

مجلة

بحوث العلاقات العامة

الشرق الأوسط



دورية علمية محكمة تصدر عن الجمعية المصرية للعلاقات العامة - العدد الثاني عشر - يوليو/ سبتمبر ٢٠١٦

- دور الهيئة العامة للاستعلامات في نشر ثقافة السلام دراسة تحليلية لموقع الهيئة الإلكتروني
أ.د/ خالد أحمد عبد الجواد (جامعة الفلاح بدبي)
د. وفاء صلاح عبد الرحمن (جامعة الزقازيق) ... ص ٩
- اتجاهات الأمهات نحو دور إعلانات الزواج عبر وسائل الإعلام في حل مشكلة العنوسة " دراسة ميدانية "
أ.م.د/ محمد شعبان وهدان (جامعة الأزهر)
د. منى محمود عبد الجليل (جامعة الأزهر) ... ص ٣٥
- دور وسائل الإعلام الجديدة في دعم المواطنة الرقمية لدى طلاب الجامعة
أ.م.د/ محمد عبد البديع السيد (جامعة بنها) ... ص ٩٩
- البرامج الإقتصادية على الفضائيات العربية: برنامج "الإقتصاد والناس" نموذجاً - دراسة تحليلية
د. ثريا محمد السنوسي (جامعة الغرير بدبي) ... ص ١٦٣
- مقومات التأثير النفسي للبرامج الإخبارية بشبكة الجزيرة " دراسة تحليلية "
د. مروة محمد سعيد (جامعة العين للعلوم والتكنولوجيا بالعين - إمارة أبو ظبي)
- مقومات التأثير النفسي للبرامج الإخبارية بشبكة الجزيرة " دراسة تحليلية "
د. هالة الطحاتي (الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات MTI) ... ص ١٨٣
- الفضائيات الدينية العربية: دراسة ميدانية لاتجاه المشاهد المغربي
د. عبد السلام أندلوسي (المركز المغربي للدراسات والأبحاث في وسائل الإعلام والاتصال - المغرب) ... ص ٢٢٩
- وسائط الاتصال الجديدة: دراسة نقدية لأطر المرجعية النظرية والمنهجية
د. هالة دغمان (جامعة الجزائر ٣) ... ص ٢٤٩
- رؤية تحليلية للتطورات العلمية والتطبيقية في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات "دراسة نظرية تحليلية"
عواطف حسن حيدر الياضي (جامعة صنعاء) ... ص ٢٦٣

(ISSN 2314-8721)

الشبكة القومية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)

جميع الحقوق محفوظة ٢٠١٦ @ EPRA

www.epra.org.eg

obeykandi.com

هيئة التحكيم العلمية للبحوث

أ.د علي السيد عجوة

أستاذ العلاقات العامة المتفرغ والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

Prof. Dr. Thomas A. Bauer

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

أ.د منى سعيد الحديدي

أستاذ الإذاعة والتلفزيون المتفرغ بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د ياس خضير البياتي

أستاذ الإعلام بجامعة بغداد ووكيل عميد كلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية
جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا

أ.د حسن عماد مكاوي

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - العميد السابق لكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د نسمة يونس

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - كلية الإعلام جامعة القاهرة

أ.د محمد معوض إبراهيم

أستاذ الإعلام المتفرغ بجامعة عين شمس والعميد الأسبق لكلية الإعلام بجامعة سيناء

أ.د سامي السيد عبد العزيز

أستاذ العلاقات العامة والاتصالات التسويقية - العميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

أ.د عبد الرحمن بن حمود العناد

أستاذ العلاقات العامة والإعلام بقسم الإعلام كلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د محمود يوسف مصطفى عبده

أستاذ العلاقات العامة والوكيل السابق لكلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة

أ.د سامي عبد الرؤوف محمد طايح

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د بسيوني إبراهيم حمادة

أستاذ الإعلام السياسي والرأي العام بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د شريف درويش مصطفى اللبان

أستاذ الصحافة - ووكيل كلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة

أ.د حسن علي محمد علي

أستاذ الإذاعة والتلفزيون ورئيس قسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة المنيا

أ.د عابدين الدردير الشريف

أستاذ الإعلام وعميد كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الزيتونة - ليبيا

أ.د محمود حسن إسماعيل

أستاذ الإعلام وثقافة الأطفال - معهد الدراسات العليا للطفولة - جامعة عين شمس

أ.د حمدي حسن أبو العينين

أستاذ الإعلام وعميد كلية الإعلام والألسن نائب رئيس جامعة مصر الدولية

أ.د عثمان بن محمد العربي

أستاذ العلاقات العامة والرئيس السابق لقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د وليد فتح الله مصطفى بركات

أستاذ الإذاعة والتلفزيون ووكيل كلية الإعلام لشئون الطلاب - جامعة القاهرة

أ.د تحسين منصور رشيد منصور

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام بجامعة اليرموك - الأردن

أ.د محمد عبد الستار البخاري

بروفيسور متفرغ بقسم العلاقات العامة والدعاية، كلية الصحافة، جامعة ميرزة أولوغ بيك القومية الأوزبكية

أ.د علي قسايسية

أستاذ دراسات الجمهور والتشريعات الإعلامية بكلية علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر ٣

أ.د رضوان بو جمعة

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر



مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط
(JPRR.ME)

دورية علمية محكمة

العدد الثاني عشر - يوليو / سبتمبر ٢٠١٦

مؤسسها

ورئيس مجلس الإدارة

د/ حاتم محمد عاطف

رئيس EPRA

رئيس التحرير

أ.د/ علي السيد عجوة

أستاذ العلاقات العامة والعميد
الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة
رئيس اللجنة العلمية ب EPRA

مدير التحرير

أ.د/ محمد معوض إبراهيم

أستاذ الإعلام بجامعة عين شمس
والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة سيناء
رئيس اللجنة الاستشارية ب EPRA

مساعدو التحرير

أ.د/ رزق سعد عبد المعطي

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام والألسن
جامعة مصر الدولية

د/ السيد عبد الرحمن علي

مدرس العلاقات العامة بكلية تكنولوجيا الإعلام
جامعة سيناء

صبري محمد سليمان

مدقق اللغة العربية

المراسلات

الجمعية المصرية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية

الجيزة - الدقي

بين السرايات - ٢ شارع أحمد الزيات

Mobile: +201141514157

Tel : +2237620818

Www.epra.org.eg

Jpr@epra.org.eg

جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة
للجمعية المصرية للعلاقات العامة

لا يجوز، دون الحصول على إذن خطي من الناشر، استخدام أي من المواد التي تتضمنها هذه المجلة، أو استنساخها أو نقلها، كلياً أو جزئياً، في أي شكل وبأي وسيلة، سواءً بطريقة إلكترونية أو آلية، بما في ذلك الاستنساخ الفوتوغرافي، أو التسجيل أو استخدام أي نظام من نظم تخزين المعلومات واسترجاعها، وتطبق جميع الشروط والأحكام والقوانين الدولية فيما يتعلق بانتهاك حقوق النشر والطبع للنسخة المطبوعة أو الإلكترونية.

الترقيم الدولي للنسخة المطبوعة
(ISSN 2314-8721)

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية
(ISSN 2314-8723X)

ولتقديم طلب الحصول على هذا الإذن والمزيد من الاستفسارات، يرجى الاتصال برئيس مجلس إدارة الجمعية المصرية للعلاقات العامة على العنوان التالي:

EPRA Publications

Egyptian Public Relations Association, Giza, Egypt
Dokki, Ben Elsarayat -2 Ahmed Elzayat St.

بريد إلكتروني: chairman@epra.org.eg - jpr@epra.org.eg

موقع ويب: www.epra.org.eg

الهاتف : 818 - 02-376-20 (+2) - 151 - 14 - 15 - 0114 (+2) - 157 - 14 - 15 - 0114 (+2)

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

Journal of Public Relations Research Middle East

التعريف بالمجلة:

- مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط دورية علمية تنشر أبحاثاً متخصصة في العلاقات العامة وعلوم الإعلام والاتصال، بعد أن تقوم بتحكيمها من قبل عدد من الأساتذة المتخصصين في نفس المجال، وهي تابعة للجمعية المصرية للعلاقات العامة أول جمعية علمية مصرية متخصصة في العلاقات العامة.
- المجلة معتمدة ولها ترقيم دولي ومصنفة دولياً لنسختها المطبوعة والإلكترونية من أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة، ومصنفة من لجنة الترقيات العلمية تخصص الإعلام بالمجلس الأعلى للجامعات في مصر.
 - المجلة فصلية تصدر كل ثلاثة أشهر خلال العام.
 - تقبل المجلة نشر عروض الكتب والمؤتمرات وورش العمل والأحداث العلمية العربية والدولية.
 - تقبل المجلة نشر إعلانات عن محركات بحث علمية أو دور نشر عربية أو أجنبية وفقاً لشروط خاصة يلتزم بها المعلن.
 - يُقبل نشر البحوث الخاصة بالترقيات العلمية - وللباحثين المتقدمين لمناقشة رسائل الماجستير والدكتوراة.
 - يُقبل نشر ملخصات الرسائل العلمية التي نوقشت، ويُقبل نشر عروض الكتب العلمية المتخصصة في العلاقات العامة والإعلام كذلك المقالات العلمية المتخصصة من أساتذة التخصص من أعضاء هيئة التدريس.

قواعد النشر:

- أن يكون البحث أصيلاً ولم يسبق نشره.
- تقبل البحوث باللغات: (العربية - الإنجليزية - الفرنسية) على أن يكتب ملخص باللغة الإنجليزية للبحث في حدود صفحة واحدة إذا كان مكتوب باللغة العربية.
- أن يكون البحث في إطار الموضوعات التي تهتم بها المجلة في العلاقات العامة والإعلام والاتصالات التسويقية المتكاملة.
- تخضع البحوث العلمية المقدمة للمجلة للتحكيم ما لم تكون البحوث قد تم تقييمها من قبل اللجان والمجالس العلمية بالجهات الأكاديمية المعترف بها أو كانت جزءاً من رسالة أكاديمية نوقشت وتم منح صاحبها الدرجة العلمية.
- يراعى اتباع الأسس العلمية الصحيحة في كتابة البحث العلمي ومراجعته ويراعى الكتابة ببنت (Simplified Arabic) (١٤) والعناوين الرئيسية والفرعية Bold.
- يتم رصد المراجع في نهاية البحث وفقاً للمنهجية العلمية بأسلوب متسلسل وفقاً للإشارة إلى المرجع في متن البحث وفقاً لطريقة APA الأمريكية.
- يقدم الباحث عدد (٢) نسخ مطبوعة من البحث ونسخة إلكترونية على CD مكتوبة بصيغة Word مصحوبة بسيرة ذاتية مختصره عنه.
- في حالة قبول البحث للنشر بالمجلة يتم إخطار الباحث بخطاب رسمي بقبول البحث للنشر. أما في حالة عدم قبول البحث للنشر فيتم إخطار الباحث بخطاب رسمي وإرسال جزء من رسوم نشر البحث له في أسرع وقت.
- إذا تطلب البحث إجراء تعديلاً بسيطاً فيلتزم الباحث بإعادة إرسال البحث معدلاً خلال أسبوع من استلام ملاحظات التعديل وإذا حدث تأخير منه فسيتم تأجيل نشر البحث للعدد التالي أما إذا كان التعديل جذرياً فيرسله الباحث بعد ١٥ يوم من إرسال الملاحظات له.

- قيمة نشر البحث ٨٥٠ جنيه مصري للمصريين من داخل مصر وللمصريين المقيمين بالخارج والأجانب ٤٥٠\$. .
- يتم رد مبلغ ٢٥٠ جنيه للباحثين من داخل مصر ورد مبلغ ١٣٠ \$ للباحثين المصريين المقيمين بالخارج والأجانب في حالة رفض هيئة التحكيم البحث وإقرارهم بعدم صلاحيته للنشر بالمجلة.
- لا يزيد عدد صفحات البحث عن (٣٥) صفحة A4- في حالة الزيادة تحتسب الصفحة بـ ٢٠ جنيه مصري للمصريين داخل مصر وللمقيمين بالخارج والأجانب ٥\$. .
- يتم تقديم خصم خاص من قيمة النشر العلمى لعضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة من المصريين والجنسيات الأخرى بنسبة ١٠% ولأى عدد من المرات خلال العام.
- يُرسل للباحث عدد (٣) نسخة من المجلة بعد نشر بحثه، وعدد (٣) مستلة من البحث الخاص به.
- ملخص رسالة علمية (ماجستير) ٢٥٠ للمصريين ولغير المصريين ١٥٠\$. .
- ملخص رسالة علمية (الدكتوراه) ٣٥٠ جنيه للمصريين ولغير المصريين ١٨٠\$. .
- على أن لا يزيد ملخص الرسالة عن ٨ صفحات. ويتم تقديم خصم ١٠% لمن يشترك في عضوية الجمعية المصرية للعلاقات العامة . ويتم إرسال عدد (٣) نسخ من المجلة بعد النشر للباحث على عنوانه بالبريد الدولى.
- نشر عرض كتاب للمصريين ٧٠٠ جنيه ولغير المصريين ٣٠٠\$
- يتم إرسال عدد (٣) نسخ من المجلة بعد النشر لصاحب الكتاب على عنوانه بالبريد الدولى السريع.
- ويتم تقديم خصم ١٠% لمن يشترك في عضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة .
- بالنسبة لنشر عروض تنظيم ورش العمل والندوات من داخل مصر ٦٠٠ جنيه ومن خارج مصر ٣٥٠\$. بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- بالنسبة لنشر عروض المؤتمرات الدولية من داخل مصر ٨٥٠ جنيه ومن خارج مصر ٤٥٠\$ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- جميع الآراء والنتائج البحثية تعبر عن أصحاب البحوث المقدمة وليس للجمعية المصرية للعلاقات العامة أى دخل بها.
- ترسل المشاركات باسم رئيس مجلس إدارة المجلة على عنوان الجمعية المصرية للعلاقات العامة- جمهورية مصر العربية - الجيزة - الدقى - بين السرايات - ٢ شارع أحمد الزيات، والإيميل المعتمد من الجمعية jpr@epra.org.eg ، أو إيميل رئيس مجلس إدارة المجلة Chairman@epra.org.eg بعد تسديد قيمة النشر وإرسال صورة الإيصال التى تفيد ذلك.

الافتتاحية

في العام الرابع ومنذ بداية إصدارها في أكتوبر/ ديسمبر من العام ٢٠١٣ - تتواصل صدور أعداد المجلة بانتظام ليصدر منها أحد عشر عددًا متتابعة تضم أبحاثًا ورؤى علمية متعددة لأساتذة ومتخصصين وباحثين من مختلف دول العالم.

وفي العدد الحادي عشر من المجلة نقدم للباحثين في الدراسات الإعلامية والمهتمين بهذا المجال بحثًا ورؤى علمية للأساتذة والأساتذة المساعدين والمدرسين، وكذلك عرضًا لكتاب منشور لأحد الإعلاميين المتخصصين.

- تعد المجلة أول دورية علمية محكمة في بحوث العلاقات العامة بالوطن العربي والشرق الأوسط وجد فيها الأساتذة الراغبون في تقديم إنتاجهم للمجتمع العلمي بكافة مستوياته ضالتهم للنشر على النطاق العربي وبعض الدول الأجنبية التي تصل إليها المجلة من خلال مندوبيها في هذه الدول وكذلك من خلال موقعها الإلكتروني.

- وباعتراف اللجنة العلمية (تخصص إعلام) لترقية أعضاء هيئة التدريس إلى أساتذة وأساتذة مساعدين بعد اطلاعهم على العدد الأول من المجلة وتقييمها بنفس درجة المجالات العلمية لأقسام الإعلام في الجامعات المصرية - فإن مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط تعد نافذة جديدة لنشر بحوث طلبة وطالبات مرحلة الدكتوراه وبحوث أعضاء هيئة التدريس الراغبين في التقدم للتقدم لدرجة أستاذ مساعد وأستاذ.

ففي البداية نجد مشاركة جماعية لأعضاء هيئة التدريس بكلية الإعلام والاتصال الجماهيري بجامعة العلوم الحديثة بدبي إشراف أ.د/ محمود يوسف مصطفى عبده وأ.م.د/ صفوت العالم، كما تضمن العدد بحثًا مقومة للنشر العلمي بهدف تكوين رصيد للباحثين من أعضاء هيئة التدريس للتقدم لدرجة أستاذ مساعد منهم: د/ حافظ ياسين الهيتي - جامعة الأنبار - من (العراق) والذي قدم بحثًا عن: " دوافع نشاط العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية العراقية".

كما قدمت: د/ هالة توفيق إسماعيل - الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات (MTI) - من (مصر) دراسة تحليلية عن: " تأثير المواقع الإخبارية الموجهة في تشكيل الأفكار والاتجاهات بالتطبيق على القضية المعروفة إعلاميًا (بخلية الماريوت)".

بينما قدم د/ حارث ياس خضير البياتي - الجامعة الماليزية للتكنولوجيا (UTM) - من (العراق) دراسة نظرية عن: " دور توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديث في التسويق الإلكتروني".

وقدم د/ علي حمودة سليمان - جامعة الأزهر - من (مصر) "دراسة ميدانية على عينة من الناطقين وغير الناطقين بالعربية عن: "دور صحافة الفيديو في تشكيل اتجاهات الجاليات الأجنبية نحو (الإسلاموفوبيا)".

كما قدمت د/ يسرا حسني عبد الخالق حسان - جامعة أسيوط- من (مصر) بحثاً عن: "اتصال العلاقات العامة عبر الموقع الإلكتروني للمؤسسة (وزارة الداخلية الإماراتية أنموذجاً) ".
بينما قدمت د/ إيمان فتحي عبد المحسن - جامعة أم القرى - من (مصر) عرضاً لكتاب:
"حملات التوعية الإعلامية بقضايا المجتمع للشباب".

وهكذا فإن المجلة ترحب بالنشر فيها لمختلف الأجيال العلمية من جميع الدول. ومن المعلوم بالضرورة أن جيل الأساتذة وبحوثهم لا تخضع للتحكيم طبقاً لقواعد النشر العلمي المتبعة في المجالات العلمية.

أما البحوث المنشورة لأعضاء هيئة التدريس الراغبين في التقدم للترقي للدرجة الأعلى والطلاب المسجلين لدرجة الدكتوراة فتخضع جميعها للتحكيم من قبل الأساتذة المتخصصين.
وجميع هذه البحوث والأوراق العلمية تعبر عن أصحابها دون تدخل من هيئة تحرير المجلة التي تحدد المحكمين وتقدم ملاحظاتهم إلى أصحاب البحوث الخاضعة للتحكيم لمراجعة التعديلات العلمية قبل النشر.

وأخيراً وليس آخراً ندعو الله أن يوفقنا لإثراء النشر العلمي في تخصص العلاقات العامة بشكل خاص والدراسات الإعلامية بشكل عام.

والله الموفق،،

رئيس تحرير المجلة

أ.د/ علي عجوة

مقومات التأثير النفسي للبرامج الإخبارية بشبكة الجزيرة

(دراسة تحليلية)

إعداد

د/ هالة توفيق إسماعيل الطلحاتي(*)

(*) مدرس العلاقات العامة بكلية الإعلام - الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات (MTI).

obeykandi.com

مقومات التأثير النفسي للبرامج الإخبارية بشبكة الجزيرة دراسة تحليلية

د/ هالة الطلحاتي

h_talahaty@hotmail.com

الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات MTI

الملخص:

تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على مقومات التأثير النفسي للبرامج الإخبارية بشبكة الجزيرة من خلال استخدام أسلوب التحليل الكمي والكيفي لمضمون الاستراتيجيات، والسياسات المخططة والمنفذة لعينة من البرامج الإخبارية المقدمة في شبكة الجزيرة.

وذلك من خلال تحليل مضمون كمي وكيفي لعدد (٦٠) حلقة لعدد ست برامج إخبارية حوارية هي (الاتجاه المعاكس-في العمق- بلا حدود-حديث الثورة-الواقع العربي- ما وراء الخبر) - بواقع ١٠ حلقات لكل برنامج-وذلك لرصد الخطط السيكلوجية، وأسس ومبادئ العمل النفس إعلامي المتبعة في هذه البرامج عينة الدراسة لتحديد مقومات التأثير النفسي للبرامج الإخبارية بشبكة الجزيرة.

وتهدف إلى:

رصد المقومات العلمية، والمعرفية المستخدمة في إعداد الخطط الإعلامية للبرامج الإخبارية بشبكة الجزيرة. والتعرف على أسلوب التخطيط، والإعداد السيكلوجي للبرامج الإخبارية بشبكة الجزيرة. كذلك تحديد أهمية تأثير القائم بالاتصال من خلال معايير اختيار العاملين بالبرامج الإخبارية بشبكة الجزيرة. أيضا رصد أهم البرامج الإخبارية في شبكة الجزيرة وأهدافها، وأهم المفاهيم المستخدمة فيها. بالإضافة إلى التعرف على الأهداف المخاطبة للبرامج الإخبارية بشبكة الجزيرة، أسباب المتابعة والأقبال عليها، أنواع التأثيرات المترتبة على متابعة القضايا فيها. وأخيراً تحليل أسس العمل النفسي للبرامج الإخبارية بشبكة الجزيرة، الطرق والرسائل النفسية المستخدمة فيها.

ومن أهم نتائج الدراسة:

- أسس ومبادئ العمل النفسي في البرامج الإخبارية بشبكة الجزيرة: تعتمد بشكل كبير على أثاره مشاعر القلق والتوتر في كافة الأوساط، كما أنها تستخدم بعض الأسس، والمبادئ النفسية للتأثير على الهدف المخاطب مستخدمة في ذلك بعض الطرق، والأساليب، والرسائل النفسية التي تهدف من خلالها إلى التأثير في وجدان ومشاعر واتجاهات الهدف المخاطب وإقناعه.
- أما من حيث دوافع الهدف المخاطب: فتحرص البرامج الإخبارية بشبكة الجزيرة دائماً على إستغلال بعض العمليات العقلية، والنفسية للهدف المخاطب للتأثير فيه، وإستثارة عاطفته من خلال عرض المشاهد العنيفة، والمؤثرة مع الصور والموسيقى التصويرية، كما أنها تستخدم دافع استثارة فضوله عن طريق تقديم اللقطات الفجائية، وكثرة استخدام الإعلانات عن برامجها ولقاءاتها لضمان التشويق، وبقاء المشاهد للتواصل معها. وذلك من خلال الضغط النفسي، التنفيذ المباشر/غير المباشر، التقارب والصدقة، الدعاية، التكيف/التشريط، التشكيك وعدم الثقة، الإيحاء.

الإطار المنهجي

المقدمة:

يعد الإعلام الدولي من الدراسات الحديثة المتداخلة مع العلوم الأخرى، كالعلاقات الدولية، والعلوم السياسية، والقانون الدولي، والاقتصاد الدولي، والدراسات الاستراتيجية والإعلامية، وتكنولوجيا المعلومات، وبالتالي يتسم بشدة التعقيد، لأن أي تطور بهذه المجالات لا بد وأن يتداخل مع الإعلام الدولي، لأن هذا المفهوم لم يعد يُمثل نقل المعلومات، إنما أصبح جزءاً من تكنولوجيا الاتصال والإعلام والعلاقات الدولية التي أسفرت عنها الثورة العلمية الحديثة، ذلك أن أي تطور في هذه المجالات ينجم عنه تطور في الإعلام الدولي ذاته وتعد في مجالاته البحثية والمعرفية^١.

ولقد تغير مفهوم الإعلام الدولي على مدى القرنين الماضيين بحيث بات يؤدي عدد من المهام الأساسية والرئيسية التي تخدم مصالح الدول، كنشر المعلومات، والأفكار التي تحقق للدول صورة إيجابية خارج أراضيها، والتعبير عن سياستها، ومصالحها، وأهدافها الاستراتيجية، وكذلك تفسير مواقفها إزاء القضايا والمشكلات الدولية، والعمل على الإقناع بسلامة هذه المواقف وأهميتها. وكذلك التصدي للدعاية المضادة للدولة خارج أراضيها.

