مجلة جامعة الأقصى– سلسة العلوم الإنسانية، المجلد السابع والعشرون، العدد الثالث، أغسطس 2023، ص:96–127
ISSN 2518-5810

# مصداقية القنوات الفضائية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية لدى فلسطينيي الـ 48 وعلاقتها بالتنافر المعرفي

د. غسان إبراهيم حرب

أستاذ مشارك قسم الإذاعة والتلفزيون– كلية الاعلام– جامعة الأقصى–غزة

(تاريخ الاستلام 2023/02/28، تاريخ القبول 2023/03/09)

# The credibility of the Arabic-speaking Israeli satellite channels among Palestinians of the 48 and its relationship to cognitive dissonance

**Dr. Ghassan Ibrahim Harb**

**Associate Professor, Department of Radio and Television, Faculty of Media, Al–Aqsa University, Gaza**

**(Received 28/02/2023, Accepted 09/03/2023)**

د. غسان حرب – جامعة الاقصى - E-mail address: gi.harb@alaqsa.edu.ps

**الملخص:**

استهدفت الدراسة الكشف عن درجة مصداقية القنوات الفضائية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية لدى فلسطينيي الـ 48، وتقييمهم لمدى توافر معايير، ومؤشرات مصداقية هذه القنوات، واختبار العلاقة بين مصداقيتها، ومعدل استخدامهم لها، وعلاقته بدرجة التنافر المعرفي لدى فلسطينيو الـ 48، واعتمدت الدراسة على منهج المسح باستخدام استمارة استبانة طُبقت على عينة عمدية قوامها (400) مفردة من مفردات متابعي القنوات الفضائية الإسرائيلية باللغة العربية، واعتمد الباحث على عينة كرة الثلج SNOW BALL في اختيار المبحوثين، وأوضحت النتائج أن مصداقية القنوات الفضائية الإسرائيلية باللغة العربية لدى فلسطينيي الـ 48 متدنية، لاعتقادهم بأن تلك القنوات تم تأسيسها لإيصال رسائل دعائية موجهة للعرب، وأن توافر مؤشرات المصداقية في القنوات الفضائية الإسرائيلية باللغة العربية متوسطة حيث بلغت نسبتها (58%) من إجمالي أوزان المقياس، وجاء مؤشر الفورية في المقدمة تلاه مؤشر الأهمية بدرجة مرتفعة، بينما حصلت مؤشرات الدقة_ والواقعية_ والشمول_ والتوازن_ والموضوعية_ والصدق على درجة مصداقية متوسطة، وأن أهم أسباب عدم التزام القنوات الفضائية الإسرائيلية بالمصداقية السياسات التحريرية، يليها الأمن القومي للدولة المالكة، وأن درجة التنافر المعرفي لدى فلسطينيي الـ 48 أثناء متابعتهم للقنوات الفضائية باللغة العربية تزداد بشكل كبير حال تعرضهم لمعلومات لا يعتقدون بصحتها، وتتعارض مع معارفهم وآرائهم وخبراتهم، واتضح عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين متوسط درجات متابعة فلسطينيي الـ 48 للقنوات الفضائية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية يومياً، ومتوسط درجات مؤشرات المصداقية، وثبت وجود علاقة ارتباطية عكسية دالة إحصائياً بين مصداقية القنوات الفضائية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية لدى فلسطينيي الـ 48 ودرجة التنافر المعرفي أي (كلما قلت مصداقية القنوات الفضائية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية لديهم زادت درجة التنافر المعرفي).

**الكلمات المفتاحية: القنوات الفضائية الإسرائيلية، مصداقية الإعلام، التنافر المعرفي.**

## Abstract:

This study aimed to reveal the degree of credibility of the Israeli Arabic-speaking satellite channels among the Palestinians of the 48, and their evaluation of the availability of standards and indicators of the credibility of these channels, as well as to test the relationship between their credibility and the rate of their use and its relationship to the degree of cognitive dissonance among the Palestinians of the 48. The researcher used the survey method making use of a questionnaire form that was applied to a deliberate sample of (400) individuals from the Arab viewers of Israeli satellite channels. The researcher used the SNOW BALL sample in selecting the respondents. The results showed that the credibility of the Arabic-speaking Israeli satellite channels among the Palestinians of the 48 is low because they believe that these channels were established to deliver propaganda messages directed to the Arabs, and that the availability of credibility indicators of these channels is medium, as it reached (58%) of the total weights of the scale. The (immediateness) indicator came at the fore, followed by the (importance) indicator with a high degree, while the (accuracy-realism-inclusiveness-balance-objectivity-honesty) indicators got a moderate degree. The study also showed that the most important reasons for the lack of credibility of the Israeli satellite channels speaking are the editorial policies as well as the national security of the owner state. In addition, the study revealed that the degree of cognitive dissonance of the Palestinians of the 48 while watching Arabic-speaking Israeli satellite channels increases dramatically when they are exposed to information that they do not believe in its validity and that contradicts their knowledge, opinions and experiences. According to the study, there was no statistically significant correlation between the average scores of the Palestinians of 48 who follow the Israeli Arabic-speaking satellite channels daily, and the average scores of the credibility indicators. It was also clear that there is a statistically significant inverse correlation between the credibility of the Israeli Arabic-speaking satellite channels for the Palestinians of the 48 and the degree of cognitive dissonance. That is, the lower the credibility of the Arabic-speaking Israeli satellite channels, the higher the degree of cognitive dissonance

**Keywords**: Israeli satellite channels, media credibility, cognitive dissonance.

**المقدمة:**

يهدف النشاط الاتصالي إلى تزويد الجمهور بالحقائق الموثوقة، والمعلومات الصحيحة، من خلال الاعتماد على مصادر ذات مصداقية عالية، وتتسم بالموضوعية والحياد، بما يسهم في توطين المعرفة والوعي، والإحاطة الشاملة بالأحداث من قبل الجمهور المستهدف، وبالتالي تنوير الرأي العام؛ لذا يفترض في أي رسالة إعلامية يتم تقديمها بالوسائل الإعلامية أن تتسم بالمصداقية والحياد والموضوعية انطلاقاً من المسؤولية الاجتماعية الملقاة على عاتق تلك الوسائل اتجاه المجتمع.

وتحتل المصداقية أهمية كبيرة في بحوث الدراسات الإعلامية؛ باعتبارها شريان الحياة للعمل الإعلامي وهدفاً رئيساً لوسائل الإعلام بين المهنيين والأكاديميين والرأي العام، والتي بدونها لن تستطيع المؤسسات الإخبارية الوفاء بواجبها المهني والأخلاقي بنشر الحقيقة للجمهور. (Clarke, 2005:58)

ولتوافر المصداقية الإعلامية مجموعة من المعايير أهمها التزام الحيادية والموضوعية، والمؤشرات التي تحدد ملامحها باعتبارها ضرورة إعلامية، ومن ناحية أخرى يجب فهم الحيادية والموضوعية كأمر نسبي وليس مطلقا، انطلاقاً من كون النشاط الإعلامي يتعامل مع الجانب الإدراكي للجمهور، فالرسالة الإعلامية تخوض حربا مع قناعة الجمهور المعرفية، والفكرية باعتبار أن إدراك الجمهور، وفهمه هو من يقرر درجة الوثوق بالحقيقة التي تحملها هذه الوسيلة الإعلامية، فالمصداقية تعتبر محدداً هاماً، ورئيسياً لمدى اعتماد الجمهور على مصادر معينة تبعاً لثقته في مصداقيتها، والتي تمثل إدراك الجمهور للرسائل الإعلامية بوصفها منطقية، وتعبر بصدق عن واقع الأحداث (عبد الباري،786:2005).

وتنطوي دراسة معايير مصداقية وسائل الإعلام لدى الجمهور على أهمية بالغة حيث يمثل اهتزاز ثقة الجمهور بالوسائل الإعلامية تهديداً حقيقياً لدورها في حماية المجتمع ومصالحه؛ لذا فقد حذر خبراء الإعلام من خطورة تراجع هذه المصداقية (علي،129:2006) خاصة مع تعدد الوسائل الإعلامية، التي يتنوع نمط ملكيتها، وتختلف سياساتها التحريرية فضلا عن كم هائل من الأخبار التي تتعدد مصادرها، إلا أن الجمهور في العصر الحديث يمتلك العديد من البدائل، والخيارات التي يستطيع من خلالها المقارنة بين المصادر الإخبارية، ومن ثم اختيار الوسيلة الإعلامية الموثوقة، والتي تتفق مع التوجه الأيديولوجي للفرد، استناداً إلى أن كل فرد يمتلك نسقاً معرفياً خاصاً به كمعيار للحكم على الأشياء، ومدخلاً لتكوين أرائه واتجاهاته، من هنا جاء التساؤل الذي تطرحه الدراسة الحالية، ماذا لو واجه الفرد مجموعة من المعلومات والآراء التي تتعارض مع نسقه المعرفي ومخزون خبراته؟ حيث إن تعرض الفرد لمجموعة من الرسائل الإعلامية المتضمنة لمعلومات، وآراء وقيم ذات طبيعة متناقضة، قد يترتب عليه خلق تشويش، وعدم وضوح وقلق لدى الجمهور، وفي كثير من الأحيان يصاحبه صراع بين النسق المعرفي لديه والمعلومات التي يتم تلقيها من وسائل الإعلام، وهذا الشعور بالتناقض يعتبر دافعاً، ومحركاً أساسياً لإعادة التوازن المعرفي (Savolainen, 2007).

فإدراك الجمهور لمصداقية الوسيلة الإعلامية يرتبط ارتباطاً ايجابياً بانتقائهم لوسيلة إعلامية دون سواها مما يزيد من فاعليتها في تشكيل معارفهم واتجاهاتهم؛ لذا عنيت الدراسة بقياس مؤشرات معايير مصداقية القنوات الفضائية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية لدى فلسطينيي الـ 48 من خلال مقياس للمصداقية من

إعداد الباحث، ودراسة علاقتها بدرجة التنافر المعرفي لديهم.

**الدراسات السابقة:**

دراسة (غالي، 2022) استهدفت الكشف عن مستويات مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر لمعلومات الجمهور المصري أثناء الحرب الروسية الأوكرانية، حيث طبقت على عينة قوامها (400) مفردة من الجمهور المصري، وأشارت النتائج إلى أن الفيسبوك كان في مقدمة منصات التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها المبحوثين للحصول على المعلومات حول الحرب الروسية الأوكرانية، وتمثلت أبرز دوافع هذا الاعتماد في "متابعة الأخبار والأحداث المستجدة".

ورصدت دراسة (يوسف، 2021) أهم أبعاد مصداقية القنوات الفضائية العربية، ومواقع التواصل الاجتماعي خلال تناولها الأزمات الأسرية من وجهة نظر الفتاة الجامعية السعودية، حيث طبقت على عينة متاحة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز، وجامعة أم القرى، وجامعة جدة، قوامها (400) مفردة، وبينت النتائج ارتفاع معدل التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأزمات الأسرية، مقابل التعرض المنخفض للقنوات الفضائية مما ينبئ بتراجع الاعتماد على القنوات الفضائية لصالح الإعلام الالكتروني، وتقدم القنوات الفضائية العربية عن مواقع التواصل الاجتماعي في مؤشرات مصداقيتهما في معالجة الأزمات الأسرية، وجاء في مقدمة تلك المؤشرات أنها تتحرى صحة ودقة المعلومات حول الأزمات والموضوعات المطروحة.

وسعت دراسة (شنان، 2021) إلى معرفة الأجندة الإعلامية لقناة "مكان33" كنموذج للقنوات "الإسرائيلية" الناطقة باللغة العربية، حيث طبقت على عينة الأسبوع الصناعي من برنامج "الخامسة في قناة مكان، ومسلسل "الدكتور كراج" وسلسلة الأفلام الوثائقية " دوامات"، وأكدت الدراسة على تركيز قناة "مكان" الفضائية على قضايا المشاركة السياسية بنسبة 37.9%، في مقابل نسبة 23.6% اعتمادها على الأساليب الدعائية في خطابها الإعلامي الموجه، وكذلك التركيز على المصادر المجتمعية فيما يتعلق بقضايا المجتمع العربي في أراضي عام 1948م.

فيما استهدفت دراسة (السالم، 2020) الكشف عن مصداقية وسائل الإعلام في الكويت من خلال "نموذج مصداقية الإعلام" خلال الأزمات، وطبقت على عينة عشوائية بسيطة قوامها (676) مفردة من الجمهور الكويتي، وأوضحت النتائج أن الإعلام الرسمي حصل على أعلى معدل رضا عن الأداء العام خلال أزمة كورونا، وحصول الصحافة على أعلى معدل مصداقية،، وأن متغير "العمر" يرتبط ارتباطاً عكسياً بمعدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، ويؤثر معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على درجة الرضا عن أدائها، فيما كان "مقياس تقييم وسائل الإعلام" مرتبط بمعدل تصور المصداقية.

ورصدت دراسة (سلامي وعسيري،2020) مصداقية المضمون الخبري لمواقع التواصل الاجتماعي لدى الإعلاميين الجزائريين، حيث طبقت على عينة عمدية من الإعلاميين الجزائريين قوامها (200) مفردة، وأكدت النتائج على أن أكثر المبحوثين يرون أن الشبكة العنكبوتية لا تتمتع بالمصداقية، مقابل 8% من منهم يرون أنها تتمتع بمصداقية كبيرة، وكانت طبيعة السياسة الاتصالية هي أبرز التحديات أمام تحقيق المصداقية في مواقع التواصل الاجتماعي وعلى رأسها الفيس بوك.

