

أثر درجة الاهتمام بمتابعة الصفحات الإسرائيلية الموجهة على موقع فيس بوك على تشكيل الصورة الذهنية عن المجتمع الإسرائيلي لدى الشباب المصري

د. إيمان صابر صادق شاهين*

ملخص: تسعى الباحثة في الدراسة الحالية إلى الكشف عن أثر الاهتمام بمتابعة الصفحات الإسرائيلية الموجهة على موقع فيس بوك على الصورة الذهنية المتكوّنة لدى الشباب المصري نحو المجتمع الإسرائيلي، وقد اعتمدت الباحثة على نظرية فجوة المعرفة، وقامت بتطبيق أداة المقياس على (200) مفردة من الشباب المصري في الفئة العمرية من (18-30) عامًا ممن يهتمون بمتابعة الصفحات، وكشفت نتائج الدراسة عن: وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الصورة الذهنية المتكوّنة لدى الشباب المصري نحو المجتمع الإسرائيلي تُعزى إلى درجة الاهتمام بمتابعة المضامين المنشورة بالصفحات الإسرائيلية على موقع فيس بوك، وكانت الفروق لصالح الاهتمام والمتابعة الدائمة بمتوسط حسابي (122,5794) مقابل (112,6041) لـ (أحيانًا) وذلك عند مستوى دلالة (0,05)، و(103,7500) لـ (نادرًا) وذلك عند مستوى دلالة (0,01).

الكلمات المفتاحية: الصفحات الإسرائيلية الموجهة، شبكات التواصل الاجتماعي، الصورة الذهنية.

The Impact of the Extent of Concern of Following up the oriented Israeli Pages on Facebook in Forming the Mental Image of Israeli Society among Egyptian Youth .

The study aims to examine the impact the extent of concern of following up the oriented Israeli pages on Facebook in forming the Mental Image on Israeli society on Egyptian youth .The researcher depended on the Knowledge Gap theory to interpret the data which was collected from 200 people (18-30) according to some criteria ,mainly whom are interested in following up the pages mentioned above. The findings exposed that there are some significant statistical differences on the formative Mental Image due to the extent of concern of following up the contents of the Israeli pages on Facebook.

* مدرس بقسم الإعلام بكلية البنات، جامعة عين شمس.

مقدمة:

تنبه الباحثون منذ فترة بعيدة نسبيًا إلى أهمية الصورة الذهنية في تكوين انطباعات الفرد ومواقفه وسلوكياته تجاه مختلف القضايا والشخصيات العامة، والدول والشعوب، فضلًا عن المنظمات الحكومية والخاصة، والعلامات التجارية، وصولًا لدورها في اتخاذ قرارات الشراء والسفر إلى بعض الدول، ويرجع الفضل في إطلاق هذا المصطلح إلى "والتر ليبمان" عام (1922)، وبعد أربع سنوات من نشر كتاب ليبمان قام باحث آخر وهو "بوجارس" بتصميم مقياسًا للتعرف على الصورة الذهنية لدى شعب عن غيره من الشعوب (عبدالرحمن عبدالله، 2009: 2)، ثم انتقل الاهتمام إلى خبراء الاتصال والإعلام منذ الستينيات من القرن العشرين تأثرًا بكتاب "لي بريستول Lee Bristol" "تطوير صورة المنشأة" عام (1960) والذي كان له أثر كبير في نشر مفهوم صورة المنشأة بين رجال الأعمال (على فرجاني، 2018، 1)

ونظرًا لأهمية الصورة الذهنية سعى العديد من الدول والمنظمات والأفراد إلى استخدام وسائل الإعلام بمختلف أنواعها من أجل بناء صورتها الذهنية وتشكيلها، وتغيير اتجاه الشعوب نحو بعضها البعض وتغيير صورتها من السلبية إلى صورة إيجابية خاصة وأن الإعلام الجديد يُعد من أنجح الوسائل في الوصول للشعوب بما يتيح من إمكانيات سمعية وبصرية ومؤثرات صوتية من نص وصورة وفيديو، وذلك بغرض التأثير عليها نفسيًا لتحقيق أهداف سياسية أو اقتصادية أو دينية أو ثقافية، فقد استطاعت وسائل الإعلام خلال فترة ما بعد 2003 أن ترسم صورة قائمة عن مدينة الموصل العراقية من خلال ما نُشر بالفضائيات ووكالات الأنباء والمواقع الإلكترونية التي وصفت مدينة الموصل بأنها "المدينة الأخطر في العالم" (سرمد الكوكب، 2013).

علاوة على ذلك تؤكد الأطر النظرية أن تكوين الصورة الذهنية وبناء المعاني من أهم وظائف الإعلام، ومن تلك النظريات نظرية التفاعلية الرمزية، والتعلم بالملاحظة، والغرس الثقافي، ودوام الصمت، وفجوة المعرفة والتسويق الاجتماعي ونظرية ترتيب الأولويات. كما لا يخلو مؤلف في الإعلام من تناول لقضية التأثيرات الإعلامية وأنواعها وشروطها ومناهجها والاتجاهات البحثية لها والانتقادات الموجهة إليها من أنصار الاتجاه الآخر ومن وسائل الإعلام ككل.

وقد تنبّهت إسرائيل إلى ذلك منذ قيامها – من خلال رؤية- "تيودور هرتزل" المؤسس الحقيقي للصهيونية الحديثة والصحفي النمساوي اليهودي- للدور الإعلامي في بناء وتشكيل الاتجاهات نحو المجتمع الجديد. فيما كتبه في افتتاحية العدد الأول من أسبوعية الحركة الصهيونية "دي وولت" في الثالث من يونيو/ حزيران عام 1897 بأنه على هذه الصحيفة أن تكون وتتحوّل إلى درع حامية للشعب اليهودي وتكون

سلاحًا ضد أعدائه، وتُعد الطريقة التي يفكر بها هرتزل ومازالت طريقة تفكير الصحفيين الإسرائيليين تقريبًا وهي "الإعلام قبل الدولة ومن أجل تحقيق أهداف الدولة". (كفاح زيون، 2017: 1,2) كما اعتمدت الحكومات الإسرائيلية المتعاقبة نظرية أطلق عليها اسم نظرية "ليكين للإعلام"، فقد اقترح يهودا ليكين وزير الإعلام في أول حكومة إسرائيلية أن يطوع الإعلام الإسرائيلي بشكل يتلاءم مع المستجدات والمتغيرات السياسية، حيث تم تقسيم الإعلام إلى شقين؛ الأول: تصل رسالته إلى الدول العربية المعادية والمجاورة، والثاني: تصل رسالته إلى الدول الصديقة لإسرائيل أو المحايدة، التي ليست طرفًا في الصراع (مطلق المطيري، 2004: 13).

وقد عملت إسرائيل على توظيف كل وسائل الإعلام من أجل اختراق المجال العربي الإعلامي بداية من إذاعة "صوت إسرائيل" التي كانت باكورة الدعاية الإسرائيلية الموجهة إلى الشعوب العربية بلغتهم وأنشئت بهدف تشكيل صورة ذهنية إيجابية عن المجتمع الإسرائيلي (Galnoor, 1982: 42). ثم القنوات الفضائية الموجهة باللغة العربية مثل: قناة الشرق الأوسط، والتي استهدفت الشباب العربي بصفة خاصة، وقدمت القناة بث يُناهض ما يعرض على الرأي العام العربي من صور سلبية عنها (عاطف العبد، ونهى عاطف العبد، 2009: 258) فالمواقع الإلكترونية الموجهة كموقع "Hasbara" الإسرائيلي الذي أنشئ بهدف التأثير على الآراء والاتجاهات في العالم العربي من خلال تقديم مجموعة واسعة من الأخبار ووجهات النظر حول القضايا المختلفة بالمجتمع الإسرائيلي (Gazzar, 2009: 5).

ومع تصاعد انتشار الشبكات الاجتماعية بين الشباب العربي عمومًا والشباب المصري خصوصًا قامت إسرائيل بتوظيف الشبكات في بناء صورة ذهنية إيجابية عنها من خلال تغريدات الساسة والزعماء على موقع تويتر، فضلًا عن موقع اليوتيوب الذي يمكنك بضغطة واحدة الوصول إلى مئات بل الآلاف من المقاطع التي تصور الداخل الإسرائيلي في شتى المجالات السياسية والاجتماعية والثقافية والرياضية والفنية والتي قد تُبث مترجمة باللغة الأجنبية أو تُبث باللغة العربية والعبرية معًا مثل أغنية "عشنا معًا" التي أطلقها المطرب الإسرائيلي موشيه بيرتس، والمطربة العربية الإسرائيلية نسرين قدرى، من أجل التواصل مع العرب، وبهدف التطبيع والترويج لكل ما تريده إسرائيل ولصنع رأي عام مغاير لواقعها.

كما تمكّن المتحدثون الرسميون العسكريون من استقطاب الشباب العربي من خلال الصفحات الإسرائيلية الموجهة باللغة العربية على موقع فيس بوك بواسطة عناصر الوسيلة المختلفة من صوت وصورة ونص وفيديو وهاشتاج، ومن هذه الصفحات صفحة الناطق باسم الجيش الإسرائيلي "أفيخاي أدرعي، الذي يجيد التحدث بالعربية ويوظف الآيات القرآنية لرسم صورة ذهنية سمحة عن المجتمع

الإسرائيلي، كما يسعى لإظهار الارتباط التاريخي بين العرب وبينهم في كل مناحي الحياة بدءًا من المأكولات، ووصولًا إلى العبادات، وقد وصل عدد متابعي الصفحة إلى (1264096)، وصفحة الناطق باسم رئاسة الحكومة الإسرائيلية "بنيامين نتنياهو"، وصفحة رئيس الإدارة المدنية الإسرائيلية "بولى مردخاي" المعروف باسم المنسق، كما أنشأ الجيش الإسرائيلي وحدة تابعة لقسم الإعلام الجديد تعمل على كتابة ونشر المضامين باللغة العربية تستهدف الفلسطينيين بصفة خاصة والعرب بصفة عامة. فضلًا عن صفحات الجهات الرسمية؛ مثل: صفحة "إسرائيل تتكلم العربية" التي أنشأتها وزارة الخارجية الإسرائيلية كمصدر للمعلومات عن دولة إسرائيل باللغة العربية ومن أجل إطلاع الجمهور العربي على الأحداث لحظة بلحظة، التي تحظى بمتابعة (1424377)، وإعجاب (1438629) أغلبهم من فئة الشباب. وتعمل إسرائيل من خلال الصفحة على تقديم صورة ايجابية لإسرائيل ولساستها، فتنشر صورًا على سبيل المثال لرئيس وزرائها "بنيامين نتنياهو" وهو يلعب الكرة مع الأطفال في القدس المحتلة، وتُظهر المجتمع الإسرائيلي مجتمعًا متسامحًا وإنسانيًا من خلال تقديمه لمشاريع إنسانية لمساعدة البسطاء في جنوب السودان.

فضلاً عن صفحة "إسرائيل بالعربية" التي أنشئت في (1 يناير 2010)، وتهدف الصفحة إلى إظهار صورة إسرائيل الحقيقية دون أي تزييف بأبعادها التاريخية، والحضارية، والسياسية كما تدعي في تعريف الصفحة، وصفحة "إسرائيل بدون رقابة" التي أنشئت عام 2011 وتضم الصفحة آلاف المتابعين من الشباب العربي من مصر وسوريا وفلسطين والأردن والمغرب والجزائر، وتهتم الصفحة بنشر أخبار خفية وثقافية وعلمية عن إسرائيل؛ مثل: أهم الاختراعات الإسرائيلية بالإضافة إلى أسنة الجيش الإسرائيلي والساسة، حيث نشرت "5 حقائق لا تعرفها عن السيدة الأولى سارة نتنياهو"، وصفحة "إسرائيل في مصر" وتعرض الصفحة صور ليهوديات تواجدن في مصر مثل "ليلي مراد"، كما تبرز صورًا للأفواج السياحية الإسرائيلية - تقول أنها بمصر - مصحوبة بأغنية "فيها حاجة حلوة" وغيرها الكثير.

ومع مضي ما يقرب من ثمانية أعوام على إنشاء أول صفحة إسرائيلية موجهة باللغة العربية، فضلًا عن تغيير السياق السياسي المحيط بعلاقتنا بدولة إسرائيل بدءًا من اتجاه الدراما للتعاطف مع اليهود والتركيز على صورتهم الإيجابية كما جاء في مسلسل "حارة اليهود" الذي قوبل بترحيب كبير داخل إسرائيل؛ حيث نشرت صفحة إسرائيل بالعربية تعليقًا على المسلسل جاء فيه "إن المسلسل يتناول اليهود في مصر من منظور إيجابي قد يسهم في تغيير نظرة المصريين السلبية تجاه إسرائيل"، فضلًا عن توقيع اتفاقيات دولية رسمية علنية بين مصر وإسرائيل أعطت الحق لإسرائيل في تصدير الغاز الطبيعي إلى مصر، وهو الحدث الذي وصفه رئيس الدفاع الإسرائيلي بأنه "يوم عيد". فضلًا عن سعي عدد من الدول العربية إلى تطبيع العلاقات بشكل

رسمي وعلمي، ومن هنا تأتي الدراسة الراهنة محاولة رصد التأثير الناتج عن متابعة الشباب المصري للصفحات الإسرائيلية الموجهة على الصورة الذهنية للمجتمع الإسرائيلي.