ونظراً لهذه التطورات فقد أصبح مفهوم الإعلام الدولي من أكثر المفاهيم طرْحاً على الساحة الدولية، وأكثر إثارة للاهتمام من قبل الباحثين والمفكرين، والأهم من ذلك الدول والحكومات التي أعطت هذا المفهوم أولوياتها بسبب التطورات المتتالية على وسائل الاتصال والتي حولت الاتصال العادي إلى اتصال دولي، وأتاحت التبادل الدولي على ضوء التطورات التكنولوجية الحديثة التي أزلت الحواجز بين الدول.

والإعلام الدولي يمكن إن ينشئ معتقدات غير حقيقية ليكون منطقاً دعائياً يبني عليه الرأي العام في قضية ما. والإعلام الدولي هو وسيلة من وسائل السياسة الخارجية، فإنه مع غيره من الوسائل يعمل على تحقيق أهداف هذه السياسة، وتتمثل هذه الأهداف في تحقيق المصلحة الوطنية للدولة في المقام الأول وتختلف هذه الأهداف باختلاف وزن الدولة ودورها في النظام الدولي^٢.

وإذا تأملنا في الأهداف المعلنة لتلك الوسائل الإعلامية الموجهة، فإن أهمها محاربة الاستبداد السياسي والترويج للديمقراطية، وكذلك مد جسور التعاون والتواصل بين المجتمعات الغربية والمجتمعات العربية. لكن في حقيقة الأمر أن أهم الأسباب الحقيقية والخفية لإنشاء مثل هذه المشاريع الإعلامية؛ هي السيطرة على الرأي العام العربي بحيث يكون أكثر إيجابية تجاه المشاريع السياسية التي تدعمها الدولة الممولة في المنطقة العربية، وعلى سبيل المثال لا الحصر تبرير الحرب التي شنتها الولايات المتحدة على العراق عام ٢٠٠٢.

وهكذا نرى أن النظام العالمي السائد حالياً في مجال الإعلام يقوم على سيطرة القوى السياسية الدولية، كما أظهر الصراع العالمي طفرة في تنوع استخدام أساليب الحرب للتأثير على المجتمعات ولزيادة قدرة الدول في السيطرة على الشعوب المعادية لها واحتوائها، ومنها الحرب النفسية والشائعات وحروب الجيل الرابع والخامس، كذلك السيطرة على الإعلام ووسائله، وتوجيهه لخدمة الأهداف الرئيسية للحرب وطموح تلك الدول، ومن ذلك أيضاً انتشار ظاهرة الإعلام الموجه^٣.

وفي ظل التقدم الهائل للوسائل الإعلامية الموجهة سواء كانت وسائل (مرئية-مسموعة-مرئية مسموعة)، وفي ظل الظروف الراهنة في البلاد وخاصة ما أطلق عليه "ثورات الربيع العربي" وما فرضته تلك الظروف من حرية التعبير عن الآراء، وحرية الإعلام يأتي دور بعض الوسائل الإعلامية والقنوات الفضائية في التأثير على الأهداف المخاطبة من حيث تعديل الاتجاهات، ومدى تأثيرها في صناعة القرار، من أجل التأثير في السياسة الخارجية للدول العربية كأحد أبرز الأسباب التي تسعى هذه الوسائل لتحقيقها، خصوصاً من خلال تشكيل قوى ضاغطة من الرأي العام تستطيع التأثير على القرار السياسي للدولة^٤.

ويعتبر البعض أن الإعلام الدولي الموجه ومنها الشبكات الإعلامية (قنوات فضائية ومواقع إلكترونية) تدور في فلك الدعاية الدولية لخدمة وتحقيق أهداف، ومصالح وسياسات بعينها، والدعاية الدولية بالأساس هي أداة من أدوات الحرب النفسية حيث أن عملية فصل الإعلام الدولي الموجه عن الحرب النفسية والدعاية أمر بالغ الصعوبة نظراً لتداخل الموضوع، ولالتقاء بعض أساليب الإعلام الدولي الموجه والدعاية مع بعضها البعض. لذا يعتقد الخبراء أن الإعلام الدولي في الوقت الحالي وفي إطاره الواقعي ما هو إلا حرب نفسية ودعاية، وحرب ناعمة (وجوه لعملة واحدة)^٥.

قد ظهرت في الآونة الأخيرة آليات وأسلحة إعلامية مختلفة تستخدمها القنوات الفضائية والمواقع الإخبارية لتحقيق أهدافها، ومن أهمها وأخطرها (الحرب النفسية والدعاية والحرب الناعمة)، وظهر ذلك بوضوح في تناول أحداث ما أطلق عليه ثورات الربيع العربي من حيث نقل الخبر إلى المشاهد في نفس توقيت وقوعه وتكراره، وتحليل بعض زواياه بأهداف خفية، ووضع الأهداف المخاطبة من أفراد وجماعات الشعب تحت ضغوط ومؤثرات نفسية مخططة للتأثير عليهم وتزييف أفكارهم، وتضليلهم، وإحداث التغيرات والضعف والخلل في الجبهة الداخلية عن طريق التأثير في الاتجاهات، والقناعات للأفراد داخل مجتمعاتهم لتحقيق أهداف خفية لمصلحة الجهة الباثية^٦. وذلك ضمن مستجدات العصور الحديثة - خاصة العقدين الأخيرين-والذي أصبحت فيه "السيادة، والشرعية، والاستقرار، ومعاني الأمن القومي برمته"، تواجه جميعاً تحدياً مختلفاً وغير ملموس فيزيائياً ألا وهو التعدي والحروب الإعلامية باستخدام جيوش الكلام وكتائب الشائعات وألوية ترويح المفاهيم التي تهز النفوس وترتك العقول وتحطم الثقة وتستثير الناس، وهذا ما نراه بكل وضوح مجسداً في الإعلام الدولي الموجه بقنواته الفضائية ومواقعه الإخبارية وتعتبر شبكة الجزيرة أوضح مثال للدور الذي تقوم به في المنطقة العربية.

ونتذكر هنا مقولة "جوزف جوبلز"، وزير إعلام هتلر "أعطني إعلامًا بلا ضمير.. أعطك شعبًا بلا وعي"، هذا هو الدور الذي قد تقوم به بعض وسائل الإعلام في تزيف عقل الجمهور، بل وتضليلهم مما يؤثر على رأيهم وقراراتهم التي قد تأتي ضد مصلحتهم، ولكنها في ذات الوقت قد تصب في مصلحة جماعة معينة من أصحاب المال والإعلام والمصالح الخاصة.^٧

فقد حولت تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحرب النفسية إلى ناعمة متغلغلة في إدراك ووعي ووجدان وسلوك المتلقي، فالحرب الناعمة تشن للتأثير والدعاية والتلاعب بالرأي العام والإقناع السياسي، حتى بدون توفر أدلة ذات مصداقية. لأن توسع وسائل الإعلام وانتشارها بين أيدي الجميع وظهور لاعبين من غير الدول عدل مفهوم المصداقية في الخطاب السياسي للدول، ومنع احتكار الدول لسلطة المصداقية هذه، ما أدى إلى القفز نحو اتجاهات ووظائف جديدة أنتجت الحرب الناعمة بحيث أصبحت وظائفها تقوم على "تشكيل التصورات العامة" و"بناء البيئة السياسية الملائمة لترسيخ قواعد السياسات المطلوب تثبيتها وتمريها والتسويق لها" و"نزع الشرعية والمشروعية والمصداقية عن الخصم" و"تغيير شخصية النظام والقيادة لدى الخصم" و"قلب الحقائق وتحويل نقاط القوة إلى نقاط ضعف ومن فرص إلى تهديدات".^٨

ومن هنا ظهر الدور الكبير الذي تلعبه القنوات والمواقع الإخبارية التي تركز على المقوم النفسي/المعلوماتي للأهداف المخاطبة، ومن أكثرها بروزاً قناة الجزيرة الفضائية التي تتخذ نمطاً مختلفاً عن باقي القنوات العربية من حيث المساحة المتاحة لها من حرية الرأي والتعبير، والإمكانات المادية والبشرية.

فقد شهدت مناطق مختلفة من العالم العربي فيما عُرف بربيع الثورات العربية، جملة من المطالبات بضرورة إجراء عدد من التغييرات والإصلاحات، كنتيجة لتراكمات نضج سياسي خلال فترة ما قبل الثورات العربية التي قد تزيد عن عقد من الزمن. هذا وإن تفاوتت هذه المطالب في تفاصيلها ونتائجها، فقد شهدت بعض دول الوطن العربي وعيا سياسيا يعزز التوجه نحو زيادة المشاركة السياسية استجابة لتلك المتغيرات، وتفاعلاً مع ظروفها الداخلية السياسة، والاجتماعية، والثقافية. واتسمت عملية متابعة الإصلاح في دول المنطقة بتداخل البعدين الداخلي، والخارجي. فالعالم اليوم يعيش عصر المعلومات الذي تحقق بفضل التفاعل بين الإعلام والتطور الهائل في تكنولوجيا الاتصال، الذي أدى إلى سقوط الحواجز والحدود الجغرافية أمام ثورة المعلومات، والانفجار المعرفي. وأصبحت الريادة الإعلامية هي الريادة الأقوى في مجال الفضاء، فالذي يمتلك التكنولوجيا يمكنه السيطرة والريادة بما لديه من فكر وكوادر بشرية واعية وقادرة، وما يملك من إمكانات، وتقنيات حديثة، ومواكبة للتطور التكنولوجي الهائل، وبالأخص تطور تكنولوجيا الفضاء، لذلك أصبح الوطن العربي مجالاً مفتوحاً لاستقبال العديد من القنوات الفضائية الدولية الحكومية وغير الحكومية.^٩

ولا يمكن إخفاء ما للإعلام والاتصالات من أثر كبير في الشعوب، وثقافتها، وتصوراتها، وتوجهاتها، في مجالات عدة، مع التسليم بداية أن بعض القنوات الإخبارية لا تقدم الواقع كما هو في الحقيقة، إنما تقدم الواقع من خلال وجهة نظر محددة تحكمها عوامل متعددة، وتحكمها كذلك العلاقة بين المؤسسات السياسية في المجتمع، مما أدى إلى اتساع انتشار القنوات الإخبارية التليفزيونية الفضائية على مستوى العالم عموماً، والعالم العربي خصوصاً، الأمر الذي أدى إلى نشوء جدل سياسي وثقافي حول طبيعة الدور الذي تقوم به تلك القنوات الإخبارية^{١١}.

فالقنوات الإخبارية الفضائية تعد من أبرز الوسائل الإعلامية التي أسهمت في تحقيق قدر من الوعي المعرفي لدى المشاهد وذلك وفقاً لنتائج معظم الدراسات والبحوث الإعلامية التي أجريت في السنوات الماضية. كما أن هذه الدراسات ساعدت على فهم السياسات الإعلامية للقنوات الإخبارية الفضائية الموجهة ومدى تأثير، وارتباط الدول البائدة تجاه الأحداث والقضايا المختلفة ومدى انعكاس ذلك على المعالجة الإخبارية لها. وأوضحت مدى قدرة القنوات الإخبارية الفضائية الكبيرة في التأثير على الجمهور وتكوين إدراك مزيف—أحياناً—حول مختلف قضايا ومشكلات المجتمع^{١٢}.

لذا كانت السيطرة الإعلامية واستخدام الحرب النفسية والناعمة: من خلال لعبة الخطة النفسية لنشر اليأس، واتعاب الناس واستنزافهم نفسياً، فإنه حينما يمارس بدقة قادراً في أغلب الحالات على وضع المتلقي في حيرة، وتوهان، وعجز عن تلمس الطريق الصحيح خاصة في حالة الثورة والانتفاضة بعد إسقاط النظام، من خلال السيطرة الإعلامية بإطلاق الأكاذيب الإعلامية، وشيطنة النظام والعزل، والتعتيم، والتضليل لأجل تحشيد الناس ضد النظام المستهدف، وعزله، وتشويه كل من يدافع عنه. وهذا ما تجسد في التغطية الإعلامية لقناة الجزيرة في حالة العراق على سبيل المثال ومن خلال التهيئة الإعلامية التي اختلقت العديد من القصص والأكاذيب التي روجت لها لجعل الغزو الأمريكي يبدو في صورة المنقذ للعراق من صدام... بحسب ما أعترف به أحد أهم مؤسسيها الصحفيين وهو المصري "يسري فوده" (معد ومقدم برنامج سري للغاية)^{١٣}، وأيضاً ما أبرزته شبكة الجزيرة بكل طبيعتها المخابراتية الموجهة في الأحداث التي شهدتها ما يطلق عليه ثورات الربيع العربي—منذ أحداث تونس إلى أحداث ليبيا—، تزوج أكاذيب بعد مزجها بحقائق وتحريض الجماهير على التدمير والفوضى تحت شعار (إسقاط النظام)! وقد استغلت بقوة ما يشعر به غالبية شعوب هذه الدول من يأس وفساد وعمالة وديكتاتورية الانظمة العربية الحاكمة في الترويج للفوضى والحرب الأهلية، وليس لإسقاط تلك الأنظمة، ونظراً لما تعاني منه النظم العربية المستهدفة بغالبيتها من الفساد والقصور الإعلامي لذا فإنها عجزت عن المواجهة الإعلامية مع شبكة الجزيرة والتفوق عليها أو حتى مجاراتها خصوصاً وأن من يخطط للجزيرة اعلامياً ونفسياً هو المخابرات الأمريكية والذي حسمت به السيطرة الاعلامية لصالح الجزيرة—أي لصالح مشروع التقسيم الذي أطلقته أمريكا وإسرائيل كما هو معروف وهو مشروع الشرق الأوسط الجديد^{١٣}.

كما نجد أن العديد من الدراسات تؤكد أن "قناة الجزيرة الفضائية" لعبت دوراً هاماً ومؤثراً في دعم ما أطلق عليه بثورات الربيع العربي والتغيير السياسي الذي تعيشه الساحة العربية تحت زعم التحول الديمقراطي، وبدا دور القناة المتصل بهذه الثورات جديلاً في ظل رؤى عديدة ومختلفة وجدت العديد منها أن دور القناة عبر تغطيتها لهذه الثورات -خاصة المصرية- من خلال تناولها للأحداث بصورة مكثفة وعميقة، قد ساهمت في تكوين رأي عام وإحداث تغيير سياسي هام في الساحة العربية خرج عن حدود المهنية الصحفية، وكانت طرفاً فاعلاً وصانعاً للحدث ومشاركاً فيه وليس فقط مهتماً بتغطيته إعلامياً، كما رأى آخرون أنه من المبالغة الحديث عن دور للقناة في نجاح الثورة حيث لا يعدو دورها الدور الإعلامي الاعتيادي، بينما وجدت أخرى أن القناة لعبت دوراً مهنيًا، ومبدئيًا يتفق ورسالة القناة ومبادئها، ومبادئ العمل المهني، ووجدته دوراً مؤثراً وهاماً ساهم مع عوامل أخرى في نجاح هذه الثورات^{١٤}.

والمتابع لشبكة "الجزيرة"، ولاسيما خلال نشرات الأخبار التي تأتي دائماً على رأس الساعة، يرى كيف أن هذه القناة تضع الحدث المصري في مقدمة أولويات المشاهد مقارنة بالأحداث التي تخص دولاً أخرى، وتعطيه الحجم الأكبر من التغطية والتركيز عبر إضافة الأخبار المفبركة، والتقارير المفخخة، وقلب الحقائق، وبث الأخبار الكاذبة، والمخالفة للواقع، وشن حملة من الأكاذيب لتصعيد الوضع في مصر، من أجل تسويق أمور بصورة متواترة بالشرح والنشر ضمناً أو علنياً لتحقيق ما خطط له مسبقاً، كالمطالبة "بعودة الرئيس الأسبق المعزول محمد مرسي" أو التدخل الخارجي، وفي المقابل تعتمد هذه القناة نفسها إلى التقليل من أهمية الحطول السياسية الأخرى كوقف العنف واعتماد الحوار كحل سياسي سلمي للأزمة^{١٥}.

الدراسات السابقة:

وبالرجوع إلى العديد من الدراسات السابقة التي تناولت الشبكات والقنوات الفضائية، والمعالجة الإعلامية والتغطية الإخبارية للقضايا والموضوعات ذات العلاقة بموضوع الدراسة الحالية مما أعان الباحثة في بلورة فكرة ومشكلة الدراسة.

وتنقسم الدراسات السابقة إلى محورين هما:

- أ- دراسات تناولت المعالجة الإخبارية للقضايا السياسية في شبكة الجزيرة العربية.
- ب- دراسات تناولت تأثير المعالجة الإعلامية للقضايا والموضوعات في البرامج الإخبارية بشبكة الجزيرة.

١- دراسة سارة شريف "تغطية القنوات الفضائية الإخبارية لقضايا السياسة الخارجية المصرية وتأثيرها على اتجاهات الجمهور تجاه الدور المصري في القضايا العربية" (٢٠١٣م)^{١٦}.

سعت الباحثة إلى تطبيق نظرية تحليل الأطر الخبرية، فقد تحددت مشكلة البحث في تحليل أساليب المعالجة التليفزيونية للأخبار التي تخص القضايا العربية، والتي تقوم السياسة الخارجية المصرية بدور فيها، وتحليل الأطر الخبرية التي ظهر فيها هذا الدور، ومدى انعكاس تلك التغطية على اتجاهات

الجمهور نحو الدور السياسي المصري في قضايا السياسة الخارجية، وكيفية إدراكه لهذا الدور، ومدى اقتناعه بأساليب السياسة المصرية في حل القضايا العربية بالتطبيق على عينة من الجمهور المصري.

٢- دراسة ياسر عبد اللطيف إمام أبو النصر "تأثير السياسة الإعلامية في الأطر الإخبارية للقضايا العربية في قناة الجزيرة" (٢٠١٣م) ١٧.

أجريت الدراسة الحالية بهدف رصد وقياس تأثير السياسة الإعلامية في الأطر الخبرية لمعالجة القضايا العربية في قناة الجزيرة. وتتدرج الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي تهتم بعمليات جمع ومعالجة البيانات عن الظاهرة البحثية المعينة، بغية سبر أغوارها والوقوف على آليات عملها في المجتمع البحثي المعين. وقد استعان الباحث في هذه الدراسة بمنهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي من خلال إجراء دراسة مسحية على المضامين الإخبارية بقناة الجزيرة، فضلاً عن مسح اتجاهات صناع الأخبار بالقناة حول الآليات التي يتم توظيفها في معالجة القضايا العربية المهمة ممثلة في القضية الفلسطينية.

٣- دراسة أميرة القاضي "المعالجة الإخبارية للأزمة العراقية في قناتي الجزيرة وال CNN" (٢٠١٢م) ١٨.

اعتمدت الدراسة في إجراء دراسة على رصد وتحليل المعالجة الإخبارية من خلال منهج المسح الإعلامي، الذي يعتبر جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات عن مضمون المادة الإعلامية التي تم تقديمها في قنوات الدراسة، وقياس حجم التغطية الإخبارية، والكشف عن اتجاه التغطية في القناتين خلال فترة البحث. كما تم الاعتماد على منهج المسح بالعينة فيما يتعلق بالنشرات الإخبارية والتقارير الإخبارية لجمع بيانات الدراسة التحليلية باستخدام أسلوب تحليل المحتوى بهدف الوصف الموضوعي، والمنظم، والكمي للمحتوى الظاهر لمادة الاتصال تلبية للاحتياجات البحثية المصاغة في تساؤلات البحث طبقاً للتصنيفات البحثية التي تم تحديدها في الدراسة.

٤- دراسة محمد عارف عبد الله (٢٠١٢) دور قناة الجزيرة الفضائية في إحداث التغيير السياسي في الوطن العربي (الثورة المصرية نموذجاً) ١٩.

تبحث هذه الدراسة في الدور الذي لعبته قناة الجزيرة الفضائية في عملية التغيير السياسي الجارية في الوطن العربي آخذة حالة الثورة المصرية كنموذج وحالة بحثية، وفي تأثير القناة أثناء وبعد الثورة المصرية على مسارها وعلى الفعاليات اليومية التي حفلت بها.

وخرجت الدراسة بمجموعة من النتائج التي تؤكد على أن الجزيرة لعبت دوراً هاماً جداً في الثورة المصرية من خلال تغطيتها لها، وأنها أسهمت في تشكيل رأي عام مصري وعربي مؤيد للثورة ومعارض للنظام المصري السابق، وأنها استخدمت مجموعة من القوالب التحريرية والفنية: "الكلمة، المصطلح، الألوان، الموسيقى، الصورة وغيرها" والتي كانت تتماشى مع الثورة ومطالبها، وكانت تثير الإحساس والشعور الوطني في الوعي المصري مما أدى لدعم الثورة والثوار، وأن الثورة المصرية

حصلت على زخم ساعدها على الاستمرار والنجاح جراء التغطية المكثفة التي حظيت بها من الجزيرة، وجراء صورة ميدان التحرير التي لم تفارق شاشة القناة لعدة أيام خلال الثورة مما أسهم في صمود الثوار ونقل صوتهم، وصورتهم، وتشجيع غيرهم على الانضمام لهم، أو تأييدهم، ومنع النظام السابق من ارتكاب مجازر أو عمليات قتل كبيرة في الميدان لخوفه من نقل صورها للعالم أجمع، في حين كانت مهنية وموضوعية القناة محل شك جراء انحيازها للثورة.

٥- دراسة ميرال مصطفى "صورة العرب كما تعكسها القنوات الفضائية الإخبارية الأجنبية وعلاقتها باتجاهات الجمهور الأجنبي نحوها" (٢٠١١م) ٢٠.

تحددت مشكلة الدراسة في تحليل سمات الصورة الإعلامية التي تقدمها المواد الإخبارية في القنوات الفضائية الإخبارية الأجنبية عن العرب والدول العربية، وتأثير هذه الصورة على اتجاهات الجمهور الأجنبي نحو العرب والدول العربية، وذلك لتقييم الدور الذي تقوم به هذه الفضائيات في بناء صورة ذهنية عن العرب والدول العربية لدى الجمهور الأجنبي، وذلك بالتطبيق على نظرية الغرس الثقافي.

٦- دراسة محمد محروم (٢٠١١) بعنوان "صحف اليوم والغد في الأردن.. كيف يقيّمون تغطية قناة الجزيرة العربية لأحداث الربيع العربي" ٢١.

هدفت الدراسة التعرف على دور قناة الجزيرة في الثورات العربية، وآراء ووجهات نظر الصحفيين المحترفين وطلبة الصحافة في الأردن حول مدى موضوعية القناة أثناء تغطيتها الإخبارية للثورات، وإيجابيات وسلبيات هذه التغطية.

وتوصلت الدراسة إلى: أن قناة الجزيرة لعبت دوراً محورياً في نجاح الثورات العربية عبر تقديم تغطية إخبارية متميزة، والاعتماد على التحليل المتعمق والشامل للأحداث، وإنها كانت أحد أسباب نجاح الثورات العربية من خلال تغطية إخبارية فريدة باعتمادها على النقل المباشر على مدار الساعة، وفي التعريف بالثورات العربية والتعبير عن تطلعات الشعوب العربية المتعطشة للحرية والكرامة، والعدل والديمقراطية. كما أظهرت الدراسة أن ٦٧% من الصحفيين يعتقدون بأن قناة الجزيرة انحازت بشكل كامل إلى الشعوب العربية النائرة، وقاطعت الأنظمة في الدول التي شهدت الثورات، لأن هذه الأنظمة قررت أن تغلق أبوابها أمام القناة ومراسليها، وأن هذا الانحياز لم ينعكس من مهنية القناة.

وبحسب الدراسة فإن تغطية الجزيرة للثورات العربية كانت عبارة عن فيلم توثيقي لمواقف الشعوب العربية النائرة من قصة التغيير والديمقراطية، وإن القناة لم تتبالغ في نقل الأحداث أو تشويهها لأنها كانت تعتمد على النقل المباشر الموثق بالصوت والصورة.

٧- دراسة هبة حسين عبد الوهاب (٢٠١٠) بعنوان "مستويات مصداقية القنوات الإخبارية العربية والأجنبية كما تراها الصفوة" ٢٢.

استهدفت الدراسة التعرف على تقييم الصفوة المصرية لمصداقية تلك القنوات من خلال المستوى العام Macro Level، ويتضمن التصديق العام للقنوات الإخبارية الفضائية العربية والأجنبية، وتقييمهم لها

في ضوء ما بها من معايير للمصداقية. والمستوى الفرعي Macro Level، من خلال المقارنة بين القنوات الإخبارية الأجنبية، وتضمنت الصفوة المصرية من سياسيين، وإعلاميين، وتم جمع البيانات عن طريق الاعتماد على صحيفة الاستقصاء بالمقابلة، واستخدمت الدراسة منهج المسح حيث تم تطبيق الاستبيان على عينة متاحة بلغت ١٥٥ مبحوثاً من مشاهدي القنوات الإخبارية العربية، والأجنبية، والموجهة.

