزيون جامعة القاهرة  
أ.د/ عادل عبدالغفار  
أستاذ الإذاعة و التلفزيون جامعة القاهرة  
ومدير الأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام  
أ.د/ علي السيد عجوة  
أستاذ العلاقات العامة والاعلان  
جامعة القاهرة  
أ.د/ عبدالرحيم درويش  
أستاذ الإذاعة و التلفزيون جامعة بني سويف  
أ.د/ فوزي عبدالغني  
أستاذ الصحافة وعميد المعهد العالي  
للإعلام الاسكندرية  
أ.د/ محمد سعد إبراهيم  
أستاذ الصحافة وعميد المعهد العالي  
للإعلام بالشروق  
أ.د/ محمد شومان  
أستاذ الصحافة وعميد كلية الاعلام  
الجامعة البريطانية
- أ.د/ محمد حسام الدين اسماعيل  
أستاذ الصحافة جامعة القاهرة  
أ.د/ محمد زين  
أستاذ الصحافة جامعة بني سويف  
أ.د/ محمود حسن اسماعيل  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون معهد الدراسات  
العليا للطفولة  
أ.م.د/ مروى يس  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد  
جامعة بني سويف  
أ.د/ سلوى العوادلي  
أستاذ العلاقات العامة والاعلان  
جامعة القاهرة  
أ.د/ منى محمد سعيد الحديدي  
أستاذ الإذاعة و التلفزيون جامعة القاهرة  
أ.د/ نجوى كامل  
أستاذ الصحافة جامعة القاهرة  
أ.د/ نرمن خضر  
أستاذ العلاقات العامة و الاعلان  
جامعة القاهرة  
أ.د/ نهى عاطف العبد  
أستاذ الإذاعة و التلفزيون  
جامعة بني سويف  
أ.د/ ليلي عبدالمجيد  
أستاذ الصحافة جامعة القاهرة  
أ.د/ هبه الله السمري  
أستاذ الإذاعة و التلفزيون كلية الإعلام  
جامعة القاهرة  
أ.د/ وليد فتح الله بركات  
أستاذ الإذاعة و التلفزيون كلية الإعلام  
جامعة القاهرة

## قواعد النشر

١. تقبل المجلة البحوث المتعلقة بمجال الإعلام سواء كان في تخصصات الإعلام التقليدي او الرقمي في مجالات الصحافة والإذاعة والتلفزيون والعلاقات العامة والإعلان والتسويق والراي العام.
٢. ترحب المجلة بنشر المقالات العلمية المتخصصة وترحب بإسهام الباحثين بعرض الكتب والتقارير العلمية وملخصات رسائل الماجستير والدكتوراة المتميزة.
٣. يخضع البحث المرسل إلى المجلة إلى التحكيم من قبل هيئة التحرير ويحق للمجلة بناء على رأي اثنين من المحكمين، ويجوز عدم قبول البحث للنشر دون إبداء الأسباب.
٤. البحث المقبول للنشر يأخذ دوره للنشر حسب تاريخ قبوله للنشر.
٥. تكون أبعاد هوامش الصفحة (٢) سم، والمسافة بين الأسطر مفردة. ونوع الخط في المتن والعناوين للبحوث العربية **Simplified Arabic** وللبحوث الإنجليزية ( **Times New Roman** )، بحجم ١٤. ويكون ترقيم صفحات البحث في أسفل الصفحة.
٦. تقبل البحوث باللغتين العربية أو الإنجليزية ويقدم مع البحث ملخص باللغتين العربية والإنجليزية لا يتجاوز (٢٠٠) كلمة لكل. يليها الكلمات المفتاحية (Key Words) حيث لا تزيد على خمس كلمات.
٧. الأبحاث المقبولة للنشر لا ترد لإصحابها وتحفظ المجلة بكافة حقوق النشر ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرتها المجلة.
٨. أسلوب التوثيق المعتمد في المجلة هو نظام جمعية علم النفس الأمريكية، الإصدار السادس. ( **American Psychological Association - APA - ED 6th** )
٩. يوقع الباحث على تعهد يفيد تحمله المسؤولية الكاملة عن أي انتهاك أو تجاوز لأخلاقيات البحث في حالة ثبوته (مثل تجاوز الأخلاقيات العلمية المتعلقة بالتعامل مع العينات، والبيانات، والأدوات، وحق الملكية). وأن البحث لم ينشر ولم ولن يقدم للنشر إلى أي جهة أخرى.
١٠. إدارة المجلة غير مسؤولة عن الأفكار والآراء الواردة بالبحوث المنشورة في أعدادها وإنما فقط تقع مسؤوليتها في التحكيم العلمي والضوابط الأكاديمية.

## كلمة رئيس مجلس الإدارة

هذا هو العدد الثاني من المجلة العلمية لبحوث الاتصال الجماهيري التي تصدرها كلية الاعلام جامعة بني سويف .نقدمه للمهتمين بدراسات وبحوث الاعلام في مصر والوطن العربي.وتغمرنا السعادة ان ننشر في العدد الثاني مجموعة من البحوث والدراسات العلمية المتنوعة التي سارع الباحثون في مصر والوطن العربي الي الاشتراك بها في المؤتمر العلمي الاول لكلية الاعلام جامعة بني سويف في الفترة من السابع الي الثامن من نوفمبر ٢٠٢٠.وقد تنوعت فيها الأفكار والرؤي البحثية الجديدة التي تعالج قضايا ومشكلات المجتمع الملحة،ودور وسائل الاعلام التقليدية والرقمية في التعاطي معها؛ في إطار دور البحث العلمي في خدمة المجتمع ودعم خطط الدولة التنموية في ظل رؤية مصر ٢٠٣٠ .

ويضم العدد مجموعة دراسات بمثابة جهداً علمياً لمجموعة من الباحثين المنتمين لمؤسسات بحثية واكاديمية مختلفة بما يعكس تنوع الرؤي العلمية المقدمة في مجال دراسات الاعلام بشقية التقليدي

أخيرا نتمني أن تضيف الدراسات المقدمة رصيда علميا في مجال التراكم العلمي والخبرات البحثية لكل المهتمين بدراسات وبحوث الاعلام في كليات واقسام ومعاهد الاعلام علي المستوي المصري والعربي .

والله الموفق والمستعان

أ.د.عبد العزيز السيد

رئيس مجلس الادارة

## كلمة رئيس التحرير

تنطلق المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري برؤية تسعى لتحقيق التميز العلمي والريادة فيما يتعلق بنشر الأبحاث المتعلقة بالإعلام والاتصال إقليمياً ودولياً.

وبرسالة أساسية هي دعم الإبداع الفكري وفق المعايير الدولية بأطر الأصالة والدقة والمنهجية. وتنطلق المجلة بعد سنوات من إنشاء كلية الإعلام عام ٢٠١٣، وجاء إطلاقها تماشياً مع المحور الرابع لرؤية مصر ٢٠٣٠ المعرفة والابتكار والبحث العلمي، كركائز أساسية للتنمية المستدامة والاستثمار في البشر، وبناء قدراتهم الإبداعية والتحفيز على الابتكار ونشر ثقافته ودعم البحث العلمي وربطه بالتعليم والتنمية.

ويأتي الهدف الرئيس من المجلة كمنصة تجمع بحثي تكفل التواصل العلمي الخلاق، لتجميع رؤى باحثي الإعلام بمختلف تخصصاته وفروعه ونشر وعرض نتائج وتوصيات الدراسات المبنية على أسس علمية منضبطة للاستفادة منها في تطوير الواقع، ما يساهم في إطلاق رؤية استراتيجية متكاملة شاملة للإعلام ومن أجل صياغة رؤية مستقبلية لتطوير بحوث الإعلام.

وسنحرص في المجلة على تقديم دراسات ذات أصالة علمية مبنية على عدم التكرار والاختلاف والتميز واستكشاف موضوعات مدروسة باستخدام منهجية أصيلة وفي نفس الوقت تعتمد التجديد والابتكار والإبداع لخلق رصيد معرفي تراكمي يسمح بتكوين رؤى تفصيلية دقيقة تقود إلى الفهم الأعمق للمشكلات، ورؤى استراتيجية متكاملة يمكن أن تكون إطاراً معرفياً لصناعة قرارات رشيدة، تساهم في خلق تغيير إيجابي في المجتمع.

وتسعى المجلة أيضاً لرصد وتحليل الاجتهادات والإضافات المعرفية والنظرية والمنهجية في الدراسات الإعلامية العربية والأجنبية لتقديمها كرؤية استراتيجية تنطلق منها الممارسات الإعلامية. ولتحتل مكانة في التصنيفات الدولية.

ويضم هذا العدد مجموعة من الأبحاث الهامة في مجال الإعلام وهي:

الدراسة الأولى... الإعلام العربي والأمن القومي: الرؤى والتحديات... نحو أجندة إعلامية مستقبلية

الدراسة الثانية ... الاتجاهات الحديثة في بحوث استخدامات مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيراتها الاجتماعية والنفسية

الدراسة الثالثة ... تعرض مستخدمي موقع فيس بوك للصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية وتأثيرها على هويتهم الثقافية

الدراسة الرابعة ... دور صحافة المواطن في نشر ثقافة التسامح

الدراسة الخامسة ... استخدام المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي وإدراكهم لأضرار التنمر الإلكتروني

الدراسة السادسة ... معالجة الصحف الالكترونية لقضية التنمر الالكتروني وانعكاساتها علي تعرض طلاب المدارس الفنية لمواقع التواصل الاجتماعي

الدراسة السابعة ... تقييم فعالية اعلانات الصفحات الرسمية للشركات عبر موقع التواصل الاجتماعي ودورها في بناء هوية العلامة التجارية مقارنة بالوسائل التقليدية الفيس بوك نموذجًا

الدراسة الثامنة ... الحجج في الخطاب السياسية "خطاب الرئيس الأمريكي دونالد ترامب حول نقل السفارة الأمريكية وإعلانه القدس عاصمة لإسرائيل كنموذج

الدراسة التاسعة...التناول الصحفي لقضية سد النهضة في الكاريكاتير في المواقع الاخبارية المصرية

الدراسة العاشرة ... الاستراتيجيات الاتصالية للعلاقات العامة الرقمية ودورها في تعزيز الثقافة التنظيمية في الشركات متعددة الجنسيات

الدراسة الحادية عشر ... صورة المرأة كما تعكسها الإعلانات الالكترونية

رئيس التحرير  
أ. م. د. أماني ألبرت

## محتويات العدد

- ٩ ■ الإعلام العربي والأمن القومي: الرؤى والتحديات... نحو أجندة إعلامية مستقبلية  
أ. د مبارك بن واصل الحازمي
- ٤٧ ■ الاتجاهات الحديثة في بحوث استخدامات مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيراتها الاجتماعية  
والنفسية  
أ.م.د. إسلام أحمد أحمد عثمان
- ٩٨ ■ تعرض مستخدمي موقع فيس بوك للصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية وتأثيرها على هويتهم  
الثقافية  
د.إسماعيل عبدالرازق رمضان الشرنوبي
- ١٤١ ■ دور صحافة المواطن في نشر ثقافة التسامح  
د. أحمد محمد إبراهيم
- ١٦٧ ■ استخدام المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي وإدراكهم لأضرار التنمر الإلكتروني  
د. أحمد محمد رفاعي، د. أسامة محمد عبدالرحمن
- ١٩٦ ■ معالجة الصحف الالكترونية لقضية التنمر الالكتروني وانعكاساتها علي تعرض طلاب المدارس  
الفنية لمواقع التواصل الاجتماعي  
د. شريهان محمود أبوالحسن
- ٢٣٩ ■ تقييم فعالية اعلانات الصفحات الرسمية للشركات عبر موقع التواصل الاجتماعي ودورها في  
بناء هوية العلامة التجارية مقارنة بالوسائل التقليدية الفيس بوك نموذجًا د.رضا فولي عثمان
- ٢٧٢ ■ الحجج في الخطب السياسية "خطاب الرئيس الأمريكي دونالد ترامب حول نقل السفارة  
الأمريكية وإعلانه القدس عاصمة لإسرائيل كنموذج"  
د.محمد فيض

٣٠٣

■ التناول الصحفي لقضية سد النهضة في الكاريكاتير في المواقع الاخبارية المصرية

د. محمد عثمان حسن، د. أحمد محمد رفاعي

٣٣١

■ الاستراتيجيات الاتصالية للعلاقات العامة الرقمية ودورها في تعزيز الثقافة التنظيمية في الشركات

متعددة الجنسيات دراسة تطبيقية  
ساره شعبان حسن زغلول

٣٨٠

■ صورة المرأة كما تعكسها الإعلانات الالكترونية (دراسة تحليلية علي عينة من إعلانات موقع

فيسبوك)  
د. أمنية بكري صبرة امين الجبلي



تعرض مستخدمي موقع فيس بوك للصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية

وتأثيرها على هويّتهم الثقافية

"دراسة ميدانية"

إسماعيل عبدالرازق رمضان الشرنوبي

مدرس بقسم الصحافة والنشر بكلية الإعلام جامعة الأزهر

## ملخص الدراسة

تسعى الدراسة الحالية إلى رصد أنماط ودوافع تعرض مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك" للصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية، ودرجة تفاعلهم مع هذه الصفحات، وأثر هذا التعرض على هوية مستخدمي "الفيس بوك" الثقافية، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح بشقه الميداني على عينة عمدية من مستخدمي الفيس بوك الذين يتعرضون للصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية؛ كما استعان الباحث بصحيفة الاستقصاء (Questionnaire) في هذه الدراسة للإجابة على تساؤلاتها، وهي أداة من أدوات جمع البيانات، وذلك على عينة قوامها (414) مفردة.

وقد خلصت الدراسة إلى عدد من النتائج أبرزها:

تصدر دافع "كيف يفكر الإسرائيليون" مقدمة دوافع تعرض الباحثين للصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية، تلاه التعرف على صورة مصر في مضامين هذه الصفحات؛ في حين جاء التعرف على تعليقات المستخدمين الآخرين على الموضوعات المنشورة بها في المرتبة الثالثة، بينما حل دافع التعرف على صورة المجتمع العربي في المضامين المقدمة في المرتبة الرابعة.

جاءت المضامين التي تتناول تطورات الأحداث بين إسرائيل ودولة فلسطين في مقدمة المضامين التي يحرص الباحثون على متابعتها في الصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية، تلتها المضامين التي تعكس العلاقة بين مصر وإسرائيل، ثم المضامين الخاصة بعلاقات إسرائيل مع دول الخليج.

جاءت إجابات الباحثين حول الإشباع التي يحققها تعرضهم للصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية بأنها "ساهمت في إمدادي بالمعلومات حول سياسات إسرائيل الخارجية" في مقدمة الإشباع التي تحققت من تعرضهم لهذه الصفحات، تلاها الإشباع المتعلق "بالتعبير عما في داخلي تجاه إسرائيل بحرية".

تصدرت فئة "الأصدقاء" مقدمة الأطراف التي يتناقش معهم الباحثون حول المضامين التي تنشرها الصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية، تلتها فئة "زملاء الدراسة أو العمل".

تصدر أسلوب "التعليق على مشاركات بعض المستخدمين الآخرين" مقدمة الأساليب التفاعلية التي يستخدمها الباحثون خلال تفاعلهم مع الصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية، تلاه أسلوب "التعليق على المنشور (Comment)"، ثم أسلوب "عمل إعجاب للمنشور (Like)".

الكلمات المفتاحية: ١- الصفحات الإسرائيلية ٢- الهوية الثقافية

## مقدمة

تُعَدُّ مواقع التواصل الاجتماعي أحد أبرز التغيرات المتسارعة في البيئة الاتصالية التي شهدتها القرن العشرين مستفيدةً من إمكانات شبكة المعلومات الدولية "الإنترنت"، وقد أحدثت هذه التغيرات ثورة غير مسبوقه في مجال الاتصال الرقمي، كما أحدثت تَغْيِراً جذرياً في البيئة الاتصالية الحديثة، وقد أسهمت هذه التغيرات المتسارعة التي شهدتها بيئة الاتصال في تحقيق ما يُعرف بالعمولة الثقافية من خلال يسر وسهولة التواصل الفكري والثقافي والاجتماعي في البيئة الافتراضية الرقمية.

وتأتي أهمية الشبكات الاجتماعية في كونها أحدثت تحولاً كبيراً في بيئة المستخدمين لمنصات الإعلام الجديد من حيث تصدرها مقدمة المنصات الإعلامية الجديدة استخداماً؛ حيث تشير الاحصائيات إلى أن هناك ما يقرب من ٣,٨٠٠ مليار يستخدمون الشبكات الاجتماعية في عام ٢٠٢٠م وذلك بزيادة ٩% عن العام الماضي ٢٠١٩م، وقد احتلت مصر المرتبة ١٢ من حيث نمو عدد مستخدمي الشبكات الاجتماعية عن العام الماضي بنسبة بلغت ٧,٣%، كما بلغ متوسط عدد الساعات التي يقضيها مستخدموا هذه الشبكات يومياً حوالي ٢,٥٧ ساعتين وسبع وخمسون دقيقة يومياً.<sup>(i)</sup>

وقد فرضت الشبكات الاجتماعية، ولاسيما موقع الفيسبوك العديد من التحديات التي تؤثر على القيم، والثقافة، والهوية، وأنظمة التربية بالمجتمع، باعتبارها تتعامل مع فضاء جغرافي لا يعترف بالحدود المكانية، ولا الزمانية، ولأن موضوع الهُوِيَّة بصفة عامة، والهُوِيَّة الثقافية على وجه الخصوص يعتبر من الإشكاليات التي تثير اهتمام عدد من الباحثين والدارسين في هذا المجال باعتبارها تمثل الكيان الشخصي، والقومي لكل مجتمع، لاسيما المجتمعات العربية الإسلامية، فانتشار استخدام موقع الفيسبوك الاجتماعي يمثل تحدياً أمام الهُوِيَّة الثقافية.<sup>(ii)</sup>

ونظراً للاستخدام المتزايد للشبكات الاجتماعية بصفة عامة، وموقع "فيسبوك" بصفة خاصة لدى فئة الشباب فقد وظَّفت بعض الدول هذه الشبكات الاجتماعية في نشر ثقافتها وتحسين صورتها لدى شعوب الدول الأخرى، أو توظيفها كأداة من أدوات الدبلوماسية، أو أداة من أدوات الدعاية لها داخل أو خارج حدودها، أو توظيفها في إرساء قيم جديدة والقضاء على قيم ومعتقدات راسخة، أو محاولة تشويه وزعزعة الهُوِيَّة الثقافية وإحلال هُوِيَّة ثقافية زائفة.

فظهرت في الأعوام القليلة الماضية العديد من الصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية والتي تخاطب الجمهور العربي بصفة عامة، والتي لاقت تفاعلاً واهتماماً بالغاً سواءً من خلال الإعجاب بهذه الصفحات أو المتابعة أو من خلال التعليقات والدخول في حوارات نقاشية مثل: صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" والتي أنشأتها وزارة الخارجية الإسرائيلية كمصدر للمعلومات عن دولة إسرائيل باللغة العربية، صفحة "أفيخاي أدرعي" المتحدث العربي الرسمي باسم الجيش الإسرائيلي، صفحة "إسرائيل بدون رقابة"، صفحة "إسرائيل بالعربية" وغيرها من الصفحات الإسرائيلية الموجهة التي تحمل مضامين ثقافية مختلفة تسعى لتحقيق أهداف معينة.

ونظراً للنمو المتزايد للصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية على موقع فيسبوك في السنوات الأخيرة، بالإضافة إلى تعدد الأيديولوجيات الفكرية والثقافية لهذه الصفحات، والتفاعل المستمر والمتزايد من مستخدمي موقع فيس بوك مع هذه الصفحات على اختلاف مصادر إنشائها وتعدد الأهداف التي تسعى للحصول عليها، تستهدف الدراسة الحالية رصد أنماط ودوافع تعرض مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك" للصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية، ودرجة تفاعلهم مع هذه الصفحات، وأثر هذا التعرض على هُوِيَّتِهِم الثقافية.