أولاً: مشكلة الدراسة

تتبع إشكالية هذه الدراسة من اهتمام مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي- لا سيما الشباب- بمتابعة الصفحات الإسرائيلية الموجهة على موقع الفيس بوك، وما قد يعنيه ذلك من ضخامة الأثر الذي تتركه مثل هذه الصفحات على الشباب المصري، خاصة مع كثرة هذه الصفحات - الرسمية منها وغير الرسمية- والتي توجه بالعربية، وتستهدف بشكل أساسي الشباب العربي بوصفه جيلاً ليس له معرفة بالاستعمار، ولم يمر به، ولم يجرب الحرب مع إسرائيل، وتُعد هذه الصفحات أداة من أدوات الدعاية الإسرائيلية التي تقف وراءها الأجهزة الأمنية، وتسعى بشكل مستمر للوصول للجمهور العربي، وذلك في محاولة منها لكسر العزلة المفروضة عليها في المحيط العربي خاصة مع الشعوب العربية - وليس الأنظمة - من أجل بناء علاقات طيبة مع أفرادها، فضلاً عما تحمله من مضامين متنوعه لرسم صورة إيجابية عن مجتمع مسالم، وديمقراطي، ومتقدم، وقادر على التعايش مع المجتمعات الأخرى، وتبلغ الخطورة ذروتها عندما يتبنى الشباب هذه الأفكار عن المجتمع الإسرائيلي، وتتكون لديهم صورة ذهنية إيجابية عنها. ومن هنا تتمثل إشكالية هذه الدراسة في السعي للإجابة على التساؤل الرئيس التالي: أثر درجة اهتمام الشباب المصري بمتابعة الصفحات الإسرائيلية الموجهة على موقع الفيس بوك على تشكيل الصورة الذهنية نحو المجتمع الإسرائيلي؟

1. أهمية الدراسة: ترجع أهمية هذه الدراسة إلى:

- **أهمية الموضوع والفترة الزمنية:** فقد شغلت الصورة الذهنية لإسرائيل اهتمام الباحثين منذ السبعينيات من القرن الماضي، ولكن الآن ومع تغير الظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية المحيطة بينا وبعلاقتنا بإسرائيل يتوجب علينا دراسة الصورة الذهنية للمجتمع الإسرائيلي.
- **طبيعة الوسيلة:** أغلب الدراسات التي تناولت أثر وسائل الإعلام على تشكيل الصورة الذهنية، أو الاتجاهات نحو المجتمع الإسرائيلي ارتبطت بوسائل الإعلام التقليدية كالإذاعات، والصحف، والقنوات الفضائية، ولكن لم يتم التطرق لدراسة أثر شبكات التواصل الاجتماعي وخاصة الصفحات الإسرائيلية الموجهة باللغة العربية على موقع "فيس بوك" على تشكيل الصورة الذهنية في ظل ما تتمتع به الصحف من إمكانات سمعية وبصرية تفوق وسائل الإعلام التقليدية.

- **الإطار النظري الذي تعتمد عليه الدراسة:** انطلقت جُل الدراسات السابقة من نظرية الغرس الثقافي، ومنها ما انطلق من نظرية دوامة الصمت والقليل منها انطلق من نماذج إصلاح الصورة. أما الدراسة الراهنة فقد انطلقت من نظرية فجوة المعرفة.

2. أهداف الدراسة وتساؤلاتها:

- تهدف الدراسة الراهنة إلى: الكشف عن أثر درجة اهتمام الشباب المصري بمتابعة شبكات التواصل الاجتماعي وتحديدًا الصفحات الإسرائيلية الموجهة باللغة العربية على تشكيل الجوانب المعرفية والوجدانية والسلوكية- كمكونات للصورة الذهنية- عن المجتمع الإسرائيلي، وسوف يتحقق هذا الهدف من خلال الإجابة عن التساؤلات التالية، وهي:
- إلى أى مدى يهتم الشباب المصري بمتابعة الصفحات الإسرائيلية الموجهة على موقع الفيس بوك؟
- ما أسباب الاهتمام بمتابعة الصفحات الإسرائيلية الموجهة باللغة العربية على موقع الفيس بوك لدى الشباب المصري؟
- ما الصفحات الإسرائيلية الموجهة باللغة العربية على موقع الفيس بوك التي يتابعها الشباب المصري؟
- إلى أي مدى تؤثر درجة الاهتمام بمتابعة مضامين الصفحات الإسرائيلية الموجهة باللغة العربية على موقع الفيس بوك على الاتجاه المعرفي للشباب المصري نحو المجتمع الإسرائيلي؟
- ما تأثير درجة الاهتمام بمتابعة الصفحات الإسرائيلية الموجهة باللغة العربية على موقع الفيس بوك على الاتجاه الوجداني للشباب المصري نحو المجتمع الإسرائيلي؟
- إلى أي مدى تؤثر درجة الاهتمام بمتابعة الصفحات الإسرائيلية الموجهة على موقع الفيس بوك على الاتجاه السلوكي للشباب المصري نحو المجتمع الإسرائيلي؟

3. فروض الدراسة:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة الاهتمام بمتابعة المواقع الإسرائيلية الموجهة باللغة العربية على موقع الفيس بوك ومستوى المعرفة بالمجتمع الإسرائيلي.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة الاهتمام بمتابعة المواقع الإسرائيلية الموجهة باللغة العربية على موقع الفيس بوك والاتجاه الوجداني نحو المجتمع الإسرائيلي.

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة الاهتمام بمتابعة المواقع الإسرائيلية الموجهة باللغة العربية على موقع الفيس بوك وسلوكيات أفراد العينة نحو المجتمع الإسرائيلي.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة الاهتمام بمتابعة المواقع الإسرائيلية الموجهة باللغة العربية على موقع الفيس بوك والصورة الذهنية المتكونة لدى عينة الدراسة نحو المجتمع الإسرائيلي.

ثانيًا: الدراسات السابقة:

تبين لنا من خلال مسح التراث البحثي أن دراسات الصورة الذهنية للمجتمع الإسرائيلي لم تظهر إلا بعد تكون المجتمع الإسرائيلي، وكان لها دورٌ كبيرٌ خلال الصراع العربي الإسرائيلي وهزيمة 1976 حيث لجأ الطرفان العربي والإسرائيلي خلال الصراع الدائر بينهما إلى استخدام أسلحة وأساليب عديدة، وقد أطلق على بعض منها حرب الكلمات، وعرفت في أحيان أخرى بحرب الأعصاب، حيث عمل كل طرف على صنع وتدعيم وتأكيد صورة إيجابية لذاته في مقابل صورة سلبية للطرف الآخر.

وقد اتضح من مسح التراث البحثي تنوع وتعدد الدراسات التي اهتمت بالتعرف على الصورة الذهنية للمجتمع الإسرائيلي، وكان من الدراسات الرائدة في هذا الاتجاه دراسة (قدري حفي، 1975) عن الشخصية الإسرائيلية "الإشكنازيم"، ودراستي (طه المستكوي، 1996) و(محمد سيد خليل، 1999) والتي رصدتا صورة المجتمع الإسرائيلي لدى المصريين، ودراسة (سليمان علي، 2011) عن إدراك الطفل الفلسطيني بمدينة دير البلح بالمرحلة الإعدادية للشخصية الإسرائيلية.

علاوة على ذلك تعددت الدراسات التي رصدت دور وسائل الإعلام في تشكيل الصورة الذهنية عن المجتمع الإسرائيلي بتنوع الوسائل التي لجأت إليها إسرائيل للتواصل مع الشعوب العربية ما بين الإذاعات والصحف والقنوات التلفزيونية الفضائية ومواقع الإنترنت ووصولاً إلى شبكات التواصل الاجتماعي، فقد حاولت دراسة (أحمد أحمد زارع، 1993) رصد دور الصحافة المصرية في تشكيل الصورة الذهنية لإسرائيل لدى الشباب المصري، وهدفت دراسة (محمد أحمد إسماعيل، 2009) إلى التعرف على دور الدراما التلفزيونية المصرية في تصوير الشخصية الإسرائيلية، وحاولت دراسة (دعاء صلاح فريد محمد، 2015) الكشف عن سمات وملامح الصورة المقدمة عن الإسرائيليين في الأفلام والمسلسلات المصرية من خلال تحليل المضمون.

واهتمت بعض الدراسات بالدعاية الإسرائيلية الموجهة إلى العرب، وبالتحديد أساليب الإقناع والتأثير فيها كما في دراسة (نجلاء فؤاد العمري، 1987) التي اهتمت

بأساليب الدعاية في البرامج الإذاعية في الفترة من 1984 إلى 1985. ودراسة (سالي أحمد جاد، 2010) التي رصدت الأساليب بالقناة الفضائية الإسرائيلية الموجهة باللغة العربية. بيد أن هناك مجموعة من الدراسات حاولت تقديم وصف لعلاقة المستخدم العربي بوسائل الاتصال الإسرائيلية؛ مثل: القنوات الفضائية الإسرائيلية الموجهة كما في دراسة (جيهان يسري، 2003)، أو تقديم وصف لعلاقة الشباب المصري بالمواقع الإلكترونية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية على الإنترنت وبرامج المحادثة الهاتفية المجانية الإسرائيلية كما في دراسة (منة الله محمد كمال، 2014)، أو التعرف على أغراض اتصال إسرائيل بالجمهور العربي، ونواياه عبر صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية التي أطلقتها وزارة الخارجية الإسرائيلية على موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك كما في دراسة (يسرا حسني عبد الخالق، 2015).

فيما سعت دراسات أخرى لإجراء مقارنات بين الخطاب الإعلامي العربي والإسرائيلي تجاه بعض القضايا المختلفة؛ مثل: الخطاب الإعلامي للمواقع الإسرائيلية والفلسطينية على شبكة الإنترنت تجاه الانسحاب من غزة كما في (دعاء مختار غصوب، 2009)، أو المقارنة بين معالجة أخبار وقضايا إسرائيل في القنوات الفضائية الإخبارية العربية والأجنبية الموجهة باللغة العربية كما في (دعاء أحمد محمد البناء، 2015)، أو معرفة موقف المراهقين من قناة النيل للأخبار في متابعة أوضاع الصراع العربي الإسرائيلي كما في دراسة (عبدالله عبدالله محمد، 2006).

واهتم عدد آخر من الدراسات بالكشف عن أثر وسائل الإعلام التقليدية في تشكيل الصورة الذهنية أو الاتجاهات نحو إسرائيل؛ مثل: دراسة (عادل عبدالغفار فرج، 2000) أثر الراديو والتلفزيون على اتجاهات الرأي العام نحو التطبيع مع إسرائيل، فضلاً عن دراسة (Alvarez D & Campo, 2014) التي حاولت معرفة أثر الصراع السياسي بين تركيا وإسرائيل على نية السفر لإسرائيل.

فيما بحثت دراسات أخرى دور مواقع التواصل في التقريب بين الشعوب وخاصة دور الفيس بوك في تغيير الصورة النمطية المدركة بين الفلسطينيين والأمريكيين عن بعضهم بعضاً كما في دراسة (El.habash, 2009). واهتمت دراسات بدور مواقع التواصل الاجتماعي في بناء الصورة الذهنية للمرشحين السياسيين في ولاية Iowa بالولايات المتحدة الأمريكية كما في دراسة (Dimitrova & Bystrom, 2012)، وأخرى حاولت إجراء تحليل كفي للصورة الذهنية "الجوانب المعرفية، والعاطفية" الخاصة المتكونة عن السياح في بلد المقصد من خلال المحتوى الذي ينشئه المستخدمون بعده مصدرًا من مصادر المعلومات الأساسية وحافزًا للمسافرين (Llodra, Pilar, Isabel & Izquierdo, 2014). فيما سعت بعض الدراسات للكشف عن دور شبكات التواصل في تحسين الصورة الذهنية كما في دراسة (عماد الدين جابر، 2016) التي بحثت دورها في تصحيح صورة

الإسلام على شبكة الإنترنت، ودراسة (الهام بوقنور، وحفيظة مقداد، وبوحنية قوي، 2016) التي بحثت دور المواقع في تحسين الصورة الذهنية لمؤسسة موبيليس، ودراسة (موسى محمد الخير موسى وحسن بن أحمد الحسن، 2016) والتي حاولت دراسة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسات الخدمية، ودراسة (سامي المصطفي، 2016) والتي حاولت الكشف عن أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين الصورة الذهنية لشركات الاتصالات السورية في دمشق لدى العملاء، أما دراسة (بشار عبدالرحمن مطهر، 2017) فقد بحثت دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الصورة الذهنية لمنظمات المجتمع المدني بشئون المرأة الأردنية لدى النخبة الأكاديمية، وسعت دراسة (نهاد فتحي سليمان، 2018) لبحث دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الصورة الذهنية للقادة السياسيين والمؤسسات السياسية.

ويلاحظ في الدراسات السابقة من حيث المنهج أنها اعتمدت على المنهج الوصفي والمنهج التحليلي من خلال تطبيق أدوات الاستبيان وتحليل المضمون، كما تنوعت الفئات العمرية المستهدفة من البحث ما بين: الطلاب، والمراهقين، والشباب، والرأي العام عامة.

ويمكن إيجاز نتائج الدراسات السابقة في الآتي: حددت الدراسات السابقة سمات الشخصية الإسرائيلية في سمات سلبية وأخرى إيجابية وإن تنوّعت وتعدّدت السمات السلبية عن الإيجابية، وقد حصرت الدراسات السابقة السمات السلبية للشخصية الإسرائيلية في: العنصرية، عدم احترام الموثيق الدولية والقرارات، وعدم الوفاء بالوعود، والخيانة، واغتصاب حقوق الغير، والعدوان، والعناد والعصبية والانتهازية والجشع وتهميش دور المرأة وحصرها في أدوار العلاقات العاطفية (أدوار العملاء)، والإرهاب والاستعمار، وتحددت الصفات الإيجابية في: المنطق وحب السلام والاعتدال، والذكاء، الوطنية، والحذر، والابتكار، والثقة بالنفس، وارتفاع المستوى الاقتصادي والتكنولوجي، وإتقان العمل والانفتاح على الثقافات الأخرى.

