

"اتجاهات النخبة المصرية إزاء التضليل الإعلامى بالقنوات الموجهة ضد مصر ودليل مقترح لمواجهاتها"

د. سارة نصر محمد

مدرس الإذاعة والتلفزيون
بالمعهد العالى للإعلام وفنون الاتصال

مقدمة :

إن أساليب الحرب لم تعد تقليدية واضحة المعالم تستخدم الأسلحة كعهدنا سابقاً، بل تطورت لحروب بالوكالة طويلة الأمد تتعدد فيها الأطراف وخاصة الميليشيات العسكرية والجماعات الإرهابية، ويسيطر عليها استخدام وسائل الإعلام والتكنولوجيا، ومن ثم فقد ظهرت مسميات حديثة تعكس سمات تلك الحروب والتي يصعب فيها التفرقة بين فترات الحرب والسلام إنها حروب الجيل الخامس.

فقد وجدت التيارات والدول المعادية ضالتها فى وسائل الإعلام، حيث استغلت تأثيرها على تشكيل اتجاهات الفرد السياسية، فدربت ومولت فرق بشرية متخصصة

فى القنوات التليفزيونية ومواقع التواصل الاجتماعى لممارسة التضليل الإعلامى، مستخدمة كافة أنماط التخريب والخداع النفسى، لخلق وتحريك وتوجيه الرأى العام بينما هو يعتقد إنه يفكر بشكل صحيح وأن لديه الصورة الحقيقية والكاملة ، ليفقد الثقة فى قيادته السياسية وخلق حالة من السخط تمهيداً للتغيير السياسى المرجو .

ونجد أن التأثير الإعلامى لبعض تلك الدول والتيارات المعارضة يفوق حجمها الفعلى ودورها على أرض الواقع، بالتوافق مع قدرتها على تحريك الشعوب وتغيير السياسات والإيقاع برؤساء وقيادات وفقاً لمصالحها وأهدافها.

ومن الجدير بالذكر أن الرئيس المصرى كثيراً ما طالب أن يسانده الإعلام بأدواته وإمكانياته وكوادره بما يتناسب مع قوة الحرب الإعلامية والتكنولوجية الحالية، وذلك بتوحيد الهدف وتحديد أولويات الخطاب فى إطار استراتيجية واضحة المعالم توظف كافة وسائل الإعلام وتعتمد على المعلومة الصحيحة والدقيقة بالسرعة المطلوبة لضمان سرعة التفاعل والقضاء على كل ما قد يسبب أزمات ويثير الرأى العام، بل إنه طالب المجتمع الدولى للقيام بدوره وتحمل مسئوليته فى محاربة الإرهاب بإغلاق مواقع الإرهاب على الإنترنت.

لذا كان لزاماً علينا أن نرصد جهود الإعلام فى تصحيح الصورة المضللة التى تعرضها تلك القنوات عن مصر وعرض أهم الاساليب التى تستخدمها، بما يساهم فى رفع وعى المواطن وتحصينه ضد أى اتجاهات سياسية موجهة ومقصودة ، نظراً لإن اتجاهات الفرد نحو بعض الأحداث والقيادات السياسية تعتمد بشكل ما على الصورة الذهنية والتى تساهم فى تكوينها وسائل الإعلام بما تعرضها عنهم سواء سلباً أو إيجاباً.



مشكلة الدراسة:

إن الصور الإعلامية التي تعكسها وسائل الإعلام عن الدول والقيادات لا تمثل بالضرورة تجسيداً محايداً للواقع، بل هو تجسيد مرتبط بهوية الوسيلة وملكيته وأهدافها حيث تعكس معالجتها تصورات تلك الوسائل عنهم، وتستغل بعض القنوات المعارضة منابرها الإعلامية لتحقيق أهدافها السياسية ضاربة بمواثيق الشرف عرض الحائط وسط غياب الرسالة الإعلامية العربية الواحدة، ومن هنا تأتي أهمية التخطيط والمتابعة الواعية في إطار تعزيز المسؤولية الإعلامية للدول التي تواجه تلك الحرب الإعلامية والتي تخلت فيها تلك القنوات عن مسؤوليتها الإنسانية في حماية الإنسان وحقه في الحياة.

لذا فإن التعرف علي تقييم الصفة للجهود الإعلامية المصرية لكشف أساليب التضليل الإعلامي للقضايا المصرية البارزة بالقنوات الموجهة ضد مصر (قناة الشرق - مكمين - الجزيرة) ومقترحاتهم لمواجهاتها، قد يساهم في تفويض تأثيراتها المختلفة سواء على المستوى الداخلي والمرتبطة برضا المواطن أو الخارجي كصورة مصر وعلاقتها الإقليمية والدولية.

أهمية الدراسة:

تبرز أهمية هذه الدراسة من خلال النقاط التالية:

- ١- أهمية دراسة التضليل الإعلامي في ظل الحملات الدائمة ضد مصر، وتأثيراتها على المجال السياسي والاقتصادي وصولاً للضرر النفسى على المواطن.
- ٢- قلة الدراسات الإعلامية المصرية التي اهتمت بدراسة اليات مواجهة التضليل الإعلامي، وذلك في ظل التوجهات الرسمية لمواجهتها.

٣- رصد جهود الدولة فى مواجهة حروب الجيل الخامس، فـتقـيـم الأداء يسـاعـد على رسم صورة واقعية عما تم تحقيقه وتطويره مستقبلاً ليتناسب مع سرعة تلك الحروب.

٤- التعرف على تقييم النخبة لحمات التضييل الإعلامى وكيفية مواجهاتها، بما يساهم فى رسم خطة شاملة تكتمل فيها الجهود الرسمية والخبرات الإعلامية، لتحديد المضامين والرسائل الإعلامية التى ينبغى أن يركز عليه الخطاب الإعلامى.

٥- تطبيق نظرية المسؤولية الاجتماعية على الإعلام المصرى، فى ظل أهمية ودور وسائل الإعلام فى رفع وعى المواطن لحماية سيادة الدول وأمنها القومى من جانب، وتغلى القنوات المضللة عنها من جانب آخر.

أهداف الدراسة:

١- تقييم النخبة المصرية للقنوات الموجهة ضد مصر (أسباب المشاهدة -المصادقية- التأثير).

٢- التعرف على أهم أهداف حمات التضييل الإعلامى ضد مصر، من وجهة نظر النخبة المصرية.

٣- رصد أهم أساليب حمات التضييل الإعلامى ضد مصر، من وجهة نظر النخبة المصرية.

٤- تقييم النخبة المصرية لأداء البرامج الحوارية المصرية فى مواجهة حمات التضييل الإعلامى.

٥- عمل دليل مقترح لمواجهة التضييل الإعلامى بالقنوات الموجهة ضد مصر.

الدراسات السابقة:

- أولاً: الدراسات التي تناولت البرامج الحوارية أو برامج الرأي.
- ثانياً: الدراسات التي تناولت تقييم أداء القنوات الموجهة ضد مصر.
- أولاً: الدراسات التي تناولت البرامج الحوارية أو برامج الرأي :

● محور تناول القضايا المصرية في البرامج الحوارية:

خُصت الدراسات التي تناولت هذا المحور إلى:

- وفيما يخص حجم الاهتمام بالقضايا المصرية، انفقت دراسة (هشام عبد الملك ٢٠١٥)^(١) دراسة (علياء عنتر ٢٠١٣)^(٢) ودراسة (سارة نصر ٢٠١٠)^(٣)، على الاهتمام بعرض الشأن المصري، فبلغ عرض القضايا المصرية في برامج الرأي بالقنوات الفضائية العربية الخاصة نسبة ٨٨% في (الدراسة الأولى)، وارتفعت نسبة الأخبار المصرية في القنوات الفضائية الإخبارية العربية عينة الدراسة (الجزيرة - النيل الإخبارية - العربية) في (الدراسة الثانية) ، وجاءت نسبة القضايا المصرية في البرامج السياسية العربية حوالى ٦٥% في (الدراسة الثالثة).
- وفيما يخص الاهتمام بمؤسسة الرئاسة المصرية، توصلت دراسة (سارة نصر ٢٠١٨)^(٤) لإرتفاع حجم الاهتمام بها، والتي تمثلت في عدد القضايا والتي جاء ٢٠% منها في البرامج غير المصرية موزعة بين قناة الجزيرة وقناة skynewsarabia، واتضح الاهتمام أيضاً في ترتيب القضايا فجاء ما يزيد عن ٧٥% منها في بداية ووسط تلك البرامج وجاء عرضها في حلقة كاملة حوالى ١٥%.
- وفيما يخص اتجاه معالجة القضايا المصرية بالبرامج الحوارية، توصلت دراسة (مروة أمبارك ٢٠١٦)^(٥) عن معالجة القضايا السياسية في فترة حكم الإخوان، جاء الجانب

السلبى فى المرتبة الأولى بنسبة ٤٥,٥% وتلاه الإيجابى ٢٠,٨% والجمع بينهما بنسبة ١٣,٢% .

- على حين اختلفت معها دراسة (هشام عبد الملك ٢٠١٥)^(٦) ودراسة (ياسمين سعيد ٢٠١٥)^(٧) حيث جاء الجمع بين الاتجاهين فى مقدمة الاتجاه الغالب لمعالجة القضايا المصرية فى البرامج الحوارية الفضائية الخاصة بنسبة ٦٠% و الإيجابى ٣٨% والسلبى ٢% فى (الدراسة الأولى)، وجاء اتجاه المعالجة بالبرامج الحوارية المصرية فى المرتبة الأولى الإيجابى بنسبة ٤٧,٥% والسلبى ٤٤,٥% والمتوازن ٨% (الدراسة الثانية).

- وفيما يخص تقييم الصورة الإعلامية لمصر، انققت دراسة (رجاء عبد الرزاق ٢٠١٥)^(٨)، (سارة محمد شريف ٢٠١٣)^(٩) ودراسة (أمال الغزاوي ودينا عرابي ٢٠١٢)^(١٠) على سلبية صورة مصر، فوافق ٤٨.٥% من العينة على أن البرامج الإخبارية بالقنوات الموجهة بالعربية (فرنسا ٢٤ - BBC العربية) تعرض الأزمات السياسية فى مصر بعد ثورة ٣٠ يونية بصورة تحريضية دعائية أكثر منها إعلامي فى (الدراسة الأولى)، ويرى ٧٥,٨% من المبحوثين إن القنوات العربية الإخبارية تشوه الدور المصرى (التعظيم عليه) فى القضايا الخارجية (القضية الفلسطينية والأزمات العراقية واللبنانية وجنوب السودان) فى (الدراسة الثانية)، وأشار ٦٢% من المبحوثين بأن مصر بها مشاكل كثيرة من خلال الصورة التي تقدمها وسائل الإعلام فى (الدراسة الثالثة) .

- واتفقت معهم دراسة ميرال مصطفى (٢٠١١)^(١١) حيث جاء من ضمن السمات السلبية عن مصر فى القنوات الإخبارية الأجنبية كجزء من الدول العربية، إنها تعاني من الحوادث الإرهابية بنسبة ٣١.٤%، وأن الأنظمة السياسية العربية استبدادية بنسبة ٢٠.٥%، وأن هناك العديد من الحركات المتطرفة فى الدول العربية

بنسبة ٣١.٩%، وجاءت السمات الإيجابية في تلك الدول إنها تخطو نحو الإصلاح السياسي بنسبة ١٣%، وأنها تهتم بالتنوير الاقتصادي بنسبة ٧.٤%،

- أما عن تأثير صورة مصر إعلامياً في البرامج الحوارية على صورة مصر الذهنية، ثبت في دراسة (ناصر محمود ٢٠١٣) (١٢) ودراسة (هبه أمين شاهين ٢٠١١) (١٣) علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين صورة مصر المقدمة في البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية الأجنبية الناطقة باللغة العربية، والصورة الإيجابية أو السلبية التي يدركها شباب الجامعة عنها والتي تشمل (صورة الحكومة- مجلس الشورى- القضاء المصرى) وقد جاءت صورة كلا من الحكومة ومجلس الشورى سلبية والقضاء ايجابية في تلك البرامج في (الدراسة الأولى)، وثبت الارتباط بين صورة مصر الإعلامية والصورة الذهنية المدركة عنها بشكل عام، فجاءت السمات الإيجابية عن كل من مصر كدولة بنسبة ٧٢.٩% والمواطن المصرى بنسبة ٦١.١% لدى الجمهور العربى المشاهد للقنوات الإخبارية العربية محل الدراسة في (الدراسة الثانية).

● محور تأثير الأيدولوجية على عرض القضايا المصرية:

خُصت الدراسات التي اندرجت تحت هذا المحور إلى:

- اتضح تأثير التوجه السياسى على الاتجاه نحو المؤسسة السياسية المصرية الحالية، في دراسة (سارة نصر ٢٠١٨) (١٤) حيث انفرد برنامج ما وراء الخبر (قناة الجزيرة) عن باقى القنوات العربية والمصرية في عرض الاتجاه المعارض فى معالجة قضايا مؤسسة الرئاسة فى المرتبة الأولى بنسبة ٦٣,٦%.

- أما فيما يخص فترة تولى محمد مرسى رئاسة مصر تبين تقييم المشهد السياسى فى البرامج الحوارية المختلفة فى دراسة (مروة أمبارك ٢٠١٦) (١٥)، دراسة (محمود أحمد لطفى ٢٠١٦) (١٦)، ودراسة (رشا عبد العظيم ٢٠١٤) (١٧) ما بين الراضين

للمشهد السياسي فى البرنامج المصرى الخاص هنا العاصمة (cbc)، وبين من يرى أن هناك أملاً فى تحسن الوضع فى برنامج جملة مفيدة (mbc مصر)، وبين من يرى أن المشهد السياسى أفضل بكثير من وقت حكم الرئيس الأسبق مبارك وهو برنامج ألوان الطيف (مصر ٢٥) فى (الدراسة الأولى)، وانفتحت البرامج الحوارية فى الفضائيات المصرية فى اتجاهاتها نحو القوى الفاعلة فى الأعمال الإرهابية فى فجاءت الاتجاهات إيجابية نحو رئيس الجمهورية الحالى والقوات المسلحة والشرطة، بينما جاءت الاتجاهات سلبية نحو الرئيس السابق محمد مرسى (الدراسة الثانية)، وتوقفت الاتجاهات الإيجابية نحو الرئيس السابق محمد مرسى بنسبة ٨٨% فى برنامج (مصر الجديدة) قناة الناس، وعلى النقيض جاءت الاتجاهات السلبية نحو الرئيس السابق محمد مرسى بنسبة ٧٢% فى برنامج (العاشرة مساء) قناة دريم ٢ المصرية الخاصة فى قضية الاستفتاء على الدستور فى (الدراسة الثالثة).

- وفيما يخص الاتجاه نحو الجماعات الإرهابية الداخلية بعد ثورة ٣٠ يونيو، اتفقت دراسة (سارة نصر ٢٠١٨)^(١٨) ودراسة (السيد محمد أبو شعيع ٢٠١٢)^(١٩) على اختلاف التوجهات والأطر المستخدمة فى عرضها وفقاً لقناة العرض، فانفرد برنامج ما وراء الخبر على قناة الجزيرة فى عرض الإطار الإيجابى نحو الجماعات الإرهابية الداخلية بنسبة ٤٥,٥% عن باقى البرامج فى (الدراسة الأولى)، وجاء إطار الصراع الأكثر استخداماً فى قناة رابعة لإظهار الوضع الحالى إنه صراع بين قوتين (إسلامية وغير إسلامية)، وجاء إطار المسؤولية الأكثر استخداماً فى قناتى دريم والفضائية المصرية لتحميل الجماعات الإرهابية مسؤولية العنف فى الشارع المصرى فى (الدراسة الثالثة).

- واتفقت معهم دراسة (عمرو عبد الحميد ٢٠١٦)^(٢٠) ودراسة (ريهام سامى ٢٠١٥)^(٢١) فكان برنامج حديث الساعة المصرى الحكومى الأكثر سلبية نحو تنظيم داعش بنسبة ١٠٠% فى قضية الأحداث الإرهابية بمصر فى (الدراسة الأولى)، وجاء



إطار الدعم والتأييد أهم أطر معالجة قضايا الجماعات الإسلامية فى قناة الجزيرة مباشر مصر، على حين برز إطارا الصراع والحرب فى قناة الحياة فى (الدراسة الثانية).

- وعن التوجه نحو الجماعات الإرهابية الخارجية، جاءت الاتجاهات سلبية نحو جماعة الإخوان والجماعات التكفيرية وتركيا وقطر، فى البرامج الحوارية بالقنوات المصرية فى دراسة (محمود أحمد لطفى ٢٠١٦) (٢٢).

- على حين جاء فى نتائج دراسة (Mohamed el masry ٢٠١٣) (٢٣) أن توجه قناة الجزيرة كان إيجابياً نحو حماس وهجومى نحو مصر والولايات المتحدة، وجاء توجه قناة العربية إيجابياً نحو كل من مصر والولايات المتحدة وسلبياً نحو حماس، وذلك دور مصر فى القضية الفلسطينية.

- أما عن الاتجاه نحو الحياة النيابية قبل ثورة ٣٠ يونيو، جاء فى دراسة (رباب عبد الرحمن ٢٠١٥) (٢٤) عن معالجة القنوات الإخبارية لإعداد الدستور ٢٠١٣، جاء اتجاه الأطار نحو مواد الدستور ولجنة الخمسين فى مصر أكثر إيجابية فى قناة النيل للأخبار من قناة الجزيرة مباشر مصر.

- أما عن ثورة ٢٥ يناير، توصلت دراسة (مينوس أتاسيوس وآخرون Minos Athanasios ٢٠١٧) (٢٥) إلى اختلاف القنوات العربية والغربية فى تحليل الأطر المستخدمة فى الفترة من ٩ إلى ١٣ فبراير ٢٠١١، فكانت قناة الجزيرة الأكثر استخداماً لإطار الاحتجاج السياسى بنسبة ٦٦% وتلاها قناة BBC ٣٤,٤% ثم قناة China Daily ٣٠,٧%.

- واتفقت معها دراسة (فيدريكا فورنركارى Federica Fornaciari ٢٠١٢) (٢٦) ودراسة (أمير جميل Amir Jameel ٢٠١١) (٢٧) ودراسة (أمل عفيفى ٢٠١١) (٢٨) حيث استخدمت قناة الجزيرة إطار الصراع على حين استخدمت قناة BBC إطار

الاهتمامات الإنسانية في تغطية أحداث ٢٥ يناير في (الدراسة الأولى)، واستخدمت الجزيرة إطار التأييد ووصفتها (بالسلمية وتهدف للتغيير للأفضل بعد فساد مبارك وحكومته)، وانعكست رغبة أمريكا في استقرار المنطقة أكثر من الديمقراطية على عرض ٢٥ يناير ومتابعة تطوراتها قناة CNN في (الدراسة الثانية)، وتجاوز دورقناة الجزيرة التغطية الإخبارية إلى توجيه الاحتجاجات، فوفقت بجوار المتظاهرين ومكنتهم من تحقيق أهدافهم، وجاءت ردود الفعل الدولية بشأن الثورة أكثر حيادية في BBC حيث تم إرجاع أسباب الاحتجاجات إلى مطالب الديمقراطية ولغلاء الأسعار في (الدراسة الثالثة).

- وأضافت دراسة (غالية بدوي *Ghalia Bdiwe* ٢٠١١) ^(٢٩) عدم وجود فروق بين قناة الجزيرة العربية والأجنبية في توجيه الصراع تغطية أحداث يناير، بالتركيز على فيديوهات قتل المتظاهرين وقمع التظاهرات لصناعة الأزمة وليس نقل الأحداث.

- وهو ما أكدته دراسة (جيرمر وآخرون *Jaromir H. Akos, & et all* ٢٠١٥) ^(٣٠) فكان لقناة الجزيرة دوراً بارزاً بمساعدة وسائل التواصل الاجتماعي، والتي روجت لتوجهات القناة السياسية في توجيه ٢٥ يناير.

ثانياً : الدراسات التي تناولت تقييم أداء القنوات الموجهة ضد مصر:

خُصت الدراسات التي تناولت هذا المحور إلي:

- فيما يخص الثقة في القنوات الموجهة، انفقت دراسة (رانا إيهاب ٢٠١٩) ^(٣١) و دراسة (على عبد الله ٢٠١٦) ^(٣٢) على انخفاض ثقة كلاً من عينة الجمهور العام والنخبة المصرية في القنوات الفضائية ذات التوجه الإسلامي (الشرق - مكمليين - وطن) في (الدراسة الأولى)، وانخفضت ثقة النخبة إلى نسبة ٣٦% في قناة الجزيرة فيما يتعلق بالمعالجة الإعلامية للقضايا اليمنية في (الدراسة الثانية)



- أما فيما يخص الجمهور العام، اتفقت دراسة (حنان احمد ٢٠١٧).^(٣٣) ودراسة (مصطفى صابر ٢٠١٦)^(٣٤) ودراسة (فاطمة محمد ٢٠١٢)^(٣٥) ودراسة (إلهام يونس ٢٠١٠)^(٣٦) على ضعف مصداقيتها لدى الجمهور المصري، فيعتقد المبحوثون أن قناة الجزيرة فقدت مصداقيتها لديهم، بعد تغطيتها غير الحيادية للأزمات التي مرت بها مصر بعد ثورة ٣٠ يونيو، وعدم اعترافها بالثورة وبالرئيس ودعمها المستمر لجماعة الإخوان، وأشار ٢٣,١% أنهم موافقين جداً و ٢٨,٤% موافقين من العينة أن قناة الجزيرة تنشر معلومات مضللة ومغلوطه يشكل مباشر او بالإشارة والتلميح في (الدراسة الثانية)، وأكد ٤٩,٧% من العينة على عدم حيادية قناة الجزيرة في معالجة الأحداث، وأن في مقدمة أسباب عدم رضاهم عنها هي استضافة شخصيات وأراء مرفوضة في مجتمعهم وتلاه عدم التوازن في عرض الأحداث ثم استضافة ضيوف يقدمون وجهة نظر القناة في (الدراسة الثالثة)، وأكد ٥٧% من مشاهدي قناة الجزيرة أنها تعالج القضايا المصرية بشكل سلبي في (الدراسة الرابعة).

- وأضافت دراسة (ياسر عبد اللطيف ٢٠١٣)^(٣٧)، أن ٨٤,٣% من صناع ومنتجي الأخبار بقناة الجزيرة أكدوا إن السياسة التحريرية هي المرجعية الأساسية في طرح وجهات نظرهم في الأخبار والتقارير والقصص.

- أما فيما يخص تأثير مشاهدة تلك القنوات على الجمهور المصري، ثبت عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين تبني أطر برنامج ماوراء الخبر (قناة الجزيرة) عن مصر وتقييم المبحوثين للأداء الرئاسي العام في دراسة (سارة نصر ٢٠١٨)^(٣٨)

- واختلفت معها دراسة (ريهام سامى ٢٠١٥)^(٣٩) ودراسة (رباب عبدالرحمن ٢٠١٤)^(٤٠) ودراسة (إلهام يونس ٢٠١٠)^(٤١) على تأثير متابعتها، فثبت وجود علاقة طردية بين كثافة مشاهد الجزيرة مباشر مصر وبين تبني أطر قضايا

الجماعات الإسلامية في (الدراسة الأولى)، وجاء المبحوثون الأكثر متابعة لقنوات الجزيرة والقدس وأحرار ٢٥ الإخوانية لديهم صورة سلبية عن جهاز الشرطة في (الدراسة الثانية)، وثبت وجود علاقة ارتباطية بين الاعتماد على قناة الجزيرة وتكوين اتجاه سلبي نحو القضايا الاقتصادية والسياسية والاجتماعية في حين لا توجد علاقة بين الاعتماد عليها والاتجاه نحو القضايا الاجتماعية في (الدراسة الثالثة)

- واتفقت دراسة (حنان أحمد ٢٠١٧) ^(٤٢) ودراسة (أوران كيسلر *Oren Kessler* ٢٠١٢) ^(٤٣) على تأثير القناة السلبية على المجتمع العربي، فاعتقد المبحوثون بشكل قوى بصناعة قناة الجزيرة العربية والإنجليزية للأزمات وتصديرها إلى المجتمع العربي والدولي في (الدراسة الأولى)، وإنها تروج لمفهوم الديمقراطية الزائفة وحقوق الإنسان لإشعال الفتن في العالم العربي ولنشر الثورات في دول الخليج، فهي لم تتناول لحدوث الثورتين المصرية والتونسية بحيادية او موضوعية، إلى جانب دعمها لإرهاب حماس في غزة وحزب الله في لبنان، وهو ما سيفقدتها مصداقيتها لدى الشعوب العربية في (الدراسة الثانية).

- وازدادت دراسة (على عبد الله ٢٠١٦) ^(٤٤) أهم التأثيرات الوجدانية السلبية الخاصة بالاعتماد على قناة الجزيرة في متابعة شؤون اليمن، في عبارة " أصبحت أكثر شعوراً بالقلق تجاه مستقبل اليمن " .

