



جامعة دمياط  
كلية الآداب

قناة "المنار" وأسس مواجهة الدعاية الاسرائيلية  
(دراسة تحليلية)

إعداد

جيلان صلاح الدين زهدى السيد

معيدة بقسم الاعلام

جامعة المنصورة



## مقدمة..

مع تطور الحياة السياسية والاجتماعية، تعددت الدول وقامت معظمها على مبادئ وأفكار وقيم مختلفة، وكل دولة تسعى لسيادة مبادئها وانتشار أفكارها واخضاع الآخرين لما تراه من مبادئ واتجاهات. فكان هذا الصراع العالمي الذي اتخذ شكل الحروب والقتال والغزو العسكري، وظهرت الدعاية كسلاح خطير في هذا الصراع الدولي لاسيما بعد أن توفرت لها وسائل متعددة ومتطورة لها القدرة على الوصول الى أى مجتمع وجماعاته بسهولة وبساطة. وبذلك أضحت "الدعاية" الوسيلة المناسبة والأكثر تأثيرا والتي تستخدمها القوى والدول المهيمنة بأقل تكلفة ممكنة فى السيطرة على الشعوب واحتلال أذهان وعقول جماهيرها بأسرع وقت ممكن بعد أن أخدمت صوت الاسلحة فى المعارك ولم يعد لدى هذه القوى الحاجة الى اللجوء الى الأسلوب أو الحل العسكري، بعد أن باتت الدعاية هى الحل الأكثر فعالية والأقل فى التكلفة والأسرع فى التأثير. وعلى ذلك تغيرت طبيعة الاستعمار بحيث أضحي لا يستهدف السيطرة المادية فحسب، وإنما يستهدف أيضا السيطرة والهيمنة المطلقة على الفكر واتجاهات الشعوب لتحويل مسارها بما يخدم الاهداف الاستعمارية التى يسعى اليها.

ومن المعروف أن العالم العربى من أكثر الشعوب التى كانت ومازالت هدفا للقوى الخارجية الاستعمارية التى تحرص على استخدام شتى الاساليب والسبل من أجل تحقيق أهدافها الاستعمارية، مستخدمة وسائل الاتصال الجماهيرية التى هى سبيلها ومقصدها فى هذا الشكل الجديد من الاستعمار الفكرى والهيمنة الثقافية على هوية وثقافة الأمة، هذه الوسائل التى تشهد يوما بعد يوم تطورا هائلا وسريعا الى حد وصلت فيه الى الدخول الى البيت العربى مقتحمة خصوصيته ومتحديا لافكاره وعقائده ومحدثه اليه بلغته.

فالامة العربية وخاصة بعد ظهور الاعلام الفضائى وانتشار قنواته وخاصة القنوات الفضائية الموجهة باللغة العربية والوافدة اليها من خارجها، أصبحت أكثر عرضة لهجمة استعمارية أكثر شراسة تستهدف النيل من المواطن والتغلغل العميق فى داخل الوطن العربى لتحقيق أهدافها.

وكما هو معروف أن الأمة العربية على مدى العقود الماضية قد خاضت معارك طاحنة ودامية ضد العدو الصهيونى، الذى اغتصب فلسطين وانتهك مقدساتها ودمر معالمها وأهدر تراثها وحاول قتل الروح فى شعبها الأصيل. فلاشك أن تلك المعارك والمواجهات الساخنة والحروب العسكرية بين الأمة العربية وبين اسرائيل منذ حرب ١٩٤٨ الى حرب الابادة التى تشنها اسرائيل ضد الشعب العربى وخاصة الشعب الفلسطينى فى ظل انتفاضته الثانية خصوصا أعوام ٢٠٠٠، ٢٠٠٢، أثبت أن الاعلام الحديث بكل تقنياته المتقدمة وسرعة انتشاره وعمق تأثيره، قد يلعب دورا محوريا فى تغليب رأى على

رأى وموقف على موقف، وصورة إلى الكذب وتزوير الحقائق التاريخية واليومية وهو أمر برع فيه الإعلام الغربي بوجه عام والاتجاه الإسرائيلي بوجه خاص.<sup>1</sup>

ان هناك تحديات جمة تواجه العنم العربي وشعوبه، تفرض بدورها على الاعلام العربي وخاصة الفضائيات العربية أن يتحمل مسؤوليته في مواجهة هذه التحديات وهذه الأخطار الخارجية، تلك الفضائيات التي استطاع بعضها بلاشك في الآونة الأخيرة أن تقوم بدور مهم في تشكيل الوعي والرأى العام ، وكذلك في التأثير على صناع القرار، كما أنها استطاعت أن تنافس الاعلام الغربي فى ذلك وتقضى على الاحتكار الخبرى على الأقل لهذا الاعلام ، بل أن الاعلام الغربى هو الذى أصبح ينقل عن هذه الفضائيات .<sup>2</sup> تلك الفضائيات التي نحتت ،وفقا لتقرير التنمية الانسانية العربية لعام ٢٠٠٣، فى ادخال ديمقراطية الحوار بديلا عن الكبت السياسى فى نظمها الوطنية، وبديلا عن الاعلام الرسمى الذى اتسم بالسلطوية والاحادية والرسمية والقدسية، والتركيز على المسئولين فى أخبارها. ومن هذه الفضائيات التي أطلق عليها "الفضائيات القومية" هي "الجزيرة، العربية، المنار، أبوظبى، وقناة MBC.<sup>3</sup> وما يهمنى فى هذه الدراسة هو "نموذج قناة "المنار" الفضائية اللبنانية"، تلك القناة التي استطاعت أن تقدم النموذج الحى لدعاية عربية موجهة ومضادة للدعاية الاسرائيلية خاصة أثناء تحرير الجنوب اللبناني عام ٢٠٠٠، وذلك من خلال تنفيذ مقولات وادعاءات الدعاية الاسرائيلية وكشفها وبيان زيفها أمام الرأى العام الدولى والعربى خاصة.

ومن هنا تبرز لدى الباحثة أهمية دراسة قناة "المنار" الفضائية اللبنانية، كحالة نموذجية وذلك فى محاولة لالقاء الضوء عليها والتعريف بها وبأهدافها ودراسة ماتبته من مواد اعلامية وخاصة المواد الاخبارية من أجل تحديد ومعرفة سمات رسالتها الدعائية، وأساليب والتقنيات الدعائية المستخدمة بها مما بدوره يسهم فى النهاية فى معرفة أهم الاسس التي اعتمدت عليها فى مواجهة الدعاية الاسرائيلية الموجهة خاصة للأمة العربية.

وتشتمل هذه الدراسة على الآتى:

المبحث الأول: ويعنى بالأطار النظرى للدراسة.

المبحث الثانى: ويعنى بالأطار المنهجى للدراسة.

المبحث الثالث: ويعرض فيه نتائج الدراسة التحليلية لقناة "المنار" الفضائية اللبنانية.

الخاتمة: ويعرض فيها أهم نتائج الدراسة والمقترحات التي قدمت للدراسة.

وأخيرا مصادر الدراسة ومراجعها.

## المبحث الأول الأطار النظرى للدراسة

### ماهية الدعاية السياسية.

يمتد تاريخ الدعاية إلى الآلاف السنين ،فقد عرفها الفراعنة فى مصر القديمة بانقان لترسيخ أنظمة حكمهم و توسيع رقعة امبراطوريتهم .و ما المعابد و الاهرامات و الهياكل إلا رمزا لعظمتهم وقوتهم . كما عرفتها اليونان القديمة و مارستها فى مراحل عديدة من تاريخها القديم مستخدمة فن الخطابة كوسلة دعائية للتأثير فى سلوك المواطنين الاحرار فى الانتخابات و الحفلات العامة التى كان ينظمها الحكام . كذلك مارس الرومان فى حقبات مختلفة من تاريخهم دعاية سياسية داخلية وخارجية اتخذت طابعا اجتماعيا وفكريا وعمدت مخاطبة العامة و إثارتها من أجل تحقيق تغيير اجتماعى .

وفى العصور الاوربية الوسيطة مارست الكنيسة الرسمية دعاية سياسية منتظمة كان هدفها ضمان وحدة المجتمع الاقطاعى وتماسكه .وفى عهد البابا "جريجوار السابع" عقد مؤتمر لنشر الدعاية للمذهب الكاثوليكي .ومن هذا المؤتمر استخدمت لأول مرة فى التاريخ الكلمة اللاتينية "propaganda fide" ومعناها نشر الإيمان كما أنشئت الكنيسة مجمع الدعاية للإيمان من أجل الرد على حركات الاصلاح الدينى و تنفيذ الافكار المعارضة للفكر الكنائسى الرسمى . وخلال القرن السابع عشر تلقى الدعاية دفعة جديدة نتيجة التوسع فى استخدام الطباعة و التى بدورها ساعدت على انتشار الدعاية بسهولة بواسطة المطبوعات والنشرات الاخبارية والدوريات والصحف .لذلك أصبحت الدعاية خاصة بعد اكتشاف الطباعة سلاحا فعالا .

ومع اندلاع الثورة الفرنسية خطت الدعاية السياسية خطوات هامة حيث انطلق أوائل الرجال المكلفين بالدعاية السياسية وكان بينهم الضباط السياسيون فى الجيش الفرنسى ممن اضطلعوا بأول حرب دعائية .ولقد كان نشيد المارسييليز وشعار الحرية والنشرات والبيانات أثرا عظيما فى تطور كل وسائل الدعاية الحديثة.<sup>٤</sup> وفى القرن التاسع عشر ظهرت ثلاثة أنواع من الدعاية هى ، الدعاية النابولونية ، ودعاية الحرب الاهلية الامريكية ، والدعاية الحديثة . ففى الفترة من سنة ١٩١٤ إلى ١٩٢٠ ، شهدت الدعاية تطورا فى تكوينها وذلك خلال حدثين هامين هما ،الحرب العالمية الأولى عام ١٩١٤ و التى قادت إلى ظهور الدعاية الحديثة بصورة مؤقتة ،والثورة الشيوعية فى أكتوبر عام ١٩١٧ و التى جعلت من الدعاية عملية منتظمة و دائمة . فمنذ الحرب العالمية الأولى التى يؤرخ لها كحجر أساس فى تشكيل الدعاية السياسية الخارجية ،حيث بقيام هذه الحرب دخلت الدعاية فى طور جديد أدى إلى

تحديثها حتى أصبحت علما من العلوم له قواعده وأصوله وأنشأت الدول التي خاضت غمار هذه الحرب إدارات فنية للدعاية تعمل بطرائق علمية في الحرب و السلم على السواء. ومن ثم أصبحت الدعاية من أهم الأدوات السياسية لأية دولة معاصرة سواء في تعاملها الداخلى أو الخارجى.<sup>٦</sup>

أما عن مفهوم الدعاية، فلاشك أن كلمة الدعاية هي من أكثر الكلمات التي لم يتفق العلماء على إيجاد تعريف محدد وواضح لها. لذلك تعددت التعريفات الخاصة بالدعاية نتيجة لاختلاف الرؤى ووجهات نظر الباحثين والمتخصصين في دراسات الاتصال حول مفهوم الدعاية. ويرجع السبب وراء هذا الخلاف والجدل المثار بين الباحثين حول مفهوم الدعاية إلى ارتباط الدعاية كمصطلح أو مفهوم بمعاني ودلالات تعددت واختلفت باختلاف الانظمة التي استخدمتها. فقد ارتبطت بمعاني ودلالات سلبية في بعض الانظمة وفي المقابل اقترنت بمعاني خيرة وصادقة في أنظمة أخرى، الامر الذي جعل بعض الباحثين يرفضون تحديد ووضع تعريف محدد لها. وبصفة عامة يمكن أن نتناول مفهوم الدعاية من عدة زوايا لغوية وقانونية ومتخصصة. الا أن أصل كلمة الدعاية يعود إلى العصور الوسطى وعلى وجه التحديد عام "١٦٢٢" وذلك عندما أنشأ البابا "إريان الثامن" ادارة باسم ( **congregation for propagation of faith**) والتي كانت تعنى بالمهام الخارجية للكنيسة الكاثوليكية الرومانية، أي التبشير فيما وراء البحار" والتي أصبحت كلمة الدعاية مقرونة بأداة تعريف تنصرف إليها.<sup>٧</sup> وهي كلمة انجليزية مشتقة من الفعل "propagate" ومعناها "التنشئة والتتمة ومفهوم نشر وترويج الآراء والعادات وتبادلها بين شخص وآخر ومن جيل إلى جيل. وهي مشتقة من كلمة لاتينية هي "propagare" ومعناها النهائي ينصرف إلى استمرار تحقيق الاستفادة فهي تعنى أساسا "وضع البذور في الارض ثم تحول البذور إلى نبات وثمار ثم انتهاء عمر النبات ونمو نبات آخر، يخرج نبات جديد بدلا من النبات الميت وهكذا".<sup>٨</sup> وهذا وقد قدم العديد من الباحثين سواء الغرب أو العرب تعريفات جمة لمصطلح الدعاية<sup>٩</sup> أجمعت على أن الدعاية حقيقة قائمة وذات كيان وأنها تهدف في المقام الاول السيطرة على النفس البشرية لكي تتخذ السلوك المستهدف والمطلوب، كذلك ما أشارت إليه هذه التعريفات من القوة الجبارة التي تمتلكها الدعاية والتي تستخدمها في محاولاتها المستمرة للتأثير والإقناع من أجل الوصول الى أهدافها وغاياتها.<sup>١٠</sup>

خلاصة القول هنا، أن الدعاية هي:

"استخدام مخطط ومقصود لوسائل الاعلام والاتصال الجماهيرى لنشر أفكار وآراء واتجاهات ووجهات نظر منتقاه حيال قضية أو موضوع ما للتأثير في الرأي العام السائد في مجتمع معين لتغييره أو توجيهه أو تطويعه لقبول هذه الآراء والاتجاهات المستهدفة والمحددة مسبقا واتخاذ السلوك الملائم الذي يرضه الداعية، أو للحيلولة دون أن يكون هذا الرأي مضادا لها، ذلك عن طريق الإيحاء واثارة العواطف

والشبهات وغيرها من التكتيكات النفسية واستبعاد العقل والمنطق أو الاسباب التي تدفع الى المناقشة والجدال من أجل تحقيق أهدافها في أسرع وقت ممكن".

### التعريف بالدعاية الصهيونية "الاسرائيلية" Zioinst-Israeli Propaganda ...

عاشت المنطقة العربية العديد من الحروب ولعل أبرزها وأقدمها الحرب العربية الاسرائيلية والتي عرفت أربع محطات رئيسية هي "حرب ١٩٤٨، ١٩٥٦، ١٩٦٧، ١٩٧٣"، والعدوان الاسرائيلي على لبنان عام ١٩٨٢ والذي انتهى باحتلال الجنوب اللبناني. ولعل من أبرز نتائج هذه الحرب الطويلة، الاحتلال الكامل لفلسطين وكذلك احتلال الجولان السوري. الى جانب أن هناك بعض البلدان العربية التي خرجت من دائرة الحرب العربية الاسرائيلية بسبب توصلها لاتفاقيات سلام مع اسرائيل "ومنهما مصر والاردن". وسواء اتخذ الصراع في المنطقة العربية سبيل الحرب والصدام العسكري أو سبيل التسوية والحوار والسلام يبقى أن نشير الى أن العدوان الصهيوني نجح وما زال في استغلال الثقافة والاعلام والاتصال معتبرا اياها أسلحته القوية في التأثير والنفوذ ولخدمة أهدافه التوسعية وترويج أفكاره الدعائية المغلوطة.<sup>١١</sup> فكانت الدعاية الاسرائيلية بوسائلها المتعددة والمختلفة والتي تشكل أحد المرتكزات الثلاثة التي تقوم عليها الاستراتيجية الصهيونية وهي (الصراع المسلح- التخطيط الدعائي المنظم- الدبلوماسية النشطة).

وكما سبق وأن أشرنا بأن الدعاية ما هي الانشاط يهدف الى التأثير في الآخرين لدفعهم لاتخاذ مواقف ما كانوا ليتخذوها لولا هذا التأثير.بالاضافة الى أنه يتصل بالدعاية مجموعة من المفاهيم التي تشمل الاتصال والاعلام والحرب النفسية وغيرها من المفاهيم. وفي نطاق الحديث عن الدعاية الصهيونية "الاسرائيلية" أو ما يعرف بالاعلام الصهيوني حيث لامتياز بين الدعاية والاعلام، تلك الدعاية التي تعد جزء لا يتجزأ من السياسة المؤسسة للكيان الصهيوني. وهي تتكامل بذلك مع المشروع الصهيوني سواء ازاء العالم العربي أو ازاء العالم كله. (فالاعلام والدعاية) ركيزة أساسية في المشروع الصهيوني. هذا وترجع جذور الدعاية الصهيونية بمعناها ومدلولها السياسي الى أواخر القرن التاسع عشر، حيث تركز النشاط الدعائي الصهيوني على قاعدة دعائية أوضحها "هرتزل" في قوله "كل ما يهمني هو أن نتكلم، حتى لو تكلمت ضد الصهيونية". وقد تطورت الدعاية الصهيونية عبر مراحل متعددة بالاضافة الى أنها خضعت لتخطيط محدد من حيث الأهداف والأدوات، تخطيط يخضع ويستند الى منطق فكري واضح ومترابط.<sup>١٢</sup>

### مراحل تطور الدعاية الصهيونية "الاسرائيلية" ...<sup>١٣</sup>

مرت الدعاية الصهيونية بعدة مراحل تطور خلالها مجمل آلياتها وأساليبها وأهدافها أيضا وهي:

المرحلة الأولى.. وتمتد من الثورة الفرنسية عام ١٧٨٩ وحتى انعقاد المؤتمر الصهيوني الأول في عام ١٨٩٧. وكانت الدعاية في هذه المرحلة عبارة عن حملات ثقافية تدعو الى الصهيونية. ومن أبرز اتجاهات الدعاية في هذه المرحلة هو التأكيد على حق اليهود في اقامة دولة لهم في فلسطين وتشجيع الهجرة اليهودية اليها. فلاشك أن هذه المرحلة تميزت بالتمهيد للدعوة الصهيونية.

المرحلة الثانية.. وتبدأ بعد صدور وعد بلفور عام ١٩١٧ حتى اعلان قيام الكيان الصهيوني. حيث سعت الدعاية في هذه المرحلة الى ابراز المبررات للتواجد السياسى، أى تهيئة الرأى العام العالمى للدعوة الى انشاء الكيان الصهيونى. وكان الشعار الدعائى الذى رفعته في هذه المرحلة (فلسطين أرض بلاشعب لشعب بلاأرض).

المرحلة الثالثة.. وتمتد حتى انشاء الكيان الصهيونى في فلسطين عام ١٩٤٨. وسميت هذه المرحلة بمرحلة الهدنة. حيث ركزت اسرائيل دعابتها على تأكيد رغبتها في السلام متجاهلة النتائج المترتبة على اغتصابها لفلسطين وحقوق الشعب الفلسطينى. كذلك اهتمت الدعاية في هذه المرحلة بخلق تيار من الرأى العام العالمى ليحصل الكيان الصهيونى على الشرعية الدولية.

المرحلة الرابعة.. وتمتد هذه المرحلة منذ تاريخ اعلان الكيان الصهيونى حتى حرب ١٩٦٧. وفي هذه المرحلة ركزت الدعاية على كسب مزيد من الشرعية والاعتراف القانونى بالكيان. بالاضافة الى التركيز على عامل التفوق الاسرائيلى مستفيدة من انتصارها العسكرى لتحول الدعاية الى حرب نفسية ضد العالم العربى بهدف تحطيم ارادته والروح المعنوية لديه.

المرحلة الخامسة.. وتمتد من الحرب عام ١٩٧٣ حتى الوقت الحاضر. حيث تمكن العرب من كسر التفوق العسكرى الاسرائيلى وتحقيق انجازات عسكرية مهمة والحاق الهزيمة باسرائيل مما أفسح المجال ببدء عملية التسوية. حيث ارتكز المنطق الدعائى في هذه المرحلة على الدعوة الى السلام بالوقت الذى تظهر فيه القوة والسيطرة والهيمنة.