أكدت الدراسات السابقة سعي إسرائيل بواسطة أساليب الدعاية الإسرائيلية عبر القنوات الإخبارية الفضائية الإسرائيلية إلى تحقيق أهداف استراتيجية ومصالح دولية، من خلال التركيز على الجانب الإنساني ونشر مذكرات المستوطنين اليهود والتركيز على البراهين العاطفية. كما في دراسة (جيهان رشتي، 2003). فيما سعت من خلال الدبلوماسية الشعبية عبر الفيس بوك إلى إظهار النوايا الحسنة تجاه الجمهور العربي من خلال مجموعة عناصر تتمثل في إظهار الديمقراطية التي تتمتع بها دولة إسرائيل، والعدالة الاجتماعية، والاهتمام بالمواطن وجميع مشاكله، والعمل على حلها، فضلاً عن التركيز على الجمهور العربي والتركيز على النقاط التي من شأنها أن تنشئ علاقة تعاطف معه عن طريق التهئة بالأعياد والمناسبات الدينية الإسلامية،

والاهتمام بالموسيقى والفن والتراث الشرقي. وعكست إسرائيل صورة إيجابية للذات تمثلت في "إسرائيل مضطهدة من خلال وصفها للمجازر التي تعرضت لها عبر التاريخ، ومتقدمة تكنولوجياً، ومتنوعة ثقافياً وحضرياً، وتحرص دائماً على تحقيق العدالة، ولديها ثقافة متميزة، وتسعى للسلام مع الآخر، ودولة ديمقراطية كما في نتائج دراسة (يسرا حسني عبدالخالق، 2015).

أوضحت نتائج الدراسات السابقة وجود فعالية وأثر لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي وخاصة الفيس بوك في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسات المختلفة مثل (المؤسسات الخدمية، وشركات الاتصالات، ومنظمات المجتمع المدني، والمؤسسات السياسية)، كما كان لشبكات التواصل الاجتماعي فعالية في تغيير الصورة الذهنية بين الشعوب مثل الأمريكيين والفلسطينيين، كما لعبت دوراً في تشكيل الجوانب المعرفية والوجدانية والسلوكية (الصورة الذهنية) للأفراد نحو المجتمعات المختلفة.

ثالثاً: الإطار النظري للدراسة:

تختلف الفرضيات التي اهتمت بدراسة آثار وسائل الإعلام على الأفراد، وهناك ثلاث وجهات نظر مختلفة حول آثار وسائل الإعلام، وهي: الأولى: فرضية الدائرة الفعالة، *The Virtuous Circle hypothesis*، وتفترض أن وسائل الإعلام تزيد من المعرفة، والثانية: فرضية التأثيرات المحدودة لوسائل الإعلام *the Media Malaise hypothesis* وترى أن لوسائل الإعلام تأثيراً منخفضاً، والثالثة: فرضية التأثيرات المختلفة لوسائل الإعلام *Differential Effects hypothesis* وتفترض أن لوسائل الإعلام تأثيرات مختلفة على مستويات المعرفة، ويتم زيادة المعرفة من خلال التعرض والتفاعل مع محتوى وسائل الإعلام، فضلاً عن توقف التأثير على الخصائص الفردية المتمثلة في الدوافع والاهتمامات والقدرات (Jantti,2014:5, Gaziano,2013:17).

وتعتمد الدراسة الراهنة على الفرضية الثالثة وبالتحديد **نظرية فجوة المعرفة Knowledge Kap**، فالنظرية ترى أن التكنولوجيا الجديدة من شأنها أن تزيد الفجوة بين غنى المعلومات وفقرها لدى المجموعات ذات المكانة العالية التي تشكل طليعة مستخدمي التكنولوجيا، ولكن هناك العديد من الدراسات التي تؤكد أن السبب في اختلاف المعرفة بين الأشخاص يرجع إلى اختلاف اهتمامهم ودوافعهم لدى اكتساب المعلومات، وأكد بعض تلك الدراسات أهمية درجة الاهتمام وتفوقها على المستوى الاجتماعي الاقتصادي عند تفسير الفجوات المعرفية لدى الأفراد، وقد أشار روجرز E.M Rogers عام 1976 إلى أن اكتساب المعلومات لا يزيد فقط من الفجوة المعرفية ولكنه يظهر أيضاً في فجوات السلوك والاتجاهات (حسنين شفيق، 2014: 216-219، Tran,2013:832). ومن الطرح السابق يمكننا القول إن

اختلاف درجة اهتمام الشباب بالصفحات الموجهة باللغة العربية على فيس بوك قد يسهم في اختلاف المعرفة بالمجتمع الإسرائيلي لديهم، ويترتب على اختلاف المعارف اختلافاً في الجوانب الوجدانية والسلوكية لديهم. وهي الأبعاد المكونة لأي صورة ذهنية.

رابعاً: مفاهيم الدراسة:

- **تعريف مواقع التواصل الاجتماعي:**

قام العديد من الباحثين بتعريف مواقع التواصل الاجتماعي، ومن أشهرها تعريف كل من (Danah & Nicole, 2013: 210-230) حيث عرفها على أنها: خدمات الإنترنت التي تتيح للأفراد بناء صفحة شخصية يعرضون فيها جوانب شخصية ويتحكمون بأن تكون رؤيتها متاحة للجميع، أو أن تكون مقصورة على أفراد دون غيرهم وفقاً لنظام محدد، فضلاً عن إمكانية عمل قائمة بالمستخدمين الآخرين الذين يشترك معهم الفرد في نوع من العلاقة، وإمكانية رؤية قوائم بأسماء أصدقاء الأصدقاء والتنقل بينهم، كما يعرفها (عباس مصطفى صادق، 2008: 218) بأنها: مواقع إلكترونية اجتماعية على الإنترنت وتعدُّ الركيزة الأساسية للإعلام الجديد أو البديل، التي تتيح للأفراد والجماعات التواصل فيما بينهم عبر هذا الفضاء الافتراضي.

- **تعريف الصورة الذهنية:**

شهدت العقود الأخيرة انتشاراً واسعاً لمفهوم الصورة الذهنية في إطار الدراسات الاجتماعية وعلى مستوى خاص الدراسات المتعلقة بالاتصال، وكان لهذا النمو ارتباطاً كبيراً بالأهمية التي كشفت عنها الدراسات حول الدور الذي تؤديه الصورة في صياغة وتوجيه شكل العلاقة بين الأمم والشعوب، وبين الجماعات الفرعية المتنوعة داخل المجتمع الواحد، ونتج عن هذا الاستخدام أن تبلور المفهوم واستقر (كموش مراد، 2011: 95)

وتُعرف الصورة الذهنية بأنها: "النتائج النهائية للانطباعات الذاتية التي تتكون عند الأفراد، أو الجماعات إزاء شخص معين، أو نظام ما، أو شعب، أو جنس بعينه، أو منشأة، أو مؤسسة أو منظمة محلية أو دولية، أو مهنة معينة، أو أي شيء آخر له تأثير على حياة الإنسان، وتتكون هذه الانطباعات من خلال التجارب المباشرة وغير المباشرة، وترتبط هذه التجارب بعواطف الأفراد واتجاهاتهم وعقائدهم، وبغض النظر عن صحة أو عدم صحة المعلومات التي تتضمنها خلاصة هذه التجارب. (محمود يوسف، 2014: 72) وقد حدد Gartner مكونات الصورة الذهنية في ثلاثة أبعاد رئيسية، هي: "المكون المعرفي Cognitive Component، والمكون الوجداني Affective Component، والمكون السلوكي Behavioral Component ؛ ويقصد بالمكون المعرفي؛ المعلومات التي

يدرك من خلالها الفرد موضوعاً أو قضية أو شخصاً ما، وتعدُّ هذه المعلومات هي الأساس الذي تبنى عليه الصورة الذهنية التي يكونها الفرد عن الآخرين والموضوعات والقضايا المختلفة، ويقصد بالبعد الوجداني؛ الميل بالإيجاب أو السلب تجاه موضوع أو قضية أو شخص أو شعب ما في إطار مجموعة الصور الذهنية التي يكونها الفرد، ويتشكل الجانب الوجداني مع الجانب المعرفي ومع مرور الوقت تتلاشى المعلومات والمعارف التي كونها الفرد وتبقى الجوانب الوجدانية التي تمثل اتجاهات الفرد نحو الموضوعات المختلفة، أما البعد السلوكي؛ فيعكس سلوك الفرد وطبيعة الصور الذهنية المشكّلة لديه في مختلف شؤون الحياة، حيث ترجع أهمية الصورة الذهنية في أحد أبعادها إلى أنها تمكن من التنبؤ بسلوك الفرد، ويفترض أنها تعكس اتجاهاته (Ghazali,2014:73-86).

خامساً: منهجية الدراسة: تستخدم الدراسة الراهنة المنهج الوصفي التحليلي التفسيري لوصف الآثار الناتجة عن متابعة الشباب المصري للصفحات الإسرائيلية الموجهة على موقع الفيس بوك على الصورة الذهنية للمجتمع الإسرائيلي والعمل على تحليل النتائج وتفسيرها في ضوء الإطار المعرفي والدراسات السابقة والظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي يعيشها الشباب الآن.

1. أدوات جمع البيانات:

اعتمدت الباحثة على مقياس خماسي الاتجاهات - كأداة لجمع البيانات من مجتمع الدراسة- موزعة كالتالي موافق جداً، ووافق، محايد، معارض، معارض جداً؛ حيث تشير موافق جداً إلى أعلى الدرجات وهي (5) بينما تشير معارض جداً إلى أقل الدرجات وهي (1) والعكس إذا كانت العبارة منفية. وقد تم تقسيم المقياس إلى ثلاثة أقسام: الأول، صُمم للكشف عن المعلومات والمعارف التي تدركها عينة الدراسة عن المجتمع الإسرائيلي، والثاني: صُمم للكشف عن الاتجاهات الوجدانية نحو الشخصية الإسرائيلية، والثالث: تضمّن السلوكيات التي قد تفعلها أو لا تفعلها عينة الدراسة مع الإسرائيليين. وخصص الجزء الأخير من المقياس للبيانات الأساسية عن عينة الدراسة.

2. مجتمع الدراسة وعينتها:

يتمثل مجتمع الدراسة في الشباب المصري في المرحلة العمرية من (18 إلى 30 عاماً) ممن يهتمون بمتابعة الصفحات الإسرائيلية الموجهة باللغة العربية على موقع الفيس بوك. ولكون مجتمع الدراسة ليس له إطار محدد نستطيع من خلاله التحديد الدقيق لمفردات العينة، واستناداً إلى الدراسات السابقة التي اعتمدت على عينات عمدية مماثلة، فقد تم تطبيق المقياس على عينة عمدية قوامها (200) مبحوث من الشباب المصري، وقد راعت الباحثة في اختيار العينة أن تكون:

أ. من المهتمين بمتابعة الصفحات الإسرائيلية الموجهة باللغة العربية عبر موقع فيس بوك والذين تدرجت اهتماماتهم من الاهتمام الدائم والذي قدر بمتابعة العينة للصفحات الموجهة من 4-6 مرات أسبوعيًا، وتراوحت المتابعة أحيانًا من 2-4 مرات أسبوعيًا، ونادرًا أقل من ذلك.

ب. في الفئة العمرية من (18-30) عامًا وهم أكثر فئة متابعة لهذه المواقع.

ج. ألا يكون قد سبق لأحد من العينة التعامل مع إسرائيليين على مستوى العمل أو الدراسة، وذلك للتحكم في واحد من أهم المتغيرات الوسيطة المؤثرة في تكوين الصورة الذهنية.

وقد أجريت الدراسة الميدانية في الفترة من 10 / 6 / 2018 حتى 2018/9/1.

3. إجراءات الصدق والثبات:

صدق المحكمين: تم عرض المقياس في صورته الأولية على مجموعة من أساتذة وخبراء الإعلام بعدد من الجامعات المصرية*، وبناءً على ما أبداه المحكمون من آراء تم إجراء التعديلات المطلوبة فيما يتعلق بحذف بعض البنود، وإضافة أخرى أو دمج بعضها وذلك لإعداد المقياس في شكله النهائي كأداة صالحة لجمع البيانات المطلوبة.

صدق الاتساق الداخلي لبنود المقياس: قامت الباحثة بحساب الاتساق الداخلي لبنود المقياس من خلال جمع الاتساقات الفردية لكل البنود للخروج بدرجة كلية للمقياس، وبلغت قيمة معامل ألفا (77) وهي نسبة متوسطة.

ثبات المقياس: قامت الباحثة بتطبيق المقياس خلال فترتين مختلفتين مع مراعاة ثبات الظروف المصاحبة للتطبيق، وقد استخدمت الباحثة طريقة إعادة التطبيق على (10%) من عينة الدراسة بواقع (20 مفردة)، وكانت نتيجة الثبات نحو (8) وهي تمثل نسبة ثبات مرتفعة.