وكشفت دراسة (محمد، 2020) عن مدى المصداقية المتوافرة لوسائل الإعلام الإلكترونية العربية

والعالمية لدى الشباب الجامعي العربي وقت الأزمات، وبالتحديد القرار الأمريكي بالاعتراف بالقدس عاصمة لإسرائيل، ونقل سفارتها إليها، وطبقت على عينة عنقودية من الشباب الجامعي العربي قوامها (250) مفردة، وأشارت النتائج إلى أن ثقة الشباب العربي في وسائل الإعلام الإلكتروني كبيرة بينما معدل مصداقيتها لدى المبحوثين كانت متوسطة بالنسبة للوسائل العربية، ومنخفضة بالنسبة للوسائل الإلكترونية العالمية، وكانت معايير المصداقية من وجهة نظرهم (الاعتماد على مراسليها، والاعتماد على مصادر متخصصة، ودقة عرض الأحداث، واستخدام أرقام لتأكيد الحدث)، وأن هذه المعايير تتوافر بدرجة مرتفعة في وسائل الإعلام العربية، ومنخفضة في وسائل الإعلام العالمية، كما اتضح وجود علاقة ارتباطية ضعيفة بين متابعة الشباب العربي لوسائل الإعلام الإلكترونية العربية والعالمية وبين مصداقيتها لديهم، وكذلك وجود علاقة ارتباطية ضعيفة بين مدى اعتماد الشباب العربي على وسائل الإعلام العربية والعالمية ومصداقيتها لديهم.

وتناولت دراسة (الوزان، الدليمي، 2018) قياس مدى مصداقية القنوات الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية لدى الشباب الجامعي العراقي والسعودي، وطُبقت الدراسة على عينة عشوائية بسيطة من طلبة الجامعات السعودية، والعراقية قوامها (400) مفردة، وأكدت النتائج على التزام القنوات الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية بقيم المهنية من حيث الموضوعية، والمصداقية، والدقة، والتوازن، وأن أكثر القنوات الأجنبية الإخبارية الناطقة بالعربية مصداقية بالنسبة للشباب الجامعي العراقي هي قناة الحرة الأمريكية، يليها قناة العالم الإيرانية، ثم التركية TRT أما بالنسبة للشباب السعودي فكانت BBC العربية، ثم روسيا اليوم.

أما دراسة (الأمير، 2018) فقد استهدفت قياس مدى مصداقية المتحدث الرسمي باسم الحكومة العراقية لدى الجمهور العراقي، وطُبقت على عينة متاحة من الجمهور العراقي في محافظتي بغداد والسليمانية قوامها (181) مفردة، وأوضحت النتائج أن مهمة النطاق الإعلامي في دعوة وسائل الإعلام لتوضيح موقف الحكومة من علاقاتها مع دول الجوار جاءت في المرتبة الأولى، واحتل معيار المهنية لمصداقية المتحدث الرسمي المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.76)، واتضح تمتع المتحدث الرسمي باسم الحكومة العراقية بمستوى مصداقية عالية.

فيما سعت دراسة (عبد العاطي، 2018) إلى الكشف عن مدى اعتماد القائمين بالاتصال في الفضائيات الحكومية، والخاصة المصرية على معلومات تويتر، ومدى الثقة في تلك المعلومات وتقييمهم لمدى مصداقيتها، وطبقت على عينة عمدية من الإعلاميين المصريين قوامها (200) مفردة، وبينت النتائج تصدر تويتر درجة تعامل المبحوثين مع مختلف مصادر المعلومات الاتصالية والإعلامية بنسبة 82% يليه الصحف الإلكترونية، كما تبين وجود اتجاه نسبي مرتفع لدي المبحوثين بأهمية عنصر حرية الرأي؛ لتحقيق متطلبات المصداقية في معلومات تويتر، يليه المسؤولية الاجتماعية، واتضح أن معيار وضوح مصدر المعلومات في مقدمة معايير الحكم على صدق معلومات تويتر لدى المبحوثين.

ورصدت دراسة (سويقات، قويسم، 2017) مدى مصداقية الفضائيات الإخبارية العربية من وجهة نظر النخبة الجزائرية وتقييمهم لأدائها الإعلامي في ضوء المعايير المهنية، حيث طبقت على عينة عمدية من النخبة الجزائرية قوامها (70) مفردة من جامعة قاصدي مرباح بورقلة، وأشارت النتائج إلى أن الوضوح في لغة

الطرح والكفاءة جاءت في المرتبة الأولى كأهم عناصر للمصداقية تتوافر في الفضائيات الإخبارية العربية يليها الحرية والثقة والموضوعية كعناصر مكملة، وأن المبحوثين لا يثقون بالمضامين الإعلامية التي تقدمها الفضائيات الاخبارية العربية حيث إن صياغتها لتلك المضامين بعيدة عن معايير المصداقية لمختلف المواضيع وخاصة السياسية منها.

واستهدفت دراسة (Eun & others, 2016) معرفة دوافع الأفراد لاستخدام الإنترنت، وإدراكهم لمصداقية المعلومات على الإنترنت، والثقة في الصحافة، وارتباط دوافع البحث عن المعلومات، والعلاقات الاجتماعية، والترفيه من خلال استخدام البوابات على شبكة الإنترنت، والمواقع الإخبارية، ومواقع التواصل الاجتماعي، وأوضحت النتائج أن استخدام المواقع الإخبارية يؤثر بشكل خاص على إدراك المستخدمين من مصداقية المعلومات على الإنترنت، وكذلك الثقة في الصحافة، وكشفت عن وجود علاقة ارتباطية بين إدراكهم لمصداقية المعلومات على الإنترنت والثقة في الصحافة.

فيما استهدفت دراسة (التوام، 2016) رصد درجة مصداقية المواقع الإخبارية لدى النخبة الأكاديمية المصرية، وتقييمهم لمدى توافر معايير ومؤشرات المصداقية لهذه المواقع، واختبار العلاقة بين مصداقيتها، ومعدل استخدام النخبة لها، وعلاقته بدرجة التنافر المعرفي لديهم، حيث طبقت على عينة عمدية من النخبة الأكاديمية بالجامعات المصرية قوامها (174) مفردة، وأكدت النتائج على أن الفورية في نقل الحدث كانت في مقدمة مؤشرات معايير المصداقية، تلاها وجود تعليق أورد على الخبر، ثم امكانية مشاركة الخبر، وأن التوجه الأيديولوجي للنخبة كان أحد معايير المصداقية التي تستند إليها للحكم على صحة الأخبار، وأن درجة التنافر المعرفي للنخبة الأكاديمية تزداد في حالة تعرضهم لأخبار لا يعتقدون في صحتها، وتتعارض مع معارفهم، وخبراتهم حيث بلغ الوزن المئوي لمقياس التنافر 22.2 % وهي درجة تنافر معرفي مرتفعة، وتبين وجود علاقة ارتباطية عكسية ذات دالة إحصائية بين مصداقية المواقع الإخبارية لدى النخبة الأكاديمية ودرجة التنافر المعرفي لديهم

ورصدت دراسة: (Franklin & Carlson, 2016) مدى تحقيق مستوى من التفاعل مع 15 مصدر من مصادر المعلومات السياسية، وتحديد درجة الاعتماد على كل من هذه المصادر، وتقييم إدراك مصداقية تلك المصادر، وتشمل هذه المصادر شبكة المواقع الاجتماعية، وتويتر، وتطبيقات الهاتف المحمول. واختبار العلاقة بين درجة التفاعل على مصادر المعلومات السياسية ودرجة الاعتماد عليها، وتوصلت النتائج إلى أن مصداقية المصادر السياسية تراوحت من معتدلة إلى مصداقية عالية، بالنسبة لدرجة الاعتماد أشار لمصداقية 14 من 15 مصدرا بالمقارنة مع التفاعل الذي أشار لمصداقية فقط 9 من 15 مصدرا، وفيما يتعلق بالتفاعل مع مصادر المعلومات السياسية مثل تويتر ووسائل الإعلام الاجتماعية، البرامج الحوارية الإذاعية، فهي تتمتع بقوة مصداقية أكبر من التفاعل مع مصادر مثل سي إن إن، والمواقع السياسية.

وسعت دراسة (ثروت، 2016) إلى معرفة مدى مصداقية المواقع الإلكترونية للقنوات الأوروبية الموجهة باللغة العربية لدى الجمهور المصري في المعالجة الإعلامية للعمليات الإرهابية لتنظيم داعش، وطبقت على عينة عمدية من الجمهور المصري من مختلف محافظات الجمهورية قوامها (400) مفردة.، وأوضحت النتائج تنوع معايير تقييم مصداقية المواقع الإلكترونية،

وتمركزت حول التغطية الإعلامية المتكاملة، والصدق، والدقة، والتوازن، والفورية، والفصل بين الرأي والخبر، وكفاءة القائمين بالاتصال، والاستعانة بمصادر إعلامية وخبراء موثوق فيهم، وتبين وجود علاقة ارتباطية دالة موجبة بين إدراك الجمهور المصري لأهمية العمليات الإرهابية، والحرص على متابعتها في المواقع الإلكترونية للقنوات الأوروبية، وكذلك بين معدل التعرض لتلك المواقع ودرجة مصداقيتها لديهم، بالإضافة إلى وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطات مستويات مصداقية المواقع الإلكترونية للقنوات الأوروبية الموجهة باللغة العربية، وخصائص الجمهور من حيث النوع والسن والمستوى التعليمي ومستوى الاهتمام بالموضوع محل الدراسة.

وهدفت دراسة (عبد الحميد، 2016) إلى رصد اتجاهات الرأي العام المصري نحو مصداقية القنوات التليفزيونية ومواقع التواصل الاجتماعي في تناول القضايا السياسية، حيث تم تحليل مضمون عينة من حلقات البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية، وكذلك عينة من الصفحات الإخبارية بموقع الفيس بوك، كما تم تطبيق الاستبانة على عينة عمدية من المهتمين بالشئون السياسية المصرية قوامها (400) مفردة، وأوضحت النتائج أن مواقع التواصل الاجتماعي كانت أكثر مصادر الأخبار مصداقية مقارنة بالقنوات التلفزيونية وتصدر عنصر الحقيقة الترتيب الأول بين عناصر مصداقية الخبر في مواقع التواصل الاجتماعي.

أما دراسة (عوض، 2016) فقد استهدفت قياس درجة مصداقية القنوات التلفزيونية المصرية الحكومية والخاصة، وقياس أثر المصداقية على استجابات الجمهور المصري المعرفية منها والعاطفية، وكذلك السلوكية، حيث طبقت على عينة عمدية من مشاهدي القنوات التلفزيونية المصرية الحكومية والخاصة قوامها (400) مفردة، وأشارت النتائج إلى ازدياد اعتماد المبحوثين على القنوات التلفزيونية الخاصة دون الحكومية حالة تعرض الجمهور إلى مضمون إعلامي يقدم معلومات متناقضة حول حدث أو قضية ما أو في حالة انتشار الشائعات للتأكد من صحة الخبر، وهذا يعني تراجع مصداقية الإعلام الرسمي.

وهدفت دراسة: (Choi1, Axelrod, & Kim, 2015) إلى الكشف عن مدى مصداقية وسائل الإعلام خلال منصات الأخبار الإلكترونية في الولايات المتحدة وكوريا الجنوبية، حيث تم تطبيقها على عينة من طلبة أربع جامعات في شرق الولايات المتحدة والعاصمة الكورية الجنوبية قوامها (611) مفردة، وبينت النتائج أن الطلاب الأمريكيين يعتمدون بشكل كبير على الهواتف المحمولة، والانترنت لمتابعة المضامين الإعلامية مقارنة بالطلاب الكوريين الذين يفضلون الاعتماد على التلفزيون والصحافة الورقية باعتبارها أكثر مصداقية، فيما ذهب الطلاب الأمريكيون إلى أن أكثر الوسائل الإعلامية مصداقية لديهم هي المواقع الإخبارية، تلاها خدمات الأخبار عبر الهاتف المحمول، ثم الصحف، أما الطلاب الكوريون فقد صنفوا وسائل الإعلام من حيث مصداقيتها بشكل مختلف، حيث جاءت أخبار التليفزيون في المقدمة، تلاها الصحف، ثم الأخبار الإذاعية.

فيما استهدفت دراسة: (مسالمة، 2015) التعرف على الآثار المعرفية والسلوكية للإعلام الإسرائيلي الموجه باللغة العربية، وكذلك الكشف عن تأثير الترجمة من الإعلام العبري في وسائل الإعلام الفلسطينية وإيضاح اتجاهات الشباب الفلسطيني نحو مضمون الإعلام الإسرائيلي، وطبقت على عينة عشوائية طبقية من الشباب الفلسطيني بالضفة الغربية

والقدس قوامها (1000) مفردة، وأوضحت النتائج أن التأثيرات المعرفية للإعلام الإسرائيلي تتركز حول الخسائر التي تلحق بالمقاومة الفلسطينية أثناء الحروب، وينبني علية تأثيرات سلوكية تتمثل في الاحتجاجات والمواجهات مع قوات الاحتلال الإسرائيلي في كافة الأراضي المحتلة، كما تبين أن الإعلام الفلسطيني يعتمد على الترجمة للمضامين الإعلامية التي يبثها الإعلام الإسرائيلي بما تحتويه من معلومات ويكتفي بتغيير شكل المادة الإعلامية بما يوائم الإطار الوطني والثقافي الفلسطيني.

