

الدعاية السياسية في قناتي الجزيرة والبي بي سي

(دراسة مقارنة)

د. تحسني محمد أنيس شراقة

الدكتور المساعد في كلية الصحافة والإعلام

جامعة الزرقاء

الملخص:

هدفت الدراسة تعرفُ تأثير الدعاية السياسية على متابعي قناتي الجزيرة والبي بي سي من وجهة نظر طلبة كليات الإعلام. بالإضافة إلى الكشف عما إذا كان هناك فروق إحصائية عند مستوى ($\alpha=0.05$) بين متوسط اجابات طلبة كليات الإعلام في جامعتي اليرموك والزرقاء، نحو تأثير الدعاية السياسية في قناتي الجزيرة والبي بي سي، تُعزى لمتغيرات الدراسة (الجنس، السنة الدراسية)، وتكونت عينة الدراسة من طلبة كليات الإعلام والبالغ عددهم (150)، واستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، وتوصل من خلاله إلى النتائج الآتية:

- 1- ما تأثير الدعاية السياسية لقناة الجزيرة أتي أكبر من تأثير الدعاية السياسية لقناة البي بي سي من وجهة نظر طلبة كليات الإعلام.
- 2- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha=0.05$) بين متوسط اجابات طلبة كليات الإعلام في جامعتي اليرموك والزرقاء، نحو تأثير الدعاية السياسية في قناتي الجزيرة والبي بي سي، تُعزى لمتغير الجنس.
- 3- توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) بين متوسط اجابات طلبة كليات الإعلام في جامعتي اليرموك والزرقاء، نحو تأثير الدعاية السياسية في قناتي الجزيرة والبي بي سي، تُعزى لمتغير السنة الدراسية. وبناء على البيانات والنتائج التي أسفرت عنها الدراسة النظرية والميدانية، فإن الباحث أوصى بالآتي:
التعرف إلى آليات عمل كل من قناتي الجزيرة والبي بي سي لبحث الدعاية السياسية والطرق المستخدمة في ذلك. وضرورة استقلال البرامج عن أفكار حكوماتها، وإيجاد الكادر الفني والإداري المناسب لتلك البرامج. إضافة إلى العمل تأسيس فضائية عربية متخصصة، مستقلة وبمصادر تمويل من جهات عربية ذات نوازع محايدة تؤكد على الخطاب العربي الغير خاضع للايديولوجيات السياسية والدينية والاجتماعية المتخلفة وبكادر تخصصي سواء الإداري أو الإعدادي أو الفني.

Abstract.

This Study aimed to identify the effect of political propaganda on those who watch Al-Jazeera and the BBC from the viewpoint of the students at Media Colleges. In addition to detect whether there was statistical differences at ($\alpha = 0.05$) between the average answers of the students at Media Colleges at the Universities of Yarmouk and Zarqa, about the impact of the political propaganda of Al Jazeera and the BBC, due to the variables of the study (sex, Academic year), The study sample consisted of (150) students from the faculties of the Media. The descriptive analytical method was used. The research concludes with the following results:

1. The effect of the political propaganda for Al-Jazeera Channel is greater than this of the BBC channel from the viewpoint of the students of Media Colleges.
2. There were no statistically significant differences at ($\alpha = 0.05$) between the average answers of the students at Media colleges at the Universities of Yarmouk and Zarqa, about the impact of political propaganda in Al Jazeera and the BBC Channels, due to the variable of sex.
3. There are statistically significant differences at ($\alpha = 0.05$) between the average answers of the student at Media Colleges at the Universities of Yarmouk and Zarqa, about the impact of the political propaganda in Al Jazeera and the BBC Channels, due to the academic year.

Based on the data and the results of the theoretical and empirical study, the researcher recommended the following:

Recognizing the work mechanisms for both of Al Jazeera and the BBC channels and how they broadcast the political propaganda and the methods used in those mechanisms. The researcher also assures the need for the independence of programs from the ideas of their governments, with providing the appropriate technical and administrative staff for those programs. In addition to working on establishing an Arab specialized satellite Channel, which is independent and with neutral financing sources of desires from Arab parties that assures the Arab discourse which is not subject to the backward political, religious or social ideologies with a specialist staff on the administrative, preparatory and technical levels