تلك هى المراحل التى مرت بها الدعاية الصهيونية والتى أظهرت بلاشك قدرتها على التبدل والتغيير والتكيف مع ما تتطلبه كل مرحلة من المراحل. بحيث يكون التكامل قائما بين الدعاية وبين العمل السياسى.

#### أهداف الدعاية "الاسرائيلية".<sup>١٤</sup>

أن تاريخ الدعاية الصهيونية يشير الى أنها منذ القرن التاسع عشر كان هدفها الأساسى هو تغيير ملامح الصورة السيئة التى ارتبطت بشخصية اليهودى. بالاضافة الى أن الهدف الأول لهذه الدعاية هو السيطرة على العالم كله. ومن بين الأهداف التى تركز عليها الدعاية الصهيونية..

(١) - اسنمرار الهجرة اليهودية الى فلسطين تبريرا لوجودها من ناحية، وتحقيق التنمية الديموغرافية لنتمكن من فرض سيطرتها على كل الأراضى المحتلة من ناحية أخرى.



(٢)- تبرير التوسع الأقليمي واحتلال الأراضي العربية تحت ذريعة الأمن الإسرائيلي. وهى بذلك تسعى لتحقيق حلم إسرائيل الكبرى بما فيها القدس.

(٣)- تطوير إسرائيل بحيث تصبح الدولة الكبرى فى المنطقة، أى الأقوى اقتصاديا وعسكريا.

(٤)- تقديم إسرائيل على أنها واحة للديمقراطية وسط بيئة شرق أوسطية محكومة بأنظمة استبدادية، بالإضافة الى أنها تتماثل مع قيم الغرب الديمقراطية، كما أنها قادرة على الدفاع عن مصالح الغرب فى المنطقة.

(٥)- هدف استراتيجى أساسى تجاه الآخر وخاصة العرب يتمثل فى فرض وجودها على العرب كدواء لانتقهر، والعمل على تحطيم الإنسان العربى والسعى الى الغاء جميع قدراته أو شل فاعليتها.

وقد نجحت الدعاية الصهيونية فى تحقيق أهدافها التى ترمى إليها. ويرجع "عبد الوهاب المسيرى" أسباب هذا النجاح الى:<sup>١٥</sup>

- تعدد المنظمات الدعائية وتنوعها وضخامة عددها واعتمادها التخطيط العلمى.

- استغلال الدعاية الصهيونية لأعضاء الجماعات اليهود فى الغرب وجعلهم قوة ضاغطة فى تلك المجتمعات. ومن ثم تبدو الدعاية الصهيونية كما لو أنها ليست وجهة نظر دولة أجنبية وانما تعبير عن مصالح أقلية قومية.

- غياب الدعاية العربية المضادة وفجاعتها فى كثير من الأحيان.

### المرتكزات والمنطلقات الأساسية للدعاية الإسرائيلية...<sup>١٦</sup>

أكدت العديد من الدراسات التى تناولت الدعاية الاسرائيلية على أن للأسرائيليين سياسة اعلامية دعائية ذات طبيعة عدوانية من خلال الشعارات العدوانية التى يطرحونها محليا ودوليا لاشك أن لكل مرحلة مقولاتها التى تستقى منها الدعاية الاسرائيلية مضامينها<sup>١٧</sup>، الا أن هناك منطلقات أساسية لهذه الدعاية لايمكن الاستغناء عنها. ومن أهم هذه المنطلقات والمرتكزات:

١- التأكيد على حتمية لجوء اليهود الى وطن خاص بهم يكفل لهم الحماية.. حيث ركزت الدعاية الاسرائيلية على حق اليهود فى فلسطين "أرض الميعاد"، حيث يعتبر الصهاينة وفق منظورهم أنهم هم سكان فلسطين الحقيقيين وقد طردوا منها على يد الرومان. وبينما دعت اليهودية الى العودة الى أرض الميعاد، فقد انكبت الدعاية الصهيونية على تكرار مقولة أن "فلسطين أرض بلا شعب وأن الشعب الفلسطينى غير موجود". واذ ما تعالت الأصوات فى وجه الدعاية الصهيونية معلنة أن الشعب الفلسطينى موجود، تعود تلك الدعاية وتصورهم أى الفلسطينيين عل أنهم غزاة جاءوا الى فلسطين من الخارج وهم دخلاء عليها.

٢- اعتمدت الدعاية الصهيونية فى خطابها الموجه الى العالم على وجود وحدة بين الدين اليهودى والقومية.. باعتبار أن الدين اليهودى قومى ولامجال للفصل بينهما. هذا وقد درجت الدعاية على

اطلاق قذيفتها هذه وعبر مختلف الأدوات في وجه كل من يعيد اليهودية الى الدين ويرفض اعتبارها قومية. وقد روجت لهذا الأمر بشكل كبير في المجتمعات الغربية وخصوصا في الولايات المتحدة الأمريكية.

٣- التركيز على أن اسرائيل قطعة من العالم الغربى.. كشكل ونموذجا بسيطا من ألوان الدعاية الصهيونية للتأثير على الرأى العام العالمى. بالاضافة الى التركيز على أن الكيان الذى أقامته فى فلسطين ليس سوى مركز حضارى فى محيط متخلف وهو يمثل قلعة ديمقراطية متقدمة للعالم الحر فى وجه البربرية العربية.

٤- صورت الدعاية الصهيونية طبيعة الصراع العربى- الصهيونى على أنه صراع تخوضه الدول العربية من أجل افتراس اليهود ضد دولة صغيرة ديمقراطية حضارية مسالمة غير عدوانية.. وقد أفردت وسائل الاعلام الصهيونية مجالا واسعا للتأكيد على أن اسرائيل هى دولة محبة للسلام. هذا ولا تنسى الدعاية الصهيونية ترديد فضل اليهود على الحضارة الاوروبية وعلى التطور الحضارى وفى مقابل ذلك تقدم صورة مشوهة للعربى المعادى للحضارة الغربية والرافض للعلم والديمقراطية.

تلك أهم الأهداف والمرتكزات الأساسية التى تعنى بها الدعاية الصهيونية. ويمكن القول أن وضوح الهدف هو أبرز ما تتميز به الدعاية الصهيونية. فقد وضعت الدعاية الصهيونية نصب أعينها مجموعة من الأهداف حرصت على تنفيذها وجعلتها ركيزة أساسية فى صياغة خطابها الدعائى عبر وسائلها الاعلامية المختلفة. وهى كما أشرنا إليها من قبل ( تشجيع الهجرة اليهودية الى فلسطين- تحسين صورة اسرائيل من خلال توسيع النشاط الاعلامى والدبلوماسى الأقليمى والدولى- فرض وجود اسرائيل على العرب كدولة لاتقهر ولا تزول- بالاضافة الى التأكيد على القبول والشرعية الدولية من قبل دول العالم المختلفة) . ذلك كله وفق استراتيجية دعائية شاملة ومدروسة بالاضافة الى الاعتماد على دراسات واقية لطبيعة المقومات الأساسية للرأى العام فى كل منطقة من المناطق التى تتوجه إليها. وهو بدوره ما يشير الى أهمية عنصر التخطيط وأن يكون هناك خطة منهجية واضحة محددة الأهداف تسيير عليها الدعاية. وهذا بالفعل ما أولته الدعاية الصهيونية اهتماما بالغا.

### مقومات نجاح الدعاية الاسرائيلية.

تمتلك الدعاية الاسرائيلية القدرة على استغلال العديد من الطرق المشروعة وغير المشروعة لتحقيق اغراضها وفق ما يتلائم مع الشعوب أو الحكومات أو المؤسسات أو الأفراد المراد التعامل معهم سواء بالأساليب المادية أو بالضغوط وبالتهديد اذا لزم الأمر اما لتحديد هذه الجهة أولكسبها فى صف الدعاية الاسرائيلية.<sup>١٨</sup> هذا وتجمع بعض من الدراسات الى قدمها الباحثون الاعلاميون<sup>١٩</sup>، على أن هناك

مقومات أساسية متوفرة في الاعلام الاسرائيلي تمكنه من نجاح دعايته في تحقيق أهدافها ومن ثم زيادة تأثيرها في الجمهور المستهدف. ويمكن اجمالها على النحو التالي:

\* ما أوضحته دراسة "مني ياسين" من أن هناك عاملين أساسيين في نجاح الاعلام الاسرائيلي هما:

(أ)- التخطيط المستقبلي للمدى البعيد الذي لا يكشف عن الخطوة التالية الا بعد أن يفرغ من الخطوة الأولى.

(ب)- بناء تنظيمات ومؤتمرات فعالة في كل أنحاء العالم منها العاملة بالاعلام ومنها العاملة في كافة أشكال النشاط الاجتماعي والاقتصادي بل والصناعي وكلها تمارس بالكلمة وبالاتصالات الشخصية والجماعية دورا اعلاميا.

\* أما دراسة "مي الخاجة" فقد ذهبت الى أن أسباب ومقومات نجاح الدعاية الاسرائيلية هي:

١- الامكانيات المادية والبشرية ، من خلال امتلاك اسرائيل للعديد من أجهزة الاتصال والاعلام في العالم. بالاضافة الى وجود خبراء في مجال الاعلام والاتصال الجماهيري على رأس أجهزة الدعاية من ذوى الكفاءة والخبرة والعلم. الى جانب امتلاك الاعلام الاسرائيلي خطط واضحة ومحددة وموضوعة منذ عشرات السنين التزم بها الجيل الاعلامي اللاحق دون فلسفة ودون أن تكون عرضة لتغييرات جذرية وانما حسب مقتضيات المصلحة العامة الآنية.

٢- كيفية التعامل مع الحدث ومع الشعوب المختلفة، حيث تتميز الدعاية الاسرائيلية بالذكاء في تعاملها مع الحدث الذي يخدم قضيتها، فضلا عن امتلاك القدرة على حسن استغلال "حدث واحد" لمخاطبة عدة شعوب بلاسلوب الذي يروق ويناسب كل شعب. بالاضافة الى التطوير المستمر في طريقة مخاطبة الجماهير داخل وخارج اسرائيل وفي بلاد العالم العربي وبالسلوب الذي يتوافق مع هذه الشعوب من حيث تعاطفها مع اسرائيل أوضدها.

٣- أحادية الجهة التي تهيمن على الدعاية وتخطط لها وتقوم على تنفيذها سواء بشكل مباشر او عن طريق تسخير جهات أخرى تلتزم بالخط الذي تقرره وتوجه وتوصى به لتلك الجهة. بالاضافة الى توافر فرق العمل الجماعية التي تضم علماء وخبراء وممارسين متمرسين في مجال الاعلام السياسي.

٤- الاعتماد على النموذج الاختزالي، من خلال استغلال الاعلام الاسرائيلي للأتجاه الاختزالي استغلالا جيدا فضلا عن وجود عناصر أخرى تكمن في أعضاء الجماعات اليهودية ساعدت بدورها على انتشار النماذج الإدراكية والتحليلية الاختزالية البسيطة، كما عملت الدعاية الاسرائيلية على تبنى كل هذه النماذج التي تحقق لها أهدافها بشكل فعال ومؤثر. من خلال الإشارة مثلا الى بعض المصطلحات التي استخدمتها الدعاية الاسرائيلية والتي من شأنها أن تلغى التاريخ العربي، مثل فلسطين باعتبارها (أرضا بلا شعبا)، وأورشليم القدس إشارة الى القدس المحتلة، الشرق الاوسط في إشارة الى أن العالم العربي مكان بلا زمان وجغرافيا بلا تاريخ أو مساحة تسكنها شعوب عديدة متفرقة متناثرة.

مما سبق يتضح أن الدعاية الاسرائيلية هي نشاط متكامل ومنظم تنظيماً دقيقاً وفق القواعد العلمية التي تتيح لأجهزة الدعاية الصهيونية القيام بعملها على أكمل وجه وبقوة في التأثير لامثيل لها. بالإضافة إلى قدرتها وبراعتها الفائقة في الاغراق الاعلامي والتنويع في الرسالة الاعلامية لتحقيق أهدافها العليا في صراعها مع الأمتين العربية والاسلامية.

والسؤال الآن.. كيف يمكن للدعاية العربية بوسائلها الاعلامية المختلفة أن تواجه هذا المخطط الدعائي الصهيوني؟، كيف يمكن لها أن تكشف الأكاذيب والأفتراءات التي طالما نشرتها الدعاية الصهيونية/الاسرائيلية على مدى العقود الماضية وما زالت مستمرة في بث هذه الأكاذيب حتى وقتنا الحاضر؟، أين دور الاعلام العربي المضاد لهذا التحدي الخطير؟.

سبق وأن أشرنا أن الدعاية أو الاعلام العربي مطالب أن يكون جاد وأن يكون مرتكزا على الأسلوب العلمي والحقائق العلمية المدعمة بكافة الوسائل، وأن يكون في موقف المبادرة واستباق الأحداث وليس في موقف الدفاع حتى يجعل الدعاية الصهيونية هي التي تلهث وراء الدعاية العربية ويكون هو في موقف الدفاع وليس العكس، فهل استطاع؟!.

نعم استطاع أن يقدم ولو نماذج قليلة في الكم إلا أنها عظيمة في القدر والكيف منها ما قدمته المقاومة الوطنية في جنوب لبنان في أعظم المعارك ضد الصهيونية والاستعمار بكل أشكاله، تلك التجربة التي برهنت فيها المقاومة الوطنية في لبنان بأنه لا يوجد مستحيل في مقاومة الاستعمار وأنه لا مجال للظلم الاستسلامية لاختضاع المصير العربي للتبعية والذل، وأنه بغير الانتصار لا سبيل للكرامة والحرية والسلام والامن والحفاظ على المبادئ الانسانية.<sup>20</sup>

### - قناة "المنار" الفضائية كنموذج تطبيقي للدعاية العربية

ففي البداية، بدأ لبنان بعيدا عن أولى حلقات الصراع العربي الاسرائيلي، رغم أنه وقع اتفاقية الهدنة مع اسرائيل جنبا إلى حنا مع مصر وسوريا والاردن في أعقاب هزيمة الجيوش العربية ١٩٤٨. ولبنان لها وضع مختلف في علاقاتها مع الفلسطينيين، فقد وقع اتفاق القاهرة ١٩٦٩ لتنظيم العلاقة بين الدولة اللبنانية والمقاومة الفلسطينية بحث يكون للدولة حرية تنظيم علاقاتها في الداخل والخارج وأن يكون للمقاومة هامش من الحرية في لبنان وعلى حدوده مع اسرائيل. ولكن هذه الصيغة لم تصمد أمام تفاعلات العلاقات اللبنانية الفلسطينية، الأمر الذي أدى إلى أن دفع لبنان ثمنا باهظا أثر هذه العلاقة، حيث تعرضت مدنه وقراه لعدوان اسرائيل المتواصل لدفع العلاقة بين لبنان والمقاومة إلى نقطة المواجهة. وصارت القضية الفلسطينية إحدى القضايا الداخلية في لبنان، بل صارت المقاومة أحد أطراف الصراع الذي تحول إلى حرب أهلية طاحنة استمرت حوالي ١٥ سنة من عام ١٩٧٥ حتى ١٩٨٩. وجاء تطور آخر عام ١٩٧٨ عندما أدركت اسرائيل أن المواجهات المسلحة بين الفلسطينيين والاسرائيليين في جنوب لبنان يجب أن تحسم عن طريق احتلال اسرائيل للجنوب وذلك بحجة الدفاع عن

اسرائيل ضد المقاومة الفلسطينية. ومع اقدام اسرائيل على غزو بيروت فى يونيو ١٩٨٢ سعيًا وراء تصفية المقاومة والقضية الفلسطينية تماما، نجحت اسرائيل فى ترحيل المقاومة خارج لبنان. ومع رحيل المقاومة الفلسطينية عام ١٩٨٢ دخلت لبنان مرحلة جديدة تماما حيث أصبحت طرفا مباشرا فى الصراع العربى الاسرائيلى. اذ اتضح أن احتلال اسرائيل لجنوب لبنان لم يكن هدفه التصدى للمقاومة الفلسطينية التى كانت قد رحلت بالفعل وانما كان يهدف الى تحويل جنوب لبنان الى ورقة للمقايسة فى عملية السلام ويؤكد ذلك مماثلة اسرائيل فى تنفيذ قرار مجلس الأمن رقم (٤٢٥) الذى يطالب اسرائيل بالانسحاب من الجنوب اللبناى فورا وبلا شروط. ولما كان "حزب الله" قد تشكل خلال غزو اسرائيل لبيروت عام ١٩٨٢ لمقاومة هذا الغزو فقد تحولت المقاومة بعد رحيل اسرائيل من بيروت الى الجبهة الجنوبية. وبعدما أخرج الاجتياح الاسرائيلى المقاومة الفلسطينية من معظم أنحاء لبنان (عدا الشمال وبعبك) كما أخرج القوات السورية الا من بعض المناطق المحاذية لحدودها فى البقاع والشمال وبعض الجبل ثم لم يجد من يحاسبه على ما ارتكبه من مجازر أشهرها مجزرة "صبرا وشاتيلا فى بيروت. فى خضم ذلك كانت الولادة الفعلية "حزب الله". وفى عام ١٩٨٥ أعلن ميلاد حزب جديد سمي "بحزب الله". وكانت اطلالته الأولى باعتباره حزب المستضعفين وصدر البيان الأول التأسيسى "لحزب الله" وجاء اعلانه الواضح عن مقاومته الموجهة بالاساس ضد العدو الصهيونى فى الجنوب وغير الراغبة فى الدخول الى متون الخلافات الحزبية أو المذهبية اللبناية الشائكة. وتوالت الأحداث بين اسرائيل ولبنان والتي استطاع "حزب الله" ومقاتليه أن يثبتوا صمودهم فيها ووقوفهم فى وجه الاحتلال الاسرائيلى وانتهت الحداث بتوقيع اتفاق نيسان الذى شكل بداية الاعتراف "بحزب الله" عربيا ودوليا بعد أن صار طرفا فى معادلة دولية. هذا وهناك شبه اجماع بين الباحثين على أن صمود "حزب الله" فى الجنوب واستمرار قيادته لعمليات المقاومة هى التى أسقطت النظرية الاسرائيلية القائلة بان احتلال أراضي الغير شرط جوهرى لخلق الأمن والتي قامت على أساسها استراتيجية الحزام الأمنى فى جنوب لبنان. ولاشك أن حرب الاستنزاف الطويلة التى تصدرتها قوات "حزب الله" والتي كبدت اسرائيل خسائر فادحة فى أرواح العسكريين داخل الشريط اللبناى المحتل، أدت الى ردود فعل قوية داخل المجتمع الاسرائيلى شكلت بدورها قوة ضاغطة على متخذى القرار السياسى الاسرائيلى ، دفعته فى النهاية الى الاعلان عن نية اسرائيل أولا فى الانسحاب من جنوب لبنان قبل أول يوليو ٢٠٠٠ ثم أجبرته ثانيا على تبكير موعد هذا الانسحاب ليتم من جانب واحد فى مايو ٢٠٠٠ بفوضى شاملة لا تلتزم بالاساليب العلمية للارتداد العسكرى بتأييد من واشنطن التى أعلنت تمويلها لهذا الانسحاب بـ ٣٠٠ مليون دولار. وقد جاء الانسحاب الاسرائيلى من لبنان نتيجة هزيمتها العسكرية والنفسية على يدا المقاومة اللبناية والذى وصفته الصحافة الاسرائيلية بيوم الذل ويوم الفرار.