٨- دراسة مركز علم المعرفة لاستطلاعات الرأي (٢٠٠٨) بعنوان "آراء أساتذة العلوم السياسية والإعلام في العالم العربي حول مدى مهنية قناة الجزيرة"^{٢٣}.

استهدفت الدراسة تقييم مسيرة قناة الجزيرة المهنية من قبل أهم نخبة عربية متخصصة في مجال الإعلام والعلوم السياسية، ومن هذا المنطلق قام المركز بإجراء مشروع استطلاع على مدى ما يزيد على أحد عشر شهراً في محيط (١٩) تسع عشرة دولة عربية، مع أهم نخبة عربية متخصصة في هذا المجال. وشارك في انجاز هذا المشروع (٤٦) باحثاً ومشرفاً ومساعداً، منهم (٢٦) من أساتذة الجامعات (من حملة الدكتوراه) في تسع عشرة دولة عربية.

فقد أظهرت النتائج أن هناك تقييماً عالياً من قبل أساتذة العلوم السياسية والإعلام في هذا المجال حول موضوعية قناة الجزيرة وكانت مرتفعة وتراوحت بين العالية جداً والنسبية، وحول مهنية القناة تراوحت بين الممتازة والجيدة جداً.

٩- دراسة هالة إبراهيم عوض درويش (٢٠٠٧) بعنوان "تأثير البرامج الإخبارية على قناة الجزيرة في تثقيف الشباب العربي سياسياً"^{٢٤}.

استهدفت الدراسة التعرف على التعرف على مدى إدراك ووعي عينة من الشباب الجامعي لبعض المفاهيم السياسية من خلال متابعة بعض البرامج الإخبارية بقناة الجزيرة، ومدى أقبالهم عليها، وأسباب ذلك الإقبال، والتعرف على مدى اعتماد الشباب على البرامج الإخبارية بقناة الجزيرة كمصدر للمعلومات عن المفاهيم السياسية المختلفة والتأثيرات المعرفية K والسلوكية، والوجدانية لدى الشباب. وقد أوضحت نتائج الدراسة الاستطلاعية التي قامت بها الباحثة للتعرف على أكثر القنوات الإخبارية مشاهدة لدى فئة الشباب، تفوق قناة الجزيرة عن غيرها من القنوات الإخبارية من حيث الأكثر جذباً ومتابعة من قبل الشباب الجامعي عينة الدراسة. حيث ساهمت بعض البرامج الإخبارية المقدمة على قناة الجزيرة في نمو الوعي السياسي، وأفرزت العديد من التيارات السياسية ذات التوجهات المختلفة التي ضغطت في سبيل تحقيق مطالب الإصلاح في مصر على وجه الخصوص.

١٠- دراسة هالة البغدادي (٢٠٠٧) بعنوان "المتغيرات المؤثرة على تغطية القضايا العربية في القنوات الفضائية العربية الإخبارية - دراسة مقارنة بين قناتي الجزيرة والنيل الإخبارية"^{٢٥}.

هدفت الدراسة إلى معرفة المتغيرات المؤثرة في التغطية الإعلامية للقضايا العربية، من خلال دراسة ميدانية مقارنة على النخبة المصرية والقطرية وعلى القائمين بالاتصال في قناتي النيل والجزيرة.

تتمثل أهم النتائج ما يلي: أن أهم القنوات الإخبارية التي تعتمد عليها النخبة المصرية والقطرية مرتبة ترتيباً تفضلياً: الجزيرة ثم العربية ثم النيل للأخبار ثم بي بي سي، ثم سي أن أن، ثم الحرة وأخير يورونيوز. وأكدت النتائج تفوق قناة الجزيرة القطرية الإخبارية في إمداد الصحفي بقاعدة معلوماتية، وبيانات لإعداد مادته الإخبارية، فضلاً عن تقنيات الاتصال المتاحة له، وبأحدث الأجهزة والمعدات؛ الأمر الذي ييسر للصحفي عمله، إلا أن العاملين يواجهون الضغوط السياسية الخارجية على القناة مما يؤثر في حجم وشكل التغطية الإخبارية لاسيما في الدول التي قامت بإغلاق مكاتب القناة لديها.

١١- دراسة مها البشري (٢٠٠٧) بعنوان "الرأي والرأي الآخر - دراسة تحليلية لأثر "أجندة" الجزيرة

على الفضاء العام العربي والإسلامي^{٢٦}.

هدفت الدراسة إلى معرفة طبيعة وحدود تأثير الشبكات الإخبارية ووضع أجندة شكل الأعمال في السياسة والدبلوماسية فيها، والدور الذي يلعبه "تحديد الأجندة" الإخبارية للجزيرة في العالمين العربي والإسلامي. وجاءت النتائج بأن قناة الجزيرة لها تأثير أكبر من غيرها في العالم العربي/الإسلامي.

١٢- دراسة أيمن الصياد (٢٠٠٧) بعنوان "تأثير المعالجة الإخبارية للأحداث الجارية في العراق على

اتجاهات الرأي العام في مصر^{٢٧}.

أجريت الدراسة على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من مشاهدي القنوات الإخبارية واعتمدت على منهج المسح الإعلامي. وتوصلت لنتائج عديدة منها: أن مجريات الأحداث في الوطن العربي تؤثر على القضايا العامة ويتراوح الاهتمام بها طبقاً لقوة الأحداث وتأثيرها. كما جاءت الجزيرة في الترتيب الأول من حيث تفضيل الجمهور عينة الدراسة يليها العربية، النيل للأخبار، BBC العربية.

١٣- دراسة كيم نام دو (٢٠٠٦) بعنوان: الجزيرة أصل الأنباء^{٢٨}.

هدفت الدراسة إلى تحليل محتوى التغطية الأمريكية والبريطانية للأحداث الخاصة بالإعلام العربي والمقارنة بينهما، ففي الآونة الأخيرة والتي احتوت على حرب الولايات المتحدة في أفغانستان والعراق، أصبحت شبكة الجزيرة التليفزيونية الفضائية القطرية مصدر هام للأخبار، وعنصر يشير إلى تحدٍ مثير للجدل بالنسبة للسياسة الأمريكية والأجنبية على السواء، فهذه الدراسة توضح الاستجابات الصحفية تجاه الجزيرة في الولايات المتحدة وبريطانيا، مع الوضع في الاعتبار سياسة افتتاحيات الصحف والمناخ الوطني كمبررات متاحة للمفاضلة والمقارنة.

(١) ولقد بينت النتائج في المقارنة بين الدولتين ما يلي:

- أن هناك فروقاً واضحة بين الصحافة الأمريكية والبريطانية فيما قبل الحرب وما بعدها في الأمور التي تخص الجزيرة وأمور أخرى.
- تتضح هذه الفروق جلية في المقالات المتكررة التي نشرت في جريدة التايمز الأمريكية للدفاع عن الجزيرة بينما مالت الجارديان إلى الهجوم على الحكومة الأمريكية.

١٤- دراسة عبده جميل المخلافي (٢٠٠٦) بعنوان "الجزيرة لاعب إقليمي على المسرح الإعلامي العالمي" ^{٢٩}.

هدفت الدراسة إلى التعرف على قناة الجزيرة، ك "ظاهرة" إعلامية وسياسية. وللاعب إقليمي على المسرح الإعلامي العالمي. وتناول الباحث واقع الإعلام العربي قبل وفي "عصر الفضائيات". وفي هذا السياق قسم تاريخ الإعلام العربي مجازاً إلى فترتين: ما قبل الجزيرة، و"عصر الجزيرة". ثم انتقل إلى تتبع نشأة وتطور القناة، وعلاقتها بحكومة قطر، وأساليب تمويلها، وفلسفتها الإعلامية، والأسلوب الصحفي المتبع، وحجم جمهور المشاهدين.

وخلص الباحث إلى أن الجزيرة أضحت مكوناً مهماً من مكونات الثقافة السياسية العربية، وهي بذلك ساهمت في تشكيل وعي سياسي تراكمي سيكون المحرك الأساسي للتغيير في العالم العربي.

١٥- دراسة هبة يحيى عطية (٢٠٠٥) بعنوان "المعالجة الإخبارية للقضية الفلسطينية في قناة TV5 الفرنسية الدولية والجزيرة القطرية" ^{٣٠}.

هدفت الدراسة إلى معرفة الأطر الخبرية للقضية الفلسطينية في هذه القنوات، ومعرفة مدى إدراك جمهور الصفوة المصرية لتقييم تناول الإخباري لها، وذلك من خلال تحليل عينة من نشرات الأخبار والبرامج الإخبارية في قنوات الدراسة، واعتمدت الدراسة على منهج المسح.

وقد توصلت الدراسة للنتائج التالية: ارتفاع عدد الأخبار والبرامج الإخبارية المتعلقة بالقضية الفلسطينية في قناة الجزيرة القطرية على عكس قناة TV5 التي اهتمت بقضايا المجتمعات المتقدمة. واعتماد الصفوة المصرية على قناة الجزيرة كمصدر هام لاستقاء الأخبار والمعلومات عن القضية الفلسطينية.

التعليق على الدراسات السابقة:

- تؤكد الدراسات على توظيف الإعلام كأداة رئيسية لتحقيق الأهداف السياسية والعسكرية.
- اهتمت الدراسات السابقة - بشكل كبير - بتحليل مضمون القنوات الإخبارية العربية والأجنبية، مما يعكس أهمية تلك القنوات وتأثيراتها المحتملة على الجمهور العربي.
- أفادت الدراسات السابقة الباحثة في تحديد المشكلة البحثية وأهميتها، وتحديد وصياغة أهداف الدراسة.
- تعد القنوات الإخبارية الفضائية أبرز الوسائل الإعلامية التي أسهمت في تحقيق قدر من الوعي المعرفي لدى المشاهد المصري، وذلك وفقاً لنتائج معظم الدراسات والبحوث الإعلامية التي أجريت في السنوات الماضية.
- ساعدت الدراسات السابقة في فهم السياسات الإعلامية للقنوات الإخبارية الفضائية الموجهة ومدى تأثير وارتباط الدول الباثة تجاه الأحداث والقضايا المختلفة ومدى انعكاس ذلك على المعالجة الإخبارية لها.

- وضحت عدد من الدراسات مدى قدرة القنوات الإخبارية الفضائية الكبيرة في التأثير على الجمهور وتكوين إدراك مزيف حول مختلف قضايا ومشكلات المجتمع المصري.
- كما وضحت الدراسات مدى انعكاس المعالجة الإخبارية على اتجاهات الجمهور نحو الدور السياسي المصري في قضايا السياسة الخارجية، وكيفية إدراكه لها.
- أكدت عدد من الدراسات أن مجريات الأحداث في الوطن العربي تؤثر على القضايا العامة، ويتراوح الاهتمام بها طبقاً لقوة الأحداث وتأثيرها.
- ركزت العديد من الدراسات على الدور الذي لعبته قناة الجزيرة الفضائية في عملية التغيير السياسي الجارية في الوطن العربي، آخذة حالة الثورة المصرية كنموذج وحالة بحثية، وفي تأثير القناة أثناء وبعد الثورة المصرية على مسارها وعلى الفعاليات اليومية التي حفلت بها.
- أبرزت بعض الدراسات تفوق تأثير قناة الجزيرة عن غيرها من القنوات الإخبارية في العالم العربي/الإسلامي من حيث الأكثر جذباً ومتابعة (نخبة ورأي عام)، حيث ساهمت بعض البرامج الإخبارية المقدمة على قناة الجزيرة في نمو الوعي السياسي، وأبرزت العديد من التيارات السياسية ذات التوجهات المختلفة التي ضغطت في سبيل تحقيق مطالب الإصلاح في مصر على وجه الخصوص.

مشكلة الدراسة:

تعد هذه الدراسة واحدة من الدراسات التي تتطرق إلى التعرف على مقومات التأثير النفسي للبرامج الإخبارية بشبكة الجزيرة من خلال استخدام أسلوب التحليل الكمي والكيفي لمضمون الاستراتيجيات والسياسات المخططة، والمنفذة لعينة عدد ست من هذه البرامج الإخبارية المقدمة في قناة الجزيرة وذلك في إطار ما توفر عن القناة وهذه البرامج من معلومات وبيانات، وما تم رصده من ملامح خاصة بخريطتها التلفزيونية ونمطها الإعلامي والدعائي، وإمكانياتها، وقدراتها التكنولوجية، وخططها السيكلوجية طبقاً لأسس ومبادئ العمل النفس إعلامي. لذا فإن مشكلة الدراسة الحالية تتحدد في التعرف على مقومات التأثير النفسي للبرامج الإخبارية بشبكة الجزيرة من خلال تحليل مضمون البرامج التالية (الاتجاه المعاكس- في العمق- بلا حدود- حديث الثورة- الواقع العربي- ما وراء الخبر).

أهمية الدراسة:

تعود أهمية الدراسة إلى النقاط التالية:

- تعد هذه الدراسة إضافة إلى الدراسات القليلة التي تناولت التأثير النفسي والفكري للقنوات الفضائية الموجهة وذلك بالتطبيق على شبكة الجزيرة وقنواتها المختلفة.
- أهمية دراسة استخدام البرامج الإخبارية في القنوات الفضائية الموجهة للحرب النفسية والدعاية والقوة الناعمة في رسائلها الإعلامية الموجهة للشعوب الأخرى.

- أهمية التعرف على الرسائل النفس إعلامية التي تستخدمها البرامج الإخبارية في تغطيتها للموضوعات والقضايا.
- الأهمية التطبيقية من خلال تحليل مضمون البرامج الإخبارية بشبكة الجزيرة والبروفيل النفسي لها وأسس ومبادئ العمل النفسي فيها.

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- رصد المقومات العلمية والمعرفية المستخدمة في إعداد الخطط الإعلامية للبرامج الإخبارية بشبكة الجزيرة.
- التعرف على أسلوب التخطيط والإعداد السيكولوجي للبرامج الإخبارية بشبكة الجزيرة.
- تحديد أهمية تأثير القائم بالاتصال من خلال معايير اختيار العاملين بشبكة الجزيرة.
- رصد أهم البرامج الإخبارية في شبكة الجزيرة وأهدافها، وأهم المفاهيم المستخدمة فيها.
- التعرف على الأهداف المخاطبة للبرامج الإخبارية بشبكة الجزيرة، وأسباب المتابعة والأقبال عليها، وأنواع التأثيرات المترتبة على متابعة القضايا فيها.
- تحليل أسس العمل النفسي للبرامج الإخبارية بشبكة الجزيرة، والطرق والرسائل النفسية المستخدمة فيها.

تساؤلات الدراسة:

تسعى الدراسة للإجابة على التساؤلات التالية:

- (١) ما المقومات العلمية والمعرفية لإعداد الخطط الإعلامية، والسيكولوجية للبرامج الإخبارية بشبكة الجزيرة؟
- (٢) ما أهم البرامج الإخبارية على شبكة الجزيرة؟ وما أهم المفاهيم المستخدمة فيها؟ وما أهدافها؟ ومن هم أهدافها المخاطبة؟
- (٣) ما أنواع التأثيرات النفسية المترتبة على متابعة القضايا في البرامج الإخبارية بشبكة الجزيرة؟
- (٤) ما أسس ومبادئ العمل النفسي للبرامج الإخبارية بشبكة الجزيرة؟
- (٥) ما الطرق والأساليب والرسائل النفسية المستخدمة في البرامج الإخبارية بشبكة الجزيرة؟

نوع الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية التي تستهدف التعرف على مقومات التأثير النفسي للبرامج الإخبارية بشبكة الجزيرة على المتلقي من خلال استخدام أسلوب التحليل الكيفي والكمي لما توفر عن القناة والبرامج الإخبارية الست عينة الدراسة من معلومات وبيانات.

منهج الدراسة:

وقد اعتمدت الباحثة على أسلوب المسح الإعلامي في جمع البيانات من أجل تحقيق أهداف وتساؤلات الدراسة على خطة منهجية في دراستها والتي شملت منهج المسح بالعينة لعدد من البرامج الإخبارية بقناة الجزيرة على مدى الدورة البرمجية (يناير-مارس ٢٠١٥)، حيث طبقت الدراسة على البرامج التالية (الاتجاه المعاكس-في العمق- بلا حدود-حديث الثورة- الواقع العربي- ما وراء الخبر).

الأدوات المستخدمة في الدراسة:

لتحقيق هذه الدراسة تم تصميم صحيفة خاصة لتحليل المضمون (الكمي والكيفي) لكونها الأنسب في مثل هذه البحوث، وتحديد فئات التحليل ووحداته، واستخدامها لتحليل مضمون البرامج الإخبارية الست عينة الدراسة، مستفيدة من الدراسات السابقة، وما يتناسب مع طبيعة الدراسة للوقوف على مقومات التأثير النفسي للبرامج الإخبارية بشبكة الجزيرة.

مجتمع الدراسة وخصائص العينة:

تم تحديد عينة الدراسة التحليلية وفقاً للعينة العمدية والتحكمية على النحو التالي:

١. اختيار عينة محددة من البرامج الإخبارية الحوارية الأكثر مشاهدة ومتابعةً، وتأثيراً لقناة الجزيرة، وهي (الاتجاه المعاكس-في العمق- بلا حدود-حديث الثورة- الواقع العربي- ما وراء الخبر).
٢. اختيار نوعية مختلفة من البرامج الإخبارية من حيث توقيت العرض، فمنها الأسبوعي مثل (الاتجاه المعاكس-في العمق- بلا حدود) واليومي مثل (حديث الثورة- الواقع العربي- ما وراء الخبر).
٣. اختيار نوعية مختلفة من البرامج الإخبارية الحوارية من حيث الأفكار والموضوعات والقضايا المثارة فيها.
٤. اختيار نوعية مختلفة من البرامج الإخبارية من حيث القوالب الفنية، والتناول، والتغطية الإعلامية فيها.
٥. اختيار الفترة الزمنية التي ستخضع لها الدراسة التحليلية وهي ٦ شهور -على مدار الدورتين البرمجيتين (يوليو-سبتمبر، وأكتوبر-ديسمبر ٢٠١٣)، وقد بلغ عدد حلقات البرامج التي تم تحليلها هي حوالي (٦٠ حلقة) بواقع ١٠ حلقات لكل برنامج.

فئات التحليل:

وعلى ضوء مشكلة الدراسة وما تسعى لتحقيقه من أهداف، ومن واقع رجوع الباحثة إلى عدد من الدراسات السابقة قامت الباحثة بتصميم استمارة التحليل وتحكيمها من عدد من السادة أساتذة الإعلام والعلاقات العامة وبعض السادة الخبراء المتخصصين في العمل النفس إعلامي، وقد ضمت فئات تحليل المضمون التالية:

- الخصائص والسمات الفنية والمقومات العلمية والمعرفية في إعداد خطتها للبرامج الإخبارية.
- أسس ومبادئ العمل النفسي الناجح لتحقيق أهدافها في إحداث التأثير النفسي المنشود.
- التنوع في برامجها.
- إجراءات نقل الأحداث.
- الخطوات السيكلوجية المتبعة.
- عوامل اختيار العاملين بها.
- أسس تحقيق أهداف البرامج الإخبارية بشبكة الجزيرة.
- فئات الأهداف المخاطبة بالبرامج الإخبارية بشبكة الجزيرة.
- أسس ومبادئ العمل النفسي للبرامج الإخبارية بشبكة الجزيرة.
- الطرق والأساليب النفسية لتحقيق هدفها في التأثير على الهدف المخاطب.
- الرسائل النفسية والشعارات والرموز المستخدمة.

إجراءات الصدق والثبات للدراسة التحليلية:

١. إجراءات الصدق: ويقصد به اتفاق المحكمين على أن أداة القياس صالحة لتحقيق أهداف الدراسة، وذلك من خلال تحكيمها من عدد من الأساتذة والخبراء المتخصصين في الإعلام، وإجراء التغييرات والتعديلات اللازمة على الاستمارة بناء على توجيهاتهم.
٢. الثبات: ويقصد به الحصول على نسبة الثبات عند إعادة تحليل المادة الإعلامية من قبل باحثين آخرين بعد مرور فترة زمنية محدودة باستخدام صحيفة التحليل نفسها، والتوصل إلى نتائج ومؤشرات على درجة كبيرة من التقارب.

المفاهيم والمصطلحات:

البرامج الإخبارية:

هي البرامج التي تعرض أنباء الأخبار من مختلف أقطار العالم، وكل قناة فضائية لها برامجها الإخبارية الخاصة بها، ولها أسلوبها المميز في عرض الأخبار، ولهذه البرامج فريق عمل إخباري خاص، وكادر فني متخصص في عرض الأخبار وجذب انتباه المشاهد^{٢١}.

القنوات الفضائية العربية:

لم يكن ظهور وانتشار القنوات الإخبارية الفضائية العربية في التسعينيات مجرد تطور شديد الأهمية في مجال الإعلام، وإنما كان قفزة تاريخية في مجال السياسة العربية كلها؛ نظراً لدورها وتأثيرها على مختلف جوانب الحياة السياسية العربية، سواءً فيما يتعلق بمفهوم سيادة الدولة أو العلاقة بين الدول أو توجهات الرأي العام داخلها، والتحولات السياسية في المنطقة العربية.

فالقنوات الفضائية هي الوسيلة الأقوى والأعم في التأثير على المجتمعات الإنسانية لما تملكه من الإثارة الصوتية والصور النقية وبث الأفلام الواقعية وشبه الواقعية والبرامج التي تحاكي حياة المجتمعات

بكافة طبقاته وشرائحه، والقنوات الفضائية تجمع بين الكلمة المسموعة والصورة المرئية مما يزيد من قوة تأثيرها، كما إنها تتميز بقدرتها على جذب المشاهد، وتحقيق درجة عالية من المشاركة من خلال ما تقدمه من مواد تعليمية وترفيهية إضافة إلى التأثير الاجتماعي الذي تقوم به، وتتعامل مع المشاهد مباشرة، فالمرسل في هذه الوسيلة يخاطب المستقبل وجها لوجه، حيث يخزن الوقائع والصور ويختصر الزمن بين وقوع الأحداث وعرضها على المشاهدين مباشرة أو بعد حين، بالإضافة إلى إمكانية نقل الأحداث الاجتماعية على الهواء ساعة وقوعها، ونقل الكثير من الجوانب الثقافية والمعنوية، والمادية للمشاهد ونقل خبرات الأشخاص ذوي المواهب والتخصصات النادرة، وإلقاء المحاضرات وعرض البرامج والندوات والأفلام العلمية والوثائقية والتاريخية ونقل حياة الشعوب وأساليب حياتها^{٣٢}.

أهم الفضائيات العربية:

١- القنوات الفضائية المصرية.

٢- شبكة الجزيرة.

٣- شبكة mbc

٤- شبكة اوربيت ART, ORBIT

الإطار المعرفي

الإعلام الدولي الموجه:

ومع تطور المجتمع الإنساني وظهور الحضارات الإنسانية العريقة، تطورت بالتالي وسائل الاتصال بين أفراد المجتمع، وأصبح لهؤلاء الأفراد فكر يدخل في نطاق الأيديولوجيات، الذي أدى إلى تعقد المجتمع، وأصبح أساسه يقوم على القوة والسيطرة لقلّة من الدول بفضل إمكانياتها المادية، والعلمية والتقنية لوسائل الاتصال.

وهو الإعلام الذي تمارسه الدولة عبر وسائل اتصال مختلفة لتنفيذ سياسات معينة وتحقيق أهداف اقتصادية، وسياسية، وعسكرية، وثقافية. وفي الغالب يتوجه خارج نطاق الدولة لتعزيز السياسة الخارجية والوصول إلى المصالح المنشودة لهذه الدول.

ويُعرف الاتصال الدولي الموجه بأنه "مجموعة الأنشطة والجهود التي تقوم بها دولة أو جماعة أو هيئة للإقناع بأهدافها خارج الدولة التي تنطلق منها هذه الأنشطة وذلك لتحقيق أغراض سياسية أو اقتصادية، أو فكرية، أو دينية من خلال نشر الأفكار والمعلومات والآراء وبواسطة وسائل الاتصال بالجماهير وأدواته المختلفة"^{٣٣}.