ورصدت دراسة (Zhou, & Others, 2014) ماهية المصادر التي يثق الجمهور فيها أكثر من الأخرى عندما يتعرض إلى تقارير متضاربة لنفس الأحداث؛ بما فيها الأخبار الخفيفة وأخبار الكوارث والأخبار السياسية، وطبقت على عينة عشوائية بسيطة من ثلاث مدن صينية كبرى قوامها (1844) مفردة، وأكدت النتائج على أن التليفزيون هو الوسيلة الأكثر ثقة لدى المبحوثين بالإضافة إلى ثقتهم بالتليفزيون الوطني مقارنة بالوسائل الإعلامية الأخرى، ورتب المبحوثون الثقة لديهم بالوسائل الإعلامية كما يلي: التليفزيون، يليه الصحف، ثم المواقع الإخبارية، ثم الراديو، وفي حالة تضارب المعلومات حول الأحداث التي يتم تناولها إعلاميا فإنهم يميلون إلى تصديق التليفزيون، ثم المواقع الإخبارية، ثم الصحف، ثم المجلات.

وهدفت دراسة (عرفات، 2013) إلى معرفة اتجاهات الجمهور المصري نحو مصداقية القنوات الفضائيات المصرية، ومواقع التواصل الاجتماعي، وذلك عقب أحداث 30 يونيو، للخروج بمؤشرات حول مدى مصداقية وسائل الإعلام في تعاملها مع تلك الأحداث، وطبقت على عينة عمدية من الجمهور المصري بمحافظتي القاهرة والقليوبية قوامها (400) مفردة، وأوضحت النتائج انخفاض درجة مصداقية القنوات الفضائية المصرية لدى نسبة كبيرة من أفراد الجمهور، وأن مصداقية وسائل الإعلام لدى الجمهور المصري ترتبط بعدة عوامل في مقدمتها الموضوعية، وكذلك الاستقلالية والصدق والأمانة، كما اتضح وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام كل من الفضائيات المصرية ومواقع التواصل الاجتماعي، وبين والاتجاهات نحو مصداقية هذه الوسائل كمصادر للمعلومات عن أحداث ٣٠ يونيو وما أعقبها.

وسعت دراسة (Hamdy, 2013) إلى تقييم إدراك الجمهور المصري لمصداقية وسائل الإعلام (تلفزيون، صحافة، انترنت) خلال الفترة الانتقالية قبل الانتخابات التشريعية المصرية لعام 2012، وذلك لرصد العوامل التي تؤثر في تصوراتهم لمصداقية الأخبار كمستوى اعتماد المبحوثين على وسائل الإعلام، والإيديولوجية السياسية لهم، حيث طبقت على عينة قصدية قوامها (431) مفردة من الجمهور المصري، وبينت النتائج أن التلفزيون هو الوسيلة الأكثر مصداقية بين جميع وسائل الإعلام، وكان تقييم المبحوثين لمصداقية القنوات الخاصة بدرجة أكبر من التلفزيون الحكومي في تحقيق عناصر الدقة، وعمق المعلومات والثقة، في حين تفوق التلفزيون الحكومي في تحقيق عنصر العدالة؛ بينما احتل الإنترنت لاسيما موقع "فيسبوك" مصداقية أعلى بين المبحوثين الأكثر تعلما وبين الفئات العمرية الأصغر سناً، بينما كانت وسائل الإعلام الحكومية الأعلى مصداقية بين فئات المبحوثين الأقل تعليماً وأصحاب الدخل المحدود.

واستهدفت دراسة (سيد، علي، 2012) التعرف على مصداقية الإعلام الرسمي المصري أثناء وبعد

ثورة يناير لدى طلبة الإعلام في صعيد مصر ومدى ثقتهم فيما قدمته تلك الوسائل من معلومات، وكذلك تقييم القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية المصرية لأداء وسائل الإعلام الرسمية خلال تلك الفترة، وطبقت على عينة من طلبة الإعلام بجامعات صعيد مصر قوامها (186) مفردة، و(20) مفردة من القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية المصرية الرسمية والخاصة، وأشارت النتائج إلى أن المبحوثين فضلوا القنوات الإخبارية العربية كأهم مصادر المعلومات التي اعتمدوا عليها خلال ثورة 25 يناير، تلتها الفضائيات المصرية الخاصة، وأن مستوى مصداقية وسائل الإعلام الرسمية أثناء الثورة كان متدنياً لأسباب تتعلق بعدم توافر المعايير الواجب توافرها مهنياً لتحقيق المصداقية لدى الجمهور، وهذا ما أكده أيضاً القائمون بالاتصال، ويتفق مع الاتجاهات السلبية للمبحوثين نحو أداء الصحف القومية والتليفزيون المصري.

وكشفت دراسة (Fahmy & Others, 2012) عن العوامل المؤثرة على تقييم الجمهور لمصداقة قناة الحرة والجزيرة والعربية، وذلك بالاعتماد على اختبار نموذج انتمان القائم على أن نجاح الولايات المتحدة الأمريكية في الترويج لسياستها الخارجية يعتمد على اتجاهات الجمهور الإيجابية نحوها، حيث طبقت على عينة عشوائية من مشاهدي هذه القنوات قوامها (1109) مفردة، وأوضحت النتائج أن تقييم مصداقية القنوات الثلاثة ترتبط ارتباطاً وثيقاً بمعدل التعرض لها، وبتغير أهمية القضية المقدمة كقضية الحرب على العراق، والصراع الفلسطيني الإسرائيلي، وأن ميل المبحوثين الداعمين للسياسة الأمريكية إلى استخدام وتصديق قناة الحرة الأمريكية مقارنة بقناتي الجزيرة والعربية، بينما يقل استخدام وتصديق تلك القناة بين الرافضين للسياسة الأمريكية.

**التعليق على الدراسات السابقة وأوجه الاستفادة منها.**

1- استهدفت بعض الدراسات السابقة دراسة مصداقية وسائل الإعلام بشكل عام، وبعضها في القنوات الفضائية والبعض الآخر في المواقع الإلكترونية، وعقد مقارنات بين مصداقية الإعلام التقليدي والإعلام الجديد؛ في حين تمثل هدف الدراسة الحالية برصد مصداقية القنوات الفضائية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية لدى شريحة مهمة من الفلسطينيين الذين يعيشون في "إسرائيل" ويمثلون (21%) من مجموع السكان مما يعطي أهمية نسبية للدراسة الحالية.

2-معظم الدراسات السابقة استخدمت منهج المسح الإعلامي وبعضها المنهج المقارن ومنهج دراسة الحالة، واهتمت معظمها بالجانب الميداني، وبعضها جمع بين الجانب الميداني والتحليلي، واستخدمت العينات العشوائية، والعينات العمدية، والعينات العنقودية والأسبوع الصناعي، وتنوع مجتمع الدراسات السابقة وعيناتها بين جمهور عام وفئة الشباب، وطلبة جامعات بالإضافة إلى النخب الأكاديمية والإعلامية.

3-أكدت العديد من الدراسات السابقة على أن الفورية والدقة، التوازن، والموضوعية والشمول، الأهمية، والالتزام بأخلاقيات المهنة، الصدق هي أهم عناصر مصداقية وسائل الإعلام، وهذا ما تحاول الدراسة الحالية بحثه بالتطبيق على القنوات الفضائية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية.

4-تمثل الاستفادة من الدراسات السابقة في تعميق الإحساس بالمشكلة البحثية وبلورتها وتحديد أهداف الدراسة وأبعادها وتساؤلاتها بدقة؛ ووضع فرضياتها، والاطلاع على طرق قياسها وتحليلها، كما تمت الاستفادة منها في وتفسير النتائج، وتقديم المقترحات اللازمة.

**مشكلة الدراسة:**

تهدف الدراسة إلى الكشف عن درجة مصداقية القنوات الفضائية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية من وجهة نظر فلسطينيي الـ 48، وتقييمهم لمدى توافر معايير ومؤشرات مصداقية هذه القنوات، واختبار العلاقة بين مصداقيتها ومعدل استخدامهم لها وعلاقته بدرجة التنافر المعرفي لدى فلسطينيي الـ 48.

**أهمية الدراسة:**

**ترجع أهمية الدراسة للاعتبارات الآتية:**

**الأهمية النظرية:**

1-تهتم الدراسة باستقصاء آراء فلسطينيي الـ 48 في "إسرائيل" حول مصداقية القنوات الفضائية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية التي تبثها دولة الاحتلال الإسرائيلي للتأثير في مدركاتهم حول القضايا المتعلقة بالصراع الفلسطيني الإسرائيلي باعتبارهم الفئة الأكثر قدرة على الحكم والتقييم لمدى مصداقيتها كونهم الأكثر التصاقا بالقضايا التي يتم تقديمها في تلك القنوات.

2-أهمية الدور الذي تؤديه القنوات الفضائية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية كأداة دعائية تعتمد عليها " إسرائيل" في التأثير على الجماهير العربية في الأراضي الفلسطينية المحتلة.

3-الأهمية التي اكتسبتها دراسات مصداقية وسائل الإعلام بوجه عام، ومصداقية القنوات الفضائية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية على وجه الخصوص باعتبار أن المصداقية من أساسيات العمل الإعلامي، وتعتبر دراستها مطلبا أساسيا، وفي ضوء عدم التزام القنوات الفضائية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية كونها ذراع إعلامي تعتمد عليه الحكومات الإسرائيلية المتعاقبة للتأثير في المواطنين الفلسطينيين، ومن ناحية أخرى قلة المعلومات المتوافرة عن مدى مصداقية وسائل الإعلام الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية في الدراسات العربية والمحلية.

4-تزايد الشكوك حول دور القنوات الفضائية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية في تقديم المضمون الإعلامي الذي لا يتحرى المصداقية والدقة في المعلومات المتوفرة حول قضايا الصراع العربي الإسرائيلي.

5-تسعى الدراسة إلى رصد درجة التنافر المعرفي لدى فلسطينيي الـ 48 في "إسرائيل" في ظل تعرضهم في بعض الأحيان لمعلومات تقدمها القنوات الفضائية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية قد تتعارض مع نسقهم المعرفي، وهذا ما لم تتعرض له الدراسات السابقة على حد علم الباحث.

**الأهمية التطبيقية:**

1-تهتم الدراسة بوضع مقياس لمعايير المصداقية ومؤشراتها يمكن الاحتكام إليه لقياس درجة مصداقية القنوات الفضائية من قبل باحثين أخرين.

2-تحاول الدراسة توجيه انتباه الجمهور الفلسطيني، والقائمين على الإعلام الفلسطيني بضرورة توخي الحذر في التعامل مع المضامين المقدمة بالإعلام الإسرائيلي، استناداً إلى رؤية بحثية تفيد في رسم السياسات الإعلامية المستقبلية وفق محددات علمية.

3-تفتح الدراسة آفاق بحثية لدراسة معايير، ومؤشرات مصداقية الإعلام الإسرائيلي التقليدي والجديد أمام الباحثين، مما ينعكس ايجابياً على وضع أسس علمية لمواجهة الهيمنة الصهيونية على الإعلام الدولي.

**أهداف الدراسة:**

تنطلق الدراسة من هدف رئيس هو: التعرف على مصداقية القنوات الفضائية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية لدى فلسطينيي الـ 48 وعلاقتها بالتنافر المعرفي لديهم، وينبثق عن هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية تتمثل فيما يلي:

1- كشف أنماط مشاهدة فلسطينيي الـ 48 للقنوات الفضائية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية وعاداتها.

2- قياس درجة مصداقية القنوات الفضائية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية لدى فلسطينيي الـ 48.

3- رصد درجة مؤشرات المصداقية في القنوات الفضائية الإسرائيلية باللغة العربية لدى فلسطينيي الـ 48.

4- معرفة درجة تأثير عناصر مصداقية مضمون الأحداث المعروضة على القنوات الفضائية الإسرائيلية باللغة العربية لدى فلسطينيي الـ 48.

5- الكشف عن أسباب عدم التزام القنوات الفضائية الإسرائيلية باللغة العربية بالمصداقية.

6- قياس مدى التنافر المعرفي لدى فلسطينيي الـ 48 في حالة تعرضهم لمضامين إعلامية في القنوات الفضائية الإسرائيلية باللغة العربية لا يعتقدون بصحتها وتتعارض مع معارفهم وخبراتهم.

7- رصد العلاقة بين متابعة فلسطينيي الـ 48 للقنوات الفضائية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية يومياً ومتوسط درجات مؤشرات المصداقية، وكذلك رصد العلاقة بين مصداقية القنوات الفضائية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية لدى فلسطينيي الـ 48 ودرجة التنافر المعرفي بالإضافة إلى رصد العلاقة بين المتغيرات الديموغرافية لفلسطينيي الـ 48، ودرجة مصداقية القنوات الفضائية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية لديهم.