ويمكن القول أن المقاومة الاسلامية استطاعت أن تقرض أولوياتها وترفع صوت المستضعفين وأصحاب الحقوق الشرعية متجاوزة سقف الحكومات وبطش وغطرسة القوى الصهيونية وحلفائها

المحليين والدوليين بفضل صمود وبسالة مقاتليها وحكمة وصبر قياداتها. هذا وقد قدر للمقاومة في ظل الواقع المعقد الذي تعيش فيه من قوى غربية تساند اسرائيل وتدعمها وحكومات عربية يساير أغلبها الغرب بالإضافة الى القوى الصهيونية، أن تشق طريقها مستندة الى ارادة المجاهدين من أبناء الجنوب. واستطاعت أن تؤكد شرعيتها من خلال الصمود والبطولات التي جرت على أرض الجنوب ليس دفاعا عن الجنوب فحسب بل دفاعا عن السيادة الوطنية للشعب اللبناني بجميع فئاته وطوائفه. وبهذا المفهوم الشامل للنضال الوطني اللبناني ضد الاحتلال الصهيوني صاغت المقاومة الاسلامية اللبنانية استراتيجيتها الاعلامية التي استهدفت تحقيق مساعيها التحررية بصورة متكاملة من خلال التوجه الى كافة شرائح الرأي العام اللبناني محليا والعربي اقليميا والاسرائيلي والغربي دوليا.<sup>٢١</sup>

### \* نشأة قناة "المنار" الفضائية وتطورها...<sup>٢٢</sup>

قناة "المنار" قناة اعلامية مرئية، بدأت ارسالها الأرضى يوم ٣ يونيو ١٩٩١. وبعد أن حصلت على ترخيص من الولة اللبنانية في عام ١٩٩٧ ذلك عندما قررت الدولة اللبنانية تنظيم البث التلفزيونى، مما أدى الى اغلاق العديد من المحطات التلفزيونية التي تكاثرت خلال الحرب اللبنانية (١٩٧٥-١٩٩٠). هذا وقد باشرت قناة "المنار" عملها للوصول الى البث الفضائى فى مارس ٢٠٠٠، بدأ بثها التجريبي فى ٢٥/٥/٢٠٠٠، وفى يوليو ٢٠٠٠ تم بث برامج القناة كلها عبر الأقمار الصناعية ليغضى المنطقة العربية وأوروبا. وقد كانت الأنطلاقة الحقيقية للقناة مع بداية أحداث انتفاضة الأقصى، ووصل عدد ساعات البث الى ٢٤ ساعة يوميا. هذا وتبث برامج "المنار" على القمر العربى "عربسات" A٣ للعالم العربى، كما يصل ارسالها الى كندا، الولايات المتحدة الامريكية عبر القمر الصناعى "تليستار" ويغضى ارسالها أيضا أمريكا الجنوبية وأفريقيا عبر النظام الرقمى "ديجيتال" على القمر "ان.اس.أس". وتتخذ قناة "المنار" من بيروت مقرا لها، وتعود ملكيتها لمجموعة من المساهمين اللبنانيين المسلمين والمسحيين من رجال الأعمال، ورجال الفكر والثقافة والسياسة وبعضهم قياديون فى حزب الله. بالإضافة الى أن قناة "المنار" عضو مشارك فى اتحاد اذاعات الدول العربية التابع لجامعة الدول العربية.

### أهدافها..

- يعد تليفزيون "المنار" المؤسسة الناطقة باسم المقاومة الاسلامية فى لبنان، المؤسسة العربية الأولى التي تخوض حربا نفسية ضد العدو الصهيونى. هذا وقد حددت قناة "المنار" أهدافها كالتالى:
- الاهتمام بأعمال المقاومة اللبنانية وابرار البطولات التي قدمتها المقاومة فى جنوب لبنان.
  - السعى لمواجهة العدو الاسرائيلي وخلق التعاطف تجاه قضايا المستضعفين .

- بث البرامج المناسبة للأسرة العربية المسلمة من خلال الاهتمام بالشئون الاجتماعية والتربوية والعلمية لاستقطاب أوسع شريحة من الجماهير العربية حول الأهداف القومية.
- ابراز وتعزيز الدور الحضارى للأمة الإسلامية، وبث روح الوحدة بين المسلمين لمواجهة العدو الصهيونى.

## المبحث الثانى

### الأطار المنهجى للدراسة.

#### الدراسات السابقة..

حيث يتم استعراض كل ما تم العثور عليه بقدر المستطاع من الدراسات العلمية السابقة الخاصة بموضوع الدراسة، والتي لها صلة مباشرة أو غير مباشرة بموضوع الدراسة. وذلك على النحو التالى:  
أولاً: الدراسات العلمية السابقة التى تناولت الاعلام والدعاية الاسرائيلية ، ومن أهمها:

-- دراسة حامد محمود (١٩٦٦م) بعنوان "الصهيونية(وسائلها وأساليبها وطرق مكافحتها)".<sup>٢٣</sup> والى هدفت الى دراسة الدعاية الصهيونية على أسس علمية لكشف جوانب وأبعاد الدعاية الصهيونية وامكانياتها.

-دراسة حامد ربيع (١٩٧٠م) بعنوان "دراسة تحليلية لأساليب الدعاية الاسرائيلية بعد حرب حزيران ١٩٦٧م".<sup>٢٤</sup>

تتطرق هذه الدراسة الى فلسفة الدعاية الاسرائيلية وعلاقتها بالسياسة الخارجية للعدو وأبعاد مخططاتها، كما تتناول تحليل لبعض أساليب الدعاية الاسرائيلية بعد حرب يونيو عام ١٩٦٧م.

- دراسة نادية حسن سالم (١٩٧٤م) بعنوان "دراسة تحليلية للدعاية الصهيونية فى الولايات المتحدة الامريكية عام ١٩٦٧م".<sup>٢٥</sup>

تهتم هذه الدراسة بالكشف عن الدور الذى تلعبه الدعاية فى الصراع العربى الاسرائيلى خاصة الدعاية الصهيونية وتأثيرها على موقف الصحافة الأمريكية من النزاع العربى الاسرائيلى.

-دراسة خاصة بالاعلام الاسرائيلى مترجمة عن اللغة العبرية (١٩٩٣م) بعنوان "الاعلام الاسرائيلى ضباب لاعماء العيون".<sup>٢٦</sup>

تهدف هذه الدراسة الى رصد دور الاعلام الاسرائيلى وأهدافه والتنظيمات التى تعمل به، كما تتولى هذه الدراسة أيضا الاجابة على تساؤل هام حول مدى نجاح الاعلام الاسرائيلى فى تحقيق أهدافه.

-دراسة سليمان صالح (٢٠٠٥م) بعنوان "صورة اسرائيل فى الاعلام الغربى- دراسة حالة".<sup>٢٧</sup>

فمن خلال هذه الدراسة، عنى الباحث بإيضاح أهمية السيطرة الاعلامية وكيف يمكن أن تستخدم هذه السيطرة في تغيير الاتجاهات الراسخة والصور النمطية التي تشكلت عبر فترات تاريخية طويلة. كما سعت هذه الدراسة الى اختبار صحة نظرية للتأثير المحدود لوسائل الاعلام وكيف أن تراكم الرسائل الاعلامية في اتجاه معين عبر فترة زمنية معينة يمكن أن يحقق تأثير كبيراً وأن يحول اتجاهات الجمهور طبقاً لأهداف القائم بالاتصال وخططه وأن يغير الاتجاهات الراسخة لدى الجمهور.

- دراسة سليمان صالح ( ٢٠٠٥م) بعنوان " صورة الشعب الفلسطيني في وسائل الاعلام الغربية".<sup>٢٨</sup>

حيث يرجع الباحث أهمية هذه الدراسة الى الكشف عن الدور الذي تسهم به علاقات القوة في تشكيل الصور النمطية للشعوب وكيف يتم استخدام الصور النمطية كسلاح في الحرب وكوسيلة لفرض الهيمنة بالاضافة الى استخدامها كوسيلة للدعاية . بالاضافة الى أنها تسهم في معرفة العوامل والآليات التي استخدمتها الدعاية الصهيونية بالضغط على وسائل الاعلام الغربية في تشكيل الصور النمطية عن الشعب الفلسطيني.

-الدراسات العلمية التي تناولت لقاء الضوء على الاعلام الاسرائيلي ووسائله المختلفة من صحافة واذاعة وتلفزيون وصولاً الى الفضائية الاسرائيلية الموجهة باللغة العربية والتي بثتها اسرائيل في عام ٢٠٠١. فهذه الدراسات تعرضت لدراسة الاعلام الاسرائيلي وكيفية استخدام وسائله في مناقشة القضايا وأبرزها الصراع العربي الاسرائيلي.<sup>٢٩</sup>

ثانياً: الدراسات العلمية السابقة التي تناولت قناة "المنار" ومنها

- دراسة عواطف عبد الرحمن ( ٢٠٠٢م) بعنوان: "الاعلام المقاوم في الجنوب اللبناني".<sup>٣٠</sup>

تسعى هذه الدراسة الى إبراز طبيعة الانجازات التي حققتها المقاومة الاسلامية في مجال الاعلام الثوري المقاوم من خلال تناولها في اطار مثلث الابعاد ضم الاعلام العربي باعتباره المحيط الطبيعي للاعلام اللبناني بقضاياها وتحدياته والاعلام الصهيوني باعتباره السلاح الايديولوجي والدعائي الحاسم للصهيونية في معاركها ضد الشعب الفلسطيني وسائر الشعوب العربية والبعث الثالث المتمثل في الاعلام الغربي الذي يتبنى الكيان الصهيوني فكراً وعقيدة . وفي مواجهة الاعلام الصهيوني والغربي وفي اطار الاعلام اللبناني العربي تأتي تجربة الاعلام المقاوم في الجنوب اللبناني. هذا وقد اهتمت الباحثة بدراسة الاعلام المقاوم في الجنوب اللبناني وشرح ومعرفة آلياته، مع دراسة نموذج تطبيقي لهذا الاعلام والمتمثل في قناة "المنار" كصوت للمقاومة الاسلامية وأداة للاعلام المقاوم.

-دراسة ياسر محبوب الحسين (٢٠٠٨م) بعنوان: " دور الفضائيات العربية في تشكيل الرأي العام الاقليمي بالتطبيق على قناتي الجزيرة والمنار - دراسة مقارنة".<sup>٣١</sup>



حيث تبحث الدراسة في مدى استطاعة القنوات الفضائية العربية في لعب دور رئيسي في بلورة وصياغة رأى عام عربي حول القضايا الرئيسية التي تشغل الوطن العربي. وركزت الدراسة على أثر قناتي الجزيرة والمنار الفضائيتين.

ونستخلص من الدراسات السابقة عدد من النتائج أهمها:

- أن موضوع الدعاية الاسرائيلية والاعلام الاسرائيلي، قد احتل اهتمام عدد كبير من الباحثين من خلال اجراء العديد من الأبحاث والدراسات العلمية حوله، في محاولة جادة منهم لفهم طبيعة وأهداف هذه الدعاية ومعرفة تأثيراتها سواء على الرأى العام العربى أو العالمى. ولكن وبعد اطلاع الباحثة على ماتيسر لها من الأبحاث والدراسات العلمية حول موضوع الدعاية الاسرائيلية تبين لها ، أنه من أجل فهم هذا الموضوع ودراسته دراسة جيدة لأبد وأن يقترن بها دراسة اتجاه آخر حاولت العديد من الدراسات الاشارة اليه من منطلق المقترحات والتوصيات ألا وهو الدعاية العربية المضادة عبر وسائل الاعلام العربية المنوط بها الرد على الدعاية الاسرائيلية ومواجهتها والرد على الادعاءات والحقائق المشوهة التي تحاول غرسها وترسيخها في عقول المتلقين سواء في الداخل العربى أو الخارج الغربى.

- ما كشف عنه الاطلاع على الدراسات السابقة وخاصة المتعلقة بالدعاية الاسرائيلية والاعلام الاسرائيلي وهيمنة هذه الدعاية على الاعلام الغربى، من ضرورة وأهمية الدراسة التي تعنى بها الباحثة. فظاهرة الدعاية الاسرائيلية ظاهرة خطيرة بالاضافة الى أنها تشكل التحدى الاكبر والعقبة الاساسية أمام اى محاولة عربية لكشف الحقائق أمام الرأى العام سواء العربى أو العالمى. وقناعة من الباحثة بأهمية موضوع الدعاية الاسرائيلية وضرورة بحثه والتعرف على ماهيته وخصائصه.

- أسفر عنه الاطلاع على الدراسات السابقة من بروز نموذج "تليفزيون أوقناة المنار اللبنانية" وتجربته في تحرير الجنوب اللبناني وفي دحض وبيان زيف الدعاية الاسرائيلية والرد عليها بأسلوب عقلانى متوازن بعيد عن الصخب والشجب والادانة والاستكار. نموذج بلاشك يدعو الى البحث والدراسة لمعرفة خصائصه وسماته الدعائية وهل يمكن أن يكون نموذجا اعلاميا عربيا مضادا لأى دعاية موجهة للوطن العربى. هذا وفي اطار البحث عن الدراسات العلمية التي عنيت بهذه القناة، لاحظت الباحثة ندرة الابحاث بل وقلتها حيث لم يوجد الا دراسة "عواطف عبد الرحمن" الخاصة بالاعلام البناني المقاوم والتي حاولت فيها لقاء الضوء على هذه القناة وبيان أهدافها وخصائصها. بالاضافة الى بعض الدراسات العلمية والتي أشارت اليها واهتمت بالتعريف بها ولكن بشكل موجز<sup>٣٢</sup>. وهو ما دفع بالباحثة الى دراسة هذا النموذج بكافة أبعاده الاعلامية، دراسة تحليلية علمية للوقوف على أهميته ومدى ما يمكن أن يسهم به في مجال الدعاية العربية المضادة.

## أولاً: مشكلة الدراسة.

مع تزايد أهمية الدور الذي تلعبه الدعاية السياسية خاصة عبر وسائل الاعلام المرئية وبالاخص القنوات الفضائية- في تحريك قضية ما واستقطاب الرأي العام الدولي اليها. وهو ما جعل كثير من الدول كبيرها وصغيرها تنتبه الى أهمية الدعاية وخاصة عبر القنوات الفضائية كوسيلة وأداة مهمة وفعالة في تحقيق أغراضها التي تروى الى تحقيقها، ولانبات وجودها في عصر أصبحت فيه الحرب الدعائية الاعلامية واحدة من أهم الحروب والبدل العصري للحروب التقليدية التي يغلب عليها الطابع العسكري. واسرائيل التي احترفت استخدام الدعاية واعتبرتها منذ نشأتها سلاحها المهم والفعال في حروبها خاصة مع العالم العربي، فطنت الى أهمية المجال الاعلامي في تمرير منطقتها الدعائية الخاص بها الى الشعوب عامة والشعوب العربية خاصة وأن ٩٠% من العالم العربي يستمد ثقافته من وسائل الاعلام وخاصة المرئية منها، مما يعنى أن التأثير في هذه الشعوب يمر عبر شاشات التلفزيون.<sup>٣٣</sup> وهو ما أكدت عليه "ياهوويت أورباخ" رئيس قسم الصحافة والاعلام بجامعة "بارايلان" (من أن شاشات التلفزيون أصبحت بلاشك ساحة المعارك الرئيسية، فالصورة أبلغ من ألف كلمة).<sup>٣٤</sup>

، وكرد على المحطات الفضائية العربية التي تمكنت من تعرية السلوك السياسي لاسرائيل. كانت "القناة الفضائية الاسرائيلية الموجهة باللغة العربية أوالتلفزيون الاسرائيلي ٣٣" كأداة أخرى تضاف الى الأدوات والوسائل العديدة والمتنوعة التي استخدمتها اسرائيل في حربها الدعائية والنفسية المتواصلة ضد الانسان العربي ،وكوسيلة لتحسين صورتها في العالم العربي خاصة بعد أن نجحت الفضائيات العربية في بث صور المجازر الاسرائيلية والاعتداءات الوحشية المستمرة ضد الشعب الفلسطيني الفضائيات العربية التي استطاعت أن تصمد أمام الدعاية الاسرائيلية وأن تكشف حقيقتها خاصة وهو الأهم أمام المتلقى العربي. وقد اعترفت اسرائيل نفسها بتأثير هذه القنوات العربية وقدرتها على النفاذ الى الرأي العام سواء داخل اسرائيل نفسها أوخارجهاوهو ما أكدت عليه صحيفة "يديعوت أحرונوت" الاسرائيلية على الانترنت " بأن القناة بمثابة رد على عشرات المحطات العربية في المنطقة" بالاضافة الى ما أورده الوزير المسئول عن سلطة البث والمبادر الى المشروع "رعنان كوهين" والذي ذهب في تقريره لاطلاق القناة الى القول "بأن الدول العربية في حالة فيض اعلامي وهناك عشرات من القنوات التلفزيونية مثل الجزيرة والمنار التابعة لحزب الله اللتين تبث برامجهما على مدار الساعة، مما يلزم بث برامج على مستوى عال باللغة العربية يمكنها التجاوب مع هذا الفيض الاعلامي الغزير"<sup>٣٥</sup>.

ومن أكثر هذه القنوات الفضائية العربية ، قناة "المنار" الفضائية اللبنانية التابعة لحزب الله، تلك القناة التي استطاعت أن تقدم النموذج الحى لدعاية عربية موجهة ومضادة للدعاية الاسرائيلية خاصة أثناء تحرير الجنوب اللبناني عام ٢٠٠٠، وذلك من خلال تنفيذ مقولات وادعاءات الدعاية الاسرائيلية

وكشفها وبيان زيفها أمام الرأي العام الدولي والعربي خاصة. هذا وتسير قناة "المنار" اللبنانية فى تغطيتها لقضايا الامة العربية وعلى رأسها قضية الصراع العربى الاسرائيلى فى اتجاهين متوازيين، الأول يعتمد على عرض القضية بمنطق الضحية من خلال التركيز على رصد معاناة الفلسطينيين داخل الاراضى الفلسطينية المحتلة، والثانى يعتمد على التركيز على المجتمع الاسرائيلى وكشف مابه من تناقضات.<sup>36</sup> أذن من ضمن الأهداف التى وضعتها القناة لها الاهتمام بتفنيد الدعاية الاسرائيلية والرد عليها وكشفها خاصة أمام المتلقى العربى.

وهنا يبرز تساؤلا هاما تقوم عليه مشكلة هذه الدراسة وهو: "هل استطاعت قناة "المنار" بأساليبها الدعائية أن تواجه الدعاية الاسرائيلية وتثبت أنها بهذه الاساليب الدعائية ذات فعالية وقدرة على التأثير فى المتلقى العربى المستهدف من قبل الدعاية الاسرائيلية؟".

هذا وتحاول هذه الدراسة أن تجيب على هذا التساؤل بهدف تقييم قناة "المنار"، من خلال تقييم واقع خريبتها البرمجية وخاصة من حيث المواد الاخبارية والسياسية، والتعرف على أهم الأساليب الدعائية التى تستخدمها فى التأثير، ومن معرفة الدور الذى يمكن أن تسهم به فى وضع أسس علمية صحيحة لمواجهة الدعاية الاسرائيلية. وذلك من خلال تحليل عينة من مضمون المادة المذاعة التى تقدمها النشرات الاخبارية والبرامج الاخبارية وكذلك البرامج السياسية والتعرف على أهم الموضوعات والقضايا الاساسية التى ركزت عليها واتجاهات المعالجة الاعلامية لها وملامح الصورة التى تقدمها عن اسرائيل من خلالها.

## ثانيا: أهمية الدراسة.

١- حيث تبرز أهمية الدراسة، من كونها تولى أهمية لدراسة الاتجاه الآخر للدعاية ألا وهو "الدعاية المضادة" والذى لم تعنى به الكثير من الدراسات العلمية السابقة وإنما اكتفت بالإشارة اليه من خلال التوصيات فقط. حيث دعت جميعها الى ضرورة التخطيط ووضع أسس علمية للدعاية العربية المضادة للدعايات الموجهة اليها من الدول الأجنبية وعلى رأسها الدعاية الاسرائيلية. دون الأهتمام أوذكر الكيفية التى يتم بها هذا التخطيط وكيف يمكن للاعلام العربى وخاصة الفضائيات العربية الاستفادة من هذا الاتجاه.