## مراجعة الدراسات السابقة:

قام الباحث باستعراض الدراسات السابقة والتي ترتبط ارتباطاً وثيقاً أو قريباً بموضوع الدراسة، وذلك من خلال التركيز على الدراسات التي تناولت مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالهوية الثقافية، بالإضافة إلى مسح للدراسات التي اهتمت بوسائل الإعلام الإسرائيلية الموجهة بالعربية، وعلى هذا الأساس قام الباحث بتقسيم الدراسات السابقة إلى محورين، وذلك على النحو الآتي:

### أولاً: الدراسات التي تناولت مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالهوية الثقافية.

تؤكد العديد من الدراسات والبحوث التي تناولت دور مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالهوية الثقافية على تأثير وسائل الإعلام - بصفة عامة - ومواقع التواصل الاجتماعي - بصفة خاصة - على الهوية الثقافية فسعت دراسة (سامية جفال & مسعودة طلحة ٢٠١٨) <sup>(iii)</sup> إلى كشف معالم الهوية العالمية الموجهة للمجتمعات التقليدية، وسبل الحفاظ على الهوية الثقافية للمجتمعات العربية الإسلامية في ظل تحديات تكنولوجيا الاتصال الرقمي، وانتهت الدراسة إلى أن أخطر التحديات التي تواجه المجتمعات النامية في ظل تكنولوجيا الاتصال الرقمي الجديد هي تحديات فكرية واستعمار ثقافي وهيمنة ثقافية تفرضها قوة التكنولوجيا الغربية وقوة نشاطها الإعلامي على الساحة العالمية، وهي النتيجة التي أكدتها دراسة (هناء عبد الرحمن محمد ٢٠١٧) <sup>(iv)</sup> حول تأثير موقعي التواصل الاجتماعي "تويتر، فيسبوك" على الهوية الثقافية لدى الشباب، والتي خلصت إلى تأثير الثقافات الغربية على الهوية الثقافية لدى الشباب "المصري، الكويتي" جراء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك، تويتر"؛ في حين أكدت دراسة (خيرة محمدي ٢٠١٧) <sup>(v)</sup> على التأثير السلبي لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية من خلال استخدام لغات أخرى غير اللغة العربية في عملية التواصل الاجتماعي؛ مما يؤثر على الهوية الثقافية العربية التي تركز على اللغة العربية كمقوم رئيس، وهي ذات النتيجة التي أكدت عليها دراسة (آلاء بنت علي بن محمد الغامدي) <sup>(vi)</sup> من التأثير السلبي لمواقع التواصل الاجتماعي على الهويات (الدينية، الوطنية، الاجتماعية، اللغوية)، في حين انتهت دراسة (Mathew Bumbalough ٢٠١٦) <sup>(vii)</sup> إلى أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يوفر عمومًا وسيلة للتعبير عن الهوية للطلاب الكوريين، وأن هوياتهم اللغوية والثقافية والاجتماعية ليست مصحوبة بوسائل التواصل الاجتماعي نفسها، ولكن وسائل التواصل الاجتماعي توفر منفذاً يمكن من خلاله التفاوض بشأن الهوية، بينما سعت دراسة (Nolan Brinkman ٢٠١٨) <sup>(viii)</sup> إلى التعرف على الطريقة التي يتم بها تعريف الهوية العرقية أو الإشارة إليها أو عرضها على الشبكات الاجتماعية، وانتهت إلى أن الهوية العرقية لا يتم عرضها عن قصد على الشبكات الاجتماعية، وأن المشاركين لا يحاولون إخفاء أو تصفية هويتهم العرقية على الشبكات الاجتماعية، في حين رصدت دراسة (Shaurav Raj Adhikari ٢٠١٦) <sup>(ix)</sup> المحتوى المشترك في وسائل التواصل الاجتماعي كتعبير عن هوية المستخدمين، وركزت على الهوية السياسية وكيف تؤثر الهوية السياسية الفردية على مشاركة المحتوى في وسائل التواصل الاجتماعي، وانتهت إلى أن المشاركين الذين يتخذون مواقف أكثر تطرفاً (إيجابية/سلبية) يبدو أنهم أكثر عرضة للمشاركة في هذا الموقف على وسائل التواصل الاجتماعي للمساعدة في تعزيز هويتهم.

في حين رصدت بعض الدراسات دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل أو تعزيز الهوية الثقافية، فسعت دراسة (غادة الهامى السيد حسن ٢٠١٨) <sup>(x)</sup> إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الهوية الثقافية للشباب المصري، وانتهت إلى أن اكتساب قيم تنباني مع قيمنا الشرقية "جاءت في مقدمة التأثيرات السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي على القيم والمعايير الاجتماعية من وجهة نظر الشباب المصري، ثم استبدال اللغة العربية

باللغات الأجنبية أو لغة أخرى، بينما استهدفت دراسة (خلود محمد رشاد محمد ٢٠١٧)<sup>(xi)</sup> الكشف عن طبيعة العلاقة بين استخدامات الجالية العربية بالدممارك للإنترنت، وتشكيل هُوِيَّتِهِم العربية، وانتهت الدراسة إلى أن دلالات التمسك بالهوية العربية عند المهاجر العربي المقيم بالدممارك يكمن في وجود عدة مستويات، سواءً على المستوى الفردي والمتمثل في الالتزام بالزري الإسلامي والعبادات وخاصة في الأعياد، أو من خلال الأسرة والمتمثل في التنشئة على الثقافة العربية، والتمسك بروح وكيان الأسرة العربية، والحرص على التجمع الأسري بين الأسر العربية في المناسبات والعطل الأسبوعية، أو على مستوى المجتمع المحلي من خلال عقد لقاءات عربية دورية بين الأسر وندوات لدعم الهوية العربية، بينما رصدت دراسة (أنور شحادة حسين نصار ٢٠١٦)<sup>(xii)</sup> واقع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى طلبة كليات التربية بجامعة غزة ودورها في تعزيز الهوية الثقافية، وخلصت نتائج الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الثقافية تبعاً لمتغير المستوى الدراسي، في حين استهدفت دراسة (مرفت محمد شريف العضاوي ٢٠١٤)<sup>(xiii)</sup> التعرف على العلاقة بين مدى استخدام المراهقين السعوديين لموقع "الفيس بوك" على شبكة الانترنت وإدراكهم هُوِيَّتِهِم الثقافية العربية، وانتهت الدراسة إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموغرافية لعينة الدراسة (النوع-المستوى الدراسي) واتجاهاتهم نحو دور الفيس بوك في تشكيل الهوية الثقافية، في حين أكدت دراسة (أميرة مصطفى أحمد البطريق ٢٠١١)<sup>(xiv)</sup> على أن أبرز سلبات المواقع الاجتماعية تتمثل في تدعيم العزلة الاجتماعية لدى المواطن العربي، وإحلال العديد من القيم غير المتعارف عليها في المجتمع العربي، بالإضافة إلى إحلال اللغة الأجنبية محل اللغة العربية، وهي ما أكدت عليه دراسة (عبد الصادق حسن ٢٠١١)<sup>(xv)</sup> من أن الشباب الجامعي يهتم بمناقشة كثير من الموضوعات الثقافية مع أفراد على مستوى العالم مثل: موضوعات الهوية الثقافية والعملية وغيرها، وأن الفيس بوك له تأثير على الهوية الثقافية العربية في ضوء الإعجاب بكل ما هو وافد سواء اتفق مع القيم والعادات والتقاليد العربية أم لم يتفق معه.

بينما ركزت بعض الدراسات والبحوث على التأثيرات الخاصة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، فرصت دراسة (أماني رضا عبدالمقصود مصطفى ٢٠١٩)<sup>(xvi)</sup> دور مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اهتمامات المتابعين تجاه انماط الحياة اليومية، والتي انتهت إلى أن متابعة الشخص للمؤثرين فيمجالات محددة تجعل الشخص أكثر اهتماماً بسعيه ليكون من المؤثرين، إذ أن مجال اهتمام الفرد ومتابعته على وسائل التواصل الاجتماعي جعلته أكثر تركيزاً ومتابعة لكل ما يقدم من قبل هؤلاء المؤثرين، في حين رصدت دراسة (غادة صلاح الدين النشار ٢٠١٨)<sup>(xvii)</sup> تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على أنشطة التكيف الذاتي للأفراد خلال فترات الأزمات، وذلك بالتطبيق على "أزمة السيول" التي شهدتها بعض مناطق مدينة القاهرة الجديدة في أبريل ٢٠١٨م، وخلصت الدراسة إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي تؤثر على قدرة المواطن على تحقيق التكيف الذاتي، وذلك من خلال توفير شبكة واسعة النطاق تُمكن المتضررين من الأزمة من التواصل والمشاركة، فالمشاركة المجتمعية القائمة على التقارب بين مجموعات الأفراد لم تعد ضرورية على المستوى الجغرافي فقط بل على المستوى الرقمي، في حين استهدفت دراسة (سمو عز الدين جلال ٢٠١٨)<sup>(xviii)</sup> تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب، وخلصت إلى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على قوة العلاقات الأسرية، بالإضافة إلى وجود علاقة ارتباط قوية بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والعزلة الاجتماعية، بينما سعت دراسة (Kim, Yonghwan, Yuan Wang, and Jeyoung Oh 2016)<sup>(xix)</sup> إلى الكشف عن مدى ارتباط الحاجة النفسية لطلبة الجامعات باستخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي والهواتف الذكية، والتعرف على آثار استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية

الرقمية لطلاب الجامعات على مشاركتهم المجتمعية، وخلصت إلى أن وسائل الإعلام الاجتماعية لها دوراً مهماً ليس فقط في تعزيز المشاركة الاجتماعية للشباب ولكن أيضاً في تنمية المزيد من المواطنة الاجتماعية، من خلال توفير مكاناً مناسباً للتواصل مع الآخرين؛ في حين ركزت دراسة (شيماء جمال سعيد الشناوي ٢٠١٧)<sup>(xx)</sup> على العلاقة بين استخدام المراهقين الصم وضعاف السمع لمواقع التواصل الاجتماعي والاعتزاب الاجتماعي لديهم، وذلك من خلال قياس مستوى الاعتزاب الاجتماعي، وانتهت الدراسة إلى جود علاقة طردية دالة إحصائياً بين موعات استخدام الصم وضعاف السمع لمواقع التواصل الاجتماعي ودرجة الاعتزاب الاجتماعي لديهم، كما انتهت إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دالة إحصائية بين متوسطات درجات الاعتزاب الاجتماعي للمراهقين الصم وضعاف السمع وفقاً للمتغيرات الديموجرافية مثل: النوع، السن، المستوى الاجتماعي والاقتصادي، المستوى التعليمي للوالدين، وهي النتيجة ذاتها التي أكدت عليها دراسة (سامح السيد شراقي ٢٠١٥)<sup>(xxi)</sup> من أن الشبكات الاجتماعية أحدثت انفتاحاً على الثقافات والقيم الأخرى لدى غالبية الباحثين، كما أكدت وجود تباين نوعاً ما في درجة العزلة التي يعاني منها الشباب مستخدمي تلك المواقع، وفيما يتعلق بمستوى الشعور بالاعتزاب فتشير النتائج إلى ارتفاع مستوى الاعتزاب لدى أفراد العينة، بينما استهدفت دراسة (Vigil, Tammy R , . and H. Denis Wu 2015)<sup>(xxii)</sup> التعرف على تأثير تعرض المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي " فيسبوك" ومستوى رضاهم عن حياتهم، وذلك من خلال استخدام نظريات المقارنة الاجتماعية والتقييم الذاتي للكشف عن آثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على استجابات الباحثين حول مدى سعادتهم رضاهم عن حياتهم، وخلصت إلى أن زيادة استخدام موقع " فيسبوك" يؤدي إلى خفض مستويات السعادة والرضا التي أعلن عنها الباحثون، وعلى وجه الخصوص فإن تفاعل المشاركين مع الصور ومقاطع الفيديو يزيد من حالة عدم رضا المستخدمين.

#### المحور الثاني: الدراسات التي تناولت وسائل الإعلام الإسرائيلية الموجهة بالعربية.

تنوعت الدراسات التي ركزت في تناولها على وسائل الإعلام الإسرائيلية ما بين الوسائل التقليدية (صحف، قنوات ، إذاعات) أو وسائل جديدة (مواقع إلكترونية، شبكات اجتماعية)، فسعت دراسة (أحمد عرابي & نسرين محمد الأطرش ٢٠١٩ م)<sup>(xxiii)</sup> إلى التعرف على استخدامات الفلسطينيين للمصادر الإسرائيلية والإشاعات المتحققة منها، وخلصت إلى أن المصادر الإسرائيلية جاءت في مقدمة المصادر التي اعتمد عليها الصحفيين الإسرائيليين، وجاءت زيادة المعرفة بأساليب الإعلام الإسرائيلية المستخدمة في التغطية الصحفية في مقدمة الإشاعات المتحققة من استخدام المصادر الإسرائيلية، بينما رصدت (محمد زيدان الخرايشة ٢٠١٨ م)<sup>(xxiv)</sup> مدى تأثير السياسة الإعلامية الإسرائيلية على المتابع العربي، وإبراز أهم أهدافها، وذلك من خلال تحليل المنشورات للناطق الإعلامي بلسان مؤسسة جيش الدفاع الإسرائيلي لوسائل الإعلام العربية "أفيخاي أدري" على صفحته على موقع (فيسبوك) وانتهت إلى أن أغلب منشورات الصفحة تُمثلُ إسرائيل بأنها بلد السلام، وهي النتيجة ذاتها التي أكدت عليها دراسة (Hind Ataallah 2016)<sup>(xxv)</sup> حول السياسة الإعلامية الإسرائيلية على منصات شبكات التواصل الاجتماعي، من خلال تحليل محتويات التغريدات العربية حول الناطق باسم الجيش الإسرائيلي "أفيخاي أدري"، وانتهت إلى أن تلك التغريدات تُظهر أن إسرائيل بلد مُحب للسلام، بالإضافة إلى استخدامها الدين كغطاء لاستقطاب المتعاطفين مع إسرائيل بما يؤثر على شرعية الصراع الفلسطيني للعرب، بينما استهدفت دراسة (هبة الله جمال أحمد أحمد شاهين ٢٠١٧ م)<sup>(xxvi)</sup> التعرف على تأثير صفحات الدعاية الإسرائيلية المقدمة باللغة العربية على موقع الفيسبوك على الشباب المصري وإدراكهم مدى تأثيرها على الشباب الآخرين على الموقع، وانتهت إلى امتلاك صفحات الدعاية

الإسرائيلية على موقع الفيسبوك إمكانية تأثير ضعيفة على الشباب المصري سواء على الذات أو الآخرين (أقرب الأصدقاء والشباب الآخرين على موقع الفيسبوك)، في حين استهدفت دراسة (آلاء عبداللطيف)<sup>(xxvii)</sup> توصيف الإستراتيجيات الاتصالية للدبلوماسية العامة التي تُطبَّقها المؤسسات الحكومية الإسرائيلية في صفحاتها الموجهة للجمهور العربي عبر الفيسبوك، وخلصت إلى توظيف التكتيكات العاطفية في تطبيق الصفحات الإسرائيلية لإستراتيجية العلاقات العامة، بالإضافة إلى الدمج بين الأساليب العاطفية مثل التهديد والتخويف والتكذيب والتشكيك في العدو وبين الأساليب المنطقية خاصة تكتيك البرهنة في إطار إثبات صحة ما تقوله إسرائيل عنكونها ضحية الاعتداءات والصواريخ الموجهة إليها من قبل الأعداء، بينما سعت دراسة (دعاء صلاح فريد)<sup>(xxviii)</sup> إلى التعرف على سمات وملامح الصورة المقدمة عن المجتمع الإسرائيلي في الأفلام والمسلسلات المصرية، وانتهت الدراسة إلى أن الأفلام والمسلسلات العربية في مقدمة الوسائل التي يعتمد عليها الباحثون لجمع معلوماتهم عن المجتمع الإسرائيلي والشخصية الإسرائيلية؛ كما انتهت الدراسة إلى أن أكثر من نصف العينة يعارضون التطبيع مع إسرائيل، كما اهتمت دراسة ( دعاء البناء ٢٠١٥)<sup>(xxix)</sup> بعقد مقارنة بين معالجة أخبار وقضايا إسرائيل في القنوات الفضائية الإخبارية العربية والأجنبية الموجهة باللغة العربية للتعرف على كيفية معالجة كل هذه القنوات لأخبار وقضايا إسرائيل وانعكاس السياسة التحريرية لكل قناة على معالجتها لأخبار وقضايا إسرائيل، وأوصت بضرورة تعديل الخطاب الإخباري المتعلق بمعالجة القضايا الخاصة بإسرائيل بشكل عام، والقضايا الخاصة بالصراع العربي الإسرائيلي بشكل خاص في القنوات الإخبارية العربية، في حين رصدت دراسة (منة الله كمال موسى)<sup>(xxx)</sup> علاقة الشباب المصري بالمواقع الإلكترونية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية على الإنترنت والبرامج الهاتفية المجانية ومدى التفاعل معها، والاستفادة منها، وخلصت إلى ارتفاع نسبة استخدام البرامج الهاتفية حيث جاء الفيسبوك في المرتبة الأولى، يليه الواتس آب ضمن برامج المحادثات المجانية، كما أظهرت الدراسة تصدر صفحة "إسرائيل تتحدث بالعربية" مقدمة الصفحات التي يتابعها الباحثون.

#### التعليق على الدراسات السابقة:

أسفر اطلاع الباحث على التراث النظري العلمي المتعلق بالبحورين المرتبطين ارتباطاً وثيقاً بموضوع البحث والدراسة عن مجموعة من المؤشرات تتمثل في الآتي:

#### أولاً: من حيث الشق النظري.

##### الدراسات العربية والأجنبية:

قلة الدراسات التي تناولت تعرض مستخدمي موقع فيس بوك للصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية وتأثيرها على هويتهم الثقافية نحو إسرائيل؛ حيث اقتصرت الدراسات التي اهتمت بمعالجة قضية الهوية الثقافية على تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية وذلك مثل: دراسة (هناء عبد الرحمن محمد ٢٠١٧م)، (خيرة محمدي ٢٠١٧م)، (آلاء بنت علي بن محمد الغامدي ٢٠١٨م)، والبعض الآخر ركَّز على دور مواقع التواصل في تعزيز وتشكيل الهوية مثل دراسة (غادة الهامى السيد حسن ٢٠١٨)، (خلود محمد رشاد محمد ٢٠١٧)، (أنور شحادة حسين نصار ٢٠١٦)، بينما تطرقت بعض الدراسات حول دراسة مدى إدراك الشباب لهويتهم الثقافية جراء تعرضهم لمواقع التواصل الاجتماعي، وذلك مثل: دراسة (مرفت محمد شريف العرضاوي ٢٠١٤)، (أميرة مصطفى أحمد البطريق ٢٠١١)، (عبد الصادق حسن ٢٠١١)؛ بالإضافة إلى تلك الدراسات فإن بعض الدراسات التي اعتمد عليها الباحث قد ركَّزت على التأثيرات المرتبطة بمواقع التواصل الاجتماعي سواء تلك المرتبطة بالتكليف الذاتي

للأفراد، أو تأثير هذه المواقع على العلاقات الاجتماعية أو تأثيرها على الاغتراب الثقافي؛ كما أن دراسات المحور الثاني والتي ركزت على وسائل الإعلام الإسرائيلية الموجهة بالعربية قد ركزت بعضها على السياسة الإعلامية الإسرائيلية عبر منصات الإعلام الاجتماعي مثل دراسة: (محمد زيدان الخرابشة ٢٠١٨م)، (Hind Ataallah) **Khlaifat 2016**، وتطرق بعضها للتعرف على تأثير صفحات الدعاية الإسرائيلية المقدمة باللغة العربية على موقع الفيسبوك على الشباب المصري وإدراكهم مدى تأثيرها على الشباب الآخرين مثل: دراسة (هبة الله جمال شاهين ٢٠١٧)، في حين لم تتطرق الدراسات التي استند إليها الباحث إلى تعرض مستخدمي موقع فيس بوك للصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية وتأثيرها على هُوِيَّتِهِم الثقافية؛ مما يشير إلى إجراء دراسات إعلامية عربية تضيف إلى التراث المعرفي وتثري المكتبة العربية .

ثانياً: من حيث الشق المنهجي:

#### المنهج:

اعتمدت بعض الدراسات التي استند إليها الباحث على منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي، والبعض الآخر اعتمد على منهج المسح بشقه الوصفي فقط، والبعض الآخر اعتمد على المنهج المقارن إلى جانب منهج المسح؛ في حين يعتمد الباحث في هذه الدراسة على منهج المسح بشقه الميداني.

#### العينة:

اعتمدت بعض الدراسات - العربية والأجنبية- التي استند إليها الباحث على عينات تحليلية سواء كانت بوستات موقع الفيس بوك، أو مواقع إلكترونية، أو قنوات فضائية، والبعض الآخر اعتمد على عينة ميدانية من الشباب الجامعي، بينما جمعت بعض الدراسات بين العينة التحليلية، والميدانية؛ في حين يعتمد الباحث في دراسته على العينة الميدانية ممثلة من مستخدمي الصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية".

#### الأدوات البحثية:

تنوعت الأدوات البحثية التي استخدمتها الدراسات التي استند إليها الباحث ضمن التراث العلمي بين أداة تحليل المضمون في الدراسات التحليلية، وأداة الاستبيان في الدراسات الميدانية، وقد تنوعت الدراسات في استخدامها لهذه الأدوات: فبعض الدراسات استخدمت أداة تحليل المضمون فقط، والبعض الآخر اعتمد على أداة الاستبيان؛ في حين جمعت بعض الدراسات بين الأداةين "تحليل المضمون، الاستبيان" وذلك وفقاً لطبيعة وأهداف كل دراسة على حدة، وترتكز هذه الدراسة على أداة الاستبيان كأداة لجمع البيانات.