- وسعت دراسة إيريك نسبت وتريزا مايرز (*Nisbet, Erik C. & Myers, Teresa* 2010 A) ^(٤٥) لفهم تأثير التعرض لقناتي العربية والجزيرة على الهوية السياسية للجمهور العربي، في ستة دول عربية وهم (مصر- السعودية - الأردن - لبنان - المغرب - الإمارات) ما بين ٢٠٠٤ و ٢٠٠٨، وأوضحت نتائج الدراسة أنه كلما زادت مشاهدة القنوات كمصادر إخبارية كلما زاد تعريف المبحوث للهوية السياسية الإسلامية والعربية بدلاً من الهوية الوطنية.



التعليق على الدراسات السابقة:

يمكن تلخيص الدراسات السابقة عن التضليل الإعلامي وتأثيراتها وفق
المحاور التالية:

١- تعددت مناهج البحث في الدراسات السابقة وفقاً لما يتم قياسه وما يتلاءم مع
النظرية المستخدمة، والتي اشتملت تقريباً على مجمل المناهج، كالمنهج الوصفي
والمسحي والتجريبي وشبه التجريبي ودراسة الحالة.

٢- فيما يخص الأساس النظري، ركزت الدراسات التي اهتمت بدراسة التوجهات
السياسية ودراسات المعالجة الإعلامية على نظرية الأطر الإخبارية حيث أظهرت
نتائج الدراسات تأثير تمط ملكية القناة على الأطر المستخدمة في تأطير القضايا
والأحداث.

٣- وفيما يخص مجالات اهتمام الدراسات السابقة، اهتمت كثير من الدراسات بعرض
الشأن المصري بكافة تفاصيله كقيادة ووضع سياسى داخلى وخارجى، وتلقى
اهتمام الدراسات العربية والاجنبية بتحليل القضايا السياسية فى البرامج الحوارية
المختلفة، ورصد ومقارنة اختلاف العرض باختلاف السياسة الخارجية وتوجه
القناة الباثة.

٤- حصدت قناة الجزيرة العربية و الاجنبية النسبة العليا من اهتمام الدراسات التحليلية
للبرامج، سواء على المحيط العربى أو حتى الغربى، واتضح انتهاجها لأسلوب
مختلف عن باقي القنوات فى تغطية الأحداث والتوجه نحو الأطراف المختلف،
وكان المثير فى ذلك توجهها نحو الجماعات الإرهابية.

٥- اتضح فى كثير من تلك الدراسات سواء العربية أو الأجنبية وجود تأثير لطريقة
معالجة بعض القضايا المصرية خاصة آخر عشر سنوات، وفقاً لسياسة الدولة

البائة للقناة وظهر ذلك في القضايا محورية سياسية واقتصادية، والتي تحولت فيها القناة من عارض للأحداث لموجه ومحرض.

٦- اتضح الاهتمام بقياس المصدقية والثقة في الوسيلة البائة للبرنامج، كمتعير وسيط مابين ما يعرض وتأثيره أو تابع لما يتم عرضه بشكل متحيز وانتقائي، سواء جمهور عام أوصفوة، وتلاقت الأراء في كثير من الدراسات خاصة العربية نحو قناة الجزيرة.

٧- فيما يخص الدراسات التأثيرية، بعض الدراسات تناول التأثير فقط والبعض سعى لربط الجانب التحليلي بالتأثير، وكما ثبت سلبية الصورة في تلك القنوات وخاصة الجزيرة ثبت وعى الجمهور المصرى بتأثير توجيهاتها على عرضها للقضايا المصرية، وقد اتسعت تأثيراتها السلبية على مشاهديها العرب أيضا.

٨- على الرغم من نقد الصفوة والجمهور العام للقنوات الموجهة ضد مصر، فمزال هناك حجم تعرض ومتابعه لها، وهو مايزيد من مسؤوليات البرامج الحوارية المصرية في الوقت الحالي، إلا انه يمكن الاستفادة من مؤشرات تلك الدراسات عن أوجه قصور و ضعف تلك القنوات.

الإطار النظرى للدراسة:

إن الاهتمام بنظرية المسؤولية الاجتماعية يتزايد فى الوقت الحالى ليس فقط إيماناً بدور الإعلام، ولكن لأنه لا يمكن ان تظل الاوطان والشعوب ضحية لمؤسسات إعلامية تخلت عن دورها عمداً تحت مسمى المعارضة ، تحت مسمى حرية الاعلام والحق فى التعبير بل تطرق بعضها لدورها فى حماية حقوق الإنسان، لتحقيق غايتها السياسية.

فلاختلاف السياسى او الايديولوجى ليس مبرراً على الاطلاق لعدم الالتزام بمواثيق الشرف المهنية، فربما ينعكس فى مواد الرأى الا أنه لا ينبغى أبدا ان ينعكس



فى مدى الالتزام بهذه المعايير المهنية والأخلاقية^(٤٦)، والبديل هو الحرية الهادفه التى تضع أمامها مصلحة المجتمعات^(٤٧)، تلك الحرية التى ترتبط بمسؤولية، فالحرية لا يمكن ان تكون هدفا وغاية دون اى ضوابط تحدها وخاصة ما يتصل بحرية النشر والاعلام^(٤٨).

والمسؤولية كمعنى عام ملازم لأى فعل إنسانى^(٤٩)، وقد استخدم دينى إليوت Elliot كلمة المسؤولية Responsibility كمرادف لكلمة الزام obligation، ليؤكد على اهمية مشاركة المؤسسات الإعلامية فى بناء مجتمعها وانتقاد الأوضاع الخاطئة التى لا تتوافق مع اهتمامات ومصالح جمهورها^(٥٠).

وتعد نظرية المسؤولية الاجتماعية نتاج لنظرية السلطة التى سادت فى أوروبا فى القرن الخامس والسادس عشر وما نتج عنها من سلبيات وقيود، والتى أدت بدورها كرد فعل عكسى لها لظهور نظرية الحرية فى بريطانيا عام ١٦٨٨ والتى تعلى من قيمة الحرية كمطلب أساسى لا غنى عنه، وساعد على ذلك التغيرات المختلفة التى صاحبت تلك الفترة كارتفاع مستوى التعليم وزيادة نسبة اهتمام الأفراد بالقضايا العامة، وزيادة نقدهم لممارسات وسائل الإعلام^(٥١). ويمكن توضيح كتنا النظريتان كالتالى^(٥٢):

جدول رقم (١)

مقارنة نظريتى السلطة والحرية

وجه المقارنة	نظرية السلطة	نظرية الحرية
المبدأ الأساسى	الحق الإلهى، السلطة الحاكمة هى التى تحدد مقدار الحرية التى تتمتع بها وسائل الإعلام	سيادة الشعب بدلا من الحق الإلهى للملوك
الإذن المسبق	يوجد قيود التراخيص والتى كانت تمنح فقط لمن تظمن له السلطة.	أمكانية اصدار الصحف للأفراد دون ترخيص من الدولة.

الرقابة المسبقة	- الرقابة المسبق على كل ما تكتبه الصحف في أمور السياسة والدين. وفى النشر والطبع والتوزيع	- حظر الرقابة السابقة واللاحقة، حرية الصحف فى تناول أى قضايا
قيد مالى	يوجد قيد مالى، حتى تخضع للسلطة.	- لا يوجد قيد مالى.
تشريعات قيد الحرية	يوجد تشريعات لتقييد الحرية، فمخالفات الصحفيين قد تعرضهم للخيانة العظمى.	-حظر أى تشريع يقيد الحرية، وحماية حرية التعبير بضمانات دستورية وقانونية
الهدف	الدولة يجب أن يكون له مكانة أسمى من مكانة الإهتمام بالفرد	الصحافة تعبير حر عن الرأى ومؤسسة حرة مستقلة.
السلبيات	تكميم الإعلام وتبعيته للسلطة ومصادرة حق التعبير	أساءت الصحف استخدام الحرية، وتحول الإعلام إلى سلعة.
النتائج	ظهور نظرية الحرية	ظهور نظرية المسؤولية الاجتماعية

تقع نظرية المسؤولية الاجتماعية موقع وسط بين النظريتين السابقتين ولكنها الأقرب للحرية، حيث أقرت بوجود حرية لكنها قيدها بقيد ذاتى داخل كل إعلامى يفرضه عليه خدمته للجمهور والمجتمع على حد سواء، وكأنه اتفاق ضمنى بينه أو مؤسسته الإعلامية والفرد والمجتمع.

فإعلاء الحرية إلى جانب خدمة المجتمع أهم مبادئها فى إطار أخلاقيات الممارسة المهنية^(٥٣) وتحقيق التوازن بين الحرية والمسؤولية^(٥٤)، وبحسب لها إنها ساهمت فى ظهور مواثيق الشرف والتشريعات الإعلامية، والتى توجه الإعلاميين وترشدتهم أثناء صنع القرار أو الاختيار.

ويعنى ذلك أن تقدم وسائل الإعلام تغطية إخبارية موضوعية ومرتزة ودقيقة لتدعيم الديمقراطية ومشاركة الرأى العام فى الأحداث الجارية^(٥٥)، وتلتزم بمواثيق



الشرف الأخلاقية والقوانين والتشريعات والقيم المهنية^(٥٦)، والتي تحكم سلوكيات الإعلاميين في أداء وظائفهم^(٥٧)

على أن تراعى تلك الوسائل عادات وتقاليد المجتمع وتحافظ على سلامة^(٥٨)، وعلى الآداب العامة ضد أعمال الفاحشة وإرتكاب الرزيلة^(٥٨)، إلى جانب إحترامها لخصوصية الأفراد وحياتهم الخاصة باعتبارها أحد الحقوق المدنية التي ينبغي أن تحافظ عليها، ولا يعني ذلك تسترها على الممارسات غير الشرعية لهم أو حتى المسؤولين ولكن الحفاظ على تفاصيل الحياة الخاصة^(٥٩)، فالمسؤولية لا تتعارض مع حماية خصوصية المواطنين والصالح المجتمعي^(٥٩).

إلا أن البعض أكد أن ما سبق يعد نصف المسؤولية فقط، ولكن النصف الآخر هو بيان مسؤولية الجماهير تجاه المادة المذاعة التي هي بدورها تجاه أنفسهم، فيجب على الجمهور ألا يدرك الوقائع ولا يتقبلها كما هي، بل يزن الأفكار التي تتفق مع ميوله والتي تختلف ويضع افتراضاته الأساسية محلاً للنقاش^(٦٠)، كإعلاء لدور الفرد والتدليل على أهمية كونه إيجابي في العملية الإتصالية ومشاركته لمسئولته أمام نفسه ومجتمعه شأنه شأن وسائل الإعلام فهو ليس متلقى سلبي.

وفي النهاية يجب القول إن صورة أي دولة هي مسؤولية جماعية، تحتاج إلى رؤى وجهود وطنية ومساهمات رسمية وغير الرسمية، إعلامية وغير إعلامية ومجتمعية وفردية، فصورة مصر لا تعنى صورة القيادة أو الحكومة ولكنها تمتد لتشمل الشعب وموارده وقدراته ومؤسساته وثقافته، وأي خلل أو تشويه لتلك الصورة يضر بالمواطن قبل القيادات ويؤثر على كافة تعاملاته الخارجية المختلفة، فنحن نرى شعوباً تتعامل بدونية وفق لمكانة دولها إقليمياً ودولياً.

توظيف النظرية فى الدراسة:

تستفيد الباحثة من أهم مبادئ تلك النظرية فى ظل ما تتعرض له مصر من حروب إعلامية، وهو التلازم بين حرية ومسئولية وسائل الإعلام تجاه مجتمعها وحمائته، ومن ثم الاستفادة منها فى تقييم الصفوة لدورها الحالى وتحديد مستويات تأثيرها الفردى والمجتمعى، خاصة فى ظل توافر بدائل متعددة منافسة منها المضاد، وفى النهاية الاستفادة من ذلك التقييم الواقعي، فى عمل دليل لتحديد الخطوات المستقبلية ومهام الإعلام الحر الذى يمد الجمهور بالمعلومات الصحيحة والسريعة، والإعلام المسئول الذى يفند ويدحض إدعاءات وأكاذيب القنوات الموجهة ومحاولاتهم المستمرة لتشوية الواقع وقلب الحقائق، بما يساهم فى خلق وعى حقيقى متزن ومواطن لديه حس نقدى يحصنه ويحبط أى مخططات مستقبلية، يُستخدم فيها كمحرك لأى تغيير سياسى من جانب، ويكشف حقيقة تلك القنوات ويفقدها مصداقيتها من جانب آخر.

التضليل الإعلامى Disinformation:

تتسم حروب الجيل الخامس بكونها صراعات شاملة تستهدف الدولة والمجتمع معاً، وعلى الرغم من الطابع غير الدموى لها، إلا أنها تستهدف فى النهاية إكراه الدول على الرضوخ لإرادة الأطراف الأخرى أو تدميرها من الداخل عبر فترات ممتدة من المواجهات العسكرية وغير العسكرية، أو عبر توظيف أساليب وتكتيكات متعددة^(٦١) ويرتبط التخطيط الجيد فى إدارة تلك لعمليات النفسية باستخدام وسائل الإعلام الحديثة وسريعة الانتشار والتأثير لضمان نجاح العمليات^(٦٢).

والتضليل كمعنى ليس حديث فهو يعنى "تصنيع الإجماع والقبول"، وقد رصد نعوم تشومسكى ممارسة كبرى الدول لاستراتيجياته وفى أهم الحروب، فاستخدمه الرئيس الأمريكى ويلسون ١٩١٦ لإقناع مواطنيه بالدخول الحرب العالمية الأولى ضد ألمانيا، وذلك



بتزييف أكاذيب عن مذابح الألمان ضد الأطفال، حيث جمع بين استراتيجية التخويف من جانب وإثارة مشاعر القومية لديهم من جانب آخر. (٦٣)

إلا إنه ظهر كمصطلح لأول مرة في اللغة الروسية في عشرينات القرن الماضي، وشاع استعماله في الاتحاد السوفيتي بعد الحرب العالمية الثانية، وقد نقل المصطلح إلى الإنجليزية في الستينات ليشير إلى "التسريب المقصود للمعلومات المضللة"، ثم ظهر في فرنسا لأول مرة عام ١٩٧٤ ودخل القاموس الفرنسي مع بداية الثمانينات (٦٤)

ويمكن تعريفه بأنه "معلومات كاذبة مقصودة تهدف إلى أن يتخذ الهدف الموجه ضده التضليل القرار المناسب للجهة المضللة أو رفض اتخاذ القرار المفيد للهدف نفسه" (٦٥) أو إنه "خلق واقع مزيف ومغلوط ومقنع بهدف إيقاع الخصم في الخطأ بينما هو يعتقد انه يفكر بشكل صحيح" (٦٦)، أو أنه "محاولات مصادر معن أو غير معن عنها للتلاعب بالرأى العام أو بجهات أخرى، باستعمال معلومات كاذبة أو مفبركة أو إخفاء معلومات حقيقية عن طريق وسائل الإعلام لتحقيق أهداف سياسية أساساً ويمكن اختصاره في "التلاعب بالرأى العام لأهداف سياسية بمعلومات معالجة بوسائل مختلفة ملتوية" (٦٧)

إن الحياد التام شيء يصعب تحقيقه في وسائل الإعلام بشكل عام ومن الصعب منع أى خطأ مهني غير مقصود، ولذا يجب التفرقة بين نوعين من الاستبعاد أو الإغفال، إخفاء بعض المعلومات عن غير قصد Misinformation وهي أخطاء غير متعمدة (honest mistake)، أو عن عمد Disinformation وهو التضليل المتعمد لإساءة الفهم (deliberate lie to mislead)، والذي سيتم توضيحه كالتالى:

إستراتيجيات التضليل الإعلامى

بالرغم من الاعتراف النسبى فى الدوائر الإعلامية بالتحيزات وعدم وجود موضوعية مطلقة، إلا أن ذلك لا يعنى الإستسلام للمبالغات وعدم إتزان العرض بالعمد (٦٨).

أولاً: التضليل بالانتقائية المتحيزة :

إن الإعلامي الملتزم بشرف المهنة هو من يتعامل بشفافية وحياد في نقل الخبر، وبأمانة لا تخضع للأهواء أو للمصلحة^(٦٩)

ويقوم التضليل على الخبر الموجه بقصد، حيث تخفى وسائل الإعلام أهدافاً غير معلنة للتأثير في اتجاهات الرأي العام، يقوم الإعلامي أو المؤسسة الإعلامية بوضع رأى ذاتي داخل ما يعتبر إنه تقرير يقوم على الحقائق، وتشويه الواقع بشكل مقصود نتيجة لتأييدهما طرف معين،^(٧٠) وصياغته بطريقة توحى برأى أو تدعو للاقتناع بوجهة نظر ما^(٧١)

ويمتد التضليل ليشمل كافة مراحل استقاء المعلومات حتى خروجها للمتلقى، حيث تخضع لعمليات من الضبط والسيطرة، تظهر أثارها في التباين الواضح بين ما تم جمعه والمنتج النهائي، كاستبعاد معلومات أو عرض معلومات غير الدقيقة أو النماذج المحرفة أو المتحيزة ، لتكون المحصلة الأخيرة معلومات منقوصة وأخرى متحيزة. ^(٧٢)

وتسمى الأخبار المتحيزة بالملونة وهي عكس الموضوعية، فاختيارها وصياغتها وتقديمها لا يعبر عن حقيقة الحدث، بل يجعل الجمهور يدرك هذا الحدث ليست كما وقعت بل على نحو مخالف للحقيقة، وقد يكون ذلك بقصد أو بدون لكنه يخل بالحقيقة. ^(٧٣)

أنماط التحيز:

إن الممارسات الإعلامية التي تجعل المنظورات السياسية المتعددة تختفى أو يتم تشويهها، تقوم على فكرة إنه عندما يسيطر واقع واحد ويغيب التنافس، فإنه سيجعله يبدو موضوعيا من خلال ترويج لمنظورات سياسية رئيسية بينما تختفى الآراء المنافسة^(٧٤).



أولاً- التحيز على مستوى الشكل:

ويظهر في اختيار القضية للعرض وترتيبها ومساحة الوقت المخصص لها، ومعدل تكرارها ومتابعة مستجداتها على المدى الزمني لها، وتشمل على عدة أساليب منها :

أ- التحيز في الصور: ويتم توظيفها في التضليل باستخدام عدد من التقنيات والأليات منها^(٧٥):

- زاوية وحجم اللقطات وترتيبها^(٧٦): ويحدث بالتركيز على زوايا أو أحجام لقطات في تصوير الحدث لتضيف معان معينه، أو بتصوير أماكن وشخصيات ما بما يتلاءم مع الأيديولوجية والسياسية التحريرية^(٧٧)، أو نشر الصور الجذابة لمن نؤيدهم و المنفرة أو غير الجذابة لمن نعارضهم ، ويعطى ترتيب اللقطات دلالة بأهمية من يظهر أولاً، ويؤثر ذلك في النهاية على المعنى العام في ذهن المشاهد.

- التحكم في الألوان أو الظلال لإعطاء انطباع ما.

- التلاعب باضافة أو حذف صور اشخاص عما، حوله ليعطى معنى منفوس أو مخالف.

- استخدام الصورة في غير موضعها عن عمد: باختيار صورة حقيقية لشخص أو حدث تم التقاطها من زاوية معينة أو لحظة معينة لاعطاء رسالة مضللة عنه.

و تعتبر الصورة المصاحبة للخبر أحياناً أقوى من النص، ويعتقد الكثير من المشاهدين أن الصورة لا يمكن أن تكذب فيستقبلون المعلومات منها بدون الشك في موضوعيتها، إلا إنه يمكن التلاعب بها وبأبسط الطرق وقد يحدث ذلك سواء في التصوير أو المونتاج^(٧٨)، وتأتي أهمية الصور المرئية لأنها هي أكثر بقاءً في الذاكرة

من السرد اللفظي للأخبار، فالمعلومات تكون أكثر تذكراً عندما تكون الأخبار مصحوبة بالصور^(٧٩).

ب- التحيز على مستوى الإضاءة: استخدام أنواع معينة من الإضاءة كالتى تظهر ثلثي الوجه وتضلل الثلث الأخر، والتي توحى بالغموض أو عدم اليقين وينعكس ذلك بدوره على المشاهد، ويمكن القول إن التضليل يحتاج أولاً أن تكون ماهر وذو كفاءة فى مهنتك مغرق فى تفاصيلها حتى تستخدمها كما تشاء.

ج- التحيز الجغرافى: ويعنى به التركيز على مناطق جغرافية معينة سواء داخلية أو خارجية كدول بعينها، والتي تكون ذات أهمية للجهة المالكة للوسيلة الإعلامية المضللة.

ثانياً: التحيز على مستوى المضمون:

إن غاية الإعلام التضليلي هو صرف الإنتباه عن الحقيقة أو اخفائها عن الجمهور^(٨٠)، فالمادة الخبرية لا تنقل الأحداث كما هى، إنما ترويها عبر إعلامى يستخدم تقنيات سردية متنوعة كالوصف والحوار والكتابات وشخصنة الأحداث وغيرها، وعليها يكون سرده إما محايداً شفافاً يدع فيه الأحداث والقضايا تعبر عن نفسها، أو سرداً متحيزاً يعبر فيه عن وجهة نظره بشكل غير مباشر مفسراً أو شارحاً ما حدث^(٨١) وبترباط معين لكى يساهم فى تشكيل خبرات الجمهور نحو الحدث^(٨٢)، ويشمل :

أ: التحيز على مستوى عرض ومعالجة القضايا والشخصيات:

إن عرض القضايا يشمل على تفاصيل لها دلالة هامة، كاختيار تفاصيل وأطراف ما وترتيب عرضهم والوقت المخصص لهم وتكرار عرض وجهة نظر ما، ويشمل على عدة أساليب منها :



- ١- التكتيم والإغفال: حيث تعتمد وسائل الإعلام إلى إخفاء المعلومات التي يؤدي نشرها إلى صعوبة تحقيق أهدافها^(٨٣)، وقد يتم على مستوى تجنب النشر أو حجب المصادر من الوصول للمؤسسة الإعلامية أو استبعاد بعض التفسيرات، التي تلقى الضوء على أسباب الحدث ومبرراته^(٨٤)، وقد يكون ذلك بشكل كامل أو جزئي، بالحذف الإنتقائي لبعض الوقائع المتعلقة بالحدث وإبراز أحداث أخرى.
- ٢- إختيار أبعاد معينة في القضية والتركيز عليها، لجعلها أكثر بروزاً لدى الجمهور والتي بدورها تؤثر على ذكاراته واتجاهاته وتقييمه نحوها^(٨٥).
- ٣- التهويل أو التهوين: ويقصد بالتهويل افتعال اهتمام بحدث وإبرازه واستخدام كلمات مبالغ فيها للإيهام بأهمية ما ورد في الخبر على الرغم من عدم تناسبه مع قيمته، والتهوين بتعمد عرض الموضوع بصورة نقل عما يتناسب مع قيمته^(٨٦).
- ٤- التضليل باهمال خلفية الأحداث: ويعنى ذكر الأحداث مع اهمال خلفيتها وأسبابها وتطوراتها السابقة، مما يجعلها مبتورة وناقصة ومشوهة ومن ثم لا يستطيع المتلقى فهمها وتفسيرها بالمعنى الصحيح.
- ٥- المزج أو الخلط : ويكون بين الأخبار وكلاً من الرأى والتحليل والتعليق عليها، بشكل يصعب على المتلقى تفرقة الخبر عن رأى الصحفى ووجهة نظره^(٨٧).
وأضاف البعض أليات أخرى وهى^(٨٨):
- اختيار قضايا ومشكلات زائفة والابتعاد عن عرض قضايا هامه، تساهم في تشكيل الوعى الصحيح للجمهور، لخلق وعى زائف لايفيد المشاهد أو يخلق لديه رؤية
- عرض معلومات ليس لها علاقة بالحدث على حساب معلومات مهمة، أو عرض معلومات لا يستطيع المتلقى الربط بينها أو تفسيرها، بما يشتت انتباه وفهمه.

ب- التضييل باختيار المصادر:

حيث يتم اختيار والاعتماد على مصادر معينة تحت مسمى الخبراء بطريقة توحى بالمهنية، لتخفى ورائها إنتقاءات وتحيزات محددة مسبقاً، ولا يقتصر التحيز في البرامج الحوارية على المصادر ولكن الاستضافة أيضاً، و يأخذ أشكال :

- عرض جانب واحد من وجهات النظر وتخصيص مساحة أكبر له وتقليل دور الطرف الأخر، أو تأييده بإبراز النواحي الإيجابية فقط، أو التركيز على الجوانب السلبية للطرف المضاد لتسويه صورته، كما يمكن استخدام مفردات قد تضيف تأثيراً معيناً يخدم أو يضر طرفاً من أطراف الصراع.^(٨٩)

- عرض رأيين فقط مع تعمد إهمال وتغيب باقي الأراء، بما يوحي بالتوازن ولكنه شكلي.