* تم عرض المقياس على مجموعة من أساتذة الإعلام في عدد من الجامعات المصرية، وهم:

1. أ.د/ جمال النجار، أستاذ الإعلام، كلية البنات الإسلامية، جامعة الأزهر.
2. أ.د/ وائل إسماعيل عبدالباري، أستاذ الإعلام، كلية البنات، جامعة عين شمس.
3. أ.د/ عبدالرحيم درويش، أستاذ الإذاعة والتلفزيون، قسم الإعلام التربوي - كلية التربية النوعية - جامعة دمياط.
4. أ.م.د/ فوزي عبدالرحمن، أستاذ علم الاجتماع المساعد، كلية البنات، جامعة عين شمس.
5. أ.م.د/ فودة علي، أستاذ الصحافة والإعلام المساعد، كلية الدراسات الإسلامية والعربية، جامعة الأزهر.
6. أ.م.د/ علاء عبدالمجيد الشامي أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد، كلية البنات، جامعة عين شمس.
7. أ.م.د/ عبير الشربيني أستاذ العلاقات العامة المساعد، كلية الإعلام، جامعة 6 أكتوبر.
8. د.مجلد محمد حسنين، مدرس الإعلام كلية البنات، جامعة عين شمس.
9. د.محمود فوزي مدرس العلاقات العامة، كلية الإعلام، جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا.
10. د.رمضان إبراهيم مدرس العلاقات العامة، كلية الإعلام، جامعة الأزهر.

سادساً: نتائج الدراسة:

أولاً: نتائج الدراسة المتعلقة بخصائص العينة

يتضح من بيانات الجدول التالي تطبيق المقياس على (60%) من الإناث بواقع (110) مفردة و(40%) من الذكور بواقع (90) مفردة، فيما بلغ متوسط عمر عينة الدراسة 23,3050، حيث كان أغلب مفردات العينة في السنة النهائية من المرحلة الجامعية، وانحرافها المعياري (3,78259) وتتراوح الفئة العمرية للعينة بين (18 إلى 30 عاماً)، كما أن (82,5%) من مفردات العينة كانوا طلاباً/ طالبات بمراحل التعليم الجامعي.

جدول (1)

يوضح خصائص عينة الدراسة

خصائص العينة	ك	%
النوع	110	60%
أنثى	90	40%
ذكر	165	82,5
المستوى التعليمي	35	17,5
طلاب بالجامعة		
خريجون		

ثانياً: نتائج الدراسة الخاصة بتساؤلات الدراسة وفروضها:

1. مدى اهتمام عينة الدراسة بمتابعة المضامين على الصفحات الإسرائيلية الموجهة بموقع فيس بوك.

جدول (2)

مدى اهتمام عينة الدراسة بمتابعة المضامين المنشورة على الصفحات الإسرائيلية الموجهة باللغة العربية بموقع فيس بوك

مدى الاهتمام بالمتابعة	ك	%
دائماً	63	31,5
إلى حد ما	85	42,5
نادرًا	52	26
إجمالي	200	100%

كشفت نتائج الدراسة الميدانية أن نحو (42,5%) من عينة الدراسة قد اهتموا بمتابعة الصفحات الإسرائيلية الموجهة باللغة العربية بدرجة متوسطة (إلى حد ما، والتي تتراوح من 2- 4 مرات أسبوعيًا). بينما (31,5%) من العينة اهتموا بالمتابعة بشكل دائم (بشكل يومي). كما يتضح من الجدول السابق.

2. أسباب الاهتمام بمتابعة المضامين المنشورة على الصفحات الإسرائيلية على موقع فيس بوك

تنوعت أسباب الاهتمام بمتابعة عينة الدراسة للصفحات الإسرائيلية الموجهة، وجاء في مقدمتها لأفهم كيف يفكر الإسرائيليون؟ وذلك بنسبة (81,5%) - كما يتضح

من الجدول التالي- حيث عبر كثير من المهتمين عن ذلك بقولهم "اعرف عدوك وافهمه". وكان هذا اتجاه سائد لدى عينة الدراسة.

جدول (3)

أسباب متابعة عينة الدراسة المواد المنشورة على الصفحات الإسرائيلية الموجهة باللغة العربية بموقع فيس بوك*

أسباب الاهتمام بالمتابعة	ك	%
تقدم لي معلومات عن المجتمع الإسرائيلي	97	48,5
لأفهم كيف يفكر الإسرائيليون؟	163	81,5
رغبة في فضح ممارسات الدعاية الإسرائيلية	93	46,5
متابعة تطورات الأحداث من وجهة نظر إسرائيلية	57	28,5
للتعبير عن موقفي نحوهم	46	23

بينما يهتم (48,5%) من عينة الدراسة بالمتابعة لكون الصفحات الإسرائيلية تقدم لهم معلومات متنوعة عن الوضع الاقتصادي والاجتماعي والثقافي والفنون والأداب في الداخل الإسرائيلي، ويتفق ذلك مع ما جاء في نتائج دراسة (دعاء البناء، 2015)، ويكشف ذلك عن رغبة أفراد العينة في التعرف على المجتمع الإسرائيلي في شتى مناحي الحياة. بينما تنخفض نسبة من يهتمون بالمتابعة من أجل معرفة تطورات الأحداث من وجهة نظر مختلفة والرغبة في التعبير عن موقفي نحوهم وذلك بنسبة (28,5%)، و(23%) على الترتيب، أما عن الصفحات الإسرائيلية الموجهة على الموقع فهي كالتالي.

3. الصفحات الإسرائيلية الموجهة باللغة العربية التي تحظى بمتابعة عينة الدراسة على موقع فيس بوك.

جدول (4)

الصفحات الإسرائيلية الموجهة باللغة العربية التي تحظى بمتابعة عينة الدراسة *

الصفحات الإسرائيلية التي تحظى بالمتابعة	ك	%
أفيخاي أدري	117	58,5
إسرائيل بالعربية	102	51
إسرائيل بدون رقابة	89	44,5
السفارة الإسرائيلية في مصر	86	43
إسرائيل تتكلم بالعربية	73	36,5
صوت إسرائيل	34	17

تنوعت الصفحات الإسرائيلية التي تحظى باهتمام ومتابعة عينة الدراسة، وقد جاءت صفحة "أفيخاي أدري" في مقدمة الصفحات التي تحظى باهتمام العينة وذلك بنسبة (58,5%) كما يتضح من الجدول السابق، ويتفق ذلك مع نتائج دراسة (منة الله كمال موسى، 2014)، حيث تنتم الصفحة بالفورية في عرض الأحداث من الداخل

* يُسمح في السؤال باختيار أكثر من بديل.
* يُسمح في السؤال باختيار أكثر من بديل.

الإسرائيلي، كما تهتم الصفحة بعرض بعض وجهات النظر الإسرائيلية تجاه الأحداث المختلفة المتأزمة بين الفلسطينيين والإسرائيليين، كما يستخدم الاستمالات العاطفية والعقلية للتأثير على الشباب ومنها توظيف القرآن الكريم والثقافة العربية في المضامين الموجهة، فضلاً عن قدرته على تحدث اللغة العربية الفصحى بطلاقة. فيما جاءت صفحة إسرائيل بالعربية في المرتبة الثانية بنسبة (51%) وتتسم الصفحة بالمتابعة الآنية للأحداث المختلفة من وجهة النظر الإسرائيلية. وانخفض الاهتمام بصفحة إذاعة صوت إسرائيل بنسبة (17%).

4. معارف عينة الدراسة عن المجتمع الإسرائيلي.

على الرغم من سعي إسرائيل من خلال الصفحات الموجهة عبر الفيس بوك لتقديم صورة مجتمع مسالم، وديمقراطي، وقادر على التعايش مع المجتمعات الأخرى، ويسوده العدل والمساواة والشفافية، ولديه جيش قوي مؤثر في منطقة الشرق الأوسط، إلا أن متابعي الصفحات الإسرائيلية الموجهة لم يروا أن المجتمع الإسرائيلي يتسم بذلك. حيث يتضح لنا من الجدول التالي ارتفاع نسبة غير الموافقين وغير الموافقين على الإطلاق على كون إسرائيل تسعى للسلام إلى (76,5%)، ويتفق ذلك مع دراسة (محمد أحمد إسماعيل، 2009؛ ودعاء فريد، 2015؛ ودعاء البناء، 2015). حيث رأى أفراد العينة أن هذا لا يتوافق مع غايات إسرائيل الكبرى وهي تكوين دولة إسرائيلية "من نهر مصر إلى نهر الفرات" وحكم العالم من القدس عبر بناء الهيكل على أنقاض المسجد الأقصى، وهذا لن يتم إلا بقوة السلاح. وهناك العديد من الدلائل التي نشرت من الداخل الإسرائيلي نفسه تؤكد أن إسرائيل لا تسعى للسلام، فقد أرسل يهوشوا زامير وهو مهاجر بالولايات المتحدة الأمريكية استقر في الجليل رسالة إلى صحيفة إسرائيلية بعد أن قُتل ولده في لبنان قال فيها: هل هو قدرنا أن نعيش بالسيف، السيف المغموس بدم الأطفال، ألم يحن الوقت للتوقف عن القتل والبدء بالحوار، لماذا لا نعقد تسوية نزيهة مع الشعب الفلسطيني (مازن النقيب، 1996: 46).

جدول (5)

يوضح معارف عينة الدراسة نحو المجتمع الإسرائيلي

معارف عينة الدراسة نحو المجتمع الإسرائيلي		موافق جداً		موافق		لا أستطيع التحديد		غير موافق		غير موافق على الإطلاق	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
15	7,5	32	16	57	28,5	30	15	66	33		
12	6	11	5,5	24	12	46	23	107	53,5		
24	12	29	14,5	27	13,5	61	30,5	59	29,5		
24	12	49	24,5	43	21,5	50	25	34	17		

28,5	57	22	44	19,5	39	10	20	20	40	يعاني المجتمع الإسرائيلي من الاضطهاد
3	6	1	2	26	52	32,5	56	37,5	75	يتمتع المجتمع الإسرائيلي باقتصاد قوي
7	14	16	32	36	72	17	34	42	48	يعاني المجتمع الإسرائيلي من الفساد
1	2	4,5	9	12,5	25	30,5	61	51,5	103	تمتلك إسرائيل أسلحة نووية متقدمة
,5	1	5,5	11	43	86	25,5	51	25,5	51	يسود المجتمع الإسرائيلي الطبقية
,5	1	3	6	15,5	31	46,5	93	34,5	69	المجتمع الإسرائيلي متقدم في بعض المجالات
1,5	3	6	12	30,5	61	34,5	69	27,5	55	يعاني المجتمع الإسرائيلي من مشكلات سياسية
17,5	35	9,5	19	15,5	31	36,5	73	21	42	رغم عدم تقبلي لإسرائيل إلا أنها قوة مؤثرة في الشرق الأوسط

كما رفضت (66%) من عينة الدراسة ديمقراطية المجتمع الإسرائيلي، فالواقع الفعلي للنظام السياسي في إسرائيل يعاني من تناقضات كبيرة، فمن ناحية ترى إسرائيل نفسها دولة ديمقراطية لكنها في المقابل تستخدم جهازاً عسكرياً متكاملًا وظيفته منع النشر الحر للمعلومات (صالح النعامي، 2004، 33). وتتفق بذلك نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة (منة الله كمال موسى، 2014؛ ودعاء فريد، 2015؛ ودعاء البناء، 2015). ولم يوافق (60%) من أفراد العينة على كون المجتمع الإسرائيلي قادرًا على التعايش مع الثقافات الأخرى بواقع (30,5%) غير موافقين و(29,5%) غير موافقين على الإطلاق، وتتفق بذلك نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراستي (عادل عبدالغفار، 2000؛ ودعاء البناء، 2015).

وعلى الرغم من سعي إسرائيل لاستخدام كل الوسائل للتعبير عن معاناتهم من الاضطهاد إلا أن نصف أفراد العينة بواقع (22%) غير موافقين، و(28,5%) غير موافقين على الإطلاق على كون المجتمع الإسرائيلي يعاني من الاضطهاد، وتتفق بذلك نتائج الدراسة مع دراسة (يسرا عبدالحق، 2015)، حيث أكدت بعض مفردات العينة على أن الاضطهاد مكون أساسي من مكونات الشخصية الإسرائيلية، وأنهم الأفضل في اتقان النواح والتعبير عن اضطهادهم لكسب تعاطف العالم معهم.

كما أوضحت النتائج أن مفردات العينة لا يرون الجيش الإسرائيلي من أقوى الجيوش، فلم يوافق نحو (42%) من أفراد العينة على ذلك بواقع (25%) لا يوافقون و(17%) لا يوافقون على الإطلاق. واستدلّت بعض مفردات العينة على ذلك بآيات من القرآن الكريم مثل "لَا يَفَاتِلُونَكُمْ جَمِيعًا إِلَّا فِي قَرْيٍ مَّحْصَنَةٍ أَوْ مِنْ وَرَاءِ جُدُرٍ بِأَسْهُمٍ بَيْنَهُمْ شَدِيدٌ تَحْسَبُهُمْ جَمِيعًا وَقُلُوبُهُمْ شَتَّى ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَوْمٌ لَا يَعْقِلُونَ {14} سورة الحشر، كما يتفق مع ما ورد بتقرير (مركز باحث للدراسات الفلسطينية والاستراتيجية، 2016: 5-7) بأن إسرائيل تسعى لإخفاء الكثير من الحقائق ووضع هالة كبيرة من السرية عليها وعلى جيشها، فالكثير من الدلائل تشير إلى مشاكل متعلقة بالتسرب من الخدمة العسكرية والانتحار بين المجندين. فقد كشف قسم القوى العاملة في الجيش أن (40%) من الشباب الإسرائيلي لا يnehون الخدمة العسكرية،

وهذه النسبة موزعة لأسباب مختلفة منها (10%) من طلاب المدارس لا يخدمون بقرار من الحكومة. و(10%) لا يخدمون لأسباب نفسية، و(20%) لا يخدمون لأسباب مرضية أو عائلية).