وبالرغم من أهمية الإعلام الدولي في العالم أجمع، إلا أنه هنالك إشكاليات وتحديات واضحة بين كل من الدول المتقدمة والدول النامية، تتمثل في القدرات التكنولوجية والعلمية والتقنية والاقتصادية والثقافية والاجتماعية بين هذه الدول، التي أدت بالتالي إلى وجود فجوات عميقة تتمثل في الاختلال في تدفق المعلومات وتبادلها، عدم التكافؤ في مصادر المعلومات، وسيطرة الدول المتقدمة على وسائل

الإعلام الدولية، وعلى وكالات الأنباء العالمية المحكرة لصناعة الأخبار والإعلان، وتكنولوجيا الأقمار الصناعية، وكذلك تكنولوجيا المعلومات الحديثة والمتطورة. فإنه لا يخفى على أحد الأثر الهائل لوسائل الإعلام الدولية في التأثير على الرأي العام العالمي، لذا سعت الدول الكبرى إلى تطويرها والهيمنة عليها لتكون في خدمة مصالحها، ولكي تحقق أهدافها، واتخذت هذه الهيمنة أساليب ووسائل مختلفة، منها احتكار الدول الغربية لتكنولوجيا الاتصال وتحكمها في مصادر الأخبار، فنجد أن شبكات الاتصال العالمية تتمركز في هذه الدول، كما أن الاشتراك والانتساب لها يقتضي رسوماً وتكاليف باهظة ليست في متناول الدول النامية، مما يقوي قبضة البلدان الغنية على مصادر المعلومات.. **فعلى سبيل المثال** نجد أن تكلفة الإرسال عبر مسافة معينة بين نقطتين داخل البلاد النامية، أكثر من تكلفة الإرسال لنفس المسافة في البلاد المتقدمة، بل إن تكلفة نقل الرسالة من بلد متقدم إلى بلد نام أكبر من قيمتها إذا نقلت في الاتجاه المضاد^{٣٤}.

مما أفرز طفرة في تنوع استخدام أساليب الحرب للتأثير على المجتمعات، ولزيادة قدرة الدول في السيطرة على الشعوب المعادية لها واحتوائها، ومنها الحرب النفسية والشائعات وحرب القوة الناعمة^{٣٥}. ومن هنا يتضح أن التأثير في السياسة الخارجية للدول العربية أحد أبرز الأسباب التي تسعى هذه الوسائل لتحقيقها، خصوصا من خلال تشكيل قوى ضاغطة من الرأي العام تستطيع التأثير على القرار السياسي للدولة^{٣٦}.

ومن هنا فإن الإعلام الدولي الموجه مرتبط بشكل مباشر ووثيق بطبيعة السياسات الخارجية التي تتبناها الدول، وهو يتشكل ويأخذ حجمه، وثقله، وأبعاده، وممارسته على ضوء ما يتسع لأفق السياسة الخارجية من نهج ورؤية سليمة يكون فيها الإعلام الدولي هو أحد وسائل تنفيذ السياسة الخارجية من بين عدة وسائل أخرى حيوية تلعب دورا مهما في بناء العلاقات الدولية داخل المجتمع الدولي^{٣٧}.

ويمكن إيجاز وظائف الإعلام الدولي الموجه على النحو الآتي^{٣٨}:

- (١) خدمة السياسة الخارجية للدولة.
- (٢) خدمة الاستراتيجية العسكرية من خلال إضعاف الروح المعنوية للعدو.
- (٣) خدمة الأهداف الاقتصادية للدولة.
- (٤) خدمة النظام الاجتماعي والثقافي من خلال التعاون وإحداث الاحتكاك الحضاري بين الدول.
- (٥) تحقيق تأثير عقائدي وأيدلوجي بين الدول.
- (٦) التحيز ضد العدو.
- (٧) الاتصال بالجماعات المؤثرة.
- (٨) الاتصال بالجماهير بشكل عام وجذبها والتأثير عليها.
- (٩) وظائف تمثيلية.

١٠) استقطاب النخب المثقفة.

١١) وظائف سمعية بصرية من خلال الدراما والأفلام والسينما وغيرها من الأشكال الإعلامية.

شروط اعتماد وسائل الإعلام الدولية الموجهة:

١) الانتشار والقدرة للوصول.

٢) اللغة والقدرة على المخاطبة.

٣) المحتوى والمضمون ومدى الملائمة للأخر.

عوامل التأثير في الإعلام الدولي الموجه:

يسعى الإعلام الدولي الموجه في حركته المستمرة إلى تحقيق هدف أو مجموعة من الأهداف المحددة

للقائمين به ومن ذلك:

١. الدفاع عن قضية أو موقف معين لدول أو مجموعة دول.

٢. التشكيك في موقع دولة أو قوة ما معادية.

٣. إحداث تأثير في موقف الرأي العام الذي يستقبل هذا الإعلام فالعوامل المؤثرة في الاتصال الدولي

الموجه تتحكم في أدائها:

أ- مضمون الرسالة الإعلامية.

ب- تنوع البدائل الاتصالية.

ت- استجابة الجمهور المتلقي.

ث- توفر أرضية تعاون بين المرسل والمستقبل.

الإعلام الدولي الموجه والحرب النفسية^{٣٩}:

تؤكد العديد من الدراسات أن عملية فصل الإعلام الدولي الموجه عن الحرب النفسية والدعاية والحرب

الناعمة أمر بالغ الصعوبة نظرا لتداخل الموضوع ولالتقاء بعض الأساليب مع بعضها البعض.

الحرب النفسية: هي جميع الإجراءات، والطرق، والأساليب، والوسائل المخطط لها من جانب الدولة

والموجهة إلى الجماعات أو الدول المعادية للتأثير على آرائها، ومواقفها، وسلوكها بطريقة تساعد على

تحقيق سياسة وأهداف الدولة.

وهي أيضا «شكل من أشكال الدعاية الإعلامية، وحرب دعائية تستخدم أسلحة العقل والعواطف

لتحطيم معنويات العدو العسكرية والمدنية وإضعاف ارادة القتال لديه». و«تعمل الحرب النفسية على زرع

بذور الشك في دوافع العدو، وتعمل على تحطيم هيئته حتى مع المتعاطفين معه. الحرب هي إرادة قتال،

وحشد للرأي العام وراءها والحرب النفسية تسعى إلى كسر تلك الإرادة عند العدو، والإعلام وأدوات

الاتصال أساسيان في ذلك^{٤٠}».

كما إنها نوع من القتال النفسي يهدف القضاء على الإيمان بالمستقبل، وزعزعة النفس والثقة بالقدرات. وهي الإطار العام للحرب الفعلية المباشرة، وتشمل الدعاية، والشائعة كأغراض، وهي أداة من أدوات الإعلام الدولي المضاد. وكذلك هي هجوم على نفسية وعقلية الفرد والجماعة لغرض إحداث التفكك والإرباك فيهما^{٤١}.

من أهم أهداف الحرب النفسية إحداث التغيرات والضعف والخلل في الجبهة الداخلية عن طريق التأثير في الاتجاهات والقناعات للأفراد داخل مجتمعاتهم. وتستهدف الناس كجماعات وكأفراد، حيث أنها تستهدف جميع الفئات وخاصة الضعيفة، وصاحبة الحاجة، والتي تعاني من إشكاليات أو ظلم اجتماعي أو اضطهاد^{٤٢}.

ونجاح الحرب النفسية يعتمد على تحديد الهدف، ومعرفة الأدوات، والأساليب المستخدمة والعمل على ضربها وتفريغها من محتواها.

وفي الغالب يقود الحرب النفسية جهات متعددة (سياسية-إعلامية-اقتصادية-اجتماعية-عسكرية). ويمتاز السلاح النفسي عن غيره من الأسلحة التقليدية كون إجراءاته متعددة ومتغيرة تتلون باستمرار تبعاً للظروف، والمواقف، كذلك يتوجه إلى أهداف ليست معلنة، واتجاهاته على وجه العموم غير مباشرة.... وسلاح بهذه الخصائص يكتسب قوة التأثير غير المباشرة دون مقاومة المستهدفين أو ممانعة من قبل المجاورين في المنطقة...

كما إن سياقات تطبيق الحرب النفسية في كثير من الأحيان تعتمد على التعامل مع ميول الإنسان وحاجاته، ورغباته ومن ثم غرائزه بأساليب إشباع مرغوب، أو تجنب منفر، وهي معطيات تستهوي في معظمها المتلقين وتمهد الطريق أمام السلاح النفسي للوصول إلى الهدف المطلوب في الزمان والمكان المحددين.

أهم الأساليب العلمية النفسية للإعلام الدولي الموجه^{٤٣}:

أهم الأساليب العلمية النفسية المستخدمة في التأثير وتغيير الاتجاهات، وهي على النحو الآتي:

- ١- حشد الحقد والكراهية ضد الآخر.
- ٢- استغلال وتأجيج الأفكار السلبية السائدة ضد الآخر.
- ٣- التركيز على قضية من مجموعة قضايا تحقق الهدف.
- ٤- وضع حقائق مع بعض المعلومات غير الصحيحة التي تحقق الهدف.
- ٥- التكرار والتركيز على أحداث بعينها.
- ٦- المجاهرة والتأكيد على معلومات نفاها الطرف الآخر.
- ٧- استخدام نظرية المؤامرة من خلال اختلاق عدو وهمي.
- ٨- الاستعانة بمصادر القوة والثقة في تأكيد الادعاء.
- ٩- بث الشائعات التي تؤدي إلى الحيرة والقلق والهواجس.

١٠- اكتساب صداقة وتعاطف المحاييد.

١١- استخدام وسائل الإعلام السرية مثل المواقع والمواقع والصفحات المشبوهة.

١٢- استخدام سلاح الغرائز والإغراء.

١٣- التضليل والتمويه قبل القيام بالأعمال العسكرية.

١٤- نشر سياسية التشكيك وسحب الثقة من نفوس الناس.

الحرب الناعمة:

الحرب الناعمة مشتقة من مقولة "القوة الناعمة" كما روج لها المنظر الأول لهذه القوة البروفيسور جوزيف ناي^{٤٤} والذي تمكن بمهارة من توظيف ثنائية الصلب والناعم المستعملة في تقسيم أجهزة وقطع الكمبيوتر الذي يتألف من أدوات ناعمة software وأدوات صلبة hardware في سبيل ترويج مشروعه الاستراتيجي والسياسي والعسكري، الذي يقوم على نقل المعركة من الميدان العسكري الصلب حيث التفوق لعقيدة القتال، والموت، والصبر الطويل، والصمود التي يتقنها أعداء أمريكا من وجهة نظر جوزيف ناي إلى الميدان الناعم وأدواته التكنولوجية والاتصالية والإعلامية، حيث التفوق لأمريكا وحلفائها. وقد تطور هذا الاصطلاح ومر بثلاث محطات، المحطة الأولى سنة ١٩٩١ أي بعد سقوط الاتحاد السوفيتي وشعور الأمريكيين بنشوة النصر في الحرب الباردة وتسلمهم زعامة العالم، حينها أصدر جوزيف ناي كتابه الأول "مفارقة القوة" ومن ثم أتبعه على أثر هجمات ١١ سبتمبر ٢٠٠١ بإصدار كتابه الثاني "مزمون بالقيادة" وتوج مشروعه في كتابه الشهير "القوة الناعمة SOFT POWER" في العام ٢٠٠٤ بعد الغزو الأمريكي لأفغانستان والعراق.

وبالتالي فالعرب الناعمة شكل من أشكال الحروب، تتخذها الدول عند انسداد الخيارات العسكرية أمامها بمواجهة دولة أو كيان أو حزب معادٍ لمصالحها.

أن الحرب الناعمة تستغل إما غفلة الخصم، أو تستغل وجود نقاط ضعف وثغرات لدى بعض اللاعبين المؤثرين في القضايا والأحداث في الساحة المستهدفة، وذلك لأن الحرب الناعمة تعمل كمنظومة متفاعلة داخل ساحة مفتوحة أمام اللاعبين الدوليين، وهي تشبه لعبة الشطرنج بحيث إن تحريك أي حجر أو بيدق على الطاولة يحدث تأثيراته الإجمالية على الحصيلة النهائية لنتائج اللعبة^{٤٥}.

وقد حولت تكنولوجيا الاتصال والإعلام والحرب النفسية إلى ناعمة^{٤٦}، فالعرب الناعمة تشن للتأثير والدعاية، والتلاعب بالرأي العام، والإقناع السياسي حتى بدون توفر أدلة ذات مصداقية. لأن توسع وسائل الإعلام وانتشارها بين أيدي الجميع وظهور لاعبين من غير الدول عدل مفهوم المصداقية في الخطاب السياسي للدول، ومنع احتكار الدول لسلطة المصداقية هذه، ما أدى إلى القفز نحو اتجاهات ووظائف جديدة أنتجت الحرب الناعمة بحيث أصبحت وظائفها تقوم على "تشكيل التصورات العامة" و"بناء البيئة السياسية الملائمة لترسيخ قواعد السياسات المطلوب تثبيتها وتميرها والتسويق لها" و"نزع

الشرعية والمشروعية والمصادقية عن الخصم" تغيير شخصية النظام والقيادة لدى الخصم"، و"قلب الحقائق وتحويل نقاط القوة إلى نقاط ضعف ومن فرص إلى تهديدات". كل هذه الوظائف لم تكن معهودة بهذا التركيز والتكثيف كما هي اليوم، وهنا تفتقر الدعاية والحرب النفسية عن الحرب الناعمة.

والحرب الناعمة لا تعد منهجا جديدا في مناهج الحرب النفسية والدعاية، بل هي تطور في الوظائف ناجم عن التطور الكمي، والنوعي الهائل في وسائل ووسائط الاتصال، والإعلام، بل يمكن اعتبار الحرب الناعمة إفرارا طبيعيا وحتميا مرتبطا بسعة انتشار وتوسع الجيل الرابع من وسائط تكنولوجيا الاتصال والإعلام (الفضائيات/أجهزة الاتصال الخليوية الرقمية/مواقع صفحات الإنترنت/شبكات التواصل الاجتماعي)^{٤٧}.

فالحرب النفسية والدعاية تشترك مع الحرب الناعمة في الهدف لجهة بقصد تطويع إرادة الخصم أو العدو (الدول والنظم والرأي العام والمنظمات والجماعات) ولكنهما يختلفان ويتعاكسان في الأساليب والوسائل.

وفي الأساليب تركز الحرب الناعمة على الاستمالة والإغواء والجذب بدون أن تظهر للعيان وبدون أن تترك أي بصمات، في حين تركز الحرب النفسية، والدعاية على إرغام العدو وتدمير إرادته ومعنوياته بصورة شبه مباشرة وعلنية.

كما يختلفان في كمية ونوعية الوسائل المستخدمة، حيث تعاضمت وتوسعت الأدوات الإعلامية والاتصالية لدى الرأي العام في الوقت الراهن، بحيث إن الوسائل والأدوات المستخدمة في الحرب الناعمة أصبحت في متناول الجميع بلا استثناء ودخلت إلى كل البيوت ٢٤/٢٤ ساعة من خلال شاشات التلفزيون والإنترنت والهواتف الخليوية، بحيث أغرقت الدول المقروءات والمسموعات والبصريات والأخبار والمنتجات الإعلامية بلا أي قيود رقابية في ظل عولمة إعلامية وثقافية ومعلوماتية فورية ومفتوحة ومتفاعلة ومتربطة بشكل لا سابق له، وبأثمان وتكاليف مالية مجانية أو شبه مجانية، في حين كانت الحرب النفسية والدعاية توجه بشكل أساس نحو كتل منظمة ومتراصة ومتماسكة وصلبة مثل الجيوش والحكومات والمنظمات التي كانت تسيطر وتهيمن بصورة كلية على وعي وميول الرأي العام^{٤٨}.

أبرز أركان الحرب الناعمة/الخداع وتحين الفرص والحملات المنظمة^{٤٩}:

إن تنفيذ وظائف الحرب الناعمة ذات الطبيعة الحساسة ووضعها موضع التطبيق يتطلب موارد وطاقات وجهودا بشرية كبيرة، وتخطيطا وتحليلا سياسيا لتوجيه الأحداث، ومراكز أبحاث وأجهزة توفر المعلومات والمعطيات، وإمكانات تكنولوجية واتصالية وإعلامية ضخمة، ومهارات وخبرات، وصبرا استراتيجيا -فسا طويلا- وغرفة عمليات تتولى التنسيق لأجل تضافر مجموعة من العناصر والأركان كي تكتمل وتتوفر شروط نجاح هذه الحرب **نلخصها بما يلي:**

- مواد ورسائل وأفكار وشعارات سياسية وإعلامية وثقافية ودبلوماسية.

- بناء علاقات وتوفير وسطاء يقومون بوظيفة تسويق وترويج الأفكار والأخبار والتحليلات والتوجيهات السياسية والثقافية والإعلامية...
- تجهيز وتخصيص منافذ وبوابات وقنوات إعلامية وتواصلية وسفارات.
- بناء علاقات مع كوادر إعلامية، ومنظمات، وشبكات إنترنت، ونخب وقوى ومؤسسات عامة، وقوى مجتمع مدني، وشخصيات ذات تأثير عام.
- جمهور ونخب تتلقى وتستجيب لمضمون هذه المواد والرسائل.
- غرفة عمليات موحدة تنسق الأنشطة والاتصالات وتوزع الأدوار والشعارات وفقا لتخطيط سياسي عالي المستوى.
- ظرف ومناسبة وبالعموم فرصة ضمن سياق ملائم.

فالقوة الناعمة تعتمد على المعادلات الآتية^{٥٠}: [من يتواصل مع من وتحت أي ظرف"، و"انها الرواية الفائزة في نظر الجمهور والرأي العام، لأن المنتصر في الحرب اليوم هو من تفوز روايته للأحداث]. وهذا ما نراه اليوم بقوة في أيام الثورات العربية، حيث يندر أن يأتي يوم لا نسمع فيه كلاما عن الشرعية ونزع الشرعية عن هذا النظام وذاك الرئيس، والرواية الرسمية الفلانية ورواية المعارضة المقابلة، وهذا جانب من جوانب الحرب الناعمة. وقضية الطرف هي جوهر الحرب الناعمة، لأن الإعلام والثقافة والدبلوماسية. وهي أهم أدوات القوة الناعمة تحتاج كي تتحول إلى عملية مؤثرة في البيئة السياسية للخصم إلى سياق ومناسبة خاصة وظرف خاص.

كما إن نوعية الطرف الذي يتولى عمليات الحرب الناعمة مهم جدا، فإذا كان هذا الطرف ذو حساسية لدى الجمهور تجاهه، لذا يرى "جوزيف ناي" ضرورة العمل عبر "الوكلاء" فهذا أهم وأفضل من مباشرة التأثير العلني، فتمرير الرسائل بطريقة غير مباشرة أهم من الظهور المباشر الذي أصبحت تتحسس منه النخب والجماهير، وهذا جزء من الطبيعة المخادعة والماكرة للحرب الناعمة لأن "أفضل الناطقين باسم الأفكار والأهداف الأمريكية في المنطقة العربية مثلاً هم غير الأمريكيين أي الوكلاء المحليون، لهذا تحرص أمريكا على تفعيل علاقاتها مع محطتي الجزيرة والعربية"، فإذا كان بالإمكان الاستفادة من صوت معارض يلبس اللباس الوطني والقومي والديني في بلد ما ويشتم ويهاجم النظام ويفند حكمه وينكر إنجازاته، فالتروجيه له أفضل من قيام أي مسؤول أمريكي بهذه المهمة، وإذا كانت القناة التي تبث الدعاية المعادية هي قناة لها غطاء محلي أو عربي فهذا أهم بأضعاف مضاعفة من أن يقوم بهذا الدور قناة أمريكية، ويمكن لمن يريد اكتشاف خبث هذه السياسة مراجعة وملاحظة الفرق في تأثير القنوات التي تروج للسياسات الأمريكية بصورة مباشرة ورسمية كقناة الحرة الأمريكية والقنوات التي تعمل بغطاء عربي وإسلامي كقناتي الجزيرة والعربية^{٥١}!!

وتحتاج الحرب الناعمة إلى عملية تنظيمية معقدة، لإدارة وتركيز وتنظيم الحملات، ولأجل اختيار التوقيت وتنسيق الجهود وفق الطرف الملائم الذي تحدثنا عنه، وهذا يحتاج إلى قيادة وغرفة عمليات

موحدة تتولى منع تضارب السياسات، والتحركات، والتنسيق بين مختلف الأنشطة، والأذرع التي تتولى تنفيذ هذه العمليات، حيث أن هناك عشرات الجهات تتولى الحرب الناعمة على أي دولة ما.

كما أن الحرب الناعمة تعتمد على رفع شعارات ومطالب الناس واستغلالها، فالقوة الناعمة بالعمق تقوم على رفع شعارات وقضايا مرغوبة ومحبوبة، والبحث عن قيم مشتركة مع الطرف المستهدف مثل (الديمقراطية/حقوق الإنسان/السلام/الحرية/الفرص/الازدهار/الاستقرار/الخ) وهذا ما أكده "جوزيف ناي" بقوله الخطير "لا يمكن لأي حملة تواصل استراتيجي مهما كبرت وتوسعت ولا لأي قوة ناعمة أن تؤثر وهي تروج شعارات ومطالب غير مرغوب بها شعبيا في ساحة الخصم"^{٥٢}.

إذا هذه هي أهم العناصر والأركان لنجاح عمليات الحرب الناعمة كما حددها "جوزيف ناي"، فتأدية الوظائف التي ذكرناها سابقا يحتاج إلى "بناء حملات قد تستغرق أعواما وسنوات، وليس مجرد أياما أو أشهراً-فكتيكات وأساليب الاتصال الاستراتيجي غير المباشر أي بواسطة الوسائل الإعلامية والإلكترونية والدبلوماسية والخفية للتأثير في شكل الأعمال السياسي لبلد آخر تحتاج إلى تطوير مجموعة من المواضيع والشعارات على طريقة الحملات الإعلانية والانتخابية والسياسية في الغرب"^{٥٣}.

استراتيجيات وتكتيكات الحرب الناعمة^{٥٤}:

أ. نماذج عن استراتيجيات الحرب الناعمة:

- الاستنزاف المتواصل لطاقت الخصم وسلب حيويته وإشعاعه وبالعوم ضرب وإضعاف موارده الناعمة.

- الضغط والتشهير المتواصل على مرتكزات، ورموز، وملاحم، وصورة، ونفسية، وعقل الخصم بدون أي توقف بهدف تحقيق الإرهاق والإرباك وخلخلة الأركان.

- الدعم العلني لتيار على حساب تيار آخر والتقييم الفئوي لساحة الخصم بهدف خلق بيئة من الاتهامات المتبادلة وإيجاد فرز واستقطاب يسمح بالدخول على الخط والتلاعب.

- استغلال نقاط الضعف في بعض الشخصيات القيادية في جبهة الخصم لخلق توترات وعداوات مع الشخصيات المنافسة، وتسعير حمى الصراع على المواقع عبر تسريب الإشاعات والأخبار وتضخيم صورة بعض الشخصيات وخاصة المعارضة وصناعة نجوميتها الإعلامية والجماهيرية.

- خلق بيئة سياسية وشعبية وإعلامية متوترة من خلال الجدل والمناقشة في قضايا وموضوعات فكرية وسياسية حساسة تؤدي إلى إحداث تناقضات، وحساسيات بين الفصائل المختلفة (في مصر مثلا يتم التركيز على شرعية النظام والديمقراطية وحرية الرأي).

ب. نماذج عن تكتيكات الحرب الناعمة:

- تنويع مصادر البث الإعلامي وخلق ونشر قنوات ومؤسسات إعلامية شعبية وخاصة على شبكة الإنترنت حيث تقل إمكانات الرقابة الحكومية، ويسهل استدراج جيل الشباب، وهذا ما سماه "جارد كوهين" رئيس قسم التخطيط السياسي في وزارة الخارجية الأمريكية بسياسة "الديمقراطية الرقمية حيث

- أن الشباب والنساء في الشرق الأوسط قد أصبحوا ناضجين لتقبل تأثيرات السياسات والأفكار الأمريكية من خلال بوابات ومنافذ تكنولوجيا الاتصال والإعلام".
- زيادة مصداقية الحملات الإعلامية من خلال البحث عن شخصيات لها نوع من التغطية، والمصداقية الجماهيرية (خاصة من المعارضين والمنشقين عن النظام).
 - إنشاء ودعم جمعيات ومؤسسات مدنية، وشبابية، ونسائية، وثقافية تحت شعار قوى المجتمع المدني لإضعاف القوة المعادية، وإيجاد بدائل لها على المدى البعيد، وذلك بموجب قانون أمريكي يدعم "المنظمات الديمقراطية والشبابية".
 - تركيز الضوء الإعلامي على الشخصيات ذات الأفكار المتطرفة بهدف بث التفرقة.
 - تدريب أفراد وشبكات ومؤسسات للتحرك على شبكة الإنترنت بهدف رصد القنوات الإعلامية العالمية بالمادة المطلوبة -للتشهير والتشويه - وقد صدر قانون الكونغرس الأمريكي لتقديم الدعم "لضحايا الرقابة على شبكات الإنترنت".