- التحيز السلبي باختيار أضعف وأساء شخصية لتمثيل طرف أو جانب من القضية، بما يساهم في إعلاء وإظهار الطرف الأخر، ومن ثم يظهر الحوار وكأنه محايد ولكنه زائف.

ج- التضييل اللغوي: ويقصد به التضييل باستخدام مفردات معينة، فعلى الرغم إن اللغة في الإعلام وظيفة محكمة، ويتجلى ذلك في سلطتها على المتلقى فتجعله يدرك الأشياء بالطريقة التي تحددها سواء أكانت حقيقية أم مضللة^(٩٠)، ويمكن القول أن اللغة دلالات تدل إذا حضرت وإذا غابت، فعندما تحضر قد تدل وفقاً لاختياراتها من الألفاظ وترابط الأفكار في إطار عام متماسك ومعبر وشامل، أو قد تدل بما توحى به دون قوله.

- تسمية الحدث: فإطلاق مسمى معين بدوره يؤدي إلى اصدار احكام بالإدانة أو التأييد^(٩١)، فإختيار الفاظ معينة في عرض نفس القضية قد يختلف وفقاً للهدف المراد والذي بدوره يؤثر على معناها لدى المشاهدين^(٩٢).



- تسمية الأطراف المشاركة: إطلاق الأسماء على الأفراد والجهات يكون مقصود، فالعبارات التي تبدو أوصافاً محايدة قد تحمل أحكاماً قيمية، فقد تصف جماعة تتفق معها بأنها "تحارب للاستقلال" ولو كنت لا تتفق معهم فسوف تدعوهم "بالحركة الانفصالية"^(٩٣)، وقد يظهر أيضاً في الأفعال المنسوبة لتلك القوى ونسب صفات معينة لهم.

وقد يظهر التضليل اللغوي أيضاً في:^(٩٤)

- تحيز العناوين: حيث يتم اختيار عنوان يلخص المعنى المراد والتوجه نحو القضية، فقد يعتمد على المبالغة والتهويل من أجل الإثارة، أو يحتوي على عناصر غير واردة في المتن، أو إبراز عنوان ليصبح جاذباً سواء بالحجم أو اللون أو التكرار، أو ترتيب عنوان ليحتل المرتبة الأولى أو تكراره عن غيره طوال الحلقة، أو ألا يذكر كل المعلومات الهامة بالعنوان بما لا يتفق أحياناً مع المضمون.

- المصطلحات المصنوعة: التي تبنى وترسخ لمفهوم معين يتوافق مع مصالح صانعه، والذي قام باستحدثه أو الترويج له.

- استخدام مصطلحات في سياق خاطيء: فقد تكون تلك المصطلحات صحيحة ومقبولة ومتفق عليها، ولكنها تستخدم عمداً في سياق لا يرتبط بها.

- التحيز في الأرقام: فقد يحدث تضارب الأرقام أو النسب مع غيرها في نفس الخبر أو القضية، أو حتى عرض أرقام بلا تفسير فتظل مصمته، أو إساءة تفسيرها بما يخدم الهدف المرجو أو الإغراق في أرقام تشتت المشاهد.

ودراسة المفردات اللفظية المضللة يفيد في دراسة العقل المنتج لها، وتفكيك للمنظومة العقلية الكلية التي يقوم عليها ذلك المضلل، بالكشف عن أسلوب تفكيره والنوايا والخفايا والخطط التي يستخدمها لتحقيق هدفه وتعكسها اختياراته^(٩٥).

ثانياً: التضليل بنشر الشائعات:

وتعرف الشائعات بأنها " خبر مخلق لا أساس له من الواقع أو تعتمد المبالغة أو التهويل أو التشويه في سرد خبر فيه جانب ضئيل من الحقيقة أو إضافة معلومات كاذبة أو مشوهة لخبر معظمه صحيح، أو تفسير خبر صحيح والتعليق عليه بأسلوب مغاير للواقع أو الحقيقة، وذلك بهدف التأثير النفسى فى رأى العام تحقيقاً لأهداف سياسية أو اقتصادية أو عسكرية على نطاق دولة واحدة أو عدة دول" (٩٦)، وتأتى خطورتها من خلال سعيها لتدمير القوى المعنوية وبث الفرقة والشقاق والإرهاب والرعب (٩٧)، وتعتبر الشائعات من أخطر الأساليب المستخدمة فى التأثير على الأمن، بداية بكونها تندس بطريقة أشبه ما تكون بالسحر وسط الجماهير فمن الصعب معرفة مصدرها، وأن ضحاياها يسمعونها من أصدقائهم، بل إنهم أحياناً يكونوا هم أنفسهم مروجوها (٩٨).

ثالثاً: التضليل بالتحريف: إن التضليل قائم على بعد نفسي حيث يسعى لإثارة الرغبات أو المخاوف، لتجاوز التحليل العقلانى وقتل النقد، وذلك بنشر وإشاعة جو المؤامرة مما يجعلهم يتجهوا وبشكل غريزى نحو كل ما يشعرونه بالأمان، أى أن المضلل هو من يخلق المشكلة ويفتعل وضع ما، لانتزاع بعض ردود الفعل ويساعده العمليات النفسية الداخلية كآليات الدفاع اللاشعورية كالتبرير لإعطاء أسباب مقبولة لإخفاء الحقيقة (تبرير السلوك العدوانى تم تحفيزه) (٩٩).

رابعاً: التضليل باستطلاعات الرأى: نشأت استطلاعات الرأى السياسية من التطور فى علم التسويق، ثم تلاشت الحدود بين التسويق والسياسة. (١٠٠).

إن تضليل استطلاعات الرأى على نتائج التصويت قديمة قدم الإستطلاعات نفسها، خاصة إن صوت ناخب واحد فى ظل الصراعات السياسية والحزبية قد يبدل



حكومات ويتحكم بمصائر قيادات، إلا إنه بقدر ما يتم استخدامه قبيل الانتخابات بقدر ما تم تفعيله لإضفاء مصداقية وطابع علمي على نتائجها.

وقد يتم التضليل (إستطلاعات لم تحدث - استطلاعات حافلة بالأخطاء الإجرائية والتي تؤدي لخطأ فى النتائج - القراءة الخادعة لاستطلاعات الرأى الصحيحة بالتلاعب بطريقة عرضها وتفسيرها سواء بالكلمات أو الرسوم البيانية^(١٠١)) - نشر احصائيات مجهولة المصدر أو غير دقيقة، بدون بيان حجم العينة أو توقيت إجراء الاستطلاع أو الجهة القائمة عليه^(١٠٢).

خامساً: التضليل بالكاريكاتور السياسى والاجتماعى: وتأتى أهميته فى إنه يتم التعامل معه باعتباره تسلية، بينما هو رأى وموقف ورسالة مؤثرة تجمع بين الكلمة والصورة.

سادساً: التضليل بالتكرار: ويظهر بتكرار عرض نفس المضمون باستخدام قوالب برامجية متعددة، أو بتكرار نفس المعنى بأكثر من أسلوب لغوى، أو تناول أكثر من موضوع فى زاوية ما لنفس القضية^(١٠٣)، حيث يجعل المتلقى فى حيرة بين الحقيقة الخفية المفقودة وبين الوضعية المزيفة غير الدالة، وتكرارها تتحول ليقين ويصبح هذا الزيف حقيقة^(١٠٤).

وعندما يجتمع التكرار والكثافة يُحاصر المشاهد، بداية (بتكرار كلمات فى وصف أشخاص أو قضايا أو دول، وعرضها على مدى زمنى طويل، وبكثافة بوسائل إعلامية مختلفة قديمة أو جديدة، وأشكال فنية متعددة سواء برامج أو أخبار أو تقرير وبنفس الرؤية والمعالجة) والتي بدورها وبشكل تراكمى تركز اتجاهات معينة نحو قضية ما تأييداً أو رفضاً.

وقد عرض ناعوم تشومسكى إستراتيجيات التضليل من أجل سيطرة الدول على الشعوب، كالتالى:

سابعاً: الإلهاء: وتعنى تحويل انتباه الرأى العام عن الواقع المعاش عبر كثير من المعلومات المضللة، وترجع خطورتها لأنها تمنع العامة من الإهتمام الفعلى بالمعلومات الضرورية والصحيحة والدقيقة للحياة، فتشتتهم وتوجههم نحو قضايا ليست هامة، وتجعلهم منشغلين طوال الوقت دون أن يكون لديهم وقت للتفكير السليم.

ثامناً: خلق المشكلة وتقديم الحل: حيث يتم اختلاق مشكلة لإثارة رد فعل معين عند الجمهور، ويطالبوا بإجراءات وخطوات يريدونها المضلل.

تاسعاً: استثارة العاطفة: وهى بدورها تعمل على تعطيل التحليل المنطقى ومن ثم الحس النقدى، فاستعمال بعض المفردات أو الصور أو التقارير ذات طابع عاطفى، يسمح بمرور معانيها مباشرة للاوعى وتحويلها لأفكار ورغبات وأخيراً سلوك، وضمني هذا الإسلوب وصوله لكافة الأفراد.

أهداف التضليل الإعلامى:

تتسم آثار استخدام القوى الناعمة بالعمق بصورة أكبر مما خلفته القوى الصلبة أو ما نعرفه بالحروب العسكرية، لأنها تعمل على البعد المجتمعى والثقافى لتصل إلى تغيير الهوية وتغيير النظم القائمة فى المجتمعات المستقرة ،وهى تحاول تحقيق أهدافها بطريقة تدريجية وعلى مدى زمنى طويل، مستهدفة الأصول والثوابت و أفراد هم الأكثر رغبة فى التغيير وأكثر استعدادا لتلقى الأفكار الجديدة وتبنيها، فتركز جهودها على من فى سن الشباب^(١٠٥). وتقترح الباحثة أهدافها كالتالى:

١- التشكيك فى مصداقية الإعلام الوطنى: وتعرف المصداقية بأنها اقتناع كامل من المتلقين بأن ما يعرض يتميز بالأمانة وعدم التحيز ويعكس الحقيقة بشكل واقعى^(١٠٦)، وتكمن أهميتها فى أنها المتغير الفاعل فى عملية الإقناع وتعديل الاتجاهات نحو القضايا خلال فترة زمنية ما ، بحيث تضمن الوصول للمتلقى دون أى مقاومة أو حاجز نفسى^(١٠٧).



وتستهدف تلك الحملات التشكيك في وسائل الإعلام الوطنية، حتى تضمن ولاء المشاهد لها دون منازع، لتتلاعب بمعلوماته ووعيه، لتحقيق أهدافها على مدى زمني يطول أو يقصر.

٢- التأثير على الرأي العام: يعرف البعض التضليل إنه "النية المبيتة لتغليب الرأي العام وإبقائه على جهل تام، أو عدم تنويره بما فيه الكفاية حول المسائل الهامة"^(١٠٨) فهو كالهجوم المضلل الذي يشن في الحرب لصرف نظر العدو عن المعركة الحقيقية.^(١٠٩)

فالإغراق والتحيز والانتقائية وغيرها من أساليب التضليل تجعل الفرد في دوامة من الأحداث السلبية الزائفة أو غير الهامة، بما لا يسمح له بالتفكير والتحليل والتأمل بعيدا عما يتم عرضه ، فتقتل لديه أي فكر نقدي وتقدم له وعى مبرمج ومعد.

ولا يهتم التضليل بالفرد فقط بل بكونه وحدة في مجتمع شامل، ويسعى التضليل لإدخال شخص ما أو مجموعة في متاهة والتلاعب والتحكم بسلوكهم وتكوين الرأي العام المناسب لهدف أو مسألة ما، وقد يتم ذلك من خلال تقوية القيم الموجودة في وعى الناس والتي يحتاجها المضلل أو تغيير جزئي في وجهات النظر حول هذا الحدث^(١١٠) لجعل الرأي العام يستوعب بعض المعتقدات التي كان يرفضها من قبل أو يقدم الكذب كحقيقة^(١١١)

٣- إثارة الفتن والصراع بين الجمهور: إن عملية التضليل تتم بصورة واعية وتعتمد على مشروع منظم، يهدف إلى تشويه الأذهان والتأثير على العقل بإدخال الشكوك وصنع الإضطرابات، والعواطف بهدم المعنويات^(١١٢) فتزييف معلومات يعتمدها المستخدم كمصدر موثوق أو تحريفها ونشرها على مواقع شخصية أو مؤسسية، يمكن أن تؤدي إلى خداع الرأي العام وإثارة الفتن والصراعات بين الجماعات أو الفئات المختلفة للشعب الواحد^(١١٣)

٤- التشكيك فى الشرعية السياسية: والشرعية هى تأييد أفراد المجتمع لأحقية الحكومة فى الحكم نتيجة إيمانهم بأفضليتها وملاءمتها للمجتمع^(١١٤)، ويُعد المصدر الأدائى أهم مصدر للشرعية، فالاتجاه نحو الأداء هو المؤشر الحقيقى على شرعيته^(١١٥)، وقد ثبت ذلك مؤخراً فكثيراً ما أطاحت ثورات بقيادات لضعف أدائهم بالرغم من وصولهم للسلطة بشكل قانونى.

٥- اضعاف الثقة السياسية: إن تقييم الأفراد للحكومة يرتبط بمدى توافق أو تعارض الأداء الحكومى مع توقعاتهم^(١١٦)، أى أن تأتى بالنتائج التى تتوافق مع توقعاتهم^(١١٧)، ويتوقف بنائها على التفاعل مع الأفراد وموقفها من قضاياهم وشئونهم الحياتية وحل مشكلاتهم وتحقيق مطالبهم^(١١٨)، إلا أن وسائل الإعلام تساهم فى تحديد صورتها أيضاً، من خلال ما تنقله من المعلومات عن البناء السياسى والمؤسسات ورجال السياسة^(١١٩)

٦- الشك السياسى: هو تقييم سلبى للسياسة من قبل المواطنين الذين يرون تناقضاً بين المأمول (ما يتمنوه) والواقع (ما يتحقق)^(١٢٠)، فالفاقدون للثقة يرون رجال السياسة يتلاعبون بهم ولا يخدمون إلا أنفسهم ويستخدمون سلطاتهم لخدمة مصالحهم^(١٢١).

٧- السخط السياسى: هو موقف ناقد يتسم بعدم الثقة تجاه السلطات والمؤسسات السياسية نتيجة الوعود الكاذبة والسياسات الفاشلة والأداء المتدنى، وهو ما يؤدى إلى زيادة الخلاف السياسى واتساع الفجوة بين الحكومة وأفراد الشعب^(١٢٢).

٨- الاغتراب السياسى: الفرد الذى يعيش غير متمتع بحقوقه وحرياته لا يمكن أن يشعر بحضور فعال فى الوسط الذى يعيش فيه، فيشعر بالاغتراب داخل وطنه ومن ثم عدم اهتمام أو مبالاة بقضايا المجتمع سواء على الصعيد الداخلى أو الخارجى^(١٢٣).



٩- ضعف المشاركة السياسية الإيجابية ودعم العمل المضاد: يسعى التضليل إلى دعم السلبية الفردية وتحويلها لفردية جماعية، ومن ثم يسهل قيادتهم ، وربما يمكن الاستغناء عن التضليل إذا وصل الرأي العام إلى السلبية التامة. (١٢٤).

ويكتمل ذلك مع تكوين اتجاهات سلبية نحو السلطة والتشكيك فيها، فتكوين اتجاهات إيجابية نحوها هو المحرك والمطلب الأول للمشاركة (١٢٥)، فأقبال الأفراد أو عزوفهم عن العمل السياسي يرتبط بمدى قبولهم للسلطة، بل إنه في حالة عدم قبولهم لها قد يقبلون على العمل السياسي المضاد (١٢٦).

١٠- التأثير على الاستقرار السياسي: حيث ينتج في النهاية عن عدم تحقيق الرضا أو حتى انخفاضه ضغوطاً على النظام وبالتالي يؤثر على تحقيق الاستقرار السياسي (١٢٧).

أما الأهداف التي يتم تحقيقها للدول المضللة يمكن إيجازها في:

١- التمويه: ويعنى أن تخفى هدفا وراء هدف يمكنك الإعتراف به، كالتدخل في الشؤون الداخلية لدول أخرى أو إسكات المعارضة ، لضمان انضمام الرأي العام لها وتخويفهم أن مصالحهم مهددة (١٢٨) وإبقاء القضايا الكبرى التي تتطلب حلولاً عاجلة وملحة معلقة أو محفوظة في زوايا الإهمال والنسيان (١٢٩).

٢- دعم الحكومات: يلعب التضليل الإعلامي دوراً كبيراً في غسل الأدمغة وتزييف الحقائق وإطلاق الأحكام، والترويج للحكام وتضخيم المنجزات، وضرب كل من ينتقدها أو يتحفظ عليها، وضمان التأييد الشعبي للنظام القائم، فهو إحدى الأدوات الرئيسية للسيطرة والهيمنة الاجتماعي (١٣٠)، من خلال تقرير وتعزيز الوضع الراهن، وذلك بعرض صورة إن الأنظمة تبذل قصارى جهدها في إدارة البلاد وارضاء الشعوب. (١٣١).

٣- الهاء الإعلام الأخر: جعل الأخر دائما في حالة دفاع عن نفسه واستنزاف طاقاته المختلفة، يجعله لن يجد الوقت لعرض واقع القضايا والأحداث السياسية للدول الباثة لتلك القنوات.

٤- تبرير وإضفاء الشرعية للأصدقاء: بقدر ما يُستخدم الإعلام ضد الأعداء سيتم استخدامه بنفس القوة لخدمة الأصدقاء، وهم غالبا أعداء الدول الموجه ضدها الإعلام التضليلي وبذلك يحقق هدف مزدوج.

ويمكن القول إن ممارسة التضليل يتنافى ما يدعيه ناشريه، فلو أن الدول التي يوجه لها تعيش واقع سيء كما يتم عرضه ومواطنيها ضعفاء، ما كان للتضليل أهمية ولا منهم رجاء.

شروط نجاح التضليل الإعلامي (١٣٢):

١- أن تكون عملية التضليل بغير علم الطرف المضلل: فلا بد من إخفاء كل شواهد وجوده.

٢- أن يكون هناك موثوقية أو مقبولية للجهة القائمة بعملية التضليل: سواء كانت شخصا أو أداة تضليل إعلامية، وهذا شرط ضروري لتلقف الطعم التضليلي دون الشعور به.

٣- قابلية النفس والجماعة عامة والطرف المضلل خاصة للوقوع للتضليل.

ويرتبط ذلك باختيار بعض المداخل الملائمة مما يلي:

١- مدخل الدينامية النفسية: تخاطب المتلقى نفسياً وعاطفياً الصورة.

٢- مدخل الثقافة الاجتماعية: تخاطب المتلقى وفقاً لعاداته وتقاليد وثقافته.

٣- مدخل إنشاء المعنى: وهي غاية ما سبق، حيث تهدف لغرس معان جديدة في مجتمع قد لا تتجانس مع ما هو سائد فيه.



ويتخذ التضليل ثلاث مراحل داخلية، بداية بالتخدير العقلي والاستقطاب للتأثير على المعرفة والوعي، وتأتي المرحلة الثانية في الاستغلال الوجداني من خلال عرض تقارير ترصد المعاناة والظلم لخلق اتجاهات سلبية نحو الواقع الفعلي الذي يعيشه الفرد ومن ثم إثارة الأحباط وعدم الإنتماء أو حتى الإغتراب، وصولاً للمشاركة السلوكية المضللة حيث يجد الفرد نفسه مشاركاً طواعية في سلوك ما يتوافق مع أهداف من يضلل دون أن يشعر.

جهود الدولة المصرية في محاربة التضليل الإعلامي:

استخدم الرئيس السيسي كثيراً كلمة "حروب الجيل الرابع" للتعبير عما تتعرض له مصر من مخططات خارجية بوسائل مختلفة وتكنولوجيا متطورة، وقد القى الضوء على ضرورة الانتباه لكيفية التفاعل عبر المواقع الاجتماعية الإلكترونية، وأعلن في احتفالات مصر بثورة ٢٣ يوليو ٢٠١٨، إن الحكومة قد واجهت شائعات وصلت لعشرون ألف ساعة في ثلاثة شهور فقط، وأعلنها مرة ثانية في نفس الشهر في مؤتمر الشباب السادس بجامعة القاهرة بكلمته بجلسة "إسأل الرئيس"

أولاً- الجهود الإعلامية :

١- المستوى الرسمي:

أ- المؤسسات الإعلامية التنفيذية: بجانب الهيئات القائمة تم انشاء مجموعة هيئات مؤخرًا لتكتمل مع سابقتها، لخدمة العمل الإعلامي والقائمين عليه وتقديمه بأعلى جودة وكفاءة، بما يساهم في خلق وعي داخلي ونقل صورة خارجية صحيحة.

- الهيئة العامة للإستعلامات: (١٣٣) تم إنشائها عام ١٩٥٤ كجهاز الإعلام الرسمي والعلاقات العامة للدولة، لتوضيح مواقفها إزاء مختلف القضايا وتنمية وعي المواطن ومشاركته الفعالة في بناء مجتمعه، وتعميق أواصر الصداقة وتوطيد العلاقات بين مصر والعالم الخارجي.

- المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام^(١٣٤)، هيئة مستقلة تم تأسيسها ٢٠١٨ عام تتمتع بالشخصية الاعتبارية والاستقلال الفني والمالي والإداري، وتتشكل بقرار من رئيس الجمهورية، وقد انتقلت إليه مسئوليات الإعلام ، كما جاء في الجريدة الرسمية (الباب الخامس: المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام، الفصل الأول: المجلس الأعلى وأهدافه، مادة ٦٨) ، ويتضمن هئئتين (الهيئة الوطنية للصحافة- الهيئة الوطنية للإعلام)

- المركز الإعلامي لمجلس الوزراء^(١٣٥): تم إنشاءه بموجب قرار رئيس مجلس الوزراء رقم ١٥٠٦ في أغسطس ٢٠١٨، ويتولى القيام بعدد من المهام والأنشطة باعتباره حلقة وصل بين الحكومة بكافة أجهزتها ووسائل الإعلام، ولعل أبرز تلك المهام رصد أى أخبار أو معلومات مغلوطة بكافة وسائل الإعلام والمواقع الاجتماعية الالكترونية، ويتم تجميع كافة المعلومات المتعلقة بالشائعة والتدقيق فيها من خلال الرجوع للجهات المعنية بكل شائعة، وأخيراً مرحلة النشر الإعلامي للتقرير بوسائل الإعلام المختلفة وعلى الصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء.

٢- المستوى الإعلامي الممارس:

١- برنامج "مواجهة" عبر إذاعة البرنامج العام والذي بدأ فى بداية عام ٢٠١٥، للتصدى لحروب الجيل الرابع بشرحها للمواطنين والرد على الشائعات بمعدل حلقة إسبوعية ثم زاد لحلقتين، ويتم عرضهما على صفحة مقدم البرنامج أ/ أحمد رفعت على فيس بوك.

٢- تدشين حملة لتصحيح الشائعات عبر وسائل متنوعة (التلفزيون فى الأخبار والبرامج الحوارية وحملات تنويه - الفيس بوك من خلال صفحة المركز



الإعلامى لمجلس الوزراء)، بالإستعانة بمعلومات مجلس الوزراء كمصدر رسمى ودقيق للأخبار ، لدعم مفهوم رجوع الفرد للمصادر الرسمية على المدى الطويل.

ب: المؤسسات غير الرسمية:

١- صفحة ده بجد Da Begad :^(١٣٦) صفحة مصرية تم تأسيسها على موقع فيس بوك فى إبريل ٢٠١٣ ،تهتم بمتابعة الشائعات ونفيها وذلك من خلال صورة مقسمة، يعرض على جانب الإشاعة والجانب الآخر الخبر الحقيقي، ولها متابعين يصلوا لمليون و ١٠١ ألف و ٨٩٦.

٢- صفحة متصدقش:^(١٣٧) تم تأسيسها على موقع فيس بوك فى مارس ٢٠١٨، يعمل بها مجموعة من الصحفيين والباحثين ومصممي الجرافيك، هدفها محاربة انتشار الشائعات وخاصة على وسائل التواصل الإجتماعى، ويصل عدد متابعيها ل ٥٢١ ألف و ٣٨٥

٢- صفحة فالصو^(١٣٨): موقع له صبغة أكاديمية ومهنية، تم تأسيسها فى جامعة النهضة بننى سويف برئاسة د/خالد أبو بكر وعميد كلية الإعلام أ.د / عادل عبد الغفار، ويعمل بها فريق من الصحفيين والأكاديميين الذين يقومون بعمل تحليلات وتقارير إسبوعية وشهرية، وتهتم أيضاً بتصحيح الشائعات الإلكترونية وعرض الأخبار الصحيحة، ويحتوى موقع فالصو على أقسام (أخبار فالصو) و (شائعات اليوم) و (جارى التحقيق) و (كذب فى كذب) و(تحت المجهر) و(فالصو جراف)، إضافة إلى خانة مخصصة للإبلاغ عن الأخبار الكاذبة، حيث يقوم القراء بوضع لينك الخبر ليظهر على الجانب الأيسر من الصفحة للموقع "عداد الأخبار فالصو" مما يساعد على تنمية المشاركة والحس النقدى، ولها صفحة على موقع فيس بوك وتويتر وقناة يوتيوب.