#### الإطار النظري المستخدم:

تنوعت الدراسات التي استند إليها الباحث في توظيفها للنظرية العلمية، فبعض الدراسات التي اعتمد عليها الباحث ركزت على نظرية الإطار الإعلامي، ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، والبعض الآخر ركزت على نظرية الهُوِيَّة ، ونظرية الاستخدامات والاشباع، في حين وظفت دراسات أخرى نظرية ثراء الوسيلة، بينما يعتمد الباحث في دراسته على نظريتي "الغرس الثقافي، والاستخدامات والاشباع".

#### مشكلة الدراسة:

في ضوء ما أشارت إليه نتائج الإحصائيات من ارتفاع نسبة مستخدمي الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم بصفة عامة وفي مصر بصفة خاصة؛ وعلاوة على تزايد اعتمادهم على مضمون هذه الشبكات، وفي ضوء المتغيرات (السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية) التي مرَّ بها المجتمع المصري على مدار السنوات القليلة الماضية والتي كان لها بالغ



الأثر على مستخدمي هذه الشبكات، وبالإضافة إلى ماخلفته هذه الشبكات من دوافع وتأثيرات متجددة ومتنوعة على كافة المستويات لذا يمكن تحديد المشكلة البحثية في: رصد دوافع تعرض مستخدمي موقع الفيس بوك للصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية، والتعرف على مدى تفاعلهم مع المضامين المقدمة بها وأساليب تفاعلهم، بالإضافة إلى الكشف عن تأثير تعرض مستخدمي هذه الصفحات على هُوِيَّتِهِم الثقافية.

### أهمية الدراسة

تكتسب هذه الدراسة أهميتها من عدة جوانب أبرزها:

١. النمو المتزايد لاستخدامات هذه الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم بصفة عامة، حيث بلغت زيادة مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في عام ٢٠٢٠ ما يقرب من ٣٢١ مليون مستخدم بزيادة قدرها حوالي ٩% عن عام ٢٠١٩، وفي مصر بصفة خاصة حيث تشير الاحصائيات إلى تزايد عدد المستخدمين للشبكات الاجتماعية بما يقرب من ٢،٩ مليون مستخدم عام ٢٠٢٠ بزيادة قدرها ٧،٣% عن العام الماضي (٢٠١٩م. xxxi).
٢. تكتسب هذه الدراسة أهميتها من كونها تركز في الأساس على تأثير استخدام مستخدمي الشبكات الاجتماعية على الهُوِيَّة الثقافية، وذلك في ظل هذه البيئة الإعلامية الحديثة التي تخطت حدود القرية الكونية الصغيرة إلى حدود اللامكانية واللازمانية.
٣. تركز أهمية هذه الدراسة في كونها تعتمد على تأثير استخدام الصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية على الهُوِيَّة الثقافية، وذلك في ظل التنامي السريع والمتزايد لهذه الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي في السنوات القليلة الماضية وارتفاع عدد المعجبين بها أو المتابعين لها، أو حتى أولئك المتفاعلين معها، وهو ما يستوجب الوقوف على هذه الظاهرة في ظل الاختراق الثقافي المتشعب والمتعدد نتيجة لطبيعة هذه البيئة الإعلامية .
٤. تأتي أهمية هذه الدراسة في كونها تمثل دليلاً استرشادياً يتيح للمسؤولين الوقوف على تأثير هذه الصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية على الهُوِيَّة الثقافية، وتقديم المقترحات للحد من هذه التأثيرات.

### أهداف الدراسة:

- التعرف على دوافع استخدام الباحثين للصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية على موقع فيس بوك.
- رصد أبرز المضامين التي يحرص الباحثون على متابعتها في الصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية.
- رصد مدى تفاعل مستخدمي الفيس بوك مع الصفحات الإسرائيلية الموجهة وأساليبهم تفاعلهم معها.
- الكشف عن تأثير تعرض مستخدمي الصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية على هُوِيَّتِهِم الثقافية.
- الكشف عن اتجاه الباحثين نحو تأثير المضامين المقدمة في هذه الصفحات على هُوِيَّتِهِم الثقافية.

### تساؤلات الدراسة:

تسعى هذه الدراسة للإجابة على التساؤلات الآتية، وتتمثل فيما يلي:

١. ما مدى استخدام الباحثين للصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية على موقع فيس بوك؟
٢. ما دوافع استخدام الباحثين للصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية على موقع فيس بوك؟
٣. ما المضامين التي يحرص الباحثون على متابعتها في الصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية على موقع فيس بوك؟
٤. ما الأساليب التفاعلية التي يستخدمها الباحثون في حالة تفاعلهم مع المضامين المقدمة في هذه الصفحات؟

٥. ما تأثير تعرض مستخدمي الصحف الإسرائيلية الموجهة بالعربية على هويّتهم الثقافية؟
٦. ما اتجاه المبحوثين نحو تأثير المضامين المقدمة في هذه الصفحات على هويّتهم الثقافية؟

### فروض الدراسة:

طبقاً لأهداف البحث وتساؤلاته تتمثل فروض الدراسة فيما يلي:-

١. يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين حول تأثير تعرض مستخدمي الصحف الإسرائيلية الموجهة بالعربية على هويّتهم الثقافية تبعاً للمتغيرات الديموغرافية.
٢. يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاه المبحوثين نحو أهداف المضامين المقدمة في هذه الصفحات تبعاً للمتغيرات الديموغرافية.
٣. توجد علاقة ارتباطية بين تعرض المبحوثين للصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية واتجاههم نحو تأثير هذه الصفحات على هويّتهم الثقافية.
٤. توجد علاقة ارتباطية بين دوافع تعرض المبحوثين للصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية والاشباع المتحققة منها.

نوع الدراسة: تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية **Descriptive Studies** التي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة، وتسعى الدراسة الحالية إلى رصد دوافع تعرض مستخدمي موقع الفيس بوك للصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية، والكشف عن تأثير ذلك التعرض لهذه الصفحات على هويّتهم الثقافية.

المنهج المستخدم في الدراسة: نظراً لطبيعة هذه الدراسة، والرغبة في الحصول على أكبر قدر من الدقة العلمية، فقد وظّف الباحث منهج **المسح Survey** كونها إجراءً علمياً يستهدف الحصول على البيانات والمعلومات حول الظاهرة موضوع الدراسة، وفي إطار هذا المنهج قام الباحث بإجراء مسح على عينة من مستخدمي الصحف الإسرائيلية الموجهة بالعربية على موقع الفيس بوك من المصريين لرصد تأثير تعرضهم لهذه الصفحات على هويّتهم الثقافية.

### أداة الدراسة:

اعتمدت الدراسة الحالية في جمع بياناتها على أداة الاستبيان: وهي أسلوب مهم لجمع البيانات بهدف استثارة المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة لتقدم حقائق وآراء وأفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها<sup>(xxxii)</sup>، وقد قام الباحث بتصميم استمارة استبيان إلكترونية تضم عدداً من الأسئلة التي تسعى إلى تحقيق أهداف الدراسة الميدانية، ولطبيعة العينة التي تشملها الدراسة وهي عينة عمدية من مستخدمي الصحف الإسرائيلية الموجهة بالعربية، وقام الباحث بإجراء اختبار قبلي **Pre- Test** للتحقق من صحتها وعرضها على الخبراء في مجال الدراسة، ومن ثم تطبيقها على المبحوثين عينة الدراسة.

مجتمع الدراسة: يتمثل مجتمع الدراسة المستخدمين المصريين للصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية على موقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك".

عينة الدراسة: تم تطبيق الدراسة الميدانية على عينة قوامها (٤٥٠) مفردة بلغ نسبة الفاقد (٣٦) مفردة، ومن ثم فقد بلغت العينة الميدانية الصحيحة التي طبّق الباحث عليها (٤١٤) مفردة، من الجمهور المصري المستخدم للصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية على موقع الفيس بوك من سن ١٨ عاماً فأكثر، باستخدام أسلوب كرة الثلج **Snow Ball Sampling**، وذلك لعدم إمكانية الحصول على بيان أو قوائم تفصيلية بمجتمع الدراسة من مستخدمي الصحف الإسرائيلية الموجهة بالعربية على موقع الفيس بوك من المصريين، حيث قام الباحث بإرسال رابط

استمارة الاستبيان الإلكتروني في رسائل خاصة على حسابات بعض مستخدمي الصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية على موقع الفيس بوك، وقام بدعوة مستخدمي تلك الصفحات للإجابة علناً للاستبيان، وطلب الباحث من يجب على الاستبيان إعادة إرسال الرابط الخاص به إليهم مستخدمين آخرين للصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية على موقع الفيس بوك، حتى تم استكمال عدد الاستجابات الصحيحة المطلوبة، عندها قام الباحث بغلق الاستبيان وعدم السماح بالإجابة عليه، وتعتبر هذه الطريقة (كرة الثلج) أسلوباً منهجياً ذا اعتبار، إذ يلبي المتطلبات والمعايير المعنية والمحددة سلفاً في ضوء أهداف الدراسة وفروضها، ومن ناحية أخرى فإن الأسلوب المرجعي **The referrals method** في سحب العينة يشبه إلى حد كبير مفهوم إطار العينة الذي يتم توظيفه في سحب العينات العشوائية<sup>(xxxiii)</sup>.

#### تحديد المجال الزمني للدراسة:

تم إجراء هذه الدراسة في الفترة التي تطلبها استكمال العدد المطلوب من الاستجابات بعد استبعاد الفاقد منها، والبالغ (٤١٤) استجابة صحيحة، والتبدأت من ٢٠١٩/١/١٠م وانتهت ٢٠٢٠/٢/٢٩م باستكمال العدد المطلوب لإجراء الدراسة عليه.

#### إجراءات الصدق والثبات:

قام الباحث بإجراء الاختبارات الآتية للتأكد من صدق وثبات الاستمارة، وتمثل هذه الإجراءات فيما يلي:  
**أولاً: اختبار الصدق Validity:** ويقصد باختبار قدرة البحث على قياس ما هو مطلوب قياسه وبحيث يضمن عدم تسرب التحيز أو الخطأ في أي مرحلة من المراحل التي قد تؤثر على صلاحية الأدوات المنهجية المستخدمة للبحث، وبالتالي ارتفاع مستوى الثقة فيها<sup>(xxxiv)</sup>، وللتحقق من صدق أدوات الدراسة تم اعتماد أسلوب الصدق الظاهري، وذلك بعرض أداة الدراسة (الاستبيان) على مجموعة من أساتذة الإعلام بالجامعات المصرية<sup>(xxxv)</sup> لتقرير مدى صلاحيتها لتحقيق أهداف الدراسة، واستيفائها للأسئلة التي يتطلبها البحث، وقدرتها على تقديم الإجابة على تساؤلاتها، واختبار فروضها، ومن ثم القيام بإجراء التعديلات المطلوبة، في ضوء آراء السادة المحكمين، لتصبح الأدوات في صورتها النهائية صالحة للتطبيق.

**ثانياً: الاختبار القبلي Pre Test:** قام الباحث بإجراء اختبار قبلي لاستمارة الاستبيان على عينة من المصريين المستخدمين للصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية قوامها (٤٠) مفردة بما يمثل ١٠% من إجمالي العينة، وذلك للوقوف على مدى فهم واستيعاب الباحثين لأسئلة الاستمارة، وبناءً على نتيجة هذا الاختبار قام الباحث بتعديل صياغة الأسئلة التي شكّلت غموضاً عند الباحثين حتى تصبح قابلة للتطبيق بما يخدم أهداف الدراسة.

**ثالثاً: اختبار الثبات Stability:** ويقصد به الموثوقية، ولفظ الثبات أساساً يشير إلى نفس الشيء بالنسبة للقياس، بمعنى الحصول على النتائج نفسها عند تطبيق الأداة أكثر من مرة على الأفراد أنفسهم<sup>(xxxvi)</sup>، وفي هذه الدراسة تم الاعتماد على أسلوب إعادة الاختبار "**Test and Re-test**"، حيث قام الباحث بإعادة اختبار استمارة الاستبيان محل الدراسة "بعد مرور أسبوعين من التطبيق الأول" على عدد "٤٠" مفردة التي أجريت عليهم الدراسة القبلي وهي تمثل ١٠% من إجمالي العينة، وبإجراء معامل الارتباط بين نتائج الاختبارين "الأول، الثاني"، تبين وجود نسبة ارتباط بلغت 0.91 وهي قيمة عالية تظهر ثبات الاستبيان وصلاحية القياس، وتؤكد الاستقرار، وعدم وجود اختلاف كبير في إجابات الباحثين على استمارة الاستبيان، وبناءً عليه فإن نسبة التطابق في إجابات الباحثين على استمارة الاستبيان تسمح بصلاحية الاستمارة للتطبيق بالإضافة إلى تعميم نتائجها.

## مفاهيم الدراسة:

**الصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية:** ويقصد بها صفحات يتم إنشاؤها على موقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك" من خلال أفراد مسئولين في إسرائيل مثل: (صفحة أفيخاي أدري: وهي الصفحة الخاصة بالمتحدث باسم جيش الاحتلال للإعلام العربي، صفحة أوفير جندلمان: وهي الصفحة الخاصة بالمتحدث الرسمي باسم رئيس حكومة الاحتلال)، أو مؤسسات تابعة لإسرائيل مثل: "إسرائيل تتكلم بالعربية"، وهي الصفحة التي أنشأتها وزارة الخارجية الإسرائيلية، صفحة "إسرائيل في مصر"، والتي تديرها السفارة الإسرائيلية في مصر، أو تلك الصفحات التي تتبع مواقع إخبارية إسرائيلية مثل: "صفحة إسرائيل بدون رقابة" التي تتبع بشكل مباشر الموقع المصدر الإسرائيلي الناطق بالعربية، وتبث كل مضامينها باللغة العربية.

**الهوية الثقافية:** ويقصد بها معرفة وإدراك الذات القومية ومكوناتها من قيم وأخلاق وعادات وتقاليد ودين، وهي السمات والخصائص التي يتميز بها شعب ما عن غيره من الشعوب، وترتبط هذه السمات بالسلوكيات العامة لمجموع الأفراد والعلاقات السائدة، والمنتج الفني والثقافي والتي تميز في مجموعها هذه الجماعة أو هذا المجتمع. (xxxvii)، ويقصد الباحث بالهوية الثقافية: هو القدر الثابت والمشارك بين أفراد المجتمع المصري من القيم والتصورات والرموز والتعبيرات اتجاه إسرائيل.

## التحليل الإحصائي للبيانات:

اعتمد الباحث في عمليات التحليل الإحصائي على برنامج (SPSSv.19)، حيث تم إدخال البيانات على الكمبيوتر، وتمت المعالجة الإحصائية لهذه البيانات عبر تطبيق العديد من المعاملات الإحصائية، وقد تنوعت المتغيرات بين متغيرات اسمية (Nominal)، ووزنية (Scale)، وعلى هذا فقد قام الباحث بتطبيق المعاملات الإحصائية التي تلائم كل متغير على النحو التالي:

### أولاً: المقاييس الوصفية وتشمل:

١. الجداول والتوزيعات التكرارية: حيث قام الباحث بعرض بعض المتغيرات في جداول تهدف إلى الكشف عن التكرارات Frequency والنسب المئوية Percent، وقد تم ذلك في وصف عينة الدراسة وخصائصها.

٢. المتوسط الحسابي Mean. الانحراف المعياري std.Deviation.

### ثانياً: الاختبارات الإحصائية:

أما على صعيد الاختبارات الإحصائية التي تقيس وجود فروق بين متغيرات الدراسة فقد كانت على النحو الآتي:

#### أ. المتغيرات الوزنية

- اختبار (On Way Anova): وذلك لقياس الفروق بين المتوسطات بين أكثر من مجموعتين والمعروف اختصاراً ANOVA.
- اختبار (Independent sample t Test): وذلك لقياس الفروق بين المتوسطات بين عينتين مستقلتين والمعروف اختصاراً باختبار "ت" أو (T- Test).
- معامل ارتباط سبيرمان (Spearman Correlation): لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين.

**مستوى الدلالة المعتمد في هذه الدراسة:** اعتمد الباحث على مستوى دلالة يبلغ (٠,٠٥) لاعتبار الفروق ذات دلالة إحصائية من عدمه، وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة ٩٥% فأكثر، أي عند مستوى معنوية ٥.٠٥% فأقل.

جدول رقم (١) يوضح الخصائص الديموغرافية للمبحوثين

الخصائص	الفئة	ك	%
النوع	ذكر	323	78.0
	أنثى	91	22.0
	الإجمالي	414	100.0
السن	من ٣٠ سنة إلى أقل من ٤٠ سنة	248	59.9
	من ١٨ إلى أقل من ٣٠ سنة	77	18.6
	من ٤٠ سنة إلى أقل من ٥٠ سنة	68	16.4
	٥٠ سنة فأكثر	21	5.1
	الإجمالي	414	100.0
المستوى التعليمي	مؤهل متوسط	37	8.9
	مؤهل فوق الجامعي	98	23.7
	مؤهل جامعي	279	67.4
	الإجمالي	414	100.0

تشير بيانات الجدول السابق إلى مايلي:

- تصدر فئة الذكور مقدمة المبحوثين الذين يتعرضون للصفحات الإسرائيلية الموجهة باللغة العربية المرتبة الأولى بنسبة بلغت ٧٨,٠%، بينما جاءت فئة الإناث في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٢٢,٠%.
- تصدرت فئة المبحوثين الذين تتراوح أعمارهم من ٣٠ إلى أقل من ٤٠ سنة مقدمة الفئات العمرية التي تتعرض للصفحات الإسرائيلية الموجهة باللغة العربية بنسبة بلغت ٥٩,٩%، بينما جاءت الفئة العمرية التي تتراوح أعمارها من ١٨ إلى أقل من ٣٠ في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ١٨,٦%؛ في حين جاءت الفئة العمرية التي تتراوح أعمارها من ٤٠ إلى أقل من ٥٠ سنة في المرتبة الثالثة من حيث تعرضهم لهذه الصفحات بنسبة بلغت ١٦,٤%؛ بينما حلت الفئة العمرية التي تتراوح أعمارها من ٥٠ سنة فأكثر في المرتبة الرابعة والأخيرة من حيث تعرضهم للصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية بنسبة بلغت ٥,١%، ويرجع تصدر الفئات العمرية التي تتراوح أعمارها من ١٨-٤٠ سنة مقدمة الفئات العمرية الأكثر تعرضاً لهذه الصفحات باعتبار أن أغلب مستخدمي الفيس بوك تتراوح أعمارهم بين هذه الفئات العمرية، حسث تشير الإحصائيات أن أعداد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من المصريين الذين تتراوح أعمارهم من ١٨-٢٤ سنة يمثلون ١٢,١% من فئة الإناث، ١٧,٨% من فئة الذكور، وذلك من مجموع مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في مصر، بينما مثَّلت الفئة العمرية التي تتراوح بين ٢٥-٣٤ سنة مايقرب من ١١,٩% من فئة الإناث، ٢١,٢% من فئة الذكور، وذلك من إجمالي مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في مصر، بينما مثَّلت الفئة العمرية التي تتراوح

من ٣٥ - ٤٤ سنة ما يقرب من ٥٤,٠% من فئة الإناث، ١٠,٥% من فئة الذكور، وذلك من إجمالي عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في مصر والبالغ عددهم ٤٢ مليون مستخدم<sup>(xxxviii)</sup>.

- تصدر المبحوثون الحاصلون على "موهل جامعي" مقدمة المبحوثين الذين يتعرضون للصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية بنسبة بلغت ٦٧,٤%، بينما جاء المبحوثون الحاصلون على "مؤهل فوق الجامعي" في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٢٣,٧%؛ في حين حلَّ المبحوثون الحاصلون على "مؤهل متوسط" في المرتبة الثالثة من حيث تعرضهم للصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية بنسبة بلغت ٨,٩%.

### الإطار النظري للدراسة:

اعتمدت الدراسة في إطارها النظري وبناء مقاييسها على نظريتين هما: نظرية الاستخدامات والشبكات، والغرس الثقافي.