كما عكست اتجاهات العينة نحو المجتمع الإسرائيلي اتجاهًا سلبيًا نحو بعض من الجوانب السياسية والاجتماعية في إسرائيل، فقد رأى (59%) من أفراد العينة أن المجتمع الإسرائيلي يسوده الفساد، والحقيقة أن الفساد ليس ظاهرة مستحدثة في الداخل الإسرائيلي حيث ظهرت فضائح الفساد في عهد رابين عام 1976 عندما اتهم محافظ بنك إسرائيل "آشر يادلين" بالرشوة والاحتيال بعد أسبوعين من تعيين رابين له، كما ألف "جلعاد شارون" كتابًا عن والده بعنوان "شارون سيرة حياة" نُشر في صحيفة يديعوت إحرونوت يقوم الكتاب في معظم فصوله على إثبات فساد لجنة الحكم في إسرائيل، ويقول المؤرخ المعاصر "توم سيحيف" في حسرة إذا كنت شابًا إسرائيليًا سوف تجد رئيس الدولة موشيه كاتشاف يحاكم في قضية تحرش جنسي، ورئيس الوزراء الأسبق "يهود أولمرت" يحاكم في قضية فساد، وعددًا من أعضاء الكنيست الإسرائيلي موجودين في السجن بتهم أخرى (أحمد المسلماني، 2012: 21).

كما وافق (51%) من عينة الدراسة على كون المجتمع الإسرائيلي مجتمع طبقي بواقع (25,5%) موافقون جدًا والنسبة نفسها موافقون، وتتفق هذه الرؤية مع واقع المجتمع الإسرائيلي الذي يتكون من اليهود الأشكنازيم وهم يهود الغرب وأمريكا وشرق أوروبا، ويهود السفارديم وهم يهود البلاد العربية والإسلامية ويهود الصابرا وعرب فلسطين، وهذه العناصر تحظى بهيمنة لعنصر معين من عناصر المجتمع الإسرائيلي على بقية العناصر، فالأساس العرقي هو المتحكم الحقيقي في تحديد العنصر المهيمن داخل المجتمع (محمد خليفة، ب.ب.ت غير مبين: 9-27).

فيما حظيت بعض المعارف والمعلومات السائدة عن المجتمع الإسرائيلي بموافقة عينة الدراسة وجاء في مقدمتها امتلاك إسرائيل أسلحة نووية وتكنولوجية متطورة، وذلك بنسبة (81,5%) من أفراد العينة، وتتفق بذلك نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة (عادل عبدالغفار، 2000) ودراسة (يسرا عبدالخالق، 2015)، ودراسة (دعاء البنا، 2015)، ودراسة (دعاء فريد، 2015)، والحقيقة أن إعلان إسرائيل لإمتلاكها أسلحة نووية عبر الشبكات الاجتماعية وصفحات الفيس بوك لم يكن بالأمر الحديث؛ حيث تحدث إيهود أولمرت عن السلاح النووي الإسرائيلي في إجراء أمريكي نادر، وعدت وزارة الدفاع الأمريكية إسرائيل دولة نووية عظمى (أحمد المسلماني، 2012: 19-20)، ومجرد إعلان إسرائيل امتلاكها أسلحة نووية يمثل رادعًا يتوافق مع التفكير الاستراتيجي الإسرائيلي في معادلة الكم العربي مع الكيف الإسرائيلي، وليصل هذا الرادع إلى التأثير النفسي على العرب لفرض الأمر الواقع، وإكساب إسرائيل مزيدًا من المهابة والقبول الإقليمي والدولي. ونظرًا لامتلاك إسرائيل أسلحة نووية وتكنولوجية متقدمة فقد وافق (57%) من عينة الدراسة بواقع (21%) موافقون جدًا، و(39,5%) موافقون على كون إسرائيل من الدول المؤثرة في منطقة الشرق

الأوسط، وتتفق بذلك نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة (عادل عبدالغفار، 2000) ودراسة (دعاء البناء، 2015)، ويعكس ذلك اعترافاً ضمنياً من الشباب بكون إسرائيل جزءاً من الشرق الأوسط، وهو المصطلح الذي تم صياغته للحصول على هذا الاعتراف.

كما اتسمت اتجاهات العينة بالموافقة على كون المجتمع الإسرائيلي متقدماً في بعض المجالات وذلك بنسبة (80%) من عينة الدراسة الميدانية بواقع (34,5%) موافقون جداً، و(46,5%) موافقون، ويتفق ذلك مع نتائج دراسة (دعاء فريد، 2015). فضلاً عن تمتع الاقتصاد الإسرائيلي بالقوة وذلك بنسبة (70%) من عينة الدراسة بواقع (37,5%) موافقون جداً، و(32,5%) موافقون؛ وتتفق بذلك هذه النتائج مع نتائج دراسات (عادل عبدالغفار، 2000؛ ودعاء فريد، 2015؛ ودعاء البناء، 2015). ويتضح لنا مما سبق أن الصورة الذهنية الإيجابية للمجتمع الإسرائيلي تتجلي لدى الشباب المصري في نواحي معينة وهي النواحي المتعلقة بقوة الجيش الإسرائيلي وإملاكه لأسلحة نووية، واعتماده على اقتصاد قوى فضلاً عن كون إسرائيل مؤثرة في المنطقة.

5. رؤية عينة الدراسة لصفات الشخصية الإسرائيلية:

جدول (6)

يوضح اتجاهات عينة الدراسة نحو صفات الشخصية الإسرائيلية

معارف عينة الدراسة نحو المجتمع الإسرائيلي		موافق جداً		موافق		لا أستطيع التحديد		غير موافق		غير موافق على الإطلاق	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
3,5	7	3,5	7	3,5	7	8,5	17	23	46	61,5	123
122	61	47	23,5	15	7,5	4	2	12	6	الإسرائيلي يحترم حقوق الغير	
10	5	15	7,5	44	22	48	24	83	41,5	الإسرائيلي عنصري	
120	60	55	27,5	20	10	4	2	1	,5	ديمقراطي	
47	23,5	30	15	99	49,5	11	5,5	13	6,5	جبان	
25	12,5	67	33,5	65	32,5	26	13	17	8,5	بخيل	
41	20,5	67	33,5	52	26	67	33,5	41	20,5	مبتكر	
126	63	26	13	22	11	16	8	10	5	طموح	
50	25	46	23	55	27,5	23	11,5	26	13	إرهابي	
117	58,5	26	13	24	11,5	18	9	15	7,5	متقف	
43	21,5	59	29,5	48	24	17	8,5	33	16,5	انتهازي	
81	40,5	39	19,5	55	27,5	12	6	13	6,5	ذكي	
45	22,5	53	26,5	37	18,5	19	9,5	46	23	متعالي على الآخرين	
44	22	59	29,5	67	33,5	10	5	20	10	يتسم بالوطنية وحب الوطن	
109	54,5	40	20	40	20	7	3,5	4	2	متقن لعمله	
115	57,5	40	20	39	19,5	2	1	4	2	مادي ويعشق المال	
											مغرور

كشفت نتائج الدراسة الراهنة عن أن الشخصية الإسرائيلية من وجهة نظر عينة الدراسة قد اتسمت ببعض السمات الإيجابية وبأخرى سلبية، وإن غلبت الصفات السلبية على الإيجابية بواقع (9) سمات سلبية مقابل (6) سمات إيجابية، وبذلك تتفق نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراستي (جيهان رشتي، 2003؛ وسالي أحمد جاد، 2010) على عكس نتائج دراسة (محمد سيد خليل، 1999) التي تساوت فيها الصفات السلبية مع الإيجابية فيما جاءت الاتجاهات محايدة نحو صفة واحدة هي البخل، وتختلف بذلك الدراسة الحالية مع كل الدراسات السابقة حيث لم تظهر النتائج حياد نصف أفراد العينة تجاه سمة محددة.

وعلى الرغم من اتجاه الصفحات الموجهة لإظهار الشخصية الإسرائيلية بسمات إيجابية إلا أن عينة الدراسة ترى أن الشخصية الإسرائيلية تنسم بعدد من السمات السلبية مثل: عدم احترام الإسرائيلي لحقوق الغير والذي تتفق نتائجه مع دراسات كل من (أحمد أحمد زراع، 1993؛ طه المستكاوي، 1999؛ ومحمد سيد خليل، 1999؛ و Alvarez D & Campo, 2014؛ ودعاء أحمد محمد البناء، 2015).

كما يتفق ذلك مع دراسة د. قدرى حفني عن الشخصية الإسرائيلية "الأشكنازيم" (قدرى حفني، 1975: 277). فيما يرى (84,5%) من عينة الدراسة أن اليهودي عنصري - كما يتضح من الجدول السابق-، ويتفق ذلك مع دراسة كل من (أحمد أحمد زراع، 1993، ودراسة عادل عبدالغفار، 2000، ودراسة دعاء أحمد، 2015). وتتفق هذه النتيجة مع ما جاء في سفر التثنية: "أنتم أولاد للرب إلهك، لأنك شعب مقدس للرب إلهك، وقد اختارك الرب إلهك لكي تكون شعباً خالصاً فوق جميع الشعوب الذين على وجه الأرض" (فوزى طایل، 1992: 37-41). كما ترى عينة الدراسة أن الإسرائيلي جبان، وذلك بنسبة (87,5%) بواقع (60%) موافقون جداً، و(27,5%) موافقون، ويتفق ذلك مع دراسات (طه المستكاوي، 1996؛ ومحمد سيد خليل، 1999؛ ودعاء صلاح، 2015). كما يرى (76%) من عينة الدراسة أن الإسرائيلي إرهابي وذلك بنسبة (63%) موافقون جداً، و(13%) موافقون، وتتفق بذلك نتائج الدراسة الحالية مع دراسة (دعاء أحمد محمد البناء، 2015). كما تتفق مع ما تلاحظه العينة يومياً - عبر وسائل إعلامية غير موجهة- من بطش وقتل وعدوان من قبل المستعمر الإسرائيلي ضد الفلسطينيين العزل، وتمثلت الصفات السلبية أيضاً في كون الإسرائيلي انتهازي وذلك بنسبة (58,5%) وتتفق بذلك مع دراسة (محمد أحمد إسماعيل، 2009).

كما يرى (60%) من أفراد العينة بواقع (40,5%) موافقون جداً على كون الإسرائيلي متعالياً على الآخرين، فضلاً عن الغرور بنسبة (57,5%) وتتفق بذلك نتائج الدراسة الحالية مع دراسة (دعاء البناء، 2015)، حيث أكد مفردات العينة تجلي الغرور في المفردات اللغوية التي يطلقها الإسرائيليون على أنفسهم مثل كونهم شعب الله المختار، والشعب الأبدي، والشعب المقدس، فضلاً عن اعتقادهم بأنهم مثل الله لا

أول لهم ولا آخر، ولا بداية ولا نهاية، وأوضحت النتائج أن (74,5%) من مفردات العينة بواقع (54,5%) موافقون جداً، و(20%) موافقون على أن اليهودي مادي وعاشق للمال، وتتفق هذه الدراسة مع دراسات (طه المستكاوي، 1996؛ ومحمد سيد خليل، 1999؛ ودعاء فريد، 2015)، ويعكس ذلك اتجاهاً سلبياً من عينة الدراسة حول سمات الشخصية الإسرائيلية من غرور، وتعالى، وعنصرية وعدم احترام لحقوق الغير.

وعلى الرغم من أن العديد من الدراسات مثل دراسة (طه المستكاوي، 1996) ودراسة (محمد سيد خليل، 1999) ودراسة (دعاء فريد، 2015) قد أكدت نتائجهم بخل الإسرائيلي إلا أن نتائج الدراسة الراهنة أكدت أن سمة البخل أصبحت غير محددة بنسبة (50%) من عينة الدراسة، حيث رأت عينة الدراسة أن هناك عدد من السمات يُصعب تعميمها على مجتمع بعينة مثل سمة البخل. فيما انخفضت السمات الإيجابية لدى عينة الدراسات، وتمثلت هذه السمات في: الابتكار وذلك بنسبة (46%) من أفراد العينة موزعين كالتالي (12,5%) موافقون جداً، و(33,5%) موافقون، وهي سمة ظهرت في رسالة واحدة هي رسالة (سليمان علي، 2011)، وهي سمة من السمات التي تحاول إسرائيل صبغ الشخصية الإسرائيلية بها، كما يرى (54%) من عينة الدراسة أن الشخصية الإسرائيلية طموحة، وتوزعت النسبة كالتالي (20,5%) موافقون جداً، و(33,5%) موافقون، ويرى (48%) من أفراد العينة أن الإسرائيلي ذكي، وجاءت هذه السمة كالتالي (21,5%) موافقون جداً و(29,5%) موافقون، وتتفق هذه النتيجة مع دراسات (طه المستكاوي، 1996؛ ومحمد سيد خليل، 1999؛ ودعاء صلاح، 2015؛ ودعاء البناء، 2015)، فيما يرى (26,5%) من عينة الدراسة أن الإسرائيلي يتسم بالوطنية وحب الوطن، وتتفق بذلك هذه الدراسة مع دراستي (طه المستكاوي، 1996؛ ودعاء صلاح، 2015) فالإسرائيلي لديه إحساس بالوطن خاصة الصباريم، حيث إنهم لم يعرفوا وطناً لهم غير إسرائيل، فالصباريم يضعون إسرائيل قبل اليهودية. كما تجلت صفة إتقان العمل كإحدى السمات الإيجابية المميزة للشخصية الإسرائيلية، وذلك بواقع (29,5%) موافقون جداً كما في دراسة (دعاء صلاح فريد، 2015)، ويتضح لنا هنا أن اهتمام الشباب بمتابعة الصفحات الإسرائيلية الموجهة لم يحدث تغييراً في سمات الشخصية الإسرائيلية لدى الشباب المصري مقارنة بالسمات السائدة خلال فترة الثمانينات والتسعينات من القرن الماضي وأوائل القرن الحالي باستثناء سمة واحدة وهي البخل.