**تساؤلات الدراسة:**

تتمحور الدراسة حول التساؤل الرئيس الآتي: ما مدى مصداقية القنوات الفضائية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية لدى فلسطينيي الـ 48 وعلاقتها بالتنافر المعرفي لديهم؟ وينبثق عن التساؤل الرئيسي مجموعة من التساؤلات الفرعية كما يلي:

1-ما مدى متابعة فلسطينيي الـ 48 للقنوات الفضائية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية؟

2-ما المدة الزمنية المستغرقة في متابعة فلسطينيي الـ 48 للقنوات الفضائية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية يومياً؟

3-ما درجة مصداقية القنوات الفضائية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية لدى فلسطينيي الـ 48؟

4-ما درجة مؤشرات المصداقية في القنوات الفضائية الإسرائيلية باللغة العربية لدى فلسطينيي لـ 48؟

5-ما درجة تأثير عناصر مصداقية مضمون الأحداث المعروضة على القنوات الفضائية الإسرائيلية باللغة العربية لدى فلسطينيي الـ 48؟

6-ما أسباب عدم التزام القنوات الفضائية الإسرائيلية باللغة العربية بالمصداقية؟

7-ما مدى التنافر المعرفي لدى فلسطينيي الـ 48 في حالة تعرضهم لمضامين إعلامية في القنوات الفضائية الإسرائيلية باللغة العربية لا يعتقدون بصحتها وتتعارض مع معارفهم وخبراتهم؟

**فروض الدراسة:**

1. توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين متوسط درجات متابعة فلسطينيي الـ 48 للقنوات الفضائية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية يومياً ومتوسط درجات مؤشرات المصداقية.
2. توجد علاقة ارتباطية عكسية دالة إحصائياً بين مصداقية القنوات الفضائية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية لدى فلسطينيي الـ 48 ودرجة التنافر المعرفي أي (كلما قلت مصداقية القنوات الفضائية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية لديهم زادت درجة التنافر المعرفي).
3. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموغرافية (النوع الاجتماعي، والمستوى التعليمي، والفئة العمرية، والمستوى الاقتصادي والاجتماعي) وبين درجة مصداقية القنوات الفضائية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية لدى فلسطينيي الـ 48.

**الإطار النظري والمعرفي للدراسة:**

**1-نظرية التنافر المعرفي: Cognitive dissonance**

تعد نظرية التنافر المعرفي Cognitive Dissonance التي قدمها ليون فيستينجر Leon Festinger واحدة من النظريات المهمة التي تم تقديمها في إطار نظريات التوافق، والتي لازالت من أكثر النظريات تأثيراً وفعالية وفي حقل الدراسات الإعلامية (Littlejohn 2002 :78)، ويُعتبر فيستينجر (Festinger, 1957) من أوائل من فسر حالة التناقض في المعرفة (Festinger, 1957)، حيث عرفها: بأنها "حالة من التوتر يتعرض لها الفرد عندما يحدث تعارض أو عدم اتفاق بين بعض معارفه وخبراته بمعنى عدم وجود علاقة منطقية بين المعارف التي يؤمن بها الفرد وغيرها من المعارف". (Brown, 2006: 222).

فيما أشار كوبر وفازيو إلى أن مفهوم التنافر المعرفي ينطوي على الحاجة لإنهاء حالة التناقض بين المعرفة والسلوك(Cooper & Fazio,1984) ويُعرف (Stanchi, 2013 :124) التنافر المعرفي بكونها حالة نفسية غير مريحة، تنتج بسبب تصادم المعتقدات الراسخة في ذهن الفرد نتيجة لتعارض معارفه.

ويرى ماكفولز وكوب روبرتس أن التنافر المعرفي يؤدي إلى نوع من التوتر النفسي عند تتعارض المعرفة التي يتم تلقيها حديثاً مع المعرفة الموجودة أصلاً لدى الفرد، وبالتالي يسعى الفرد إلى إنهاء هذه الحالة من خلال تقليل التنافر بين المعرفة الجديدة والمعرفة القائمة في بنية الفرد المعرفية. (Falls & Cobb,2001, p:167)، ويشير التنافر المعرفي إلى عدم التوافق بين الاتجاهات والمعتقدات مما يؤدي إلى حالة من الشعور

بالذنب وتأنيب الضمير، وهو ما يؤدي إلى الخوف الحقيقي (Berko, & Others, 2007:120)

ويستند التنافر المعرفي إلى مسلمات ثلاث هي: أن لدى الفرد معتقداً يفضله أكثر عن معتقد آخر، ولديه سيطرة كافية على معتقداته، ويبقى المعتقد الذي تم تبنيه لمرة واحدة صالحا وبشكل متواصل على مر الزمان، واقترح فيستينجر (Lester &Yang, 2009) استراتيجيات لتخفيف حدة التنافر المعرفي والتوتر النفسي الناتج عنه، وذلك من خلال؛ إما بتغيير سلوكنا بالاعتماد على تبني أحد عناصر المعرفة الجديدة أو القائمة، أو بتجنب المعلومات المتنافرة. Lester, & Yang, 2009 :659).

وذهب جورج وإدوارد إلى التفسير القائل بأن حالة الشعور بعدم الراحة النفسية الناجمة عن التنافر المعرفي تعمل على انتعاش نفسي للفرد مما تدفعه للبحث عن معلومات داعمة، لمُعتقد الفرد في سبيل التقليل من أهمية الاعتقاد الجديد الذي أدى إلى ظاهرة التنافر وتغيير الاعتقاد المتعارض، أو المتنافر مع المعتقد القائم.(George & Edward, 2009 :17)

وبناء على ما سبق فإن الاتساق المعرفي وفقا لهذه النظرية يعتبر الهدف المحرك لسلوك الشخص وتوجهاته؛ فالقرارات التي يتخذها تنشأ عنها حالة من عدم التوازن مما يؤدي إلى خلق دافعية تسعى إلى خفض تلك الحالة، من خلال إعادة النظر في تلك القرارات بناء على معلومات جديدة، وعن البدائل الأخرى المقابلة له، والتي لم يتم اختيارها؛ لذا لابد أن يتعرض الفرد لهذه المعلومات الجديدة سواء بإرادته أو بإرادة آخرين، ويكون من شأن هذه المعلومات تدعيم هذا الاختيار وتبريره، وبذلك يتغير اتجاه الشخص نحوه تغيراً مسايراً أو أن يتحول الشخص عن هذا الاختيار، فيتغير اتجاه الشخص نحوه تغيراً معاكساً (حلمي، 1977 :190)، باعتبار أن الأفراد يبحثون غالباً عن الأفكار التي تكون متآلفة مع معتقداتهم ومعارفهم وهذا هو، وأن أي اختلال أو عدم التوازن يشكل ضغطاً كبيراً على الأفراد يجعلهم يحاولون تحقيق الاتساق من خلال الحصول على حقائق جديدة.

وقد شهدت نظرية التنافر المعرفي العديد من المراجعات، والتي تمخضت عن ظهور اتجاهات حديثة في النظرية، حيث أثار العديد من الباحثين تساؤلات متعمقة بشأن النتائج التي توصلت إليها الدراسات الكلاسيكية التي طبقت فروض نظرية التنافر المعرفي حيث أشارت إلى الأسباب والمتغيرات التي تتوسط العلاقة بين التنافر، وتغيير الاتجاهات، وتجعل التنافر يقود إلى تغيير الاتجاهات لدى الأفراد مما يدفعهم إلى محاولة تقليل التنافر، وتم اختبار أطروحات بديلة لتفسير التنافر قدمها العديد من الباحثين لاختبار مدى صحتها خلال فترة السبعينات وحتى نهاية تسعينات القرن الماضي. (Perloff, 2003: 235)، وبالتالي يرى الباحث أن التنافر المعرفي حالة سلبية ناجمة عن مواجهة عقلية في أذهان الجمهور تشمل الأفكار، والقيم، والمواقف السلوكية، وتؤدي إلى ردود فعل متضاربة لديهم اتجاه المعارف الأصلية، والمستجدة.

**2-المصداقية: Credibility**

تعتبر المصداقية أكثر العوامل تأثيراُ في العملية الاتصالية، والدافع الرئيس للتعامل مع المنتج الإعلامي باعتبار أن الحقيقة هي المحرك للإعلامي، وللوصول إليها ينبغي أن تكون سلسلة من الجهود المبذولة في صياغة مضامين الرسائل الاتصالية وما تحمله من دلالات قادرة على كسب ثقة الجمهور المستهدف، حيث أصبح مفهوم المصداقية (Credibility) من المفاهيم الرائجة في البحوث والدراسات الإعلامية، باعتبارها شرطاً أساسياً للعمل الإعلامي، وحق للمتلقي

الذي يتوقع أن يجد كل ما يريد أن يعرفه من الحقائق وكل التفاصيل التي تثير اهتمامه، وبالقدر الذي يتوقعه، ودون خلط للحقائق، لكن تقييم كل منها لمدى مصداقيتها يختلف من شخص لآخر بحسب احتياجاته وافتراضاته وإشباعاته، فهي مسألة فردية لا يمكن تحديدها او تأكيدها تأكيد قطعياً. وقد ركز كثير من الباحثين وفي الآونة الأخيرة على تحديد معايير المصداقية والبيئة المعرفية التي تتواجد فيها، والممارسات الإعلامية التي تزيدها، والنظام السياسي الذي يؤثر في تقييمها. (Erik, & Others, 2014: 456)

وتكمن أهمية المصداقية في كونها المتغير الفاعل في عملية الاقتناع للجمهور وتعديل اتجاهات الرأي العام نحو القضايا البارزة في المجتمع، وقد أشار (هو فلاند) منذ زمن مبكر إلى أن المصداقية تمثل المتغير الأهم في حدوث الإقناع وتكريس تأثيرات وسائل الإعلام (علي، 2006 :129)؛ لذا فالخطوة الأولى لتعزيز المصداقية لدى الجمهور تبدأ بالقائم بالاتصال كونه من يتولى صياغة أفكاره في رموز ومعاني مقبولة لدى المتلقي، وبالتالي تتحقق مصداقية القائم بالاتصال التي توصف بأنها درجة الثقة التي يوليها مستقبل الرسالة للمصدر أو الرسالة الاتصالية إذ إن الثقة بالمصدر تهيئ لاستهواء الجمهور بما يدفعهم إلى قبول مضمون الرسالة الاتصالية (الهيتي،1998 :17)، وبالتالي يدرك المتلقي أن القائم بالاتصال يقدم المعلومات بشكل موضوعي من دون تحيز (علي، 2016 :248)

فمنذ بدايات دراسات المصداقية كانت هناك محاولات حثيثة لتحديد مفهومها من قبل الباحثين، فقد عرفها هوفلاند ووايس (1951) بكونها الأحكام التي يصدرها المتلقي على القائم بالاتصال، ودرجة ثقته به في إيصال المعلومات الحقيقية ( Hovland, & Weiss, 1951 :635)، فالمصداقية هي رؤية الجمهور للمصدر كخبير يقدم إجابات صحيحة، ويستطيع نقل الرسائل الإعلامية دون تغيير على مضمونها، وينبع ذلك من عدة عوامل أبرزها التدريب والخبرة بالموضوع والقدرة على الاتصال بما تحتويه من مهارات الكلام والكتابة والتعبير (مكاوي، 2009 :10)

ويمكن تعريف المصداقية بأنها: المدى الذي تم فيه رؤية المصدر على أنه يعرف الجواب الصحيح كخبير والمدى الذي فيه يتم الحكم عليه بناء على كونه يتصل بالآخرين من دون تحيز (أبو إصبع، 2006 :227)، وبناء على ما سبق تعني المصداقية ببساطة المؤشرات التي تحدد صدق المضمون الإعلامي من كذبه، ويعتبرها البعض البديل العملي للمسؤولية الإجتماعية لوسائل الإعلام، ويتوسع البعض في مفهوم مصداقية الإعلام، فيحدد له ثلاثة أبعاد كما يلي: (اليماني، 2014 :87)

1- مصداقية القائم بالاتصال: وتشمل عدم التسرع في نشر الحقيقة، ونقديمها بطريقة مباشرة وليس بالإشارة أو التلميح، ومراعاة العرف والتقاليد في نشرها، وعدم المساس بالحياة الشخصية للآخرين أو نشر الفضائح، والبعد عن الأخبار الكاذبة والقصص الملفقة حتى لو كانت موافقة لأغراض رئيس التحرير وسياسات الدولة.

2- مصداقية المضمون: وتشمل وضوح الرسالة الإعلامية حتى في أوقات الخطر، واليسر والسهولة في تناول الحقائق، والدقة في تناول المعلومة.

3- مصداقية الوسيلة: وتشمل اعتماد الوسيلة الإعلامية على كتاب موثوق فيهم، وتعبير

الوسيلة الإعلامية عن هموم واحتياجات الجمهور.

وبالتالي يتضح أن مصداقية الوسائل الإعلامية تتأثر بعوامل عدة سواء تلك المتعلقة في القائم بالاتصال، أو المضمون، أو الوسيلة الإعلامية نفسها لتشكل في نهاية المطاف الثقة لدى الجمهور بمهنية الرسالة الإعلامية المقدمة، وإمكانية قبولها والتأثر بها.

**مفاهيم الدراسة:**

**مصداقية القنوات الفضائية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية: (إجرائياً)**

مدى توافر عدة معايير يتم الاستناد عليها للحكم على مصداقية القنوات الفضائية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية، وتشمل ثمانية معايير هي: (الشمول، الواقعية، الأهمية، الموضوعية، الصدق، الفورية، التوازن، الدقة)، ويتضمن كل معيار مجموعة من المؤشرات.