٢- تتعرض هذه الدراسة الى التعرف على قناة "المنار" الفضائية اللبنانية التى لم تلقى اهتماما فى كثير من الدراسات العربية الا دراسة عربية واحدة قدمتها "عواطف عبد الرحمن" فى كتابها "اعلام المقاومة فى الوطن العربى". الامر الذى يحتاج الى دراسة هذه القناة دراسة علمية سأنية للوقوف على أهدافها وسمات خطابها الاعلامى ومركزات وأساليب المنطق الدعائى بها. ومعرفة مدى الدور الذى يمكن أن تسهم به فى تقديم نموذجا لدعاية عربية مضادة لكافة الدعايات الخارجية المضللة التى تواجه المتلقى العربى، وان تكون بمثابة المصل العربى الذى يحصن ويحمى المشاهد العربى من الأكاذيب

والافتراءات ومحاولات غسل المخ التي يتعرض لها من قبل وسائل الاعلام التي يتعرض لها وبالاخص الفضائيات الاجنبية الموجهة باللغة العربية.

### ثالثاً: أهداف الدراسة.

تركز هذه الدراسة على تقييم دور قناة "المنار" في وضع أسس علمية صحيحة لخطة دعائية عربية لمواجهة الدعاية الاسرائيلية. وذلك من خلال:

١- ادراك وفهم أبعاد الدعاية الاسرائيلية ودراستها دراسة جيدة لفهم طبيعة الاستراتيجية الدعائية لها وخصائصها وأهدافها ومقومات نجاحها في التأثير وخاصة في المتلقى العربي.

٢- التعرف بقناة "المنار" اللبنانية من حيث النشأة وساعات البث والقاء الضوء على الخريطة البرمجية ودوافع النشأة وتوجهات الدعاية بها.

٣- محاولة تقييم المادة الدعائية في قناة "المنار" من خلال تحليل مضمون المادة الدعائية في كل من النشرات الاخبارية والبرامج الاخبارية والسياسية في القناة- طوال فترة الدراسة، للتعرف على طبيعة المضمون فيها وكيفية معالجته للاحداث والقضايا التي وقعت خلال -الفترة الزمنية للدراسة-، والتعرف على أهم الموضوعات والاحداث التي اهتمت بها القناة، وكذلك اتجاهات المعالجة في كل منهما، بالإضافة الى التعرف على أساليب جذب القناة للمشاهد العربي لخلق المصادقية فيما تقدمه وكذلك أهم أساليب التأثير الدعائية المستخدمة في القناة خلال فترة الدراسة.

٤- تقييم قناة "المنار" الفضائية اللبنانية وبيان مدى امكانية اعتبارها نموذجاً للدعاية العربية المضادة للدعاية الاسرائيلية مع بيان مقومات الاستراتيجية الدعائية التي استخدمتها في مواجهة.

### رابعاً: تساؤلات الدراسة.

تثير مشكلة الدراسة عدد من التساؤلات المستمدة من التساؤل الرئيسي لمشكلة الدراسة، والتي تحدد أبعاد الموضوع بكل جوانبه. وتدور هذه التساؤلات في اطار منهجي بحيث توفر اجاباتها الحقائق التي تلبي حاجات الدراسة وتحقق أهدافها وهي:

١- ما الموضوعات أو الأحداث التي حرصت قناة "المنار" على الاهتمام بها وحرصت عليها بشكل متكرر عبر مضمونها الدعائي خلال الفترة الزمنية للدراسة؟

٢- ما السمات أو الخصائص الشكلية التي اتسم بها المضمون الدعائي في قناة "المنار" خلال الفترة الزمنية للدراسة؟

٣- ما الاساليب الدعائية التي استخدمتها المادة الدعائية الخاضعة للتحليل- محل الدراسة - فى قناة "المنار" خلال الفترة الزمنية للدراسة ؟

٤- هل تستطيع قناة "المنار" الفضائية أن تكون نموذجا فعالا للدعاية العربية المضادة للدعاية الاسرائيلية وأن تكون قادرة على مواجهتها وفقا لأسس علمية صحيحة؟

### خامسا: الاجراءات المنهجية للدراسة.

مجتمع الدراسة...مجتمع الدراسة هنا يقوم المضمون الدعائى الذى تستخدمه قناة المنار الفضائية اللبنانية، سواء تمثل هذا المضمون فى النشرات والبرامج الاخبارية أو البرامج السياسية أو الافلام أو المسلسلات أو الدراما أو البرامج الثقافية والترفيهية وغيرها. وهذا يعنى أن مجتمع الدراسة يتمثل فى كل ما تقدمه قناة "المنار الفضائية" من مواد دعائية موجهة و مضادة.

منهج الدراسة... اعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة للنشرات الاخبارية والبرامج الاخبارية والسياسية التى أذيعت فى قناة "المنار" وذلك لمدة أربعة أشهر غير متتابعين.

عينة الدراسة... تم اختيار عينة من النشرات الاخبارية والبرامج الاخبارية والبرامج السياسية التى أذيعت فى قناة المنار خلال الفترة الزمنية للدراسة والتى استغرقت أربعة شهور تم تقسيمها على مرحلتين، حيث المرحلة الاولى والتى امتدت من (٢/١/٢٠٠٥-٢ وحتى ٢/٣/٢٠٠٥) ، أما المرحلة الثانية فقد امتدت فى الفترة من (١/٦/٢٠٠٥- وحتى ١/٨/٢٠٠٥). حيث تم اختيار النشرة الاخبارية الرئيسية وكذلك برنامج أخبارى وهو "اليومية" وبرنامج سياسى وهو "ماذا بعد؟". حيث تم تحليل حوالى (١١٧) نشرة اخبارية تم منهما اختيار عدد (٦٧٢ خبرا) ، وعدد (٤١) حلقة من البرنامج الاخبارى، و(٦) حلقات من البرنامج السياسى. ويرجع السبب فى اختيار العينة على هذا النحو هو اختيار الأخبار والحلقات التى تناولت القضايا والموضوعات الأكثر بروز وأهمية من قبل قناة "المنار" خلال الفترة الزمنية للدراسة.

المدى الزمنى للدراسة... تحدد المدى الزمنى للدراسة من خلال تقسيم العينة الزمنية الى مرحلتين: فالمرحلة الأولى.. تشمل الفترة من ٢/١/٢٠٠٥ وحتى ٢/٣/٢٠٠٥. وذلك عقب الأزمة التى تعرضت لها قناة "المنار" بمنع بثها على القمر الاوروبى فى ١٤/١٢/٢٠٠٤ بقرار من فرنسا، نتيجة اتهامها بمعاداة السامية طبقا لما تبثه هذه القناة من برامج ومواد اذاعية أدعت كل من فرنسا وأمريكا وتحت

ضغط من اسرائيل، بأنها تمثل معاداة للسامية وتشوه صورة اسرائيل أمام الرأى العام. بالاضافة الى ما شهدته هذه المرحلة من أحداث هامة ومثيرة حرصت قناة "المنار" على الاهتمام بها من أهمها: انتخابات الرئاسة الفلسطينية وفوز أبو مازن بالرئاسة، وخطة الانفصال أحادية الجانب عن قطاع غزة، وقمة شرم الشيخ الرباعية للسلام، والانتخابات الرئاسية العراقية، واغتيال رئيس وزراء لبنان رفيق الحريري، وأخيرا الملف النووي الإيراني. أما المرحلة الثانية.. فتشمل الفترة من ٢٠٠٥/٦/١ - وحتى ٢٠٠٥/٨/١. وقد اتخذت هذه الفترة للتأكد من الوثيرة التي تسير عليها الدعاية فى قناة "المنار"، خاصة بعد مرور شهرين من وقوع الأحداث التي وقعت خلال المرحلة الأولى ومدى الاهتمام بها فى هذه المرحلة. ومن أهم الموضوعات التي اهتمت بها القناة خلال هذه المرحلة، خطة الانفصال أحادية الجانب عن قطاع غزة، والانتخابات الرئاسية الإيرانية وفوز أحمد نجاد برئاسة ايران، والانتخابات التشريعية اللبنانية وقرار ١٥٥٩ وانسحاب سوريا من لبنان، وتشكيل الدستور العراقي، وفشل الدستور الاوروبى، بالاضافة الى الملف النووي الإيراني وتفجيرات لندن وشرم الشيخ.

آداة الدراسة... اعتمدت الدراسة على صحيفة تحليل المضمون لعينة النشرات الاخبارية والبرنامج الأخبارى والبرنامج السياسى. وقد تم عرضها على المحكمين وتم التطبيق بعد اجراء اختبارى الصدق والثبات.

فئات التحليل... تضمنت استمارة التحليل مجموعة من الفئات المرتبطة بتساؤلات الدراسة وهى خاصة بفئتين رئيسيتين هما الشكل والمضمون (أى الاساليب الدعائية المستخدمة). ويندرج تحت كل فئة رئيسية مجموعة من الفئات الفرعية وذلك على النحو التالى :

١- الفئة الرئيسية الاولى "فئة الشكل" وتتضمن: [فئة المدة الزمنية، ويقصد بها الوقت أو المدة

الزمنية التي استغرقتها اداعة الخبر أو البرنامج. وتتضمن هذه الفئة: "أقل من ٥ق.. ( ١ درجة) - من ٥ق - الى أقل من ١٠ق.. (٢ درجة)- ١٠ق فأكثر.. (٣ درجات)- فئة محور المادة المذاعة، ويقصد بها نوع الموضوعات التي تم تناولها سواء فى الخبر أو البرنامج. وتتضمن: سياسية..(درجتان)، أمنية..(درجتان)، و اجتماعية.. (درجتان)، واقتصادية.. (درجتان)، ودينية.. (درجتان)، وأكثر من محور.. (ثلاث درجات)، وأخرى.. (درجة واحدة)، -فئة القالب الفنى للمادة المذاعة، ويقصد بها الأسلوب أو الشكل الفنى الذى قدم به الخبر أو البرنامج. وتتضمن: تقرير..

(درجتان)، والمقابلة أو الحوار.. (درجتان)، ومادة فيلمية "الصور المتحركة".. (درجتان)، وصور ثابتة.. (درجة واحدة)، ووسائل إيضاح مرئية.. (درجة واحدة)، والجمع بين أكثر من شكل.. (ثلاث درجات)، وأخيرًا بدون شكل فني.. (صفر درجة)، - فئة مصدر المادة المذاعة، ويقصد بها المصادر التي يحصل من خلالها التلفزيون على مادته الإخبارية المصورة بالإضافة إلى المعلومات الخاصة بالموضوع المثار سواء في الخبر أو البرنامج. وتتضمن هذه الفئة: مصدر ذاتي.. (درجتان)، ومصدر خارجي.. (درجتان)، ومصدر مسئول.. (درجتان)، وأكثر من مصدر.. (ثلاث درجات)، وغير محدد المصدر.. (درجة واحدة)، - فئة الإطار الدعائي، ويقصد بها المحيط الذي أُنِيع من خلاله الخبر أو الموضوع ويشمل هذا الإطار أو المحيط الصور المرفقة والشخصيات المتحدثة والتعليقات التي استعان بها المذيع سواء في الخبر أو البرنامج. وتتضمن هذه الفئة: إطار قوى.. (ثلاث درجات)، وإطار متوسط.. (درجتان)، وإطار ضعيف.. (درجة واحدة)، - فئة الاتجاه الدعائي، ويقصد بها تحديد اتجاه الداعية نحو الموضوعات والقضايا المثارة، هل هي بالسلب أو الإيجاب أو الاثنين معاً أم غير محدد. ويقصد بهذه الفئة الصورة الذهنية التي يحاول الداعية ترسيخها في ذهن المتلقى تجاه قضايا أو أشخاص بعينهم، من خلال التركيز على الجانب السلبي أو الإيجابي عن هذه القضية أو هذا الشخص. وتتضمن: اتجاه سلبي.. (درجتان)، واتجاه إيجابي.. (درجتان)، ويجمع بين السلب والإيجاب.. (ثلاث درجات)، وغير محدد الاتجاه.. (درجة واحدة)، - فئة طبيعة الصوت المستخدم، ويقصد بها الصوت المستخدم في المادة المذاعة سواء كانت خبر أو برنامج. وتتضمن هذه الفئة: (صوت أصلي.. (ثلاث درجات)، صوت آخر "موسيقى".. (درجتان)، ولم يستخدم.. (درجة واحدة)، - فئة نوعية الصور المستخدمة، ويقصد بها نوعية الصور المستخدمة أو المصاحبة للخبر أو الموضوع المثار. وتتضمن هذه الفئة: صور حية.. (درجتان)، وصور أرشيفية.. (درجتان)، وصور استشهادية.. (درجتان)، وصور ثابتة.. (درجة واحدة)، والجمع بين أكثر من نوع.. (ثلاث درجات)، ولم تستخدم صور.. (صفر درجة)، - فئة مدى تعبير الصور المستخدمة عن الحدث، وتتضمن هذه الفئة: عبرت بوضوح.. (ثلاث درجات)، وعبرت إلى حد ما.. (درجتان)، ولم تعبر.. (درجة واحدة)، ولم تستخدم صور.. (صفر درجة)، - فئة طريقة معالجة مضمون الرسالة، ويقصد بها الكيفية التي يعرض بها مضمون الرسالة المذاعة سواء كانت خبراً أو برنامجاً، أي طريقة معالجة الخبر أو البرنامج والكيفية التي تقدم بها المعلومات. ويراد بهذه الفئة معرفة ما إذا كان الخبر أو البرنامج قد ساعد على تقديم صورة كاملة وواضحة للحدث

أول الموضوع، من خلال تقديم المعلومات وشرح الأسباب وتقديم تفسير لما حدث. وتتضمن هذه الفئة: تفسير كلى.. (ثلاث درجات)، وتفسير جزئى.. (درجتان)، ومجردة.. (درجة واحدة).

## ٢- الفئة الرئيسية الثانية.. "المضمون أى الأساليب الدعائية المستخدمة فى الرسالة المذاعة".

ويقصد بها تلك الأساليب الدعائية التى استخدمتها قناة "المنار" فى عرض أخبارها وبرامجها الإخبارية والسياسية لتحقيق التأثير المستهدف. وتضم: [فئة أساليب الدعاية الموجهة المستخدمة، وتتضمن هذه الفئة: التكرار. (درجتان)، والتبرير. (درجتان)، والمبالغة والتحويل. (درجتان)، تحويل الانظار. (درجتان)، استبدال المصطلحات. (درجتان)، وعامل الدين. (درجتان)، والشريك البائع. (درجتان)، وانتهاز الفرصة. (درجتان)، و" التركيز". (درجتان)، والتشويه. (درجتان)، والتشكيك والتقليل من الأهمية. (درجتان)، والاسقاط. (درجتان)، والعامل النفسى. (درجتان)، وتوحيد الخصم. (درجتان)، وبدون أسلوب دعائى "موضوعى". (صفر درجة).. ويقصد به الخبر أو الموضوع الذى تم تناوله أو عرضه بدون استخدام أى من أساليب الدعاية الموجهة، - فئة أساليب الدعاية المضادة المستخدمة، وتتضمن هذه الفئة: التحذير المسبق. (درجتان)، وعرض الحقائق. (درجتان)، والتشكيك فى مصداقية الطرف الآخر. (درجتان)، وضع دعاية الخصم فى تناقض مع الواقع. (درجتان)، واستخدام وسيط دعائى. (درجتان)، وكشف نوايا الطرف الآخر. (درجتان)، وبدون أسلوب دعائى مضاد. (صفر درجة)].

إجراءات الثبات والصدق... بغرض التأكد من صلاحية الأداة المستخدمة فى هذه الدراسة لقياس ما وضعت من أجله، فقد طبقت الباحثة إجراءات الصدق والثبات عليها قبل تطبيقها النهائى على عينة

الدراسة وذلك من خلال:

### \*صدق الأداة.. أولاً:صدق المحتوى أو الصدق الظاهرى أو صدق المحكمين Content

Validity<sup>1</sup> \*، للتحقق من صدق الأداة، قامت الباحثة بعرض استمارة التحليل الخاصة بمضمون

النشرات والبرامج الإخبارية والسياسية محل الدراسة، مع توضيح الفئات التى تضمنتها، على مجموعة

\*-وهم:

أ.د/ حسن عماد المكاوى: عميد كلية الاعلام جامعة القاهرة

أ.د/ عادل عبد الغفار: أستاذ بقسم الاذاعة والتلفزيون بكلية الاعلام جامعة القاهرة.

أ.م.د/ شيماء ذو الفقار: أستاذ مساعد بقسم الاذاعة والتلفزيون بكلية الاعلام جامعة القاهرة.

د/منى طه: مدرس بقسم الاعلام بكلية الآداب جامعة المنصورة.

د/ أحمد زكريا: مدرس بقسم الاعلام بكلية الآداب جامعة المنصورة.



من المحكمين من أصحاب الاختصاص والخبرة في ميدان الدراسة للتعرف على صدق المحتوى والاتساق الداخلي لفقراتها ومدى ملائمتها لأهداف الدراسة، وللحكم على قدرتها على قياس ما وضعت من أجل قياسه. وقد أبدى المحكمون جملة من الملاحظات التي تتطلب تعديل أو حذف أو إضافة بعض الفقرات إلى الصيغة الأصلية لاستمارة التحليل. وقد أخذت الباحثة بما اتفق عليه المحكمون من تعديلات ثم عرضها على المشرفين، لتصبح الاستمارة في شكلها النهائي الذي اعتمد عليه في التحليل.

ثانياً: **الصدق الذاتي** : بعد حساب قيمة معامل الثبات تم حساب معامل الصدق الذاتي للأداة من خلال القانون الآتي<sup>٣٧</sup>:

$$\text{معامل الصدق الذاتي} = \frac{\text{معامل الثبات}}{\sqrt{0.816}} = 0.903$$

وهذا يشير إلى ارتفاع الصدق الذاتي للأداة.

\* ثبات الأداة.. أولاً: الثبات بطريقة ألفا كرونباخ **Alpha - Chornbach**: قامت الباحثة بحساب ثبات الاداة البحثية "استمارة تحليل المضمون" بطريقة ألفا كرونباخ، وكانت النتائج كما هي مبينة بالجدول رقم (أ):

جدول (أ)

قيم معاملات ثبات "ألفا" لمحاور الأداة "استمارة تحليل المضمون" والدرجة الكلية لها.

البعد	عدد الفئات	معامل ألفا (معامل الثبات)
فئة الشكل	١٠	٠.٧٥٦
فئة الأسلوب	٢	٠.٨٣٧
الأداة ككل	١٢	٠.٨١٦

يتضح من نتائج الجدول السابق أن قيم الثبات للأبعاد تراوحت بين (٠.٧٥٦ ، ٠.٨٣٧)، كما بلغت قيمة الثبات للاستمارة كاملة (٠.٨١٦)، وهي قيم ثبات عالية ومقبولة إحصائياً، حيث أن أصغر قيمة مقبولة لمعامل ثبات ألفا هي (٠.٦) ، وأفضل قيمة مقبولة تتراوح بين (٠.٧ ، ٠.٨) وكلما تزيد تكون أفضل<sup>٣٨</sup>.

## ثانياً: الثبات بطريقة إعادة التطبيق

تم التحقق من ثبات المقياس عن طريق إعادة تطبيقه على (حوالي ١٥ يوم من العينة، ثم التطبيق على العينة ككل)، وكان الفاصل الزمني بين التطبيقين (٣٠) يوماً، ويبين الجدول (ب) معاملات الثبات التي تم الحصول عليها.

جدول (ب) معاملات الثبات ومستوى الدلالة عند إعادة التطبيق لأداة (تحليل المضمون)

الدلالة	قيمة معامل الارتباط بين التطبيقين	التطبيق الثاني		التطبيق الأول		الأبعاد
		الانحراف المعياري	المتوسط	الانحراف المعياري	المتوسط	
دال عند ٠.٠١	٠.٩٠٤**	١.١٣٤	٨.٥٧	١.٠٦٩	٨.٨٦	فئة الشكل
	٠.٩٢٤**	١.٢١٥	٣.١٤	١.٢٧٢	٣.٤٣	فئة الأساليب
	٠.٨٣٨*	١.٣٨٠	١١.٧١	١.٣٨٠	١٢.٢٩	الدرجة الكلية للمقياس

يتضح من الجدول السابق أن جميع قيم معاملات الارتباط بين التطبيقين موجبة ودالة عند مستوى (٠.٠١)، وبناءً على تفسير معاملات الارتباط الذي قدمه "جيفورد" Guilford، فإن قيم معاملات الارتباط تدل على وجود علاقة قوية لأبعاد (فئة الشكل، وفئة الأساليب، والدرجة الكلية للأداة) في التطبيقين.