مقدمة

وفي هذا السياق لابد من الإشارة إلى أن

السياسة الإعلامية ترتبط بالأوضاع السياسية، والاقتصادية، والأمنية، والاجتماعية، والحربية، بمعنى أن الإعلام يرتبط بقوى الدولة الشاملة ومن ثم فهو يسعى بطريق غير مباشر لتحقيق الأمن الوطني، من خلال التغطية الإعلامية ومن خلال الإسهام في بناء المواطن وتحسينه ضد أي غزو إعلامي أو فكري معاد. كما يقوم الإعلام بدور مهم في تنمية الوعي السياسي لدى المواطنين واستيعابهم لما يدور على الساحة الداخلية، حيث يتناول القضايا الوطنية التي تؤثر في قدرات الدولة السياسية، من خلال الشرح والتحليل لهذه القضايا وتعريف المواطن بأسبابها وأساليب التعامل معها (العزي، ٢٠٠٨).

وتجدر الإشارة إلى أن الدعاية والإعلام على وجه التحديد هما نظام متصل، أحد طرفيه الإعلام كعملية قائمة على نشر الأخبار والمعلومات والآراء بصورة محايدة وموضوعية، بينما تقع الدعاية أن كانت سياسية أو غير ذلك على الطرف الثاني كعملية قائمة على التشويه والتدخل وحجب المعلومات والآراء أو تلويحها بحسب أهداف ومصالح الأشخاص والقوى الاجتماعية التي تتحكم في وسائل الإعلام وتسيطر عليها، وبمقدار اقتراب أو ابتعاد الرسالة الإعلامية من أحد طرفي هذا

تُعتبر الدعاية بشكل عام والدعاية السياسية بشكل خاص من أقوى أدوات الاتصال العصرية التي تعين المواطن على معايشة العصر والتفاعل معه، كما أصبح لها دور مهم في شرح القضايا وطرحها على الرأي العام من أجل تهيئته إعلامياً، وبصفة خاصة تجاه القضايا المعنية بالأمن الوطني. ومن هذه الزاوية يعتبر القرن الحادي والعشرون عصر الإعلام والدعاية الدولية بكل مكوناتها السياسية والاقتصادية والاجتماعية في ظل ثورة الاتصال والمعلومات، تلك الثورة التي لن تتوقف مع استمرار عملية الابتكار والتغيير والتي أدت إلى إحداث تطور ضخم في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، وجعلت السماء مفتوحة تسبح فيها الأقمار الصناعية لتمتد رسالة الإعلام إلى أرجاء المعمورة، وليصبح العالم قرية الكترونية صغيرة، والواقع أن الإعلام والدعاية الدولية في العصر الحديث أصبحاً جزءاً من حياة الناس، كما أن بناء الدولة اقتصادياً، واجتماعياً، وسياسياً، يتطلب الاستعانة بمختلف وسائط ووسائل الإعلام، بل أن مشروعات التنمية لا يمكن أن تنجح إلا بمشاركة الشعوب وهو أمر لا يتحقق إلا بمساعدة الإعلام وتفعيله بالطرق الناجعة.

التفكير في كيفية تطوير المؤسسة الإعلامية من أجل بناء مواكبة هذه التغيرات، حيث تتعاظم مسؤولياتها في الاستجابة لتحديات هذه التطورات ومواكبة التقدم الإعلامي في العالم، والعمل على تطويره واستيعاب تطبيقاته وإجراء الأبحاث والدراسات في مختلف ميادين الإعلام والدعاية السياسية؛ وهذا يعني حسب رأي الباحث أن البحث في معرفة تأثير الدعاية السياسية في قناتي قناتي الجزيرة و البي بي سي من وجهة نظر طلبة كليات الإعلام له مبرراته في ظل ما يُطرح على الساحة العربية والعالمية من أحداث تمس الواقع العربي (الربيع العربي).