شبكة الجزيرة:

- هي شبكة تلفزيونية مقرها (الدوحة) بدولة قطر بدأت بوصفها قناة فضائية للأبناء العربية والشئون الجارية، ومنذ ذلك الحين توسعت الشبكة بعدد من المنافذ منها (الإنترنت) وقنوات تلفزيونية متخصصة في لغات متعددة في عدة مناطق من العالم.
- بدأت قناة الجزيرة في عام ١٩٩٦ تزامن إنشاء الجزيرة مع إغلاق القسم العربي لتلفزيون هيئة الإذاعة البريطانية (المنشأة بالاشتراك مع السعودية) في أبريل ١٩٩٤ فانضم للجزيرة العديد من العاملين في المحطة البريطانية.
- تعد الجزيرة من القطاعات الخاصة، شعارها (الرأي والرأي الآخر) وشعارات أخرى مثل (الجزيرة نبض الأمة-تنقل لكم الخبر أيما كان - مشاهدي قناة الجزيرة أكثر من عدد مشاهدي كل القنوات الإخبارية - دائماً في الريادة - الدقة - الوضوح)
- تضم قناة الجزيرة العديد من القنوات المتخصصة بالإضافة إلى قنواتها الإخبارية الرئيسية اعتباراً من عام ٢٠٠٧ تغطي جميع اهتمامات الأهداف المخاطبة من كافة الفئات العمرية، والثقافية حيث تشمل شبكة قنوات الجزيرة التلفزيونية قناة (الإخبارية- مباشر-مباشر مصر- الوثائقية-الإنجليزية- الرياضية- الرياضية للأخبار- الأطفال-يراعم الأطفال-بي إن سبورت-نت-البلقان- مركز الجزيرة للدراسات-مركز الجزيرة للتدريب والتطوير- أردو) حيث تعددت قنوات الجزيرة من حيث الاتجاهات ومنها في نفس الاتجاه مثل القنوات الرياضية فمنها (١٠) قنوات مشفرة وقناة تبث بتقنية فيديو عالي الوضوح وقناتين مفتوحتين.
- تحرص دائماً قناة الجزيرة على استمرار بث النشرات الإخبارية لتتابع تغطية الأحداث على مدار اليوم مثل (الجزيرة هذا الصباح-الجزيرة هذا المساء-الجزيرة منتصف اليوم) كما تتنوع النشرات

والبرامج الإخبارية من (سياسية-اقتصادية - رياضية - جوية) كأحد الخدمات الإعلامية المتطورة المنقولة عن وكالات الأنباء الإعلامية وتقارير مكاتب ومراسلو القناة في معظم الدول محل الاهتمام.

برامج قناة الجزيرة

من البرامج الإخبارية لقناة الجزيرة (شاهد على العصر-الاتجاه المعاكس- بلا حدود-حديث الثورة- الواقع العربي- ما وراء الخبر-من واشنطن - في العمق-لقاء خاص)

- **في العمق:** برنامج سياسي حوارى أسبوعي، يقدمه علي الظفيري، يبحث البرنامج في القضايا السياسية والفكرية بعمق وتركيز، وبيحث الأسباب والمآلات والمناهج الكامنة وراء تلك القضايا. يستضيف كبار المفكرين والمحللين لبحث الزوايا المختلفة للقضية المثارة على طاولة النقاش.
- **شاهد على العصر:** برنامج حوارى أسبوعي مسجل، يقدمه أحمد منصور، تقوم فكرته على إجراء حوار مباشر مع أحد السياسيين ليشهدوا على حقبة زمنية مدعمة بالأدلة والبراهين والوثائق ...
- **بلا حدود:** برنامج حوارى أسبوعي يقدمه أحمد منصور، يجري حوارا مع أحد المسؤولين أو السياسيين ليعبر عن رأيه الخاص في القضايا المثارة بصراحة ودون حدود ويؤيده بالبراهين والوثائق.
- **الاتجاه المعاكس:** برنامج حوارى أسبوعي يقدمه فيصل القاسم، ويتطرق لمواضيع حساسة في السياسة والاقتصاد وقضايا اجتماعية وأحيانا دينية. وتقوم فلسفته على سبر أغوار الآراء المتناقضة، ويطرح استفتاء يحمل وجهتي نظر متناقضتين.
- **ما وراء الخبر:** برنامج حوارى يومي مباشر، تقوم فكرته على معالجة مفصلة لحدث يشغل الساحة في وقته، ويعمد إلى طرح أسئلة متعددة تتعلق بالخبر المتناول يجيب عليها عدد من الخبراء أو المسؤولين ليضع الحقيقة أمام المشاهد تاركا له حرية اتخاذ موقفه.
- **لقاء اليوم:** برنامج حوارى يستضيف مسئولين وشخصيات عامة لمناقشة تطورات الأحداث وقضايا الساعة.
- **الواقع العربي:** برنامج حوارى سياسي يومي يناقش تطورات المنطقة العربية وقضايا الساعة وانعكاساتها على المستوى الاقليمي والدولي.
- **حديث الثورة:** برنامج حوارى مباشر يتناول مسار الثورات في البلدان العربية، وما حققته من نجاحات، وما يعترضها من عقبات، ويستضيف البرنامج المسؤولين والنشطاء والخبراء السياسيين لتحليل هذه العناصر بكل حرية وشفافية.

الإطار التطبيقي

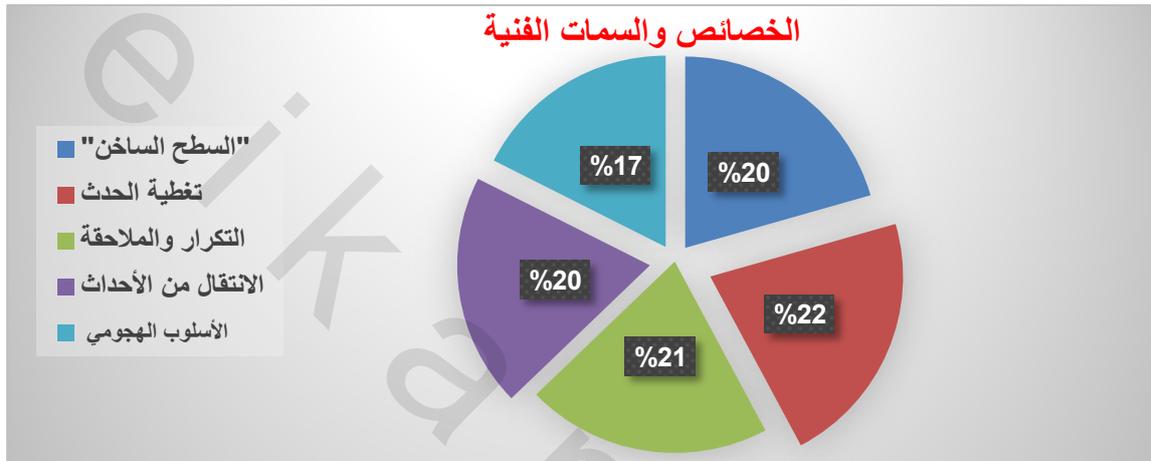
الدراسة التحليلية لشبكة الجزيرة:

وقد أتبعنا الدراسة أسلوب التحليل الكيفي والكمي لعينة من الحلقات لعدد ست برامج إخبارية حوارية تبث على قناة الجزيرة الفضائية وهي (الاتجاه المعاكس- بلا حدود-في العمق-حديث الثورة- الواقع

العربي- ما وراء الخبر) على مدى الدورتين البرامجيتين (يوليو-سبتمبر، وأكتوبر-ديسمبر ٢٠١٣)، بإجمالي عدد ٦٠ حلقة بواقع ١٠ حلقات لكل برنامج.

وتأسيساً على ما سبق وفي إطار تحليل ما توفر عن القناة من معلومات وبيانات وما تم رصده من ملامح خاصة بخريطتها التليفزيونية، ونمطها الإعلامي والدعائي وإمكانياتها وقدراتها التكنولوجية وطبقاً للأسس والمبادئ المتبعة في تحديد مقومات التأثير النفسي للبرامج الإخبارية بشبكة الجزيرة، وجاءت النتائج كالتالي:

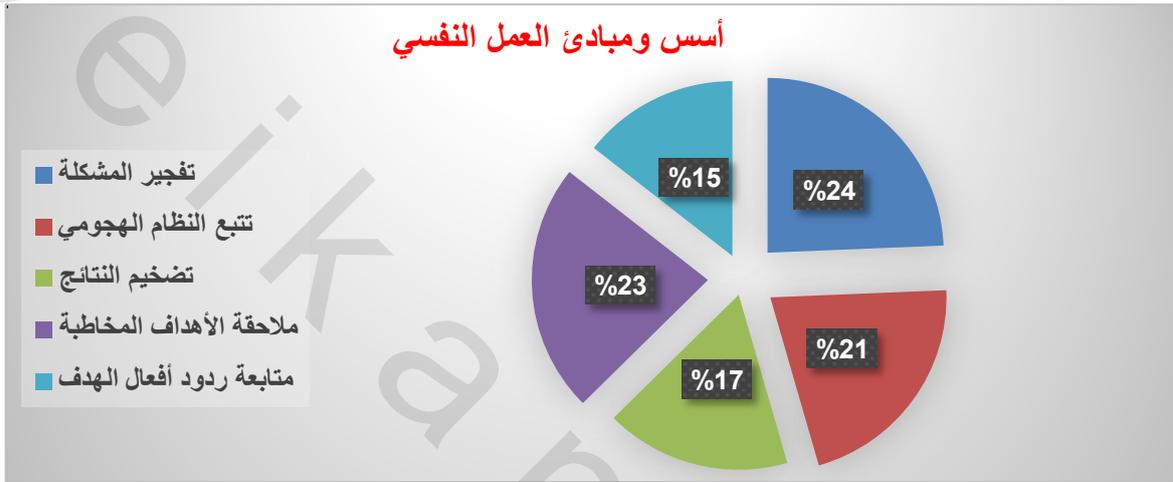
شكل رقم (١) الخصائص والسمات الفنية للبرامج عينة الدراسة



توضح نتائج الشكل السابق أن القناة تعتمد على العديد من الخصائص والسمات الفنية في إعداد خطتها بالشكل الذي يمكن من خلاله تحقيق النجاح المرجو في التأثير على الأهداف المخاطبة، وجاء في الترتيب الأول وبنسبة (١٠٠%) من إجمالي عينة الدراسة أن هذه البرامج "تراعي دائماً تغطية الحدث في وقت حدوثه" ونقل الأخبار أولاً بأول LIVE حرصاً منها على كسب ثقة الجمهور ومراعاة الدقة والمصداقية. وفي الترتيب الثاني وبنسبة (٩٥%) جاء "اتباع نظرية "السطح الساخن"، وهي تتضح من سرعة الانتقال من خبر لآخر، والسرعة والاستباق في النقل حتى ولو كان الخبر غير دقيق، وأيضاً جمع المتضادين من التوجهات على مائدة واحدة. أما في الترتيب الثالث وبنسبة (٩١%) أن هذه البرامج "تتبع الأسلوب الهجومي في برامجها الحوارية"، كما تتسم حواراتها بالجرأة والمواجهة واختيار الشخصيات المؤثرة محل الاهتمام حيث تقوم على أربعة عناصر (المحاور - الضيف - مداخلات خارجية - الموضوع محل الاهتمام)، كما أنها تراعي البث المباشر LIVE مما يزيد من فاعليتها وموضوعيتها. ويليه في الترتيب الرابع وبنسبة (٩١%) أن هذه البرامج "تقوم على مبدأ التكرار والملاحقة"، وتتبع دائماً أسلوب التكرار في الأحداث الهامة للدول محل الاهتمام مركزه على الأحداث والمشاهد المثيرة للعاطفة وإبراز السلبيات لجذب انتباه المشاهد وضمان استمرارية متابعتها، وظهر ذلك أثناء تغطيتها لأحداث ثورات الربيع العربي خاصةً مصر وسوريا. وأخيراً في الترتيب الخامس وبنسبة

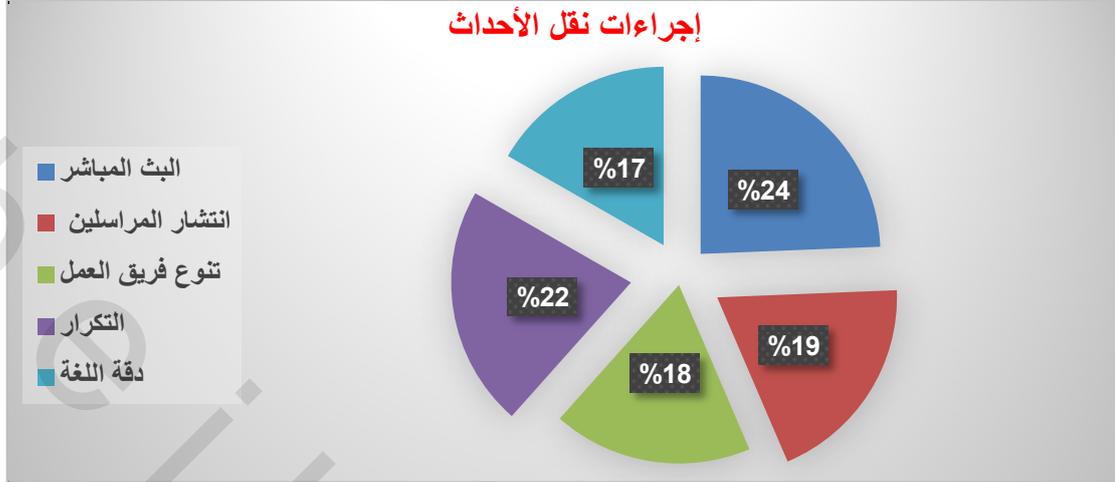
(٨١%) أن هذه البرامج تنسم ب"السرعة في الانتقال من الأحداث لضمان التغطية الشاملة، والانتقال للحدث الأهم والمشوق، وأتضح ذلك أثناء عرض أحداث "رابعة العدوية" في ثورة ٣٠ يونيو بمصر تزامنا مع مؤتمر صحفي بليبيا "مؤتمر طرابلس" فاستخدمت القناة أسلوب النقل السريع دون استخدام أي فواصل إعلانية مما يدل على سرعة المتابعة، وحرصها الشديد على تغطية جميع الأحداث الهامة في مختلف الدول كذا بثها المباشر لأحداث فض الاعتصام بمصر لإثارة الرأي العام.

شكل رقم (٢) أسس ومبادئ العمل النفسي المتبعة في البرامج عينة الدراسة



توضح نتائج الشكل السابق أن أسس ومبادئ العمل النفسي الناجح المتبعة في البرامج الإخبارية هي عبارة عن خطوات محددة تخدم أهداف القناة في إحداث التأثير النفسي المنشود، وذلك من خلال "تتبع إثارة وتفجير المشكلة" أمام الهدف المخاطب للقضايا محل اهتمامه وجاء في الترتيب الأول وبنسبة (٩٣% من إجمالي عينة الدراسة)، ويليه في الترتيب الثاني وبنسبة (٨٨%) أسلوب "ملاحقة الأهداف المخاطبة" من خلال التغطية الشاملة والواسعة للحدث عن طريق تناول عدة برامج للموضوع الواحد وذلك لضمان ملاحقة هذه الأهداف المخاطبة. في حين جاء "تتبع النظام الهجومي" (مباشر - غير مباشر) للأحداث المضادة في التغطية للبرامج عينة الدراسة في الترتيب الثالث وبنسبة (٨١%) وقد انعكس ذلك أثناء تغطية هذه البرامج أحداث ثورة ٣٠ يونيو بمصر وذلك من خلال متابعة أحداث الإخوان المسلمين دون انعكاس الطرف الآخر، كما حرصت على تكرار مشاهد الجرحى والقتلى من جانب واحد وهو للإخوان المسلمين لإحداث بلبلة داخل المجتمع المصري. ويليه أسلوب "تضخيم النتائج" لضمان حرص متابعة الهدف المخاطب عن طريق استثارة فضوله وانفعاله، وأخيراً جاءت "متابعة ردود أفعال الهدف" عن طريق التواصل بمواقعها على شبكة الإنترنت لضمان تحقيق أقصى انتشار وتواصل مع هذه الأهداف المخاطبة.

شكل رقم (٣) إجراءات نقل الأحداث في البرامج عينة الدراسة



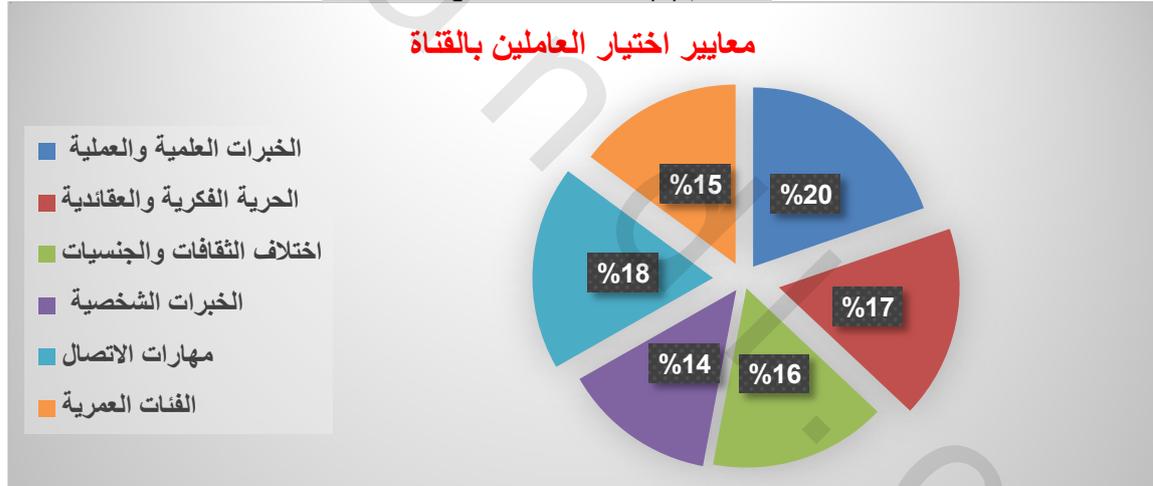
توضح نتائج الشكل السابق أن هناك عدة إجراءات في نقل الأحداث تجعلها رائدة دائماً في مجالها مثل: البث المباشر على مدار الـ (٢٤) ساعة يومياً لضمان متابعة الأحداث والقضايا وتطوراتها، وملاحقتها باستمرار، وقد جاء في الترتيب الأول وبنسبة (٩٥%) من إجمالي تغطية البرامج عينة الدراسة). ويليه في الترتيب الثاني وبنسبة (٨٥%) "تكرار عرض البرنامج" وذلك من خلال تكرار البرنامج الواحد (٣) مرات في الأسبوع مع مراعاة ملائمة توقيتات عرضه بما يتناسب مع الأهداف المخاطبة، واختيار التوقيتات المناسبة لعرض البرامج الهامة بما يضمن الملاحظة المحكمة للأهداف المخاطبة. ثم "تواجد وانتشار مراسلين للقناة في معظم الدول" لضمان التغطية الفورية والشاملة للأحداث. يليهم حرص هذه البرامج على أن يكون فريق العمل بها من مختلف الجنسيات لتنوع الثقافات ودقة تناول الموضوعات لكل الدول محل الاهتمام. وأخيراً نجد اهتمام الكبير بـ "الدقة اللغوية العالية وتجنب الأخطاء" في البرامج مما يعكس حرص القناة الشديد على الظهور بالمظهر اللائق بها.

شكل رقم (٤) التخطيط والإعدادات السيكولوجي للبرامج عينة الدراسة



توضح نتائج الشكل السابق أن تتبع القناة خطوات سيكولوجية محددة ومقننة في برامجها للوصول للهدف المنشود، وتحقيق أعلى قدر من التأثير في الأهداف المخاطبة متبعة في ذلك الخطوات الآتية: في الترتيب الأول وبنسبة (٩١% من إجمالي عينة الدراسة) التميز باختيارها الدائم "للموضوعات التي تثير عواطف وانفعالات الهدف المخاطب" متبعة في ذلك حرصها على عرض المشاهد والأحداث العنيفة الصعبة مع استخدام الصور والموسيقى التصويرية لإثارة الأهداف المخاطبة (استخدام مبدأ التكرار والملاحظة). وفي الترتيب الثاني وبنسبة (٧٥%) "الاهتمام بآراء المشاهد عن طريق استطلاعات الرأي" سواء عن طريق التصويت على القناة أو من خلال موقعها على الإنترنت. ثم في الترتيب الثالث استخدام الأساليب والطرق النفسية المختلفة التي "تخلق روح التوتر" والتفاعل بالأفكار دون ترتيب وتحكم. وفي الترتيب الرابع جاء بنسبة (٤٨%) أسلوب "إثارة مشاعر الخوف والقلق لدى الهدف المخاطب" مما يسهل عملية الإقناع والتأثير فيه وسرعة التغيير في الاتجاهات. ويليهما "استخدام المناظرات الحية بين المحاور والضيوف وطرح الموضوعات الشيقة" وما يتبعها من استثارة كلاً منهما الآخر مما يستثير المشاهد وينعكس على انفعالاتهم، وردود أفعالهم، ويبدو ذلك في التفاعل المباشر مع الأحداث من خلال البرامج والنشرات. وأخيراً "استخدام الديكورات المناسبة عالية التصميم" لخدمة أهدافها.