ثانياً: المستوى التشريعي:

١- تنفيذاً لقرار النائب العام فى ١٣ مارس ٢٠١٨، خصصت النيابة العامة ارقام هواتف محمولة لتلقى بلاغات على موقع "واتس أب" ٠١٠٦٤٩٧٦٥٥٧ ضد كل من ييٲ أخبار كاذبة وشائعات متعمدة للمساس بأمن البلاد عبر وسائل الإعلام المختلفة، ورقم الأرضى (٠٢٢٧٩٢٧٤٠٧) على مدار ٢٤ ساعة، ورقم بوابة الشكاوى الحكومية (١٦٥٢٨)، بجانب البريد الألكترونى rumors@idsc.net.eg على مدار ٢٤ ساعة طوال أيام الإسبوع والذى تم تفعيله منذ شهر أغسطس ٢٠١٦.

٢- تفعيل قرار المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام فى ١٩ مايو ٢٠١٨^(١٣٩)، "منع نشر أى أخبار مجهولة المصدر، وضرورة التحقق من جدية الأخبار قبل نشرها والالتزام بكافة القوانين واللوائح المعمول بها للنشر".

٣- أقر مجلس النواب المصرى القانون الموحد لتنظيم الصحافة والإعلام فى ١٦ يوليو ٢٠١٨^(١٤٠)، والذى نص فى (الفصل الثالث : واجبات الصحفيين والإعلاميين، المادة ١٩) "يحظر على الصحيفة أو الوسيلة الإعلامية أو الموقع الإكترونى نشر أو بث أخبار كاذبة أو ما يدعو أو يحرض على مخالفة القانون أو العنف أو الكراهية، أو ينطوى على تمييز بين المواطنين أو يدعو إلى العنصرية أو يتضمن طعنا فى أعراض الأفراد أو سبا أو قذفا لهم أو امتهان للأديان السماوية أو للعقائد الدينية" ويلتزم بأحكام هذه المادة كل موقع أو حساب الككترونى شخصى أو مدونة إلكترونية شخصية يبلغ عدد متابعيها ٥٠٠٠ متابع أو أكثر، مع عدم الإخلال بالمسئولية القانونية المترتبة على مخالفة أحكام هذه المادة، يجب على المجلس



الأعلى للإعلام اتخاذ الإجراء المناسب حيال المخالفة سواء وقف أو حجب الموقع أو المدونة أو الحساب المشار إليه بقرار منه"

٤- نص قانون رقم ١٧٥ أغسطس ٢٠١٨^(١٤١) لمكافحة جرائم تقنية المعلومات (الفصل السادس : الظروف المشددة للجريمة، المادة ٣٤) و ينص على "إذا وقعت أى جريمة من الجرائم المنصوص فى هذا القانون بغرض إخلال بالنظام العام أو تعريض سلامة المجتمع وأمنه للخطر، أو الإضرار بالأمن القومى للبلاد ومراكزها الاقتصادية أو منع أو عرقلة ممارسة السلطات العامة لأعمالها، أو تعطيل احكام الدستور أو القوانين أو اللوائح أو الاضرار بالوحدة الوطنية والسلام الاجتماعى تكون العقوبة السجن المشدد"

٥-تقدم مجلس النواب بتاريخ ١٦ سبتمبر ٢٠١٩ اقتراح قانون^(١٤٢) (مشروع مكافحة الشائعات) "يعاقب كل شخص يثبت إنه وراء صنع أو ترويج أو تجنيد أو نشر أى شائعة كاذبة، بالسجن مدة لا تقل عن ٦ أشهر ولا تزيد عن ٣ سنوات وبغرامة لا تقل عن ١٠ الاف جنيهه ولا تتجاوز ١٠٠ ألف أو بإحدى العقوبتين، وتضاعف العقوبة إذا ترتب عليها وفاة أو إصابة شخص أو أكثر بسبب هذه الشائعة.

٦- قوانين العقوبات، تنص (المادة ٧٧ فى باب الجرائم المضرة بأمن الدولة من الداخل)، والتي اعتبرت الشائعات ضرر بالأمن القومى، " يعاقب بالإعدام كل من ارتكب عمداً فعلاً يؤدي إلى المساس باستقلال البلاد أو وحدتها أو سلامة أراضيها" ، وتنص (المادة ٧٧ د ") يعاقب بالسجن إذا ارتكبت الجريمة فى زمن السلم".

- نصت (المادة رقم ٨٠ د) ، " يعاقب بالحبس مدة لا تقل عن ستة أشهر ولا تزيد على خمس سنوات وبغرامة لا تقل عن ١٠٠ ألف جنيهه ولا تجاوز ٥٠٠ جنيهه أو بإحدى هاتين العقوبتين، كل مصرى أذاع عمداً فى الخارج أخباراً أو

بيانات أو إشاعات كاذبة حول الأوضاع الداخلية للبلاد، وكان من شأن ذلك إضعاف الثقة المالية بالدولة أو هيبته واعتبارها أو باشر بأية طريقة كانت نشاطاً من شأنه الإضرار بالمصالح القومية للبلاد، وتكون العقوبة السجن إذا وقعت الجريمة في زمن الحرب"

- نصت (المادة ١٠٢ مكرر)، " يعاقب بالحبس وبغرامة لا تقل عن خمسين جنيهاً ولا تجاوز مائتي جنيه كل من أذاع عمداً أخباراً أو بيانات أو إشاعات كاذبة إذا كان من شأن ذلك تكدير الأمن العام أو إلقاء الرعب بين الناس أو إلحاق الضرر بالمصلحة العامة"، وتكون العقوبة السجن وغرامة لا تقل عن مائة جنيه ولا تجاوز خمسمائة جنيه إذا وقعت الجريمة في زمن الحرب".

- نصت (المادة ١٨٨)، " يعاقب بالحبس مدة لا تجاوز سنة وبغرامة لا تقل عن خمسة الاف جنيه ولا تزيد على عشرين ألف جنيه ، أو بإحدى هاتين العقوبتين كل من نشر بسوء قصد بإحدى الطرق المتقدم ذكرها أخباراً أو بيانات أو إشاعة كاذبة أو أوراقاً مصطنعة أو مزورة أو منسوبة كذباً إلى الغير، إذا كان من شأن ذلك تكدير السلم العام أو إثارة الفزع بين الناس أو إلحاق الضرر بالمصلحة العامة".

٥- قانون حماية البيانات الشخصية رقم ١٥١ لسنة ٢٠٢٠ (١٤٣)، لحماية البيانات الشخصية ولخلق بيئة آمنة لتداول المعلومات في الفضاء الإلكتروني، وينص (الفصل الثاني: حقوق الشخص المعنى بالبيانات وشروط جمع ومعالجة البيانات، مادة ٢) على "لا يجوز جمع البيانات أو معالجتها أو الإفصاح عنها أو إفشائها بأى وسيلة من الوسائل إلا بموافقة صريحة من الشخص المعنى بالبيانات، أو في أحوال المصرح بها قانوناً".



قنوات الدراسة:

قناة الجزيرة:

أكثر القنوات حرصاً على عرض القضايا والأحداث المصرية بشكل دائم، وقد خصصت سابقاً قناة عن مصر (الجزيرة مباشر مصر) وتم إغلاقها في نهاية عام ٢٠١٤، بعد مبادرة المملكة العربية السعودية بالوساطة لتصفية الأجواء، إلا إنه بوفاة الملك عبد الله عاد الهجوم السياسي على مصر بتخصيص حلقات كاملة ودائمة بالبرامج المختلفة على قناة الجزيرة العامة، بما يتفق مع توجهها السياسي المعلن نحوها.

وتعد أداة في يد قطر للضغط على أعدائها^(١٤٤)، وتستخدم كوسيلة للسياسة الخارجية، وهي الأسوأ في المنطقة العربية في تتبع وتمويل الإرهابيين وتسعى يوماً بعد يوم لإشعال الفتن وزيادة الغضب الإسلامي في العالم العربي^(١٤٥)، بل ولها دوراً مؤثراً في صناعتها وإدارة الصراعات في المنطقة العربية^(١٤٦)، وكان لها دور قوى في المشكلات والأزمات المصرية وساعدها في حشد وتنظيم التظاهرات شبكات الإعلام الاجتماعي، ومؤخراً بعد ثورة ٣٠ يونيو أصبح هناك تعاون واضح بينها وبين القنوات الموجهة الأخرى (الشرق ومكملين وغيرها) لخدمة نفس التوجهات، وفتح الشاشات لكل من يعادي مصر لتأجيج الشعب المصري للقيام بثورة.

قناة الشرق:

تم تأسيسها في ٢٥ إبريل عام ٢٠١٤ ومقرها تركيا، ومالكها د/أيمن نور بتمويل قطري تركي وتفتح أبوابها للمذيعيين المصريين، ومن أشهر برامجها (مع معتز) ويقدمه معتز مطر ويتناول فيه مستجدات الساحة المصرية وله صفحة على مواقع التواصل الاجتماعي.

تم تأسيسها عام ٢٠١٣ ومقرها تركيا وتمتلكها جماعة الإخوان (بتمويل التنظيم الدولي للجماعة)، وهي تقدم نفسها وفقا للموقع الرسمي لها "شبكة إعلامية مصرية مستقلة تنطلق من قيم وأهداف ثورة ٢٥ يناير، وتتنوع برامجها بين الأخبار والبرامج السياسية والاجتماعية والثقافية وتعمل على نقل الحقيقة كما هي وتسعى لنشر الوعي العام بالقضايا التي تهم الجمهور" وتفتح أبوابها للمذيعين المصريين ومن أشهر برامجها (مع زوبع) ويقدمه حمزة زوبع و (مصر النهارده) ويقدمه محمد ناصر، هي برامج يومية مباشرة تعرض وتنتقد بشكل ساخر أهم مستجدات الساحة المصرية.

الإجراءات المنهجية:

نوع الدراسة: تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تستهدف وصف الظواهر والأحداث وجمع الحقائق الدقيقة عنها لتحديدها تحديدا دقيقا واكتشاف العلاقات بين المتغيرات المختلفة، ولا يقف هذا النوع من البحوث عند حد جمع البيانات وإنما يمتد إلى تصنيفها واستخلاص نتائج تؤدي إلى امكانية إصدار تعميمات بشأن الظاهرة التي يقوم الباحث بدراسةها.

(أ) منهج الدراسة: تعتمد على منهج المسح Survey باعتباره نموذجا معياريا لجمع البيانات والمعلومات عن الظاهرة محل الدراسة، وتسعى للتعرف على اتجاهات النخب نحو التضليل الإعلامي بالقنوات الموجهة ضد مصر وأليات مواجهاتها.

(ب) مجتمع الدراسة: النخب الإعلامية سواء الممارسة (في جميع البرامج الحوارية بالقنوات المصرية) والنخب الأكاديمية (كليات وأقسام الإعلام - كليات السياسة والاقتصاد) ومسئولى الإعلام فى (الأجهزة والمؤسسات الحكومية).

(ج) عينة الدراسة: اعتمدت الباحثة على أسلوب العينة العمدية، ويعتمد هذا الأسلوب على سحب الوحدات الممثلة لخصائص مجتمع الدراسة، وقد تم اختيار عينة من



٢٠ الصفوة من مشاهدى كلاً من تلك القنوات الموجهة ضد مصر (الجزيرة- الشرق- مكملين)، والبرامج الحوارية المصرية التي واجهت التضليل الإعلامى وعرضت وصححت كثير من القضايا، من أكتوبر ٢٠١٩ حتى نهاية شهر يناير ٢٠٢٠، وهى الفترة التي برز فيها اتجاه واضح فى تلك القنوات نحو تغييرات سياسية مرتقبة وثورة ضد النظام السياسى الحالى وغيرها من القضايا الهامة، وتم إختيارهم بعد الخطوات التالية:

١- متابعة البرامج الحوارية المصرية التي ناقشت التضليل الإعلامى بالقنوات الموجهة ضد مصر، وأهمها (ten- cbc- dmc - الحياة - صدى البلد- - cbc extra)

٢- اختيار عينة عمدية من ٩ من رؤساء تحرير البرامج السابقة (ten- cbc- dmc - الحياة - صدى البلد - القاهرة والناس - cbc extra) بالإضافة لرئيس تحرير برنامج كل يوم قناة (mbc masr) وهو برنامج بكوادر وقضايا مصرية من تقديم عمرو أديب وعالج القضية كثيرا لكنه يبث على قناة عربية، ومعد ومذيع برنامج مواجهة على شبكة البرنامج العام لمواجهة حروب الجيل الرابع.

٣- اختيار عينة عمدية من ٨ من أساتذة الإعلام (٣ عمداء و ٤ رؤساء أقسام حاليين وسابقين) من مشاهدى تلك القنوات، وأستاذ بكلية الإعلام جامعة القاهرة هو الأكثر ظهوراً فى الإعلام لمناقشة تلك القضية، و ٢ من أعضاء هيئة التدريس (أستاذ ومدرس) من مشاهدى تلك القنوات بكلية سياسة واقتصاد قسم سياسة، والمدير التنفيذى للمرصد الإعلامى بالمركز الإعلامى بمجلس الوزراء.

أداة جمع البيانات:

اعتمدت الدراسة على المقابلة المتعمقة كأداة بحثية للحصول على المعلومات، وبعد تصميم الاستمارة تم تحكيمها من خلال عرضها على مجموعة من أساتذة (*) كليات الإعلام وتعديلها وفقاً لمقترحاتهم، للتحقق من قدرتها على توفير المعلومات المطلوبة واختبار ملاءمتها لأهداف البحث والتي صممت لتشمل المحاور التالية:-

- أولاً: محور تقييم القنوات الموجهة ضد مصر (الجزيرة - الشرق - مكملين)
- ثانياً: محور رصد أهداف حملات التضليل في تلك القنوات.
- ثالثاً: محور رصد أهم أساليب التضليل التي تستخدمها تلك القنوات.
- رابعاً: محور تقييم اداء البرامج المصرية في مواجهة التضليل الإعلامى .
- خامساً: محور مقترحات مواجهة الإعلام المصرى لحملات التضليل.

إجراءات تحليل المقابلة المتعمقة:

تم إجراء المقابلة المتعمقة مع عينة الصفوة، ثم تحليل إجاباتهم وتصنيفها وفق المحاور الرئيسية السابقة، وفي النهاية اقترحت الباحثة دليل شامل وقابل للتطبيق لمواجهة التضليل، وقد تم صياغته فى إطار مفهوم الإدارة وعناصره وخاصة الإعلامى، والذي سيتم عرضه تفصيلاً بعد الإنتهاء من تحليل المقابلات، وتوضيحه عبر جداول مفصلة وشكل توضيحي.

استعراض نتائج المقابلة المتعمقة:

سيتم عرض آراء النخبة وفق محاور الدراسة كما يلي:

أولاً: محور تقييم القنوات الموجهة ضد مصر (الجزيرة - الشرق - مكملين) :

فى إطار أهمية تقييم خصمك كى تواجهه، جاءت آراء النخب كالتالى:



١- فيما يخص تأثير تلك القنوات، اتفق الفريق الأول على أن تأثيرها داخلي ووفقا لنوع المتلقى، الأول هم البسطاء (الأقل تعليما ومعرفتا) فهم ليس لديهم الوعي الكافي لتحصينهم من جانب أو الرغبة للبحث عن بدائل تكشف مغالطاتهم من جانب، ولاعتماد تلك القنوات على أساليب عاطفية والتزييف والمغالطات الرقمية والتكثيف البرامجي لتدعيم نفس المعنى وترسيخه، ومن ثم يمكن القول إنهم فريسة سهلة وهدف أول.

النوع الثاني من المتلقين هو ذلك الذي يبحث عنها كما تبحث عنه، ممن ينفقوا معهم فكريا من الأخوان والجماعات الإرهابية، ومن ثم يكونوا في حالة تهيئة نفسية مسبقة لتقبل كل ما يقال بأقل مجهود، وقد يكون هذا المشاهد المؤيد الأقل عددا، لكن لكل منهم دوره في مخططهم.

- واتفق الفريق الثاني على تأثير الفترة الزمنية، فبعد ثورة (٣٠ يونيو) كثرت التحديات، سواء الداخلية كإصلاح على أكثر من مستوى سواء أمنى أو اقتصادى أو حتى الخارجية كالعلاقات الدولية، فوجدت تلك القنوات الفرصة والتي ما زالت سرعان بزوال السبب.

أما عن تأثيرها الخارجى فأجاب النخبة على إثارتها للشائعات، والتي من الصعب تحديد مدى تأثيرها المكانى والزمانى، وخاصة تلك التى تشمل العلاقات الخارجية أو حتى الداخلية سواء (سياسية أو اقتصادية) ذات بعد خارجى، كإدعاء قيام ثورة جديدة بمصر لتغيير الحكم بقيادة المقاول والفنان محمد على.

- أما الفريق الثالث (*) فرفض فكرة تأثيرها سواء الداخلى أو الخارجى، فتواجهها واستمرارها لا يعنى تأثيرها، فقد إنكشف حقيقة تضليلها ومتابعيها على علم مسبق بهدفها وتوجهها ضد مصر.

٢- فيما يخص أهمية تلك القنوات في عملية التضليل: انتفتت الصفوة على أن قناة الجزيرة الأكثر أهمية ويتفق ذلك مع رأى (أسامة هيكل ٢٠١٥) (١٤٧) عن قناة الجزيرة وتأثيراتها، وكانت أهم حججهم هي:

- تاريخها: فهي الأقدم والأطول عمرا والأكثر انتشارا ومن ثم متابعة، فخلقت مشاهد حريص على متابعتها بحكم العادة.

- الإمكانيات: والتي تسخرها في بث مضامينها، بأكثر من وسيلة سواء قديمة أو حديثة (الجزيرة نت) من جانب، أو اعتمادها على الجانب الوثائقي (الجزيرة الوثائقية)، بل واستخدامها لأكثر من لغة، إلى جانب الفريق الضخم من المراسلين على مستوى العالم، و قدرتها على التواصل مع ضيوف عبر كافة الوسائل ومنها سكايب.

- يمكن اعتبارها قناة محلية: ولكنها خلقت لها كيان إقليمى فى فترة سابقة تصدرت فيها القنوات الإخبارية الأجنبية إلى أن نافستها العربية.

- حداثة عهد القنوات الأخرى من نفس التوجه كالشرق ومكملين، رغم اعتمادهم على بعض الوجوه المصرية.

٣- فيما يخص تأثير توجه تلك القنوات المعادى لمصر على مصداقيتها، اتفق الفريق الأول على عدم مصداقيتها للأسباب التالية:

- تلك القنوات تمارس الإعلام: فهي منصات إعلامية ممولة وموجهة لخدمة أهداف سياسية محددة.

- عدم مهنتها، فهي تكييل بمكيالين العدو والحليف، وينعكس ذلك على أختيارات القضايا أو حتى إغفالها وكيفية معالجتها.



- توجهها السلبي غير المبرر وتدخلها في الشؤون الداخلية لمصر، وإعلانها العداء طوال الوقت حتى في فترات شهدت تغييرات إيجابية ومؤثرة داخليا وخارجيا.
- تضليلها الدائم وتحيزها السلبي قد قلب السحر على الساحر فأفقدتها مصداقيتها.
- أكد الفريق الثاني (*)، إن ما تبقى لها من مصداقية وقبول مرتبط بنوعية المشاهد ذو التوجه السياسي كالأخوان والمتعاطفين معهم كما تم ذكرهم سابقا. ويمكن القول بالنظر لعناصر القوة الزمنية والمادية والبشرية لقناة الجزيرة، والتي أوضحتها النخبة كما سبق، إلا أنه فقدت كل ذلك بعدم مهنتها وتساوت مع غيرها من حديثي العهد في التضليل، يجمعهم بوصلة العداء لمصر.

ثانياً: محور رصد أهداف حملات التضليل في تلك القنوات.

جاءت آراء النخبة نحو أهداف تلك الحملات كالتالي:

- ١- أجاز الفريق الأول بأن أهم أهدافها، هو "تزييف وعي المواطن للسيطرة عليه"، ويتفق ذلك مع مفهوم التضليل وخداع المتلقي ليختلط عليه الحق بالباطل ومن ثم السيطرة عليه وتوجيهه من جانب، ومع أهداف تلك القنوات السياسية في تغيير السلطة بمصر تحت مظلة تصحيح الأوضاع وحماية حقوق المواطن، ويتفق ذلك مع كل من (حسنين شفيق ٢٠١١)^(١٤٨) و(شفيق حاتم ٢٠١٥)^(١٤٩) و(أيمن منصور ندا ٢٠١٧)^(١٥٠) عن أهداف التضليل الإعلامي.

وجاء هدف "التأثير على ثقة المواطن في قيادات ومؤسسات الدولة" من أهم أهداف تلك القنوات والتي تتوجه بشكل قوي ومباشر وعلني نحو القيادة السياسية المصرية، فدائماً تشكل في شرعيتها وتتمسك بالرئيس الأسبق محمد مرسى، لذا فإن ما يستتبعه من أي قرارات أو قضايا يتم توجيهها سلباً نحو القيادة العليا المصرية

والمؤسسات التابعة والمؤيده له على حد قولهم، فزعزعة الثقة سيمكنها من تحقيق هدفها للتغيير السياسى الذى تمهد له، ويتفق ذلك مع دراسة (عربى مصرى ٢٠٠٠) عن الشك السياسى^(١٥١) ودراسة (شيماء ذو الفقار ٢٠٠٧) عن السخط السياسى^(١٥٢).

وجاء هدف " تشجيع المواطن على عمل تظاهرات غير سلمية ضد القيادة السياسية" كمحصلة نهائية لما سبقه والضربة الأخيرة لهدم الدولة المصرية كما حدث مع دول أخرى، ويتفق ذلك مع (عبد الله عبد الرحمن ٢٠٠٥)^(١٥٣) عن تأثير الاتجاهات السياسية للمواطن تجاه القيادة على ضعف المشاركة السياسية .

٢- اتفق الفريق الثانى على إن هدف تلك القنوات ليس المواطن بالدرجة الأولى بل مؤسسات الدولة فبانهيارها تسقط مصر أسرع ويسهل إحلال نظام وقيادات جديدة ، وتمثل ذلك فى "التقليل من شأن أى إنجاز تقوم به مصر" ويتفق ذلك مع فكرة التحيز والانتقائية التى تقوم بها تلك القنوات، حيث يتم إغفال كل ما هو إيجابى، أو فى حالة وجود أطراف متعددة يتم إساءة تفسير أهميته ونتائجه سواء الحالى أو المستقبلى، وهدف" انهاك مؤسسات الدولة بجعلها فى حالة دفاع دائم عن سياستها" و" استنزاف موارد الدولة فى حروب ومواجهات غير عسكرية" و"تعطيل مسار التنمية المصرى" ويمكن القول أن تلك الأسباب جميعها مترابطة وفق خطة قد يسبق أهداها الأخر، فإنهاك الدولة بحروب متنوعة وخاصة الإعلامية لا تتوقف، يشنت جهودها ويجعلها فى حالة عدم إستقرار بخلق رأى عام وجبهة داخلية دائما فى حالة قلق وإحباط من جانب، ويستنزف مواردها البشرية والمادية ويعيد ترتيب أولويتها نحو صد جبهات خارجية ذات تأثير داخلى من جانب أخر، وهو ما يترك يؤثر على مسار التنمية ويهز الثقة السياسية، فالتضليل يشبه حلقة لا ولن تنتهى تدور فيها إلى أن تحقق هدفها.