أولاً: مشكلة الدراسة

مما لا شك فيه أن الثورة الإعلامية أو تكنولوجيا الإعلام التي يشهدها العالم قد قلبت كل الموازين وأضحى الإعلام ركيزة أساسية في بناء مقومات المجتمعات من حيث ما تبثه القنوات الفضائية من روح الصورة النمطية للدعاية السياسية المتصلة بالأحداث التي تجري في هذا الكوكب ولأن الإعلام أداة فاعلة متكاملة فلا بد من تفعيل أدائه لترسيخ الثوابت الأساسية للمؤسسات الإعلامية، ومن هذا المنطلق فإن الدراسات والبحوث التي أجريت في مجال الدعاية السياسية واستغلال الدعاية من قبل القنوات الفضائية العربية من المواضيع القديمة إلا أنه لم يلاحظ وجود أي دراسات حديثة في هذا المجال ولكن جاء الاهتمام بمجال الإعلام بشكل عام والدعاية السياسية بشكل خاص من خلال عدد من المختصين في المجال الإعلامي حول أثر الدعاية السياسية على فئة الشباب في المجتمع العربي.

وتجدر الإشارة إلى أن الوضع الراهن، والواقع الجديد المتصل بالواقع العربي واحتمالاته المستقبلية

النظام المتصل يمكن أن نحكم عليها إذا ما كانت تنتمي إلى الإعلام أم الدعاية (تشومسكي، ٢٠٠٠).

ويختلف الخبراء في تعريف الدعاية السياسية وما يدخل في إطارها، والاختلاف بينها وبين الإقناع الذي نشاهده في الإعلانات التجارية والحملات السياسية، فالبعض يرى أن أي خطاب ذي ملمح واحد هو نوع من أنواع الدعاية، بينما يعتمد آخرون على صيغة الإقناع التي تحدد نوع الخطاب، فعلى سبيل المثال، نجد أن غالبية أصحاب الدعاية، ومنظمي الحملات السياسية يعملون بشكل واضح ويعلمون أهدافهم بصدق، ولكن هناك معلنين ومنظمي حملات سياسية ممن يعرضون مجموعة حقائق، أو أنصاف حقائق، أو أكاذيب وأنواع من التضليل تخدم غرضهم في إقناع جمهورهم بشكل فعال. ويصف بعض الخبراء كل هؤلاء بأنهم دعائيون، أما بقية الخبراء فيعدون الكاذبين والمضللين بأنهم فعلاً دعائيون، وهناك بعض الناس ممن يعتقدون بأن الدعاية ليست حسنة وهي ليست كذلك سيئة، ومعظمهم يستحسن استخدام الدعاية لأغراض جمع الأموال للجمعيات الخيرية. وهناك أفراد آخرون يرون أن الشعب يحتاج إلى معلومات دقيقة لصنع قرارات حكيمة، وأن الدعاية تمنع نشر تلك المعلومات، ويخشون كذلك من أن تحدث الدعاية نوعاً من الغباء السياسي وتقتل القدرة على الحل السليم، وللدعاية نتائج ثانوية في المدى القصير مثل شراء سلعة. ولكن هناك أنواعاً أخرى من الدعاية ذات تأثير خطير (دانكان، ١٩٩٧).

انطلاقاً مما سبق يصبح من الضروري أن تقوم المؤسسات الإعلامية بتوظيف التفكير السياسي فالعالم يتغير بسرعة، والنظام العالمي يتحول تحولات كيفية غير مسبوقه في المجالات جميعها، مما يتطلب

٣- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) بين متوسط طلبة كليات الإعلام في جامعتي اليرموك والزرقاء، نحو تأثير الدعاية السياسية في قناتي الجزيرة والبي بي سي، تُعزى لمتغير الجنس؟

٤- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) بين متوسط طلبة كليات الإعلام في جامعتي اليرموك والزرقاء، نحو تأثير الدعاية السياسية في قناتي الجزيرة والبي بي سي، تُعزى لمتغير السنة الدراسية؟

ثالثاً: أهمية الدراسة

تتبلور أهمية الدراسة في الآتي:

١- إلقاء الضوء على ما تبثه قناتي الجزيرة والبي بي سي، فيما يتعلق بالدعاية السياسية وما يرتبط بالظروف العاصفة في المنطقة وخاصة ما يسمى بـ (الربيع العربي).

٢- البحث في الجهات الممولة للدعاية السياسية والغاية المرجوة من الدعاية السياسية من قبل قناتي الجزيرة والبي بي سي.

٣- تأثير الدعاية السياسية في قناتي الجزيرة والبي بي سي من وجهة نظر طلبة كليات الإعلام في جامعتي اليرموك والزرقاء؛ من حيث قدرتها على توظيفها في المجالات السياسية والاجتماعية والاقتصادية.