الأساليب الإحصائية المستخدمة... تم تفرغ البيانات الواردة في استمارة "تحليل المضمون" وتمت معالجة هذه البيانات إحصائياً على النسخة الحادية والعشرون (Ver. ٢١) من إصدارات برنامج (SPSS) باستخدام الطرق الإحصائية التالية:

- ١- معامل ارتباط بيرسون (Pearson) لتحديد العلاقة الارتباطية بين التطبيقين الأول والثاني لحساب ثبات الأداة عن طريق إعادة التطبيق.
- ٢- معامل ألفا كرونباخ (Alpha - Chornbach)، لحساب ثبات الأداة المستخدمة في الدراسة، عن طريق تحليل تباين المفردات.
- ٣- المتوسطات والانحرافات المعيارية.
- ٤- اختبار مان-ويتني (Mann - Whitney U)، واختبار ويلكوكسون لمجموع الرتب (Wilcoxon rank-sum test)، للكشف عن دلالة الفروق بين متوسطي رتب درجات المجموعتين المستقلتين التي يقل حجم العينة فيهما عن ٣٠ ( $n > 30$ ).

ب- اختبار "ت" للكشف عن دلالة الفروق بين متوسطى درجات المجموعتين المستقلتين التى يكون حجم العينة فيهما ٣٠ فأكثر ( $n \leq 30$ ).

ملاحظة:

نظراً لصغر حجم العينة وتعذر شروط الاختيار العشوائى، فقد استخدمت الباحثة الأساليب الإحصائية اللابارامترية للتحقق من بعض أهداف الدراسة؛ حيث إن الأساليب الإحصائية اللابارامترية بصورة عامة أكثر قوة من الأساليب الإحصائية البارامترية<sup>٣٩</sup>، ومن الحالات التى تستخدم فيها الاختبارات اللابارامترية عندما يكون حجم العينة صغيراً<sup>٤٠</sup>.

### المبحث الثالث

#### نتائج الدراسة التحليلية

حيث يتم من خلال هذا المبحث عرض نتائج الدراسة التحليلية لعينة المادة المذاعة من النشرات الأخبارية والبرنامج الأخبارى وكذلك البرنامج السياسى- محل الدراسة- التى قدمتها قناة "المنار" الفضائية اللبنانية خلال الفترة الزمنية للدراسة . على النحو التالى:

أ- على مستوى النشرات الأخبارية.

١- فئات الشكل.

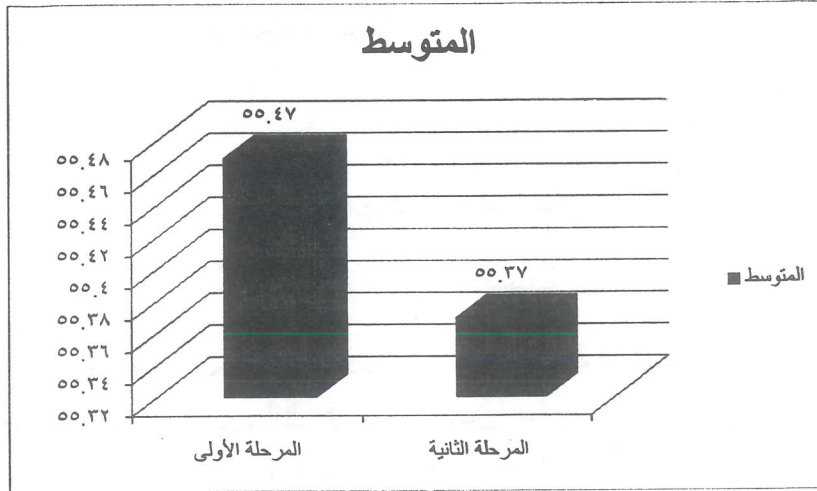
#### جدول (١)

قيمة "ت" ومستوى دلالتها للفروق بين متوسطى فئات الشكل بالنشرات بقناة "المنار" خلال مرحلتى الدراسة .

الفئة	المرحلة	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة "ت"	درجات الحرية	مستوى الدلالة
فئات الشكل	الأولى	٥٥.٤٧	١٧.٢٤٣	٠.٠٢٨	١٢٠	غير دالة
	الثانية	٥٥.٣٧	٢٠.٨٣٤			

يتضح من الجدول (١) عدم وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطي درجات فئات الشكل بالنشرات بقناة "المنار" في المرحلتين الأولى والثانية ، حيث جاءت قيمة  $t = 0.028$  وهي غير دالة إحصائياً. وهذا ينم عن ثبات فئات الشكل بالنشرات بقناة المنار في المرحلتين الأولى والثانية. ويمكن توضيح ذلك من خلال الشكل البياني (١).

شكل رقم (١) نسبة متوسط درجات فئات الشكل بالنشرات بقناة "المنار" خلال مرحلتى الدراسة.



يلاحظ من الشكل رقم (١) ، تقدم نسبة متوسط فئات الشكل في المرحلة الأولى والتي بلغت ٥٥,٥٧% ، بفارق بسيط للغاية (٢٠,٢٠%) عن مثيلتها في المرحلة الثانية والتي بلغت ٥٥,٣٧% . الا انه بوجه عام يلاحظ من نتائج الدراسة التحليلية لعينة النشرات الاخبارية بقناة "المنار" الفضائية اللبنانية خلال الفترة الزمنية للدراسة بمرحلتها، ثبات الاتجاه العام في القناة خاصة من ناحية الشكل في النشرات الاخبارية **وذلك من خلال:**

-ارتفاع نسبة الأخبار القصيرة التي استغرق تقديمها "أقل من ٥ق" عن نسبة الأخبار الأخرى، حيث بلغ نسبة متوسطي الاخبار القصيرة بالنشرات الاخبارية بالقناة خلال مرحلتى الدراسة، ٨٤,٨٧%.

-ارتفاع نسبة الأخبار الأمنية أو العسكرية وكذلك الأخبار السياسية بالنشرة الاخبارية بالقناة خلال مرحلتى الدراسة عن بقية الموضوعات الأخرى للأخبار والتي جاءت بنسب أقل. حيث جاءت الموضوعات السياسية في "المنار" بمتوسط بلغ ٤٣,٩٧% تليه بفارق بسيط للغاية الموضوعات الأمنية والذي بلغ ٤٢,٩٧%. حيث تولى قناة "المنار" الفضائية اللبنانية التابعة لحزب الله اللبناني اهتماما

بالقضايا السياسية والأمنية خاصة العربية وخاصة القضية الفلسطينية والملف العراقي وكذلك الملف اللبناني السوري، مع الحرص على عرض وجهة النظر العربية حيال هذه القضايا العربية وتجاه صراع الأمة العربية مع اسرائيل الى جانب الاهتمام بتفنيد المزاعم الاسرائيلية ودحضها والكشف عنها وتعريفها خاصة أمام المتلقى العربي لتحسينه من مخاطر الدعاية الاسرائيلية الموجهة اليه وخاصة بلغته العربية.

-ما أوضحت نتائج التحليل من تنوع القوالب الفنية التي استخدمتها قناة "المنار" في تقديم أخبارها فى النشرات الأخبارية خلال مرحلتى الدراسة. الا أنه لوحظ اعتماد القناة على قالب "التقرير" بشكل كبير خلال مرحلتى الدراسة فى أخبارها وبنسبة مرتفعة عن باق القوالب الفنية الأخرى التى استخدمتها، حيث بلغت نسبة متوسطى "التقرير" ٦١,٦٢% يليه الاعتماد على "المادة الفيلمية" بمتوسط بلغ ١٧,٣٥%. وهو بدوره يعكس مدى اعتماد القناة على تقديم معاييرها والرؤى والآراء الخاصة بها تجاه الأحداث التى تتولى تغطيتها وليست الصورة أوالمادة الفيلمية المصاحبة للأخبار بمنأى عن هذه الرؤى، فاختيار المحاور الخاصة بحدث ما وكذلك اختيار الصور واللقطات التى تصاحب الخبر وطريقة تقديمها، كل من شأنه أن يصب فى الوظيفة الدعائية التى تمارسها تجاه المتلقى العربى من أجل التأثير.

-اعتماد قناة "المنار" بشكل ملحوظ على "أكثر من مصدر" فى أخبارها وبنسبة مرتفعة عن باقى المصادر الأخرى بمتوسط بلغت نسبته ٦٢,٤٤% خلال مرحلتى الدراسة ، يليها من حيث الاهتمام الاعتماد على المصدر الذاتى بمتوسط بلغ ١٩,٤٥%.

-ان غالبية الأخبار التى قدمتها النشرات الأخبارية بقناة "المنار" -محل الدراسة- خلال مرحلتى الدراسة، قد اتسمت بأنها ذات اطار دعائيا متوسطا بلغ متوسط نسبته خلال الفترة الزمنية للدراسة ٨٢,٣٢%، مقابل ١٣,٣٧% متوسط الأخبار ذات الأطار الدعائى القوى.

-اتسمت غالبية الأخبار التى قدمتها النشرات الأخبارية بقناة "المنار" خلال فترة الدراسة ، بأنها كانت سلبية بمتوسط بلغ ٥٨,٥١% فى مقابل ١٤,٩٢% هى متوسط نسبة الأخبار الايجابية. حيث جاءت الأخبار السلبية مرتبطة فى غالبيتها بالجانب الأسرائيلى فيما يخص الممارسات الوحشية التى تمارسها اسرائيل تجاه الشعب الفلسطينى وكذلك الاشارة الى الخروقات التى يقوم بها الجيش الاسرائيلى فى الجنوب اللبناني، وكذلك الجانب الأمريكى والاوربى. بوجه عام فيما يخص الملف العراقى والملف النووى الإيرانى. فى حين جاءت الأخبار الايجابية مرتبطة بالاشادة بالدور العظيم الذى تقوم به.

المقاومة الفلسطينية في فلسطين المحتلة والقائمة الإسلامية في الجنوب اللبناني بالإضافة الى التركيز على ايجابية الانتخابات البرلمانية اللبنانية التي جرت خلال الفترة الزمنية للدراسة وكذلك كل من الانتخابات الرئاسية الفلسطينية والایرانية.

- ارتفاع نسبة الأخبار التي استخدمت "عصر الصوت" وخاصة الصوت الأصلي او الطبيعي للحدث، حيث بلغ متوسط نسبة هذه الأخبار خلال الفترة الزمنية للدراسة ٨٣,٢٨%. وهو ما يشير الى حرص قناة "المنار" على اضافة مزيد من الواقعية والمصدقية على أخبارها من أجل التأثير الدعائي المنشود.

- ارتفاع نسبة الأخبار المصورة وخاصة الصور الحية أو المتحركة (تلك الصور التي تولى اهتماما كبيرا بالحركة في اللقطات والمشاهد الاخبارية المصورة)، في النشرات الاخبارية بقناة "المنار" بمتوسط بلغ ٦٣,٤٩% خلال الزمنية للدراسة. حيث حرصت القناة على استخدام الصور الحية خلال مرحلتى الدراسة وبنسبة مرتفعة عن نوعية الصور الأخرى التي استخدمتها، يليها من حيث الاهتمام الأخبار التي جمعت بين أكثر من نوع من الصور، بمتوسط بلغ ٢٠,٢٤% خلال مرحلتى الدراسة.

- أن غالبية الصور التي استعانت بها قناة "المنار" في أخبارها التي قدمتها خلال مرحلتى الدراسة، جاءت معبرة بوضوح عن الأحداث والموضوعات التي تم تناولها خلال الفترة الزمنية للدراسة بمتوسط بلغ ٩٣,١٨%.

- قدمت غالبية الأخبار محل الدراسة- التي قدمتها النشرات الاخبارية بقناة "المنار" خلال مرحلتى الدراسة، تفسيراً جزئياً للأحداث بمتوسط بلغت نسبته ٧٣,٢٧%، مقابل ١٥,٨٠%. وهو ما يشير بدوره أيضا الى تركيز قناة "المنار" على جوانب معينة في تفسير بعض الأحداث الى اهتمام بها خلال فترة الدراسة، في مقابل تقديم صورة كاملة وتفسيرا كليا لأحداث بعينها ابرزها الانتخابات الرئاسية الفلسطينية وحادثة اغتيال رئيس وزراء لبنان الاسبق "رفيق الحريري"، بالإضافة الى الانتخابات البرلمانية اللبنانية والانتخابات الرئاسية الإيرانية.

## ٢- فئات الأساليب الدعائية.

جدول (٢)

قيمة "ت" ومستوى دلالتها للفرق بين متوسطي فئات الأسلوب بالنشرات بقناة "المنار" خلال مرحلتى الدراسة.

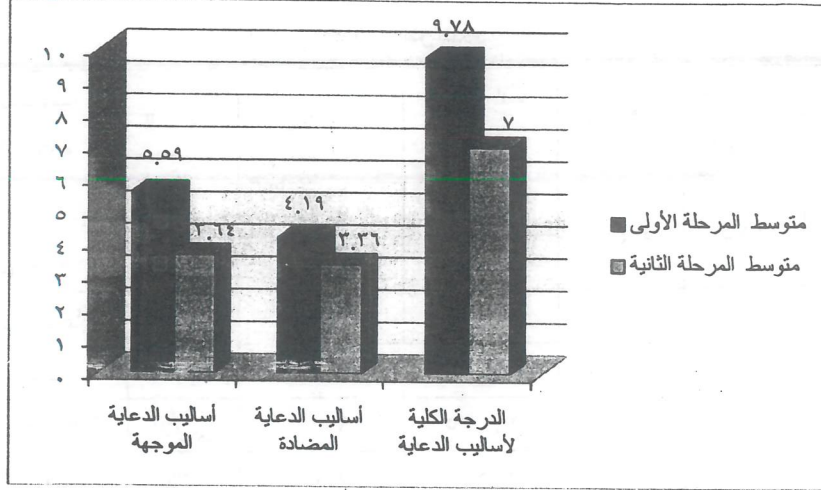
الأساليب الدعائية	المرحلة	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة "ت"	درجات الحرية	مستوى الدلالة
أساليب دعائية موجهة	الأولى	٥.٥٩	٢.٠١٨	٥.٤٧١	١١٥	٠.٠٠١
	الثانية	٣.٦٤	١.٨٤٢			
أساليب دعائية مضادة	الأولى	٤.١٩	١.٩٦١	٢.٣٤٣	١١٥	٠.٠٠٥
	الثانية	٣.٣٦	١.٨٤٢			
الدرجة الكلية لأساليب الدعائية	الأولى	٩.٧٨	٣.٠٣٥	٥.٣٦١	١١٥	٠.٠٠١
	الثانية	٧.٠٠	٢.٥٤٨			

يتضح من الجدول (٢)، وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطى درجات أساليب الدعائية بشكل عام بالنشرات الأخبارية بقناة "المنار" الفضائية اللبنانية خلال مرحلتى الدراسة لصالح المرحلة الأولى (المتوسط الأعلى = ٩.٧٨)، حيث جاءت قيمة "ت" = ٥.٣٦١ وهى دالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠.٠٠١) ودرجات حرية (١١٥). وهذا يشير الى عدم ثبات (اختلاف) أساليب الدعائية بشكل عام بالنشرات الأخبارية بقناة "المنار" خلال مرحلتى الدراسة. حيث يلاحظ:

- وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطى درجات أساليب الدعائية الموجهة بالنشرات الأخبارية بقناة "المنار" فى المرحلتين الأولى والثانية لصالح المرحلة الأولى (المتوسط الأعلى = ٥.٥٩)، حيث جاءت قيمة "ت" = ٥.٤٧١ وهى دالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠.٠٠١) ودرجات حرية (١١٥). وهذا يشير الى عدم ثبات (أى اختلاف) أساليب الدعائية المستخدمة بالنشرات الأخبارية بقناة "المنار" فى المرحلتين الأولى والثانية.

- أيضاً يلاحظ من الجدول السابق، وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطى درجات أساليب الدعائية المضادة بالنشرات الأخبارية بقناة "المنار" فى مرحلتى الدراسة لصالح المرحلة الأولى (المتوسط الأعلى = ٤.١٩)، حيث جاءت قيمة "ت" = ٢.٣٤٣ وهى دالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠.٠٠٥) ودرجات حرية (١١٥). وهذا يدل أيضاً على عدم ثبات أى (اختلاف) أساليب الدعائية المضادة بالنشرات بقناة المنار فى المرحلتين الأولى والثانية. ويمكن توضيح ذلك من خلال الشكل: (٢).

شكل رقم (٢) نسبة متوسط درجات فئات الأسلوب بالنشرات بقناة "المنار" خلال مرحلتى الدراسة.



حيث يشير الشكل (٢)، الى ارتفاع متوسط نسبة الأساليب الدعائية (الموجهة والمضادة) التي استخدمتها قناة "المنار" الفضائية اللبنانية في أخبارها محل الدراسة- التي قدمتها بنشرتها الأخبارية خلال المرحلة الزمنية الأولى والتي بلغت ٩,٧٨% عن نسبتها في المرحلة الثانية والتي بلغت ٧%. وكما سبق وأن أشرنا من قبل (في التحليل الخاص بالفضائية الاسرائيلية)، الى أن ذلك راجع الى طبيعة الأحداث التي طغت على المرحلة الزمنية الأولى من الفترة الزمنية للدراسة، والتي شهدت عددا من الأحداث الهامة أبرزها الانتخابات الرئاسية الفلسطينية وفوز عباس "أبومازن" برئاسة السلطة الفلسطينية، أيضا قمة شرم الشيخ الرباعية للسلام، كذلك انتخابات الرئاسة العراقية، وأخيرا حادث اغتيال "رفيق الحريري" رئيس وزراء لبنان الاسبق والذي احتل حيزا كبيرا من اهتمام قناة "المنار" خاصة في عينة الأخبار محل الدراسة-، بالاضافة الى خطة الانفصال أحادية الجانب. أما المرحلة الزمنية الثانية فقد شهدت عددا من الأحداث الهامة، من أبرزها الانتخابات الرئاسية الايرانية، وكذلك الانتخابات البرلمانية اللبنانية وفوز لائحة حزب الله في الجنوب اللبناني، بالاضافة الى قرار ١٥٥٩ الخاص بالانسحاب السوري من لبنان ونزع سلاح حزب الله، الى جانب حوادث التفجيرات الارهابية في لندن وشرم الشيخ، وهو بدوره ما دعى بقناة "المنار" الى استخدام عددا من الاساليب الدعائية الموجهة والمضادة زاد استخدامها وبنسب مرتفعة في المرحلة الأولى عن المرحلة الزمنية، لمعالجة وصياغة الرؤى ووجهات النظر تجاه هذه الأحداث. من خلال عرض وجهات النظر العربية تجاه الأحداث وكذلك تنفيذ الدعاوى ووجهات النظر الغير عربية وخاصة الاسرائيلية والامريكية بوجه خاص والغربية بوجه عام والرد عليها سواء بنفس أساليبها الدعائية أو باستخدام أساليب الدعاية



المضادة من خلال كشف نوايا الآخر في اتخاذ موقف ما ، أو عرض الحقائق التي شأنها ان تكذب وتبرهن على عدم مصداقية الآخر، أو البرهنة على تناقض رؤى ودعاوى الآخر مع ما يحدث في الواقع أو على الأرض. وذلك على النحو التالي:

-ارتفاع نسبة متوسط الأخبار التي استخدمت أساليب الدعاية الموجهة في المرحلة الأولى والتي بلغت ٥٩,٥٩% ، في مقابل ٣,٦٤% نسبة متوسط الأخبار المستخدمة للأساليب الدعاية الموجهة في المرحلة الثانية. الا أن نتائج الدراسة التحليلية للنشرات الأخبارية بقناة "المنار" الفضائية اللبنانية خلال مرحلتى الدراسة، قد أشارت الى تعدد الأساليب الدعائية الموجهة التي استخدمتها القناة في أخبارها خلال مرحلتى الدراسة بالرغم من اختلاف نسبتها في المرحلتين، والتي بلغت ثلاثة عشر أسلوبا دعائيا وهم (التكرار - التبرير-المبالغة والتحويل- استبدال المصطلحات- عامل الدين- الشريك البائع- انتهاز الفرصة- التركيز- التشويه- التشكيك والتقليل- الإسقاط- العامل النفسى- توحيد الخصم). أبرزهم من حيث نسبة متوسط الاعتماد عليه خلال مرحلتى الدراسة:

١-أسلوبى "التركيز" بمتوسط بلغ ٢٨,٥٨%، و"التكرار" بمتوسط بلغ ٢٢,٩٢%. من خلال التركيز على أفكار معينة مع التكرار المستمر لها ومن أهمها، التركيز على الممارسات الوحشية التي يمارسها الجيش الاسرائيلى تجاه الشعب الفلسطينى، وكذلك الخروقات التي يقوم بها الجيش الاسرائيلى فى منطقة الجنوب اللبناني، الى جانب الملف العراقى من خلال التركيز على ممارسات جيش الاحتلال الأمريكى تجاه الشعب العراقى وأعمال العنف بالعراق. بالاضافة الى التركيز على العلاقات الاسرائيلية الامريكية ودورها فى افشال المبادرات الخاصة بعملية السلام فى الشرق الأوسط وكذلك فى التحريض المستمر ضد سوريا وحزب الله وايران . بالاضافة الى التركيز على دور المقاومة سواء الفلسطينية أوالاسلامية فى الجنوب اللبناني فى هزيمة العدو الاسرائيلية وانهاك قواه.