**التنافر المعرفي: (إجرائياً)**

في حالة تعرض فلسطينيي الـ 48 لرسائل إعلامية من القنوات الفضائية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية تتضمن معلومات، وأفكار تتعارض مع نسقهم المعرفي يترتب عليه توتر وقلق، ينتج عنه صراع بين النسق المعرفي لديهم، وما يتم تلقيه من معلومات وأفكار، وهذا الصراع يمثل محركاً أساسيا لإعادة التوازن المعرفي لديهم يدفعهم لتقصي مدى صحة تلك المعلومات.

**نوع الدراسة ومنهجها:**

تنتمي هذه الدراسة للدراسات الوصفية التي تسعى لوصف الظواهر العلمية، والظروف المحيطة بها، وتفسر العلاقة بينها، وبين الظواهر الأخرى، ومن ثم التعبير عنها بشكل كمي (مزاهرة، 2011 :105)؛ لذا فهي ترصد درجة متابعة فلسطينيي الـ 48 للقنوات الفضائية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية وتكشف عن تقييمهم لمؤشرات مصداقيتها، وعلاقته بدرجة التنافر المعرفي لديهم بالاعتماد على المنهج المسحي.

**مجتمع الدراسة وعينتها:**

يتألف مجتمع الدراسة من فلسطينيي الـ 48 البالغ عددهم (2.026) مليون نسمة ويشكلون (21%) من مجموع سكان "إسرائيل" حسب المعطيات التي نشرتها دائرة الإحصاء المركزية الإسرائيلية لعام 2022م. (موقع دائرة الإحصاء المركزية الإسرائيلية على شبكة الإنترنت)، وفي ضوء نتائج الدراسات السابقة تم تصميم صحيفة الاستبانة لقياس مصداقية القنوات الفضائية الإسرائيلية باللغة العربية لدى فلسطينيي ال48، وقام الباحث بتطبيق الدراسة على (400) مفردة من متابعي القنوات الفضائية الإسرائيلية باللغة العربية بالاعتماد على عينة كرة الثلج SNOW BALL في اختيار المبحوثين بحيث يختار الباحث مفردة واحدة تنطبق عليها مواصفات العينة من حيث متابعة هذه الفضائيات، والسن بحيث لا يقل عن (18) سنة، والتعليم بحد أدنى تعليم متوسط، مستوى الاقتصادي والاجتماعي متنوع مما يمكنهم من الحكم على مصداقية تلك القنوات بدقة، ثم يُطلب من المبحوث أن يدل على مبحوث أخر تتوافر فيه المواصفات، وبعدها يتم الطلب من المبحوث الآخر أن يدل على أشخاص آخرون مثله، وهكذا حتى تكتمل العينة (الكامل، 2011 : 133)، وحرص الباحث على أن تكون العينة ممثلة لمعظم مدن وبلدات فلسطينيو الـ 48، وجاء توصيف العينة على النحو التالي:

**جدول (1) خصائص عينة الدراسة**

| خصائص العينة | | التكرار | النسبة |
|---|---|---|---|
| النوع الاجتماعي | ذكور | 216 | %54 |
| | إناث | 184 | %46 |
| المستوى التعليمي | تعليم متوسط وفوق متوسط | 107 | %26.8 |
| | تعليم جامعي | 257 | %64.2 |
| | دراسات عليا (دكتوراه – ماجستير) | 36 | %9 |
| الفئة العمرية | 18 – 28 عام | 110 | %27.5 |
| | 29 – 38 عام | 153 | %38.3 |
| | 39 عام فأكثر | 137 | %34.2 |
| المستوى الاقتصادي والاجتماعي | مستوى مرتفع | 91 | %22.8 |
| | مستوى متوسط | 241 | %60.2 |
| | مستوى منخفض | 68 | %17 |
| الإجمالي | | 400 | %100 |

**أداة جمع البيانات:**

تم الاعتماد على صحيفة الاستقصاء لتحقيق أهداف الدراسة وفروضها، والتي اشتملت على مجموعة محاور للتعرف على مصداقية القنوات الفضائية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية، واحتوت مقياسين، أولاً: مقياس المصداقية واشتمل على ثمانية معايير تضمنت تسعة عشر مؤشراً، ثانياً: مقياس التنافر المعرفي وتضمن تسعة بنود.

**اختبار الصدق:**

تم تصميم المقياس في ضوء مراجعة الدراسات السابقة، ولتحقيق الصدق الظاهري للبيانات تم عرض صحيفة الاستقصاء على مجموعة محكمين من أساتذة الإعلام [1] وضع ملاحظاتهم حول جميع فقرات صحيفة الاستقصاء، والتأكد من مدى وضوحها وسلامة الدلالات اللفظية لكل فقرة من الفقرات، ومدى مناسبتها لتحقيق أهداف الدراسة وفروضها حيث قدم المحكمون العديد من الملاحظات سواء بالحذف أو التعديل لبعض الفقرات.

**اختبار الثبات:**

تم استخدام برنامج التحليل الإحصائي (SPSS) بالاعتماد على معامل الثبات (Cronbach Alpha) لقياس الاتساق الداخلي لأداة الدراسة، والذي يتم من خلال حساب معاملات الارتباط لكل محور من محاور الاستبانة بناءً على استجابات المبحوثين، وبالتالي التحقق من مستوى اتساقها مع المجال الذي تنتمي إليه حيث تم إجراء اختبار قبلي على (10%) من حجم العينة الأصلية بما يعادل 40 مبحوثا من فلسطينيي الـ 48، وتم إعادة تطبيق الاستقصاء على نفس العينة من المبحوثين بعد مرور أسبوعين من التطبيق الأول، وحساب نسبة الثبات بين التطبيقين حيث أظهر معامل الثبات أن الثبات الكلي للأداة قد بلغ (91.6%)، مما

(1) أسماء السادة المحكمين:

1- د. إبراهيم المصري: أستاذ الإعلام المساعد بجامعة الأقصى، فلسطين.
2- د. آمال سعد: أستاذ الإعلام المساعد بجامعة المنصورة، مصر.
3- د. حسين سعد: أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد بجامعة القدس المفتوحة، فلسطين.
4- د. عمرو أبو جبر: أستاذ الإعلام المشارك بجامعة فلسطين، فلسطين.
5- د. نورة خيري: أستاذ الإعلام المساعد جامعة زيان عاشور، الجزائر.

يعنى أن معامل الثبات مرتفع ودال إحصائياً في البحوث والدراسات الإنسانية، وتشير إلى ثبات الأداة.

**المعالجات الإحصائية للبيانات:**

تمت المعالجة الإحصائية باستخدام برنامج " SPSS "، وفقاً لتساؤلات الدراسة وفروضها، وتحقيقاً لأهدافها، وتم اللجوء إلى عدد من الاختبارات الإحصائية لتحليل البيانات حيث تم استخدام التكرارات والنسب المئوية – المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، معامل ارتباط بيرسون للعلاقة الخطية بين متغيرين، واختبار كا2 لدراسة العلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية، واختبار (F) واختبار (T).

**نتائج الدراسة:**

**أولاً/ الإجابة على تساؤلات الدراسة:**

- **متابعة فلسطينيي الـ 48 للقنوات الفضائية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية**

**جدول (2) متابعة فلسطينيي الـ 48 للقنوات الفضائية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية**

| القناة / درجة المتابعة | مكان33 | | i24 | | الاجمالي | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | ك | % | ك | % | ك | % |
| أحياناً | 144 | 36 | 121 | 30.3 | 265 | 33.1 |
| دائماً | 256 | 64 | 279 | 69.7 | 535 | 66.9 |
| الاجمالي | 400 | %100 | 400 | %100 | %100 | |

يتضح من بيانات الجدول السابق أن (66.9% ) من المبحوثين يتابعون القنوات الفضائية الإسرائيلية الناطقة باللغة باستمرار، وتفوقت قناة i24 على قناة مكان 33 في نسبة المتابعة باستمرار حيث بلغت نسبتها (69.7%) مقابل (64%)، كما أشار الجدول إلى أن (33.1%) من فلسطينيي الـ 48 عينة الدراسة يتابعون القنوات الفضائية الإسرائيلية الناطقة باللغة في بعض الأوقات، حيث بلغت نسبتها (36%) لقناة مكان 33 في مقابل (30.3%) لقناة i24، وذلك باعتبار أن العينة عمدية من متابعي القنوات الفضائية الإسرائيلية باللغة العربية، بالاعتماد على عينة كرة الثلج SNOW BALL في اختيار المبحوثين، ويتضح من البيانات مدى اهتمام المبحوثين بمتابعة تلك القنوات، وبالتالي يمكنهم الإدلاء بآراء جيدة حول مصداقيتها.

- **المدة الزمنية المستغرقة في متابعة فلسطينيي الـ 48 للقنوات الفضائية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية يومياً**

**جدول (3) المدة الزمنية المستغرقة في متابعة فلسطينيي الـ 48 للقنوات الفضائية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية يومياً**

| المدة الزمنية | ك | % |
|---|---|---|
| أقل من ساعة | 43 | 10.8 |
| من ساعة إلى أقل من ساعتين | 133 | 33.2 |

| | | |
|---|---|---|
| **من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات** | **165** | **41.3** |
| **أكثر من ثلاث ساعات** | **59** | **14.7** |
| **الإجمالي** | **400** | **%100** |

يتبين من بيانات الجدول السابق أن معدل متابعة المبحوثين للقنوات الفضائية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية يومياً من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات جاء في الترتيب الأول بنسبة (41.3%) ثم تلاه من ساعة إلى أقل من ساعتين بنسبة (33.2%)، ثم أكثر من ثلاث ساعات بنسبة (14.7%)، وهذه النتيجة توضح أن معدل المتابعة كبير، ويمكن ارجاع ذلك إلى اهتمام تلك القنوات بالقضايا المحلية للمجتمع العربي والتغطية المتلاحقة لقضايا الصراع العربي الإسرائيلي واعتمادها على التحليل والتفسير لمجمل الأحداث.

- **درجة مصداقية القنوات الفضائية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية التي يتابعها فلسطينيي الـ 48.**

**جدول (4) درجة مصداقية القنوات الفضائية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية لدى فلسطينيي الـ 48**

| درجة المصداقية / القناة الفضائية | مصداقية عالية | | مصداقية متوسطة | | مصداقية منخفضة | | الوزن المرجح | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ك | % | ك | % | ك | % | النقاط | % | الترتيب |
| **l24** | **12** | **3** | **161** | **40.2** | **227** | **56.8** | **585** | **48.7** | **1** |
| **مكان33** | **9** | **2.3** | **156** | **39** | **235** | **58.7** | **574** | **47.8** | **2** |
| **مجموع الأوزان** | | | | | | | **1159** | | |

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن قناة l24 احتلت الترتيب الأول بين القنوات الفضائية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية من حيث درجة المصداقية بمجموعه نقاط (585) وبنسبة (48.7%) ثم قناة مكان 33 في الترتيب الثاني بمجموع نقاط (574) وبنسبة (47.8%)، والملاحظ من النتائج أن مصداقية تلك القنوات لدى فلسطينيي الـ 48 متدنية لاعتقادهم بأن تأسيسها جاء لإيصال رسائل دعائية موجهة للعرب في أراضي الـ 48، ويتفق ذلك مع دراسة (شنان، 2021)، ونرى بعدم وجود فوارق حقيقية بين قناة l24 باعتبارها ممثلة للإعلام المستقل، وقناة مكان 33 باعتبارها ممثلة للإعلام الرسمي نظراً لارتباط السياسات الإعلامية الإسرائيلية بأجندة موحدة لخدمة الأهداف القومية لـ "إسرائيل"

- **مؤشرات المصداقية في القنوات الفضائية الإسرائيلية باللغة العربية لدى فلسطينيي الـ 48.**

**جدول (5) درجة مؤشرات المصداقية في القنوات الفضائية الإسرائيلية باللغة العربية لدى فلسطينيي الـ 48.**

| م | عناصر المصداقية | مؤشرات المصداقية | بدرجة كبيرة | | إلى حد ما | | غير متوفرة | | المجموع | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | ك | % | ك | % | ك | % | النقاط | % |
| **1** | **الشمول** | **ذكر جميع تفاصيل الحدث** | **51** | **12.8** | **229** | **57.2** | **120** | **30** | **731** | **60.9** |
| | | **عرض كافة وجهات النظر** | **21** | **5.3** | **123** | **30.7** | **256** | **64** | **565** | **47.1** |