٣- اتفق الفريق الثالث من بعض الإعلاميين و الأكاديميين* على أهمية هدف رفع مستوى مصداقية تلك القنوات "كسب ثقة المواطن في تلك القنوات" أو حتى "التأثير سلباً على مصداقية وسائل الإعلام المصرية" فمصداقية الوسيلة تكسر أى حاجز أمام التشكيك أو البحث عما تعرضه، فيكون طريق الإقناع والتوجيه والتحرك المضاد سهل، ومن هنا فإن كل ما يزيد من أسهم تلك القنوات يقلل من رصيد قنواتنا المصرية، وبما أنها حرب إعلامية فالأولى هو تدمير الكيانات المضادة وخاصة فى ظل دور كثير من تلك القنوات فى كشف الشائعات جنبا إلى جنب مع أجهزة الدولة كالمركز الإعلامى لمجلس الوزراء، أو حتى متابعة البرامج اليومية على التلفزيون أو مواقعهم على وسائل التواصل لأكاديبهم وتفنيدها ، لذا يكون من الهام زيادة جرعة التخدير تحت ستار المصداقية، والتي فقدتها منذ أن بدأت كالشرق ومكملين أو منذ أن غيرت مسارها كالجزيرة، ويتفق ذلك مع (هبة حسين ٢٠١٠)^(١٥٤) و(وسام نصر ٢٠١٠)^(١٥٥) و (sue yoen 2014)^(١٥٦) عن أهمية وتأثير المصداقية

- واتفقوا أيضا على التأثير سلبا على الصورة الإعلامية المصرية لإداكهم مدى أهميتها وتأثيرها على الذهنية، وتبلور هدف "عرض صورة سلبية عن مصر للإضرار بعلاقتها الخارجية"، فكما استطاعت مصر تحقيق نجاحات داخلية على مدى زمنى قصير، يعيشه المصريون وموثق بمشروعات اقتصادية تتموية كالعشوائيات وخدمية، وتغييرات سياسية على مستوى تمكين الشباب والمرأة وغيرها مما يعيشه المصريون، إلا أن الصورة الإعلامية تترك أثارها عن مصر خاصة خارجيا، والتي ترتبط بمدى التحيز والانتقائية وتعتمد إخفاء الإيجابيات ومع الوقت وتكرار الأكاذيب قد يتم خلق صورة لا تماثل ما يحدث فى مصر، وهو ما قد يؤثر على صورتها وعلاقتها الخارجية.

ثالثا: محور رصد أهم استراتيجيات التضليل التي تستخدمها تلك القنوات.

اتفق النخبة على أن أكثر الاستراتيجيات استخداما وتكرارا في البرامج هو التحيز، وجاء التحيز في المضمون في عرض ومعالجة القضايا والشخصيات كالتالي:

- " خلط رأى تلك القنوات وتوجهها السلبي نحو مصر بالخبر والقضايا عنها"، ويعد هو المحرك الأساسي لكل ما يتم عرضه عن مصر، فالإعلام قائم على المهنية ومنها أسس ومحددات ضرورية كالموضوعية والدقة والحياد وعدم خلط الرأى بالخبر، حتى يتسنى للمتلقى أن يعرف الحقيقة كاملة دون محاولة التأثير عليه وتوجيهه، إلا أن ذلك يتناسب مع مفهوم التضليل وما به من تحيزات مختلفة شكلا وموضوعا .

ويتفق ذلك مع دراسة (ريهام عاطف ٢٠١٧) ^(١٥٧) حيث يتم المزج بين كلا من الأخبار والرأى والتحليل والتعليق عليها، بشكل يصعب على المتلقى التفرقة.

- "التعتمد على القضايا الإيجابية عن مصر"، و " اختيار جانب ما من القضية وإغفال الباقي" كأهم أساليب، ويتفق ذلك أيضا مع مفهوم الانتقائية فأى اختيار يعنى إبراز عنصر وإخفاء آخر، حيث تتجاهل كل ما هو إيجابي وإن عرضته باقى القنوات، أو تقوم بتحريفه بعدم التوازن فى العرض فلا يظهر من يعبر عن الواقع المصرى وينقل صورة صحيحة عنه، هذا إلى جانب فبركة كل ما هو سلبى لتكتمل الصورة المختلفة عن مصر لزعزعة الاستقرار وخلق حالة توتر عامة داخليا ، أو الإضرار بصورتها خارجيا لتبرير تضليلهم وكسب مصداقية تتناسب مع ما يروجوه عن أنفسهم.



ويتفق ذلك مع دراسة (2004 claes H.De vrees) عن إختيار أبعاد فى القضية والتركيز عليها لجعلها أكثر بروزاً^(١٥٨)، ويتفق مع دراسة (حازم محمد حمرانى ٢٠١٢)^(١٥٩) عن تعمد إخفاء المعلومات التى يؤدى نشرها إلى صعوبة تحقيق أهدافها.

- "فصل الخبر عن خلفية الأحداث المسببة له"، فكل خبر مبتور لا يمثل الحقيقة الكاملة ويتنافى مع مبدأ الدقة والموضوعية، بل إن أى إختزال بالعمد لأى وجه أو طرف فى الحقيقة يخل بها، فكثير من الإنكاسات هى تطور طبيعى لما سبقها وكثيرا من النجاحات تزداد أهميتها كونها تتعارض مع تاريخها، لذا ففصل النجاح والتقدم فى تفاوضات أو علاقات أو حتى أوضاع داخلية أو خارجية يضلل المشاهد.

ويتفق ذلك مع دراسة (سمية محمد الألفى ٢٠١٥)^(١٦٠) فقد يتم التضليل بتجنب نشر الأخبار أو استبعاد بعض التفسيرات، التى تلقى الضوء على أسباب الحدث ومبرراته.

- "التحيز نحو أطراف القضايا المختلفة" و" العرض غير المتزن للقضايا المصرية متعددة الأطراف" ، ويمكن القول أن التضليل فى العرض والمعالجة يتخذ مراحل، بداية بانتقاء القضايا وتحريفها ثم التحيز لطرف على حساب آخر وفق لمنطق الحلفاء والأعداء، لذا يتم التحيز أحيانا لأى طرف فى قضية ضد مصر وإن كانت هى المتضررة أوبتهويل الدور السلبى لمصر وتهوين الإيجابى ، وقد ظهر ذلك بوضوح فى مفاوضات سد النهضة فتارة مصر هى من تهاونت فى حقها وتارة كيف لا تواجه إثيوبيا عسكريا، دون عرض أى دور سلبى لها بالعكس إظهار إثيوبيا قوية ومصر متخاذلة.

- وجاء فيما يخص التوازن فى الحوار، من خلال " التوازن الشكلى فى عرض القضايا المصرية"، وذلك باختيار بعض الشخصيات غير الملائمة أو غير المتخصصة فى عرضها، فكثير استخدام كلمة خبير ومتخصص فى الشأن السياسى

أو العسكرى، ممن ليس لديهم الصلاحيات أو حتى القدرة على التعبير عن وتمثيل وجهة النظر المصرية، وكثيرا ما يتم الاستعانة بمعارضيين سياسيين أمثال (أيمن نور) للحديث عن الشأن المصرى بحكم الجنسية، أو فى أليات الحوار نفسه و إدارته من خلال عدم اتاحة الوقت للحديث عن مصر بشكل إيجابى بقطع الحوار وتوجيهه للطرف الآخر ذوالرأى السلبى، ويتفق ذلك مع دراسة (فاطمة محمد صالح ٢٠١٢)^(١٦١) عن التضليل بالتوازن الشكلى.

- أما عن التحيز اللغوى، فجاء " التحيز فى عناوين القضايا المصرية" فيتم عرضها بعناوين فشل أو نهاية أو خسارة، وهى عناوين من بضع كلمات لكن يكفى أن يقرأها المشاهد لتصل له الرسالة وإن لم يتابع باقى الحلقة أوإن تعارض العنوان مع المضمون، ومع تكراره وانتشاره سواء فى البرامج أو مواقعها أو برامجها على مواقع التواصل ستصل الرسالة السلبية كما أرادوا، و " التحيز السلبى فى وصف القيادات المصرية"، فعلى الرغم من أن مصر بلد مؤسسات وسلطات بينهم فصل وعدم تداخل كما نص الدستور، إلا أن الدولة والكيان المصرى فى وجهة نظرهم يتركز فقط فى يد القيادة السياسية ، وهى مسئولة عن كل ما هو سلبى ولا بد من تغييرها بأيادى مصرية.

ويتفق ذلك مع دراسة (فهد عبد الرحمن الشميرى ٢٠١٠)^(١٦٢) على دور تحيزالعناوين فى التضليل حيث يتم اختيار عنوان يلخص المعنى المراد والتوجه نحو القضية.

- وجاء التحيز فى الأرقام ، " عرض وتفسير الأرقام والاحصائيات عن مصر بطريقة خادعة"، ويتفق ذلك سواء مع عرض الخبر أو القضية بدون خلفيته ومن ثم فإن قيمة بعض الأرقام لا تكون فى دلالتها، بل بالتهوين منها لو ايجابية أو التهويل



منها لو سلبية، أو حتى باللعب على جانب التضليل بالتخويف من تأثيراتها المستقبلية، ويتضح ذلك كثيراً في الشائعات أو الإنفوجراف المصاحب للقضية.

- ومن حيث التحيز في الشكل ، جاء التحيز في الصور كالتالي، " إعادة استخدام صور قديمة في غير موضعها" حيث تعتمد تلك القنوات على إعادة عرض صور لتجمعات في ثورة يناير تحديداً لتدلل على وجود ثورة ثالثة في مصر تخفيها وسائل الإعلام المصرية، بل إنها أحياناً تعرض صورة نفس الشاب على إنه ضحية في أكثر من منطقة، فبقدر اندفاعها في التضليل بقدر كبر حجم أخطائها وسهولة كشفها حتى للمواطن العادي.

ويتفق ذلك مع دراسة (فهد عبد الرحمن الشميري ٢٠١٠) ^(١٦٣) عن استخدام الصورة في غير موضعها عن عمد لاعطاء رسالة مضللة عنهما، ودراسة (سارة شوقي ٢٠١٠) ^(١٦٤) عن امكانية التلاعب بالصور وبأبسط الطرق وقد يحدث ذلك سواء في التصوير أو المونتاج، ودراسة (حمزة السيد حمزة ٢٠١٧) ^(١٦٥) عن أهمية الصور المرئية.

- ودلل الفريق الثاني على أهم استراتيجيات التضليل بالاعتماد على العاطفة كالتالي: " انتاج تقارير سلبية عن مصر وتكرار إذاعتها"، فيدرك كافة الإعلاميون أهمية وتأثير التقارير الميدانية عاطفياً، فعرض وجوه من الشارع تشبه المشاهد، تجعله يتوحد معها ويشعر أن هناك كثير يعانون وعليه مشاركتهم، وتتسج لنفسها ستار من المصادقية.

- محور تقييم ادره البرامج المصرية على مواجهة التضليل الإعلامي .

بعدما تم تقييم تلك القنوات وعرض أهم استراتيجيات التضليل فيها، كان يجب لكي تكتمل الصورة أن يتم تقييم الإعلام المصري خاصة في ظل عظم الدور الملقى عليه، وكي نتمكن من رسم خطة تتناسب مع إمكانياتنا وتتلافى أخطائنا ونعزز إيجابياتنا.

أولاً- موقف النخبة من رد البرامج الحوارية على تلك القنوات، انقسمت الآراء كالتالي:

أ- الفريق الأول، الراض للرد كانت حجتهم:

- لا يجب الرد : بل علينا خلق منافذ إعلامية جاذبة وتنمتع بالمصادقية لسحب المشاهدين منهم.
- لا يمكن أن تعامل دولة بحجم مصر، كند لتلك القنوات الممولة ولها أجندة مضادة.
- الرد لا يكون إعلامياً، بل من خلال العمل على أرض الواقع، فهو خير مدافع.

ب- الفريق الثاني، الموافق على الرد، كانت حجتهم:

- الهجوم وليس الدفاع، القيام بالخطوة الأولى والإستباق له تأثيره.
- الرد بعرض المعلومات أول بأول.
- الرد بشكل غير مباشر، من خلال التعرف على أهم النقاط التي يتم إثارتها لتقليب الرأي العام، والعمل عليها بحرفية وعرض إيجابيتها
- الرد بشكل ليس دائم، ولما يستحق ومن خلال التعاون مع الجهات الرسمية المعنية.

ثانياً: تقييم النخبة لتوقيت رد البرامج المصرية على تلك القنوات، انقسمت آراء كالتالي:

أ-الفريق الأول، تبني فكرة أن الرد المصري تأخر، وكانت حججه :

- تقليل الإعلام المصري من أهمية تلك القنوات وقوة تأثيرها.



- ربط الرد بفترة زمنية معينة بعد ثورة ٣٠ يونيو، والمطالبة بعودة مرسى، والتي بعدها خفت صوت الإخوان.
 - عدم توحيد القنوات المصرية على خطة واضحة ومكثفة لتكذيبهم.
 - الايمان بفكرة إن حقيقة الأحداث في مصر والاستقرار والتنمية التي يعيشها المواطن ستفرض نفسها، وتحصنه ضد تلك القنوات.
 - تسارع وتيرة تلك القنوات واقتحامها عالم الشائعات الإلكترونية ، لم يكن فى الحسبان.
- ب-وأكد الفريق الثانى، إنها تأخرت ولكن ردها قلب الحال لصالحها، وكانت الحجج:**
- الرد بعرض الحقائق أو تفنيد الأكاذيب.
 - الاستعانة بمركز معلومات مجلس الوزراء لتحديد أهم الشائعات وأهم القطاعات، فى حملة حقائق وشائعات والتي يتم بثها على التلفزيون المصري وعبر وسائل التواصل الاجتماعى على المواقع الرسمية الحكومية.
 - أصبح من أولويات القنوات المصرية وخاصة البرامج الحوارية، الرد على ما يشاع عن مصر فى تلك القنوات واستضافة المتخصصين فى كافة المجالات لعرض تحيزهم وتناقض مواقفهم حتى الإنسانية.
- ج- وأجاب الفريق الثالث، إنه الإعلام المصرى مازال امامه الكثير لوقف تضليل تلك القنوات، ويرجع ذلك إلى:**
- ١- أن الرد ليس مكثف وشامل لكل القنوات وطوال الوقت.
 - ٢- لا يكتمل الجانب الإعلامى بالجانب القانونى والتشريعى.

ثالثاً: تقييم نجاح البرامج المصرية في الرد على تلك القنوات ،انقسمت آراء النخبة كالتالي:

أ- أكد الفريق الأول، على نجاحها، وكانت الحجج:

- فقد تلك القنوات لمصداقيتها، ووعي المواطن بمفهوم التضليل ومخططاته.
- نجحت خاصة في المزج بين حملة حقائق وشائعات على القنوات (أخبار وبرامج حوارية)، والرسائل المباشرة والموجة في البرامج الحوارية اليومية.
- استضافتها للخبراء والمتخصصين خاصة من الشخصيات الوطنية ذات الثقل والمصداقية كان له تأثيره.

ب- أكد الفريق الثاني، نجاحها مع إقتراحات لتفعيل هذا النجاح:

- تستطيع الرد بقوة أكبر باتاحة الفرصة للعاملين فيها للإبتكار والابداع، فمواجهة التضليل نحتاج أساليب مبتكرة.
- العمل على جذب الجمهور لها بشكل أكبر لرفع نسبة المشاهدة، ومن ثم توصيل الرسالة الصحيحة لأكبر عدد.

ج- أكد الفريق الثالث، على عدم نجاحها:

- وقد يرجع ذلك لتأخر الرد، ومن ثم فإن تلك القنوات أخذت مساحة ما كانت لتأخذها لو تم الرد بشكل سابق ومكثف وسريع.

أما فيما يخص أهم عيوب البرامج الحوارية المصرية ،جاءت الآراء كالتالي:

- عدم المبادرة في الهجوم على تلك القنوات.
- افتقاد الرؤية أو الخطة الشاملة التي يعمل عليها الإعلام المصري ببرامجه المختلفة.



- عدم وجود كيان إخباري متخصص منافس، بخلاف قطاع الأخبار.
 - عدم عرض السلبيات والاكتفاء بعرض الإيجابيات فقط.
 - عرض وجهة النظر الواحدة.
 - السرعة ليست بالقدر الكافي في عرض الحقائق أحياناً، فتجد تلك القنوات الفرصة للتضليل.
 - عدم الاهتمام بابتكار أساليب جذب للجمهور المصري، ومن ثم المنافسة والتفوق.
 - تكرار ومحدودية الضيوف في بعض تلك البرامج.
 - تكرار الوجوه الإعلامية وعدم إعطاء الفرصة لوجوه شابة تجذب الجمهور عامة.
 - ضعف التواجد على مواقع التواصل الاجتماعي بخلاف مواقع البرامج أو الرسمية.
 - الاعتماد على الشعارات والأغاني الوطنية لدعم الانتماء أكثر من الحقائق ورفع الوعي.
 - الاعتماد على عرض الخطوات التنموية بشكل مكثف كأسلوب للرد.
- و فيما يخص القضايا التي نجحت البرامج المصرية في تكذيبها، جاءت كالتالي:
- اجتمع الفريق الأول على إن أهم قضية استطاعت البرامج الحوارية المختلفة كشف زيفها، هي إدعاء تلك القنوات "ثورة جديدة يتزعمها المقاول والفنان محمد على" بدعم من جموع المصريين في الشوارع المختلفة:
- وقد جاء أهم الإستراتيجيات هو التحيز كالتالي:
- ١- التحيز في المضمون:

- التليل بالتحيز في اختيار القضية وإبرازها: ويمكن القول أن تلك القنوات هي من خلقت القضية وصنعت محمد على، وأكثرهم اهتمام بتغطيتها وبتكرار إذاعتها.
- التليل في التفسير: حيث عرض انخفاض البورصة في اليوم التالي كرد فعل للثورة
- التكنيم والإغفال: حيث تم تجاهل نشر خفض سعر الفائدة على ودائع البنوك يوم ٩/٢٥ كخبر إيجابي.
- التليل بالتحيز اللغوي:
- التحيز في العنوان: حيث صياغة عنوان القضية ب"٩/٢٠ مظاهرات تطالب برحيل السيسي" وتحقق مثل تلك العناوين ، بتضخيم الحدث والعدد بوصفة مظاهرات، وتصوير حالة الغضب ضد القيادة والرغبة في تغييرها والثقة أن التغيير قادم لا محالة.
- المصطلحات المصنوعة: حيث تم التلاعب في وصف هذا المقاول والفنان (قائد شعبي) قادم لتغيير مصر، والترويج إنه استطاع توحيد صفوف المعارضة والشعب المصري من أجل تغيير حقيقي.
- التحيز لصالح طرف: تم دعم هذا الفنان وتكرار إستضافته أكثر من مرة لعرض وجهة نظره وخطته المستقبلية للتغيير، والحديث عن طبيعة عمله سابقا كمقاول والإساءة لمصر، دون مراعاة توازن العرض للأطراف جميعها أو استخدام أى حجج منطقية.
- التليل في الأرقام: وذلك بوصف أعداد من نزلوا في هذا اليوم بأنه يفوق أعداد المشاركين في ثورة يناير.



- التضييل بالصور: تم التلاعب بتكرار عرض صور لنفس الأشخاص على إنهم متظاهرين فى محافظتى "السويس والأسكندرية" فى تغطية ٩/٢٠.
- والتضييل بالفيدويوات فتم إعادة عرض فيديوات قديمة لمتظاهرين من ثورة يناير.
- واتفق الفريق الثانى أن البرامج المصرية نجحت فى كشفها، "أزمة بناء سد النهضة الإثيوبى" وكانت أهم الإستراتيجيات كالتالى:
- ١- التضييل بالنقل من مصادر زائفة: حيث تم نقل من موقع صوت إثيوبيا باللغة العربية وهو موقع زائف، بأن مصر ستتنازل عن ٨٠ % من حصتها فى المياة لإثيوبيا.
- ٢- التضييل بالتحيز فى المضمون: حيث تم التضييل بتفسير وعرض الإتفاق الإطارى الذى مضته الأطراف الثلاث على مستولى رئاسى فى مارس ٢٠١٥، على إنه ضد مصر بل وأحيانا كان يتم التشكيك فى عرض بنوده وكنهه إتفاق سرى، و تم تجاهل الخبر الإيجابى بتدخل ووساطة أمريكية فى المفاوضات وتهدة محتملة للأطراف الثلاث مصر وإثيوبيا والسودان.
- خلط الخبر بالرأى: فهى تلقى باللوم دائما فى مفاوضات سد النهضة على مصر سواء فى سلوكها للمفاوضات، أو عدم استخدام القوة ضد إثيوبيا وتنتقد فى نفس الوقت إهتمام مصر بالتسليح بأنواعه،
- التضييل بالتحيز نحو الأطراف: حيث تم دعم إثيوبيا كطرف وخصم قوى، وإن مصر تخشى من الحرب للحفاظ على حقها فى المياة، وتهوين دور مصر فى المفاوضات واتخاذها المسار السلمى مع الامتداد الجنوبى الذى انقطعت العلاقات معه أيام الرئيس مبارك، بل وإستمر بإذاعة الإجتماع الحكومى فى حكم الإخوان السابق، للحديث عن أزمة هذا السد، والذى أعلن فيه عن إمكانية ضرب إثيوبيا.

- التضييل بالتحيز في إختيار الضيوف: حيث تم استضافة أيمن نور للحديث عن دور مصر وتقييمه منذ إعلان إثيوبيا رغبتها عن بناء السد إلى الآن، وهو كان من المشاركين في الإجتماع المذاع في فترة حكم الإخوان وأثار غضب الجانب الإثيوبي.

- اتفق الفريق الثالث إن القنوات المصرية نجحت في ، "ملف حقوق الإنسان بمصر"، وجاءت أهم الحجج كالتالي:

١- التضييل بالتحيز في المضمون: سواء في معالجة وعرض القضية، فقد تم إنتاج تقارير سلبية عن ملف حقوق الإنسان بمصر، لإثارة الرأي العام قبل عرضه على المجلس الدولي لحقوق الإنسان، أو بتجاهل والتعتيم على الخبر الإيجابي في تلك القضية وهو اشادة ١١٠ دولة من ١٣٦ دولة بجهود مصر في ملف حقوق الإنسان.

٢- التضييل بالتحيز اللغوي: حيث تم التحيز السلبي بصياغة عنوان القضية "فشل مصر في ملف حقوق الإنسان"، فأصدروا الحكم عليه مبكرا، دون تحديد أوجه القصور وما تم النجاح في تنفيذه من المطالبات السابقة خاصة في ملف التمكين السياسي للمرأة والشباب، وما لديهم من تحفظات حالية.

خامسا: محور مقترحات مواجهة الإعلام المصري لحمات التضييل.

اتفق النخبة على مجموعة من المقترحات لمواجهة تلك الحملات كالتالي:

- عودة وزارة الإعلام، بما يساعد على تحديد الهدف وتنفيذه.

- اصلاح وإحياء ماسبيرو بدلا من إنشاء قنوات جديدة بتكلفة عالية.

- تفعيل موثيق الشرف الإعلامية على كافة القنوات المصرية.



- عرض الحقائق بشكل سريع ودائم ، بدعم الجهات الرسمية
- تواصل المسؤولين مع الإعلام غير المصرى فى القضايا والأحداث الهامة لإصلاح الصورة التى تحاول تلك القنوات المضللة.
- التوازن فى عرض الإيجابيات والسلبيات، حتى تستمر مصداقية قنواتنا المصرية.
- تجديد دماء الإعلام المصرى، سواء بخريطة برامجية أو وجوه مصرية جديدة جاذبة.
- عرض كافة الإراء بقدر الإمكان، فى الرد عليها سيكون الأمر أكثر اقناعا.
- مكافحة التضليل وفق إستراتيجية شاملة وموحدة ودائمة.
- تنفيذ إستراتيجيات التضليل بشكل علمى متخصص.

دليل مواجهة حملات التضليل:

تقترح الباحثة دليل لمواجهة التضليل تم تحديد عناصره وفق خطة، بداية بالأهداف وصولا للرقابة مع مراعاة قابليتها للتنفيذ كالتالى:

- ١- صياغته وفق خطة محددة ومفصلة وفق أهداف داخلية و خارجية، ولم يتم تحديد مدى زمنى ولكن بشكل عام يمكن القول إنه مدى متوسط من سنة لخمس سنوات.
- ٢- تحديد كيفية تنفيذها (الجهات المنفذة) فى حدود علم الباحثة.
- ٣- وأختتم المقترح (الدليل) بالجهات الرقابية التى ستتابع التنفيذ ومتطلباته (تعديل أو تعزيز أو إزالة العقوبات)، وتقييمها على المداها الزمنى والواقع الفعلى سواء (بمقارنتها بالأهداف أو بغيرنا من الدول ممن يعانون من نفس المشكلة (التضليل) أو على مدى تاريخى بمقارنة الأداء السابق للتعامل مع تضليل فى فترات سابقة).