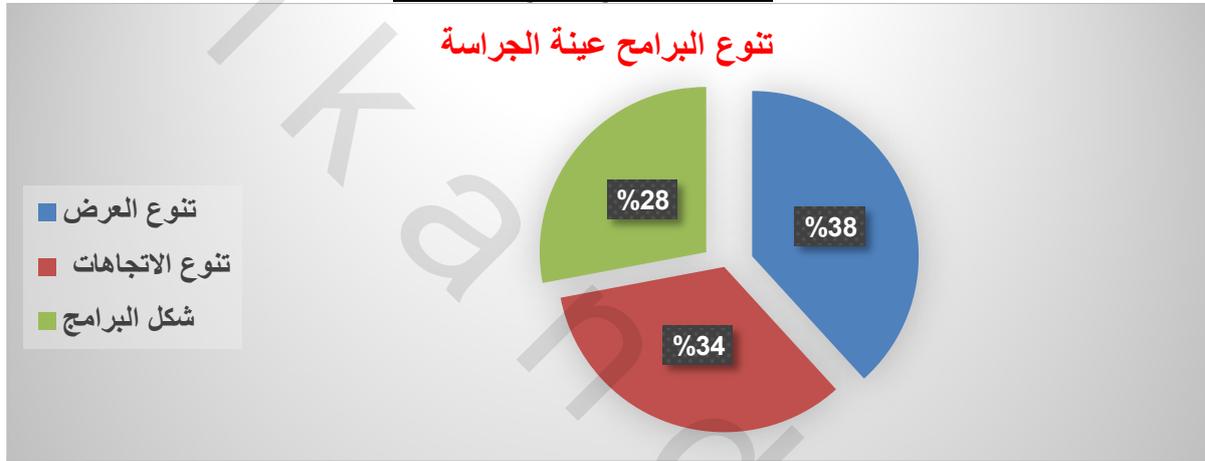
شكل رقم (٥) فريق العمل بالبرامج عينة الدراسة



توضح نتائج الشكل السابق أن القناة تراعي معايير ومواصفات عند اختيار العاملين بها وجاء في الترتيب الأول وبنسبة (٩٣% من إجمالي عينة الدراسة) الاهتمام بمعيار الدرجة العلمية والخبرة العملية، والمظهر، والشكل الخارجي، وتأهيلهم بدرجة عالية للعمل بالقناة فضلاً عن التغيير المستمر والتجديد في مقدمي البرامج وذلك لكسر حالة الملل لدى المشاهد، فهناك برامج ليس لها مقدم محدد كل حلقة يباشرها أحد مقدمي برامج الجزيرة مثل (برنامج ما وراء الخبر). وجاء في الترتيب الثاني وبنسبة (٨٧%) أن يتميزوا "بمهارات اتصال" ودرجة عالية من الثبات النفسي والقدرة على التحكم في إيماءات الجسم وتعبيرات الوجه ودرجة الصوت حسب الموضوع المطروح في المقابل وتجنب الصدام الشخصي مع الضيف، أو عدم المشاركة برأي شخصي. وفي الترتيب الثالث وبنسبة (٨٢%) نجد إن القناة تراعي

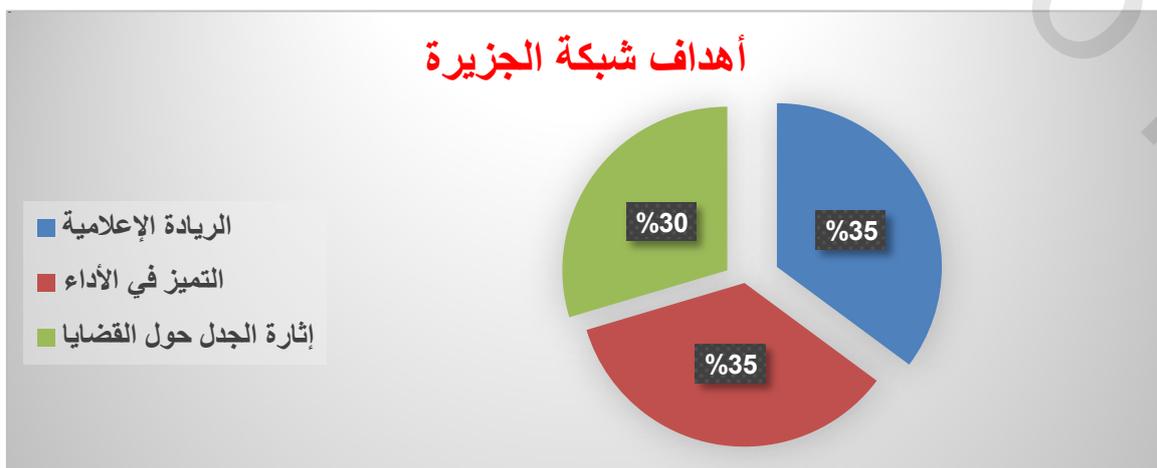
الحرية الفكرية والعقائدية في اختيار العاملين بها (فيصل القاسم سوري درزي - خديجة بن قنه مسلمه سنية - أحمد منصور مسلم إخواني - سامي حداد مسيحي)، كما أثبتت حرية التعبير والعقائدية والديموقراطية من خلال السماح لبعض المذيعات بازتداء الحجاب (خديجة بن قنه - نوران سلام). يليهم "جمع ثقافات وجنسيات مختلفة" فوجد منهم اللبناني والسوري والمصري، وأيضاً منهم من يحمل الجنسية الأمريكية. ثم في الترتيب التالي نجد تميز العاملين بالقناة بالخبرة والتحكم في النفس مع القدرة العالية على التحكم الانفعالي وعدم إضفاء الخبرات الشخصية، كما أن لديهم قدره على استثارة الضيف وجعله يشارك في الحوار، وإخراج كل ما لديه من مشاركات. وأخيراً أنها تحرص على التنوع في الفئات العمرية المختلفة من العاملين بها لضمان صدق التواصل مع مختلف الأعمار من الأهداف المخاطبة.

شكل رقم (٦) تنوع البرامج عينة الدراسة



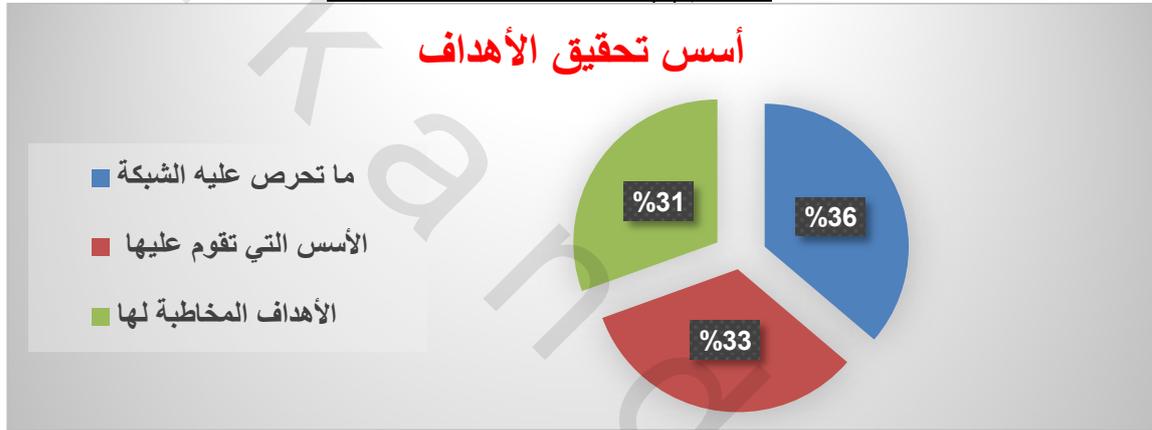
توضح نتائج الشكل السابق أن قناة الجزيرة تحرص على التنوع في البرامج سواء كانت برامج (حية أو مسجلة) وجاء تنوع العرض ببرامجها في الترتيب الأول (بنسبة ٩٣% من إجمالي العينة). كما أنها تتنوع من حيث الاتجاهات ما بين مؤيد ومعارض والذي جاء في الترتيب الثاني (بنسبة ٨٢%). يليهم شكل البرامج بنسبة (٦٨%)، وتعتبر البرامج الحوارية في قناة الجزيرة من أكثر الأدوات المستخدمة في نقل الرسائل للجمهور وتعتبر الملامح الرئيسية لإعداد الخريطة الخاصة بها.

شكل رقم (٧) أهداف شبكة الجزيرة



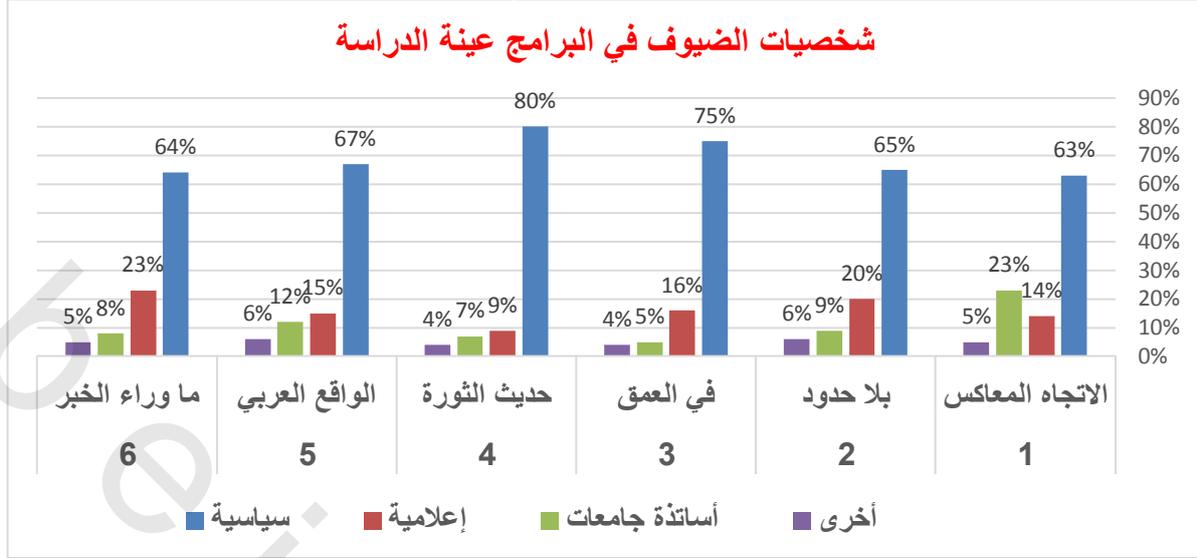
توضح نتائج الشكل السابق أن شبكة الجزيرة تحرص على تحقيق عدد من الأهداف جاء في الترتيب الأول وبنسبة (٩٥% من إجمالي العينة) "الريادة الإعلامية" و"التميز في الأداء" مما يفسر أن غالبية الدراسات واستطلاعات الرأي تؤكد أن شبكة الجزيرة تحقق أعلى نسب مشاهدة بين القنوات الفضائية. وجاء في الترتيب الثاني "إثارة الجدل حول القضايا" بنسبة (٨٠%) فوجد أنه تمثل طموح قناة الجزيرة منذ بداياتها في بث الآراء المخالفة التي أثارت جدلاً في دول الخليج العربي، كما إنها اكتسبت اهتماماً عالمياً وذلك في أعقاب هجمات (١١ سبتمبر ٢٠٠١) عندما كانت القناة هي القناة الوحيدة التي تغطي الحرب على أفغانستان على الهواء مباشرة من مكتبها هناك وتبث شريط فيديو "لأسامة بن لادن" وغيره من زعماء القاعدة وأكملت مشوارها من خلال اكتسابها اهتماماً بالغاً من الشعوب العربية والدولية لتغطيتها المتميزة للثورات العربية في تونس ومصر وليبيا وسوريا واليمن وتنافس قناة الجزيرة كبرى القنوات العالمية باللغتين العربية والإنجليزية.

شكل رقم (٨) أسس تحقيق أهداف شبكة الجزيرة



توضح نتائج الشكل السابق أنه جاء في الترتيب الأول بنسبة (٩٥% من إجمالي العينة) "ما نحرص عليه شبكة الجزيرة" من أسس تعمل من خلالها لتحقيق أهدافها وهي متمثلة في التغطية المباشرة والمستمرة للأحداث، وعرض البرامج في أوقاتها، وإنها تبدي وتظهر الحرص على الحيادية، والمظهر العام المتميز للمذيعين، والاهتمام بالإعادة والتكرار لبرامجها، والحرص على الانفراد الإعلامي وعلى توقيت القناة وعدد ساعات البث.... وجاء في الترتيب الثاني بنسبة (٨٧%) "الأسس التي تقوم عليها الشبكة" مثل: السعي وراء كل ما هو جديد من أحداث وموضوعات وقضايا، وكشف المستور من أسرار وخبايا وفضائح لإثارة الجدل وإشعال الأزمات باستمرار، بالإضافة إلى استغلال الحاجات الأساسية للهدف المخاطب (العوامل المعرفية - الفضول - وحب الاستطلاع - العواطف والانفعالات....)، يليهم في الترتيب العمل على التأثير وتعديل وتغيير المكون المعرفي لدى الأهداف المخاطبة والمتمثلة في السياسيين ومتخذي القرار، والنخب من المفكرين (الأدباء - المثقفين - الصحفيين) أصحاب التوجهات، والرأي العام المنساق، والمجتمعات العربية النصف مثقفة، وأخيراً الأطفال والرياضيين وذلك من خلال تخصيص عدد كبير من القنوات لهاتين الفئتين.

شكل رقم (٩) أهم تخصصات ضيوف البرامج الإخبارية في شبكة الجزيرة



توضح نتائج الشكل السابق أنه تنوعت تخصصات ضيوف البرامج الإخبارية بشبكة الجزيرة كما يلي: بالنسبة لبرنامج بلا حدود، جاءت الشخصيات السياسية في المركز الأول بنسبة (٦١%)، ثم جاء كل أساتذة الجامعات في المركز الثاني بنسبة (٢١%) لكل منهما، ثم الشخصيات الإعلامية في المركز الثالث بنسبة (١٣%)، ونسبة (٥%) لشخصيات في تخصصات مختلفة من إجمالي تكرارات تخصصات ضيوف برنامج بلا حدود والبالغ عددهم ٣٠ ضيف.

بالنسبة لبرنامج الاتجاه المعاكس، جاءت الشخصيات السياسية في المركز الأول بنسبة (٦٥%)، ثم الشخصيات الإعلامية في المركز الثاني بنسبة (٢٠%)، ثم أساتذة الجامعة في المركز الثالث بنسبة (٩%)، ونسبة (٦%) لشخصيات في تخصصات مختلفة من إجمالي تكرارات تخصصات ضيوف برنامج الاتجاه المعاكس بشبكة الجزيرة والبالغ عددهم ٦٠٧ ضيف.

بالنسبة لبرنامج في العمق، جاءت الشخصيات السياسية في المركز الأول بنسبة (٧٥%)، ثم الشخصيات الإعلامية في المركز الثاني بنسبة (١٦%)، ثم أساتذة الجامعة بنسبة (٥%)، ونسبة (٤%) لشخصيات في تخصصات مختلفة وذلك من إجمالي تكرارات تخصصات ضيوف برنامج في العمق بقناة الجزيرة والبالغ عددهم ٦٥ ضيف.

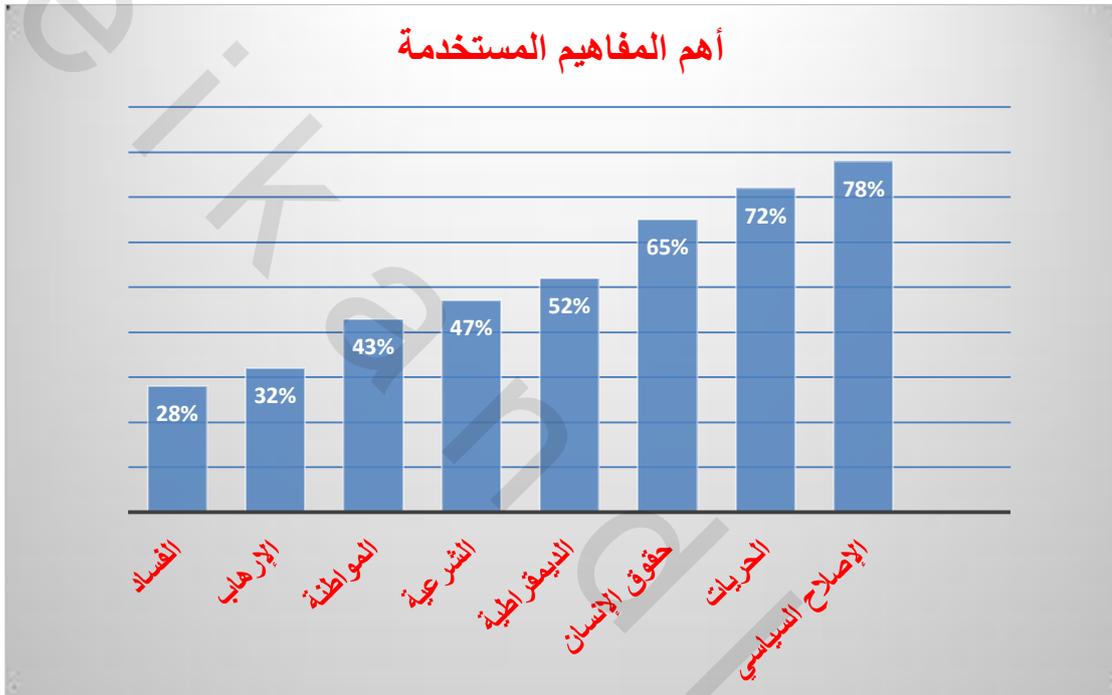
بالنسبة لبرنامج حديث الثورة، جاءت الشخصيات السياسية في المركز الأول بنسبة (٨٠%)، ثم الشخصيات الإعلامية بنسبة (٩%)، ثم أساتذة الجامعة بنسبة (٧%)، ثم رؤساء وممثلين لأحزاب سياسية بنسبة (٤%) من إجمالي تكرارات تخصصات ضيوف برنامج حديث الثورة بقناة الجزيرة والبالغ عددهم ٦١ ضيف.

بالنسبة لبرنامج الواقع العربي، جاءت الشخصيات السياسية في المركز الأول بنسبة (٦٧%)، ثم الشخصيات الإعلامية في المركز الثاني بنسبة (١٥%)، ثم أساتذة الجامعة بنسبة (١٢%)، ونسبة

(٦%) لشخصيات في تخصصات مختلفة، وذلك من إجمالي تكرارات تخصصات ضيوف برنامج الواقع العربي بقناة الجزيرة والبالغ عددهم ٨٧ ضيف.

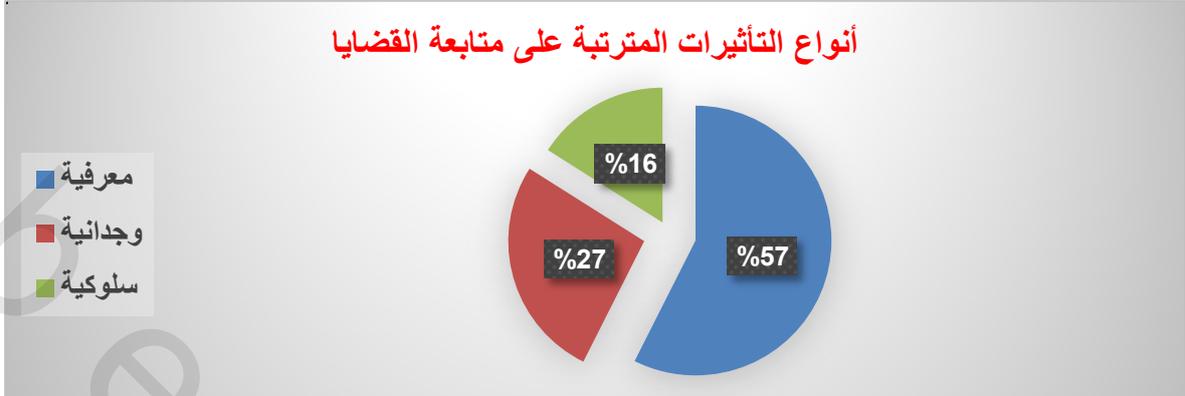
بالنسبة لبرنامج ما وراء الخبر، جاءت الشخصيات السياسية في المركز الأول بنسبة (٦٤%)، ثم الشخصيات الإعلامية بنسبة (٢٣%)، ثم أساتذة الجامعة بنسبة (٨%)، ثم رؤساء وممثلين لأحزاب سياسية بنسبة (٥%) من إجمالي تكرارات تخصصات ضيوف برنامج ما وراء الخبر بقناة الجزيرة والبالغ عددهم ٣٦ ضيف.

شكل رقم (١٠) أهم المفاهيم والمصطلحات المستخدمة في شبكة الجزيرة



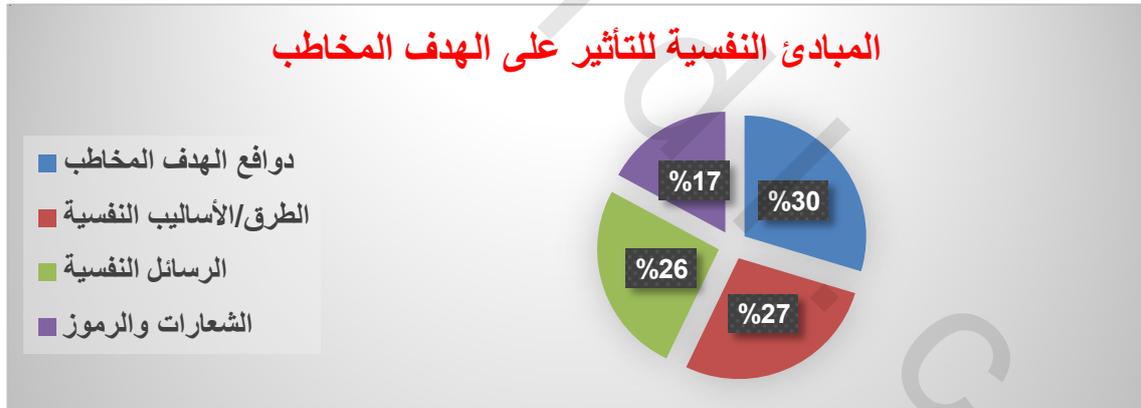
توضح نتائج الشكل السابق أن أكثر المفاهيم والمصطلحات شيوعاً واستخداماً في التغطية الإخبارية لمقدمي البرامج في قناة الجزيرة هي "الإصلاح السياسي، الحريات، حقوق الإنسان، الديمقراطية، الشرعية، المواطنة، الإرهاب، الفساد" وبنسب كبيرة ومتقاربة ومتدرجة كما يتضح من الشكل السابق، وذلك في إطار التأثير النفسي بما تحمله هذه المصطلحات من أحلام وأمان تدغدغ شعور الشعوب العربية خاصة في الوقت الراهن، وفي ظل الظروف التي تعيشها المنطقة العربية.

شكل رقم (١١) أنواع التأثيرات المترتبة على متابعة القضايا على شبكة الجزيرة



توضح نتائج الشكل السابق أن هناك تأثيرات مترتبة على متابعة القضايا على شبكة الجزيرة في الترتيب الأول وبنسبة (٩٧% من إجمالي عينة الدراسة) معرفية متمثلة في معرفة أسباب حدوث القضية التي يتم تناولها، ومعرفة معلومات أكثر عنها. وفي الترتيب الثاني وبنسبة (٤٥%) وجدانية تتضح من زيادة الحماس لمتابعة القضية، والتعاطف مع أو ضد الشخصيات المرتبطة بالقضية. وأخيراً وبنسبة (٢٧%) سلوكية وتظهر من خلال تبادل الرأي حول المفهوم مع الآخرين، واتخاذ موقف إيجابي أو سلبي تجاه القضية.

شكل رقم (٩) المبادئ النفسية للتأثير على الهدف المخاطب



توضح نتائج الشكل السابق أن مما لاشك فيه أن قناة الجزيرة قد أثارت مشاعر القلق والتوتر في كافة الأوساط خاصة في الآونة الأخيرة بعد تفاقم الأحداث وثورات ما أطلق عليه "الربيع العربي" بالرغم من أنه تذبذب موقف الجزيرة لفترة قصيرة من الوقت بعد تولي "حمد بن خليفة" الحكم من موقف التصعيد إلى الموقف الوسطي وسرعان ما عادت إلى موقفها المهاجم مرة أخرى، حيث تعتمد في عملها على بعض الأسس والمبادئ النفسية للتأثير على الهدف المخاطب مستخدمة في ذلك بعض الطرق والأساليب والرسائل النفسية التي تهدف من خلالها إلى التأثير في وجدان ومشاعر، وإتجاهات الهدف المخاطب

واقناعه ومنها وفي الترتيب الأول وبنسبة (٩٢% من إجمالي العينة) دوافع الهدف المخاطب مما يفسر حرص الشبكة دائماً على استغلال بعض العمليات العقلية والنفسية للهدف المخاطب للتأثير فيه واستثارة عاطفته من خلال عرض المشاهد العنيفة والمؤثرة مع الصور والموسيقى التصويرية، كما أنها تستخدم دافع استثارة فضوله عن طريق تقديم اللقطات الفجائية وكثرة استخدام الإعلانات عن برامجها ولقاءاتها لضمان التشويق وبقاء المشاهد للتواصل معها. وفي الترتيب الثاني وبنسبة (٨٥%) جاءت الطرق/الأساليب النفسية والتي توضح النتائج السابقة أن شبكة الجزيرة قد استخدمت العديد من الطرق والأساليب لتحقيق أهدافها في التأثير على الأهداف المخاطبة، وذلك من خلال استخدام عدة أساليب منها أسلوب الضغط النفسي على صناعات القرار من خلال تحريض الرأي العام على الاعتراض والتمرد ورفض الواقع والبيئة المحيطة، وتشجيعه على إبداء رأيه بحرية وجرأة، وأيضاً أسلوب التفنيد المباشر/غير المباشر مما يفسر حرص القناة على إنتاج وعمل برامج تسعى لكشف الحقائق، والرد على أي إتهامات من خلال إستضافة الرأي والرأي الآخر له سواء بصورة مباشرة أو غير مباشرة وظهر ذلك في عرض مشاهد لقتلى وجرحى سوريين رداً على إعلان الأسد أنه "يتعامل مع شعبه بصورة من الأبوية وأنه يسعى دائماً للصلح"، كما أنها ترد على أي اتهام للقناة نفسها مثلما فعلت في أحداث ثورة ٣٠ يونيو المصرية عند عرضها لمشاهد محرقة ومزيفة لهجوم الجيش المصري على القناة واعتقال العاملين بها وجاء هذا رداً على منع قناة الجزيرة من بث الأحداث المصرية. كما استخدمت أسلوب التقارب والصدقة من خلال استضافة جميع الآراء وجميع الاتجاهات محل الاهتمام واستضافة الشخصيات من جميع البلاد والديانات المختلفة حتى وإن كانت غير مؤيدة لفكر الشبكة أو فكر البرنامج والمحاور نفسه، بالإضافة إلى استخدام أسلوب الدعاية في تغطية أحداث ثورات الربيع العربي سواء في (مصر-ليبيا-سوريا-تونس-اليمن) مستخدمة دعاية مجهولة المصدر وغير صحيحة وظهر ذلك بوضوح في الأحداث المصرية الحالية منذ ثورة ٣٠ يونيو وأحداث اعتصامات رمسيس ومسجد الفتاح عندما أوحى للمشاهد أن الجيش المصري وقوات الأمن هما من يطلق النار من مئذنة مسجد الفتاح، واستخدمت قناة الجزيرة مستخدمة الدعاية بأنواعها (بيضاء-سوداء-رمادية) وخاصة الدعاية السوداء، بالإضافة إلى أسلوب التكيف/التشريط والذي يتضح من خلال بث الصور والمشاهد الحية للقتلى والأسرى، والمذابح والحروب مع حرصها الشديد على تكرار تلك المشاهد وبث الآراء المعارضة باستمرار مما أدى إلى حالة من السلبية واللامبالاة لدى الرأي العام، وظهر ذلك في تكرار بث مشاهد الأسرى الفلسطينيين والمذابح والقتلى السوريين وأحداث الحرس الجمهوري وأحداث مسجد الفتاح، ومن أكثر الأساليب شيوعاً واستخداماً هو أسلوب التشكيك وعدم الثقة والذي سعت الشبكة من خلال بث مشاعر التشكيك وعدم الثقة بإظهار أن الحكومات وقادة الدول غير قادرين على حل مشكلاتهم واحتواء شعبيهم، كما ظهر ذلك في أحداث تركيا وغيرها من الدول، وظهر ذلك بوضوح في مصر عند تشكيك الأهداف المخاطبة في الإعلام المصري من خلال بث مشاهد للإعلام المصري بقيام بعض القنوات والمذيعين المصريين بتلقيق الضيف

الحوار الذي يقال في البرنامج مع تقاضيه أجر لذلك، وعرض كل ماهو مخالف للإعلام المصري وقضاياه، وأخيراً استخدام أسلوب الإيحاء فنجد أنه دائماً ما تظهر شبكة الجزيرة أمام الرأي العام بمظهر المدافع عن الحق، وأنها تسعى دائماً للبحث عن الحقائق وتحرص على ظهورها بأنها مساندة لأي قوة معارضة مما يساعدها على جذب انتباه الأهداف المخاطبة وسهولة الإلتفاف حولها.