6. الاتجاهات الوجدانية لعينة الدراسة نحو المجتمع الإسرائيلي:

يتضح لنا من الجدول التالي أن هناك اتجاهاً وجدانياً سلبياً من قبل بعض عينة الدراسة نحو المجتمع الإسرائيلي؛ حيث يعارض (71%) من عينة الدراسة شعورهم بالراحة تجاه المجتمع الإسرائيلي، فيما يعارض (71%) من عينة الدراسة ميلهم لقبول صداقات إسرائيليين عبر شبكات التواصل الاجتماعي. وتختلف بذلك نتائج الدراسة الحالية مع نتائج (منة الله محمد كمال، 2014) التي ارتفعت فيها نسبة من

يؤيدون إقامة علاقات صداقة مع إسرائيل عبر المواقع الإلكترونية. وقد يرجع الاختلاف هنا إلى أن المتابعة للصفحات الإسرائيلية الموجهة عبر فيس بوك تكون ظاهرة لدى مستخدمي الموقع عامة، مما يثير قلق المتابعين من ردود الفعل تجاههم. كما يعارض (58%) من العينة فكرياً أن إسرائيل ليست بالسوء الذي تصوره لنا مجتمعاتنا، فضلاً عن معارضتهم للشعور بالفخر تجاه تقبل الآخر الإسرائيلي. ويتفق ذلك مع ما جاء في دراسات (عادل عبدالغفار، 2000؛ ودعاء صلاح فريد، 2015؛ ودعاء أحمد البناء، 2015).

جدول (7)

يوضح الاتجاهات الوجدانية لعينة الدراسة نحو المجتمع الإسرائيلي

الاتجاهات الوجدانية لعينة الدراسة نحو المجتمع الإسرائيلي		موافق جداً		موافق		لا أستطيع التحديد		غير موافق		غير موافق على الإطلاق	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
12	6	10	5	14	7	22	11	142	71		
100	50	55	27,5	23	11,5	13	6,5	9	4,5		
3	1,5	12	6	28	14	41	20,5	116	58		
9	4,5	8	4	15	7,5	54	27	114	57		
151	75,5	26	13	14	7	6	3	3	1,5		
3	1,5	8	4	12	6	27	13,5	150	75		
3	1,5	9	4,5	8	4	38	19	142	71		
5	2,5	15	7,5	30	15	34	17	116	58		
52	26	55	27,5	36	18	17	8,5	40	20		
39	19,5	53	26,5	30	15	42	21	36	18		

فيما وافق نصف أفراد العينة على شعورهم بالخوف عندما تُوقَّع أية اتفاقيات مع إسرائيل، ونحو (75,5%) على نفورهم من الإسرائيليين لأنهم محتلين، فيما يخاف (26%) من عينة الدراسة من تأثرهم بالصفحات الإسرائيلية وما يُنشر عليها، ويعكس ذلك شعوراً لدى بعض عينة الدراسة، فعلى الرغم من اهتمامهم بالمتابعة رغبة في معرفة الآخر الإسرائيلي، فإنهم يخافون من تأثرهم بما يُنشر على هذه الصفحات على

المدى الطويل، خاصة مع تفكيرهم في وجهات النظر الأخرى المطروحة على هذه الصفحات.

7. الاتجاهات السلوكية لعينة الدراسة نحو المجتمع الإسرائيلي:

يتضح لنا من الجدول التالي أن هناك اتجاهًا سلبيًا سلوكيًا من قبل عينة الدراسة نحو المجتمع الإسرائيلي، حيث عارضت مفردات العينة قيامهم بتشجيع الزملاء على تقبل الآخر الإسرائيلي بنسبة (66,5%)، والسفر لإسرائيل من أجل العمل بنسبة (63,5%) كما يتضح من الجدول التالي، كما عارض (60%) من عينة الدراسة رغبتهم في السفر لإسرائيل من أجل السياحة وتتفق بذلك نتائج الرسالة الحالية مع نتائج دراسة (Alvarez Compo, 2014). كما أن (58,5%) من عينة الدراسة لا توافق على تشجيع قيام مشروعات اقتصادية مشتركة بيننا وبين إسرائيل، وتتفق بذلك الدراسة الحالية مع دراسات (عادل عبدالغفار، 2000؛ ودعاء صلاح فريد، 2015؛ ودعاء أحمد البناء، 2015).

جدول (8)

يوضح الاتجاهات السلوكية لعينة الدراسة نحو المجتمع الإسرائيلي

الاتجاهات الوجدانية لعينة الدراسة نحو المجتمع الإسرائيلي		موافق جدًا		موافق		لا أستطيع التحديد		غير موافق		غير موافق على الإطلاق
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
73	36,5	47	23,5	29	14,5	19	9,5	32	16	يمكن أن أشارك في ندوة تستهدف مقاومة التطبيع مع إسرائيل
70	35	37	18,5	39	19,5	28	14	26	13	قد أذهب عبر إسرائيل لرؤية المسجد الأقصى
12	6	20	10	18	9	33	16,5	117	58,5	أشجع قيام مشروعات اقتصادية مشتركة بيننا وبين إسرائيل
10	5	11	5,5	14	7	45	22,5	120	60	إذا أتيت لي فرصة السفر للسياحة إلى إسرائيل سأفعل
3	1,5	7	3,5	26	13	52	26	112	56	أحدث مع زملائي حول تطبيع العلاقات مع إسرائيل
5	2,5	11	5,5	14	7	43	21,5	127	63,5	إذا أتيت لي فرصة عمل في إسرائيل سأفعل
8	4	15	7,5	24	12	59	29,5	94	47	قبول صداقات الإسرائيليين عبر مواقع التواصل الاجتماعي ليست نوعاً من التطبيع
2	1	5	2,5	15	7,5	45	22,5	133	66%	أشجع زملائي على تقبل الآخر الإسرائيلي

ويعكس ذلك اتجاهًا عامًا لدي كل فئات المجتمع وليس عينة الدراسة فقط، فقد يعلن البعض تفوق إسرائيل وتميزها في بعض المناحي، وقد يتم تبادل الفيديوهات المختلفة والمعلومات عن الداخل الإسرائيلي، وقد يحدث التعاون الاقتصادي بين الطرفين ولكن قلما يتم التصريح بذلك علنًا. فيما تتبنى عينة الدراسة اتجاهًا إيجابيًا نحو المشاركة في ندوة تستهدف مقاومة التطبيع مع إسرائيل بنسبة (36,5%) من العينة، وتتفق بذلك نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة (عادل عبدالغفار، 2000)،

وتكشف هذه الدراسة عن اتجاه جديد لدى عينة الدراسة وهي الرغبة في السفر إلى إسرائيل من أجل زيارة المسجد الأقصى، وهو اتجاه جديد لم تنطرق إليه أي من الدراسات السابقة، وقد يعكس ذلك رغبة ملحّة لدى عينة الدراسة في زيارة المسجد الأقصى مع بُعد أملهم في تحقيقه في ظل الظروف الراهنة.

خامساً- اختبار الفروض ومناقشتها:

- **الفرض الأول:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة الاهتمام بمتابعة المواقع الإسرائيلية الموجهة باللغة العربية على موقع الفيس بوك ومستوى المعرفة بالمجتمع الإسرائيلي.

جدول(9)

تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لمعرفة دلالة الفروق في معارف أفراد العينة تبعاً لمتغير درجة الاهتمام بمتابعة الصفحات الإسرائيلية الموجهة على موقع الفيس بوك

الدالة الإحصائية	قيمة F	وسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	المكوّن
,01	23,619	681,623	2	1363,245	بين المجموعات	المعرفي
		28,859	197	5685,150	خلال المجموعات	
			199	7048,395	الكلّي	

يتبين لنا من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة الاهتمام بمتابعة المضامين المنشورة بالصفحات الإسرائيلية على موقع الفيس بوك ومستوى المعرفة بالمجتمع الإسرائيلي، حيث بلغت F (23,619) وذلك عند مستوى دلالة (,01)، ولبيان الفروق الزوجية الدالة إحصائياً بين المتوسطات الحسابية، تم استخدام المقارنات البعدية بطريقة شيفية، كما هو موضح بالجدول التالي.

جدول(10)

المقارنات البعدية بطريقة Scheffe لأثر درجة الاهتمام بمتابعة الصفحات الإسرائيلية الموجهة على الفيس بوك على معارف الشباب نحو المجتمع الإسرائيلي

الدالة	متوسط الفروق	درجة الاهتمام بالمتابعة	نادرًا
,01	4,62240 -	أحيانًا	نادرًا
,01	6,81960 -	دائمًا	
,01	4,62240	نادرًا	أحيانًا
,05	2,19720 -	دائمًا	دائمًا
,01	6,81960	نادرًا	
,05	219720	أحيانًا	

ويتضح لنا من الجدول السابق أن مصادر الفروق بين درجات الاهتمام بالمتابعة كانت لصالح الاهتمام والمتابعة الدائمة بمتوسط حسابي (41,7619) مقابل (39,5647) لـ (أحيانًا)، و(43,423) لـ (نادرًا)،

مما سبق يتضح لنا أن درجة الاهتمام بالمتابعة كانت مؤثرة جدًا في مستوى معارف الشباب المصري نحو المجتمع الإسرائيلي. ويمكن تفسير ذلك في ضوء ما

تتيح شبكات التواصل الإجتماعي وخاصة فيس بوك الكثير من المعلومات عن المجتمع الإسرائيلي بشكل يومي وفوري ومُدعمة بالصور والفيديوهات، والرسوم المختلفة مما يوفر للمهتمين الدائمين مصدرًا مستمرًا للمعلومات، كما يتفق مع فرضية التأثيرات المختلفة لوسائل الإعلام Differential Effects hypothesis التي تفترض أن لوسائل الإعلام تأثيرات مختلفة على مستويات المعرفة، ويتم زيادة المعرفة من خلال الاهتمام والتعرض والتفاعل مع محتوى وسائل الإعلام. كما يتفق مع نتائج دراستي (عبدالله محمد، 2006؛ Llodra-Riera, Pilar, Isabel, & Izquierdo-Yusta, 2014) اللتين أوضحتا أن لوسائل الإعلام الاجتماعية دورًا في تشكيل الصورة الذهنية المعرفية تجاه الدول.

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة الاهتمام بمتابعة المواقع الإسرائيلية الموجهة باللغة العربية على موقع الفيس بوك والاتجاهات الوجدانية نحو المجتمع الإسرائيلي.

جدول (11)

تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لمعرفة دلالة الفروق في الاتجاهات الوجدانية لأفراد العينة تبعًا لمتغير درجة الاهتمام بمتابعة الصفحات الإسرائيلية الموجهة على موقع الفيس بوك

الدالة الإحصائية	قيمة F	وسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	المكون
,01	14,322	347,391	2	781,694	بين المجموعات	الاتجاهي
		24,256	197	4778,373	خلال المجموعات	
			199	5473,155	الكلية	

يتبين لنا من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة الاهتمام بمتابعة المضامين المنشورة بالصفحات الإسرائيلية على موقع الفيس بوك والاتجاهات الوجدانية نحو المجتمع الإسرائيلي، حيث بلغت F (14,322) وذلك عند مستوى دلالة (,01)، ولبيان الفروق الزوجية الدالة إحصائيًا بين المتوسطات الحسابية، تم استخدام المقارنات البعدية بطريقة شيفية، كما هو موضح بالجدول التالي:

جدول (12)

المقارنات البعدية بطريقة Scheffe لأثر درجة الاهتمام بمتابعة الصفحات الإسرائيلية الموجهة على الفيس بوك على اتجاهات الشباب نحو المجتمع الإسرائيلي

الدالة	متوسط الفروق	درجة الاهتمام بالمتابعة	
,806	,57014	أحيانًا	نادرًا
		دائمًا	
,01	4,33578-	نادرًا	أحيانًا
		دائمًا	
,806	,57014	نادرًا	دائمًا
		دائمًا	
,05	3,76564 -	نادرًا	دائمًا
		أحيانًا	
,01	4,33578	نادرًا	أحيانًا
		أحيانًا	
,05	3,76064	أحيانًا	نادرًا
		دائمًا	

ويتضح لنا من الجدول السابق أن مصادر الفروق في اتجاهات أفراد العينة نحو المجتمع الإسرائيلي يُعزى إلى درجة الاهتمام بالمتابعة التي كانت لصالح الاهتمام والمتابعة الدائمة بمتوسط حسابي (21,4127) مقابل (17,6471) لـ (أحياناً)، و(17,769) لـ (نادراً)

مما سبق يتضح لنا أن درجة الاهتمام بالمتابعة كانت مؤثرة جداً في تشكيل الاتجاهات الوجدانية لدى الشباب المصري نحو المجتمع الإسرائيلي. وتتفق بذلك نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراستي (Llodra-Riera, Pilar, Isabel, & Izquierdo-Yusta, 2014) ، (Alhabash, 2009) اللتين أوضحنا أن لوسائل الإعلام الاجتماعية دوراً في تشكيل الصورة الذهنية والاتجاه الوجداني تجاه الدول، كما يتفق مع فروض النظرية التي أوضحت أن التأثيرات لا تشمل الجوانب المعرفية فقط بل تتعداها للجوانب الوجدانية والسلوكية.