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| الشمول | | | متوسط حسابي | | 648 | | | 54.1 |
| 2 | الواقعية | عرض الأحداث المعبرة عن الواقع | 39 | 9.7 | 142 | 35.5 | 219 | 54.8 | 620 | 51.7 |
| | | نقل الأحداث بالصوت والصورة | 82 | 20.5 | 123 | 30.7 | 195 | 48.8 | 687 | 57.3 |
| الواقعية | | | متوسط حسابي | | 653.5 | | | 55.2 | 1307 | |
| 3 | الأهمية | أهمية القضايا والأحداث | 154 | 38.5 | 211 | 52.8 | 35 | 8.7 | 919 | 76.6 |
| | | الاهتمام بمصالح الجمهور | 92 | 23 | 78 | 19.5 | 230 | 57.5 | 662 | 55.1 |
| الأهمية | | | متوسط حسابي | | 790.5 | | | 65.9 | 1581 | |
| 4 | الموضوعية | فصل الخبر عن الرأي | 22 | 5.5 | 145 | 36.3 | 233 | 58.2 | 585 | 48.8 |
| | | عرض وجهات النظر المختلفة | 37 | 9.2 | 144 | 36 | 219 | 54.8 | 618 | 51.5 |
| | | الدقة في عرض الاحصائيات | 54 | 13.5 | 131 | 33.8 | 215 | 53.7 | 639 | 53.3 |
| | | الشفافية في عرض الأحداث | 67 | 16.7 | 122 | 30.5 | 211 | 52.8 | 656 | 54.6 |
| الموضوعية | | | متوسط حسابي | | 624.5 | | | 52 | 2498 | |
| 5 | الصدق | منطقية الآراء ووجهات النظر | 44 | 11 | 89 | 22.2 | 267 | 66.8 | 577 | 48.1 |
| | | الاعتماد على الوثائق والأدلة | 59 | 14.8 | 91 | 22.7 | 250 | 62.5 | 609 | 50.8 |
| | | البعد عن الإثارة | 55 | 13.8 | 123 | 30.7 | 222 | 55.5 | 633 | 52.7 |
| الصدق | | | متوسط حسابي | | 606.3 | | | 50.5 | 1819 | |
| 6 | الفورية | نقل الأحداث لحظة وقوعها | 155 | 38.8 | 192 | 48 | 53 | 13.2 | 902 | 75.2 |
| الفورية | | | متوسط حسابي | | 902 | | | 75.2 | 902 | |
| 7 | التوازن | التوازن في عرض أبعاد الأحداث | 88 | 22 | 98 | 24.5 | 214 | 53.5 | 674 | 56 |
| | | التوازن في عرض وجهات النظر | 37 | 9.2 | 117 | 29.3 | 246 | 61.5 | 591 | 49.3 |
| التوازن | | | متوسط حسابي | | 632.5 | | | 52.7 | 1265 | |

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 8 | الدقة | ذكر مصادر الأحداث | 94 | 23.5 | 126 | 31.5 | 180 | 45 | 714 | 59.5 |
| | | الاعتماد على مصادر موثوقة | 54 | 13.5 | 81 | 30.3 | 265 | 66.2 | 589 | 49.1 |
| | | وضوح المضمون وسلامة الأسلوب | 118 | 29.5 | 172 | 43 | 110 | 27.5 | 808 | 67.3 |
| الدقة | | | متوسط حسابي | | | 702.7 | | | 2111 | 58.6 |
| اجمالي أوزان المقياس | | 22800 | مجموع أوزان العينة | | 12779 | وزن مئوي للمقياس | | | 58 | |

يتضح من بيانات الجدول السابق أن توافر مؤشرات المصداقية في القنوات الفضائية الإسرائيلية باللغة العربية كما يراها المبحوثين جاءت كالتالي: في المقدمة أهمية القضايا والأحداث بمجموع نقاط (919) باعتبار أن القضايا التي يتم تقديمها في تلك القنوات تهتم بمعالجة القضايا الأكثر التصاقا بفلسطينيي الـ 48.في محاولة من الإعلام الإسرائيلي لتمرير وجهة نظره في الأحداث الجارية بهدف احداث التأثير المطلوب يليها نقل الأحداث لحظة وقوعها بمجموع نقاط (902) ويرجع ذلك إلى الإمكانيات الضخمة المتاحة لتلك القنوات واعتمادها على عدد كبير من المراسلين ثم وضوح المضمون وسلامة الأسلوب بمجموع نقاط (808) يليها ذكر جميع تفاصيل الحدث بمجموع نقاط (731) وذلك من خلال العرض التفصيلي لكافة التحليلات والتفسيرات المرتبطة بالأحداث خاصة إذا كانت تتفق مع السياسية التحريرية للقناة ثم ذكر مصادر الأحداث بمجموع نقاط (714) للتأكيد على مصداقية ودقة المعلومات التي يتم بثها ثم نقل الأحداث بالصوت والصورة بمجموع نقاط (687) ثم التوازن في عرض أبعاد الأحداث بمجموع نقاط (674) يليها الاهتمام بمصالح الجمهور بمجموع نقاط (662) ثم الشفافية في عرض الأحداث بمجموع نقاط (656) فيما تدرجت باقي مؤشرات المصداقية بمجموع نقاط أقل.

ومن خلال حساب المتوسط الحسابي والنسب المئوية لمؤشرات المصداقية في القنوات الفضائية الإسرائيلية باللغة العربية يتبين أن المؤشرات التي حصلت على درجة مرتفعة كما يراها المبحوثين الفورية في المرتبة الأولى بنسبة (75.2%) ويرجع ذلك إلى قدرة تلك القنوات على الوصول إلى مكان وقوع الأحداث لحظة وقوعها من خلال الاعتماد على عدد كبير من المراسلين وطواقم التصوير، وهذا ما تتيحه الإمكانات المادية واللوجستية المتوافرة لديها، تلاها مؤشر الأهمية بنسبة (65.9%) وهذا يرتبط بقدرة القنوات على تحديد الأحداث الأكثر أهمية لفلسطينيي الـ48 من خلال التركيز على القضايا الحياتية والاقتصادية بالإضافة إلى الأحداث المتعلقة بالصراع الفلسطيني الإسرائيلي، بينما من المؤشرات التي حصلت على درجة متوسطة جاءت على التوالي الدقة_ الواقعية_ الشمول_ التوازن_ الموضوعية_ الصدق، كما تشير البيانات إلى المصداقية التي يراها المبحوثين في القنوات الفضائية الإسرائيلية باللغة العربية هي مصداقية متوسطة حيث بلغت نسبتها (58%) من إجمالي أوزان المقياس.

**• درجة تأثير عناصر مصداقية مضمون الأحداث المعروضة على القنوات الفضائية الإسرائيلية باللغة العربية لدى فلسطينيي الـ 48.**

**جدول (6) درجة تأثير عناصر مصداقية مضمون الأحداث المعروضة على القنوات الفضائية الإسرائيلية باللغة العربية لدى فلسطينيي الـ 48.**

| درجة المصداقية / العناصر | مؤثرة بدرجة كبيرة | | مؤثرة إلى حد ما | | غير مؤثرة | | الوزن المرجح | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ك | % | ك | % | ك | % | النقاط | الوزن |
| الأرقام والإحصائيات | 215 | 53.8 | 96 | 24 | 89 | 22.2 | 926 | 77.2 |
| الصور الثابتة | 92 | 23 | 188 | 47 | 120 | 30 | 772 | 64.3 |
| الوثائق والأدلة | 192 | 48 | 113 | 28.2 | 95 | 23.8 | 897 | 74.8 |
| مصادر الأحداث | 187 | 46.8 | 122 | 30.5 | 91 | 22.7 | 896 | 74.7 |
| الصوت والصورة | 249 | 62.3 | 87 | 21.7 | 64 | 16 | 985 | 82.1 |
| مجموع الأوزان | | | | | | | 4476 | |

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن المبحوثين يرون أن مصداقية مضمون الأحداث المعروضة على القنوات الفضائية الإسرائيلية باللغة العربية تتأثر بعدة عناصر تأتي في مقدمتها اندماج الصوت والصورة بوزن مئوي (82.1%) وهذا يدلل على مدى أهمية الاعتماد على الصورة المتحركة، وإرفاقها بالصوت سواء من موقع الحدث أو صوت المراسل أو المؤثرات الصوتية على زيادة مصداقية المضامين لدى الجمهور المستهدف، ثم الأرقام والإحصائيات بوزن مئوي (77.2%) يليها الوثائق والأدلة بوزن مئوي (74.8%) ثم مصادر الأحداث بوزن مئوي (74.7%)، وأخيراً الصور الثابتة بوزن مئوي (64.3%)، وبمراجعة البيانات يتضح مدى قدرة الصوت والصورة، وكذلك الإحصائيات والأرقام بالإضافة إلى الوثائق والأدلة في رفع درجة مصداقية المضامين التي تقدمها القنوات الفضائية الإسرائيلية باللغة العربية ولعل ذلك مرتبط بحاجة فلسطينيي الـ 48 للأدلة الواقعية التي تثبت مصداقية المعلومات المقدمة في تلك القنوات خاصة في الموضوعات، والقضايا الجدلية، والصراع المتواصل بين الفلسطينيين والإسرائيليين.

**• أسباب عدم التزام القنوات الفضائية الإسرائيلية باللغة العربية بالمصداقية**

**جدول (7) أسباب عدم التزام القنوات الفضائية الإسرائيلية باللغة العربية بالمصداقية**

| أسباب عدم التزام القنوات الفضائية الإسرائيلية بالمصداقية | ك | % | الترتيب |
|---|---|---|---|
| السياسات التحريرية | 364 | 25.6 | 1 |
| الأمن القومي للدولة المالكة | 318 | 22.4 | 2 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| **عدم الالتزام بأخلاقيات العمل الإعلامي** | **241** | **17** | **3** |
| **مراعاة مصالح المالكين** | **233** | **16.4** | **4** |
| **عدم مراعاة المعايير المهنية** | **212** | **14.9** | **5** |
| **ضغوط المعلنين** | **52** | **2.7** | **6** |

**ن= 400**

توضح نتائج الجدول السابق أهم أسباب عدم التزام القنوات الفضائية الإسرائيلية باللغة العربية بالمصداقية السياسات التحريرية بنسبة (25.6%)، ويرجع ذلك إلى التزام تلك القنوات بسياسات تحريرية تخدم الأهداف القومية لدولة الاحتلال الإسرائيلي باعتبارها أداة إعلامية هامة للتأثير في الجمهور العربي، يليها الأمن القومي للدولة المالكة بنسبة (22.4%)، ويتماشى ذلك ما التبرير السابق، ثم عدم الالتزام بأخلاقيات العمل الإعلامي بنسبة (17%)، ومراعاة مصالح المالكين بنسبة (16.4%)، يليها عدم مراعاة المعايير المهنية بنسبة (14.9%)، وفي المرتبة الأخيرة ضغوط المعلنين بنسبة (2.7%) كون القنوات الفضائية الإسرائيلية باللغة العربية تعتمد ميزانيتها على التمويل الحكومي بالدرجة الأولى.

- **مدى التنافر المعرفي لدى فلسطينيي الـ 48 في حالة تعرضهم لمضامين إعلامية في القنوات الفضائية الإسرائيلية باللغة العربية لا يعتقدون بصحتها وتتعارض مع معارفهم وخبراتهم**

**جدول (8) حالة تعرض فلسطينيي الـ 48 لمضامين إعلامية في القنوات الفضائية الإسرائيلية باللغة العربية لا يعتقدون بصحتها وتتعارض مع المعارف والخبرات (مقياس التنافر المعرفي)**

| درجة المصداقية / العناصر | دائماً | | أحياناً | | لا | | الوزن المرجح | | الترتيب |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ك | % | ك | % | ك | % | النقاط | الوزن | |
| **أشعر بحالة صراع بين المعلومات المقدمة ومعلوماتي السابقة (النسق المعرفي)** | **301** | **75.3** | **77** | **19.2** | **22** | **5.5** | **1079** | **89.9** | **1** |
| **لا أهتم بها لاعتقادي بكذبها** | **266** | **66.5** | **101** | **25.2** | **33** | **8.3** | **1033** | **86.1** | **2** |
| **أبحث عن دقة هذه المعلومات** | **227** | **69.2** | **144** | **36** | **29** | **7.3** | **998** | **83.2** | **3** |
| **تزداد درجة القلق والانزعاج في حالة تكرار المعلومات التي تتعارض مع أفكاري وخبراتي** | **217** | **54.2** | **122** | **30.5** | **61** | **15.3** | **956** | **79.7** | **4** |
| **لا أبالي عندما تكون هذه المعلومات متعلقة بموضوع أهتم به أو شخصية أقدرها** | **233** | **58.2** | **89** | **22.3** | **78** | **19.5** | **955** | **79.6** | **5** |
| **لا أهتم بها لتأكدي من صحة** | **215** | **53.7** | **123** | **30.8** | **62** | **15.5** | **953** | **79.4** | **6** |

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **معلوماتي** | | | | | | | | | |
| **أشعر بالقلق والانزعاج** | **192** | **48** | **128** | **32** | **80** | **20** | **912** | **76** | **7** |
| **لا أهتم بمتابعة القناة في حالة تكرار المعلومات الكاذبة** | **148** | **37** | **213** | **53.3** | **39** | **9.7** | **909** | **75.8** | **8** |
| **أتخلص من معارفي وخبراتي السابقة إذا تأكدت من صحة هذه المعلومات** | **168** | **42** | **122** | **30.5** | **110** | **27.5** | **858** | **71.5** | **9** |
| **اجمالي أوزان المقياس** | **10800** | **مجموع أوزان العينة** | | **8653** | **وزن مئوي للمقياس** | | | | **80.1** |