٢-أسلوبى "التشكيك والتقليل" بمتوسط بلغ ٩,٥٥% و"التشويه" بمتوسط بلغ ٦,٩٧%. حيث اعتمدت قناة "المنار" على الاسلوبين السابقين فى تشويه صورة كل من اسرائيل وأمريكا والتشكيك فى قدرتهم على تحقيق الديمقراطية والسلام سواء فى فلسطين أوالعراق من خلال فضح الممارسات الوحشية لكل من الجيش الاسرائيلى فى فلسطين المحتلة والجيش الأمريكى فى العراق. بالاضافة الى التشكيك فى قدرتهم على فرض عقوبات دولية على ايران بشأن برنامجها النووى.

٣-أسلوب "استبدال المصطلحات" بمتوسط بلغ ٨,٦١%. حيث أوضحت نتائج الدراسة التحليلية، اعتماد قناة "المنار" على هذا الأسلوب الدعائى لتصحيح الألفاظ والمصطلحات التي أدرجتها الدعايات الغربية

وحاولت ترسيخها في أذهان المتلقين وخاصة المتلقين العرب. ومن منطلق استخدام نفس أسلوب العدو، حرصت قناة "المنار" على التدقيق في استخدام المصطلحات الصحيحة وإطلاق التسميات على العدو. ومن أمثلتها:

جيش الأحتلال الاسرائيلي والأمريكي كناية عن الجيش الاسرائيلي والامريكي.  
وزير الحرب الاسرائيلي والامريكي..... وزير الدفاع الاسرائيلي والامريكي كما ينتشر في وسائل الاعلام العربية.

حكومة العدو..... حكومة اسرائيل.

القدس المحتلة.... والتي تطلق عليها اسرائيل عبر اعلامها أورشليم القدس.

حائط البراق..... والذي تطلق عليه اسرائيل حائط المبكى.

جدار الفصل العنصرى..... الجدار الذى أنشأته اسرائيل بحجة الأمن والدفاع عن اسرائيل ضد الهجمات الفلسطينية.

وسائل اعلام العدو.... وسائل الاعلام الاسرائيلية والامريكية.

عمليات المقاومة أوالعمليات الاستشهادية .... العمليات التى تقوم بها المقاومة الفلسطينية والاسلامية فى الجنوب اللبناني ضد اسرائيل أو العمليات التى تقوم بها المقاومة العراقية ضد الأحتلال الأمريكى. وغيرها من المصطلحات التى استخدمتها قناة "المنار" فى نشرتها الأخبارية بشكل مقصود ومتعمد ومستمر فى كل النشرات الأخبارية التى أذيعت خلال الفترة الزمنية للدراسة. بغرض التصحيح لما أورده الدعايات الغربية المغرضة وعلى رأسها الدعاية الاسرائيلية.

-ارتفاع نسبة متوسط أساليب الدعاية المضادة التى اعتمدت عليها أخبار "المنار" -محل الدراسة- فى المرحلة الأولى، حيث بلغت ٤,١٩%، مقابل ٣,٣٦% هى نسبة متوسط الأساليب الدعائية المضادة فى المرحلة الزمنية الثانية.

وبوجه عام، أشارت نتائج الدراسة التحليلية، الى تعدد أساليب الدعاية المضادة التى استخدمتها قناة "المنار" فى نشرتها الأخبارية التى أذيعت خلال مرحلتى الدراسة، والتى بلغت ستة أساليب دعائية مضادة وهى: (التحذير المسبق- عرض الحقائق- التشكيك فى مصداقية الخصم- وضع دعاية الخصم فى تناقض مع الواقع- استخدام وسيط دعائى- كشف نوايا الطرف الآخر). أبرزهم من حيث نسبة متوسط اعتماد القناة عليه فى أخبارها خلال مرحلتى الدراسة:

١- أسلوب "عرض الحقائق" بمتوسط بلغت نسبته ٥٦,٠٢% خلال مرحلتى الدراسة. وقد استخدمت قناة "المنار" هذا الأسلوب خاصة فى الانتخابات الرئاسية الفلسطينية والعراقية والإيرانية، وكذلك فى الانتخابات البرلمانية اللبنانية، وأيضاً فى أحداث اغتيال "رفيق الحريرى" وحوادث تفجيرات لندن

وشرح الشيخ. من خلال عرض الحقائق بالأرقام والاحصائيات والمعلومات المستمدة من مصادر معلومة من نوى الخبرة والاختصاص للتعليق على الأحداث وتقديم تفسير وافى لها.

٢- أسلوب "التشكيك في مصداقية الخصم" بمتوسط بلغت نسبته ١٦,٣٠% خلال مرحلتى الدراسة. وقد استخدمته القناة خاصة في الأخبار المتعلقة بالجانب الاسرائيلى ، للتشكيك في مدى مصداقيته في اتخاذ خطوات جادة تجاه عملية السلام مع الجانب الفلسطينى.

٣- أسلوب "وضع دعاية الخصم في تناقض مع الواقع" بمتوسط بلغت نسبته ١٣,٢٧% خلال مرحلتى الدراسة. وقد استخدم هذا الأسلوب خاصة فيما يتعلق بالجانب الاسرائيلى والأمريكى. من خلال عرض دعاوى كل من اسرائيل وأمريكا بشأن مساعيهم الدائمة لى يسود السلام وتحقق الديمقراطية في العالم العربى، والرد عليها من خلال الأخبار الخاصة بالممارسات والأعمال الإجرامية التى يقوم بها الجيشين الاسرائيلى والأمريكى فى فلسطين والعراق. كذلك فى الرد على دعاية اسرائيل التى ادعت بتقديم تسهيلات من جانبها لأنجاح انتخابات الرئاسة الفلسطينية، فى حين وضعت الكثير من العراقيل التى تحول دون تسهيل العملية الانتخابية بل لحد عدم السماح لأحد المرشحين للرئاسة من القيام بجولته الدعائية.

٤- أسلوب "كشف نوايا الطرف الآخر" بمتوسط بلغت نسبته ١٢,١٢% خلال مرحلتى الدراسة. وقد ظهر جليا خاصة فى التعليق على خطة الأنفصال عن قطاع غزة، وكذلك فيما يتعلق بقرار ١٥٥٩ بالانسحاب السورى من لبنان ونزع سلاح حزب الله اللبنانى. أيضا فيما يتعلق بالانتخابات الرئاسية الايرانية والملف النووى الايرانى وكشف الموقف الأمريكى منها.

ب- على مستوى البرنامج الأخبارى.

#### ١- فئات الشكل.

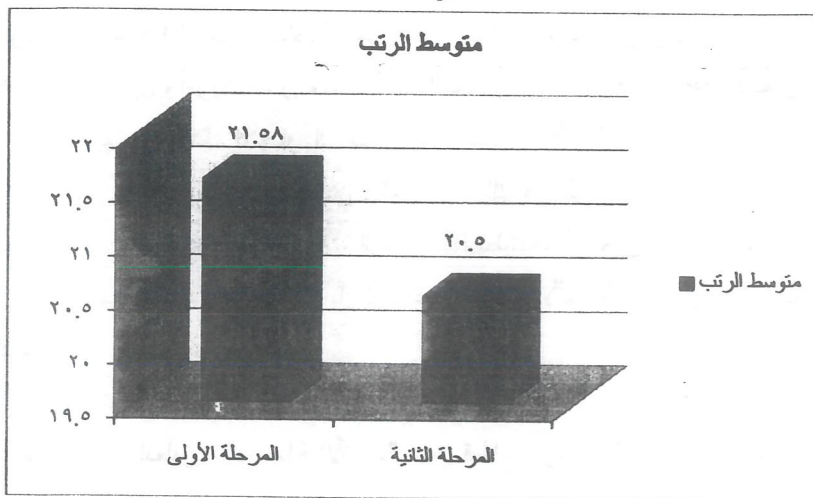
#### جدول (٣)

قيمة Z ودالاتها لاختبار ( مان ويتي ، ويلكسون لمجموع الرتب) للفرق بين متوسطى فئات الشكل بالبرنامج الإخبارى بقناة "المنار" خلال مرحلتى الدراسة.

الفئة	المرحلة	العدد	متوسط الرتب	مجموع الرتب	قيمة Z	مستوى الدلالة
فئات الشكل	الأولى	١٩	٢١.٥٨	٤١٠.٠٠	١.٠٧٦	غير دالة
	الثانية	٢٢	٢٠.٥٠	٤٥١.٠٠		

يتضح من الجدول (٣) عدم وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطى رتب درجات فئات الشكل بالبرنامج الإخبارى بقناة "المنار" فى المرحلتين الأولى والثانية ، حيث جاءت قيمة  $Z = 0.707$  وهى غير دالة إحصائياً. وهذا ينم عن ثبات فئات الشكل بالبرنامج الإخبارى بقناة "المنار" فى المرحلتين الأولى والثانية. ويمكن توضيح ذلك من خلال الشكل البيانى (٣).

شكل (٣) نسبة متوسط رتب درجات فئات الشكل بالبرنامج الإخبارى بقناة "المنار" خلال مرحلتى الدراسة .



يلاحظ من الشكل رقم (٣) ، تقدم نسبة متوسط فئات الشكل فى المرحلة الأولى والتي بلغت ٢١,٥٨% ، بفارق بسيط للغاية (١,٠٨%) عن مثلتها فى المرحلة الثانية والتي بلغت ٢٠,٥٠% . الا انه بوجه عام يتضح من نتائج الدراسة التحليلية لعينة البرنامج الأخبارى الذى أذاعته قناة "المنار" الفضائية اللبنانية خلال الفترة الزمنية للدراسة بمرحلتها، ثبات الاتجاه العام لقناة "المنار" خاصة من ناحية الشكل فيما يخص البرنامج الأخبارى، وذلك من خلال:

- ثبات المدة الزمنية لجميع الحلقات-محل للدراسة- التى قدمها البرنامج الأخبارى بقناة "المنار" خلال مرحلتى الدراسة، حيث اقتصرت على فئة "١٠ فأكثر" بنسبة بلغت ١٠٠% من اجمالى القيمة العددية لعينة حلقات البرنامج الاخبارى. ويمكن ارجاع ذلك الى طبيعة المدة الزمنية التى يستغرقها البرنامج الاخبارى والتي استغرقت "٢٢ دقيقة".

- ما أشارت اليه نتائج تحليل مضمون البرنامج الأخبارى بقناة "المنار" خلال مرحلتى الدراسة، من اهتمام حلقات البرنامج-محل للدراسة- "بالجمع بين أكثر من محور" فى التعليق على الموضوعات والقضايا والتي اهتم بها البرنامج خلال الفترة الزمنية للدراسة، بنسبة مرتفعة بلغت فى المرحلة الأولى

٦٨,٤٢%، مقابل ٤٦,٦٧% في المرحلة الثانية عن باقي الموضوعات الأخرى. من خلال الجمع بين المحور السياسي والمحور الأمني في مناقشة ومعالجة الموضوعات والقضايا محل اهتمام قناة "المنار". - اعتماد البرنامج الأخباري بقناة "المنار" خلال مرحلتى الدراسة، على "الجمع بين أكثر من قالب فنى" في تقديم حلقاته بنسبة بلغت ١٠٠%، من خلال الاعتماد على قالب "الصور الثابتة" لأهم المقالات في الصحافة الاسرائيلية والتي يتولى المذيع قراءتها وقالب "المقابلة أو الحوار" باستضافة شخصيات يقوم المذيع بتوجيه أسئلة لها للتعليق على ما أوردهت الصحافة الاسرائيلية بشأن الموضوعات والقضايا التي اهتمت بها القناة خلال مرحلتى الدراسة.

- ما أوضحت نتائج التحليل ، من اعتماد البرنامج الأخباري بقناة "المنار" بصورة رئيسية على "أكثر من مصدر" بنسبة بلغت ١٠٠%. حيث اعتمد البرنامج الأخباري فى قناة "المنار" على المصدر الخارجى المتمثل فى الصحافة الاسرائيلية وكذلك المصدر المسئول المتمثل فى الشخصيات العربية التي استضافتها للتعليق على ما أوردهت الصحافة الاسرائيلية وبيان وجهة النظر العربية تجاهها فى التطبيق على القضايا والأحداث محل اهتمام القناة خلال الفترة الزمنية للدراسة.

- أما من حيث الأطار الدعائى لحلقات البرنامج الأخباري بقناة "المنار" -محل الدراسة-، فقد أوضحت نتائج التحليل بأن هذا الأطار قد جاء متوسطا بنسبة بلغت ١٠٠%، خلال مرحلتى الدراسة.

- ما أوضحت نتائج الدراسة التحليلية لحلقات البرنامج الأخباري بقناة "المنار" -محل الدراسة- خلال الفترة الزمنية للدراسة، من أن الاتجاه الدعائى للبرنامج، قد جاء فى غالبية حلقاته سلبيا بمتوسط بلغ نسبته ٥٢,٥٦% يليه من حيث الاهتمام نسبة متوسطة للحلقات التي جمع اتجاهها بين السلب والايجاب والتي بلغت ٤٧,٤٤%.

- ما أشارت اليه نتائج الدراسة التحليلية، من عدم استخدام البرنامج الأخباري بقناة "المنار" خلال مرحلتى الدراسة، لعنصر "الصوت" كعنصر مكمل لعنصر "الصور" وكنوع من اضاء مزيد من الاثارة والجاذبية والتشويق لمضمون المادة المذاعة، بنسبة بلغت ١٠٠%.

- تبين من خلال الدراسة التحليلية، ثبات البرنامج الأخباري بقناة "المنار" خلال مرحلتى الدراسة، على الاستعانة بنوع واحد من الصور وهو "الصور الثابتة" بنسبة بلغت ١٠٠%، فى حلقاته -محل الدراسة-، كما دلت النتائج، على أن هذه النوعية من الصور التي استخدمت فى البرنامج الأخباري خلال مرحلتى الدراسة، قد عبرت الى حد ما بنسبة بلغت ١٠٠% عن الموضوعات التي اهتمت بها القناة خلال الفترة الزمنية للدراسة.

- أما عن طريقة أو أسلوب معالجة المضمون فى البرنامج الأخباري، فقد أوضحت نتائج التحليل أن اغلب حلقات البرنامج -محل الدراسة- قد قدمت تفسيرات جزئية فى معالجتها وتناولها للأحداث والموضوعات التي اهتمت بالتعليق عليها خلال مرحلتى الدراسة بمتوسط بلغ نسبته ٥٠,٤٢%، فى

مقابل ٤٩,٥٨% هي نسبة متوسطي الحلقات التي قدمت تفسيراً كلياً للموضوعات محل اهتمام البرنامج.

## ٢- فئات الأساليب الدعائية.

### جدول (٤)

قيمة Z ودالاتها لاختبار (مان ويتي ، ويلكسون لمجموع الرتب) للفرق بين متوسطي فئات الأسلوب بالبرنامج الإخباري بقناة "المنار" خلال مرحلتى الدراسة .

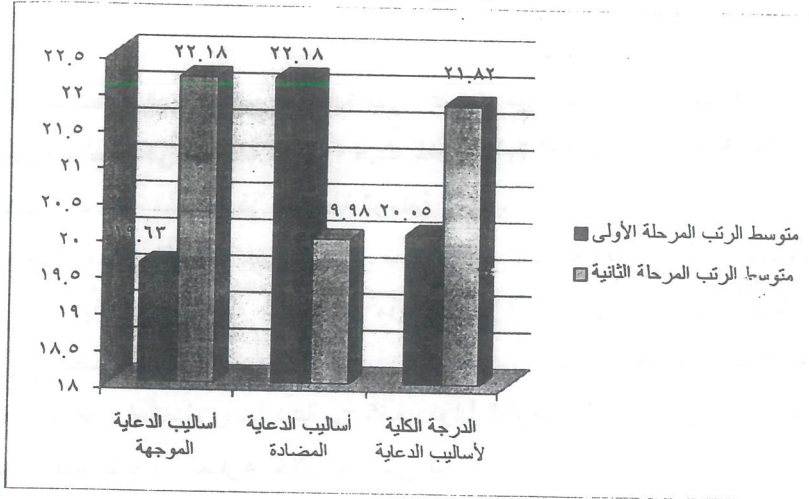
الأساليب الدعائية	المرحلة	العدد	متوسط الرتب	مجموع الرتب	قيمة Z	مستوى الدلالة
أساليب دعائية موجهة	الأولى	١٩	١٩.٦٣	٣٧٣.٠٠	٠.٦٩٨	غير دالة
	الثانية	٢٢	٢٢.١٨	٤٨٨.٠٠		
أساليب دعائية مضادة	الأولى	١٩	٢٢.١٨	٤٢١.٥٠	٠.٦١٩	غير دالة
	الثانية	٢٢	١٩.٩٨	٤٣٩.٥٠		
الدرجة الكلية لأساليب الدعائية	الأولى	١٩	٢٠.٠٥	٣٨١.٠٠	٠.٤٨٠	غير دالة
	الثانية	٢٢	٢١.٨٢	٤٨٠.٠٠		

يتضح من الجدول (٤) عدم وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطي رتب درجات أساليب الدعائية بشكل عام بالبرنامج الإخباري بقناة "المنار" خلال مرحلتى الدراسة، حيث جاءت قيمة  $Z = ٠.٤٨٠$  وهي غير دالة إحصائياً. وهذا يشير إلى ثبات الأساليب الدعائية بشكل عام (سواء الموجهة أو المضادة) بالبرنامج الإخباري بقناة "المنار" الفضائية اللبنانية خلال مرحلتى الدراسة. وذلك على النحو التالي:

- حيث يلاحظ من الجدول السابق، عدم وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطي رتب درجات أساليب الدعائية الموجهة بالبرنامج الإخباري بقناة "المنار" فى المرحلتين الأولى والثانية، حيث جاءت قيمة  $Z = ٠.٦٩٨$  وهي غير دالة إحصائياً. وهذا يدل على ثبات أساليب الدعائية الموجهة بالبرنامج الإخباري بقناة "المنار" فى المرحلتين الأولى والثانية.

- كذلك عدم وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطي رتب درجات أساليب الدعائية المضادة بالبرنامج الإخباري بقناة "المنار" فى المرحلتين الأولى والثانية، حيث جاءت قيمة  $Z = ٠.٦١٩$  وهي غير دالة إحصائياً. وهذا أيضاً يدل على ثبات أساليب الدعائية المضادة بالبرنامج الإخباري بقناة "المنار" فى المرحلتين الأولى والثانية. ويمكن توضيح ذلك من الشكل (٤).

شكل رقم (٤) نسبة متوسط رتب درجات فئات الأسلوب بالبرنامج الإخباري بقناة "المنار" خلال مرحلتى الدراسة.