٤- تسهم في الكشف عن طبيعة فكر طلبة كليات الإعلام في الجامعات الأردنية نحو تأثير الدعاية السياسية.

٥- تساعد في توفير خلفية نظرية وعملية للقائمين على القنوات الفضائية اللعربية.

أوجد تحديات هامة وخطيرة، ووضع على المؤسسات الإعلامية مسؤولية مواجهتها والتعامل معها في الحاضر والمستقبل، وخاصة مع التوقعات بتزايد حدة وتسارع هذه التحديات في المستقبل في ظل التطورات والتغيرات التي يشهدها العالم في مختلف الميادين وخاصة السياسية منها. ولما كانت المؤسسات الإعلامية ومنها القنوات الفضائية مطالبة بتطوير بنيتها وفقاً للتطورات السياسية الحادثة في العالم بشكل عام والعالم العربي بشكل خاص (الربيع العربي) حتى تواكب كل ما يستجد على الساحة الدولية؛ فإن ذلك لن يحدث إلا من خلال تطوير نظمها وبرامجها وسياساتها، وفقاً لهذه المستجدات؛ وذلك بتوظيف الدعاية السياسية بالشكل الأمثل.

ومن هنا فإن ما سبق يدعو الباحث إلى النظر في تأثير الدعاية السياسية في قناتي الجزيرة والبي بي سي من وجهة نظر طلبة كليات الإعلام في إطار تشخيص وفهم لسياق ما تبثه قناتي الجزيرة والـ bbc في سياق الأوضاع المجتمعية الراهنة للعالم العربي، محلاً ومفسراً ومقدماً إجابات عن سؤال الدراسة الرئيس الآتي:

ما تأثير الدعاية السياسية في قناتي الجزيرة والبي بي سي من وجهة نظر طلبة كليات الإعلام؟

ثانياً: أسئلة الدراسة، تتبلور أسئلة الدراسة من خلال التساؤل الرئيس للمشكلة، وتتمثل في الآتي:

١- ما تأثير الدعاية السياسية على متابعي قناة الجزيرة من وجهة نظر طلبة كليات الإعلام؟
٢- ما تأثير الدعاية السياسية على متابعي قناة البي بي سي من وجهة نظر طلبة كليات الإعلام؟

وتحديد الأبعاد الأساسية من خلال دراسة مجالين للدراسة والتي ستكون محاور أساسية للدراسة الميدانية وهذين المجالين هما: ١- مجال يتصل بما تبثه قناة الجزيرة من دعاية سياسية ٢- مجال يتصل بما تبثه قناة البي بي سي من دعاية سياسية.

سادساً: مفاهيم الدراسة

الدعاية السياسية: الدعاية السياسية هي محاولة التأثير علي الرأي العام وعلي سلوك المجتمع أو المجتمعات وهي اللغة السياسية الموجهة للجماهير والتي تستعمل رموز وكلمات خاصة وهدف دعائي للتأثير على موقف الجماهير إزاء قضية أو (قضايا) معينة (البهالي، ٢٠٠٩). ويعرفها الباحث إجرائياً ضمن سياق هذه الدراسة بأنها كل ما تبثه قناتي الجزيرة والـ bbc من أفكار تؤثر على المشاهد العربي في خضم الظروف المحيطة بالمنطقة.

قناة الجزيرة: هي شبكة تلفزيون مقرها في (الدوحة، قطر) بدأت بوصفها قناة فضائية للأنباء العربية والشؤون الجارية، ومنذ ذلك الحين مع نفس الاسم "الجزيرة" توسعت الشبكة بعدد من المنافذ، منها الشبكة (الإنترنت) وقنوات تلفزيونية متخصصة في لغات متعددة، في عدة مناطق من العالم (الموسوعة الحرة).