تبين نتائج الجدول السابق أن درجة التنافر المعرفي لفلسطينيي الـ 48 عينة الدراسة تزداد بشكل كبير حال تعرضهم لمعلومات لا يعتقدون بصحتها وتتعارض مع معارفهم وآرائهم وخبراتهم حيث بلغ الوزن المئوي لمقياس التنافر (80.1%) وهي درجة تنافر معرفي مرتفعة جداً وهذا يتوافق مع فروض نظرية التنافر المعرفي، وبالرجوع إلى البيانات يتضح الشعور بحالة صراع بين المعلومات المقدمة والمعلومات السابقة (النسق المعرفي) جاء في الترتيب الأول بوزن مرجح (89.9%) من إجمالي أوزان المقياس، وهذا ما تؤكده النظرية ومع حالة الصراع تزداد درجة القلق لدى الجمهور وعدم الارتياح خاصة في حالة تكرار نفس المعلومات التي تتعارض مع آرائهم وخبراتهم باعتبار أن القنوات الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية هي وسائل إعلامية تخدم قوة احتلال، أما الترتيب الثاني فجاء (لا أهتم بها لاعتقادي بكذبها) بوزن مرجح (86.1%) وهذا ما يترتب عليه فقدان الثقة بين الجمهور والقنوات الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية نظراً لارتباط هذه الفئة الجماهيرية بالأحداث على أرض الواقع والتي يتم تقديمها في تلك القنوات بصورة مغايرة للواقع المعاش، وفي الترتيب الثالث (أبحث عن دقة هذه المعلومات) بوزن مرجح (83.2%) ما يؤكد أن المبحوثين لا يعتمدون على هذه القنوات كمصدر وحيد وصادق للمعلومات بل يبحثون عن دقة الأخبار التي تقدمها من خلال مصادر إعلامية متعددة وهذا ما أتاحته التطورات المتلاحقة في تكنولوجيا الاتصال، وجاءت (تزداد درجة القلق والانزعاج في حالة تكرار المعلومات التي تتعارض مع أفكاري وخبراتي) في المرتبة الرابعة بوزن مرجح (79.7%) حيث يعتمد الإعلام الإسرائيلي هذه التقنية في التغطيات الإعلامية من خلال التركيز على مجموعة من المعلومات غير الصادقة وتكرارها لفترة زمنية طويلة في محاولة لإثبات صحتها ويعتبر هذا الأسلوب أحد أساليب الدعاية الصهيونية، ثم (لا أبالي عندما تكون هذه المعلومات متعلقة بموضوع أهتم به أو شخصية أقدرها) بوزن مرجح (79.6%)، يليها (لا أهتم بها لتأكدي من صحة معلوماتي) بوزن مرجح (79.4%)، ثم باقي الفئات بنسب أقل.

**ثانياً/ اختبار صحة فروض الدراسة:**

**الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين متوسط درجات متابعة فلسطينيي الـ 48 للقنوات الفضائية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية يومياً ومتوسط درجات مؤشرات المصداقية.**

**جدول (9)**

| مقياس التعرض / درجات المصداقية | عالي التعرض | متوسط التعرض | منخفض التعرض | الإجمالي |
|---|---|---|---|---|
| **عالي المصداقية** | **10** | **5** | **3** | **18** |
| **متوسط المصداقية** | **75** | **35** | **7** | **114** |
| **منخفض المصداقية** | **170** | **86** | **12** | **268** |
| **الإجمالي** | **255** | **126** | **22** | **400** |

**كا2 المحسوبة تساوي 2.137 < كا2 الجدولية عند درجة حرية (4) ومستوى معنوية يساوي 0.572 ومعامل بيرسون يساوي 0.157**

توضح بيانات الجدول السابق أن قيمة كا2 المحسوبة تساوي 2.137 عند درجة حرية (4) وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى 0.05، وأكد على ما سبق معامل بيرسون حيث بلغ 0.157 وهو ارتباط طردي ضعيف جداً لم يحقق مستوى الدلالة، مما يدل على عدم وجود علاقة ارتباطية بين متوسط درجات متابعة فلسطينيي الـ 48 للقنوات الفضائية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية يومياً ومتوسط درجات مؤشرات المصداقية، وبالتالي عدم قبول صحة الفرض، وعليه يمكن القول بأنه لا توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين متوسط درجات متابعة فلسطينيي الـ 48 للقنوات الفضائية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية يومياً ومتوسط درجات مؤشرات المصداقية.

**الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية عكسية دالة إحصائياً بين مصداقية القنوات الفضائية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية لدى فلسطينيي الـ 48 ودرجة التنافر المعرفي أي (كلما قلت مصداقية القنوات الفضائية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية لديهم زادت درجة التنافر المعرفي)**

**جدول (10)**

| مقياس التنافر / درجات المصداقية | عالي التنافر | متوسط التنافر | منخفض التنافر | الإجمالي |
|---|---|---|---|---|
| **عالي المصداقية** | **0** | **7** | **10** | **18** |
| **متوسط المصداقية** | **50** | **46** | **18** | **114** |
| **منخفض المصداقية** | **182** | **86** | **1** | **268** |
| **الإجمالي** | **232** | **139** | **29** | **400** |

**كا2 المحسوبة تساوي 12.910 > كا2 الجدولية عند درجة حرية (4) ومستوى معنوية يساوي 0.000 ومعامل بيرسون يساوي 0.534-**

تبين بيانات الجدول السابق أن قيمة كا2 المحسوبة تساوي 12.910 عند درجة حرية (4) وهي دالة إحصائياً عند مستوى 0.05، وأكد على ما سبق معامل

بيرسون حيث بلغ 0.534 – وهي علاقة ارتباطية عكسية متوسطة، أي أنه كلما قلت مصداقية القنوات الفضائية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية لدى فلسطينيي الـ 48 زادت درجة التنافر المعرفي لديهم، وبالتالي يمكن قبول الفرض بوجود علاقة ارتباطية عكسية دالة إحصائية بين مصداقية القنوات الفضائية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية لدى فلسطينيي الـ 48، ودرجة التنافر المعرفي.

**الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموغرافية (النوع الاجتماعي، المستوى التعليمي، الفئة العمرية، المستوى الاقتصادي والاجتماعي) وبين درجة مصداقية القنوات الفضائية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية لدى فلسطينيي الـ 48.**

**جدول (11)**

| مصداقية القنوات | المجموعات | ك | المتوسط | الانحراف المعياري | اسم الاختبار | قيمة الاختبار | مستوى الدلالة |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| النوع الاجتماعي | ذكور | 216 | 1.92 | 0.34 | T | 0.104 | غير دالة |
| | إناث | 184 | 1.98 | 0.27 | | | |
| المستوى التعليمي | تعليم متوسط وفوق متوسط | 107 | 1.97 | 0.11 | F | 0.157 | غير دالة |
| | تعليم جامعي | 257 | 1.90 | 0.17 | | | |
| | دراسات عليا | 36 | 1.86 | 0.21 | | | |
| الفئة العمرية | 18 – 28 عام | 110 | 1.99 | 0.14 | F | 0.622 | غير دالة |
| | 29 – 38 عام | 153 | 1.91 | 0.16 | | | |
| | 39 عام فأكثر | 137 | 1.82 | 0.30 | | | |
| المستوى الاقتصادي والاجتماعي | مستوى مرتفع | 91 | 1.79 | 0.29 | F | 0.334 | غير دالة |
| | مستوى متوسط | 241 | 1.88 | 0.11 | | | |
| | مستوى منخفض | 68 | 1.97 | 0.23 | | | |

تشير بيانات الجدول السابق أن نتائج اختبار "T" تؤكد عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فلسطينيي الـ 48 تبعاً لمتغير النوع الاجتماعي للمبحوثين على مقياس درجة مصداقية القنوات الفضائية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية، حيث كانت قيمته (0.104) وهي قيمة غير دالة إحصائيا عند مستوى المعنوية (0.05).

كما يتضح من بيانات الجدول أن نتائج اختبار " F"تشير إلى عدم صحة فرض وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فلسطينيي الـ 48 تبعاً لمتغير المستوى التعليمي للمبحوثين على مقياس درجة مصداقية القنوات الفضائية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية، حيث كانت قيمته (0.157) وهي قيمة غير دالة إحصائيا عند مستوى المعنوية (0.05).

وتبين بيانات الجدول أن نتائج اختبار "F" توضح عدم صحة فرض وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فلسطينيي الـ 48 تبعاً لمتغير الفئة العمرية للمبحوثين على مقياس درجة مصداقية القنوات الفضائية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية، حيث كانت قيمته (0.622) وهي قيمة غير دالة إحصائيا عند مستوى المعنوية (0.05).

ويتضح من بيانات الجدول أن نتائج اختبار "F" تشير إلى عدم صحة فرض وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فلسطينيي الـ 48 تبعاً لمتغير المستوى الاقتصادي والاجتماعي للمبحوثين على مقياس درجة مصداقية القنوات الفضائية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية، حيث كانت قيمته (0.334) وهي قيمة غير دالة إحصائيا عند مستوى المعنوية (0.05).

بناء على ما سبق لا يمكن قبول صحة الفرض لذا لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموغرافية (النوع الاجتماعي، المستوى التعليمي، الفئة العمرية، المستوى الاقتصادي والاجتماعي) وبين درجة مصداقية القنوات الفضائية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية لدى فلسطينيي الـ 48 ، ويختلف ذلك مع دراسة (ثروت، 2016) التي أوضحت وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطات مستويات مصداقية المواقع الإلكترونية للقنوات الأوروبية الموجهة باللغة العربية، وخصائص الجمهور المصري من حيث النوع والسن والمستوى التعليمي، ويعزو الباحث ذلك إلى كون هذه المتغيرات لم يعد لها تأثيراً قوياً يسبب فروقاً فردية بين المبحوثين باعتبار أن جميع فئات فلسطينيو الـ 48 يعايشوا الواقع المرير تحت نير الاحتلال الإسرائيلي ويدركون دور الإعلام الإسرائيلي في تزييف الحقائق خدمة لأهداف السياسة العنصرية الإسرائيلية، ومن هنا تقل أو تنعدم الفروق الفردية بينهم.

**النتائج العامة للدراسة:**

**خلصت الدراسة إلى العديد من النتائج كان من أهمها:**

- أن (66.9%) من فلسطينيو الـ 48 عينة الدراسة يتابعون القنوات الفضائية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية باستمرار، وأن (33.1%) منهم يتابعونها في بعض الأوقات، وأن معدل متابعة فلسطينيي الـ 48 عينة الدراسة للقنوات الفضائية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية يومياً كبير حيث يتابعونها من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات جاء بنسبة (41.3%) ثم تلاه من ساعة إلى أقل من ساعتين بنسبة (33.2%)، وأكثر من ثلاث ساعات بنسبة (14.7%).
- أن قناة 24l احتلت الترتيب الأول من بين القنوات الفضائية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية من حيث درجة المصداقية لدى فلسطينيي الـ 48 بنسبة (48.7%) ثم قناة مكان 33 في الترتيب الثاني بنسبة (47.8%)،
- أن توافر مؤشرات المصداقية في القنوات الفضائية الإسرائيلية باللغة العربية كما يراها المبحوثين جاءت كالتالي: في المقدمة أهمية القضايا والأحداث، ثم نقل الأحداث لحظة وقوعها يليها وضوح المضمون وسلامة الأسلوب، ثم ذكر جميع تفاصيل الحدث، يليها ذكر مصادر الأحداث ثم نقل الأحداث بالصوت والصورة، فيما تدرجت باقي مؤشرات المصداقية بمجموع نقاط أقل.
- أن مصداقية القنوات الفضائية الإسرائيلية باللغة العربية كما يراها المبحوثون هي مصداقية متوسطة حيث بلغت نسبتها (58%) من إجمالي أوزان المقياس، وجاءت الفورية في مقدمة معايير

المصداقية يليها الأهمية ثم الدقة، والواقعية، والشمول، والتوازن، والموضوعية، والصدق.

- أن مصداقية مضمون الأحداث المعروضة على القنوات الفضائية الإسرائيلية باللغة العربية تتأثر بعدة عناصر تأتي في مقدمتها اندماج الصوت والصورة ثم الأرقام والإحصائيات يليها الوثائق والأدلة ثم مصادر الأحداث، وأخيراً الصور الثابتة.
- أن أهم أسباب عدم التزام القنوات الفضائية الإسرائيلية باللغة العربية بالمصداقية كانت السياسات التحريرية، يليها الأمن القومي للدولة المالكة ثم عدم الالتزام بأخلاقيات العمل الإعلامي ومراعاة مصالح المالكين، وفي المرتبة الأخيرة ضغوط المعلنين بنسبة (2.7%).
- أن درجة التنافر المعرفي لفلسطينيي الـ 48 عينة الدراسة تزداد بشكل كبير حال تعرضهم لمعلومات لا يعتقدون بصحتها وتتعارض مع معارفهم وآرائهم وخبراتهم، حيث بلغ الوزن المئوي لمقياس التنافر (80.1%) وهي درجة تنافر معرفي مرتفعة جداً، وتتوافق مع فروض نظرية التنافر المعرفي، لذا جاء الشعور بحالة صراع بين المعلومات المقدمة والمعلومات السابقة (النسق المعرفي) في الترتيب الأول يليه لا أهتم بها لاعتقادي بكذبها، ثم أبحث عن دقة هذه المعلومات وفي المرتبة الرابعة تزداد درجة القلق والانزعاج في حالة تكرار المعلومات التي تتعارض مع أفكاري وخبراتي ثم باقي الفئات بنسب أقل.
- ثبت عدم صحة الفرض الأول وبالتالي لا توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين متوسط درجات متابعة فلسطينيي الـ 48 للقنوات الفضائية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية يومياً ومتوسط درجات مؤشرات المصداقية.
- توجد علاقة ارتباطية عكسية دالة احصائياً بين مصداقية القنوات الفضائية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية لدى فلسطينيي الـ 48، ودرجة التنافر المعرفي أي (كلما قلت مصداقية القنوات الفضائية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية لديهم زادت درجة التنافر المعرفي).
- ثبت عدم صحة الفرض الثالث وبالتالي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموغرافية (النوع الاجتماعي، المستوى التعليمي، الفئة العمرية، المستوى الاقتصادي والاجتماعي)، وبين درجة مصداقية القنوات الفضائية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية لدى فلسطينيي الـ 48.