حيث يشير الشكل (٤)، الى ارتفاع متوسط نسبة الأساليب الدعائية (الموجهة والمضادة) التى استخدمتها قناة "المنار" الفضائية اللبنانية فى حلقات البرنامج الإخبارى محل الدراسة- التى قدمته خلال المرحلة الزمنية الثانية والتي بلغت ٢١,٨٢% عن نسبتها فى المرحلة الأولى والتي بلغت ٢٠,٠٥%. حيث يلاحظ:

- ارتفاع نسبة متوسط أساليب الدعاية الموجهة التى استخدمتها حلقات البرنامج الإخبارى-محل الدراسة- بقناة "المنار" فى المرحلة الثانية والتي بلغت ٢٢,١٨% ، فى مقابل ١٩,٦٣% نسبة متوسط أساليب الدعاية الموجهة فى المرحلة الثانية. الا أن نتائج الدراسة التحليلية بوجه عام لعينة البرنامج الإخبارى بقناة "المنار" الفضائية اللبنانية خلال مرحلتى الدراسة، قد أشارت الى استخدام مايقرب من ثمانية أساليب دعائية موجهة فى حلقات البرنامج الإخبارى خلال مرحلتى الدراسة وهى (التكرار- التبرير- المبالغة والتهويل- انتهاز الفرصة- استبدال المصطلحات- التركيز- التشويه- التشكيك والتقليل). أبرزهم من حيث نسبة متوسط الأعمد اعتماده عليه خلال مرحلتى الدراسة:

أساليب "التركيز" بمتوسط بلغ ٢٥,٤٨%، و"التشويه" بمتوسط بلغ ١٩,٧٥%، "التكرار" بمتوسط بلغ ١٦,١٨%، وأيضاً "التشكيك والتقليل" بمتوسط بلغ ١٥,٨٢%. وقد اعتمدت القناة عبر برنامجها الإخبارى، على هذه الاساليب خاصة فى معالجة الأحداث التى اهتمت بها خلال مرحلتى الدراسة ، ومن أبرزها الانتخابات الرئاسية الفلسطينية وفوز "محمود عباس" برئاسة السلطة الفلسطينية، وكذلك

الانتخابات الرئاسية الإيرانية وفوز أحمد نجاد برئاسة إيران، أيضا خطة الانفصال أوفك الارتباط عن قطاع غزة وتدابيرها، بالإضافة الى حادثي اغتيال "رفيق الحريري" و"تفجير لندن وشرم الشيخ" الارهابي.

-ارتفاع نسبة متوسط أساليب الدعاية المضادة التي اعتمدت عليها حلقات البرنامج الأخباري بقناة "المنار" -محل الدراسة- في المرحلة الأولى، حيث بلغت ٢٢,١٨%، مقابل ١٩,٩٨% هي نسبة متوسط الأساليب الدعائية المضادة في المرحلة الزمنية الثانية.

وبوجه عام، أشارت نتائج الدراسة التحليلية، الى تعدد أساليب الدعاية المضادة التي استخدمتها قناة "المنار" في برنامجها الأخباري الذي أنيع خلال مرحلتى الدراسة، والتي بلغت ستة أساليب دعائية مضادة وهي: (التحذير المسبق- عرض الحقائق- التشكيك في مصداقية الخصم- وضع دعاية الخصم في تناقض مع الواقع- استخدام وسيط دعائي- كشف نوايا الطرف الآخر). أبرزهم من حيث نسبة متوسط اعتماد القناة عليه في أخبارها خلال مرحلتى الدراسة:

أسلوب "كشف نوايا الطرف الآخر" بمتوسط بلغت نسبته ٣١,٠٣% خلال مرحلتى الدراسة. وقد استخدمت قناة "المنار" هذا الأسلوب خاصة في التعليق على خطة الانفصال عن قطاع غزة، والمفاوضات بين الجانبين الفلسطيني والاسرائيلي. الى جانب أسلوب "عرض الحقائق" بمتوسط بلغت نسبته ٢٣,٨٩% خلال مرحلتى الدراسة. بالإضافة الى أسلوب "التشكيك في مصداقية الخصم" بمتوسط بلغت نسبته ١٦,٠٤، وكذلك أسلوب "وضع دعاية الخصم في تناقض مع الواقع" بمتوسط بلغت نسبته ١٥,١٦% خلال مرحلتى الدراسة.

ج-على مستوى البرنامج السياسى.

١-فئات الشكل.

جدول (٥)

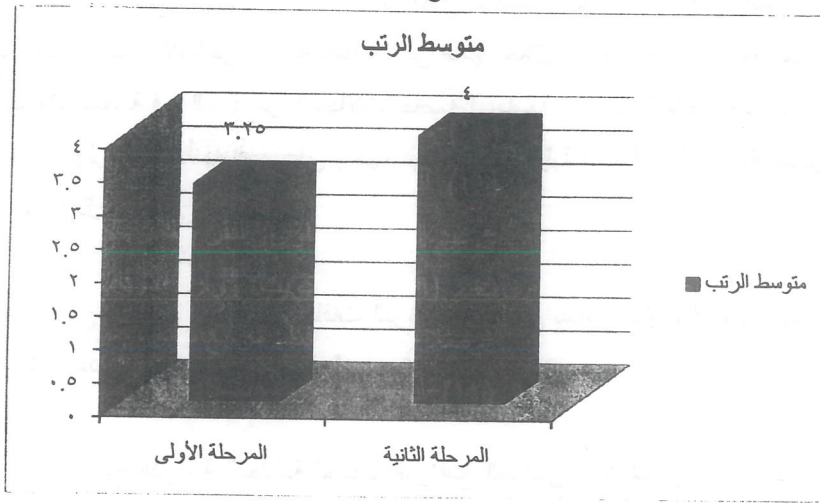
قيمة Z ودلالاتها لاختبار (مان ويتي ، ويلكسون لمجموع الرتب) للفرق بين متوسطى فئات الشكل  
بالبرنامج السياسى بقناة "المنار" خلال مرحلتى الدراسة .

مستوى الدلالة	قيمة Z	مجموع الرتب	متوسط الرتب	العدد	المرحلة	الفئة
غير دالة	٠.٧٠٧	١٣.٠٠	٣.٢٥	٤	الأولى	فئات الشكل
		٨.٠٠	٤.٠٠	٢	الثانية	



يتضح من الجدول (٥) عدم وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطي رتب درجات فئات الشكل بالبرنامج السياسي بقناة "المنار" في المرحلتين الأولى والثانية ، حيث جاءت قيمة  $Z = 0.707$  وهي غير دالة إحصائية. وهذا ينم عن ثبات فئات الشكل بالبرنامج السياسي بقناة "المنار" في المرحلتين الأولى والثانية. ويمكن توضيح ذلك من خلال الشكل البياني (٥).

شكل (٥) نسبة متوسط رتب درجات فئات الشكل بالبرنامج السياسي بقناة "المنار" خلال مرحلتى الدراسة.



يلاحظ من الشكل رقم (٥) ، تقدم نسبة متوسط فئات الشكل في المرحلة الثانية والتي بلغت ٤% ، بفارق بسيط للغاية (٠,٧٥%) عن مثيلتها في المرحلة الأولى والتي بلغت ٣,٢٥% . الا انه بوجه عام يتضح من نتائج الدراسة التحليلية لعينة البرنامج السياسي الذى قدمته قناة "المنار" الفضائية اللبنانية خلال الفترة الزمنية للدراسة بمرحلتها، أيضا ثبات الاتجاه العام للقناة خاصة من ناحية الشكل فيما يخص البرنامج السياسي، وذلك من خلال:

- ثبات المدة الزمنية لجميع الحلقات-محل الدراسة- التى قدمها البرنامج السياسي بقناة "المنار" خلال مرحلتى الدراسة، حيث اقتصرت على فئة "١٠ اق فأكثر" بنسبة بلغت ١٠٠%. ويمكن ارجاع ذلك الى طبيعة المدة الزمنية التى يستغرقها البرنامج السياسي والتي استغرقت "ساعتين" تقريبا.

- ما أشارت اليه نتائج تحليل مضمون البرنامج السياسي بقناة "المنار" خلال مرحلتى الدراسة، من اهتمام أغلب حلقات البرنامج-محل الدراسة- "بالجمع بين اكثر من محور"فى التعليق على

الموضوعات والقضايا والتي اهتم بها البرنامج خلال الفترة الزمنية للدراسة، بمتوسط جاءت نسبته مرتفعة، حيث بلغت ٩٠,٩١%. من خلال الجمع بين المحور السياسي والمحور الأمني في مناقشة ومعالجة الموضوعات والقضايا محل اهتمام قناة "المنار".

- اعتماد البرنامج السياسي بصورة رئيسية في تقديم حلقاته على قالب "المقابلة أو الحوار" بنسبة بلغت ١٠٠% خلال مرحلتى الدراسة.

- ما أشارت اليه نتائج التحليل من اعتماد البرنامج السياسي بقناة "المنار" على "المصادر المسئولة" بمتوسط بلغت نسبته ٧٠% في غالبية حلقاته التي قدمها خلال مرحلتى الدراسة. من خلال استضافة شخصيات متخصصة في العديد من المجالات خاصة السياسية والأمنية للتعليق وعرض وجهة النظر العربية التي تتولى من شأنها الرد على وجهة النظر الاسرائيلية تجاه القضايا والموضوعات محل اهتمام القناة خلال مرحلتى الدراسة.

- تبين من نتائج التحليل، أن غالبية حلقات البرنامج السياسي بقناة "المنار"، قد اتسم اطارها الدعائي خلال مرحلتى الدراسة بالمتوسط بنسبة بلغت ٧٠%.

- ما أوضحت نتائج الدراسة التحليلية لحلقات البرنامج السياسي بقناة "المنار"-محل الدراسة-خلال مرحلتى الدراسة، من أن الاتجاه الدعائي للبرنامج، قد جاء في غالبية حلقاته يجمع بين السلب والايجاب في التعليق ومعالجة القضايا محل الاهتمام بمتوسط بلغ نسبته ٩٠,٩١%.

-ما أشارت اليه نتائج الدراسة التحليلية، من عدم استخدام البرنامج السياسي بقناة "المنار" خلال مرحلتى الدراسة، لكل من عنصر "الصوت" وكذلك عنصر "الصورة" كنوع من اضافة مزيد من الاثارة والجاذبية والتشويق لمضمون المادة المذاعة.

- أما عن طريقة أو أسلوب معالجة المضمون في البرنامج السياسي بقناة "المنار" الفضائية اللبنانية، فقد أوضحت نتائج التحليل أن جميع حلقات البرنامج -محل الدراسة-، قد قدمت تفسيراً كلياً للأحداث التي اهتمت بها القناة خلال مرحلتى الدراسة بنسبة بلغت ١٠٠%.

٢-فئات الأساليب الدعائية.

جدول (٦)

قيمة Z ودالتها لاختبار ( مان ويتي ، ويلكسون لمجموع الرتب) للفرق بين متوسطي فئات الأسلوب بالبرنامج السياسي بقناة "المنار" خلال مرحلتى الدراسة .

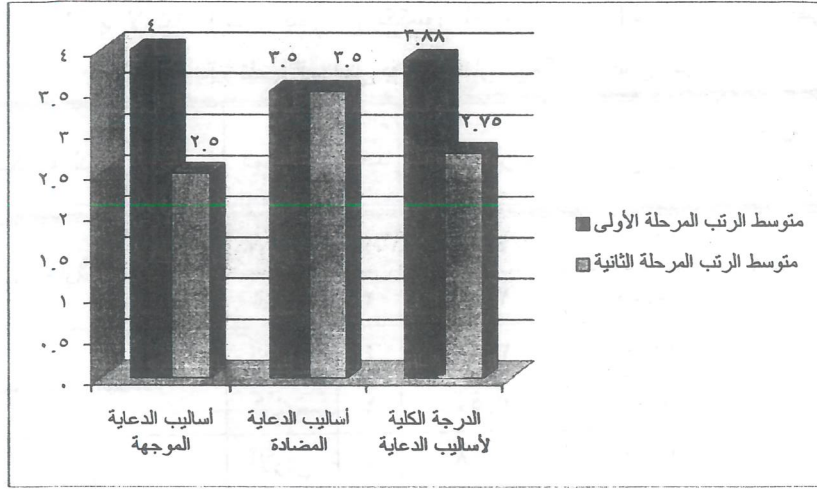
مستوى الدلالة	قيمة Z	مجموع الرتب	متوسط الرتب	العدد	المرحلة	الأساليب الدعائية
غير دالة	٠.٩٥٣	١٦.٠٠	٤.٠٠	٤	الأولى	أساليب دعائية موجهة
		٥.٠٠	٢.٥٠	٢	الثانية	
غير دالة	٠.٠٠٠	١٤.٠٠	٣.٥٠	٤	الأولى	أساليب دعائية مضادة
		٧.٠٠	٣.٥٠	٢	الثانية	
غير دالة	٠.٧١٥	١٥.٥٠	٣.٨٨	٤	الأولى	الدرجة الكلية لأساليب الدعائية
		٥.٥٠	٢.٧٥	٢	الثانية	

يتضح من الجدول (٦)، عدم وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطى رتب درجات أساليب الدعائية بوجه عام بالبرنامج السياسي بقناة "المنار" الفضائية اللبنانية فى المرحلتين الأولى والثانية، حيث جاءت قيمة  $Z = ٠.٧١٥$  وهى غير دالة إحصائياً. وهذا يشير الى ثبات أساليب الدعائية بوجه عام بالبرنامج السياسي الذى أذاعته قناة "المنار" الفضائية اللبنانية خلال مرحلتى الدراسة. حيث يلاحظ:

-عدم وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطى رتب درجات أساليب الدعائية الموجهة بالبرنامج السياسي بقناة "المنار" فى المرحلتين الأولى والثانية ، حيث جاءت قيمة  $Z = ٠.٩٥٣$  وهى غير دالة إحصائياً. وهذا يشير الى ثبات أساليب الدعائية الموجهة بالبرنامج السياسي بقناة "المنار" الفضائية اللبنانية خلال مرحلتى الدراسة.

-أيضا يلاحظ وفقا للجدول السابق، عدم وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطى رتب درجات أساليب الدعائية المضادة بالبرنامج السياسي بقناة "المنار" فى المرحلتين الأولى والثانية، حيث جاءت قيمة  $Z = ٠.٠٠٠$  وهى غير دالة إحصائياً. وهذا بدوره يشير الى ثبات أساليب الدعائية المضادة بالبرنامج السياسي بقناة "المنار" خلال مرحلتى الدراسة. ويمكن توضيح ذلك كله من خلال الشكل (٦).

شكل (٦) نسبة متوسطي فئات الأسلوب بالبرنامج السياسي بقناة "المنار" خلال مرحلتى الدراسة.



حيث يشير الشكل (٦)، الى ارتفاع متوسط نسبة الأساليب الدعائية (الموجهة والمضادة) التى استخدمتها قناة "المنار" الفضائية اللبنانية فى حلقات البرنامج السياسى -محل الدراسة- التى قدمته خلال المرحلة الزمنية الأولى والتى بلغت ٣,٨٨% ، بفارق بسيط للغاية بلغ (١,١٣%) عن متوسط نسبة الأساليب الدعائية فى المرحلة الثانية والتى بلغت ٢,٧٥%. وكما أشرنا من قبل أن السبب فى ذلك راجع الى طبيعة الأحداث الهامة التى وقعت فى المرحلة الزمنية الأولى و بدورها طغت على اهتمام كل من النشرات الأخبارية والبرنامج الأخبارى ولم يكن البرنامج السياسى بمنأى عن هذا التأثير بهذه الأحداث، لذلك ازدادت نسبة متوسط الاعتماد بشكل عام على الأساليب الدعائية فى هذه المرحلة عن المرحلة الزمنية الثانية وأن كان الفارق ليس كبيراً ومؤثراً. حيث يلاحظ:

-تقدم المرحلة الزمنية الأولى بفارق بسيط بلغ (١,٥%) عن المرحلة الزمنية الثانية من حيث نسبة متوسط أساليب الدعاية الموجهة، حيث بلغت فى الأولى ٤%، فى مقابل ٢,٥% فى المرحلة الثانية. الا أنه بوجه عام، يلاحظ من نتائج الدراسة التحليلية، استخدام حلقات البرنامج السياسى -محل الدراسة- ستة أساليب دعائية موجهة خلال مرحلتى الدراسة وهى: (التكرار - المبالغة والتهويل - انتهاء الفرصة - التركيز - التشويه - التشكيك والتقليل من الأهمية) فى معالجة الموضوعات والأحداث التى اهتمت بها قناة "المنار" الفضائية اللبنانية خلال مرحلتى الدراسة.

- أيضاً يتضح من الشكل السابق، تساوى نسبة متوسط أساليب الدعاية المضادة التى استخدمتها عينة البرنامج السياسى -محل الدراسة- فى المرحلتين الزمنتين الأولى والثانية، حيث بلغت فى كلاهما ٣,٥%. الا أنه بوجه عام، يلاحظ وفقاً لنتائج الدراسة التحليلية، ثبات الاساليب الدعائية المضادة المستخدمة فى حلقات البرنامج السياسى -محل الدراسة- بقناة "المنار" الفضائية اللبنانية خلال مرحلتى

الدراسة، حيث اعتمدت حلقات البرنامج السياسي على كل من أسلوب "عرض الحقائق" بمتوسط بلغ ٣٣,٣٣% خلال مرحلتى الدراسة، وأسلوب "كشف نوايا الطرف الآخر" بمتوسط بلغت نسبته ٢٩,١٧% خلال مرحلتى الدراسة، وكذلك أسلوب "التشكيك فى صداقية الخصم" بمتوسط بلغت نسبته ٢٠,٨٤% خلال مرحلتى الدراسة، وأخيرا أسلوب "وضع دعاية الخصم فى تناقض مع الواقع" بمتوسط بلغت نسبته ١٦,٦٧% خلال مرحلتى الدراسة.

### الخلاصة والتوصيات..

سعت هذه الدراسة الى بحث وتقييم قناة "المنار" الفضائية اللبنانية كواحدة من الفضائيات العربية التى يطلق عليها الباحثون الاعلاميون اسم "الفضائيات القومية" أى الفضائيات التى تبتعد عن كل ما يتسم به الاعلام الرسمى السلطوى ، فى محاولة للتعريف بها وبمركزتها الدعائية من أجل فى النهاية الوصول الى تقييم أوحكم على القناة يمكن من معرفة الاسس والقواعد التى التزمت بها القناة والتى تمكنها من مواجهة الدعاية الاسرائيلية بكل وسائلها والتى وصلت فى الى حد بث قناة فضائية اسرائيلية موجهة باللغة العربية هدفها المنطقة العربية من أجل احداث التأثير المستهدف من قبلها.

وقد تم ذلك من خلال رصد وتحليل وتقييم المادة المذاعة التى قدمتها النشرات الاخبارية والبرنامج الاخبارى وكذلك البرنامج السياسى، والتى تم من خلالها معرفة أهم القضايا التى اهتمت بها القناة عبر مادتها المذاعة ، كذلك معرفة الخصائص الشكلية التى استخدمتها القناة فى معالجة القضايا والاحداث التى اهتمت بها، بالاضافة الى التعرف على أهم الأساليب الدعائية التى استخدمتها القناة خلال الفترة الزمنية للدراسة- وهو الأهم - لمعرفة نوعية الاساليب المستخدمة فى مدى الاقتصار على نوع معين أم جمعت بين الاثنين معا (الموجهة والمضادة).

وقد توصلت الدراسة الى عدد من النتائج الهامة كان من أهمها،

-حرص قناة "المنار" على الاهتمام بالخصائص الشكلية لمادتها المذاعة -محل الدراسة- بل والثبات عليها الى حدما خلال الفترة الزمنية .