### أولاً: نظرية الاستخدامات والشبكات.

تعد نظرية الاستخدامات والشبكات واحدة من نظريات التأثير الإنتقائي لوسائل الإعلام، فهي تهتم بدراسة العلاقة التفاعلية بين الجمهور ووسائل الإعلام من خلال التحليل الوظيفي المنظم وهي تعبر عن التحول من رؤية الجماهير باعتبارها عنصر سلبي غير فعال في عملية الاتصال إلى عنصر إيجابي حيث تفترض النظرية أن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصورة تلي توقعاتهم وهم يختارون الوسائل والمضامين التي تشبع احتياجاتهم من بين وسائل عديدة متاحة وكان ذلك تحولاً من النظر إلى تأثير وسائل الإعلام على الجمهور من خلال مفاهيم بسيطة" مثير / استجابة" إلى مفاهيم مركبة تراعي المتغيرات الوسيطة والعوامل النفسية والاجتماعية التي تتدخل في تأثير وسائل الإعلام على الأفراد.<sup>(xxxix)</sup>

وأوضح كاتز **Katz** وبلملر **Blumler** الافتراضات التي يقوم عليها نظرية الاستخدامات والشبكات:<sup>(xl)</sup>

١. أن الجمهور طرف فعال ونشط في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدم الوسيلة الاتصالية لتحقيق احتياجاته ورغباته.
٢. استخدام الوسائل يعبر عن الحاجات التي يرغب الجمهور تحقيقها، وتتحكم في عدة عوامل تتمثل في: الفروق الفردية، والتفاعل الاجتماعي.
٣. الجمهور هو الذي يختار الوسائل والمضامين التي تشبع احتياجاته.
٤. يستطيع الأفراد دائماً تحديد حاجاتهم ودوافعهم، ويختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات.
٥. يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة في المجتمع من خلال استخدام الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال الوسائل الإعلامية فقط.

ويعتمد نموذج "كاتز" للاستخدامات والشبكات على العناصر التالية:

١. افتراض أن الجمهور نشط وفعال وإيجابي.
  ٢. عوامل نفسية واجتماعية لدى الفرد.<sup>(xli)</sup>
  ٣. دوافع تعرض الجمهور لوسائل الاتصال: وتقسّم إلى نوعين:
- ☒ دوافع منفعية **Instrumental motives**: وتستهدف التعرف على الذات واكتساب المعرفة والمعلومات والخبرات.

☒ **دوافع طقوسية Ritualized motives**: وتشبع رغبات الفرد في تمضية الوقت والاسترخاء والصدقة والألفة مع الوسيلة والهروب من المشكلات. (xliii)

وقد صنف كاتز Katz وجيرفتش Gurovtch وهاس Hass الحاجات المرتبطة بوسائل الإعلام إلى خمس فئات رئيسية:

- أ. **الحاجات المعرفية Cognitive needs**: وهي الحاجات المرتبطة بالمعلومات والمعرف ومراقبة البيئة.
- ب. **الحاجات الوجدانية Effective needs**: وهي الحاجات المرتبطة بالنواحي العاطفية والمشاعر.
- ت. **حاجات التكامل الشخصي Personal integrative needs**: وهي الحاجات المرتبطة بتدعيم المصداقية والتقدير الذاتي وتحقيق الاستقرار الشخصي.
- ث. **حاجات التكامل الاجتماعي Social integrative needs**: وهي الحاجات المرتبطة بالتواصل مع العائلة والأصدقاء والعالم وتقوم على رغبة في التقارب مع الآخرين.
- ج. **حاجات الهروب Escapism needs**: وهي الحاجات المرتبطة بالترفيه والتسلية. (xliiii)

٤. التوقعات من وسائل الإعلام.

٥. التعرض لوسائل الإعلام.

٦. إشباع وسائل الإعلام، وتنقسم إلى نوعين:

- أ. **إشباع المحتوى Content Gratifications**: وتنتج عن التعرض لمحتوى وسائل الإعلام، وتنقسم إلى نوعين: إشباع توجيهية **Orientalional**: تتمثل في مراقبة البيئة والحصول على المعلومات، والنوع الثاني: **Social** إشباع اجتماعية: ويقصد بما ربط المعلومات التي يحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية.

- ب. **إشباع العملية Process Gratifications**: وتنتج عن عملية الاتصال والارتباط بوسيلة محددة ولا ترتبط مباشرة بخصائص الرسائل، وتنقسم إلى نوعين: النوع الأول: **إشباع شبه توجيهية Para-Orientalional**: وتتحقق من خلال تخفيف الإحساس بالتوتر، والدفاع عن الذات، وتعكس في برامج التسلية والترفيه والإثارة، والنوع الثاني: **إشباع شبه اجتماعية Para-Social**: وتتحقق من خلال التوحد مع شخصيات وسائل الإعلام، وتزيد هذه الإشباع مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية وزيادة الإحساس بالعزلة. (xliiv)

وقد ساعد انتشار استخدام شبكة الإنترنت في إحياء نظرية الاستخدامات والإشباع وذلك للأسباب التالية: (xlv)

١. أن وسائل الاتصال الحديثة تحتاج إلى جمهور على قدر عال من النشاط والتفاعلية مقارنة بالوسائل التقليدية، حيث غيرت شبكة الإنترنت من دور المستخدمين من مستهلكين للرسائل إلى منتجين لها.
٢. أن شبكة الإنترنت تتميز بالتفاعلية؛ حيث تمكن المستخدم من التفاعلات التزامنية واللاتزامنية مع غيرهم، وتبادل المعلومات مع الأفراد والمجموعات بشكل مستمر.

ويُوظف الباحث نظرية الاستخدامات والإشباع في هذه الدراسة من خلال التعرف على دوافع استخدام المستخدمين للصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية على موقع فيس بوك، والإشباع المتحققة منها، بالإضافة إلى رصد مدى التفاعل مع هذه الصفحات الموجهة باعتبارها تعد وسيط اتصالي افتراضي.

#### ثانياً: نظرية الغرس الثقافي

ظهرت نظرية الغرس الثقافي نتيجة الجهود التي طورها الباحث الأمريكي "جورج جرنبر **George Gerbner**" من خلال مشروعه الخاص **بالمؤشرات الثقافية Cultural Indication** والذي يهدف إلى إقامة الدليل الإمبريقي على تأثير وسائل الاتصال الجماهيرية في البيئة الثقافية. (xlvii)

وقد وجد "جرنبر **Gerbner**" من خلال الدراسات المسحية التي تم إجراؤها أن مشاهدي التلفزيون بدرجة عالية كثيفوا المشاهدة، "وقليلوا المشاهدة" يقدمون إجابات مختلفة عما يوجه إليهم من أسئلة، كما أوضح أن كثيفي المشاهدة يقدمون غالباً إجابات أقرب إلى الطريقة التي يتم بها تصوير العالم في التلفزيون، كما وجد "جرنبر" أن الاختلافات بين كثيفي المشاهدة وقليلي المشاهدة تظل موجودة رغم تأثير عدد من المتغيرات الأخرى مثل: السن، النوع، مستوى التعليم، والإطلاع على الأخبار. (xlvii)

وقد مرت بحوث الغرس بأربع مراحل: اهتمت في المرحلة الأولى منها بدراسة التأثيرات الغرسية للتلفزيون واختبار فروض الغرس، وفي المرحلة الثانية تعرضت الفروض الفرعية للغرس لاختبار ومراجعة كثير من الباحثين، بينما اهتمت المرحلة الثالثة بكيفية حدوث هذا الغرس، وفي المرحلة الرابعة تم الاعتماد على مداخل ونظريات أخرى إلى جانب فروض الغرس الثقافي في دراسة التأثيرات الغرسية للتلفزيون، ومن هذه المداخل والنظريات: مدخل الاستخدامات والإشباع. (xlviii)

#### فروض نظرية الغرس الثقافي:

تنطلق نظرية الغرس الثقافي من مجموعة من الفروض حول العلاقة بين التعرض الكثيف لمحتوى وسائل الإعلام وتكوين المفاهيم والتصورات والمعتقدات لدى الجمهور، وتركز اهتمامها حول الآثار البعيدة المدى. (xlix)، وبناء على ذلك صاغ "جرنبر" الفرض الرئيس للنظرية الذي ينص على أنه "كلما زاد الوقت الذي يقضيه الفرد في مشاهدة التلفزيون، أدرك

الواقع بصورة أقرب إلى النماذج والأفكار التي يقدمها التلفزيون عن الواقع الحقيقي".<sup>(d)</sup>

وترتكز نظرية الغرس الثقافي على ستة اعتبارات أساسية هي: (ii)

١. يعد التلفزيون وسيلة منفردة تتطلب مديلاً خاصاً لدراساتها.
٢. تُكوّن رسائل التلفزيون نظاماً متماسكاً يعبر عن الاتجاه السائد في الثقافة.
٣. تحليل نظم الرسائل العامة للتلفزيون يقدم دليلاً على عملية الغرس.
٤. يركز تحليل الغرس على رصد مساهمة التلفزيون في بناء الأفكار والأفعال في المجتمع.
٥. تساعد المستحدثات التكنولوجية على زيادة قدرة الرسائل التلفزيونية.
٦. يركز تحليل الغرس على النتائج الثابتة والمتجانسة.



## مفاهيم نظرية الغرس:

تتمثل مفاهيم الغرس في العناصر التالية:

أولاً: الاتجاه السائد: ويقصد به الأبعاد الأكثر شيوعاً للمعاني والافتراضات المشتركة ويضم كل الأمور المعارضة والفرعية، والاتجاه السائد هو المكون الأول من مكونات عملية الغرس التي أشار إليها جرنبر فيما أسماه 3B's) التلاشي **Blurring** - الانسجام **Blending** - والتحول **Bending** والتي تعني أن كثافة التعرض للتلفزيون ووسائل الإعلام الأخرى تؤدي إلى :

أ. التلاشي **Blurring**: أي تلاشي أثر الاختلافات التقليدية بين الأفراد وذوبانها.

ب. الانسجام **Blending**: أي انسجام وتوافق صورة الواقع لديهم مع صورة الواقع كما يعرضها التلفزيون.

التحول **Bending**: تحول الاتجاه السائد بحيث يعبر عن المصالح المؤسسية لوسائل الإعلام. (lii)

ثانياً: الرنين **Resonance**: ويقصد "جرنبر" بمفهوم التردد أن التلفزيون يقدم دعماً لما يحدث في الحياة اليومية، فهو يرى أن ما يراه الأفراد في عالم التلفزيون يتطابق مع إدراكهم للواقع الحقيقي، ومن هنا يؤدي التطابق والانسجام بين عالم التلفزيون وظروف الحياة الحقيقية تردداً وتضخيماً للحدث، يؤدي إلى تأكيد أفعال وعمليات وأنماط الغرس. (liii)

ثالثاً: النافذة السحرية **Magic Window**: وتشير إلى الدرجة التي يعتقد عندها المشاهد أن محتوى التلفزيون هو تمثيل للحياة الحقيقية.

رابعاً: التعلم (المنفعة) **Utility**: ويقصد بها مدى شعور المشاهدين أن المحتوى التلفزيوني يقدم إليهم معلومات في العديد من الموضوعات.

خامساً: التوحد **Identiy**: ويركز هذا البعد بصفة أساسية على الطريقة التي يتم من خلالها تكوين المشاهد لعلاقته مع الشخصيات التلفزيونية. (liv)

توظيف الباحث نظرية الغرس الثقافي في دراسته:

على الرغم من أن نظرية الغرس الثقافي التي وضعها الباحث "جرنبر" والتي ركزت في فروضها على تأثير التلفزيون في عملية الغرس الثقافي، إلا أنه يمكن تطبيقها على وسائل إعلامية أخرى خاصة في ظل الثورة التكنولوجية الهائلة التي أفرزت وسائل إعلامية يتزايد تأثيرها يوم بعد يوم على مستخدميها، ومن أبرز هذه الإفرازات التكنولوجية مواقع التواصل الاجتماعي والتي لا تقل تأثيراً أو خطورة على المستخدمين من التلفزيون من حيث بث قيم ومعتقدات أو تعزيز قيم ومعتقدات قائمة، ومن الممكن أن تؤثر على هويتهم الثقافية إما أن تكون داعمة ومعززة لها، أو تؤدي لفقدان وذوبان هويتهم الثقافية، ومن ثم يُوظف الباحث هذه النظرية في دراسته من خلال: تأثير الفروق في كثافة التعرض للصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية على هويتهم المستخدمين الثقافية، بالإضافة إلى رصد تأثير الخصائص الديموغرافية لمستخدمي هذه الصفحات في درجة إدراكهم للمضامين المقدمة من خلال هذه الصفحات.

نتائج الدراسة الميدانية:

جدول رقم (٢) يوضح الفترة الزمنية لاستخدام الباحثين موقع الفيس بوك

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	ك	الفترة الزمنية لاستخدام الباحثين للفيس بوك
		0	0	منذ أقل من سنة
		3.9	16	من سنة إلى أقل من ٣ سنوات

.46377	3.8357	8.7	36	من ٣ سنوات إلى أقل من ٦ سنوات
		87.4	362	منذ ٦ سنوات فأكثر
		100.0	414	الإجمالي

#### تشير بيانات الجدول السابق إلى مايلي:

جاء استخدام الباحثين لموقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك" منذ ٦ سنوات فأكثر" مقدمة استخدامات الباحثين بنسبة بلغت ٨٧،٤%، بينما جاء استخدام الباحثين للفيس بوك من "٣ سنوات إلى أقل من ٦ سنوات" في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٨،٧%؛ في حين جاء استخدامهم للفيس بوك "من سنة إلى أقل من ٣ سنوات" في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ٣،٩%.

ويرجع تصدر استخدام الباحثين لموقع فيس بوك منذ أكثر من ٦ سنوات إلى التوسع في استخدام الفيس بوك في السنوات الخمس السابقة، وتزايد أعداد المستخدمين للموقع بصفة دائمة، بالإضافة إلى تصدر قائمة التطبيقات الاجتماعية من حيث المستخدمين النشطين بنسبة بلغت ١.٩٥ مليار مستخدم نشط، وذلك بما يعادل ٨٠% من إجمالي المستخدمين النشطين، كما يأتي الفيس بوك في مقدمة التطبيقات الرقمية استخداماً على مستوى العالم حيث بلغ عدد مستخدميها على مستوى العالم ٢،٥ مليار مستخدم<sup>(dv)</sup>.

وتتفق نتائج هذا الجدول مع ما انتهت إليه دراسة (هناء عبدالرحمن محمد ٢٠١٧م)<sup>(dvi)</sup>، ودراسة (سمر عز الدين جلال ٢٠١٨م)<sup>(dvii)</sup>، ودراسة (أمانى رضا عبدالمقصود ٢٠١٩م)<sup>(dviii)</sup> من تصدر موقع الفيس بوك مقدمة التطبيقات الاجتماعية التي يعتمد عليها الباحثين.

#### جدول رقم (٣) الساعات التي يقضيها الباحثون يومياً على مواقع التواصل الاجتماعي

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	ك	الساعات التي يقضيها الباحثون يومياً على الفيس بوك
1.06242	2.3865	23.2	96	أقل من ساعة
		36.2	150	من ساعة إلى أقل من ٣ ساعات
		19.3	80	من ٣ ساعات إلى أقل من ٥ ساعات
		21.3	88	٥ ساعات فأكثر
		100.0	414	الإجمالي

#### تشير نتائج الجدول السابق مايلي:

تصدرت المدة الزمنية التي يقضيها الباحثون على مواقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك" يومياً "من ساعة إلى أقل من ٣ ساعات" المرتبة الأولى بنسبة بلغت ٣٦،٢%، بينما جاءت في المرتبة الثانية فئة الباحثين الذين يقضون "أقل من ساعة" يومياً بنسبة بلغت ٢٣،٢%؛ في حين حلت في المرتبة الثالثة فئة الباحثين الذين يقضون "٥ ساعات فأكثر" بنسبة بلغت ٢١،٣%؛ بينما جاءت فئة الباحثين الذين يقضون "من ٣ ساعات إلى أقل من ٥ ساعات يومياً" المرتبة الرابعة والأخيرة من حيث عدد الساعات التي يقضيها الباحثون يومياً على الفيس بوك بنسبة بلغت ١٩،٣%.

وتعد هذه النتيجة منطقية وطبيعية خاصة مع تصدر استخدام الفيس بوك على مستوى العالم، وتزايد عدد المستخدمين للمواقع الاجتماعية بصفة عامة وموقع الفيس بوك بصفة خاصة، بالإضافة إلى أن "مصر" تأتي في المرتبة الثانية عشر

على مستوى العالم من حيث عدد الساعات التي يقضيها مستخدموها على المنصات الاجتماعية بنسبة بلغت "ساعتين وسبع وخمسون دقيقة يومياً" (dix)

وتتفق نتائج هذا الجدول مع ماتوصلت إليه دراسة (عبدالصادق حسن ٢٠١١م) (dx) أن أكثر الباحثين - عينة الدراسة - يستخدمون موقع الفيس بوك "من ساعتين لأقل من ثلاث ساعات بنسبة بلغت ٤٨%، ودراسة (سامح شراقي ٢٠١٥م) (dxi)، والتي انتهت إلى أن أغلب عينة الدراسة يستخدمون المواقع الاجتماعية "من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات" بنسبة بلغت ٣٩,٨% متصدرة المرتبة الأولى.

#### جدول رقم (٤) يوضح أسباب استخدام الباحثين لموقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك"

أسباب استخدام الباحثين لموقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك"	ك	%
الحصول على معلومات جديدة	355	85.7
التواصل مع الأصدقاء والمعارف	327	79.0
متابعة أفكار وآراء الآخرين	264	63.8
نشر آرائي وأفكاري	241	58.2
مسايرة التطور التكنولوجي	183	44.2
التعرف على ثقافات أخرى	168	40.6
ملء وقت الفراغ	154	37.2
لتعودي عليها	124	30.0
تخفف عني ضغوط الحياة	116	28.0
التعرف على أصدقاء جدد	86	20.8
ن = ٤١٤		

#### يوضح الجدول السابق مايلي:

جاء "الحصول على معلومات جديدة" في مقدمة أسباب استخدام الباحثين لموقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك" بنسبة بلغت ٨٥,٧%، بينما جاء سبب "التواصل مع الأصدقاء والمعارف" في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٧٩,٠%، في حين حلَّ سبب "متابعة أفكار وآراء الآخرين" في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ٦٣,٨%؛ بينما جاء سبب "نشر آرائي وأفكاري" في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت ٥٨,٢%، في حين جاء سبب "مسايرة التطور التكنولوجي" في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت ٤٤,٢%؛ في حين حلَّ سبب "التعرف على ثقافات أخرى" في المرتبة السادسة بنسبة بلغت ٤٠,٦%؛ بينما جاءت باقي الأسباب في مراتب متأخرة وبنسب ضئيلة مقارنة بالأسباب السابقة.

ويرجع تصدر سبب استخدام موقع الفيس بوك في الحصول على معلومات جديدة من وجهة نظر الباحثين - عينة الدراسة - إلى الدور المهم الذي أدته منصات التواصل الاجتماعي في السنوات العشر الأخيرة على المستوى المحلي، وبرز أهمية هذه الشبكات الاجتماعية في التغيرات التي حدثت على النطاق المحلي والإقليمي منذ عام ٢٠١١م وإلى الآن، بالإضافة إلى أن هذه المنصات الاجتماعية أصبحت أحد أهم الأساليب التفاعلية التي تستخدمها وسائل الإعلام المختلفة للوصول إلى عدد أكبر من جمهور المتلقين، كما أن حلول أسباب "التواصل مع الأصدقاء والمعارف، متابعة أفكار وآراء الآخرين، نشر آرائي وأفكاري" في المرتبة الثانية والثالثة والرابعة نتيجة منطقية وطبيعية نظراً لأن

الهدف الرئيس للمنصات الاجتماعية يتمثل في إقامة علاقات اجتماعية افتراضية والتواصل مع الأصدقاء والمعارف، بالإضافة إلى نشر الآراء والأفكار، ومتابعة ما ينشر من أفكار وآراء الآخرين. وتتفق نتائج هذا الجدول مع دراسة (سامح شراقي ٢٠١٥) (lxii)، والتي انتهت إلى تصدر أسباب " تعدد مواقع التواصل الاجتماعي مصدر مهم للمعلومات والأخبار، تلاها سبب التواصل مع الأصدقاء والأقارب" مقدمة أسباب استخدام الباحثين لمواقع التواصل الاجتماعي، وتختلف نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة (مرفت محمد شريف العرضاوي ٢٠١٤) (lxiii) حيث تصدرت أسباب "تضييق الوقت والشعور بالتسلية، التعرف على ثقافات جديدة" مقدمة أسباب استخدام الباحثين لموقع الفيس بوك، ودراسة (عبد الصادق حسن ٢٠١١) (lxiv) حيث تصدر "التعرف على ثقافات الشعوب الأخرى" مقدمة أسباب استخدام الباحثين للفيس بوك.