أولاً: الأهداف الداخلية:

١- رفع الوعي:

على المسؤولين وصناع القرار شرح القضايا وإلغاء الحواجز التي صنعتها حكومات سابقة وخلق مناخ سياسى حر، لتحصن المواطن بالمعرفة ضد أى اختراق من خلال:

- تقديم الرسالة الإعلامية فى إطار من البساطة والوضوح تجنباً لتشويش الجمهور.
- النشر الفورى للأخبار سواء ايجابية أو سلبية وتحرى الدقة فيما يتم عرضه.
- إتاحة الجهات الرسمية للأخبار لوسائل الإعلام بشكل سريع ودائم
- التواصل المباشر للمسؤولين (وزراء أو متحدثين رسميين) مع وسائل الإعلام التقليدى (برامج) والحديث (مواقع وسائل التواصل).
- استضافة بعض الشخصيات ذات التوجهات المختلفة لعرض وتفنيدهم.
- متابعة ما تقدمه تلك القنوات لتصويب الأخطاء تجاه بعض الأشخاص والأحداث.
- عمل تقارير وأفلام تسجيلية عن القضايا الهامة التى تمس الأمن القومى والتطور الزمنى لها والجهود المصرية بها.
- ترجمة الأفلام التسجيلية التى عرضت تاريخ الإخوان لفضح أساسهم الفكرى الدموى وتصحيح مفهوم احياء الخلافة، مثل (السندى... أمير الدم، قطب جزء أول وثانى).
- عمل استراتيجية إعلامية شاملة تتضمن (أولويات القضايا) - الضيوف المتخصصين - التقارير - المعالجة الإعلامية - المدى الزمنى - متابعة القضايا) تشمل:
أ- المواقع والصفحات الرسمية للدولة على وسائل التواصل الاجتماعى.
ب- كافة البرامج الحوارية



- عمل ندوات توعية بالمؤسسات التعليمية المختلفة عن:
 - أ- التعامل مع وسائل الإعلام المختلفة يديرها إعلاميين ذو ثقة.
 - ب- تركيب الفيديوهاوت والصور مفبركة يشارك فيها المتخصصين.
 - ج- جرائم الإنترنت والحماية منها وأهمية الرقابة الأسرية.
- تدريس مادة أخلاقيات الإعلام بالجامعات .
- التعاون مع شركات الاتصالات لنشر المعلومات الهامة على المشتركين مجاناً.

٢- دعم الانتماء والحس الوطني:

- استمرار عملية التنمية.
- انتاج برامج حوارية :
 - أ- لعرض النماذج الناجحة من زوى الهمم فى المجالات المختلفة.
 - ب- مخصصة للتواصل مع المصريين بالخارج.
- انتاج تقارير وأفلام وثائقية:
 - أ- عن دعم الأقباط لبلدهم.
 - ب-عن المتميزين من المصريين فى الخارج.
 - ج- تعرض عملية التنمية عبر مراحلها المختلفة.
- تفعيل المشاركة المجتمعية للشباب.
- عرض نماذج تصلح قدوة للشباب فى الإعلام أو فى زيارات للمؤسسات التعليمية.
- عمل زيارات ميدانية للطلاب فى المراحل المختلفة لأهم الإنجازات.
- تعاون مؤسسات الدولة مع مؤسسات خاصة كساقية الصاوي لارتقاء الثقافى بالشباب.
- انتاج برامج مسابقات لطلاب المدارس تحدد فى مجالات كالتاريخ لضمان الحفاظ على الهوية المصرية فى ظل جيل ينتمى للثقافة الغربية.

- الاستفادة من مشروع " أبطال من بلدنا" والذي تتبناه وزارة الثقافة من خلال:
- ضم البطولات الشعبية والإنجازات العلمية للمصريين بالداخل والخارج.
- تحويله لرسوم متحركة مصرى يذاع على القنوات المصرية للأطفال كبديل عن المضمون الغربى.

٣- تصحيح الشائعات.

- عرض الحقائق وتكذيب الشائعات بسرعة.
- اختيار الشائعات التي يتم تكذيبها وفقا للأجهزة المسؤولة بالدولة.
- تقنين تواصل البرامج مع المسؤولين لتكذيب الشائعات بما لا يهدر الوقت.
- الاستعانة ببعض الشخصيات الشهيرة للمشاركة فى تنويهات تصحيح الشائعات.
- تدريس مادة التربية الإعلامية بالمؤسسات التعليمية لرفع الحس النقدى للمواطن.
- تعاون أجهزة الرصد والرد على الشائعات الحكومية مع المؤسسات الخاصة.
- اختيار بعض القيادات الشبابية المؤثرة لعمل مواقع وصفحات تصحح الشائعات.
- تفعيل الدور الرقابى للنقابات لمتابعة شكاوى أعضائها ضد أى أفكار مضادة.
- تفعيل دور المؤسسات الدينية فى التوعية بالتحقق من المعلومة وخطورة نشر الشائعات.

- نشر أحدث التشريعات التى تخص تشديد عقوبة نشر الشائعات بما يحد من نشرها.

٤- تفعيل دور المواطن.

- تشجيع التبليغ عن الشائعة أو الحسابات الوهمية، بمدخلات تليفزيونية أو رسائل تليفونية أو التعليق بالمواقع الرسمية المختلفة.
- الإعلان عن مكتب خدمة المواطنين لتلقى الشكاوى بالهيئة العامة للرقابة الإدارية.



-الإعلان عن منظومة الشكاوى الموحدة الإلكترونية وأهم الشكاوى التي تم بحثها.
- الإعلان عن خط "واتس أب مصر" للإبلاغ عن الرسائل التحريضية وأعمال الشغب
٠١٠٦٤٩٧٦٥٥٧

- الإعلان عن الرقم المخصص للإبلاغ عن أى شائعة (٠٢٢٧٩٢٧٤٠٧) أو
الاتصال على رقم بوابة الشكاوى الحكومية (١٦٥٢٨)

٥- رفع الثقة بوسائل الإعلام الوطنية

- دعم عرض القضايا بضيوف من المتخصصين والخبراء.
- الاعتماد على الأدلة المنطقية والاحصائيات.
- عمل فيديوهات توضح تناقض مواقف القنوات الموجهة فى قضايا انسانية مشابهة.

٦- تأهيل وتدريب الإعلاميين.

- التعاون مع المؤسسات الدولية لتدريب الإعلاميين كدويتش فيل وبي بي سى
ترست.
- بروتوكول تعاون مع القنوات العربية لعمل ندوات ولقاءات مع إعلاميين بمصر.

٧- تأهيل طلاب كليات الإعلام.

- عقد بروتوكول تعاون مع كليات وأقسام إعلام فى القاهرة وباقي المحافظات.
- عقد بروتوكول تعاون مع الجامعة الأمريكية والجامعات والمعاهد بكليات الإعلام
- تعميم فكرة وحدة الرد على الشائعات بالجامعة يحررها الطلاب مثل (فالصو).
- تضمين القضايا الهامة فى الفترة الحالية فى مواد كليات ومعاهد الإعلام.

٨- التمكين السياسى للمرأة والشباب:

- اختيار مشاركين من الشباب الجامعي في:
 - أ- منتدى شباب العالم والمؤتمر الوطني للشباب
 - ب- الأكاديمية الوطنية للتدريب (البرامج الرئاسية للقيادة)
- تشجيع الأحزاب على مشاركة الشباب والمرأة واعدادهم للتمكين.
- انتاج برامج مختلفة عن المرأة الناجحة في المواقع المختلفة.
- عمل مؤتمرات للمرأة فقط على غرار المؤتمر الوطني للشباب.
- دعم المرأة والشباب من زوى الهمم فى المراحل التعليمية واعنائهم من المصروفات.

ثانياً: الأهداف الخارجية:

- ١- تصحيح صورة مصر
 - عمل قناة مصرية بلغة أجنبية بكوادر إعلامية شبابية.
 - عمل برنامج حوارى يستضيف النجوم والمسؤولين فى أماكن سياحية.
 - شراء مساحات إعلانية سياحية فى قنوات عربية واجنبية .
 - طباعة كتيبات عن أحدث الإنجازات فى المجال السياحى.
 - انتاج أفلام تسجيلية عن أهم معالم وأثار مصر ووضعها على كافة المواقع الرسمية.
 - السعى لاستضافة أهم المسابقات للألعاب الفردية والتي حققت مصر فيها بطولات.
 - تشجيع الأبطال الرياضيين المصريين العالميين على عمل حوارات أجنبية.



- نقل فعاليات الأنشطة السياحية فى القنصليات، والتي تتعاون فيها الدولة مع اليونسكو على كافة الشاشات المصرية، على أن يشارك فيها نجوم ويتم فتحها للجمهور العادى .

٢- دعم العلاقات الخارجية .

- تأسيس جهاز بتمويل حكومى يتولى إنتاج :

أ- أفلام تسجيلية عن دور مصر فى القضايا العربية بمشاركة ممثلين عرب.

ب- أفلام وثائقية عن التاريخ المصرى العربى المشترك بأزماته المختلفة

- عمل ندوات فى القنصليات المختلفة يتواصل فيها المسئولين مع الجالية المصرية وأبناء الوطن الام لتوضيح حقيقة الوضع فى مصر.

- عمل بروتوكول تعاون مع الدول العربية التى تعانى من التضليل.

٣- محاربة الشائعات

- التعاون مع مراكز رصد الشائعات العربية لتوحيد الخطة فى القضايا المشتركة.

- تكذيب الشائعات السياسية أو الإقتصادية ذات بعد خارجى على القنوات العربية.

- نشر فيديوهات للمتحولين من المذيعين المصريين فى تلك القنوات قبل عملهم بها.

الأجهزة المسؤولة عن تنفيذ الخطة:

- الشؤون المعنوية للقوات المسلحة

- وزارة الدولة للإعلام

- وزارة السياحة والآثار .

- وزارة الثقافة .



- وزارة التربية والتعليم.
- وزارة التعليم العالي
- وزارة الشباب
- وزارة الدولة للهجرة وشئون المصريين بالخارج.
- الهيئة المصرية العامة للتنشيط السياحي.
- مؤسسات المجتمع المدني
- كليات ومعاهد وأقسام الإعلام
- المركز الإعلامي لمجلس الوزراء
- الهيئة العامة للاستعلامات.
- الهيئة الوطنية للإعلام.

الرقابة ومتابعة الخطة:

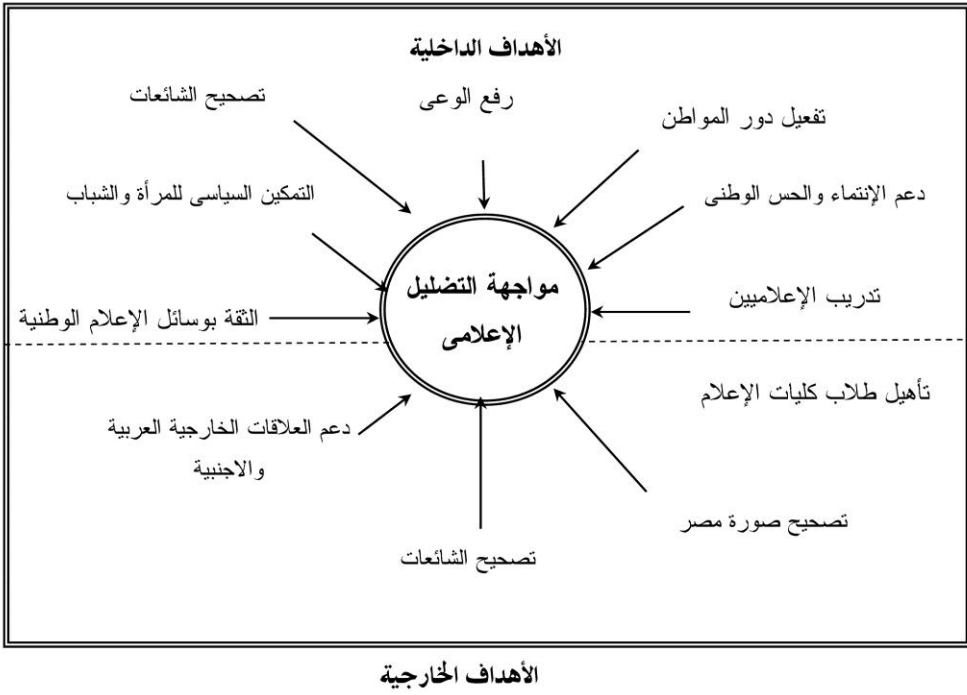
أولاً: الأجهزة

- رئاسة الوزراء
- الهيئة الوطنية للإعلام
- رؤساء النقابات
- رؤساء الأحزاب
- مجلس النواب

ثانياً: الأليات

- مقارنة تحقيق الأهداف قبل وبعد الخطة (تنفيذ الخطة على أرض الواقع).

- مقارنة تاريخية لأداء الإعلام في فترات زمنية سابقة سادت فيها نفس الأزمة
- مقارنة تحقيق الأهداف بدول أخرى تمر بنفس الأزمة
- أبحاث الرأي العام لقياس رضا الجمهور وتقييم الصفاة
- أبحاث كليات وأقسام الإعلام



شكل رقم (١)

مواجهة التضليل الإعلامي

الرقابة		الاجهزة المسئولة عن التنفيذ	الخطة	الهدف الداخلي
الأليات	الأجهزة			
مقارنة تحقيق الأهداف قبل وبعد الخطة. تقييم تنفيذ الخطة على أرض الواقع.	- رئاسة الوزراء الهيئة الوطنية للإعلام - رؤساء النقابات - رؤساء الأحزاب ب - مجلس النواب	- وزارة الدولة للإعلام - وزارة السياحة والأثار - وزارة الثقافة - وزارة التربية والتعليم - وزارة التعليم العالى - وزارة الشباب - وزارة الدولة للهجرة وشئون المصريين بالخارج. - الهيئة المصرية العامة للتنشيط السياحي. - مؤسسات المجتمع المدني - كليات ومعاهد وأقسام الإعلام - المركز الإعلامى لمجلس الوزراء - الهيئة العامة للاستعلامات. - الهيئة الوطنية للإعلام.	- تقديم الرسالة الإعلامية فى إطار من البساطة والوضوح تجنباً لتشويش الجمهور. - النشر الفورى للأخبار سواء ايجابية أو سلبية وتحرى الدقة فيما يتم عرضه. - إتاحة الجهات الرسمية للأخبار لوسائل الإعلام بشكل سريع ودائم - التواصل المسئولين مباشرة مع وسائل الإعلام التقليدى (برامج) والحديث (مواقع وسائل التواصل). - استضافة بعض الشخصيات ذات التوجهات المختلفة لعرض وتفنيد آرائهم. - متابعة ما تقدمه تلك القنوات لتصويب الأخطاء تجاه بعض الأشخاص والأحداث. - عمل تقارير وأفلام تسجيلية عن القضايا الهامة التى تمس الأمن القومى والتطور الزمنى لها والجهود المصرية بها. - ترجمة الأفلام التسجيلية التى عرضت تاريخ الإخوان لفضح أساسهم الفكرى الدموى وتصحيح مفهوم احياء الخلافة. - عمل استراتيجية إعلامية شاملة للرد تشمل: أ- المواقع والصفحات الرسمية	١- رفع الوعى
مقارنة تاريخية لأداء الإعلام فى فترات سابقة سادت فيها نفس الأزمة				
مقارنة تحقيق الأهداف بدول أخرى تمر بنفس الأزمة				
أبحاث الرأى العام				



<p>لقياس رضا الجمهور وتقييم الصفوة.</p> <p>- أبحاث كليات وأقسام الإعلام.</p>		<p>- الكنيسة القبطية - المركز الكاثوليكي.</p>	<p>للدولة على وسائل التواصل الاجتماعي. ب- كفاءة البرامج الحوارية . - تدريس مادة أخلاقيات الإعلام بالجامعات . - عمل ندوات توعية بالمؤسسات التعليمية المختلفة عن: أ- التعامل مع وسائل الإعلام المختلفة يديرها إعلاميين ذو ثقة. ب- تركيب الفيديوهات والصور مفبركة يشارك فيها المتخصصين. ج- جرائم الإنترنت وأهمية الرقابة الأسرية. - التعاون مع شركات الاتصالات لنشر المعلومات الهامة على المشتركين مجاناً.</p>	<p>٢- دعم الانتماء والحس الوطني</p>
			<p>- استمرار عملية التنمية. - عرض نماذج تصلح قدوة للشباب فى الإعلام أو زيارات للمؤسسات التعليمية. - إنتاج برامج حوارية : أ- لعرض النماذج الناجحة من زوى الهمم فى المجالات المختلفة. ب- مخصصة للتواصل مع المصريين بالخارج. - إنتاج تقارير وأفلام وثائقية: أ- عن دعم الأقباط لبلدهم. ب- عن المتميزين من المصريين فى الخارج. ج- تعرض عملية التنمية عبر مراحلها المختلفة.</p>	

		<p>- تفعيل المشاركة المجتمعية للشباب.</p> <p>- عمل زيارات ميدانية للطلاب فى المراحل المختلفة لأهم الإنجازات.</p> <p>- تعاون مؤسسات الدولة مع مؤسسات خاصة كساقية الصاوي لارتقاء الثقافى بالشباب.</p> <p>- انتاج برامج مسابقات لطلاب المدارس تحدد فى مجالات كالتاريخ لضمان الحفاظ على الهوية المصرية فى ظل جيل ينتمى للثقافة الغربية.</p> <p>- الاستفادة من مشروع " أبطال من بلدنا" والذى تتبناه وزارة الثقافة من خلال:</p> <p>- ليشمل البطولات الشعبية والإنجازات العلمية للمصريين بالداخل والخارج،</p> <p>- تحويله لرسوم متحركة مصرى يذاع على القنوات المصرية للأطفال كبديل عن المضمون الغربى.</p>	<p>٣- تصحيح الشائعات.</p> <p>- عرض الحقائق وتكذيب الشائعات بسرعة.</p> <p>- اختيار الشائعات التي يتم تكذيبها وفقا للأجهزة المسئولة بالدولة.</p> <p>- تقنين تواصل البرامج مع المسئولين لتكذيب الشائعات بما لا يهدر الوقت.</p> <p>- الاستعانة ببعض الشخصيات الشهيرة للمشاركة فى تنويهات تصحيح الشائعات.</p>
--	--	--	--

			<p>- تدريس مادة التربية الإعلامية بالمؤسسات التعليمية لرفع الحس النقدي للمواطن.</p> <p>- تعاون أجهزة الرصد والرد على الشائعات الحكومية مع المؤسسات الخاصة.</p> <p>- اختيار بعض القيادات الشبابية المؤثرة لعمل مواقع وصفحات تصحح الشائعات.</p> <p>- تفعيل الدور الرقابي لل نقابات لمتابعة شكاوى أعضائها ضد أى أفكار مضادة.</p> <p>- تفعيل دور المؤسسات الدينية فى التوعية بالتحقق من المعلومة وخطورة نشر الشائعات.</p> <p>- نشر أحدث التشريعات التى تخص تشديد عقوبة نشر الشائعات بما يحد من نشرها.</p>	
			<p>- تشجيع التبليغ عن الشائعة أو الحساسيات الرهيمة، بمدخلات تليفزيونية أو رسائل تليفونية أو التعليق بالمواقع الرسمية.</p> <p>- الإعلان عن مكتب خدمة المواطنين لتلقى الشكاوى بالهيئة العامة للرقابة الإدارية.</p> <p>- الاعلان عن منظومة الشكاوى الموحدة الإلكترونية وأهم الشكاوى التى تم بحثها.</p> <p>- الإعلان عن خط "واتس أب مصر" للإبلاغ عن الرسائل التحريضية وأعمال الشغب</p> <p>٠١٠٦٤٩٧٦٥٥٧</p>	<p>٤- تفعيل دور المواطن.</p>

		<p>- الإعلان عن الرقم المخصص للإبلاغ عن أى شائعة (٠٢٢٧٩٢٧٤٠٧) أو الاتصال على رقم بوابة الشكاوى الحكومية (١٦٥٢٨)</p>	<p>٥- الثقة بوسائل الإعلام الوطنية</p>
		<p>- دعم عرض القضايا بضيوف من المتخصصين والخبراء . - الاعتماد على الأدلة المنطقية والاحصائيات . - عرض فيديو هات توضح تناقض القنوات الموجهة فى قضايا انسانية مشابهة .</p>	<p>٦- تدريب الإعلاميين</p>
		<p>- التعاون مع المؤسسات الدولية لتدريب الإعلاميين . - بروتوكول تعاون مع القنوات العربية لعمل ندوات ولقاءات مع إعلاميين بمصر .</p>	<p>٧- تأهيل طلاب كليات الإعلام .</p>
		<p>- بروتوكول تعاون مع كليات وأقسام إعلام فى القاهرة وباقى محافظات مصر . - بروتوكول تعاون مع الجامعة الأمريكية مع الجامعات والأقسام بكليات الإعلام - تعميم فكرة وحدة للرد على الشائعات فى كل جامعة مثل (فالصو) . - تضمين القضايا الهامة فى مواد كليات ومعاهد الإعلام</p>	<p>٨- التمكين السياسى للمرأة والشباب</p>
		<p>- اختيار مشاركين من الشباب الجامعى فى: أ- منتدى شباب العالم والمؤتمر الوطنى للشباب ب- الأكاديمية الوطنية للتدريب (البرامج الرئاسية للقيادة)</p>	

			<ul style="list-style-type: none"> - تشجيع الأحزاب على مشاركة الشباب والمرأة واعدادهم للتمكين. - انتاج برامج مختلفة عن المرأة الناجحة فى المواقع المختلفة. - عمل مؤتمرات للمرأة فقط على غرار المؤتمر الوطنى للشباب. - دعم المرأة والشباب من زوى الهمم فى المراحل التعليمية واعفائهم من المصروفات. 	
--	--	--	---	--

الرقابة		الاجهزة المسنولة عن التنفيذ	الخطة	الهدف الخارجى
الآليات	الاجهزة			
<ul style="list-style-type: none"> - مقارنة - تحقيق - الأهداف - قبل وبعد - الخطة. - تقييم تنفيذ - الخطة - على - أرض - الواقع. - مقارنة - تاريخية - لأداء - الإعلام - فى فترات - زمنية - سابقة فيها - نفس - الأزمة - مقارنة 	<ul style="list-style-type: none"> - رئاسة - الوزراء - الهيئة - الوطنية - للإعلام - رؤساء - النقابات - رؤساء - الأحرار - ب - منظمة - الثقافة - العالمية 	<ul style="list-style-type: none"> - الشئون المعنوية - للقوات المسلحة - وزارة الدولة - للإعلام - وزارة السياحة - وزارة الثقافة - المركز الإعلامى - لمجلس الوزراء - الهيئة العامة - للاستعلامات - الهيئة المصرية - العامة لتنشيط - السياحة. 	<ul style="list-style-type: none"> - عمل قناة مصرية بلغة - أجنبية بكوادر إعلامية - شبابية. - عمل برنامج حوارى - يستضيف النجوم - والمسؤولين فى أماكن - سياحية. - شراء مساحات إعلانية - سياحية فى قنوات عربية - واجنبية. - طباعة كتيبات عن أحدث - الإنجازات فى المجال - السياحى. - انتاج أفلام تسجيلية عن - أهم معالم وأثار - مصر ووضعها على كافة - المواقع الرسمية . - السعى لاستضافة أهم - المسابقات للألعاب - الفردية والتي حققت 	<p>١ - تصحيح صورة مصر</p>

<p>تحقيق الأهداف بدول أخرى تمر بنفس الأزمة - أبحاث الرأى العام لقياس رضا الجمهور وتقييم الصفوة. - أبحاث كليات وأقسام الإعلام.</p>			<p>مصر فيها بطولات. - تشجيع الأبطال الرياضيين المصريين العالميين على عمل حوارات أجنبية. - نقل فعاليات الأنشطة السياحية فى القنصليات، والتي تتعاون فيها الدولة مع اليونسكو على كافة الشاشات المصرية، على أن يشارك فيها نجوم ويتم فتحها للجمهور العادى .</p>	
			<p>- تأسيس جهاز بتمويل حكومى يتولى إنتاج : أ- أفلام تسجيلية عن دور مصر فى القضايا العربية بمشاركة ممثلين عرب. ب- أفلام وثائقية عن التاريخ المصرى العربى المشترك بأزماته المختلفة - عمل ندوات فى القنصليات المختلفة يتواصل فيها المسئولين مع الجالية المصرية وأبناء الوطن الام لتوضيح حقيقة الوضع فى مصر . - عمل بروتوكول تعاون مع الدول العربية التي تعانى من التضليل.</p>	<p>٢ دعم العلاقات الخارجية</p>

			<p>- التعاون مع مراكز رصد الشائعات فى الدول العربية لتوحيد الخطة.</p> <p>- تكذيب الشائعات التى تمس السياسة والإقتصاد خارجيا على القنوات العربية.</p> <p>- نشر فيديوهات للمتحولين من المذيعين فى تلك القنوات.</p>	<p>٣- محاربة الشائعات</p>
--	--	--	--	----------------------------------

مقترحات الدراسة:

- فى ضوء اهتمام الباحثة بوقف التضليل الإعلامى عبر كافة الوسائل وبكافة الأليات، وأهميته ذلك فى تلك المرحلة جاءت أهم المقترحات كما يلي:-
- ١- الاهتمام بدراسة وعى الجمهور المصرى بالأزمات المختلفة ومجهودات الدولة بها.
 - ٢- قياس مستويات الإعتماد على وسائل الإعلام المصرية فى الأزمات المختلفة.
 - ٣- الاهتمام بدراسة تقييم الأداء الحكومى خاصة فى ظل الأزمات السياسية الحالية.
 - ٤- دراسة استخدامات الجمهور المصرى للقنوات المضللة واشباعاتهم.
 - ٥- التعاون فى مجال الدراسات والأبحاث مع الدول الأخرى التى تتعرض للتضليل، للتعرف على مستويات مصداقية تلك القنوات المضللة بشكل إقليمى.
 - ٦- الاهتمام بدراسة تأطير الجوانب التنموية بمصر على القنوات المختلفة ومقارنتها.
 - ٧- الاهتمام بدراسات الصورة الذهنية للدول المعادية.
 - ٨- قياس مستويات الإنتماء لدى الشباب المصرى، فغاية تلك القنوات تشويه الوجدان.