-أما من ناحية الأساليب الدعائية، فقد أوضحت نتائج الدراسة التحليلية ، بأن قناة "المنار" قد أولت اهتماما بالاساليب الدعائية التى استخدمتها فى مادتها المذاعة خلال الفترة الزمنية للدراسة . حيث استخدمت القناة كل من اساليب الدعاية الموجهة والمضادة سواء فى النشرات الاخبارية والبرنامج الاخبارى وأيضا البرنامج السياسى. وأن كان الاهتمام الأكبر للأساليب الدعائية المضادة التى حاولت من خلالها تنفيذ المقولات الدعائية الأخرى وخاصة الاسرائيلية والكشف عن خفاياها وأهدافها المستترة وفضحها أمام المتلقى العربى، وبيان الممارسات والأفكار المغلوطة التى تحاول الدعاية الاسرائيلية غرسها فى أذهان المتلق التى حاولت من خلالها تنفيذ المقولات الدعائية الأخرى وخاصة الاسرائيلية والكشف عن خفاياها وأهدافها المستترة وفضحها أمام المتلقى العربى، وبيان الممارسات والأفكار

المغلوبة التي تحاول الدعاية الاسرائيلية غرسها في أذهان المتلقى العربى. وهو بدوره ما يعنى بأن قناة "المنار" تتسم بالطابع الدفاعى أكثر من الطابع الهجومى التى كانت ولا تزال تتسم به الدعاية الاسرائيلية فى كل وسائلها الاعلامية وخاصة الموجهة للعالم العربى. وهذا يعنى أنها رد فعل وليست الفعل نفسه فى توجيه الرسائل الدعائية الهجومية . وهى بذلك مثلها مثل القنوات الفضائية العربية تفتقر الى عنصر المبادرة الذى مازال يحسب لصالح الدعاية الاسرائيلية . وان كان هذا لا يقلل من شأن القناة كقناة عربية حاولت من خلال رسالتها الاعلامية مواجهة الدعاية الاسرائيلية ومشروعها الاستعمارى فى المنطقة العربية من خلال فضح هذا المشروع وكشف نواياها الخفية والخطيرة أمام الرأى العام العربى. كذلك حرصها على دعم القضايا العربية وخاصة القضية الفلسطينية ودعم المقاومة والاعتزاز بها . بالاضافة الى حرصها على تعزيز الانتماء للأمة العربية والتأكيد على الهوية العربية والفخر والاعتزاز بها. وبرغم من الانتماء الحزبى للقناة وسيطرة بعض وجهات النظر الحزبية على مضمونها الاعلامى، الا أنه يمكن اعتبار قناة "المنار" نموذجاً للفضائيات العربية المضادة للفضائيات الأجنبية الموجهة لعالمنا العربى من خلال اتباعها لدعاية عربية غلب على الجانب الأكبر منها الرد على الدعاية الاسرائيلية وفضح ممارستها وأكاذيبها أمام الرأى العربى وان كان ينقصها عنصر المبادأة والهجوم لتكتمل رسالتها الدعائية العربية وتصبح عن حق قناة عربية مضادة للدعايات الاجنبية وخاصة الدعاية الاسرائيلية.

هذا وقد أوصت الدراسة بضرورة العمل على مواكبة التطور العلمى والتكنولوجى فى المنطقة العربية ، والعمل على انشاء فضائيات عربية مبنية على أسس علمية صحيحة تكون موجهة للداخل لتحسين المتلقى العربى من أخطار الفضائيات الأجنبية الوافدة على العالم العربى، وللخارج من أجل نقل الصورة الصحيحة للعالم العربى الى المتلقى الغربى واكتشاف الصورة الحقيقية لحقيقة اسرائيل العدوانية. كذلك ضرورة اجراء مزيد من الدراسات والأبحاث العلمية الخاصة بالدعاية المضادة كاتجاه آخر للدعاية السياسية واتجاه هام خاصة للأعلام العربى بكل وسائله.

## هوامش الدراسة ومراجعتها

- (١)-صلاح الدين حافظ: حرب المصطلحات الاعلامية والصراع الحضارى، مجلة الدراسات الاعلامية، العدد (١٠٩)، القاهرة: المركز العربى الاقليمى ، أكتوبر وديسمبر، ٢٠٠٢، ص ٤.
- (٢)-عبد الله الأشعل: دور الفضائيات العربية فى دعم الدبلوماسية العربية، ورقة عمل مقدمة فى المؤتمر العلمى الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الاعلام، تحت عنوان "الفضائيات العربية ومتغيرات العصر"، ٢٠٠٥.
- (٣)-المرجع السابق.
- (٤)-سعد سلمان المشهدانى : الدعاية الصهيونية فى العراق [١٩٢١-١٩٥٢] ، ط ١ ، (بغداد: دار الشؤون الثقافية العامة ، ٢٠٠١) ، ص ٢٢. نقلا عن نزار جرجيس: الدعاية السياسية ،مجلة حوليات الاعلام ،(بغداد) ،العدد (٣) ،١٩٨٣، ص ١٨٦.
- (٥)-انظر:
- مختار النهامى: الرأى العام و الحرب النفسية ، ط ٢ ، (القاهرة : دار المعارف ، ١٩٧٩ ) ، ص ١٣.
- دراسة سلمان المشهدانى : مرجع سابق ، ص ص ٢١ ، ٢٢.
- فريال مهنا : تقنيات الاقناع فى الاعلام الجماهيرى ، ط ١ ، ( دمشق : دار طلاس للدراسات و الترجمة و النشر ، ١٩٨٩ ) ، ص ص ١٤-٢٣
- فتحي الابيارى :الاعلام الدولى والدعاية ، ط ١ ، (الاسكندرية : دار المعرفة الجامعية ، ١٩٨٥ ) ، ص ص ١٤٤-١٤٩
- مصطفى الحفناوى : الدعاية السياسية و الاستعلام ، ( القاهرة : مطبعة جريدة قناة السويس ، ١٩٥٤ ) ، ص ٤٨ ، ص ٥٠ ، ص ٦٩.
- (٦)-مى الخاجة: الاعلام العربى وتحدى الدعاية الصهيونية، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، كلية الاعلام ، جامعة القاهرة، ١٩٩٧، ص ١٤.
- (٧)-محمد عبد القادر حاتم : الرأى العام وتأثره بالاعلام والدعاية ، ( القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب ، ١٩٩٣ ) ، ص ٤٤٣
- (٨)-شاهيناز طلعت : الدعاية والاتصال - دراسة نظرية تطبيقية عن الوثائق السرية البريطانية عن ثورة مصر ١٩١٩ - ، ( القاهرة : مكتبة الانجلو المصرية ، ١٩٨٧ ) ، ص ص ٤ ، ٥ .
- (٩)-لأستزادة حول التعاريف التى قدمها الباحثين الغرب والعرب للدعاية أنظر المراجع الآتية:
- عاطف عدلى العبد : مدخل إلى الاتصال والرأى العام ، ( القاهرة : دار الفكر العربى ، ١٩٩٧ ) ، ص ص ٥-٢٩.

- عبد القادر حاتم : مرجع سابق، ص ٤٤٩.
- على عوجة ، محمد البادى وآخرون : مقدمة فى وسائل الاتصال ، ط ١ ، (جدة : مكتبة مصباح ، ١٩٨٩) ، ص ٤٢
- حامد زهران : علم النفس الاجتماعى ، ط ٤ ، (القاهرة : عالم الكتب ، ١٩٩٧) ، ص ٣٢١ .
- أحمد بدر : الاعلام الدولى - دراسات فى الاتصال والدعاية الدولية - ، ط ٤ ، (القاهرة : دار قباء للطباعة والنشر ، ١٩٩٨) ، ص ٢٥
- أحمد بدر : الاتصال بال جماهير - بين الاعلام والتطويع والتنمية ، (القاهرة : دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع ، ١٩٩٨) ، ص ١٣٤
- حسني شفيق: سيكولوجية الاعلام- دراسات متطورة فى على النفس الاعلامى-، (القاهرة: دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠٠٨)، ص ص ٢٠٦-٢٠٩.
- (١٠)-شاهيناز طلعت : مرجع سابق ، ص ٨١
- (١١)-أنظر:
- عبد الحافظ الصاوى: الفقر والحرب- ثنائية العدوان على الانسان العربى-، مجلة الوعي الاسلامى، العدد (٤٨٩) ، (الكويت: وزارة الاوقاف والشئون الاسلامية) ، يونيو ٢٠٠٦ ، ص ١٦.
- صلاح الدين حافظ: مرجع سابق، ص ١٣.
- (١٢)-أنظر:
- سعد سلمان المشهدانى: مرجع سابق، ص ٣٠.
- هانى الرضا ورامز عمار: مرجع سابق، ص ٢٣١.
- عبد الوهاب المسيرى: موسوعة اليهود واليهودية والصهيونية - نموذج تفسيرى جديد- ، ط ١ ، ج ٧ ، (القاهرة: دار الشروق، د.ت)، ص ٢٣٤.
- (١٣)-أنظر:
- مصطفى الدباغ: ماذا وراء الهجمة الاعلامية الصهيونية؟، ط ١ ، (عمان: مكتبة الرسالة الحديثة، ١٩٩٠) ، ص ص ١٤-١٥.
- سعد سلمان المشهدانى: مرجع سابق، ص ص ٣٢-٣٧.
- مقال بعنوان "سلاح الاعلام الصهيونى" على شبكة المعلومات: الانترنت" على الموقع التالى  
At <http://www.qudsway.com/links/Majallah-islam/Number-٥١/hml-../٥١hma>.
- هانى الرضا ورامز عمار: مرجع سابق، ص ص ٢٣٢-٢٣٤.
- (١٤)-أنظر:
- هانى الرضا ورامز عمار: مرجع سابق، ص ص ٤٨-٥٠.



- فتحى الابيارى: الاعلام الدولى والدعاية، ط١، (الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية، ١٩٨٥)، ص ١٩٩-٢٠٠.
- (١٥)- عبد الوهاب المسيرى: مرجع سابق، ص ٢٣٧.
- (١٦)- أنظر:
- مختار التهامى: الرأى العام والحرب النفسية - الأيدولوجيا والدعاية-، ج٢، (القاهرة: دار المعارف، ١٩٧٩)، ص ٧٨-٧٩.
- خالد بدير: الدعاية الصهيونية والانتفاضة الفلسطينية - دراسة على شبكة المعلومات "الانترنت" على الموقع التالى:
- At <http://www.bahethcenter.org/arabic/derasat/ald3ia-alsahoyni.htm>.
- سعد سلمان المشهدانى: مرجع سابق، ص ٤٦-٤٨، ص ٥١-٥٤.
- حمدى الطاهرى: اليهود ودولتهم، ط١، ج٢، (القاهرة: مكتبة الآداب، ٢٠٠١)، ص ٢٧٨-٢٨٠.
- (١٧)- جيهان يسرى: القناة الفضائية الاسرائيلية ودورها فى الحرب الاعلامية بين العرب واسرائيل، المجلة المصرية لبحوث الرأى العام، المجلد الرابع، العدد المزدوج يناير/ديسمبر ٢٠٠٣، ص ٨٤.
- (١٨)- المرجع السابق، نفس الصفحة.
- (١٩)- أنظر:
- مى الخاجة: مرجع سابق، ص ٢٤-٢٦.
- منى ياسين: الاعلام الاسرائيلى ضباب لاعماء العيون - نقلا عن دراسة باللغة العبرية نشرت فى الصحافة الاسرائيلية-، مجلة الدراسات الاعلامية، (القاهرة: المركز العربى للدراسات الاعلامية)، العدد (٧٢)، يوليو وسبتمبر ١٩٩٣.
- (٢٠)- محمد محمود المندلاوى: الدعاية وخفايا الارهاب - حرب بلا رصاص، ط١، بيروت، دار الهادى للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠٠٠، ص ١٥٢-١٥٣.
- (٢١)- عواطف عبد الرحمن: اعلام المقاومة فى الوطن العربى، ط١، القاهرة، العربى للنشر والتوزيع، ٢٠٠٥، ص ١٣٤-١٣٨، ص ١٤١-١٤٣.
- (٢٢)- أنظر:
- محمد زيادة: المنار. وصوت داود.. هل وعينا الدرس؟! على شبكة المعلومات "الانترنت" على الموقع التالى
- At <http://www.islamonline.net/Arabic/arts/2003/08/article09-b.shtml>.
- عواطف عبد الرحمن: مرجع سابق، ص ١٤٥-١٤٦.

- موقع قناة "المنار" الفضائية على شبكة المعلومات "الانترنت"  
At <http://www.manar.tv.com>.
- سلاح رشاد الدواوسة: استخدامات الجمهور الفلسطيني للقنوات الفضائية العربية والاشباعات المتحققة - دراسة ميدانية مقارنة على المدن والمجتمعات والقرى فى قطاع غزة- ، (القاهرة: معهد البحوث والدراسات العربية، يوليو ٢٠٠٢) ، ص ١٢٩.
- قناة المنار: قناة المنار ومقاربتها للرسالة الاعلامية، مجلة الاذاعات العربية، جامعة الدول العربية، اتحاد اذاعات الدول العربية، العدد (١)، ص ص ٢٠-٢١.
- (٢٣)-حامد محمود: الصهيونية (وسائلها وأساليبها وطرق مكافحتها) ، رسالة دكتوراة غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الاعلام، ١٩٦٦).
- (٢٤)-حامد ربيع: فلسفة الدعاية الاسرائيلية- دراسة تحليلية لأساليب الدعاية الاسرائيلية بعد حرب حزيران ١٩٦٧-، (بيروت:منظمة التحرير، مركز الأبحاث، ١٩٧٠).
- (٢٥)-نادية حسن سالم: دراسة تحليلية للدعاية الصهيونية فى الولايات المتحدة الامريكية عام ١٩٦٧، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، ١٩٧٤).
- (٢٦)-منى ياسين: مرجع سابق.
- (٢٧)-سليمان صالح: وسائل الاعلام وصناعة الصور الذهنية- صورة اسرائيل فى الاعلام الغربى (دراسة حالة)- ، (عمان: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ٢٠٠٥)، ص ص ٢٢٩-٢٩٨.
- (٢٨)-المرجع السابق، ص ص ٣٠٥-٣٦٥
- (٢٩)-ومن الدراسات التى تناولت الاعلام الاسرائيلى من صحافة واذاعة وتلفزيون وصولا الى أحدث وسائله وهى الفضائية الاسرائيلية منها على سبيل المثال:
- مختار التهامى: تحليل مضمون الدعاية فى النظرية والتطبيق- دراسة تحليلية لمضمون التعليقات السياسية فى برامج التلفزيون الاسرائيلى الموجه للعرب، (القاهرة: دار المعارف، ١٩٧٤).
- راجية قنديل: الصراع العربى الاسرائيلى فى صحيفة الجروزالم بوست الاسرائيلية، عام ٦٦، ٦٧، ٦٨، رسالة ماجستير غير منشورة، صحافة، (جامعة القاهرة: كلية الاعلام، مارس ١٩٧٦).
- سليمان خير الله: الاعلام الصهيونى الموجه باللغة العربية، مجلة الاذاعات العربية، العدد الثانى، ١٩٨١.
- نواف عدوان: اتجاهات تلفزيون الكيان الصهيونى أثناء الاجتياح الاسرائيلى للبنان عام ١٩٨٢، مجلة البحوث، (بغداد: المركز العربى لبحوث المستمعين والمشاهدين)، العدد التاسع، آب ١٩٨٣.
- محمد ماهر قابيل: البعد الدعائى للعلاقات المصرية الاسرائيلية فى الفترة (١٩٧٩-١٩٨٠)، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، ١٩٨٤).

- نجلاء فؤاد العمرى: الدعاية في راديو صوت اسرائيل الموجه باللغة العربية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الاعلام، ١٩٨٧).
- خضير عباس صالح: الأساليب الدعائية للاذاعات الموجهة الى الوطن العربي ( الاذاعة البريطانية- صوت أمريكا- راديو اسرائيل) أثناء العدوان الصهيوني للبنان ١٩٨٢، رسالة ماجستير مقدمة لكلية الآداب جامعة بغداد، مجلة البحوث الاعلامية، العدد الثالث، (طرابلس: مركز البحوث والتوثيق الاعلامي، ١٩٩٢).
- مصباح الخير وآخرون: تحليل محتوى النشرات الاخبارية في اذاعات صوت أمريكا- لندن- اسرائيل- موسكو، مجلة الاذاعات العربية، العدد الاول، سبتمبر ١٩٩٣، ص ٥٨-٦٧.
- Elihu Katz, et.al: '٢٠ year of television Israel', Journal of communication, vol. ٤٧, No. ٢, spring ١٩٩٧, pp. ٣-٢٠.
- مطلق المطيري: "صورة المملكة العربية السعودية في الصحافة الاسرائيلية" دراسة مقدمة في المنتدى الاعلامي الثاني على الموقع الالكتروني. <http://jrc.ksu.edu/research/p25.pdf>. see in ٢٠٠١/٢/٢٢
- ابراهيم مصطفى عبد الوهاب صالح: المعالجة الاخبارية لقضية الصراع العربي الاسرائيلي- دراسة تحليلية ميدانية-، رسالة دكتوراة قسم الاذاعة والتلفزيون، (جامعة القاهرة: كلية الاعلام، ٢٠٠٦).
- جيهان يسرى: مرجع سابق.
- غسان ابراهيم حرب: معالجة قضية الصراع العربي الاسرائيلي في الفضائية الفلسطينية والفضائية الاسرائيلية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة الدول العربية: معهد البحوث والدراسات العربية، ٢٠٠٤).
- هبة شاهين: المعالجة الاخبارية للقضايا العربية في القناة الفضائية الاسرائيلية الموجهة باللغة العربية- دراسة تحليلية-، - دراسة مقدمة للمؤتمر العلمي العاشر لكلية الاعلام تحت عنوان "الاعلام المعاصر والهوية العربية"-، (جامعة القاهرة: كلية الاعلام، ٢٠٠٤).
- سالى محمد جاد: أساليب الدعاية السياسية في القناة الفضائية الاسرائيلية الموجهة باللغة العربية- دراسة مسحية-، رسالة ماجستير، (جامعة القاهرة: كلية الاعلام، ٢٠١٠)، (٣٠)-عواطف عبد الرحمن: الاعلام المقاوم في الجنوب اللبناني، مجلة الدراسات الاعلامية، (القاهرة: المركز العربي الاقليمي للدراسات الاعلامية)، العدد (١٠٦-١٠٧)، يناير-يونيو ٢٠٠٢، ص ١٣٣-١٤٧.
- (٣١)-فارس حسن المهداوي: أخبار العراق في الفضائيات العربية- تحليل مضمون لأخبار العراق في قناتي الجزيرة والعربية الفضائيتين، رسالة دكتوراة، (الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك: كلية

١ - صلاح الدين حافظ: الاقليمي، أكتوبر وديسمبر -عبد الله الأشعل: دور الاعلام، تحت عنوان "المرجع السابق".

٢ - سعد سلمان المشهداني عن نزار جرجيس: الدعا

٣ -انظر:

٤ - مختار التهامي: الرأى - دراسة سلمان المشهداني - فريال مهنا: تقنيات الاذاعة - فتحى الابيارى: الاعلام - مصطفى الحقاوى: الدعا

٥ -مى الخاجة: الاعلام ال محمد عبد القادر حاتم شاهيناز طلعت: الدعاية المصرية، (١٩٨٧)، ص

٦ - للأستزادة حول التعاريف -عاطف عدلى العبد: مدخل -عبد القادر حاتم: مرجع -على عوجة، محمد البادى - حامد زهران: علم النفس - أحمد بدر: الاعلام الدولى -أحمد بدر: الاتصال بالجماعة -حسين شفيق: سيكولوجية ا ص ٢٠٦-٢٠٩.

٧ - شاهيناز طلعت: مرجع - انظر:

٨ - عبد الحافظ الصاوى: الفقر والشئون الاسلامية)، يونيو ٦ - صلاح الدين حافظ: مرجع - انظر:

٩ - سعد سلمان المشهداني: مرجع - هانى الرضا ورامز عمار: - عبد الوهاب المسيرى: موسو - انظر:

١٠ -مصطفى الدباغ: ماذا وراء اله - سعد سلمان المشهداني: مرجع - مقال بعنوان "سلاح الاعلام" mber-٥/hml-..٥١hma.

Handwritten notes in the left margin, possibly including a date or page number.

Main body of handwritten text, appearing to be a list or series of notes, though the content is illegible due to fading.

A horizontal line separating the upper and lower sections of the page.

Lower section of handwritten text, also illegible due to fading.