#### جدول رقم (٥) يوضح مدى تعرض الباحثين للصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية على الفيس بوك

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	ك	مدى تعرض الباحثين للصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية على الفيس بوك
.72463	1.7005	38.6	160	نادراً أو حسب الظروف
		45.7	189	أعرض لها أحيانا
		15.7	65	أعرض لها بصفة مستمرة
		100.0	414	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى مايلي:

أن أغلب الباحثين - عينة الدراسة - يتعرضون للصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية أحياناً حيث تصدرت المرتبة الأولى بنسبة بلغت ٤٥,٧%، بينما جاءت نسبة من يتعرضون للصفحات الإسرائيلية من الباحثين -عينة الدراسة - نادراً أو حسب الظروف في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٣٨,٦%؛ في حين حلت فئة " تعرض الباحثين للصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية بصفة دائمة" في المرتبة الثالثة والأخيرة بنسبة بلغت ١٥,٧%. وربما تعكس نتيجة هذا الجدول وعي الباحثين - عينة الدراسة - بالأهداف التي تسعى إليها هذه الصفحات على الرغم من تزايد أعداد متابعيها أو حتى المعجبين بها.

#### جدول رقم (٦) يوضح الصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية التي يهتم الباحثون بمتابعتها على الفيس بوك

%	ك	الصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية التي يهتم الباحثون بمتابعتها على الفيس بوك
77.5	321	إسرائيل تتكلم بالعربية.
55.3	229	أفيحاي أدرعي.
26.6	110	إسرائيل بالعربية.
17.1	71	السفارة الإسرائيلية في مصر.
11.8	49	إسرائيل بدون رقابة.
9.7	40	Ofir Gendelman أوفير جندلمان.
4.8	20	قف معنا بالعربية Stand With Us Arabic.
ن = ٤١٤		

### تشير بيانات الجدول السابق إلى مايلي:

تصدرت صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" مقدمة الصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية التي يهتم الباحثون بمتابعتها على الفيس بوك بنسبة بلغت ٧٧,٥%، بينما جاءت صفحة "أفيخاي أدري" في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٥٥,٣%؛ في حين جاءت صفحة "إسرائيل بالعربية" في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ٢٦,٦%؛ فيما حلت صفحة السفارة الإسرائيلية في مصر في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت ١٧,١%، بينما جاءت صفحة "إسرائيل بدون رقابة" في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت ٨,١١%؛ في حين جاءت الصفحتان (Ofir Gendelman أوفير جندلمان، قف معنا بالعربية **Stand With Us Arabic**) في مراتب متأخرة وبنسب ضئيلة.

ويرجع تصدر صفحات "إسرائيل تتكلم بالعربية"، "أفيخاي أدري" مقدمة الصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية التي يهتم الباحثون بمتابعتها على الفيس بوك نظراً لأهمها من أولى الصفحات الإسرائيلية التي دشنتها إسرائيل على الفيس بوك منذ عام ٢٠١١م، بالإضافة إلى تعدد المضامين التي تنشرها هذه الصفحات (اقتصادية، سياسية، عسكرية، دينية... الخ).

وتتنفق نتيجة هذا الجدول مع نتيجة دراسة (منة الله كمال موسى)<sup>(xv)</sup> والتي انتهت إلى أن صفحة "إسرائيل تتحدث بالعربية" جاءت في مقدمة الصفحات التي يتابعها الباحثون.

جدول رقم (٧) يوضح دوافع تعرض الباحثين للصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا أوافق		إلى حد ما		أوافق		دوافع تعرض الباحثين للصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية
		%	ك	%	ك	%	ك	
.70574	2.3816	13.0	54	35.7	148	51.2	212	لأفهم كيف يفكر الإسرائيليون.
.68970	2.3696	12.1	50	38.9	161	49.0	203	لأتعرف على صورة مصر في مضامين هذه الصفحات.
.77281	2.3382	18.6	77	29.0	120	52.4	217	للتعرف على تعليقات المستخدمين الآخرين على الموضوعات المنشورة بها.
.73787	2.2995	16.7	69	36.7	152	46.6	193	لأتعرف على صورة المجتمع العربي في المضامين المقدمة.
.84939	2.1208	30.7	127	26.6	110	42.8	177	لأفصح ممارسات الدعاية الإسرائيلية.
.79173	1.9831	32.1	133	37.4	155	30.4	126	لأنها تقدم لي معلومات عن المجتمع الإسرائيلي.
.87736	1.9855	39.1	162	23.2	96	37.7	156	لأنني أجد بها معلومات لا توجد في وسائل الاعلام الأخرى.
.77249	1.9638	31.6	131	40.3	167	28.0	116	من باب الفضول.
.75544	1.9106	33.3	138	42.3	175	24.4	101	لأتعرف على ثقافات المجتمع الإسرائيلي.

.82465	1.7005	53.4	221	23.2	96	23.4	97	لأعبر عن رأيي وأشارك الآخرين في المضمون المقدم.
.77166	1.6353	54.6	226	27.3	113	18.1	75	لأنني أحب متابعة هذه الصفحات الموجهة.
.67617	1.6063	50.2	208	38.9	161	10.9	45	أصبحت عادة لي.

#### تشير بيانات الجدول السابق إلي مايلي:

تصدر دافع "كيف يفكر الإسرائيليون" مقدمة دوافع تعرض الباحثين للصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية بمتوسط حسابي بلغ 2.3816، حيث بلغ نسبة من وافقوا 51،5% في المرتبة الأولى، بينما بلغت نسبة من وافقوا إلى حد ما في المرتبة الثانية بنسبة بلغت 35،7%؛ في حين جاءت نسبة من لم يوافقوا 13،0%، بينما جاء دافع "التعرف على صورة مصر في مضامين هذه الصفحات" في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ 2.3696، حيث بلغت نسبة من وافقوا على أن دافعهم من التعرض لهذه الصفحات هو التعرف على صورة مصر 49،0% وذلك في المرتبة الأولى، بينما جاءت نسبة من وافقوا إلى حد ما في المرتبة الثانية بنسبة بلغت 38،9% في المرتبة الثانية، بينما بلغت نسبة من لم يوافقوا على هذا الدافع 12،1% في المرتبة الثالثة، بينما حلَّ دافع "التعرف على تعليقات المستخدمين الآخرين على الموضوعات المنشورة بها" في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي بلغ 2.3382، حيث بلغت نسبة من وافقوا على أن دافعهم من التعرض لهذه الصفحات هو التعرف على تعليقات المستخدمين الآخرين على الموضوعات المنشورة بها 45،2% وذلك في المرتبة الأولى، بينما جاءت نسبة من وافقوا إلى حد ما في المرتبة الثانية بنسبة بلغت 29،0% في المرتبة الثانية، بينما بلغت نسبة من لم يوافقوا على هذا الدافع 18،6% في المرتبة الثالثة، في حين أعقب هذا الدافع "التعرف على صورة المجتمع العربي في المضامين المقدمة" في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي بلغ 2،2995، حيث بلغت نسبة من وافقوا على ذلك 46،6% وذلك في المرتبة الأولى، بينما جاءت نسبة من وافقوا إلى حد ما في المرتبة الثانية بنسبة بلغت 36،7% في المرتبة الثانية، بينما بلغت نسبة من لم يوافقوا على هذا الدافع 16،7% في المرتبة الثالثة؛ في حين حل دافع "فضح ممارسات الدعاية الإسرائيلية" في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي بلغ 2،1208، حيث بلغت نسبة من وافقوا على ذلك 42،8% وذلك في المرتبة الأولى، بينما بلغت نسبة من لم يوافقوا على هذا الدافع 30،7% في المرتبة الثانية، بينما جاءت نسبة من وافقوا إلى حد ما في المرتبة الثانية بنسبة بلغت 26،6% في المرتبة الثالثة.

بينما حلَّ دافع "تقديم معلومات عن المجتمع الإسرائيلي" في المرتبة السادسة، تلاه دافع "وجود معلومات في هذه الصفحات لا توجد في وسائل الاعلام الأخرى"، بينما حل دافع "الفضول" في المرتبة الثامنة، تلاه دافع "التعرف على ثقافات المجتمع الإسرائيلي" في المرتبة التاسعة.

في حين جاء دوافع "التعبير عن رأيي وأشارك الآخرين في المضمون المقدم"، "لأنني أحب متابعة هذه الصفحات الموجهة"، "أصبحت عادة لي" في المراتب الأخيرة من حيث دوافع استخدام الباحثين لهذه الصفحات.

وتعكس هذه النتائج تصدر الدوافع النفعية مقدمة دوافع تعرض الباحثين - عينة الدراسة - للصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية، وربما يرجع ذلك إلى طبيعة هذه الصفحات التي تستهدف تحسين صورة إسرائيل أو نشر المضامين المرتبطة بإسرائيل من أخبار وفعاليات وأحداث جارية في المقام الأول، كما أن تصدر الدوافع النفعية لدى الباحثين - عينة الدراسة - يرجع إلى أن اسم الصفحة وطبيعتها تجعل الباحث يتعرض لها طبقاً لأهداف نفعية محددة سواء كانت هذا الدافع هو التعرف كيف يفكر الإسرائيليون، أو التعرف على صورة مصر في مضامين هذه الصفحات أو التعرف على

تعليقات المستخدمين الآخرين وذلك وفقاً للعديد من العوامل الديموجرافية والخلفية الثقافية والانتماءات الأيديولوجية للمبحوثين.

جدول رقم (٨) يوضح كيف تعرّف المبحوثون - عينة الدراسة - على الصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية

ك	%	كيف تعرّف المبحوثون على الصفحات الموجهة بالعربية
216	52.2	من الإعلانات الترويجية على موقع الفيسبوك والمواقع الاجتماعية الأخرى.
195	47.1	من خلال مانشرته الوسائل الإعلامية (تقليدية - جديدة) حول هذه الصفحات.
146	35,2	بالصدفة.
119	28.7	من خلال ما نشره أصدقاؤه ومعارفي حول هذه الصفحات.
47	11.4	من خلال مانشره المشاهير على صفحاتهم بخصوص هذه الصفحات.
ن = ٤١٤		

توضح نتائج الجدول السابق مايلي:

تصدرت "الإعلانات الترويجية على موقع الفيسبوك والمواقع الاجتماعية الأخرى" مقدمة الوسائل التي تعرّف المبحوثون - عينة الدراسة - من خلالها على الصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية بنسبة بلغت ٥٢,٢%؛ في حين جاء "مانشرته الوسائل الإعلامية (تقليدية - جديدة) حول هذه الصفحات في المرتبة الثانية كأحد الوسائل التي تعرف من خلالها المبحوثين على هذه الصفحات بنسبة بلغت ٤٧,١%، بينما حلت "الصدفة" في المرتبة الثالثة حول تعرّف المبحوثين على هذه الصفحات بنسبة بلغت ٣٥,٢%، بينما جاءت وسيلة "النشر من خلال أصدقاؤه ومعارفي حول هذه الصفحات" في المرتبة الرابعة ضمن الوسائل التي تعرّف من خلالها المبحوثين على هذه الصفحات بنسبة بلغت ٢٨,٧%؛ في حين حلت فئة "من خلال مانشره المشاهير على صفحاتهم بخصوص هذه الصفحات" في المرتبة الخامسة والأخيرة حول تعرف المبحوثين على الصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية بنسبة بلغت ١١,٤%.

وتعكس هذه النتيجة اهتمام إسرائيل بالفضاء الإلكتروني عموماً، وبمنصات التواصل الاجتماعي على وجه الخصوص ومحاولتها الوصول إلى عدد كبير من المستخدمين لمنصات التواصل الاجتماعي، وذلك من خلال الإعلانات الترويجية لهذه الصفحات على موقع الفيسبوك والمواقع الاجتماعية الأخرى، وذلك بهدف الوصول إلى شريحة عمرية معينة من المستخدمين للمنصات الاجتماعية من الذين تتراوح أعمارهم من ١٨ - ٣٤ سنة، خاصة وأن أكثر من نصف المستخدمين لموقع فيس بوك على مستوى العالم تتراوح أعمارهم من ١٨ - ٣٤ سنة (lxvi).

جدول رقم (٩) يوضح أبرز المضامين التي يحرص المبحوثون على متابعتها في الصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية

ك	%	أبرز المضامين التي يحرص المبحوثون على متابعتها في الصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية
300	72.5	التي تتناول تطورات الأحداث بين إسرائيل ودولة فلسطين.
260	62.8	التي تعكس العلاقة بين مصر وإسرائيل.
233	56.3	المتعلقة بالأحداث التي تمر بها الدول العربية.
169	40.8	الخاصة بعلاقات إسرائيل مع دول الخليج.
149	36.0	التي تتناول الشأن العام الداخلي الإسرائيلي.
88	21.3	المرتبطة بالطقوس اليهودية.

19.1	79	المرتبطة بإيران وحزب الله في المنطقة العربية.
18.4	76	المتعلقة بالقيم والعادات الخاصة بالمجتمع الإسرائيلي.
ن = ٤١٤		

#### تشير بيانات الجدول السابق إلى مايلي:

جاءت المضامين التيتناول "تطورات الأحداث بين إسرائيل ودولة فلسطين" في مقدمة المضامين التي يحرص الباحثون على متابعتها في الصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية بنسبة بلغت ٧٢,٥%، بينما جاءت المضامين التي تعكس العلاقة بين مصر وإسرائيل في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٥٦,٣%؛ في حين حَلَّت المضامين الخاصة بعلاقات إسرائيل مع دول الخليج في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ٤٠,٨%، بينما جاءت المضامين التي تتناول الشأن العام الداخلي الإسرائيلي في المرتبة الرابعة من حيث حرص الباحثين على متابعتها في الصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية بنسبة بلغت ٣٦,٠%، بينما حَلَّت المضامين المرتبطة " بالطقوس اليهودية، والمرتبطة بإيران وحزب الله في المنطقة العربية، بالإضافة إلى المضامين المتعلقة بالقيم والعادات الخاصة بالمجتمع الإسرائيلي" في مراتب متأخرة وبنسب متقاربة من بعضها البعض.

ويرجع تصدر المضامين التي تتناول تطورات الأحداث بين إسرائيل ودولة فلسطين مقدمة المضامين التي يحرص الباحثون على متابعتها في الصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية إلى خصوصية هذه القضية بالنسبة للشعوب العربية بصفة خاصة والشعب المصري بصفة خاصة إضافة إلى مأمثَلِهِ هذه القضية بالنسبة للشعوب العربية باعتبارها جزءاً من هُوِيَّتِها العربية، كما يرجع تَصَدُّر هذه المضامين مقدمة المضامين إلى الأحداث الأخيرة التي شهدتها القضية الفلسطينية بدءاً بما أعلنه رئيس الولايات المتحدة الأمريكية " دونالد ترامب" أن القدس عاصمة لإسرائيل وإنهاءً بما تم الإعلان عنه في مؤتمر جمع بين " دونالد ترامب، نتيناهو" عمَّا يُسَمَّى بصفقة القرن، بينما يرجع تَصَدُّر المضامين المرتبطة بعلاقة مصر بإسرائيل ضمن المضامين التي يحرص الباحثون على متابعتها في هذه الصفحات إلى تَعَرُّف الباحثين -عينة الدراسة- على شكل العلاقة بين مصر وإسرائيل أو الصورة التي تحاول هذه الصفحات ترسيخها لدى المستخدمين عن علاقة إسرائيل بمصر، في حين يرجع تصدر المضامين الخاصة بعلاقات إسرائيل مع دول الخليج ضمن المضامين التي يحرص الباحثون على متابعتها في هذه الصفحات إنطلاقاً من اهتمام الباحثين بالشأن العربي على أساس أن دول الخليج جزءاً من الأمة العربية.

#### جدول رقم (١٠) يوضح الإشباع التي يحققها تعرض الباحثون للصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا أوافق		إلى حد ما		أوافق		الإشباع التي يحققها تعرض الباحثون للصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية
		%	ك	%	ك	%	ك	
.74869	2.1667	21.0	87	41.3	171	37.7	156	ساهمت في إمدادي بالمعلومات حول سياسات إسرائيل الخارجية.
.75829	1.8261	38.9	161	39.6	164	21.5	89	أستطيع التعبير عما في داخلي تجاه إسرائيل بحرية.
		40.6	168	37.9	157	21.5	89	أمدتني بكم هائل من المعلومات حول



.76536	1.8092							إسرائيل.
.70050	1.7729	38.4	159	45.9	190	15.7	65	أمدتي بالمعلومات حول الطقوس اليهودية.
.76670	1.7343	46.1	191	34.3	142	19.6	81	أسهمت في مشاركتي في التفاعلات حول المضامين المطروحة.
.71514	1.6232	51.4	213	34.8	144	13.8	57	أسهمت في تعليم بعض المصطلحات العبرية.
.50630	1.2150	82.9	343	12.8	53	4.3	18	أسهمت في تكوين صورة إيجابية تجاه إسرائيل.
.49489	1.1957	84.8	351	10.9	45	4.3	18	أسهمت في خلق تعاطف مع إسرائيل.
.51801	1.1715	89.1	369	4.6	19	6.3	26	أسهمت في إقامة علاقات اجتماعية مع بعض الإسرائيلين.

#### تشير بيانات الجدول السابق إلى مايلي:

جاءت إجابات المبحوثين حول الإشباع التي يحققها تعرضهم للصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية بأنها "ساهمت في إمدادي بالمعلومات حول سياسات إسرائيل الخارجية" في مقدمة الإشباع التي تحققت من تعرضهم لهذه الصفحات بمتوسط حسابي بلغ ٢,١٦٦٧؛ حيث بلغت نسبة من وافقوا على ذلك ٣٧,٧%، بينما بلغت نسبة من وافقوا إلى حد ما ٤١,٣%؛ في حين بلغت نسبة غير الموافقين ٠,٢١%، بينما جاء الإشباع المتعلق "بالتعبير عما في داخلي تجاه إسرائيل بحرية" في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ ١,٨٢٦١؛ حيث بلغت نسبة من وافقوا ٢١,٥%، في حين بلغت نسبة من وافقوا إلى حد ما ٣٩,٦%، بينما نسبة غير الموافقين ٣٨,٩%؛ في حين جاء الإشباع المتعلق بأن هذه الصفحات "أمدتي بكم هائل من المعلومات حول إسرائيل" في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي بلغ ١,٨٠٩٢، حيث بلغت نسبة من وافقوا ٢١,٥%، في حين بلغت نسبة من وافقوا إلى حد ما ٣٧,٩%، بينما نسبة غير الموافقين ٤٠,٦%؛ بينما حل الإشباع المتعلق بأن هذه الصفحات أمدتي بالمعلومات حول الطقوس اليهودية في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي بلغ ١,٧٧٢٩، حيث بلغت نسبة من وافقوا ١٥,٧%، في حين بلغت نسبة من وافقوا إلى حد ما ٤٥,٩%، بينما نسبة غير الموافقين ٣٨,٤%؛ بينما حلَّ الإشباع المتعلق بأن هذه الصفحات أسهمت في مشاركتي في التفاعلات حول المضامين المطروحة في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي بلغ ١,٧٣٤٣، حيث بلغت نسبة من وافقوا ١٩,٦%، في حين بلغت نسبة من وافقوا إلى حد ما ٣٤,٣%، بينما نسبة غير الموافقين ٤٦,١%، في حين جاء الإشباع المتعلق بأن هذه الصفحات أسهمت في تعليم بعض المصطلحات العبرية في المرتبة السادسة بمتوسط حسابي بلغ ١,٦٢٣٢؛ حيث بلغت نسبة من وافقوا ١٣,٨%، في حين بلغت نسبة من وافقوا إلى حد ما ٣٤,٨%، بينما نسبة غير الموافقين ٥١,٤%.

بينما حلت باقي الإشباع في مراتب متأخرة وبنسب متقاربة من بعضها البعض فحلَّ الإشباع المتعلق بأن هذه الصفحات أسهمت في تكوين صورة إيجابية تجاه إسرائيل في المرتبة السابعة بمتوسط حسابي بلغ ١,٢١٥٠، بينما جاء الإشباع المتعلق بأن هذه الصفحات أسهمت في خلق تعاطف مع إسرائيل في المرتبة الثامنة بمتوسط حسابي بلغ

١٩٥٧،١ في حين حُلَّ الإشباع المتعلق بأن هذه الصفحات أسهمت في إقامة علاقات اجتماعية مع بعض الإسرائيلين في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ ١٧١٥،١. ويرى الباحث أن تصدر الإشباعات المرتبطة بالمساهمة في إمداد الباحثين بالمعلومات حول سياسات إسرائيل الخارجية، أستطيع التعبير عما في داخلي تجاه إسرائيل بحرية، أمدتني بكم هائل من المعلومات حول إسرائيل، يأتي متوافقاً مع الأسباب المرتبطة باستخدام الفيس بوك والتي أكَّدَ المبحوثون على أن أهم الأسباب التي تدفعهم لاستخدام الفيس بوك يتمثل في الحصول على المعلومات والأخبار الجديدة، كما أن تصدر الإشباعات المرتبطة بالمحتوى الذي تقدمه الوسيلة الإعلامية ( موقع الفيس بوك) والمتمثلة في إشباعات توجيهية: **Oriental** يتناسب مع تصدر الدوافع النفعية للمبحوثين مقدمة دوافع تعرضهم لهذه الصفحات، كما يرى الباحث أن مجيء الإشباعات المرتبطة بالعملية الإعلامية سواءً تلك الإشباعات شبه توجيهية **Para- Oriental**، إشباعات شبه اجتماعية **Para- Social** ، في مرتبة متأخرة يتناسب ويتوافق مع دوافع استخدام المبحوثين لهذه الصفحات.