- ٩- قياس علاقة التغطية لإعلامية للأزمات بمستويات القلق النفسى لدى المصريين.
- ١٠- إنتاج برامج توعية إعلامية للتعرف على أهمية الخصوصية والتأكد من صحة المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعى.
- ١١- دعم المناهج التعليمية بكافة مراحلها بمفهومي حروب الجيل الرابع والتضليل.

الخلاصة:

تهدف الدراسة للتعرف علي تقييم النخبة لدور برامج الحوار التلفزيونية المصرية فى كشف استراتيجيات التضليل الإعلامى بالقنوات الموجهة ضد مصر (قناة الشرق - مكمين - الجزيرة)، وذلك فى إطار تطبيق نظرية المسؤولية الاجتماعية، والتي من أهم مبادئها الحرية فى عرض الأخبار بدقة ومهنية، مع مراعاة مسئوليتها تجاه مجتمعها خاصة فى ظل حروب الجيل الرابع والخامس، وقد استخدم التحليل الكيفى وفق أداة المقابلة المتعمقة مع النخبة والتي شملت محاور، بداية بتقييمهم لمدى الثقة فى تلك القنوات وحدود تأثيراتها، وتناول أيضا أهم أهدافها ضد مصر كدولة مؤسسات وكأفراد (داخليا) وصورتها وعلاقتها (خارجيا)، ثم أهم الاستراتيجيات المستخدمة للتضليل، وتلاه تقييمهم لمدى نجاح القنوات المصرية فى تلك المرحلة وأهم القضايا التي لعبت دور فى كشف التضليل بها، وصولاً لأهم مقترحاتهم لمواجهاتها، وفى النهاية تم عرض مقترح نهائى من وجهة نظر الباحثة، بالاعتماد على المفهوم العلمى للتخطيط بما يضمن امكانية تنفيذة بل ومراقبته وتعديله، مما يساهم بدوره فى تفويض تأثيرات تلك القنوات سواء على المستوى الداخلى أو الخارجى.



وأشارت آراء النخبة في محاور الدراسة إلى :

أولاً: محور تقييم القنوات الموجهة ضد مصر (الجزيرة - الشرق - مكملين) :

- ١- اتفق الفريق الأول على تأثيرها الداخلي وفقاً لنوع المتلقي، النوع الأول هم البسطاء (الأقل تعليماً ومعرفة) ممن يمكن التأثير على معلوماتهم.
 - النوع الثاني من المتلقين هو ذلك الذي يبحث عنها كما تبحث عنه، ممن يتفكروا معهم فكرياً من الأخوان والجماعات الإرهابية.
 - واتفق الفريق الثاني على الفترة الزمنية، فبعد ثورة (٣٠ يونيو) مباشرة كثرت التحديات، فوجدت تلك القنوات فرصة سرعان ما زالت بزوال السبب.
 - أما عن التأثير الخارجي فأجاب الكثير باعتمادها في التضليل على إثارة الشائعات.
 - أما الفريق الثالث فرفض فكرة التأثير، فقد إنكشف حقيقة تضليلها.
- ٢- فيما يخص أهمية تلك القنوات في عملية التضليل، اتفقت النخبة على أن قناة الجزيرة قد تكون الأكثر أهمية.
- ٣- فيما يخص تأثير توجه تلك القنوات المعادي لمصر علي مصداقيتها: اتفق الفريق الأول على عدم مصداقيتها لأنها منصات إعلامية ممولة وموجهة لخدمة أهداف سياسية.
 - أما الفريق الثاني، أكد إن ما تبقى لها من مصداقية وقبول يرتبط بنوعية المشاهد .

ثانياً: محور رصد أهداف حملات التضليل في تلك القنوات.

- اتفقت النخبة على بعض الأهداف أساسية لتلك الحملات كالتالي:
- ١- أجاب الفريق الأول بأن أهم أهدافها "تزييف وعي المواطن للسيطرة عليه"، و"التأثير على ثقة المواطن في قيادات ومؤسسات الدولة" حيث أن تلك القنوات

تتوجه بشكل قوي ومباشر وعلني نحو القيادة السياسية المصرية، وصولاً إلى " تشجيع المواطن على عمل تظاهرات غير سلمية ضد القيادة السياسية" فهو المحصلة النهائية لما سبقه والضربة الأخيرة لهدم الدولة المصرية.

٢- اتفق الفريق الثاني على إن هدف تلك القنوات ليس المواطن بالدرجة الأولى بل الدولة ومؤسساتها، وتمثل ذلك في "التقليل من شأن أى إنجاز تقوم به مصر"، وهدف "انهك مؤسسات الدولة بجعلها في حالة دفاع دائم عن سياستها" و"استنزاف مواردها في حروب ومواجهات غير عسكرية" و"تعطيل مسار التنمية المصرى" ويمكن القول أن تلك الأسباب جميعها مترابطة وفق خطة قد يسبق أحدها الآخر.

٣- اتفق الفريق الثالث على أهمية المصداقية الإعلامية كهدف لتلك القنوات سواء من خلال " كسب ثقة المواطن في تلك القنوات" أو حتى " التأثير سلباً على مصداقية وسائل الإعلام المصرية" فالمصداقية تكسر أى حاجز أمام التشكيك أو البحث عما تعرضه.

ثالثاً: محور رصد أهم استراتيجيات التضليل التي تستخدمها تلك القنوات.

- اتفق النخبة على أن أهم الاستراتيجيات هو التحيز والذي جاء فى المضمون كالتالى:

- "خلط الرأى والتوجه السلبى نحو مصر بالخبر"، "التعظيم على وتجاهل القضايا الإيجابية عن مصر"، و "اختيار جانب ما من القضية وإغفال غيره" ..

- " التحيز نحو أطراف القضايا المختلفة" و " العرض غير المتزن للقضايا المصرية متعددة الأطراف بتهويل الدور السلبى لمصر وتهوين دورها الإيجابى".



- "فصل الخبر عن خلفية الأحداث المسببة له"، فكل خبر مبتور لا يمثل الحقيقة الكاملة.
- وظهر عدم الحياد في عرض كافة الأطراف من خلال " التوازن الشكلى فقط فى عرض القضايا المصرية"، وذلك باختيار بعض الشخصيات غير الملائمة أو غير المتخصصة.
- وعن التحيز اللغوى، فجاء " التحيز فى عناوين القضايا المصرية" فيتم عرض بعناوين فشل أو نهاية أو خسارة ، و التحيز فى الوصف " التحيز السلبى فى وصف القيادات المصرية".
- وجاء التحيز فى الأرقام ، فى " عرض وتفسير الأرقام والاحصائيات عن مصر بطريقة خادعة"، فإن قيمة بعض الأرقام لا تكون فى دلالاته، بل بتفسيره بالتهوين منها لو ايجابية أو التهويل منها لو سلبية.
- أما التحيز فى الشكل، جاء فى " اعادة استخدام صور قديمة فى غير موضعها".
- وجاء التضليل بالاعتماد على العاطفة فى: " انتاج تقارير سلبية عن مصر وتكرار إذاعتها"، فالتقارير الميدانية تؤثر على المشاهد عاطفياً، وتجعله يتوحد معها.

- محور تقييم اداء البرامج المصرية لمواجهة التضليل الإعلامى .

أولاً- موقف النخبة من رد البرامج الحوارية على تلك القنوات، انقسمت الآراء كالتالى:

أ- الفريق الأول الراض للرد ، كانت أهم حججه:

- لا يمكن أن تعامل الدول وخاصة بحجم مصر، كند لتلك القنوات الممولة.

ب- الفريق الثانى الموافق على الرد، كانت أهم حججه:

- الهجوم وليس الدفاع، فالقيام بالخطوة الأولى والإستباق له تأثيره.

ثانيا: توقيت الرد من البرامج المصرية على تلك القنوات ،انقسمت آراء الصفوة كالتالى:

أ- الفريق الأول تبنى لفكرة تأخر الرد المصرى، وكانت أهم حججه :

- تقليل الإعلام المصرى من أهميتها وقوة تأثيرها.

- ربط الرد بفترة زمنية وأحداث سياسية تلت ثورة ٣٠ يونيو .

- عدم توحيد القنوات المصرية على خطة واضحة ومكثفة لتكذيبهم.

ب-وأكد الفريق الثانى إنها تأخرت، ولكن الرد قلب الحال لصالحها، وكانت أهم الحجج:

- الاستعانة بمركز معلومات مجلس الوزراء ،من خلال حملة حقائق وشائعات التى يتم بثها على التليفزيون المصرى وتكذيبها على المواقع الرسمية الحكومية.

ج- وأجاب الفريق الثالث، إنه مازال أمام الإعلام المصرى الكثير لوقف تلك القنوات، ويرجع ذلك إلى:

١- أن الرد ليس مكثف وشامل لكل القنوات وطوال الوقت.

٢- لا يكتمل الجانب الإعلامى بالجانب القانونى والتشريعى.

ثالثا: تقييم نجاح البرامج المصرية فى الرد على تلك القنوات ،انقسمت الآراء كالتالى:

أ - أكد الفريق الأول على نجاحها، وكانت أهم لحجج:

- فقد تلك القنوات لمصداقيتها، ووعي المواطن بمفهوم التضليل ومخططاته.



- نجحت خاصة فى المزج بين حملة حقائق وشائعات على القنوات (أخبار وبرامج حوارية)، والرسائل المباشرة والموجة فى البرامج الحوارية اليومية.
- ب- أكد الفريق الثانى نجاحها مع إقتراحات لتفعيل هذا النجاح، وكانت الحجج:
 - تستطيع الرد بقوة أكبر ولكن باتاحة الفرصة للعاملين فيها للإبتكار والابداع.
 - العمل على جذب الجمهور لها بشكل أكبر لرفع نسبة المشاهدة.
- ج- أكد الفريق الثالث على عدم نجاحها، وكانت الحجج:
 - وقد يرجع ذلك لتأخرها فى الرد.
- أما فيما يخص أهم عيوب البرامج الحوارية المصرية، جاءت أهمها:
 - افتقاد الخطة الشاملة التى يعمل عليها الإعلام المصرى ببرامجه المختلفة.
 - عدم وجود كيان إخبارى متخصص منافس، بخلاف قطاع الأخبار.
 - الاكتفاء بعرض الإيجابيات.
 - عرض الحقائق ليس بالسرعة الكافية أحيانا.
- و فيما يخص القضايا التى نجحت البرامج المصرية فى تكذيبها، جاءت كالتالى:
 - اجتمع الفريق الأول على إن أهم قضية، هى إدعاء تلك القنوات "ثورة جديدة" يتزعمها المقاول والفنان محمد على" بدعم من جموع المصريين فى الشوارع المختلفة.
 - واتفق الفريق الثانى أن البرامج المصرية نجحت فى "أزمة بناء سد النهضة الإثيوبى"

- اتفق الفريق الثالث إن القنوات المصرية نجحت في ، "ملف حقوق الإنسان بمصر".

خامسا: محور مقترحات مواجهة الإعلام المصرى لحملات التضليل.

اتفق الباحثون على مجموعة من المقترحات لمواجهة تلك الحملات وأهمها:

- إن يتمتع الإعلام التقليدى والحديث بالسرعة والمهنية فى بيئة تتسم بالحرية، بما يعزز مفهوم الشفافية.

- تواصل المسئولين مع الإعلام المصرى فى القضايا والأحداث الهامة، لمد جذور الثقة وخلق رأى عام واعى و لإصلاح الصورة التى تحاول تلك القنوات المضللة

- التوازن فى عرض الإيجابيات والسلبيات، حتى تستمر مصداقية قنواتنا المصرية
- الاستمرار فى عرض أكاذيبهم عن مصر وفق إستراتيجية شاملة وموحدة، عبر كافة وسائل الإعلام المختلفة.

- عودة وزارة الإعلام.

- اصلاح وإحياء ماسبيرو.

- تجديد دماء الإعلام المصرى، سواء بخريطة برامجية أو وجوه مصرية جديدة جاذبة.

- تفعيل موثيق الشرف الإعلامية على كافة القنوات المصرية.

أسماء الصفوة التي تم إجراء معهم المقابلة:

تاريخ المقابلة	الوظيفة	الأسم
أولاً: أساتذة الإعلام مناقشى القضية فى الفضائيات		
٢٠١٩/١٢	أستاذ الإذاعة والتلفزيون / كلية الإعلام - جامعة القاهرة	محمد المرسي
ثانياً: عمداء ورؤساء أقسام الإعلام		
٢٠١٩/١٢	العميد السابق / لأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام	يوسف الملاخ
٢٠١٩/١١	عميد كلية الإعلام السابق / جامعة قناة السويس	وسام نصر
٢٠١٩/١٢	عميد كلية الإعلام بالجامعة الكندية	أمال الغراوى
٢٠١٩/١٢	رئيس قسم الإذاعة والتلفزيون الأسبق / كلية الإعلام جامعة القاهرة	منى الحديدى
٢٠١٩/١١	رئيس قسم الإذاعة والتلفزيون السابق / الأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام	نشوى عقل
٢٠١٩/١١	رئيس قسم الإذاعة والتلفزيون / جامعة الزقازيق	صالح العراقي
٢٠١٩/١٢	رئيس قسم الإذاعة والتلفزيون الأكاديمية البحرية / القرية الزكية	سالى جاد
ثالثاً: رؤساء تحرير البرامج الحوارية		
٢٠٢٠/١	رئيس تحرير برنامج الحياة اليوم / قناة الحياة	د/ محمد حبيب
٢٠٢٠/١	رئيس تحرير برنامج رأى عام / قناة ten	هشام سلام
٢٠٢٠/١	رئيس تحرير برنامج مساء dmc / قناة dmc	محمد عبد الرحمن
٢٠٢٠/١	رئيس تحرير برنامج كل يوم / قناة mbc masr	طارق صبرى
٢٠٢٠/١	رئيس تحرير برنامج على مسئوليتى / قناة صدى البلد	شاهيندة عز العرب
٢٠١٩/١٢	رئيس تحرير / قناة القاهرة والناس	اسماء عبد الله
٢٠١٩/١٢	رئيس تحرير / قناة ten	شيرين فتحي



٢٠٢٠/١	معد ومذيع برنامج مواجهة للرد على الشائعات / شبكة البرنامج الإذاعي	احمد رفعت
٢٠١٩/١٢	رئيس تحرير بقناة cbc extra	محمد حلمي
رابعاً: أساتذة السياسة		
٢٠٢٠/١	أستاذ السياسة / كلية سياسة واقتصاد جامعة القاهرة	زينب عبد العظيم
٢٠٢٠/١	مدرس السياسة/ كلية سياسة واقتصاد جامعة القاهرة	سحر مسعود
خامساً: مسئولى الإعلام بالمؤسسات الحكومية		
٢٠٢٠/١	المدير التنفيذي للمرصد الإعلامى/ المركز الإعلامى بمجلس الوزراء	طارق خليل

المراجع:

- (١) هشام عبد الملك عبد الرحيم، "دور برامج الرأي في القنوات الفضائية الخاصة العربية في ترتيب أولويات القضايا المصرية لدي مشاهديها"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٥، ص ٧٠٦.
- (٢) علياء علي عنتر " دور القنوات الإخبارية في تشكيل الصورة الذهنية عن الدول العربية لدى الجمهور المصري"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٣.
- (٣) سارة نصر محمد، "معالجة القضايا المصرية في البرامج السياسية بالقنوات العربية وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحو الحكومة"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٠، ص ٢٦٨.
- (٤) سارة نصر محمد، "المعالجة الإعلامية لأداء مؤسسة الرئاسة في برامج الحوار التلفزيونية وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحوها"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٨، ص ص ١٦٨.
- (٥) مروة أمبارك حسين، "الخطاب السياسي في البرامج الحوارية بالفصائيات المصرية وإنعكاسه على الوعي السياسي للشباب الجامعي بعد الانتخابات الرئاسية ٢٠١٢ دراسة مسحية"، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة جنوب الوادي، ٢٠١٦، ص ١٠٦.
- (٦) هشام عبد الملك عبد الرحيم، مرجع سابق، ٢٠١٥، ص ٧٠٦.
- (٧) ياسمين سعيد عبد المنعم، "علاقة الصفوة المصرية بالبرامج الحوارية التلفزيونية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٥، ص ١٣٦.
- (٨) رجاء عبدالرازق الغمراوي، "المعالجة الإخبارية للقضايا السياسية المصرية في القنوات الموجهة باللغة العربية بعد ٣٠ يونيو"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد ٥٠، يناير - مارس ٢٠١٥.
- (٩) سارة محمد شريف، "تغطية القنوات الفضائية الإخبارية لقضايا السياسة الخارجية المصرية وتأثيرها على اتجاهات الجمهور تجاه الدور المصري في القضايا العربية" رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٣، ص ٢٣٩.
- (١٠) أمال الغزوي، دينا أحمد عرابي، "دور وسائل الاعلام في تشكيل معارف وتكوين اتجاهات المصريين بالخارج نحو قضايا الوطن - دراسة ميدانية على عينة من العمالة

- المصرية بجدة بعد ثورة يناير"، المؤتمر العلمي الثامن عشر - الإعلام وبناء الدولة الحديثة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، يوليو ٢٠١٢.
- (١١) ميرال مصطفى، "صورة العرب كما تعكسها القنوات الفضائية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١١.
- (١٢) ناصر محمود عبد الفتاح، "إدراك شباب الجامعة لصورة مصر بعد ثورة ٢٥ يناير كما تعكسها البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية الأجنبية الناطقة باللغة العربية"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثاني وأربعون، أكتوبر ٢٠١٣، ص ٦٣٠.
- (١٣) هبه أمين شاهين، "دور القنوات الإخبارية العربية فى تشكيل صورة مصر لدى الجمهور العربى"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد العاشر، العدد الثالث، يناير - يونيه ٢٠١١، ص ٢٥٥.
- (١٤) سارة نصر محمد، مرجع سابق، ٢٠١٨، ص ١٦٨.
- (١٥) مروة أمبارك حسين، "الخطاب السياسي في البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية وإنعكاسه على الوعي السياسي للشباب الجامعي بعد الانتخابات الرئاسية ٢٠١٢ دراسة مسحية"، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة جنوب الوادي، ٢٠١٦، ص ٨٧.
- (١٦) محمود أحمد لطفي، "أطر معالجة برامج الرأي في الفضائيات المصرية للأزمات الداخلية وإنعكاساتها على تشكيل اتجاهات الجمهور - دراسة مسحية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة جنوب الوادي، ٢٠١٦، ص ٢٨٤.
- (١٧) رشا عبد العظيم زعزوع، "أطر معالجة القنوات العامة والإسلامية للصراع بين القوى السياسية الفاعلة بشأن الاستفتاء على الدستور في عهد الرئيس محمد مرسي (دراسة تحليلية مقارنة)"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد السادس والأربعون، يناير - مارس ٢٠١٤، ص ٥٠١.
- (١٨) سارة نصر محمد، مرجع سابق، ٢٠١٨، ص ٢١٣.
- (١٩) السيد محمد أبو شعيشع، "دور برامج المشاركة الجماهيرية بالفضائيات فى دعم حرية التعبير"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٢، ص ٤٢٦.
- (٢٠) عمرو محمد عبد الحميد، "اتجاهات الراي العام المصري نحو مصداقية القنوات التلفزيونية ومواقع التواصل الاجتماعي في تناول القضايا السياسية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٦، ص ١٩٨.
- (٢١) ريهام سامى حسين، "دور التلفزيون والمواقع الاجتماعية في تشكيل اتجاهات الراي العام نحو الجماعات الإسلامية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٥، ص ١٤٤.
- (٢٢) محمود أحمد لطفي، مرجع سابق، ٢٠١٦، ص ٢٨٤.

(23) Mohamed El Masry, "al-jazeera and Al-Arabia framing of Israel – Palestine conflict during War and Calm Periods". **International Communication Gazette**, 2013, pp.16.

(٢٤) رباب عبد الرحمن هاشم، "أطر معالجة القنوات الإخبارية العربية لإعداد دستور مصر ٢٠١٣ (بالنظير على قناتي النيل للأخبار والجزيرة مباشر مصر)"، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثاني والخمسون، يوليو – سبتمبر ٢٠١٥، ص ١٨٠.

(25) Minos Athanasios, And Others, "Digital Media Framing of the Egyptian Arab Spring: Comparing al- Jazeera, BBC and China Daily", **Studies in Media and Communication**, Vol.5, No.2, 2017, p. 75.

(26) Federica fornaciari, "Framing the Egyptian Revolution: A content analysis of al- Jazeera English and the BBC", **Journal of Arab& Muslim Media Research**, Vol.4, No.2, 2012.

(27) Amir Jameel Yehia, "The Framing of the Egyptian Revolution Portrayed through the al- Jazeera and CNN Media outlets And How They Compare and Contrast", **Unpublished MA Thesis**, University of Missouri, 2011, p. 114.

(28) Aml EIA fify, 'The coverage Tahrir Square protest from 25 January to 11 February 2011 by Al Jazeera (A comparative study)', **unpublished MA Thesis**, University of Leicester, UK,2011

(29) Ghalia Bdiwe, "The coverer age of AJE and AJA of Recent Events in Middle East; Al Jazeera's Role in The Egyptian Revolution. SoAs, **unpublished MA Thesis**, London University, UK,2011.

(30) Akos, H. Jaromir & et all. "Al Jazeera in central European media: 9/11 and the "Arab Spring "compared", **Central European Journal of communication**, 2015.p, 63-77.

(٣١) رانا إيهاب محمد، " اتجاهات النخبة المصرية والجمهور العام نحو الأداء الإعلامي للفضائيات المصرية ذات التوجه الإسلامي"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٩، ص ٢٠٩:٢٠٦.

(٣٢) على عبد الله محمد باقطين، "الأحداث والقضايا اليمنية كما تعكسها الفضائيات الإخبارية وعلاقة الصفوة بها"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٦، ص ٣٥٠.

(٣٣) حنان أحمد سليم، "دور قناة الجزيرة الإخبارية ومواقع التواصل الاجتماعي في صناعة وإدارة الأزمات (أزمة "جزيرتي تيران وصنافير" نموذجاً) دراسة كمية وكيفية"، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، العدد الحادي والستين، أكتوبر - ديسمبر ٢٠١٧، ص ٤٠، ٤١، ٤٢.

(٣٤) مصطفى صابر النمر، "العلاقة بين اعتماد الجمهور المصري على قناة الجزيرة واتجاهاته نحو مصداقيتها" *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون*، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد السابع، يوليو - سبتمبر ٢٠١٦، ص ٤٨٩.

(٣٥) فاطمة محمد صالح، "العوامل المؤثرة على مصداقية المادة الإخبارية التلفزيونية: دراسة مقارنة لاتجاهات الجمهور المصري نحو مصداقية قناتي النيل للأخبار والجزيرة الإخبارية"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٢، ص ٢٨٨.

(٣٦) إلهام يونس، "العلاقة بين الاعتماد على القنوات الفضائية الإخبارية العربية ومستوى المعرفة بالقضايا الداخلية لدى الجمهور المصري واتجاهاته نحوها"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٠، ٢٠١٠، ص ٣٦٢.

(٣٧) ياسر عبد اللطيف إمام، "تأثير السياسة الإعلامية في الأطر الإخبارية للقضايا العربية في قناة الجزيرة"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٣، ص ٢١٢.

(٣٨) سارة نصر محمد، مرجع سابق، ٢٠١٨، ص ٢٢٢.

(٣٩) ريهام سامى حسين، مرجع سابق، ٢٠١٥، ص ١٤٤.

(٤٠) رباب عبد الرحمن هاشم، "دور القنوات التلفزيونية في تشكيل صورة جهاز الشرطة لدى الجمهور المصري بعد ٣٠ يونيو"، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد السابع والأربعون، أبريل - يولية ٢٠١٤، ص ٣٣٧.

(٤١) إلهام يونس أحمد، مرجع سابق، ٢٠١٠، ص ٣٦٤.

(٤٢) حنان أحمد سليم، مرجع سابق، ٢٠١٧، ص ٤٠، ٤١، ٤٢.