- **الفرض الثالث:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة الاهتمام بمتابعة المواقع الإسرائيلية الموجهة باللغة العربية على موقع الفيس بوك وسلوكيات أفراد العينة نحو المجتمع الإسرائيلي.

يتبين لنا من الجدول التالي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة الاهتمام بمتابعة المضامين المنشورة بالصفحات الإسرائيلية على موقع الفيس بوك وسلوكيات أفراد العينة نحو المجتمع الإسرائيلي، حيث بلغت $F(6,285)$ وذلك عند مستوى دلالة (0,05)، وليبيان الفروق الزوجية الدالة إحصائياً بين المتوسطات الحسابية، تم استخدام المقارنات البعدية بطريقة شيفية

جدول(13)

تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لمعرفة دلالة الفروق في سلوكيات عينة الدراسة تجاه المجتمع الإسرائيلي تبعاً لمتغير درجة الاهتمام بمتابعة الصفحات الإسرائيلية الموجهة على موقع الفيس بوك

المكون	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	وسط المربعات	قيمة F	الدلالة الإحصائية
السلوكيات	بين المجموعات	523,475	2	261,737	6,285	,05
	خلال المجموعات	8204,520	197	41,641		
	الكلية	8727,995	199			

يتبين لنا من الجدول التالي أن مصادر الفروق في سلوكيات أفراد العينة نحو المجتمع الإسرائيلي يُعزى إلى درجة الاهتمام بالمتابعة التي كانت لصالح الاهتمام بالمتابعة الدائمة بمتوسط حسابي (17,9524) مقابل (13,8462) لـ (نادراً) وذلك عند مستوى دلالة (0,05)، بينما لا توجد فروق بين دائمي الاهتمام ومتوسطي الاهتمام، حيث يبلغ المتوسط الحسابي لفئة (أحياناً) (17,0353).

جدول (14)

المقارنات البعدية بطريقة SChefee لأثر درجة الاهتمام بمتابعة الصفحات الإسرائيلية الموجهة على الفيس بوك على سلوكيات الشباب المصري نحو المجتمع الإسرائيلي

الدلالة	متوسط الفروق	درجة الاهتمام بالمتابعة	
,05	3,18914	أحياناً	نادراً
		دائماً	
,05	3,18914	نادراً	أحياناً
		دائماً	
,05	4,10623	نادراً	دائماً
		أحياناً	
,694	,91709	نادراً	أحياناً
		أحياناً	

مما سبق يتضح لنا أن درجة الاهتمام بالمتابعة كانت مؤثرة جداً في سلوكيات الشباب المصري نحو المجتمع الإسرائيلي. وتتفق بذلك نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة (Alhabash, 2009)، ويدل ذلك على التأثير الكبير الذي تحدثه الشبكات الاجتماعية وخاصة فيس بوك على سلوكيات الشباب المصري نحو المجتمع الإسرائيلي، فأضحى اليوم من السهل عبر الفيس بوك متابعة الشخصيات الإسرائيلية الرسمية والتفاعل معها حتى ولو كان التفاعل سلبي.

- **الفرض الرابع:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة الاهتمام بمتابعة المواقع الإسرائيلية الموجهة باللغة العربية على موقع الفيس بوك والصورة الذهنية المتكونة لدى أفراد العينة نحو المجتمع الإسرائيلي.

جدول (15)

تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لمعرفة دلالة الفروق في الصورة الذهنية تبعاً لمتغير درجة الاهتمام بمتابعة الصفحات الإسرائيلية الموجهة على موقع الفيس بوك

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	وسط المربعات	قيمة F	الدلالة الإحصائية
الصورة الذهنية	بين المجموعات	9629,475	2	4814,737	17,921	,01
	خلال المجموعات	52926,400	197	268,662		
	الكل	62555,875	199			

- يتبين لنا من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة الاهتمام بمتابعة المضامين المنشورة بالصفحات الإسرائيلية على موقع الفيس بوك والصورة الذهنية المتكونة لدى عينة الدراسة عن المجتمع الإسرائيلي، حيث بلغت قيمة F (17,921) وذلك عند مستوى دلالة (0,01)، ولبيان الفروق الزوجية الدالة إحصائياً بين المتوسطات الحسابية، تم استخدام المقارنات البعدية بطريقة شيفية كما هو موضح بالجدول التالي:

جدول (16)

المقارنات البعدية بطريقة SChefee لأثر درجة الاهتمام بمتابعة الصفحات
الإسرائيلية الموجهة على الفيس بوك على الصورة الذهنية لدى الشباب نحو
المجتمع الإسرائيلي

الدلالة	متوسط الفروق	درجة الاهتمام بالمتابعة	
.01	8,94412	أحياناً	نادراً
.01	18,32637	دائماً	
.01	8,94412	نادراً	أحياناً
.05	18,32937	دائماً	
.01	18,32937	نادراً	دائماً
.05	9,38525	أحياناً	

يتبين لنا من الجدول السابق أن مصادر الفروق في الصورة الذهنية نحو المجتمع الإسرائيلي لدى عينة الدراسة تُعزى إلى درجة الاهتمام بالمتابعة التي كانت لصالح الاهتمام بالمتابعة الدائمة بمتوسط حسابي (122,5794) مقابل (112,6041) — (أحياناً) وذلك عند مستوى دلالة (0,05)، و(103,7500) — (نادراً) وذلك عند مستوى دلالة (0,01).

مما سبق يتضح لنا أن درجة الاهتمام بالمتابعة كانت مؤثرة جداً في تشكيل الصورة الذهنية نحو المجتمع الإسرائيلي لدى عينة الدراسة، وتتفق بذلك نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة (Alhabash, 2009) التي أوضحت أن لوسائل الإعلام دوراً في تشكيل الصورة الذهنية وفي التقريب بين الشعوب. كما تتفق نتائج الدراسة مع الفروض النظرية التي أوضحت أن الاهتمام بمتابعة حدث معين يؤثر على معارف المتابعين والمعارف تؤثر في الجوانب الوجدانية والسلوكية وهي المكونات الثلاثة للصورة الذهنية.

سادساً: خلاصة النتائج ومناقشتها

- أوضحت النتائج أن (42,5%) من أفراد العينة قد اهتموا بمتابعة الصحف الإسرائيلية الموجهة باللغة العربية بدرجة متوسطة تتراوح ما بين (2- 4) مرات أسبوعياً.
- كشفت النتائج عن تنوع أسباب الاهتمام بمتابعة عينة الدراسة للصفحات الإسرائيلية الموجهة، وجاء في مقدمتها لأفهم كيف يفكر الإسرائيليون؟ حيث عبر مفردات العينة عن رغبتهم في معرفة الآخر بقولهم: "اعرف عدوك وافهمه"، فيما يتابعها البعض بهدف الحصول على معلومات متنوعة عن الوضع الاقتصادي والاجتماعي والسياسي للمجتمع الإسرائيلي، فيما تنخفض نسبة من يتابعون بهدف معرفة تطورات الأحداث من وجهة نظر مختلفة؛ ويكشف ذلك وعي الشباب وأهدافهم من المتابعة فهم يسعون لمعرفة الآخر

وطرائق تفكيره، وفهم استراتيجياته ولكنهم لا يعتمدون على هذه الصفحات كمصدر أساسي للمعرفة.

- جاءت صفحة "أفيخاي أدرعي" في مقدمة الصفحات التي تحظى باهتمام العينة؛ حيث تتسم هذه الصفحة بالفورية وعرض المستجدات المختلفة في المحيط الإسرائيلي، كما تستعين في المضامين المنشورة بآيات من القرآن الكريم ومن التراث القديم، فيما جاءت صفحة "إسرائيل بالعربية في المرتبة الثانية".

- على الرغم من سعي إسرائيل من خلال صفحاتها الموجهة عبر فيس بوك لتقديم صورة مجتمع مسالم، قوي، ومحب للسلام، إلا أن ذلك لم يحظ بموافقة عينة الدراسة؛ حيث تري أغلب مفردات العينة أن إسرائيل لا تسعى للسلام، الذي لا يتوافق مع غاياتها الكبرى المتمثلة في تكوين دولة من نهر النيل إلى نهر الفرات، وحكم العالم عبر بناء الهيكل على أنقاض المسجد الأقصى، كما رفضت العينة ديمقراطية المجتمع الإسرائيلي، وقوبلت العبارات المتعلقة بكون الإسرائيلي يعاني من الإضطهاد بالرفض الشديد؛ على اعتبار أنه مكون أساسي من مكونات الشخصية الإسرائيلية فهم يتقنون النواح والتعبير عن اضطهادهم لكسب تعاطف العالم معهم. كما ترفض العينة فكرة أن الجيش الإسرائيلي يُعد من أقوى الجيوش، ويعتبرون ذلك أكذوبة، حيث يرون أن إسرائيل تضع هالة كبيرة من السرية على جيشها، كما تتفق توجهاتهم مع التقارير الصادرة عن (مركز باحث للدراسات الفلسطينية والإستراتيجية، 2016) والتي أوضحت أن (40%) من الجيش الإسرائيلي لا يnehون الخدمة العسكرية. فيما يوافق أفراد العينة على أن المجتمع الإسرائيلي يسوده الفساد، فضلاً عن كونه مجتمع طبقي وعنصري.

- كشفت نتائج الدراسة الراهنة أن الشخصية الإسرائيلية قد اتسمت ببعض السمات الإيجابية وبأخرى سلبية، وإن غلبت السمات السلبية على الإيجابية بواقع (9) سمات سلبية مقابل (6) سمات إيجابية، وقد تجلت السمات السلبية في: عدم احترام الآخر، العنصرية، الجبن، الإرهاب، الانتهازية، التعالي، المغرور، وعشق المال، فيما حددت العينة السمات الإيجابية في: الابتكار، الطموح، والوطنية.

- أوضحت نتائج الدراسة أن هناك اتجاهًا وجدائيًا سلبيًا من قبل مفردات العينة نحو المجتمع الإسرائيلي؛ حيث عبر مفردات العينة عن عدم شعورهم بالراحة تجاه المجتمع الإسرائيلي، كما عارض أكثر مفردات العينة فكرتي أن إسرائيل ليست بالسوء الذي تصوره لنا مجتمعاتنا، وشعورهم بالفخر تجاه تقبل الآخر الإسرائيلي، كما يشعر أغلب مفردات العينة بالخوف عندما توقع أية اتفاقيات مع إسرائيل.

- كشفت نتائج الدراسة عن سيادة اتجاهًا سلبيًا سلوكيًا من قبل أفراد العينة نحو المجتمع الإسرائيلي؛ حيث عارض مفردات العينة قيامهم بتشجيع الزملاء على تقبل الآخر الإسرائيلي، والسفر لإسرائيل من أجل العمل أو السياحة، كما لا تشجع مفردات العينة قيام مشروعات اقتصادية مشتركة بيننا وبين إسرائيل، ويتبنون اتجاهًا إيجابيًا نحو المشاركة في ندوات تستهدف مقاومة التطبيع مع إسرائيل.
- وفيما يتعلق بنتائج اختبار الفروض: كشفت نتائج الدراسة عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة الاهتمام بمتابعة المضامين المنشورة بالصفحات الإسرائيلية على موقع الفيس بوك والصورة الذهنية المتكونة لدى عينة الدراسة عن المجتمع الإسرائيلي والتمثلة في (المستوى المعرفي لدى عينة الدراسة واتجاههم الوجداني والسلوكي نحو المجتمع الإسرائيلي)، وقد تبين لنا أن مصادر الفروق في الصورة الذهنية نحو المجتمع الإسرائيلي لدى عينة الدراسة تُعزى إلى درجة الاهتمام بالمتابعة التي كانت لصالح الاهتمام بالمتابعة الدائمة مقابل الاهتمام بالمتابعة أحيانًا ونادرًا؛ ويكشف ذلك خطورة الدعاية الإسرائيلية على إدراك الشباب المصري للواقع الإسرائيلي، كما يزيد الأمر خطورة عدم قيام المؤسسات بتبني استراتيجيات للرد عليها وتوعية الشباب بكذبها وعدم اتفاقها مع الواقع الفعلي.

التوصيات، توصى الدراسة الراهنة بالتالي:

- ضرورة تحديد أولويتنا ورسم سياسات مستقبلية في كيفية التعامل مع الدعاية الإسرائيلية من خلال العمل المتواصل على رسم استراتيجية بناءه تعمل في إطار حرية الرأي والتعبير وتنويع المحتوى المُقدم بعيدًا عن التبعية السياسية.
- الاهتمام بتوعية الشباب بالتاريخ العربي عمومًا وتاريخ الصراع العربي الإسرائيلي خصوصًا، وفتح قنوات اتصال معهم من خلال استثمار امكانيات شبكات التواصل الاجتماعي، وإنشاء صفحات وحسابات ومواقع يُشرف عليها متخصصين من رجال الدين، والتاريخ، والإعلام، وعلماء النفس والاجتماع بهدف توحيثهم بكل ما يتعلق بمناحي الحياة المختلفة داخل المجتمع الإسرائيلي.
- ضرورة أن ينشط الإعلام على المستوى الخارجي، وأن يوظف جميع إمكانياته ووسائله للدفاع عن الإسلام والشخصية العربية، ودحض ما يلتصق بهما، وكشف مروجها، والعمل على قيام تعاون وثيق بين القيادات المؤثرة في الرأي العام العالمي على جميع الأصعدة بهدف تقديم رسالة واحدة تعكس الوجه العربي الحقيقي بعيدًا عما يشوبه من أفكار أو معتقدات.
- أن يوكل الإعلام وخاصة على المستوى الخارجي إلى نخبة من أهل الفكر والمعرفة والخبرة والاختصاص حتى يكون أكثر فعالية من خلال استغلال كل الامكانيات وإنشاء وكالات عربية للأخبار، وإنشاء صفحات عبر مواقع التواصل الاجتماعي من أجل تحسين الصورة العربية عالميًا والرد على الدعاية الإسرائيلية وإيضاح كذبها.