جدول رقم (١١) يوضح مناقشة المبحوثين لمضامين الموضوعات التي تعرضها الصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية

مناقشة المبحوثين لمضامين الموضوعات التي تعرضها الصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية	ك	%
نعم	155	37.4
لا	259	62.6
الاجمالي	414	100.0

تشير بيانات الجدول السابق إلى مايلي:

جاءت إجابات المبحوثين - عينة الدراسة - بأنهم لا يتناقشون مع مضامين الموضوعات التي تعرضها الصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية في المرتبة الأولى بنسبة بلغت ٦٢،٦%؛ في حين جاءت إجابات المبحوثين الذين يتناقشون مع مضامين الموضوعات التي تعرضها هذه الصفحات في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٣٧،٤%. ويرى الباحث أن هذه النتيجة تعكس عدم اهتمام متابعي الصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية بالمضامين التي تعرضها هذه الصفحات نظراً لأن أغلب إجابات المبحوثين جاءت بعدم مناقشتهم لما تعرضه هذه الصفحات، وربما يرجع ذلك إلى وعي المبحوثين - عينة الدراسة - بما تحاول هذه الصفحات تحقيقه من تحسين صورة إسرائيل، أو لأنه لا يريد أن يعطيها شهرة أكثر من خلال مناقشته للمضامين التي تعرضها هذه الصفحات، ومن ثم يكتفي بمجرد التعرض لتلك الصفحات فقط.

جدول رقم (١٢) يوضح الأطراف التي يتناقش معهم المبحوثين حول المضامين التي تنشرها الصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية

الأطراف التي يتناقش معهم المبحوثين	دائماً		أحياناً		نادراً		الاجمالي		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
الأصدقاء.	61.9	96	30.3	47	7.7	12	100	155	2.5419	.63694
زملاء الدراسة أو العمل.	64.5	100	23.9	37	11.6	18	100	155	2.5290	.69609
مع أصدقاء في مجموعات افتراضية على الفيس بوك.	17.4	27	47.7	74	34.8	54	100	155	1.8000	.75076

79966	1.5419	100	155	63.9	99	17.4	27	18.7	29	الأسرة.
-------	--------	-----	-----	------	----	------	----	------	----	---------

### توضيح بيانات الجدول السابق مايلي:

تصدرت فئة "الأصدقاء" مقدمة الأطراف التي يتناقش معهم الباحثون حول المضامين التي تنشرها الصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ ٢,٥٤١٩، حيث بلغت نسبة من يتناقشون مع الأصدقاء بصفة دائمة المرتبة الأولى بنسبة بلغت ٦١,٩% بينما بلغت نسبة من يتناقشون بصفة أحيانا المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٣٠,٣%؛ في حين جاء نسبة الباحثين الذين يتناقشون مع الأصدقاء بصفة نادرة في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ٧,٧%، بينما جاءت فئة "زملاء الدراسة أو العمل" في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ ٢,٥٢٩٠، حيث بلغت نسبة من يتناقشون معهم من الباحثين بصفة دائمة المرتبة الأولى بنسبة بلغت ٦٤,٥% بينما بلغت نسبة من يتناقشون بصفة أحيانا المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٢٣,٩%؛ في حين جاء نسبة الباحثين الذين يتناقشون مع زملاء الدراسة أو العمل بصفة نادرة في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ١١,٦%، بينما جاء مناقشة الباحثين مع أصدقاء في مجموعات افتراضية على الفيس بوك في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي بلغ ١,٨٠٠٠، حيث بلغت نسبة من يتناقشون معهم من الباحثين بصفة أحيانا المرتبة الأولى بنسبة بلغت ٤٧,٧% بينما بلغت نسبة من يتناقشون بصفة نادرة المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٣٤,٨%؛ في حين جاء نسبة الباحثين الذين يتناقشون مع زملاء الدراسة أو العمل بصفة دائمة في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ١٧,٤%، في حين حلت "الأسرة" في المرتبة الأخيرة من حيث الأطراف التي يتناقش معهم الباحثون حول المضامين التي تقدمها هذه الصفحات بمتوسط حسابي بلغ ١,٥٤١٩، حيث بلغت نسبة من يتناقشون معهم من الباحثين بصفة نادراً المرتبة الأولى بنسبة بلغت ٦٣,٩% بينما بلغت نسبة من يتناقشون بصفة دائمة المرتبة الثانية بنسبة بلغت ١٨,٧%؛ في حين جاء نسبة الباحثين الذين يتناقشون مع زملاء الدراسة أو العمل بصفة أحيانا في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ١٧,٤%

ويرى الباحث أن تصدر فئة الأصدقاء، وزملاء العمل والدراسة مقدمة الأطراف التي يتناقش معهم الباحثون حول المضامين التي تنشرها الصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية تُعدُّ نتيجة منطقية نظراً لأن أغلب مستخدمي موقع الفيس بوك من الفئات العمرية من ١٤ - ٣٤ سنة وهذه الفئة تمثل أهمية كبيرة لهذه الفئة العمرية خاصة في ظل هذا الواقع الافتراضي الذي أثار سلباً على دور الأسرة في عملية التربية، كما أن مناقشة الباحثين مع أصدقاء في مجموعات افتراضية على الفيس بوك وحلولاها في المرتبة الثالثة ربما يعود إلى تحوُّل الباحثين من المناقشة مع مثل هذه الأطراف لعدم ثقتهم في هذا الطرف أو خوفهم من أن هذه المجموعات ربما تكون كئيبات إلكترونية أو هاركرز يستهدف ابتزازهم، ومن ثمَّ يتعدون قدر الإمكان عن المناقشة مع هذا الطرف؛ في حين يأتي دور الأسرة في المرتبة الأخيرة ضمن الأطراف التي يتناقش معها الباحثون حول المضامين التي تعرضها هذه الصفحات ربما لما أحدثته ثورة الاتصال والمعلومات من عملية الاغتراب والعزلة الاجتماعية ولعل ذلك أحد أهم الأسباب حول الأسرة في المرتبة الأخيرة.

وتتنفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة (هبة الله جمال شاهين) (lxvii)، والتي انتهت إلى امتلاك صفحات الدعاية الإسرائيلية على موقع الفيسبوك إمكانية تأثير ضعيفة على الشباب المصري سواء على الذات أو الآخرين (أقرب الأصدقاء والشباب الآخرين على موقع الفيسبوك).

جدول رقم (١٣) وضع اتجاه من يتناقش معهم المبحوثون حول مضامين الصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	ك	اتجاه من يتناقش معهم المبحوثون حول مضامين الصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية
.51145	2.5548	.6	1	الموافقة على ماتعرضة الصفحة من مضامين
		43.2	67	معارضة ماتعرضة الصفحة من مضامين.
		56.1	87	الموافقة على بعض ماتعرضه الصفحات ومعارضة بعضها.
		100.0	155	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى مايلي:

جاء اتجاه "الموافقة على بعض ماتعرضه الصفحات ومعارضة بعضها" في مقدمة اتجاه من يتناقش معهم المبحوثون حول مضامين الصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية بنسبة بلغت ٥٦,١%، بينما جاء الاتجاه الخاص "بمعارضة ماتعرضة الصفحة من مضامين" في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٤٣/٥٢%؛ في حين حُلَّ اتجاه "الموافقة على ماتعرضة الصفحة من مضامين" في المرتبة الثالثة من حيث اتجاه من يتناقش معهم المبحوثون حول مضامين الصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية بنسبة بلغت ٠,٦%.

جدول رقم (١٤) يوضح تفاعل المبحوثون مع مضامين الموضوعات التي تعرضها الصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية

%	ك	تفاعل المبحوثون مع مضامين الموضوعات التي تعرضها الصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية
21.7	90	نعم
78.3	324	لا
100.0	414	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى مايلي:

جاءت إجابات المبحوثين - عينة الدراسة- بأنهم لا يتفاعلون مع مضامين الموضوعات التي تعرضها الصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية في المرتبة الأولى بنسبة بلغت ٧٨,٣%؛ في جاءت إجابات المبحوثين الذين يتفاعلون مع مضامين الموضوعات التي تعرضها هذه الصفحات في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٢١,٧%.

وتعد هذه النتيجة طبيعية ومنطقية مع نتائج الجدول قبل السابق والذي أظهر عدم مناقشة المبحوثين مع غيرهم حول المضامين التي تطرحها هذه الصفحات، كما أن اتجاه من يتناقشون معهم حول هذه المضامين أوضح معارضتهم لأغلب ما هو مطروح من مضامين في هذه الصفحات، ومن ثم كان لتأثير الجماعات الأولية التي ينتمي إليها المبحوثين دوراً مهماً في عملية عدم التفاعل مع مضامين هذه الصفحات.

جدول رقم (١٥) يوضح الأساليب التفاعلية التي يستخدمها المبحوثون خلال تفاعلهم مع الصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الاجمالي		نادراً		أحيانا		دائماً		الأساليب التفاعلية التي يستخدمها المبحوثون
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
.72204	1.8667	100	90	33.3	30	46.7	42	20.0	18	التعليق على مشاركات بعض المستخدمين الآخرين.

.70143	1.8111	100	90	35.6	32	47.8	43	16.7	15	التعليق على المنشور (Comment).
.66442	1.6889	100	90	42.2	38	46.7	42	11.1	10	عمل إعجاب بالمشور (Like).
.61494	1.6778	100	90	40.0	36	52.2	47	7.8	7	الإجابة على الاستبيانات التي تطرحها الصفحات.
.64030	1.5111	100	90	56.7	51	35.6	32	7.8	7	مشاركة الخبر أو إعادة نشره (Share).
.69022	1.4667	100	90	64.4	58	24.4	22	11.1	10	المشاركة في الهاشتاجات التي تطلقها الصفحات.
.50081	1.3667	100	90	63.3	57	36.7	33	0	0	عمل إشارات للأصدقاء في المنشورات (Mention).

#### تشير بيانات الجدول السابق إلى مايلي:

تصدر أسلوب "التعليق على مشاركات بعض المستخدمين الآخرين" مقدمة الأساليب التفاعلية التي يستخدمها الباحثون خلال تفاعلهم مع الصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ ١,٨٦٦٧، حيث بلغت نسبة من يعلقون على مشاركات بعض المستخدمين الآخرين بصفة أحيانا ٤٦,٧% في المرتبة الأولى؛ في حين جاءت نسبة من يعلقون بصفة نادره في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٣٣,٣%، بينما جاءت نسبة الباحثين الذين يعلقون بصفة دائمة في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ٢٠,٠%، بينما جاء أسلوب "التعليق على المنشور (Comment)" في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ ١,٨١١١، حيث بلغت نسبة من يعلقون على المنشورات بصفة أحيانا ٤٧,٨% في المرتبة الأولى؛ في حين جاءت نسبة من يعلقون بصفة نادره في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٣٥,٦%، بينما جاءت نسبة الباحثين الذين يعلقون بصفة دائمة في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ١٦,٧%؛ في حين جاء أسلوب "عمل إعجاب بالمشور (Like)" في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي بلغ ١,٦٨٨٩، حيث بلغت نسبة من يعملون إعجاب على المنشورات بصفة أحيانا ٤٦,٧% في المرتبة الأولى؛ في حين جاءت نسبة من يعلقون بصفة نادره في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٢٢,٢% بينما جاءت نسبة الباحثين الذين يعلقون بصفة دائمة في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ١١,١%، في حين حلَّ أسلوب "الإجابة على الاستبيانات التي تطرحها الصفحات" في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي بلغ ١,٦٧٧٨، حيث بلغت نسبة من يجيبون على الاستبيانات التي تطرحها هذه الصفحات بصفة أحيانا ٥٢,٢% في المرتبة الأولى؛ في حين جاءت نسبة من يعلقون بصفة نادره في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٤٠,٠% بينما جاءت نسبة الباحثين الذين يعلقون بصفة دائمة في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ٧,٨%.

في حين جاءت باقي الأساليب التفاعلية الباقية في مراتب متأخرة، فجاء أسلوب "مشاركة الخبر أو إعادة نشره (Share)" في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي بلغ ١,٥١١١، بينما جاء أسلوب "المشاركة في الهاشتاجات التي تطلقها الصفحات" في المرتبة السادسة بمتوسط حسابي بلغ ١,٤٦٦٧؛ في حين حلَّ أسلوب "عمل إشارات للأصدقاء في المنشورات (Mention)" في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ ١,٣٦٦٧.

ويرى الباحث أن تصدر الأساليب التفاعلية المتمثلة في "التعليق على مشاركات بعض المستخدمين الآخرين ، التعليق على المنشور (Comment)، عمل إعجاب بالمشور (Like)، الإجابة على الاستبيانات التي تطرحها الصفحات مقدمة الأساليب التفاعلية المستخدمة من الباحثين - عينة الدراسة - خلال تفاعلهم مع مضامين هذه الصفحات يتناسب مع أسباب استخدام الباحثين للفيس بوك والذي جاء سبب "التعبير عن آرائي بحرية" في مقدمة الأسباب التي تدفع الباحثين لاستخدام فيس بوك، وهو ماظهر جلياً في استخدامهم للأساليب التفاعلية التي تتناسب مع ذلك، كما تتناسب هذه الأساليب المتصدرة المراتب الأولى مع دوافع تعرض الباحثين لهذه الصفحات والتي تصدر أغلبها في "الأفهم كيف يفكر الإسرائيليون"، " للتعرف على تعليقات المستخدمين الآخرين على الموضوعات المنشورة بها"، كما تتناسب مع الإشباع التي حققها الباحثين جراء تعرضهم لهذه الصفحات والتي جاء في مقدمتها "أستطيع التعبير عما في داخلي تجاه إسرائيل بحرية" ليكون تفاعل الباحثين مع مضامين هذه الصفحات متمثلاً في التعليق على مشورات المستخدمين الآخرين أو التعليق على منشورات الصفحة.

جدول رقم (١٦) يوضح أسباب عدم تفاعل الباحثين مع مضامين الصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية

أسباب عدم تفاعل الباحثين مع مضامين الصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية	ك	%
لأن التفاعل معها سوف يؤدي إلى زيادة شهرتها.	260	80.2
ليقيني أن التفاعل مع هذه الصفحات يعطيها فرصة حول شرعنة بعض الأحداث.	223	68.8
لشعوري بالخوف من التفاعل مع هذه الصفحات بأي شكل من الأشكال.	210	64.8
لخوفي من التعرض للتعليقات الهجومية من الكتائب الإلكترونية التي توظفها الصفحة.	186	57.4
عدم اهتمامي بالقضايا التي تعرضها الصفحات.	94	29.0
ن = ٣٢٤		

تشير بيانات الجدول السابق إلى مايلي:

جاء سبب "أن التفاعل مع الصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية سوف يؤدي إلى زيادة شهرتها" في مقدمة أسباب عدم تفاعل الباحثين مع مضامين الصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية بنسبة بلغت ٨٠,٢%، بينما جاء سبب "يقين الباحثين أن التفاعل مع هذه الصفحات يعطيها فرصة حول شرعنة بعض الأحداث" في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٦٨,٨%؛ في حين جاء "شعور الباحثين بالخوف من التفاعل مع هذه الصفحات بأي شكل من الأشكال" في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ٦٤,٨%؛ في حين حلَّ سبب "خوف الباحثين من التعرض للتعليقات الهجومية من الكتائب الإلكترونية التي تُوظفها الصفحة في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت ٥٧,٤%؛ في حين حلَّ سبب "عدم اهتمام الباحثين بالقضايا التي تعرضها الصفحات" في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت ٢٩,٠%.

جدول رقم (١٧) يوضح أثر تعرض مستخدمي الصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية على الهوية الثقافية للمستخدمين

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		أثر تعرض مستخدمي الصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية على الهوية الثقافية للمستخدمين
		%	ك	%	ك	%	ك	
.57311	1.3043	75.4	312	18.8	78	5.8	24	إسرائيل دولة صديقة لمصر.
.43518	1.1280	91.1	377	5.1	21	3.9	16	إسرائيل دولة لا تشكل خطورة على الامن القومي

								المصري والعربي.
.47575	1.1594	88.6	367	6.8	28	4.6	19	حركات المقاومة الفلسطينية هي حركات تمارس الإرهاب ضد إسرائيل.
.41402	1.1570	86.2	357	11.8	49	1.9	8	إسرائيل دولة جارة لمصر ولها حق التعايش السلمي.
.32054	1.1159	88.4	366	11.6	48	0	0	إسرائيل دولة تحترم التعددية الدينية على أرضها.
.28211	1.0870	91.3	378	8.7	36	0	0	يعامل الإسرائيليون الشعب الفلسطيني معاملة كريمة.
.33412	1.0676	95.7	396	1.9	8	2.4	10	إسرائيل دولة تتسم بالإنسانية في تعاملاتها مع أبناء الشعوب العربية.
.31264	1.0628	95.7	396	2.4	10	1.9	8	إسرائيل دولة صاحبة أرض منذ الآلاف السنين.
.20418	1.0435	95.7	396	4.3	18	0	0	إسرائيل دولة تدافع عن حقها وحق شعبها ضد الفلسطينيين.

#### توضيح بيانات الجدول السابق مايلي:

تصدر الاتجاه المعارض مقدمة اتجاهات الباحثين - عينة الدراسة - حول تأثير تعرض مستخدمي الصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية على الهوية الثقافية للمستخدمين، فحلَّ في المرتبة الأولى الاتجاه المعارض بأن "إسرائيل دولة صديقة لمصر" بمتوسط حسابي بلغ ١,٣٠٤٣، حيث بلغت نسبة المعارضين ٧٥,٤% متصدرة المرتبة الأولى، بينما جاء الاتجاه المحايد في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ١٨,٨%؛ في حين حلَّ الاتجاه الموافق في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ٥,٨%، بينما حلَّ في المرتبة الثانية الاتجاه المعارض المتعلق بأن "إسرائيل دولة لا تشكل خطورة على الامن القومي المصري والعربي" بمتوسط حسابي بلغ ١,١٢٨٠، حيث بلغت نسبة المعارضين من الباحثين - عينة الدراسة - ٩١,١% متصدرة المرتبة الأولى، بينما جاء الاتجاه المحايد في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ١,٥%؛ في حين حلَّ الاتجاه الموافق في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ٣,٩%، في حين جاء الاتجاه المعارض المتعلق بأن "حركات المقاومة الفلسطينية هي حركات تمارس الإرهاب ضد إسرائيل" في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي بلغ ١,١٥٩٤، حيث تصدرت الاتجاه المعارضين المرتبة الأولى بنسبة بلغت ٨٨,٦%، بينما جاء الاتجاه المحايد في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٦,٨%؛ في حين حلَّ الاتجاه الموافق في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ٤,٦%، بينما جاء الاتجاه المعارض المتعلق بأن "إسرائيل دولة جارة لمصر ولها حق التعايش السلمي" في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي بلغ ١,١٥٧٠، حيث تصدرت الاتجاه المعارضين المرتبة الأولى بنسبة بلغت ٨٦,٢%، بينما جاء الاتجاه المحايد في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ١١,٨%؛ في حين حلَّ الاتجاه الموافق في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ١,٩%، في حين جاء الاتجاه المعارض المتعلق بأن "إسرائيل دولة تحترم التعددية الدينية على أرضها" في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي بلغ ١,١١٥٩، حيث تصدرت الاتجاه المعارضين المرتبة الأولى بنسبة بلغت ٨٨,٤%، بينما جاء الاتجاه المحايد في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ١١,٩%.

بينما حلَّت باقي الفئات الباقية المرتبطة بتأثير تعرض مستخدمي الصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية على الهوية الثقافية للمستخدمين في مراتب متأخرة وينسب متقاربة من بعضها من حيث الاتجاه المعارض لهذه التأثير، فجاء الاتجاه المعارض المتعلق بأن الإسرائيليون يعاملون الشعب الفلسطيني معاملة كريمة في المرتبة السادسة بمتوسط حسابي بلغ ١,٠٨٧٠، بينما جاء الاتجاه المعارض المتعلق بأن إسرائيل دولة تتسم بالإنسانية في تعاملاتها مع أبناء الشعوب العربية

في المرتبة السابعة بمتوسط حسابي بلغ ١٠٠٦٧٦، بينما حلَّ الاتجاه المعارض للمبشرين - عينة الدراسة حول أن إسرائيل دولة صاحبة أرض منذ الآلاف السنين في المرتبة الثامنة بمتوسط حسابي بلغ ١٠٠٦٢٨، بينما حلَّ في المرتبة التاسعة والأخيرة من معارضة المبشرين - عينة الدراسة - بأن إسرائيل دولة تدافع عن حقها وحق شعبها ضد الفلسطينيين بمتوسط حسابي بلغ ١٠٠٤٣٥.