**التوصيات:**

**بالاعتماد على نتائج الدراسة يمكن الخروج ببعض التوصيات كما يلي:**

1- ضرورة اعتماد خطة استراتيجية عربية لمواجهة الأساليب الدعائية الصهيونية تعتمد بالأساس على تحصين المواطنين العرب اعتماداً على المبادرة بتقديم الرواية الحقيقية للأحداث، والقضايا المرتبطة بالصراع العربي الإسرائيلي من خلال الإعلام التقليدي والإلكتروني.

2- تقدم الدراسة مقياساً لمصداقية القنوات الفضائية الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية يتضمن على 8 معايير هي: (الشمول، الواقعية، الأهمية، الموضوعية، الصدق، الفورية، التوازن، الدقة)، ويحتوي على 19 مؤشراً، ومقياساً للتنافر المعرفي تضمن 9 بنود، وهي المقاييس التي

اعتمدت عليها الدراسة، وهي من اعداد الباحث.

3-ضرورة أن تراجع القنوات الفضائية الإسرائيلية سياساتها التحريرية والتزام الموضوعية والحياد في تغطياتها الإعلامية بالاعتماد على موضوعية التناول والعرض كون الوظيفة الحقيقية للإعلام هي إمداد الجمهور بالمعلومات الصادقة والتي تعبر بدقة عن مجريات الأحداث بعيداً عن الاتجاهات الذاتية ومصالح مالكي القنوات.

4- تحليل الخطاب الإعلامي الإسرائيلي في القنوات الفضائية الموجهة باللغة العربية، وما يحتويه من مصطلحات تحمل دلالات تشوه نضالات الشعب الفلسطيني، بالإضافة إلى تعزيز دور الرقابة المجتمعية على الإعلام الإسرائيلي الناطق باللغة العربية.

5-أهمية اعتماد الإعلام الفلسطيني استراتيجية وطنية لرفع الوعي لدى الجمهور الفلسطيني في كافة أماكن تواجده بمخاطر تصديق الرسائل الإعلامية الصهيونية، وإن كانت في ظاهرها صادقة نظراً لاعتماد الإعلام الإسرائيلي على تقنية "دس السم في العسل" لتمرير روايته للجمهور المستهدف، وإجراء العديد من الدراسات الإعلامية التي تستهدف رصد وتحليل المضامين الإعلامية الإسرائيلية، والاستفادة القصوى من الخبرات الأكاديمية، والبحثية في هذا المجال.

6-ضرورة اعتماد برامج تدريبية تأهيلية لكافة العاملين بوسائل الإعلام الفلسطينية لتطوير مهاراتهم في مواجهة الهجمة الإعلامية الصهيونية مما سينعكس على تطوير المنظومة المهنية في الإعلام الفلسطيني.

**المراجع:**


1-أبو إصبع، صالح خليل (2006)، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، ط5، عمان، دار المجدلاوي للنشر والتوزيع.

2-الأمير، علي عبد الهادي (2018)، مصداقية المتحدث الرسمي للحكومة لدى الجمهور العراقي – دراسة مسحية، **مجلة الباحث الإعلامي**، مج10، ع41، ص ص 109-128.

3-التوام، إبراهيم حسن (2016)، مصداقية المواقع الإخبارية لدى النخبة الأكاديمية وعلاقتها بالتنافر المعرفي، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، مج15، ع4، ص ص 409- 452.

4-السالم، فاطمة (2020)، مصداقية الإعلام الرسمي الكويتي أثناء الأزمات: جائحة كورونا (كوفيد 19) نموذجا، **مجلة بحوث العلاقات العامة**، مج29، ع1، ص ص 277-247.

5-الهيتي، هادي نعمان الهيتي (1998)، الاتصال الجماهيري المنظور الجديد، بغداد، دار الشؤون الثقافية.

6-الوزان، عبد الله، الدليمي، إياد (2018)، مصداقية القنوات الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية لدى الشباب الجامعي العراقي والسعودي، **المجلة العربية لإعلام وثقافة الطفل**، مج1، ع4، ص ص 58-27.

7-اليماني، غادة عبد التواب (2014)، بحوث ودراسات في الإعلام الصحفي، ط1، الإسكندرية، دار المعرفية الجامعية.

8-ثروت، وفاء عبد الخالق (2016)، مصداقية المواقع الإلكترونية للقنوات الأوروبية الموجهة باللغة العربية لدى الجمهور المصري، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، مج15، ع4، ص ص 73-1.

9-حلمي، منيرة أحمد (1977)، ثلاث نظريات في تغير الاتجاهات، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية.

10- رقية سويقات، رقية، قويسم، هوارية (2017) مصداقية الفضائيات الإخبارية العربية من وجهة نظر النخبة الجزائرية، **رسالة ماجستير غير منشورة**، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر.

11- سلامي، أسيعداني، عسيري، عبد الله (2020)، مصداقية المضمون الخبري لمواقع التواصل الاجتماعي لدى الإعلاميين الجزائريين، دراسة في إطار النموذج البنائي للمصداقية، **المجلة الدولية للإعلام والاتصال الجماهيري**، مج3، ع1، ص ص 94-79.

12- سيد، محمد عبد العزيز، علي، شيماء حسن (2012)، مصداقية وسائل الإعلام الرسمية المصرية: دراسة ميدانية على القائم بالاتصال وعينة من طلبة أقسام الإعلام بصعيد مصر، **المجلة المصرية لبحوث الاعلام**، عدد خاص، ص ص 697، 770.

13- شنان، عبد الرحمن محمود (2021)، الأجندة الإعلامية في قناة "مكان" الفضائية الموجهة للجمهور العربي داخل الأراضي المحتلة 1948م " دراسة تحليلية"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.

14- عبد الباري، وائل اسماعيل (2005)، مصداقية المواقع الإخبارية على الإنترنت وعلاقتها بمستقبل الصحافة المطبوعة كما يراها الجمهور المصري، **المؤتمر السنوي الحادي عشر لكلية الإعلام مستقبل وسائل الإعلام العربية**، الجزء الثاني، جامعة القاهرة، كلية الإعلام.

15- عبد الحميد، عمرو محمد (2016)، اتجاهات الرأي العام المصري نحو مصداقية القنوات التليفزيونية ومواقع التواصل الاجتماعي في تناول القضايا السياسية، **رسالة دكتوراة غير منشورة**، جامعة القاهرة.

16- عبد العاطي، علاء محمد (2018)، اعتماد القائم بالاتصال في الفضائيات الحكومية والخاصة على معلومات تويتر وتقييمهم لمدى مصداقيتها، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، مج 17، ع2، ص ص 369، 420.

17- عرفات، سمية (2013)، اتجاهات الجمهور المصري نحو مصداقية وسائل الإعلام التقليدية والجديدة عقب أحداث الثلاثين من يونيو، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، مج12، ع4، ص ص 199- 265.

18- علي، أسامة عبد الرحيم (2016)، الصحافة الإلكترونية والصحافة المطبوعة، دراسات وبحوث مطبوعة، المنصورة، المكتبة العصرية.

19- علي، خالد صلاح الدين (2006)، مستويات مصداقية وسائل الإعلام المصرية لدى الجمهور: دراسة كمية لكيفية في إطار النموذج البنائي للمصداقية، **المجلة المصرية**

**لبحوث الإعلام**، ع26، ص ص 127-185.

20- عوض، رحاب عبد الناصر (2016)، مصداقية القنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة لدى الجمهور المصري، **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة أسيوط، كلية الآداب.

21- غالي، نها (2022)، مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول الحرب الروسية الأوكرانية في المجتمع المصري، **مجلة البحوث الإعلامية**، 63(3)، 1377-1432.

22- فرج الكامل (2011)، بحوث الإعلام والرأي العام: تصميمها وإجراؤها وتحليلها، القاهرة، دار النشر للجامعات.

23- محمد، منى طه (2020)، مصداقية وسائل الإعلام الالكترونية العربية والعالمية لدى الشباب الجامعي العربي في تغطية القرار الأمريكي بالاعتراف بالقدس عاصمة لإسرائيل ونقل سفارتها إليها، **المجلة العلمية لبحوث الصحافة**، ع20، ص ص 307-385.

24- مزاهرة، منال هلال (2011)، البحوث الإعلامية – الأسس والمبادئ، ط 1، الأردن، دار كنوز المعرفة.

25- مسالمة، محمد يوسف موسى (2015)، الآثار المعرفية والسلوكية للإعلام الإسرائيلي الموجه باللغة العربية على الشباب الفلسطيني في الضفة الغربية والقدس خلال حربي 2012م و2014م، **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة القدس، معهد الدراسات الإقليمية.

26- مكاوي، حسن عماد (2009)، الإعلام ومعالجة الأزمات، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.

27- موقع دائرة الإحصاء المركزية الإسرائيلية على شبكة الإنترنت https://www.gov.il/ar/departments/central_bureau_of_statistics

28- يوسف، هناء حفناوي (2021)، مصداقية القنوات الفضائية العربية ووسائل التواصل الاجتماعي في تناول الأزمات الأسرية لدى الفتاة الجامعية السعودية، **مجلة البحوث الإعلامية**، ع58، ص ص 874- 812.

29- Berko, R., Wolvin, A., Wolvin, D., Aitken, J., (2007). Communicating: th 10 A Social and Career Focus ed, Boston: Houghton Mifflin Company.

30- Brown, D. (2006). Social Psychology, New York: Mc Graw Hill.

31- Choi, Y., Axelrod, D., & Kim, J. (2015). Trust Me, I Am Your News Channel: Media Credibility Across News Platforms in the United States and South Korea. **Electronic News**, 9(1), pp. 17-35.

32- Clarke, M. (2005). From the anchor's desk: How an anchor's

instruction, **Journal of teacher education**, 52, (2), pp.164-172.

38- Festinger, L., (1957). A Theory of Cognitive Dissonance .Stanford .University Press, Stanford

39- Franklin, B., Carlson, M., (2016). Journalists, Sources, and Credibility: New Perspectives, **Computers in Human Behavior,** Vol. 61, PP.136-145.

40- George, B.& Edward, M., (2009). Cognitive dissonance and purchase involvement in the consumer behavior context, **The IUP Journal of Marketing .Management**, 8 (3&4), pp.1- 24

41- Hamdy, N., (2013). Prediction of Media Credibility in Egypt's Post-Revolution Transitional Phase. **Global Media Journal**, pp. 1-42.

42- Hovland, I., & Weiss, W., (1951). The influence of source credibility on communication effectiveness, **public opinion quarterly**, 15(4).

43- Lester, D., & Yang, B. (2009). Two sources of human irrationality: cognitive dissonance and brain dysfunction. Journal of Socio-Economics, 38 (4), pp.658-662.

33- Cooper, J., & Fazio, R., (1984). A New Look of Dissonance theory, **Advances in Experimental Social Psychology**, 17(3), pp.229-266.

34- Erik, B., Paul, A., and Nichole B., (2014). Crisis, Credibility, and the Press: A Priming Model of News Evaluation, The International Journal of Press/Politic, Vol. 19, No. 4.

35- Eun Go, and others. (2016). Why do we use different types of websites and assign them different levels of credibility? information credibility, and trust in the press, **Computers in Human Behavior,** Vol. 54, PP. 231-239.

36- Fahmy, Sh., Wanta, W., and Nisbet, E., (2012). Mediated Public Diplomacy: Satellite TV News in The Arab World and Perception Effects, **International Communication Gazette**, Vol. 74, No. 8, PP. 728-749.

37- Falls, E. and Cobb, D., (2001). Reducing resistance to diversity through cognitive dissonance race affects viewer perceptions of credibility, **Master of Arts**, university of Missouri Columbia.

44- Littlejohn, S., (2002). Theories of Human Communication. 7th ed, U.S.A, Wadsworth Thomson Learning.

45- Perloff, R., (2003). The Dynamics of Persuation: Communication and Attitudes in the 21st Century. 2nd ed, New jersey: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.

46- Savolainen R., (2007). Media credibility and cognitive authority the care of seeking orienting information, **information research**, vol. 12, No3, online, Available: http://information.net 16/9/2016.

47- Stanchi, K., (2013). What cognitive dissonance tells us about tone in persuasion. Brooklyn, **Journal of Low and Policy**, 22(1), pp.93-133.

48- Zhou, S., Zhang, H., & Shen, B. (2014). Comparison & Magnitude Credibility: Whom to Trust When Reports are Conflicting? **Open Communication Journal**, pp.1-8.