المراجع العربية:

1. أحمد أحمد محمد زارع (1993). دور الصحافة في تشكيل الصورة الذهنية لإسرائيل لدى الشباب المصري بعد توقيع معاهدة السلام "دراسة ميدانية وتحليلية"، رسالة دكتوراه، جامعة القاهرة، كلية اللغة العربية، قسم الصحافة والإعلام.
2. أحمد السيد النجار، أحمد بهاء الدين شعبان، أحمد إبراهيم محمود (2002)، من داخل إسرائيل الآن ومنذ منتصف قرن، تحرير عماد جاد، القاهرة: ميريت للنشر والمعلومات.
3. أحمد المسلماني (2012). ما بعد إسرائيل، القاهرة: كيان كورب للنشر والتوزيع، دار ليلي.
4. باري شمش (1993). سقوط إسرائيل، ترجمة عمار جولاق ومحمد الصابر وعلي رمان، القاهرة: الأهلية للنشر والتوزيع.
5. تقرير نصف شهري صادر عن مركز باحث للدراسات الفلسطينية والاستراتيجية (2016)، بعنوان "تحليل للتطورات السياسية والأمنية في إسرائيل". ملف إسرائيل (28)، بتاريخ 2016/11/30.
6. جيهان يسري (1993). القناة الفضائية الإسرائيلية ودورها في الحرب الإعلامية بين العرب وإسرائيل، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام (4)، جامعة القاهرة، كلية الإعلام.
7. حسنين شفيق (2014). نظريات الإعلام وتطبيقاتها في دراسات ومواقع التواصل الاجتماعي، القاهرة: دار فكر وفن للنشر والتوزيع.
8. دعاء أحمد محمد البنا (2015). معالجة أخبار وقضايا إسرائيل في القنوات الفضائية الإخبارية واتجاهات النخبة نحوها، رسالة دكتوراه، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون.
9. دعاء فريد (2016). الصورة الذهنية للمجتمع الإسرائيلي، القاهرة: أطلس للنشر والتوزيع والإنتاج الإعلامي.
10. دعاء مختار محمد عسوب (2009). الخطاب الإعلامي الفلسطيني و الإسرائيلي لتداعيات أحداث الانتفاضة الفلسطينية الثانية على شبكة الإنترنت "دراسة تحليلية مقارنة على عينة من المواقع الفلسطينية والإسرائيلية"، رسالة ماجستير، جامعة القاهرة، كلية الإعلام.
11. سالي أحمد محمد جاد (2010). أساليب الدعاية السياسية في القناة الفضائية الإسرائيلية الموجهة باللغة العربية، دراسة مسحية، رسالة ماجستير، جامعة القاهرة، كلية الإعلام.
12. سرمد كوكب الجميل (2013). دراسة في تغيير الصورة الذهنية لمدينة الموصل والاستثمار، تنمية الرافدين بالعراق، (35) 114.
13. سليمان علي (2011). الصورة الذهنية النمطية للشخصية الإسرائيلية كما يدركها الطفل الفلسطيني؛ دراسة ميدانية على أطفال مدارس دير البلح، رسالة دكتوراه، القاهرة، قسم الدراسات التربوية، جامعة الدول العربية، معهد البحوث والدراسات العربية.
14. صالح النعامي (2004). العسكر والصحافة في إسرائيل، القاهرة: دار الشروق.
15. طه المستكاوي (1996). صورة الإسرائيليين كما يدركها المصريون "دراسة نفسية". رسالة دكتوراه، جامعة القاهرة، كلية الآداب، قسم علم النفس.
16. عادل عبدالغفار (2000). أثر الراديو والتلفزيون في تشكيل اتجاهات الرأي العام المصري نحو تطبيع العلاقات مع إسرائيل، رسالة دكتوراه، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون.
17. عاطف العبد، نهى عاطف العبد (2009). الراديو والتلفزيون والقنوات الفضائية، النشأة - التطور والآفاق المستقبلية، القاهرة: دار الفكر العربي.
18. عباس مصطفى صادق (2008). الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، القاهرة: دار الشروق للنشر والطباعة.

19. عبدالرحمن بن عبدالله بن محمد (2009). الصورة الذهنية المتبادلة بين السعوديين والمقيمين وإسهام قنوات الاتصال في بنائها: دراسة تحليلية وصفية، رسالة دكتوراه، المملكة العربية السعودية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، كلية الدعوة والإعلام، قسم الإعلام.
20. عبدالله عبدالله محمد عبدالله (2006). موقف المراهقين من قناة النيل للأخبار في متابعة الصراع العربي الإسرائيلي "دراسة تطبيقية"، جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام، وثقافة الطفل.
21. على فزجاني (2018). العلاقات العامة واستراتيجيات الاتصال، عمان: دار أمجد للنشر والتوزيع.
22. فوزى محمد طایل (1992). النظام السياسي في إسرائيل، المنصورة: دار الوفاء للطباعة والنشر والتوزيع، ط 2.
23. قدرى حفني (1975). دراسة في الشخصية الإسرائيلية (الأشكنازيم)، القاهرة: مطبعة عين شمس.
24. كفاح زبون (2017). الإعلام الإسرائيلي قوة التأثير وأنماط الاستقطاب بدأ قبل الصهيونية والدولة وظل محل اهتمام محلي وعربي، إعلام ديمقراطي داخليًا وموجه ومجدد خارجيًا، متاح على: <https://aawsat.com/home/article/937666/%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9,22/5/2018>
25. مازن النقيب (1996). بنيامين نتنياهو إرهابي تحت الأضواء، القاهرة: مكتبة مدبولي.
26. محمد أحمد إسماعيل (2009). تصوير الشخصية الإسرائيلية في الدراما التلفزيونية المصرية، دراسة تحليلية للمسلسلات التلفزيونية من عام 1987-2003، رسالة دكتوراه، القاهرة، المعهد العالي للنقد الفني وقسم النقد، أكاديمية الفنون الجميلة.
27. محمد خليفة حسن (ب.ت). الشخصية الإسرائيلية في توجهات المجتمع الإسرائيلي نحو السلام، مركز الدراسات الشرقية (2)، سلسلة الدراسات الدينية والتاريخية.
28. محمد سيد خليل (1999-2000). صورة الذات وصورة الآخر في الصراع العربي الإسرائيلي، مجلة كلية الآداب (3)، جامعة أسيوط.
29. محمود يوسف (2014). مقدمة في العلاقات العامة، القاهرة: توزيع الدار العربية للنشر والتوزيع.
30. مراد كموش (2011). الصورة الذهنية ووسائل الإعلام قراءة في المفهوم والتكوين، مجلة الحكمة (4)، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر.
31. منة الله كمال موسى دياب (2014). علاقة الشباب المصري بالمواقع الإلكترونية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية على الإنترنت، رسالة ماجستير، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون.
32. نجلاء فؤاد العمري (1987) الدعاية في راديو صوت إسرائيل الموجه باللغة العربية دراسة تحليلية لعينة من نشرات البرامج الإخبارية. رسالة دكتوراه، جامعة القاهرة، كلية الإعلام.
33. نفيسة نايلي (2012). دور وسائل الإعلام في صناعة الصورة الذهنية - صورة المرأة في السينما العربية، مجلة الحكمة (13)، مؤسسة كنوز للنشر والتوزيع، الجزائر.
34. يسرا حسني عبد الخالق (2015). الدبلوماسية الشعبية الإسرائيلية الموجهة للشعوب العربية على الفيس بوك. رسالة دكتوراه، جامعة أسيوط، كلية الآداب، قسم الإعلام.
35. موسى محمد الخير، وحسن بن أحمد الحسن (2016). استخدام العلاقات العامة لمواقع التواصل الاجتماعي في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسات الخدمية "دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق

- على الصندوق القومي لرعاية الطلاب السودانيين في الفترة من 2014 – 2015، رسالة
دكتوراه، السودان، جامعة أم درمان الإسلامية، كلية الإعلام.
36. سامر المصطفى (2016). أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين الصورة الذهنية للمنظمة لدى العملاء "دراسة ميدانية على شركتي الاتصالات السورية في دمشق، **مجلة جامعة البعث**، 25(38)، ص ص 99-145.
37. عماد الدين جابر (2016). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تصحيح صورة الإسلام على شبكة الإنترنت "دراسة تحليلية ميدانية"، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، (55)، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، إبريل/ يونيو، ص ص 241-316.
38. نهاد فتحي سليمان حجازي (2018). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الصورة الذهنية للقادة السياسية والمؤسسات السياسية "دراسة مسحية على الشباب المصري، رسالة **دكتوراه**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون.
39. بشار عبدالرحمن مطهر (2017). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الصورة الذهنية لمنظمات المجتمع المدني المهتمة بشؤون المرأة الأردنية لدى النخبة الأكاديمية "دراسة مسحية"، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، (15) 2، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام، ص ص 311-357.

المراجع الأجنبية :

1. Alhabash, S. (2009). youth 2 youth: Changing Palestinian – American Images and Stereotypes through Facebook, **Paper Presented at The Annual Meeting Of The international Communication Association**, Chicago.
2. Alvarez. M & Campo. S (2014). The influence of political conflicts on country image and intention to visit: A study of Israel's image, **Tourism Management**, Pp70- 78
1. Amegbe, H., Owino, J. O., & Kerubo, O.L. (2017). Behavioural Responses to Corporate Image Building Through Social Media Advertising: A Study Among Nairobi Students, **Journal of Creative Communications**, 12(3), MICA-The School of Ideas, SAGE Publications, sagepub.in/home.nav DOI: 10.1177/0973258617725607, <http://crc.sagepub.com>, Pp 223–238
2. Cohen, E.(2003) Images of Israel structural comparison along gender, ethnic, denominational and national lines, sage publications, London, Thousand Oaks and New Delhi,3(3), DOI: 10.1177/1468797603049659, www.sagepublications.com, Pp 253–280.
3. Danah, m. B., & Nicole, B. E. (2013). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship, **Journal of Computer-Mediated Communication**, (13), Pp. 210–230.
4. Dimitrova, D., & Bystrom, D. (2013). the Effects of Social Media on Political Participation and Candidate Image Evaluations in the 2012 Iowa Caucuses, **American Behavioral Scientist** 57(11), SAGE Publications, Reprints and permissions: sagepub.com/journalsPermissions.nav, Pp 1568– 1583.

5. Galnoor, I. (1982).steering The Police Communication and political Israel, California Sage Publication.
6. Gaziano, C. (2013). Knowledge Gaps, Belief Gaps, Ideology, and Culture Wars, **Open Journal of Political Science**.3(4) Published Online October 2013 in SciRes (<http://www.scirp.org/journal/ojps>),Pp 116-130.
7. Gazzar, B. (2009).Arabic-language Israeli Web site aims to sway opinions in the Arab world. Former Israeli ambassador to Egypt provides another side of the conflict, The Jerusalem Post, February 16,Monday
8. Ghazali, R. M., & Liping, C. (2014).Social Media Sites in Destination Image Formation, In *Tourism Social Media: Transformations in Identity, Community and Culture*. Published online, Sep, Permanent link to this document: [https://doi.org/10.1108/S1571-5043\(2013\)0000018007](https://doi.org/10.1108/S1571-5043(2013)0000018007),Pp; 73-86,.
9. Jantti, K. (2014).Knowledge Gap and the Information Environment More informed citizens or a growing divide?, The Reports of the Finnish Institute in London is a series of publications, which publishes research, studies and results of collaborative projects carried out by the institute, May.
10. Llodra-Riera, I., Pilar, M. M., Isabel, J. A. & Izquierdo-Yusta, A. (2014). Assessing the influence of social media on tourists' motivations and image formation of a destination, **International Journal of Quality and Service Sciences**, 7(4), 2015,<https://doi.org/10.1108/IJQSS-03-2014-0022>. pp.458-482.
11. Pullen, C. & Gooper, M. (2010). Identity and on line new media. United States of America.
12. Tran, H. (2013).Does Exposure to Online Media Matter? The Knowledge Gap and the Mediating Role of News Use, **International Journal of Communication** 7, Pp 831–852

المواقع الإلكترونية:

1. <https://www.facebook.com/IDFarabicAvichayAdraee/on> 4/3/2018
2. https://www.facebook.com/IsraelArabic/?ref=br_rs on 4/3/2018
3. <https://www.facebook.com/israelinarabic/>, on 4/3/2018
4. <https://www.facebook.com/israelinarabic/>, on 4/3/2018
5. <https://www.facebook.com/IsraelinEgypt/on> 4/3/2018
6. https://www.facebook.com/israeluncensored/?hc_ref=ARR11byG39sv3JVT4Z5jgFqC_DdzfbVTVDhIFXAN4nlV15axI8f6moGdSUQAGAVA_d4&fref=nf,on 4/3/2018.
7. <https://www.youtube.com/watch?v=naurut02tWU>, on 4/3/2018