(43) Oren Kessler. (2012). The Two Faces of Al Jazeera, *Middle East Quarterly*, p, 56-47.

(٤٤) على عبد الله محمد باقطين، "الأحداث والقضايا اليمنية كما تعكسها الفضائيات الإخبارية وعلاقة الصفوة بها"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٦، ص ٢٦٠.

(45) Nisbet, Erik C. & Myers, Teresa A, "challenging the state: transnational TV and political identity in the middle east", **political communication**, vol27,2010, pp347-366

(٤٦) حنان أحمد سليم، مرجع سابق، ٢٠١٧، ص ٤٠، ٤١، ٤٢.

(47) John Vivian, The Media of Mass Communication, U.S.A: Pearson Education Inc., 2006, P.90.

(48) Denis McQuail, Mcquail 's Mass Communication Theory, 5th.Ed., London: SAGE Publications, 2005, PP. 185- 186.

(٤٩) محمد منير حجاب، "نظريات الاتصال"، طبعة أولى، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠١٠، ص ٢٢٣

(٥٠) صالح السيد عراقى، "نموذج مقترح لثقافة الحوار في القنوات التلفزيونية العربية وفقاً لرؤية الخبراء وجمهور المشاهدين لتلك القنوات"، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مجلة الرأي العام، مجلد ٩، عدد ١، يناير- يوليو ٢٠٠٨، ص ١٦٤.

(٥١) حسن عماد مكاوى، مرجع سابق، ٢٠٠٦، ص ٦٩.

(٥٢) رجعت الباحثة فى ذلك إلى:

- رانا إيهاب محمد، مرجع سابق، ٢٠١٩، ص ٥٢:٥٤٢

- حسنى محمد نصر، "قوانين وأخلاقيات العمل الإعلامى"، الطبعة الأولى، القاهرة: دار الكتب الجامعى، ٢٠١٠، ص ١٧

- محمد منير حجاب، مرجع سابق، ٢٠١٠، ص ٢٢٢.

- حسن عماد مكاوى، "أخلاقيات العمل الإعلامى دراسة مقارنة"، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٦، ص ١٦.

- Stanly J. Baran and Davis K. Dennis, 'mass communication theories foundation, ferment, and future': boston: wordworth, 2008, PP100-101-

(٥٣) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، الطبعة الثالثة، القاهرة: عالم الكتب، ٢٠١٣، ص ٣٤.

(٥٤) عادل عبد الغفار، "أبعاد المسؤولية الاجتماعية للقنوات الفضائية المصرية الخاصة: دراسة تطبيقية على برامج الرأي المقدمة بقناة دريم"، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المؤتمر العلمي السنوي التاسع: أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق، الجزء الأول، مايو ٢٠٠٣، ص ٧٥٥.

(٥٥) أمال حسن الغزاوي ، " المسؤولية الاجتماعية للبرامج الحوارية التلفزيونية اليومية في تناول الأداء الحكومي دراسة تحليلية" ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، مجلة الرأي العام ، مجلد ٩ ، عدد ٣ ، يناير يوليو ٢٠٠٩ ، ص ٨ .

(٥٦) وجدى حلمى ، " دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية فى تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصرى نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة ٢٥ يناير " ، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون ، العدد الثالث ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، يوليو - سبتمبر ٢٠١٥ ، ص ٣٩ .

(٥٧) أمال الغزاوي ، دينا أحمد عرابي ، " دور وسائل الاعلام في تشكيل معارف وتكوين اتجاهات المصريين بالخارج نحو قضايا الوطن - دراسة ميدانية على عينة من العمالة المصرية بجدة بعد ثورة يناير " ، المؤتمر العلمي الثامن عشر - الإعلام وبناء الدولة الحديثة ، كلية الإعلام : جامعة القاهرة ، يوليو ٢٠١٢ ، ص ٨ .

(٥٨) حسين أبو شنب ، " مدى التزام القائمين بالاتصال فى وسائل الإعلام العاملة فى فلسطين بإخلاقيات المهنة فى ضوء أزمة الانقسام الفلسطينى " ، المؤتمر العلمي الخامس لشعبة علوم الإعلام ، الأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام ، ٢٦-٢٧ مايو ٢٠٠٩ ، ص ١٣٥ .

(59) Shirley Biagi, **Media Impact: An Introduction to Mass Media**, U.S.A: Wadsworth, 2005, P. 350.

(٦٠) لىلى عبد المجيد ، " تشریعات الإعلام : دراسة حالة على مصر " ، القاهرة : دار العربى ، ٢٠٠١ ، ص ٢٧ .

(٦١) شادى عبد الوهاب ، " حروب الجيل الخامس ، أساليب التفجير من الداخل على الساحة الدولية " ، القاهرة : دار العربى للنشر والتوزيع ، ٢٠١٩ ، ص ١٥١ .

(٦٢) أسامة هيكل ، " حروب الجيل الرابع ، الإعلام وتفتيت المجتمعات " ، القاهرة : سما للنشر والتوزيع ، ٢٠١٥ ، ص ١٥١ .

(٦٣) ناعوم تشومسكى ، تعريب: أميمة عبد اللطيف ، " السيطرة على الإعلام " ، الطبعة الثانية ، القاهرة : دار الشروق الدولية ، ٢٠٠١ ، ص ٨ .

(٦٤) حسنين شفيق ، " التضليل الإعلامى والغيوبه المهنية " ، الطبعة الأولى ، القاهرة : دار الفكر وفن للطباعة والنشر ، ٢٠١١ ، ص ٢٣ .

(٦٥) فريد حاتم الشحف ، " الدعاية والتضليل الإعلامى الأساليب والطرق " ، الطبعة الأولى ، سوريا : دار علاء الدين للنشر والتوزيع ، ٢٠١٥ ، ص ١١ .

(٦٦) راند أحمد البياتى ، " درجة وعى طلبية الإعلام فى الجامعات الأردنية بأساليب التضليل الإعلامى فى البرامج الإخبارية للفضائيات العربية " ، المؤتمر الإعلامى الدولى : الإعلام بين خطاب الكراهية والأمن الفكرى ، ٢٠١٧ ، كلية الصحافة والإعلام ، جامعة الزرقاء ، ص ٣٣٧ .

- (٦٧) أيمن منصور ندا، "الرأى العام وقياساته: رؤى نظرية وتطبيقات عملية"، الطبعة الأولى، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠١٧، ص ١٩٠.
- (٦٨) عبد الحليم حمود، "دور الدعاية والإعلان الغربية فى تشويه صورة الإسلام"، الطبعة الأولى، لبنان: مركز الدراسات والترجمة، ٢٠١٠، ص ٤٥.
- (٦٩) ريهام عاطف عبد العظيم، "أنماط التحيز فى المعالجة الخبرية: دراسة تحليلية مقارنة"، الطبعة الأولى، القاهرة: دار العربى، ٢٠١٩، ص ١٥.
- (٧٠) هويدا مصطفى، "مصادقية وسائل الإعلام كما تراها النخبة فى مصر: دراسة حالة للتعطية الإعلامية للحرب على العراق"، المجلة المصرية لبحوث الرأى الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الواحد والعشرون، أكتوبر - ديسمبر ٢٠٠٣، ص ٢٩.
- (٧١) هبة الله محمد فتحى، "المعالجة الإخبارية للقضايا العربية فى قنواتى الحرة الإمبريكية و٣٣ الإسرائيلىة: دراسة تحليلية مقارنة"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١١، ص ٨٣.
- (٧٢) ريهام عاطف عبد العظيم، "أنماط التحيز فى المعالجة الخبرية لأحداث ثورة ٢٥ يناير"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٧، ص ٨٨.
- (٧٣) بركات عبد العزيز، "المادة الإخبارية فى الراديو والتلفزيون"، الطبعة الأولى، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠١٣، ص ٢٤.
- (٧٤) هبة الله محمد فتحى، مرجع سابق، ٢٠١١، ص ٧٥.
- (٧٥) فهد بن عبد الرحمن الشميرى، "التربية الإعلامية كيف نتعامل مع الإعلام؟"، الطبعة الأولى، الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية، ٢٠١٠، ص ١٠٧.
- (٧٦) أشرف جلال حسن، "القضايا العربية والإسلامية فى وسائل الإعلام العربية: دراسة تحليلية" المؤتمر العلمى السنوى الثامن: الإعلام وصورة العرب والمسلمين، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مايو ٢٠٠٢، ص ٨٢٤.
- (٧٧) عبد الله عبد المحسن العساف، "أثر الأيدولوجية السياسية للدولة فى بناء الأطر الإخبارية (دراسة مقارنة بين قناة الإخبارية السعودية وقناة العالم الإيرانية بالتطبيق على أحداث عاصفة الحزم)"، المجلة المصرية لبحوث الرأى العام، المجلد ١٧ العدد الأول: يناير / مارس ٢٠١٨، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص ٦٢٠.
- (٧٨) سارة شوقى عبد الستار، "العناصر الفنية والتحريرية فى التقارير الإخبارية فى القنوات الفضائية الإخبارية (دراسة مقارنة)"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٠، ص ١٢٢.
- (٧٩) حمزة السيد حمزة خليل، "دلالة تأطير الصورة فى تناول الإعلامى لثورة ٣٠ يونيو) دراسة تحليلية مقارنة لمواقع الصحف الإلكترونية المصرية والعربية)"، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الإعلام التربوي، كلية التربية النوعية، جامعة طنطا، ٢٠١٧، ص ٦٥.

- (٨٠) أكرم فرج الربيعي، "الخطاب الإعلامي وتكنيك استعمال مفارقة التورية"، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠١٧، ص ٨٨.
- (٨١) أيمن عبد الهادي، "محددات تشكيل بنية الكتابة للمواد الصحفية المتعلقة بالشؤون العربية في المجالات الإخبارية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١١، ص ١٣٠.
- (82) Dietram A. Scheufele, "Framing as a Theory of Media effects", **Journal of Communication**, Vol. 49, No. 1, Winter 1999, p. 110.
- (٨٣) حازم محمد الحمداني، "العاية السياسية بين الماضي والحاضر"، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٢، ص ١٧٩.
- (٨٤) سميرة أحمد الألفي، "اتجاهات الصحافة المصرية نحو السلطة الحاكمة في مصر بعد ثورة ٢٥ يناير"، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة المنصورة، ٢٠١٥، ص ٤٦.
- (85) Claes H. De Vreese, "The Effects of frames in political Television News on issue interpretation and Frame Salience", **Journalism & Mass Communication Quarterly**, Vol. 1, No. 81, 2004, p. 36.
- (٨٦) هشام عطيه عبد المقصود، مرجع سابق، ٢٠١٧، ص ٢٠٩.
- (٨٧) ريهام عاطف، مرجع سابق، ٢٠١٧، ص ١٢٥.
- (٨٨) فهد بن عبد الرحمن الشميري، مرجع سابق، ٢٠١٠، ص ١٠٧.
- (٨٩) فاطمة محمد صالح، مرجع سابق، ٢٠١٢، ص ٩٤.
- (٩٠) سميرة سطوطاح، "التضليل الإعلامي وحرب الإشاعات في المؤسسات الإعلامية" كلية الآداب والعلوم الإنسانية ظهر المهزار - مختبر التواصل وتقنيات التعبير، المغرب: فاس، ٢٠١٦، ص ٢٦٧.
- (٩١) نفس المرجع السابق، ص ٢٦٧.
- (92) Daniel Kahenman & Amos Tversky, "Choices, Values, and Frames" **American Psychologist**, Vol. 39, No. 4, 1984, p. 350.
- (٩٣) عبد الحليم حمود، "دور الدعاية والإعلان الغربية في تشويه صورة الإسلام"، الطبعة الأولى، لبنان: مركز الدراسات والترجمة، ٢٠١٠، ص ٤٥.
- (٩٤) فهد بن عبد الرحمن الشميري، مرجع سابق، ٢٠١٠، ص ١٠٧.
- (٩٥) كلود يونان، "التضليل الإعلامي وأليات السيطرة على الرأي: الحركة السفسطانية نموذجاً"، الطبعة الأولى، القاهرة: دار النهضة العربية، ٢٠١١، ص ١٥.

- (٩٦) عاطف عدلى العبد، "مدخل إلى الاتصال والرأى العام"، القاهرة: دار الفكر العربى، ٢٠٠٧، ص ١٢٠.
- (٩٧) فاطمة الزهراء صالح أحمد، "العلاقة بين الإعلام والشائعات والصراع لشغل المجال العام"، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، العدد الثالث والخمسون، أكتوبر-ديسمبر، جامعة القاهرة، ٢٠١٤، ص ٥٤٦.
- (٩٨) متعب بن شديد الهماش، "أساليب مواجهة الشائعات: تأثير الشائعات على الأمن الوطنى"، الرياض: كلية التدريب قسم البرامج التدريبية، جامعة نايف للعلم والتكنولوجيا، ٢٠١٣، ص .
- (٩٩) حسنين شفيق، مرجع سابق، ٢٠١١، ص ١٠٤-١١١.
- (١٠٠) نفس المرجع السابق، ٢٠١١، ص ١٣٢.
- (١٠١) فهد بن عبد الرحمن الشميرى، مرجع سابق، ٢٠١٠، ص ١٠٧.
- (١٠٢) ريهام عاطف، مرجع سابق، ٢٠١٩، ص ٨٠.
- (١٠٣) دينا يحيى، "تأثير أبعاد الإطار الإعلامى للصحف المصرية على معالجة قضايا الرأى العام...دراسة فى إطار نظرية تحليل الأطر الإعلامية"، **المجلة المصرية لبحوث الرأى العام**، المجلد الرابع- العدد المزدوج، يناير - ديسمبر، ٢٠٠٣، ص ١٥.
- (١٠٤) عبد الحسين كاظم، "التضليل الإعلامى فى بث المعلومات"، جامعة بغداد، كلية الإعلام، **مجلة الباحث الإعلامى**، مجلد ١٠، العدد ٤٠، ٢٠١٨، ص ١١٣.
- (١٠٥) جوزيف س ناى، ترجمة محمد توفيق، "القوة الناعمة وسيلة النجاح فى السياسة الدولية"، الطبعة الأولى، السعودية: مكتبة العبيكان، ٢٠٠٧، ص ٨٩.
- (١٠٦) هبه حسين عبد الوهاب، "مستويات مصداقية القنوات الإخبارية العربية والأجنبية كما تراها الصفوة"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٠، ص ٨٩.
- (١٠٧) وسام نصر، "مصداقية وسائل الإعلام المصرية الحكومية والخاصة أثناء الأزمات: دراسة تطبيقية على أزمة أنفلونزا الخنازير"، **المجلة المصرية لبحوث الرأى العام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد العاشر، العدد الأول، يناير / يونيو ٢٠١٠، ص ٢٨١.
- (١٠٨) حسنين شفيق، مرجع سابق، ٢٠١١، ص ٢٣.
- (١٠٩) طارق سيد أحمد الخليفى، "معجم مصطلحات الإعلام انجليزى - عربى"، الطبعة الأولى، مصر: دار المعرفة الجامعية، ٢٠٠٨، ص ١٠٥.
- (١١٠) فريد حاتم الشحف، "الدعاية والتضليل الإعلامى الأساليب والطرق"، الطبعة الأولى، سوريا: دار علاء الدين للنشر والتوزيع، ٢٠١٥، ص ١١.
- (١١١) أيمن منصور ندا، مرجع سابق، ٢٠١٧، ص ١٩٠.

(١١٢) آيات أحمد رمضان، "آليات التضليل الإعلامي في المواقع الثقافية الموجهة للجمهور العربي . دراسة تحليلية لموقع القنطرة للحوار مع العالم الإسلامي"، **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط** ، أكتوبر / ديسمبر، ٢٠١٨، العدد ٢١، ص ٩٩.

(١١٣) محمد عبد الحميد، **مرجع سابق**، ٢٠١٣، ص ٣٢.

(١١٤) شيماء ذو الفقار، "دور المادة الإخبارية في التلفزيون المصري في تشكيل اتجاهات طلاب الجامعة نحو أداء الحكومة"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٠، ص ٨.

(١١٥) شيماء ذو الفقار، "التغطية التلفزيونية للتعديلات الدستورية وعلاقتها باتجاهات الرأي العام المصري نحو شرعية النظام السياسي"، **المؤتمر العلمي السنوي الثالث عشر: الإعلام والبناء الثقافي والاجتماعي للمواطن العربي**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مايو ٢٠٠٧، ص ٥٧٧.

p. 12. (١١٦) Jacob P. Anfinson, **Op.cit**, 2006,

(١١٧) Marc J. Hetherington, "**Why Trust matters? Declining Political trust and the Demise of American Liberalism**", New Jersey: Princeton Press, 2005, p. 90.

(١١٨) وفاء على داوود، "قيمة الثقة السياسية بين المواطن والحكومة: دراسة الحالة المصرية خلال الفترة (يوليو ٢٠٠٤ - يوليو ٢٠٠٩)"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة، ٢٠١١، ص ٣٠.

(١١٩) سلوى العامري، "الشباب وقضايا السياسة: الواقع والرؤى المستقبلية"، **المجلة الاجتماعية القومية**، القاهرة: المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، المجلد الثامن والثلاثون، العدد الثاني، ٢٠٠١، ص ٥٤.

(١٢٠) Hart, V., "**Distrust and Democracy: Political Distrust in Britain and American**" New York: Cambridge University Press, 1987, p. 280.

(١٢١) عربى محمد المصرى، **مرجع سابق**، ٢٠٠٠، ص ١٢٥.

(١٢٢) شيماء ذو الفقار، **مرجع سابق**، ٢٠٠٧، ص ٢١٦.

(١٢٣) عبد العزيز محمد سالم، "أصول الحريات العامة في مملكة البحرين: دراسة مقارنة بالدراسات العربية والفقه وأحكام القضاء"، **الطبعة الأولى**، البحرين: مركز البحرين للدراسات والبحوث، ٢٠٠٨، ص ١٠.

(١٢٤) عبد الحسين كاظم، **مرجع سابق**، ٢٠١٨، ص ١١٤.

(١٢٥) محمد سعد إبراهيم، **مرجع سابق**، ٢٠٠٢، ص ٢٦٧.

(١٢٦) عبد الله محمد عبد الرحمن، السيد شحاته السيد، **مرجع سابق**، ٢٠٠٥، ص ٢٨٧.

- (١٢٧) حسنين شفيق، مرجع سابق، ٢٠١٧، ص ٢٧
- (١٢٨) متعب بن شديد الهماش، "أساليب مواجهة الشائعات: تأثير الشائعات على الأمن الوطني"، الرياض: كلية التدريب قسم البرامج التدريبية، جامعة نايف للعلم والتكنولوجيا، ٢٠١٣، ص ٣٠.
- (١٢٩) عفت عبد الله الزغبى، مرجع سابق، ١٩٩٨، ص ٩.
- (١٣٠) حسنين شفيق، مرجع سابق، ٢٠١١، ص ٧.
- (١٣١) عبد الحسين كاظم، مرجع سابق، ٢٠١٨، ص ١١٤.
- (١٣٢) آيات محمد رمضان، مرجع سابق، ٢٠١٨، ص ١٠٠.
- (133) <https://www.sis.gov.eg>.
- (١٣٤) الجريدة الرسمية، العدد ٣٤، مكرر (هـ)، ٢٧ أغسطس ٢٠١٨.
- (135) <https://m.facebook.com>.
- (136) <https://dabegad.com> فيس بوك
<https://instagram.com/dabegad> إنستجرام
<https://twitter.com/dabegad> وتويتر .
- (137) <https://www.facebook.com/matsda2sh> فيسبوك
<http://twitter.com/matsdash> . تويتر .
- (138) <https://www.facebook.com/faloo.nub> فيسبوك
<https://instagram.com/dabegad> إنستجرام
http://twitter.com/falso_nub وتويتر
قناة يوتيوب، <https://www.youtube.com/channel/UCzllC48EN-rNsmxt1v6LVWA>
وإنستجرام <https://instagram.com/falso.nub>
- (139) <https://gate.ahram.org.eg/News/1920405.aspx>.
- (١٤٠) الجريدة الرسمية، العدد ٣٤، مكرر (هـ)، ٢٧ أغسطس ٢٠١٨.
- (١٤١) الجريدة الرسمية، العدد ٣٢، مكرر (ج)، ١٤ أغسطس ٢٠١٨.
- (142) <https://m.youm7.com/story/2019/9/16/4417796..>
- (١٤٣) الجريدة الرسمية، العدد ٢٨، مكرر (هـ)، ١٥ يوليو ٢٠٢٠.

- (¹⁴⁴) Monhero, Nzawa "Al Jazeera as political tool within the Qatari contradictions", **Unpublished Ph.D.**, American university of Cairo, 2011.
- (¹⁴⁵) Oren Kessler. The Two Faces of Al Jazeera, **Middle East Quarterly**, 2012 p, 56-47.
- (¹⁴⁶) Al buqueraue, Raquel."What role has al Jazeera and Social Media Played in The Revolutions of Tunisia and Egypt? An Analysis of the Role of Media in Revolutionary Context University of St Andrews, **Unpublished MA.** Scotland. 2012.

(*) أسماء السادة المحكمون:

- أ.د. عادل عبد الغفار عميد كلية الإعلام، جامعة النهضة.
أ.د. عادل فهمي الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
د. نشوى عقل الأستاذ المساعد بقسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
د. محمد نبيل طلب الأستاذ المساعد بقسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام جامعة القاهرة.
- (*) د/ نشوى عقل
د/ سالى جاد
أ/ أسماء عبد الله
أ/ محمد سالم
(١٤٧) أسامة هيكل، مرجع سابق، ٢٠١٥، ص ٧٨:٨٤.
- (*) د/ نشوى عقل
د/ سالى جاد
أ/ أسماء عبد الله
أ/ محمد سالم
(١٤٨) حسنين شفيق، مرجع سابق، ٢٠١١، ص ٢٣.
(١٤٩) فريد حاتم الشحف، " الدعاية والتضليل الإعلامى الأساليب والطرق"، الطبعة الأولى، سوريا: دار علاء الدين للنشر والتوزيع، ٢٠١٥، ص ١١.
(١٥٠) أيمن منصور ندا، مرجع سابق، ٢٠١٧، ص ١٩٠.
(١٥١) عربى محمد المصرى، مرجع سابق، ٢٠٠٠، ص ١٢٥.
(١٥٢) شيماء ذو الفقار، مرجع سابق، ٢٠٠٧، ص ٢١٦.

- (١٥٣) عبد الله محمد عبد الرحمن، السيد شحاته السيد، مرجع سابق، ٢٠٠٥، ص ٢٨٧.
- (*) أ/ أسماء عبد الله أ/ أحمد رفعت أ/ شاهيندا عز
- (١٥٤) هبه حسين عبد الوهاب، "مستويات مصداقية القنوات الإخبارية العربية والأجنبية كما تراها الصفوة"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٠، ص ٨٩.
- (١٥٥) وسام نصر، "مصداقية وسائل الإعلام المصرية الحكومية والخاصة أثناء الأزمات: دراسة تطبيقية على أزمة أنفلونزا الخنازير"، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد العاشر، العدد الأول، يناير / يونيو ٢٠١٠، ص ٢٨١.
- (156) Sue Yeon Syn, Kung un kim, "The impact of source credibility on young Adults." *The American society for information science and technology*, 2014, Vol 50, N.1, pp10-11.
- (١٥٧) ريهام عاطف، مرجع سابق، ٢٠١٧، ص ١٢٥.
- (158) Claes H. De Vreese, "The Effects of frames in political Television News on issue interpretation and Frame Salience", *Journalism & Mass Communication Quarterly*, Vol. 1, No. 81, 2004, p. 36.
- (١٥٩) حازم محمد الحمداني، "الدعاية السياسية بين الماضي والحاضر"، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٢، ص ١٧٩.
- (١٦٠) سمية أحمد الألفي، "اتجاهات الصحافة المصرية نحو السلطة الحاكمة في مصر بعد ثورة ٢٥ يناير"، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة المنصورة، ٢٠١٥، ص ٤٦.
- (١٦١) فاطمة محمد صالح، مرجع سابق، ٢٠١٢، ص ٩٤.
- (١٦٢) فهد بن عبد الرحمن الشميري، ٢٠١٠، مرجع سابق، ٢٠١٠، ص ١٠٧.
- (١٦٣) نفس المرجع السابق، ص ١٠٧.
- (١٦٤) سارة شوقي عبد الستار، "العناصر الفنية والتحريرية في التقارير الإخبارية في القنوات الفضائية الإخبارية (دراسة مقارنة)"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٠، ص ١٢٢.
- (١٦٥) حمزة السيد حمزة خليل، "دلالة تأطير الصورة في تناول الإعلامى لثورة ٣٠ يونيو) دراسة تحليلية مقارنة لمواقع الصحف الإلكترونية المصرية والعربية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الإعلام التربوي، كلية التربية النوعية، جامعة طنطا، ٢٠١٧، ص ٦٥.