وتعكس نتائج هذا الجدول السابق أن هذه الصفحات الدعائية الموجهة بالعربية لم تؤثر على هوية المبشرين الثقافية بل أكدت هذه النتائج وعي المبشرين بالأهداف التي تسعى هذه الصفحات لتحقيقها سواء من خلال تغيير الصورة الذهنية عن إسرائيل، ومحاولة تشكيل صورة إيجابية حول إسرائيل، والتي أكدتها نتائج دراسة ( محمد زيدان الخرابشة ٢٠١٨م) <sup>(lxviii)</sup>، ودراسة (Hind Ataallah Khlaifat 2016) <sup>(lxix)</sup> حول أهداف الصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية والتي تمثَّلت في تشكيل صورة إسرائيل بأنها بلد محبة للسلام، بالإضافة إلى استخدامها الدين كغطاء لاستقطاب المتعاطفين مع إسرائيل، ويؤثر على شرعية الصراع الفلسطيني بالنسبة للعرب. وتتفق نتائج هذا الجدول مع النتيجة التي انتهت إليها دراسة (هبة الله جمال شاهين) <sup>(lxx)</sup>، حول امتلاك صفحات الدعاية الإسرائيلية على موقع الفيسبوك إمكانية تأثير ضعيفة على الشباب المصري سواء على الذات أو الآخرين (أقرب الأصدقاء والشباب الآخرين على موقع الفيسبوك).

جدول رقم (١٨) يوضح الهدف من المضامين المقدمة عبر الصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية من وجهة نظر المبشرين

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا أوافق		إلى حد ما		أوافق تماما		الهدف من المضامين المقدمة عبر الصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية من وجهة نظر المبشرين
		%	ك	%	ك	%	ك	
.47024	2.7609	1.9	8	20.0	83	78.0	323	تسعى مضامين هذه الصفحات اندماج مستخدميها مع الثقافات التي تسعى لترويجها.
.57145	2.7536	7.0	29	10.6	44	82.4	341	تستهدف مضامين هذه الصفحات التأثير على المعتقدات المتأصلة لدينا تجاه إسرائيل.
.53066	2.7367	4.3	18	17.6	73	78.0	323	تستهدف هذه الصفحات بث قيم التفوق والنجاح لإسرائيل في العديد من المجالات لدى متابعيها.
.52469	2.7295	3.9	16	19.3	80	76.8	318	تسعى هذه الصفحات إلى بث روح الانتماء لدى كل مايعادبها في المنطقة العربية.
.65808	2.7005	11.1	46	7.7	32	81.2	336	تسعى هذه الصفحات إلى التشكيك في بعض الحقائق التاريخية .
.50553	2.6836	1.9	8	27.8	115	70.3	291	تستهدف هذه الصفحات ضياع الهوية الثقافية الوطنية.
.53086	2.6111	2.2	9	34.5	143	63.3	262	تهدف هذه الصفحات من خلال المضمون



								المقدم إلى إدخال قيم غريبة عن ثقافتنا تجاه إسرائيل.
.72039	2.5531	13.5	56	17.6	73	68.8	285	تستهدف مضامين هذه الصفحات تشويه الشخصيات الوطنية في العالم العربي.
.70762	2.5411	12.6	52	20.8	86	66.7	276	تستهدف هذه الصفحات التخلي عن المورثات الثقافية تجاه إسرائيل.
.87798	2.2440	29.2	121	17.1	71	53.6	222	تسعى هذه الصفحات إلى ترسيخ مفاهيم مغلوطة عن إسرائيل.
.80212	1.9444	35.0	145	35.5	147	29.5	122	يؤدي التفاعل والاندماج مع ماتقدمه هذه الصفحات إلى تقليل الولاء والانتماء للوطن.

### توضيح بيانات الجدول السابق مايلي:

تصدر الاتجاه الموافق مقدمة اتجاهات الباحثين - عينة الدراسة - حول الهدف من المضامين المقدمة عبر الصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية، فجاء الاتجاه الموافق بأن "مضامين هذه الصفحات تسعى إلى اندماج مستخدميها مع الثقافات التي تسعى لترويجها" في مقدمة اتجاهات الباحثين حول هدف المضامين المقدمة في هذه الصفحات بمتوسط حسابي بلغ ٢٠٧٦٠٩، بينما جاء الهدف المتعلق بأن مضامين هذه الصفحات "تستهدف التأثير على المعتقدات المتأصلة لدينا تجاه إسرائيل" في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ ٢٠٧٥٣٦؛ في حين حُلَّ الهدف المتعلق بأن "هذه الصفحات تستهدف بث قيم التفوق والنجاح لإسرائيل في العديد من المجالات لدى متابعيها" في المرتبة الثالثة من حيث موافقة الباحثين بمتوسط حسابي بلغ ٢٠٧٣٦٧، بينما جاء الهدف الخاص بأن "هذه الصفحات تسعى إلى بث روح الانتماء لدى كل مايعادها في المنطقة العربية" في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي بلغ ٢٠٧٢٩٥؛ في حين جاء اتجاه الباحثين بالموافقة حول الهدف المتعلق "بأن هذه الصفحات تسعى إلى التشكيك في بعض الحقائق التاريخية" في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت ٢٠٧٠٠٥؛ في حين حُلَّ الهدف الخاص "بأن هذه الصفحات تستهدف ضياع الهوية الثقافية الوطنية" في المرتبة السادسة من حيث موافقة الباحثين - عينة الدراسة - بمتوسط حسابي بلغ ٢٠٦٨٣٦، بينما حُلَّ الهدف المتعلق بأن هذه الصفحات "تهدف من خلال المضمون المقدم إلى إدخال قيم غريبة عن ثقافتنا تجاه إسرائيل" في المرتبة السابعة بمتوسط حسابي بلغ ٢٠٦١١١، بينما جاء الهدف المتعلق "بأن مضامين هذه الصفحات تستهدف تشويه الشخصيات الوطنية في العالم العربي" في المرتبة الثامنة من حيث موافقة الباحثين على الهدف من المضامين المقدمة عبر الصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية بمتوسط حسابي بلغ ٢٠٥٥٣١، بينما حُلَّ الهدف المتعلق بأن هذه الصفحات تستهدف التخلي عن المورثات الثقافية تجاه إسرائيل في المرتبة التاسعة بمتوسط حسابي بلغ ٢٠٥٤١١، بينما جاء الهدف الخاص "بأن هذه الصفحات تسعى إلى ترسيخ مفاهيم مغلوطة عن إسرائيل" من حيث موافقة الباحثين بمتوسط حسابي بلغ ٢٠٢٤٤٠؛ في حين حُلَّ الهدف المتعلق بأن التفاعل والاندماج مع ماتقدمه هذه الصفحات يؤدي إلى تقليل الولاء والانتماء للوطن في المرتبة العاشرة والأخيرة بمتوسط حسابي بلغ ١٠٩٤٤٤.

وتعكس هذه النتائج وعي الباحثين بما تقدمه هذه الصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية من مضامين مختلفة تستهدف التأثير على هوية المستخدمين الثقافية، وهو مظاهر جلياً في إجابات الباحثين حول أهداف المضامين التي

تقدمها هذه الصفحات، كما أن نتائج هذا الجدول تتفق مع ماتوصلت إليها نتائج دراسة ( محمد زيدان الخرابشة ٢٠١٨م)<sup>(lxxi)</sup>، ودراسة (Hind Ataallah Khlaifat 2016)<sup>(lxxii)</sup> حول أهداف الصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية والتي تمثلت في تشكيل صورة إسرائيل بأنها بلد محبة للسلام، بالإضافة إلى استخدامها الدين كغطاء لاستقطاب المتعاطفين مع إسرائيل، ويؤثر على شرعية الصراع الفلسطيني بالنسبة للعرب، ومع دراسة (ألاء عبداللطيف)<sup>(lxxiii)</sup> والتي خلصت إلى توظيف التكتيكات العاطفية في تطبيق الصفحات الإسرائيلية لإستراتيجية العلاقات العامة، والدمج بين الأساليب العاطفية مثل التهديد والتخويف والتكذيب والتشكيك في العدو وبين الأساليب المنطقية خاصة تكتيك البرهنة في إطار إثبات صحة ما تقوله إسرائيل عنكونها ضحية الاعتداءات والصواريخ الموجهة إليها من قبل الأعداء، ودراسة (دعاء صلاح فريد)<sup>(lxxiv)</sup> والتي انتهت إلى أن أكثر من نصف العينة يعارضون التطبيع مع إسرائيل.

#### نتائج فروض الدراسة:

الفرض الأول: يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين حول تأثير تعرض مستخدمي الصحف الإسرائيلية الموجهة بالعربية على هويتهم الثقافية تبعاً للمتغيرات الديموغرافية. وينبثق من هذا الفرض عدد من الفروض الفرعية التالية:

الفرض الفرعي الأول: يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين حول تأثير تعرض مستخدمي الصحف الإسرائيلية الموجهة بالعربية على هويتهم الثقافية تبعاً لمتغير النوع.

جدول رقم (١٩) يوضح الفروق بين الباحثين - عينة الدراسة - حول تأثير تعرضهم للصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية على هويتهم الثقافية تبعاً لمتغير النوع

مستوى المعنوية	درجة الحرية	قيمة ت	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التكرارات	النوع	أثر تعرض مستخدمي الصحف الإسرائيلية الموجهة بالعربية على هويتهم الثقافية
.000	412	4.568	.26648	1.1534	323	ذكر	
			.07182	1.0244	91	أنثى	

تشير بيانات الجدول السابق إلى مايلي:

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين - عينة الدراسة - حول تأثير تعرض مستخدمي الصحف الإسرائيلية الموجهة بالعربية على هويتهم الثقافية تبعاً لمتغير النوع، حيث بلغ معامل (T) (4,568)، وهي دالة عند مستوى معنوية بلغ (.000).

الفرض الفرعي الثاني: يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين - عينة الدراسة - حول تأثير تعرض مستخدمي الصحف الإسرائيلية الموجهة بالعربية على هويتهم الثقافية تبعاً لمتغير السن.

جدول رقم (٢٠) يوضح الفروق بين الباحثين - عينة الدراسة - حول تأثير تعرضهم للصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية على هويتهم الثقافية تبعاً لمتغير السن

مستوى المعنوية	درجة الحرية	قيمة F	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التكرارات	السن	أثر تعرض مستخدمي الصحف الإسرائيلية
			.03607	1.0131	68	من ١٨ إلى أقل من ٣٠ سنة	

.000	3	25.820	21204.	1.1026	248	من ٣٠ سنة إلى أقل من ٤٠ سنة	الموجهة بالعربية على هويتهم الثقافية
			.35093	1.3160	77	من ٤٠ سنة إلى أقل من ٥٠ سنة	
			.05686	1.0529	21	٥٠ سنة فأكثر	
			.24362	1.1251	414	الإجمالي	

تشير بيانات الجدول السابق إلى مايلي:

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بينالمبحوثين- عينة الدراسة - حول تأثير تعرض مستخدمي الصحف الإسرائيلية الموجهة بالعربية على هويتهمالثقافية تبعاً لمتغير السن، حيث بلغ معامل (F)(25.820)، وهي دالة عند مستوى معنوية بلغ(0.000).

الفرض الفرعي الثالث:يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين - عينة الدراسة - حول تأثير تعرض مستخدمي الصحف الإسرائيلية الموجهة بالعربية على هويتهمالثقافية تبعاً لمتغير المستوى التعليمي.

جدول رقم (٢١) يوضح الفروق بين المبحوثين - عينة الدراسة- حول تأثير تعرضهم للصفحات الإسرائيلية

الموجهة بالعربية على هويتهم الثقافية تبعاً لمتغير المستوى التعليمي

مستوى المعنوية	درجة الحرية	قيمة F	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التكرارات	المستوى التعليمي	أثر تعرض مستخدمي الصحف الإسرائيلية الموجهة بالعربية على هويتهمالثقافية
.329	2	1.115	.31223	1.1351	37	مؤهل متوسط	
			.09795	1.0930	98	مؤهل فوق الجامعي	
			.26781	1.1350	279	مؤهل جامعي	
			.24362	1.1251	414	الإجمالي	

تشير بيانات الجدول السابق إلى مايلي:

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بينالمبحوثين- عينة الدراسة - حول تأثير تعرض مستخدمي الصحف الإسرائيلية الموجهة بالعربية على هويتهمالثقافية تبعاً لمتغير المستوى التعليمي، حيث بلغ معامل (F)(1.115)، وهي غير دالة عند مستوى معنوية بلغ(0.329).

وبناءً على ماسبق يتحقق صحة الفرض الثالث بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين حول تأثير تعرض مستخدمي الصحف الإسرائيلية الموجهة بالعربية على هويتهمالثقافية تبعاً للمتغيرات الديموغرافية جزئياً.

الفرض الثاني: يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين- عينة الدراسة- تجاه أهداف المضامين المقدمة في هذه الصفحات تبعاً للمتغيرات الديموغرافية.

وينبثق من هذا الفرض عدد من الفروض الفرعية التالية:

الفرض الفرعي الأول: يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين- عينة الدراسة- تجاه أهداف المضامين المقدمة في هذه الصفحات تبعاً لمتغير النوع.

جدول رقم (٢٢) يوضح الفروق بين المبحوثين - عينة الدراسة - تجاه أهداف المضامين المقدمة في هذه الصفحات تبعاً لمتغير النوع

مستوى المعنوية	درجة الحرية	قيمة ت	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التكرارات	النوع	أهداف المضامين المقدمة في هذه الصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية
.582	412	.550	.40053	2.5747	323	ذكر	
			.40891	2.5485	91	أنثى	

تشير بيانات الجدول السابق إلى مايلي:

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بينالمبحوثين- عينة الدراسة -تجاه أهداف المضامين المقدمة في هذه الصفحات على تبعاً لمتغير النوع ، حيث بلغ معامل (T)(.550)، وهي غير دالة عند مستوى معنوية بلغ(.582).  
الفرض الفرعي الثاني: يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين- عينة الدراسة- تجاه أهداف المضامين المقدمة في هذه الصفحات على تبعاً للمتغير السن.

جدول رقم (٢٣) يوضح الفروق بين المبحوثين - عينة الدراسة - تجاه أهداف المضامين المقدمة في هذه

الصفحات على تبعاً لمتغير السن

مستوى المعنوية	درجة الحرية	قيمة F	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التكرارات	السن	أهداف المضامين المقدمة في هذه الصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية
.000	3	11.703	.59231	2.4332	68	من ١٨ إلى أقل من ٣٠ سنة	
			.32573	2.6008	248	من ٣٠ سنة إلى أقل من ٤٠ سنة	
			.39292	2.4805	77	من ٤٠ سنة إلى أقل من ٥٠ سنة	
			.04652	2.9567	21	٥٠ سنة فأكثر	
			.40204	2.5690	414	الإجمالي	

تشير بيانات الجدول السابق إلى مايلي:

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بينالمبحوثين- عينة الدراسة -تجاه أهداف المضامين المقدمة في هذه الصفحات على تبعاً لمتغير السن ، حيث بلغ معامل (F)(11,703)، وهي دالة عند مستوى معنوية بلغ(.000).  
الفرض الفرعي الثالث: يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين- عينة الدراسة- تجاه أهداف المضامين المقدمة في هذه الصفحات على تبعاً للمتغير المستوى التعليمي.

جدول رقم (٢٤) يوضح الفروق بين المبحوثين - عينة الدراسة - تجاه أهداف المضامين المقدمة في هذه الصفحات تبعاً لمتغير المستوى التعليمي

مستوى المعنوية	درجة الحرية	قيمة F	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التكرارات	المستوى التعليمي	أهداف المضامين المقدمة في هذه الصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية
.000	2	11.837	.50268	2.3980	37	مؤهل متوسط	
			.16657	2.7217	98	مؤهل فوق الجامعي	
			.42970	2.5380	279	مؤهل جامعي	
			.40204	2.5690	414	الإجمالي	

تشير بيانات الجدول السابق إلى مايلي:

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بينالمبحوثين- عينة الدراسة -تجاه أهداف المضامين المقدمة في هذه الصفحات على تبعاً لمتغير المستوى التعليمي، حيث بلغ معامل (F) (11,837)، وهي دالة عند مستوى معنوية بلغ (0.000). وبناءً على ماسبق يتحقق صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين- عينة الدراسة- تجاه أهداف المضامين المقدمة في هذه الصفحات تبعاً للمتغيرات الديموغرافية جزئياً. الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية بين تعرض المبحوثين للصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية وأثر ذلك على هويتهم الثقافية.

جدول رقم (٢٥) يوضح العلاقة بين تعرض المبحوثين للصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية وتأثير ذلك على هويتهمالثقافية

أثر ذلك على هوية المبحوثين الثقافية.		تعرض المبحوثين للصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية
044.	معامل الارتباط	
374.	الدلالة المعنوية	
414	العدد	

تشير بيانات الجدول السابق إلى مايلي:

عدم وجود علاقة ارتباطية بين تعرض المبحوثين للصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية وتأثير ذلك على هوية المبحوثين الثقافية، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط سيرمان (0.044)، وهي غير دالة عند مستوى معنوية (0.374). وبذلك يمكن القول بعدم صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية بين تعرض المبحوثين للصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية وأثر ذلك على هويتهمالثقافية. الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية بين دوافع تعرض المبحوثين للصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية والاشباع المتحققة منها.

جدول رقم (٢٦) يوضح العلاقة بين دوافع تعرض المبحوثين للصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية والاشباع المتحققة منها

الاشباع المتحققة منها.		دوافع تعرض المبحوثين للصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية
778.	معامل الارتباط	
000.	الدلالة المعنوية	
414	العدد	

تشير بيانات الجدول السابق إلى مايلي:

وجود علاقة ارتباطية بين دوافع تعرض المبحوثين للصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية والاشباع المتحققة منها، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط سيرمان (0.778)، وهي دالة عند مستوى معنوية (0.000). وبذلك يتحقق صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية بين دوافع تعرض المبحوثين للصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية والاشباع المتحققة منها.

مناقشة نتائج الدراسة:

توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج تمثل أبرزها فيما يلي:

١. أظهرت نتائج الدراسة أن أغلب الباحثين - عينة الدراسة - يتعرضون للصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية بصفة أحياناً؛ حيث تصدرت المرتبة الأولى من حيث تعرض الباحثين لهذه الصفحات تلتها تعرض الباحثين لهذه الصفحات بصفة نادرة، في حين جاء تعرض الباحثين لهذه الصفحات بصفة دائمة في المرتبة الثالثة.
٢. تصدر دافع " كيف يفكر الإسرائيليون" مقدمة دوافع تعرض الباحثين للصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية، تلاه التعرف على صورة مصر في مضامين هذه الصفحات؛ في حين جاء التعرف على تعليقات المستخدمين الآخرين على الموضوعات المنشورة بها في المرتبة الثالثة، بينما حلَّ دافع التعرف على صورة المجتمع العربي في المضامين المقدمة في المرتبة الرابعة.
٣. تصدرت " الإعلانات الترويجية على موقع الفيسبوك والمواقع الاجتماعية الأخرى" مقدمة الوسائل التي تعرف الباحثون - عينة الدراسة - من خلالها على الصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية، تلتها مانشرته الوسائل الإعلامية (تقليدية - جديدة) حول هذه الصفحات.
٤. جاءت المضامين التي تناول تطورات الأحداث بين إسرائيل ودولة فلسطين في مقدمة المضامين التي يحرص الباحثون على متابعتها في الصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية، تلتها المضامين التي تعكس العلاقة بين مصر وإسرائيل، ثم المضامين الخاصة بعلاقات إسرائيل مع دول الخليج.
٥. جاءت إجابات الباحثين حول الإشباع التي يحققها تعرضهم للصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية بأنها " ساهمت في إمدادي بالمعلومات حول سياسات إسرائيل الخارجية" في مقدمة الإشباع التي تحققت من تعرضهم لهذه الصفحات، تلاها الإشباع المتعلق بالتعبير عما في داخلي تجاه إسرائيل بحرية"، ثم "أمدتني بكم هائل من المعلومات حول إسرائيل".
٦. تصدرت فئة "الأصدقاء" مقدمة الأطراف التي يتناقش معهم الباحثين حول المضامين التي تنشرها الصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية، تلتها فئة "زملاء الدراسة أو العمل"، ثم مناقشة الباحثين مع أصدقاء في مجموعات افتراضية على الفيس بوك، بينما حلَّت الأسرة في المرتبة الأخيرة.
٧. تصدر أسلوب "التعليق على مشاركات بعض المستخدمين الآخرين" مقدمة الأساليب التفاعلية التي يستخدمها الباحثون خلال تفاعلهم مع الصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية المرتبة الأولى، تلاها أسلوب "التعليق على المنشور (Comment)"، ثم أسلوب "عمل إعجاب بالمنشور (Like)".
٨. جاء سبب "أن التفاعل مع الصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية سوف يؤدي إلى زيادة شهرتها" في مقدمة أسباب عدم تفاعل الباحثين مع مضامين الصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية، تلاه سبب "يقين الباحثين أن التفاعل مع هذه الصفحات يعطيها فرصة حول شرعنة بعض الأحداث، ثم شعور الباحثين بالخوف من التفاعل مع هذه الصفحات بأي شكل من الأشكال".
٩. أظهرت نتائج الدراسة أن هذه الصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية لم تؤثر على هُوِيَّةِ الباحثين الثقافية.
١٠. أظهرت الدراسة وعي الباحثين - عينة الدراسة - بالأهداف التي تسعى الصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية إليها من خلال المضامين التي تنشرها سواء تلك المرتبطة بمحاولة اندماج مستخدميها مع الثقافات التي تسعى لترويجها، التأثير على المعتقدات المتأصلة لدى الباحثين تجاه إسرائيل، أو بث قيم التفوق والنجاح لإسرائيل في العديد من المجالات لدى متابعيها وغيرها من الأهداف.