أما من حيث الرسائل النفسية فقد جاءت في الترتيب الثاني وبنسبة (٨٥%) فنجد أن شبكة الجزيرة تعد في حد ذاتها بمثابة رسالة نفسية مخاطبة جميع الثقافات، حيث يتلخص مضمونها أنها الأداة الوحيدة المعبرة عن آراء الشعوب وعن الحرية والديموقراطية، وأن باستطاعتها تغيير وتعديل الأوضاع والأكثر تأثيراً في الآخرين عن طريق الأداة الإعلامية التي أصبحت عامل أساسي في التأثير في الآخرين في مجتمعاتنا، وأنها الأكثر تميزاً ومشاهدةً. وقد تمثلت رسائلها النفسية في الآتي: (الجزيرة اختيار الأبناء والأخبار وتلقيها وإذاعتها بأي وسيلة من الوسائل التي تعبر عن الحرية- الجزيرة تسعى دائماً لحرية إعتناق الآراء- لكل شخص الحق في حرية الرأي والتعبير- ندرّب أفضل الصحفيين لأصعب المواقف- أكثر من ١٠٠٠ مشاهد يومياً على TWITER، أكثر من مليون على صفحتنا على YOUTUBE، أكثر من ٤ مليون على صفحتنا الخاصة على الـ FACBOOKE - من حق المواطن أن يطلع على كل ما يحدث حوله دون القيود التي تفرضها الحكومات- الصحافة ليست هواية إنما مهنة وأمانة).

وفي الترتيب الرابع وبنسبة (٥٣%) جاءت الرموز/الشعارات، فقد احتل رمز الجزيرة مكانة خامس أقوى علامة تجارية في العالم، وقد صممه الفنان والخطاط " حمدي الشريف" الذي يعمل في تليفزيون قطر منذ عام ١٩٧٣ وأنطلق الفنان به بعد الإعلان عن مسابقة تصميم شعار للجزيرة بعد سنة من إفتتاح القناة قام بتقديم العديد من الأفكار، ثم استوحى فكرة الشعار الحالي وقدمه مما لاقى إعجاباً شديداً خاصة من الأمير "حمد بن خليفة" أمير قطر في ذلك الوقت ومن ثم أصبح شعار القناة، كما تتخذ القناة رمزاً لها متمثل بكلمة الجزيرة بالحروف العربية ويكتب أسفلها الحروف الأولى من ترجمتها بالإنجليزية (J.S.C) إختصاراً لكلمة (ALJAZEERA SATALLITE CHANNEL)، أيضاً يرمز لها بكرة أرضية نصفها أزرق دليل على صفائها ونقاؤها، وتغطيها لجميع الأحداث في مختلف الدول، ويتشعب ذلك اللون الأزرق أجزاء صفراء نارية دليل على تناولها الأحداث الصعبة وتغطيها في أوقاتها، وعليها شبكة خفيفة تعكس حرية القناة في تناول الموضوعات، والتحرر من القيود بكافة أشكالها وسعيها وراء البحث عن الحقوق والحيات، كما تمثل في شكل كرة أرضية مقذوفة من السماء دليل على الثراء والحرية والإتساع ثم تهبط بقوه إلى قاع البحار في مياه جارية للدلالة على العمق والنقاء والتطوير والتجديد ثم تتحول للون الذهبي الناري المشتعل داخل المياه للدلالة على بريقها وتألقها وتعكس النار في المياه إلى الصمود والمواجهة أمام جميع التيارات المضادة وتتطلق مره أخرى إلى الخروج إلى سطح الماء للدلالة على نشاطها وتغطيها وتألقها المستمر متساقط منها بعض قطرات المياه للدلالة على الشفافية والصدق.

أما بالنسبة للشعارات فنجد إن شبكة الجزيرة قد استخدمت العديد من الشعارات منها: ("الرأي والرأي الآخر" للتأكيد على الديمقراطية، والاحتواء لجميع الآراء والحياد والموضوعية- "تنقل لكم الخبر أياما كان" للدلالة على التغطية الواسعة والشاملة، والمتابعة الجيدة الأحداث في كل مكان- "الجزيرة نبض الأمة" للدلالة على المشاركة والتعاون مع الأهداف المخاطبة وأنها تعكس دائماً عين الحقيقة- "دائماً في الريادة" لانعكاس تفوقها، وكسب ثقة الهدف المخاطب فيها- "مشاهدي قناة الجزيرة أكثر من عدد مشاهدي كل القنوات الإخبارية" للدلالة على اجتيازها وانفرادها ضمن القنوات الإخبارية الأخرى وجذب الانتباه لها- "الحقيقة والوضوح" يعكس سعيها الدائم وراء الحقائق والشفافية والصدق في نقل الأخبار والأحداث- "التغطية مستمرة" للدلالة على الاستمرارية- "الإعلام المحايد" للدلالة على المهنية والاحتراف- "الباحث عن الحقيقة" للدلالة على المصداقية.

الخاتمة

النتائج العامة:

- تعتمد الشبكة على العديد من الخصائص والسمات الفنية والمقومات العلمية والمعرفية في إعداد خطتها للبرامج الإخبارية بالشكل الذي يمكن من خلاله تحقيق النجاح المرجو في التأثير على الأهداف المخاطبة من حيث:

١- إتباع نظرية "السطح الساخن" وهي: تعتمد على سرعة الانتقال من خبر لآخر، والاستباق حتى ولو كان الخبر غير دقيق، وجمع المتضادين من التوجهات على مائدة واحدة.

٢- تراعي دائماً تغطية الحدث في وقت حدوثه ونقل الأخبار أولاً بأول LIVE حرصاً منها على كسب ثقة الجمهور ومراعاة الدقة والمصداقية.

٣- تقوم على مبدأ التكرار والملاحقة وتتبع دائماً أسلوب التكرار في الأحداث الهامة للدول محل الاهتمام مركزه على الأحداث والمشاهد المثيرة للعاطفة، وإبراز السلبيات لجذب انتباه المشاهد وضمان استمرارية متابعتها.

٤- السرعة في الانتقال من الأحداث لضمان التغطية الشاملة، والانتقال للحدث الأهم والمشوق.

٥- تتبع الأسلوب الهجومي في برامجها الحوارية كما تتسم ببرامجها وحواراتها بالجرأة والمواجهة واختيار الشخصيات المؤثرة محل الاهتمام حيث تقوم على أربعة عناصر (المحاور - الضيف - مداخلات خارجية - الموضوع محل الاهتمام)، كما أنها تراعي البث المباشر LIVE مما يزيد من فاعليتها وموضوعيتها.

- تتبع شبكة الجزيرة أسس ومبادئ العمل النفسي الناجح من خلال اتباعها لخطوات محددة تخدم أهدافها في إحداث التأثير النفسي المنشود باتباع الآتي:

١- إثارة وتفجير المشكلة أمام الهدف المخاطب للقضايا محل اهتمامه.

- ١- تتبع النظام الهجومي (مباشر - غير مباشر) للأحداث المضادة.
- ١- ثم تنتقل إلى مرحلة تضخيم النتائج لضمان حرص متابعة الهدف المخاطب عن طريق استئارة فضوله وانفعاله.
- ١- التغطية الشاملة والواسعة للحدث عن طريق تناول عدة برامج للموضوع الواحد لضمان ملاحقة الأهداف المخاطبة.
- ١- متابعة ردود أفعال الهدف عن طريق التواصل بمواقعها على شبكة الإنترنت لضمان تحقيق أقصى انتشار وتواصل مع الأهداف المخاطبة.
- كما تتبع عدة إجراءات في نقل الأحداث تجعلها رائدة دائماً في مجالها مثل:
 - ١- البث المباشر على مدار الـ (٢٤) ساعة يومياً لضمان متابعة الأحداث والقضايا وتطوراتها وملاحقتها باستمرار.
 - ١- تواجد مراسلين للقناة في معظم الدول لضمان التغطية الفورية والشاملة للأحداث.
 - ١- حرصها على أن يكون فريق العمل بها من مختلف الجنسيات لتنوع الثقافات ودقة تناول الموضوعات لكل الدول محل الاهتمام.
 - ١- تكرار عرض البرنامج الواحد (٣) مرات في الأسبوع، مع مراعاة توقيتات عرضه بما يتناسب مع الأهداف المخاطبة. واختيار التوقيتات المناسبة لعرض البرامج الهامة بما يضمن الملاحقة المحكمة للأهداف المخاطبة.
 - ١- الدقة اللغوية العالية وتجنب الأخطاء في برامجها مما يعكس حرصها الشديد على الظهور بالمظهر اللائق بها.
- تتبع البرامج الإخبارية بشبكة الجزيرة خطوات سيكولوجية محددة ومقننة للوصول للهدف المنشود وتحقيق أعلى قدر من التأثير في الأهداف المخاطبة متبعة في ذلك الخطوات الآتية:
 - ١- تتميز باختيارها الدائم للبرامج التي تثير عواطف وانفعالات الهدف المخاطب متبعة في ذلك حرصها على عرض المشاهد والأحداث العنيفة الصعبة مع استخدام الصور والموسيقى التصويرية لإثارة الأهداف المخاطبة (استخدام مبدأ التكرار والملاحقة).
 - ١- استخدام المناظرات الحية بين المحاور والضيوف وطرح الموضوعات الشيقة وما يتبعها من استئارة كلاً منهما الآخر مما يستثير المشاهد وينعكس على انفعالاتهم وردود أفعالهم ويبدو ذلك في التفاعل المباشر مع الأحداث من خلال البرامج والنشرات.
 - ١- استخدام الأساليب والطرق النفسية المختلفة التي تخلق روح التوتر والتفاعل بالأفكار دون ترتيب وتحكم.
 - ١- إثارة مشاعر الخوف والقلق لدى الهدف المخاطب مما يسهل عملية الإقناع والتأثير فيه وسرعة التغيير في الاتجاهات.

- ١- الاهتمام بآراء المشاهد عن طريق استطلاعات الرأي سواء عن طريق التصويت على القناة أو من خلال موقعها على الإنترنت.
- ٢- استخدام الديكورات المناسبة عالية التصميم لخدمة أهدافها.
- ٣- تراعي القناة اختيار العاملين بها من حيث:
 - ١- الدرجة العلمية والخبرة العملية، والمظهر، والشكل الخارجي، وتأهيلهم بدرجة عالية للعمل بالقناة فضلاً عن التغيير المستمر، والتجديد في مقدمي البرامج لكسر حالة الملل لدى المشاهد فهناك برامج ليس لها مقدم محدد كل حلقة يباشرها أحد مقدمي برامج الجزيرة (برنامج ما وراء الخبر).
 - ٢- الحرية الفكرية والعقائدية في اختيار العاملين بها فمنهم الدرزي -السنّي - إخوان مسلمين - المسيحي) والسماح لبعض المذيعات بارتداء الحجاب (خديجة بن قنه - نوران سلام).
 - ٣- تجمع ثقافات وجنسيات مختلفة فمنهم اللبناني والسوري والمصري ومنهم من يحمل الجنسية الأمريكية.
- ٤- يتميز العاملين بالقناة بالخبرة والتحكم في النفس مع القدرة العالية على التحكم الانفعالي وعدم إضفاء الخبرات الشخصية كما أن لديهم قدره على استئثار الضيف، وجعله يشارك في الحوار وإخراج كل ما لديه من مشاركات.
- ٥- لديهم درجة عالية من مهارات الاتصال الفعال والمتمثلة في الثبات النفسي، والقدرة على التحكم في إيماءات الجسم وتعبيرات الوجه، ودرجة الصوت حسب الموضوع المطروح في المقابل تجنب الصدام الشخصي مع الضيف أو عدم المشاركة برأي شخصي.
- ٦- كما أنها تحرص على التنوع في الفئات العمرية المختلفة من العاملين بها لضمان صدق التواصل مع مختلف الأعمار من الأهداف المخاطبة.
- ٧- تحرص شبكة الجزيرة على التنوع في البرامج سواء كانت برامج (الحية أو المسجلة) كما أنها تتنوع من حيث الاتجاهات ما بين مؤيد ومعارض.
- ٨- تعتبر البرامج الحوارية في شبكة الجزيرة من أكثر الأدوات المستخدمة في نقل الرسائل للجمهور وتعتبر الملامح الرئيسية لإعداد الخريطة الخاصة بها.
- ٩- تمثلت أهداف وطموح البرامج الإخبارية بشبكة الجزيرة في بث الآراء المخالفة والجدل لتنافس كبرى القنوات العالمية باللغتين العربية والإنجليزية.
- ١٠- وقد تمثلت أسس تحقيق أهداف البرامج الإخبارية بشبكة الجزيرة فيما تحرص عليه من (التغطية المباشرة والمستمرة للأحداث، عرض البرامج في أوقاتها، أبداء وإظهار الحرص على الحيادية، المظهر العام المتميز للمذيعين، الإعادة والتكرار للبرامج، الانفراد الإعلامي، الحرص على توقيت القناة وعدد ساعات البث).

- الأسس التي تقوم عليها البرامج الإخبارية بشبكة الجزيرة هي (السعي وراء كل ما هو جديد، كشف المستور، استغلال الحاجات الأساسية للهدف المخاطب (العوامل المعرفية - الفضول وحب الاستطلاع - العواطف والانفعالات).

- الأهداف المخاطبة البرامج الإخبارية بشبكة الجزيرة هي (السياسيون ومنتخذي القرار-الخب من المفكرين-الأدباء- المتقنين-الصحفيين- أصحاب التوجهات-الرأي العام المنساق-المجتمعات العربية النصف متقفة-الأطفال والرياضيين).

- أسس ومبادئ العمل النفسي البرامج الإخبارية بشبكة الجزيرة: تعتمد بشكل كبير على إثارة مشاعر القلق والتوتر في كافة الأوساط، كما أنها تستخدم بعض الأسس والمبادئ النفسية للتأثير على الهدف المخاطب مستخدمة في ذلك بعض الطرق والأساليب، والرسائل النفسية التي تهدف من خلالها إلى التأثير في وجدان ومشاعر، واتجاهات الهدف المخاطب وإقناعه.

- أما من حيث دوافع الهدف المخاطب: فتحرص البرامج الإخبارية بشبكة الجزيرة دائماً على إستغلال بعض العمليات العقلية والنفسية للهدف المخاطب للتأثير فيه، واستثارة عاطفته من خلال عرض المشاهد العنيفة والمؤثرة مع الصور والموسيقى التصويرية كما أنها تستخدم دافع إستثارة فضوله عن طريق تقديم اللقطات الفجائية وكثرة استخدام الإعلانات عن برامجها ولقاءاتها لضمان التشويق وبقاء المشاهد للتواصل معها.

- استخدمت البرامج الإخبارية بشبكة الجزيرة العديد من الطرق والأساليب لتحقيق هدفها في التأثير على الهدف المخاطب ذلك من خلال:

لـ الضغط النفسي على صناع القرار من خلال تحريض الرأي العام على الإعتراض والتمرد ورفض الواقع والبيئة المحيطة وتشجيعه على إبداء رأيه بحرية وجرأة.

لـ التنفيذ المباشر/غير المباشر: متمثل في حرص القناة على إنتاج وعمل برامج تسعى لكشف الحقائق والرد على أى إتهامات من خلال استضافة الرأي والرأي الآخر له سواء بصورة مباشرة أو غير مباشرة.

لـ التقارب والصدقة من خلال استضافة جميع الآراء وجميع الاتجاهات محل الاهتمام واستضافة الشخصيات من جميع البلاد والديانات المختلفة حتى وإن كانت غير مؤيدة لفكر الشبكة أو فكر البرنامج والمحاورة نفسه.

لـ الدعاية من خلال تغطية أحداث ما أطلق عليه ثورات الربيع العربي سواء في (مصر-ليبيا-سوريا- تونس-اليمن) مستخدمة دعاية مجهولة المصدر وغير صحيحة، كما أنها استخدمت الدعاية بأنواعها (بيضاء-سوداء-رمادية) وخاصةً الدعايه السوداء.

لـ **التكيف/التشريط** من خلال بث الصور، والمشاهد الحية للقتلى، والأسرى والمذابح والحروب مع حرصها الشديد على تكرار تلك المشاهد، وبث الآراء المعارضة باستمرار مما أدى إلى حالة من السلبية واللامبالاة لدى الرأي العام.

لـ **التشكيك وعدم الثقة**: فقد سعت الشبكة أيضاً على بث مشاعر التشكيك وعدم الثقة من خلال إظهار أن الحكومات وقادة الدول غير قادرين على حل مشكلاتهم واحتواء شعبهم كما ظهر في أحداث تركيا وغيرها من الدول وظهر ذلك بوضوح في مصر عند تشكيك الأهداف المخاطبة في الإعلام المصري من خلال بث مشاهد للإعلام المصري بقيام بعض القنوات والمذيعين المصريين بتلقين الضيف الحوار الذي يقال في البرنامج مع تقاضيه أجر لذلك وعرض كل ما هو مخالف للإعلام المصري وقضاياها.

لـ **الإيحاء**: دائماً ما تظهر الشبكة أمام الرأي العام بمظهر المدافع عن الحق وأنها تسعى دائماً للبحث عن الحقائق وتحرص على إظهارها أنها مساندة لأي قوة معارضة مما يساعدها على جذب انتباه الأهداف المخاطبة وسهولة الإلتفاف حولها.

– **تعد قناة الجزيرة في حد ذاتها بمثابة رسالة نفسية مخاطبة جميع الثقافات حيث يتلخص مضمونها أنها الأداء الوحيدة المعبرة عن آراء الشعوب، وعن الحرية، والديموقراطية، وأن باستطاعتها تغيير وتعديل الأوضاع عن طريق الأداة الإعلامية التي أصبحت عاملاً أساسياً في مجتمعاتنا للتأثير في الآخرين وقد تمثلت رسائلها النفسية في الآتي:**

لـ الجزيرة تختار الأنباء والأخبار وتلقبها وتدعيها بأي وسيلة من الوسائل التي تعبر عن الحرية.

لـ الجزيرة تسعى دائماً لحرية اعتناق الآراء.

لـ لكل شخص الحق في حرية الرأي والتعبير.

لـ ندرّب أفضل الصحفيين لأصعب المواقف.

لـ أكثر من ١٠٠٠ مشاهد يومياً على TWITER أكثر من مليون على صفحتنا على YOUTUBE

أكثر من ٤ مليون على صفحتنا الخاصة على الـ FACBOOKE .

لـ من حق المواطن أن يطلع على كل ما يحدث حوله دون القيود التي تفرضها الحكومات.

لـ الصحافة ليست هواية إنما مهنة وأمانة.

– **إحتل رمز الجزيرة مكانة خامس أقوى علامة تجارية في العالم وأصبح شعار الشبكة. وتتخذ الشبكة رمزاً لها متمثل في كلمة الجزيرة بالحروف العربية ويكتب أسفلها الحروف الأولى من ترجمتها بالإنجليزية (J.S.C) إختصاراً لكلمة ALJAZEERA SATALLITE CHANNEL.**

– **استخدمت شبكة الجزيرة العديد من الشعارات منها:**

لـ "الرأي والرأي الآخر" للتأكيد على الديمقراطية والاحتواء لجميع الآراء والحياد والموضوعية.

لـ "تثقل لكم الخبر أياما كان" للدلالة على التغطية الواسعة والشاملة، والمتابعة الجيدة للأحداث في كل مكان.

لـ "الجزيرة نبض الأمة" للدلالة على المشاركة والتعاون مع الأهداف المخاطبة، وأنها تعكس دائماً عين الحقيقة.

لـ "دائماً في الريادة" لانعكاس تفوقها وكسب ثقة الهدف المخاطب فيها.

لـ "مشاهدو قناة الجزيرة أكثر من عدد مشاهدي كل القنوات الإخبارية" للدلالة على اجتيازها وانفرادها ضمن القنوات الإخبارية الأخرى وجذب الانتباه لها.

لـ "الحقيقة والوضوح" يعكس سعيها الدائم وراء الحقائق والشفافية والصدق في نقل الأخبار والأحداث.

لـ "التغطية مستمرة" للدلالة على الاستمرارية.

التوصيات:

وبناءً على نتائج الدراسة التحليلية الكيفية للبرامج الإخبارية بشبكة الجزيرة نوصي بالآتي:

١- التصدي بقوة للحرب النفسية التي تتعرض لها مصر شعباً ونظاماً من بعض وسائل الإعلام - خاصة القنوات الفضائية.

٢- تنفيذ أساليب الدعاية الموجهة من قبل بعض وسائل الإعلام-خاصة القنوات الفضائية.

٣- مواجهة أساليب وأشكال الجيل الرابع من الحروب التي تتعرض لها المنطقة العربية عموماً ومصر خاصة والمتمثلة في السيطرة الإعلامية، والقوة الناعمة التي تؤثر على المقوم المعرفي والنفسي بشكل سلبي يضر بمصالح ووحددة الوطن.

٤- المراقبة الشديدة للقنوات الفضائية وخاصة قناة الجزيرة ووضعها دائماً تحت المجهر بما فيه وضع محللين لبرامج وأخبار القناة واستضافة الكوادر من المثقفين والسياسيين لضمان التحليل الكفء الصحيح، وتنفيذ الأكاذيب والادعاءات بشكل سريع ومستمر.

٥- التنفيذ المباشر وغير مباشر على قناة الجزيرة وكشف الحقائق دائماً أمام الأهداف المخاطبة المستغلة، وذلك عن طريق عرض الحقائق، وتكرارها، والملاحقة الدائمة لما تبثه من أخبار.

٦- استغلال بعض المتضررين من المشاهدين أو أصحاب الرأي والفكر في رفع قضايا تعويضات أو المطالبة بغلق القناة بسبب التضرر والترويج إعلامياً.

٧- استغلال بعض الإعلاميين الداعمين في حث نقابة الإعلاميين على التصدي والتحقيق مع مراجعة العمل النقابي للعاملين بقناة الجزيرة من الإعلاميين.

٨- استخدام اللقاءات الحية للتعرف على نبض الشارع حول القضايا المختلفة المثارة بصورة مهنية متوازنة وصادقة وبعيدة عن الإثارة المبالغ فيها.