١١. أُثبتت الدراسة صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين حول تأثير تعرض مستخدمي الصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية على هُوِيَّتِهِم الثقافية تبعاً للمتغيرات الديموغرافية جزئياً.
١٢. أُثبتت الدراسة صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين - عينة الدراسة - تجاه أهداف المضامين المقدمة في هذه الصفحات على تبعاً للمتغيرات الديموغرافية جزئياً.
١٣. أُثبتت الدراسة عدم صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية بين تعرض المبحوثين للصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية وأثر ذلك على هُوِيَّتِهِم الثقافية.
١٤. أُثبتت الدراسة صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية بين دوافع تعرض المبحوثين للصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية والاشباع المتحققة منها.

#### مايشيره البحث من بحوث ودراسات:

١. إجراء دراسة حول دلالات الخطاب المقدم في مضامين الصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية.
٢. إجراء دراسة حول سيمولوجية الصورة المقدمة في مضامين الصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية.
٣. إجراء دراسة حول سمات تعليقات مستخدمي الصفحات الإسرائيلية الموجهة بالعربية تجاه القضايا العربية.

(i) [https://datareportal.com/digital-inegypt?utm\\_source=Reports&utm\\_medium=PDF&utm\\_campaign=Digital\\_2020&utm\\_content=Country\\_Link\\_Slide/](https://datareportal.com/digital-inegypt?utm_source=Reports&utm_medium=PDF&utm_campaign=Digital_2020&utm_content=Country_Link_Slide/) بتاريخ ١٢/٣/٢٠٢٠م الساعة ٨:٠٠ م

(ii) خيرة محمددي (٢٠١٧)، شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية عند الشباب الجزائري - دراسة وصفية تحليلية لعينة من صفحات مستخدمي موقع الفيسبوك، **مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية**، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، العدد ١١، ص ١٥٧، ١٥٨

(iii) سامية جفال، مسعودة طلحه (٢٠١٨)، الهوية الثقافية في ظل تكنولوجيا الاتصال الرقمي الجديد وانحسار ثقافة المجتمعات، **Route Educational & Social Science Journal**, Vol. 5(14), P.p

(iv) هناء عبدالرحمن محمد (٢٠١٧)، تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية للشباب: دراسة تطبيقية مقارنة بين مصر والكويت، رسالة **دكتوراه**، غير منشورة، ( جامعة الزقازيق: كلية الآداب، قسم الإعلام).

(v) خيرة محمددي (٢٠١٧)، مرجع سابق، ص ١٥٦-١٧٠.

(٥) آلاء بنت علي بن محمد الغامدي (٢٠١٨)، واقع دور شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على الهوية الثقافية لدى طالبات المرحلة الثانوية بمدينة الرياض، **مجلة كلية التربية**، جامعة أسيوط، كلية التربية، المجلد ٣٤، العدد ٢، ص ٤٩٨-٥٥٢.

(vii) Mathew Bumbalough, (2016), THE IMPACT OF SOCIAL MEDIA ON IDENTITY FORMATION: A NETNOGRAPHIC STUDY OF KOREAN GRADUATE STUDENTS' VIRTUAL COMMUNITIES OF PRACTICE, **PHD**, Indiana University, faculty of the Graduate School, ProQuest Dissertations Publishing,

(viii) Nolan Brinkman, (2018), Racial Identities on Social Media: Projecting Racial Identities on Facebook, Instagram, and Twitter, **Master of Arts, Minnesota State University**, Mankato Mankato, Minnesota.

(ix) Shaurav Raj Adhikari, (2016), Identity and Information Sharing in Social Media: A study of Political Identity and Social Media Behavior, **Master of ARTS**, University of Minnesota, ProQuest Dissertations Publishing,

(X) غادة الهامى السيد حسن، (٢٠١٨)، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الهوية الثقافية للشباب المصري (ثقف نفسك - ثقافة)، رسالة ماجستير، غير منشورة، ( جامعة المنصورة: كلية الآداب، قسم الإعلام).

(XI) خلود محمد رشاد محمد (٢٠١٧)، استخدامات الإنترنت ودورها في تشكيل هوية الجالية العربية بالدانمارك، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة عين شمس. كلية البنات للآداب والعلوم والتربية. قسم الاجتماع. شعبة الإعلام.

(xii) أنور شحادة حسين نصار (٢٠١٦)، واقع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى طلبة كليات التربية بجامعة غزة ودورها في تعزيز الهوية الثقافية، **مجلة جامعة فلسطين للأبحاث والدراسات**، جامعة فلسطين - عمادة الدراسات العليا والبحث العلمي، المجلد ٦، العدد الأول، ص ١٦١-١٨٥.

(xiii) مرفت محمد شريف العضاوي (٢٠١٤)، دور الإعلام الجديد في تشكيل الهوية الثقافية للمراهقين السعوديين: دراسة مسحية لمستخدمي موقع الفيس بوك بمدينة جدة، **مجلة كلية الآداب**، جامعة الزقازيق، كلية الآداب، العدد ٧١، ص ٢٥٧-٢٩٨.

(xiv) أميرة مصطفى أحمد البطريق، (٢٠١١)، العلاقة بين التعرض للمواقع الاجتماعية على شبكة الإنترنت وإدراك الشباب الجامعي للهوية الثقافية العربية في ظل العولمة: دراسة على موقع الفيس بوك، **بحث مقدم في مؤتمر العلوم الإنسانية والعولمة**، جامعة قناة السويس، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، ص ٣١٦-٣٧١.

(XV) عبدالصادق حسن، (٢٠١١)، استخدام الشباب الجامعي لموقع الفيس بوك وعلاقته بالهوية الثقافية في ضوء تداعيات العولمة دراسة مقارنة بين مصر والبحرين، **بحث مقدم في مؤتمر العلوم الإنسانية والعولمة**، جامعة قناة السويس، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، ص ٧٩-١٤٧.

(xvi) أماني رضا عبدالمنصود مصطفى (٢٠١٩)، دور مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اهتمامات المتابعين تجاه انماط الحياة اليومية، **المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال**، جامعة الأهرام الكندية، العدد ٢٦، ص ١١٠-١٥٧.



(xvii) غادة صلاح الدين النشار(٢٠١٨)، تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على أنشطة التكيف الذاتي للأفراد خلال فترات الأزمات: دراسة كيفية، *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*، جامعة الأهرام الكندية، العدد ٢٤، ص ١١٢-١٤٢.

(xviii) سمر عز الدين جلال،(٢٠١٨)، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب : دراسة ميدانية ، *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*، جامعة الأهرام الكندية، العدد ٢٣، ص ٢٠٠-٢١١.

(xix)Kim, Yonghwan, Yuan Wang, and Jeyoung Oh,(2016), Digital Media Use and Social Engagement: How Social Media and Smartphone Use Influence Social Activities of College Students, *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, Vol. 19, No. 4, P.p.464-469.

Available at: <https://doi.org/10.1089/cyber.2015.0408>

(XX) شيماء جمال سعيد الشناوي،(٢٠١٧)، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالاعتزاز الاجتماعي لدى عينة من المراهقين الصم، رسالة ماجستير، *غير منشورة*، (جامعة المنوفية: كلية التربية النوعية. قسم اعلام تربوي).

(xxi) سامح السيد شراقي (٢٠١٥)، استخدام الشباب لمواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالاعتزاز - دراسة ميدانية، رسالة ماجستير، *غير منشورة* (جامعة الأزهر: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون).

(xxii)Vigil, Tammy R , . and H. Denis Wu, (2015), "Facebook Users' Engagement and Perceived Life Satisfaction." *Media and Communication*, Vol. 3, No. 1, P.p.5-16.

Available

at:

<https://search.proquest.com/openview/a8dd9d5116ef3d30560df3aa1258b105/1?pqorigsite=gscholar&cbl=2034126>

(xxiii) أحمد عرابي حسين الترك & نسرين محمد الأطرش (٢٠١٩)، استخدامات الصحفيين الفلسطينيين للمصادر الإسرائيلية والإشباع المتحققة: دراسة ميدانية، *مجلة الجامعة الإسلامية للبحوث الإنسانية*، المجلد ٢٧، العدد ٣، (الجامعة الإسلامية بغزة، شئون البحث العلمي والدراسات العليا، ص ٢٣-٧٧.

(xxiv) محمد زيدان الخرابشة(٢٠١٨)، الإطار الإعلامي للدعاية الإسرائيلية على الفيسبوك، رسالة ماجستير، *غير منشورة*، (الأردن: جامعة الشرق الأوسط، قسم الإعلام).

(xxv)Hind Ataallah Khlaifat,(2016), *The Israeli Media Policy on Social Networking Platforms: Arabic Tweets of the Spokesman of the "Israeli Defense Forces" as a model*, master of Media and Journalism, *University of Petra Jordan*)

(xxvi) هبة الله جمال أحمد أحمد شاهين،(٢٠١٧)، إدراك الشباب المصري لتأثير صفحات الدعاية الإسرائيلية باللغة العربية علي موقع الفيسبوك، رسالة دكتوراه، *غير منشورة*، (جامعة المنصورة، كلية الآداب ، قسم الإعلام).

(xxvii) ألاء فوزي السيد عبد اللطيف(٢٠١٥)، الاستراتيجيات الاتصالية للدبلوماسية العامة الإسرائيلية عبر الانترنت، دراسة تحليلية، رسالة ماجستير، *غير منشورة* ، (جامعة القاهرة : كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة).

(xxviii) دعاء صلاح فريد محمد(٢٠١٥)، صورة المجتمع الإسرائيلي كما تعكسها الأفلام والمسلسلات المصرية وعلاقتها باتجاهات الشباب نحو تطبيع العلاقات مع إسرائيل، رسالة ماجستير، *غير منشورة*، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون).

(xxix) دعاء أحمد محمد البنا(٢٠١٥)، معالجة أخبار وقضايا إسرائيل في القنوات الفضائية واتجاهات النخبة نحوها، رسالة دكتوراه، *غير منشورة*، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون).

(xxx) منة الله كمال موسى (٢٠١٤)، علاقة الشباب المصري بالمواقع الإلكترونية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية على الإنترنت، رسالة ماجستير، *غير منشورة*، (جامعة القاهرة : كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون).

(xxxi)[https://dataportal.com/digital-in-egypt?utm\\_source=Reports&utm\\_medium=PDF&utm\\_campaign=Digital\\_2020&utm\\_content=Country\\_Link\\_Slide](https://dataportal.com/digital-in-egypt?utm_source=Reports&utm_medium=PDF&utm_campaign=Digital_2020&utm_content=Country_Link_Slide)

بتاريخ ١٢/٣/٢٠٢٠م الساعة ٤:٠٠م

(xxxii) محمد عبد الحميد، البحث العلمى فى الدراسات الإعلامية، مرجع سابق، ص ٣٥٣.

(xxxiii) خالد صلاح الدين حسن (٢٠٠٦)، مستويات مصادقية وسائل الإعلام المصرية لدى الجمهور: دراسة كمية/ كيفية فى إطار النموذج البنائى

للمصادقية، المجلد المصرية لبحوث الإعلام، العدد ٢٦ (، جامعة القاهرة: كلية الإعلام) ص ١٢٧:١٨٧، ص ١٤

(xxxiv) محمد عبد الحميد (١٩٩٢)، دراسة الجمهور فى بحوث الإعلام، (القاهرة: عالم الكتب)، ص ١٢١

(xxxv) تم عرض الاستمارة على السادة المحكمين التالية أسمائهم، مرتبة أبجدياً وفقاً لدرجاتهم العلمية:

١. أ. د/ رضا عبدالواحد أمين وكيل كلية الإعلام - جامعة الأزهر

٢. أ. د/ عبد العزيز السيد عبدالعزيز عميد كلية الإعلام - جامعة بني سويف.

٣. أ. د/ وائل إسماعيل عبدالبارى أستاذ الإعلام بكلية البنات - جامعة عين شمس.

٤. أ. د/ عبد العظيم إبراهيم خضر أستاذ الصحافة المساعد بكلية الإعلام - جامعة الأزهر.

(xxxvi) بركات عبدالعزيز (٢٠١١)، مناهج البحث الإعلامى: الأصول النظرية ومهارات التطبيق، ط ١، (القاهرة: دار الكتاب الحديث)، ص ١٩٠

(xxxvii) محمد منير حجاب (٢٠٠٣)، الموسوعة الإعلامية، ط ١، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع)، ص (٢٦٠٩).

(xxxviii) [https://datareportal.com/digital-in-egypt?utm\\_source=Reports&utm\\_medium=PDF&utm\\_campaign=Digital\\_2020&utm\\_content=Country\\_Link\\_Slide](https://datareportal.com/digital-in-egypt?utm_source=Reports&utm_medium=PDF&utm_campaign=Digital_2020&utm_content=Country_Link_Slide)

بتاريخ ٢٠٢٠/٣/١١ الساعة ٨:٠٠م

بتاريخ ٢٠٢٠/٣/١١ الساعة ٨:٠٠م

(xxxix) حسن عماد مكاوي (٢٠١١)، مراجعة الدراسات العربية لنظرية الاستخدامات والإشباع خلال العشرين عاماً الأخيرة من ١٩٩١-٢٠١١م، بحث مقدم

فى المؤتمر العلمى الدولى السابع عشر لكلية الإعلام جامعة القاهرة فى الفترة من ١٩-٢٠ ديسمبر ٢٠١١م، ص ٤٤٩-٤٥٠.

(xl) - استند الباحث فى هذه الجزئية إلى المراجع التالية:

١- حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد (٢٠٠٣)، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط ٤، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية)، ص ٢٤١.

2- Elihu Katz, G. Blumler, Michael Gurevitch, (1974), uses and gratifications research. **the public opinion quarterly**, Vol.37, No.4, P.p510-511.

(xli) حسن عماد مكاوي (٢٠١١)، مراجعة الدراسات العربية لنظرية الاستخدامات والإشباع خلال العشرين عاماً الأخيرة من ١٩٩١-٢٠١١م، مرجع سابق،

ص ٤٣٢.

(xlii) عاطف عدلى العبد، نعى عاطف العبد (٢٠٠٨)، نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية، ط ١، (القاهرة: دار الفكر العربى)، ص ٣٠٦-٣٠٧.

(xliii) Alexis S. Tan, (1985), **Communication Theories and Research**, New York, John Wiley and Sons, P.p235-236.

(xliv) حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد (٢٠٠٣)، مرجع سابق، ص ٢٤٣

(xlv) Deborah S. Chung, (2008), Blogging activity among cancer patients and their companions: Uses, gratifications, and predictors of outcomes, **Journal of the American Society for Information Science and Technology**, Volume 59, Issue 2, P.298.

(xlvii) Zizi Papacharissi, & Andrew L Mendelson, (2007), "An Exploratory Study of Reality Appeal: Uses and Gratifications of Reality TV Shows", **Journal of Broadcasting & Electronic Media**, Jun, Vol. 51 Issue 2, P.p355-370.

(xlviii) Werner J. Severin, James W. Tankard Jr. **Communication Theories: Origins, Methods and Uses in the Mass Media**, 3th Edition, New York, London: Longman, P.p249-250

(xlviii) أحمد أحمد عثمان (٢٠١١)، بحوث الغرس الثقافى للتلفزيون فى مصر والعالم، بحث مقدم فى المؤتمر العلمى الدولى السابع عشر لكلية الإعلام

جامعة القاهرة فى الفترة من ١٩-٢٠ ديسمبر ٢٠١١م، ص ٣٧١-٤٢٧

(xlix) عبد الصادق حسن عبد الصادق (٢٠١٦)، القيم التي يكتسبها الشباب الجامعي من برامج تليفزيون الواقع بالفضائيات العربية: دراسة مقارنة بين طلبة الجامعات المصرية والبحرينية في إطار نظرية الغرس الثقافي، **حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية**، الحولية ٣٧، الرسالة ٤٦٢، جامعة الكويت، مجلس النشر العلمي، ص ٤٨٨.

(l) W James Potter & IK Chin change, (1990), Television Exposure Measures and the Cultivation Hypothesis, **Journal of Broadcasting and Electronic Media**, vol.34, No.3, Summer 1990, p313-333

(li) محمد عبدالمحميد (٢٠٠٤)، **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير**، ط ٣، القاهرة: عالم الكتب، ص ٣٣٧-٣٣٤

(lii) مرفت الطرايشي، عبدالعزيز السيد (٢٠٠٦)، **نظريات الاتصال**، القاهرة: دار النهضة العربية، ص ٢٨٧-٢٨٨

(liii) James Weston, (1998), **Media Communication: an Introduction to theory and process**, 1st edition, New York : Macmillan press, pp 67, 68

(liv) مرفت الطرايشي، عبد العزيز السيد (٢٠٠٦)، مرجع سابق، ص ٢٨٩-٢٩٠.

(lv) <https://wearesocial-net.s3.amazonaws.com/uk/wp-content/uploads/sites/2/2020/01/10-Social-Media-Daily-Time-%E2%80%93DataReportal-Digital-2020-Global-Digital-Overview-Slide-92.png> بتاريخ

٢٠٢٠/٣/٢، الساعة ٣:٣٦م

(lvi) هناء عبدالرحمن محمد (٢٠١٧)، مرجع سابق، ص ١٥٧.

(lvii) سمر عز الدين جلال (٢٠١٨)، مرجع سابق، ص ٢٠٦.

(lviii) أماني رضا عبدالمقصود، (٢٠١٨)، مرجع سابق، ص ١٣٤

(lix) <https://wearesocial-net.s3.amazonaws.com/uk/wp-content/uploads/sites/2/2020/01/10-Social-Media-Daily-Time-%E2%80%93DataReportal-Digital-2020-Global-Digital-Overview-Slide-92.png> بتاريخ

٢٠٢٠/٣/٢، الساعة ٨:٤٧م

(lx) عبدالصادق حسن، (٢٠١١)، استخدام الشباب الجامعي لموقع الفيس بوك وعلاقته بالهوية الثقافية في ضوء تداعيات العولمة دراسة مقارنة بين مصر والبحرين، **بحث مقدم في مؤتمر العلوم الإنسانية والعولمة**، جامعة قناة السويس، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، ص ١١٢.

(lxi) سامح شراقي، (٢٠١٥)، مرجع سابق، ص ١٧٤

(lxii) سامح شراقي (٢٠١٥)، مرجع سابق، ص ١٧٧

(lxiii) مرفت محمد شريف العرضاوي (٢٠١٤)، مرجع سابق، ص ٢٨١

(lxiv) عبدالصادق حسن (٢٠١١)، مرجع سابق، ص ١١٨

(lxv) منة الله كمال موسى (٢٠١٤)، مرجع سابق.

(lxvi) <https://wearesocial-net.s3.amazonaws.com/uk/wp-content/uploads/sites/2/2020/01/12-Facebook-Overview-%E2%80%93DataReportal-Digital-2020-Global-Digital-Overview-Slide-101.png> بتاريخ

٢٠٢٠/٣/٣، الساعة ١٠:٣٤ ص

(lxvii) هبة الله جمال أحمد أحمد شاهين، (٢٠١٧)، مرجع سابق.

(lxviii) محمد زيدان الخرابشة (٢٠١٨)، مرجع سابق.

(lxix) Hind Ataallah Khlaifat, (2016), Op. cit

(lxx) هبة الله جمال أحمد أحمد شاهين، (٢٠١٧)، مرجع سابق.

(lxxi) محمد زيدان الخرابشة (٢٠١٨)، مرجع سابق.

(lxxii) Hind Ataallah Khlaifat, (2016), Op. cit

(lxxiii) ألاء فوزي السيد عبد اللطيف (٢٠١٥)، مرجع سابق.

(lxxiv) دعاء صلاح فريد محمد (٢٠١٥)، مرجع سابق.