٩- تطوير وإنشاء قنوات إخبارية فضائية مصرية على نفس مستوى الفكر يخطط ويديرها كوادر متخصصة للقدرة على جذب انتباه الأهداف المخاطبة، على أن يراعى الاختيار الجيد للفئات

المشاركة في البرامج الحوارية (الاتزان الانفعالي - التركيز) كذا ضرورة التدريب وتنمية المهارات على مواجهة وسائل الإعلام.

المراجع والمصادر:

- ١ - منال هلال المزاهرة. "الاتصال الدولي"، ط١، ٢٠١٢م، ص ٦.
- ٢ - راسم محمد الجمال. "وسائل الاعلام والتحول الديمقراطي في الدول العربية"، مؤتمر الاعلام وتحديث المجتمعات العربية، كلية الاعلام، جامعة القاهرة.
- ٣ - عاطف الجولاني. "الأهداف الخفية للإعلام الأجنبي الناطق بالعربية"، التقرير الاستراتيجي الخامس، مجلة البيان، مركز البحوث والدراسات، يونيو ٢٠١٤.
- ٤ - <http://www.albayan.co.uk/rsc/print.aspx?id=3302>
- ٥ - عاطف الجولاني. "الأهداف الخفية للإعلام الأجنبي الناطق بالعربية"، مرجع سابق.
- ٦ - محمد جمال محفوظ. "مفهوم وأهداف وأساليب الحرب النفسية" اكااديمية ناصر العسكرية العليا، ٢٠٠٧، ص ٢٢.
- ٧ Sandra. J. Ball Reteach & Muriel Gontor, media Audience and Social Structure media System dependency theory Sage Publications , 1, 4, No. 25- Sharkey, Jacqueline. Al- Jazeera: The Rise of Arab TV. In: American journal Review, Vol 42 .118. P.1896London. New Delhi, May. 2003.
- ٨ - عمرو الشويكي. "انماط الملكية في الاعلام المصري وتأثيره على الأداء المهني، مؤتمر الاعلام والثورة المصرية: ما قبل وما بعد"، القاهرة، يونيو ٢٠١١.
- ٩ - ياسر عبد العزيز. "البناء المؤسسي للإعلام المصري بعد ثورة ٢٥ يناير، مؤتمر الاعلام والثورة المصرية ما قبل وما بعد"، القاهرة، يونيو ٢٠١١.
- ١٠ - هالة إبراهيم عوض درويش. "إدراك عينة من الشباب الجامعي لبعض المفاهيم السياسية من خلال متابعة بعض البرامج الإخبارية بالقنوات الفضائية" المتخصصة (دراسة على قناة الجزيرة) ، رسالة ماجستير (جامعة عين شمس :معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الطفل، ٢٠٠٧
- ١١ - إيناس حمدي محمود. "الحرب النفسية .. ودورها في حرب الخليج الثالثة"، مجلة الحرس الوطني.
- ١٢ - هشام عبد الله المشرمه، حسن محمد راويه. "الفوضى الخلاقة وأدواتها النفسية والإعلامية"، مرجع سابق.
- ١٣ - ماجد كيالي. "مشروع الشرق الأوسط الجديد".
- ١٤ - محمد عارف محمد عبد الله، دور قناة الجزيرة الفضائية في إحداث التغيير السياسي في الوطن العربي (الثورة المصرية نموذجاً)، رسالة ماجستير في التخطيط والتنمية السياسية، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين، ٢٠١٢.
- ١٥ - مصطفى قطبي. " قناة الجزيرة... وصناعة الإرهاب في مصر...؟"، بانوراما الشرق الأوسط، ٢/١٤-٢٠١٤.
- ١٦ - سارة محمد شريف حسين. "تغطية القنوات الفضائية الإخبارية لقضايا السياسة الخارجية المصرية وتأثيرها على اتجاهات الجمهور تجاه الدور المصري في القضايا العربية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، جامعة القاهرة ٢٠١٣م.
- ١٧ - ياسر عبد اللطيف إمام أبو النصر. "تأثير السياسة الإعلامية في الأطر الإخبارية للقضايا العربية في قناة الجزيرة"، رسالة دكتوراه غير منشورة، القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، جامعة القاهرة، ٢٠١٣م.
- ١٨ - أميرة فتحي إبراهيم القاضي. "المعالجة الإخبارية للأزمة العراقية في قناتي الجزيرة وال CNN"، رسالة ماجستير غير منشورة، القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، جامعة القاهرة، ٢٠١٢م.

- ١٩ - محمد عارف محمد عبد الله. "دور قناة الجزيرة الفضائية في إحداث التغيير السياسي في الوطن العربي" (الثورة المصرية نموذجاً)، مرجع سابق.
- ٢٠ - ميرال مصطفى عبد الفتاح. "صورة العرب كما تعكسها القنوات الفضائية الإخبارية الأجنبية وعلاقتها باتجاهات الجمهور الأجنبي نحوها"، رسالة دكتوراه غير منشورة، القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، جامعة القاهرة، ٢٠١١م.
- ٢١ - محمد محرم. "صحف اليوم والغد في الأردن.. كيف يقيّمون تغطية قناة الجزيرة العربية لأحداث الربيع العربي"، رسالة ماجستير، دراسات في الصحافة الدولية بجامعة دبلن، ٢٠١١.
- ٢٢ - هبة حسين عبد الوهاب. "مستويات مصداقية القنوات الإخبارية العربية والأجنبية كما تراها الصفوة"، دراسة مقارنة، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ٢٠١٠).
- ٢٣ - مركز علم المعرفة لاستطلاعات الرأي. "آراء أساتذة العلوم السياسية والإعلام في العالم العربي حول مدى مهنية قناة الجزيرة"، مجلة دراسات شرق أوسطية، المقالات والتقارير، عدد ٤٥ خريف ٢٠٠٨.
- ٢٤ - هالة إبراهيم عوض درويش. "إدراك عينة من الشباب الجامعي لبعض المفاهيم السياسية من خلال متابعة بعض البرامج الإخبارية بالقنوات الفضائية المتخصصة (دراسة على قناة الجزيرة)"، مرجع سابق.
- ٢٥ - هالة البغدادي. "المتغيرات المؤثرة على تغطية القضايا العربية في القنوات الفضائية العربية الإخبارية -دراسة مقارنة بين قناتي الجزيرة والنيل الإخبارية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، قسم إذاعة وتلفزيون، جامعة القاهرة، ٢٠٠٧.
- ٢٦ - مها البشري. "الرأي والرأي الآخر -دراسة تحليلية لأثر "أجندة" الجزيرة على الفضاء العام العربي والإسلامي"، رسالة دكتوراه، جامعة كارولينا الجنوبية، ٢٠٠٧.
- ٢٧ - أيمن الصياد. "تأثير المعالجة الإخبارية للأحداث الجارية في العراق على اتجاهات الرأي العام في مصر"، دراسة تطبيقية على القنوات الإخبارية والعربية، رسالة دكتوراه غير منشورة (القاهرة، كلية الآداب، جامعة عين شمس، ٢٠٠٧).
- ٢٨ - كيم نام دو. "الجزيرة أصل الأنباء"، دراسة بالجامعة الدنماركية، (٢٠٠٦).
- ٢٩ - عبده جميل المخلافي. "الجزيرة لاعب إقليمى على المسرح الإعلامى العالمى"، جامعة فيليب ماريوخ: ألمانيا، ٢٠٠٦.
- ٣٠ - هبة يحيى عطية. "المعالجة الإخبارية للقضية الفلسطينية في قناة TV5 الفرنسية الدولية والجزيرة القطرية"، (٢٠٠٥).
- ٣١ - عيسى محمود الحسن. "البرامج الإخبارية في الإذاعة والتلفزيون، دار زهران للنشر، ٢٠١٣
- ٣٢ - سعادة خليل. "القنوات الفضائية وأثرها على الأطفال"، ديوان العرب، ٢٠٠٤
- ٣٣ - إيناس حمدي محمود. "الحرب النفسية .. ودورها في حرب الخليج الثالثة"، مرجع سابق.
- ٣٤ - الإسلام والإعلام الدولي، المكتبة الإسلامية:

http://library.islamweb.net/newlibrary/display_umma.php?lang=&BablId=7&ChapterId=7&BookId=264&CategoryId=201&startno=0

٣٥ - عاطف الجولاني: "الأهداف الخفية للإعلام الأجنبي الناطق بالعربية"، مرجع سابق.

٣٦-<http://www.albayan.co.uk/rsc/print.aspx?id=3302>

٣٧ - أمين وافي. "الإعلام الدولي"، كلية الآداب، قسم صحافة وإعلام، الجامعة الإسلامية، بغداد، سبتمبر ٢٠١٥، ص ١١.

٣٨ - المرجع سابق، ص ٢٩.

٣٩- Neam Chomsky. Media control. The Sect out or Achievements of Propaganda. Second Edition. New York. 2009. P74

٤٠ - هشام عبد الله المشرمه، حسن محمد راويه. "الفوضى الخلاقية وأدواتها النفسية والإعلامية"، ٢٥/٣/٢٠١١.

http://greenzoneregypot.blogspot.com/2013/04/blog-post_6758.

٤١- Shoemaker, Pamela J ؛ Vos, Tim P. (2009). Gatekeeping Theory .New York: Rutledge.

٤٢ - معتز سيد عبد الله، الحرب النفسية والشائعات، دار غريب للطباعة والنشر، القاهرة، ١٩٩٧، ص ١٣.

- ٤٣ - أمين محمد حسني، العمليات النفسية، مركز الشؤون النفسية للقوات المسلحة، كود ٥٢/٨، المخابرات والاستطلاع، ج.م، ٢٠٠٧، ص ٧
- ٤٤ - المروج لها والمنظر الأول لهذه القوة هو البروفيسور جوزيف ناي: نائب وزير الدفاع الأمريكي السابق ومدير مجلس المخابرات الوطني الأمريكي، وعميد كلية الدراسات الحكومية في جامعة هارفرد، وهو أحد أهم المخططين الاستراتيجيين الأمريكيين.
- ٤٥ - جوزيف ناي. "القوة الناعمة"، مكتبة العبيكان ٢٠٠٧ ص ١٢، ص ٢٠، ص ٢٧.
- ٤٦ - مايكل آيزنشتات. "دور القوة الناعمة في الحرب النفسية على إيران"، دراسة منشورة في يوليو ٢٠١٠، www.annabaa.org.
- ٤٧ - بروس بمبر. "الديمقراطية الأمريكية وثورة المعلومات"، دار الحوار الثقافي، ٢٠٠٦.
- ٤٨ - أمين محمد حسني، العمليات النفسية، مرجع سابق، ص ١٣.
- ٤٩ - إيهاب شوقي. "الجيل الرابع من الحروب"، بانوراما الشرق الأوسط.
- ٥٠ - جوزيف ناي. "القوة الناعمة"، مصدر سابق، ص ص ١٤٩-١٥٩.
- ٥١ - المصدر سابق، ص ١٢، ص ١٦١.
- ٥٢ - المصدر السابق، ص ١٦٤.
- ٥٣ - المصدر السابق، ص ١٧٣.
- ٥٤ - الاستراتيجية تعني اصطلاحاً البند الأساسي في الخطة أو الحملة وهو بند مؤثر على المدى الطويل والبعيد في مجمل الخطة، ونعني بكلمة تكتيكي طريقة تنظيم الجهود أو تقنيات تنفيذ استراتيجيات الخطط والحملة وهي ذات آثار جزئية ومرحلية.

Elements of the psychological impact of the News programs in Al Jazeera network (An analytical study)

Dr. Hala El Talahaty

h_talahaty@hotmail.com

Assistant Professor of Public Relations

Faculty of Media and Public Relations

Modern University for Technology and Information (MTI)

Abstract

This study seeks to identify the elements of the psychological impact of the news programs in Al Jazeera network through the method used for qualitative and quantitative analysis, of the content of the strategies, policies planned and implemented for a sample of news programs presented in Al-Jazeera network.

These programs are (El Etgah El Moaaks- Fi El Omaq- Bala Hodod- Hadeth Al Thwra- El Waaqa El Arabi- Ma Waraa El Khaber), in order to monitor the psychological plans, foundations and principles of self- media followed in these programs to determine the elements of the psychological impact of f news programs presented in Al-Jazeera network.

It aims to:

Monitoring scientific and cognitive components used in the preparation of media plans for programs news Al Jazeera network. Know about the planning and preparation of psychological programs & Al Jazeera news network style. As well, as determine the significance of the impact of existing communication responsible through the criteria for selection of personnel working in Al Jazeera news programs network. Also, monitor the most important news programs on the news Al Jazeera network and its objectives, the most important concepts used in them. In addition to identify the objectives of Al Jazeera news programs network, the reasons behind follow-up and demand, as well as the types of effects of follow-up issues in these programs there. Finally, the analysis of the foundations of the psychological work of these news programs in Al Jazeera network methods and psychological messages used.

The most important findings of the study:

- **Foundations and principles of psychological work programs news Al Jazeera network:** heavily dependent to raise feelings of anxiety and stress in all spheres, it is also used some of the foundations of psychological principles to influence the target addressee, using some psychological and messages methods and techniques, which aim to influence, the conscience, feelings, trends goal of the addressee and how to convince him.
- **In terms of goal -motivated addressee:** always expend news programs in Al Jazeera network on the exploitation of some mental processes aiming to influence and excite his passion by viewing violent and influential scenes with images and soundtracks. Beside, using psychological pressure, direct /indirect refutation, closeness and friendship, publicity, adapt/stripping, skepticism and distrust, and suggestions.

All rights reserved.

None of the materials provided on this Journal or the web site may be used, reproduced or transmitted, in whole or in part, in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or the use of any information storage and retrieval system, except as provided for in the Terms and Conditions of Use of Egyptian public Relations Association, without permission in writing from the publisher.

And all applicable terms and conditions and international laws with regard to the violation of the copyrights of the electronic or printed copy.

ISSN for the printed copy

(ISSN 2314-8721)

ISSN of the electronic version

(ISSN 2314-8723X)

To request such permission or for further enquires, please contact:

EPRA Publications

Egyptian Public Relations Association, Gizza, Egypt
Dokki, Ben Elsarayat -2 Ahmed Elzayat St.

Email: chairman@epra.org.eg - jpr@epra.org.eg

Web: www.epra.org.eg

Phone: (+2) 0114 -15 -14 -157 - (+2) 0114 -15 -14 -151 - (+2) 02-376-20 -818

- The publication fees of the manuscript for the Egyptians are: 850 L.E. and for the Expatriate Egyptians and the Foreigners are: 450 \$.
- If the referring committee refused and approved the disqualification of publishing the manuscript, an amount of 250 L.E. will be reimbursed for the Egyptian authors and 130 \$ for the Expatriate Egyptians and the Foreigners.
- The manuscript does not exceed 35 pages of A4 size. 20 L.E. will be paid for an extra page for the Egyptians and 5 \$ for Expatriate Egyptians and the Foreigners authors.
- A special 10 % discount of the publication fees will be offered to the Egyptians and the Foreign members of the Fellowship of the Egyptian Public Relations Association for any number of times during the year.
- Three copies of the journal and three Extracted pieces from the author's manuscript after the publication.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Master's Degree) are: 250 L.E. for the Egyptians and 150 \$ for the Foreigners.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Doctorate Degree) are: 350 L.E. for the Egyptians and 180 \$ for the Foreigners. As the abstract do not exceed 8 pages and a 10 % discount is offered to the members of the Egyptian Society of Public Relations. Three copies of the journal will be sent to the author's address.
- Publishing a book offer costs LE 700 for the Egyptians and 300 \$US for foreigners.
- Three copies of the journal are sent to the author of the book after the publication to his/her address. And a 10% discount is offered to the members of the Egyptian Society of Public Relations.
- For publishing offers of workshops organization and seminars, inside Egypt LE 600 and outside Egypt U.S. \$ 350 without a limit to the number of pages.
- The fees of the presentation of the International Conferences inside Egypt: 850 L.E. and outside Egypt: 450 \$ without a limitation of the number of pages.
- All the research results and opinions express the opinions of the authors of the presented research papers not the opinions of the Egyptian Association for Public Relations.
- Submissions will be sent to the chairman of the Journal.

Address:

Egyptian Public Relations Association,
 Arab Republic of Egypt, Gizza, El-Dokki, Bein El-Saray, 2 Ahmed El-zayat Street.
 And also to the Association email: jpr@epra.org.eg, or info@epra.org.eg, chairman@epra.org.eg,
 after paying the publishing fees and sending a copy of the receipt.

Journal of Public Relations Research Middle East

It is a scientific journal that publishes specialized research papers in Public Relations, Mass Media and Communication after peer refereeing these papers by a number of specialized Professors.

The journal is affiliated to the Egyptian Public Relations Association, the first Egyptian specialized scientific association in public relations.

- The journal is accredited, Classified internationally for its printed and electronic version from the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo And classified by the Committee of Scientific Promotion Specialization media - Supreme Council of Universities.
- This journal is published quarterly.
- The journal accepts publishing books, conferences, workshops and scientific Arab and international events.
- The journal publishes advertisements on scientific search engines, Arabic and foreign publishing houses according to the special conditions adhered to by the advertiser.
- It also publishes special research papers of the scientific promotion and for researchers who are about to defend master and Doctoral theses.
- The publication of academic theses that have been discussed, scientific books specialized in public relations and media and teaching staff members specialized scientific essays.

Publishing rules:

- It should be an original Manuscripts that has never been published.
- Arabic, English, French Manuscripts are accepted however a one page abstract in English should be submitted if the Manuscripts is written in Arabic.
- The submitted Manuscripts should be in the fields of public relations and integrated marketing communications.
- The submitted scientific Manuscripts are subject to refereeing unless they have been evaluated by scientific committees and boards at recognized authorities or they were part of an accepted academic thesis.
- The correct scientific bases of writing scientific research should be considered. It should be typed, in Simplified Arabic, 14 points font for the main text. The main and sub titles, in Bold letters. English Manuscripts should be written in Times New Roman.
- References are mentioned at the end of the Manuscripts in a sequential manner.
- References are monitored at the end of research, according to the methodology of scientific sequential manner and in accordance with the reference signal to the board in a way that APA Search of America.
- The author should present a printed copy and an electronic copy of his manuscript on a CD written in Word format with his/her CV.
- In case of accepting the publication of the manuscript in the journal, the author will be informed officially by a letter. But in case of refusing, the author will be informed officially by a letter and part of the research publication fees will be sent back to him soon.
- If the manuscript required simple modifications, the author should resent the manuscript with the new modifications during one week after the receipt the modification notes, and if the author is late, the manuscript will be delayed to the upcoming issue, but if there are thorough modifications in the manuscript, the author should send them after 15 days.



Journal of Public Relations Research Middle East
(JPRR.ME)

Scientific Refereed Journal

Twelveth issue - July / September 2016

Founder & Chairman

Dr. Hatem Saad

Chair of EPRA

Editor in Chief

Prof. Dr. Aly Agwa

Professor of Public Relations & former Dean of Faculty
of Mass Communication - Cairo University
Chair of the Scientific Committee of EPRA

Editorial Manager

Prof. Dr. Mohamed Moawad

Media Professor at Ain Shams University & former Dean
of Faculty of Mass Communication - Sinai University
Chair of the Consulting Committee of EPRA

Editorial Assistants

Prof. Dr. Rizk Abd Elmoaty

Professor of Public Relations
Misr International University

Dr. El-Sayed Abdel-Rahman

Assistant Professor of Public Relations
Mass Communication Faculty – Sinai University

English Reviewer

Ahmed Badr

Address

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt
Giza - Dokki

Ben Elsarayat - 2 Ahmed Zayat Street

Mobile: +201141514157

Tel : +2237620818

www.epra.org.eg

jprrr@epra.org.eg

Scientific Board **

JPRR.ME

Prof. Dr. Aly Agwa (Egypt)

Professor of Public Relations and former Dean of the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

Prof. Dr. Mona Al-Hadedy (Egypt)

Professor of radio and television – Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Yas Elbaity (Iraq)

Professor of Journalism at the University of Baghdad, Vice Dean of the Faculty of Media and Information and Humanities, Ajman University of Science

Prof. Dr. Enshirah el SHAL (Egypt)

Professor of Media at the Faculty of Mass Communication, Cairo University (State Doctorate in Arts and Humanities from France)

Prof. Dr. Hassan Mekawy (Egypt)

Professor of radio and television – Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Nesma Younes (Egypt)

Professor of Radio & Television at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Mohamed Moawad (Egypt)

Media professor at Ain Shams University & former Dean of Faculty of Mass Communication - Sinai University

Prof. Dr. Samy Abd Elaziz (Egypt)

Professor of public relations and marketing communications for the former Dean of the Faculty of Information, Cairo University

Prof. Dr. Abd Elrahman El Aned (KSA)

Professor of Media and Public Relations Department of the Faculty of Media Arts - King Saud University

Prof. Dr. Mahmoud Yousef (Egypt)

Professor of Public Relations - Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Samy Taya (Egypt)

Professor and Head of Public Relations Faculty of Mass Communication - Cairo University

Prof. Dr. Basyouni Hamada (Egypt)

Professor of media and public opinion, political - Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Sherif Darwesh Allaban (Egypt)

Professor of printing press & Vice-Dean for Community Service at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Hassan Aly (Egypt)

Professor of Radio & Television and Head of Mass Communication Department – Faculty of Arts - Mina University

Prof. Dr. Mahmoud Hassan Ismael (Egypt)

professor of Culture Media and Children at Ain Shams University

Prof. Dr. Hamdy Abo Alenen (Egypt)

Media professor and dean of the Faculty of Al-Asun and Mass Communication, Vice President of the International University of Egypt

Prof. Dr. Othman Al Arabi (KSA)

Professor of Public Relations and the former head of the media department at the Faculty of Arts – King Saud University

Prof. Dr. Abden Alsharef (Libya)

Media professor and dean of the College of Arts and Humanities at the University of Zaytuna – Libya

Prof. Dr. Waled Fathalha Barakat (Egypt)

Professor of Radio & Television and Vice-Dean for Student Affairs at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Tahseen Mansour (Jordan)

Professor of Public Relations at the Faculty of Mass Communication, Yarmouk University

Prof. Dr. Mohamed Elbokhary (Syria)

Professor, Department of Public Relations and Publicity, School of Journalism, University of MF Uzbek national Ulugbek Beck

Prof. Dr. Ali Kessaissia, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Redouane BoudJema, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

** Names are arranged according to the date of obtaining the degree of a university professor.

obeykandi.com

Journal



of P R research

Middle East

Journal of Public Relations Research Middle East

Scientific refereed Journal - Published by Egyptian Public Relations Association – Twelveth Issue – July / September 2016

Abstracts Researches in Arabic:

- **Prof. Dr. Khaled Ahmed Abd ElGawad** - Al Falah University - Dubai
Dr. Wafa Salah Abd ElRahman - Zagazig University
The role of the SIS in diffusion the culture of peace
An analytical study of the organization's Web site 7
- **Associate Prof. Dr. Mohammed Shaban Wahdan** - Al-Azhar University
Dr. Mona Muhmood Abd Elgalil - Al-Azhar University
Trends in mothers toward marriage announcements through the media's role
in solving the problem of spinsterhood - A field study 9
- **Associate Prof. Dr. Mohamed Abd-Elbadea Elsayed** - Benha University
The role of the new media in support of digital citizenship to the
university students 11
- **Dr. Thouraya Snoussi** - AL ghurair university
Dr. Marwa Mohamed Saeed - Al Ain University of Science & Technology
Economic programs on Arab satellite channels: the program "the economy and
people" as model - Analytic Research 12
- **Dr. Hala El Talahaty** - Modern University for Technology and Information (MTI)
Elements of the psychological impact of the News programs in Al Jazeera
network (An analytical study) 13
- **Dr. Andaloussi Abdesselam** - Moroccan Center for Studies & Research in the media and communication
Arab religious channels: An Empirical Study of the direction of the Moroccan
scenes 14
- **Dr. Halla Doghmane** - University of Algiers3
New Media ..Critical Essay on Theoretical and Methodological Frames of
Reference 16
- **Awatif Hassan Haider Al.Yafei** - Sana'a University
Analytical vision for Applied Scientific developments in the area of
Corporation social responsibility - Analytical Theoretical Study 17

(ISSN 2314-8721)

Egyptian National Scientific & Technical
Information Network
(ENSTINET)

Copyright @2016 EPRA

www.epra.org.eg