طموح قناة الجزيرة في بث الآراء المخالفة، أثار جدلاً في دول الخليج العربي والعديد من الدول العربية، واكتسبت المحطة اهتماماً عالمياً في أعقاب هجمات ١١ سبتمبر ٢٠٠١ عندما كانت القناة الوحيدة التي تغطي الحرب على أفغانستان على الهواء مباشرة من مكتبها هناك، وتبث شريط فيديو لأسامة بن لادن

رابعاً: أهداف الدراسة

تتبلور أهداف الدراسة في الآتي:

- ١- تعرفُ تأثير الدعاية السياسية على متابعي قناة الجزيرة من وجهة نظر طلبة كليات الإعلام.
- ٢- تعرفُ تأثير الدعاية السياسية على متابعي قناة البي بي سي من وجهة نظر طلبة كليات الإعلام.
- ٣- الكشف عما إذا كان هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) بين متوسط طلبة كليات الإعلام في جامعتي اليرموك والزرقاء، نحو تأثير الدعاية السياسية في قناتي الجزيرة و البي بي سي، تُعزى لمتغير الجنس.
- ٤- الكشف عما إذا كان هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) بين متوسط طلبة كليات الإعلام في جامعتي اليرموك والزرقاء، نحو تأثير الدعاية السياسية في قناتي الجزيرة و البي بي سي، تُعزى لمتغير السنة الدراسية.

خامساً: حدود الدراسة

تمثلت حدود الدراسة في:

- ١- الحدود المكانية: تم تطبيق أدوات الدراسة في جامعتي اليرموك والزرقاء.
- ٢- الحدود الزمانية: تم تطبيق أدوات الدراسة في العام الدراسي ٢٠١٥.
- ٣- الحدود البشرية: تم تطبيق أدوات الدراسة على طلبة كليات الإعلام.
- ٤- حدود الموضوع: اقتصرت الدراسة على معرفة تأثير الدعاية السياسية في قناتي الجزيرة و البي بي سي من وجهة نظر طلبة كليات الإعلام،

السياسية من خلال بعض المصطلحات المتصلة بهذا المفهوم.

ومن هذا المنطلق فقد أشار "عاطف عدلي العبد" في كتابه الموسوم بـ (الدعاية الأسس النظرية والنماذج التطبيقية). لبعض المصطلحات المتصلة بمفهوم الدعاية السياسية كالاتي: (العبد، ٢٠٠٨).

أولاً: الدعاية السياسية والتحريض

يشير مفهوم التحريض إلى الحث على القيام بعمل معين أو الحث على الامتناع عن عمل معين وله عدة صور، والتحريض كما يراه (لينين) الزعيم السوفييتي أنه استخدام نصف الحقيقة والشعارات لتحريك الجماهير الذين يعتقد أنهم غير قادرين على فهم الحقائق المعقدة.

ومن خلال ما سبق تتجلى الدعاية السياسية في استخدام البراهين التاريخية والعلمية لإقناع الأقلية المثقفة وما نراه هنا في علاقة التحريض بالدعاية السياسية هو أن التحريض يكون ضمناً داخل بوتقة الدعاية السياسية التي تقوم على الإقناع والتأثير على الجماهير بكافة الصور.

ثانياً: الدعاية السياسية والإعلانات

من المعتاد أن يُقرن مصطلحي الدعاية والإعلان، فالدعاية السياسية تتشابه مع الإعلان من حيث التسويق فالدعاية هي تسويق للأفكار والأطروحات والسياسات والإعلان هو تسويق لمنتج معين، ولكن ثمة اختلاف بين المصطلحين في الأهداف، فهدف الدعاية السياسية هو التأثير على الرأي العام للوصول إلى أهداف أخرى معلنة أو غير معلنة أما هدف الإعلان فهو الترويج لمنتج بغية تحقيق مكاسب مادية، فالهدف في الدعاية

وغيره من زعماء القاعدة وأيضاً اكتسبت القناة اهتماماً بالغاً من الشعوب العربية لتغطيتها المتميزة للثورات العربية في تونس ومصر وليبيا وسوريا واليمن.

وتنافس قناة الجزيرة كبرى القنوات العالمية باللغتين العربية والإنجليزية. في يونيو 2012، تم فتح باقة قنوات بي إن سبورت في فرنسا التابعة لشبكة الجزيرة والتي يترأسها ناصر الخلفي، حيث تختص في الرياضية، وتتضمن ١٠ قنوات وأصبحت في غضون ٣ أشهر أكبر قناة رياضية في فرنسا (الموسوعة الحرة).

قناة الـ bbc: هي شبكة لنقل الأخبار والمعلومات إلى العالم العربي عبر عدة وسائل، تشمل الإنترنت والراديو والتلفزيون والهواتف المحمولة. وتعد بي بي سي العربية أكبر وأقدم خدمة إعلامية تطلقها بي بي سي بلغة غير الإنجليزية، وقد واصلت تطورها منذ انطلاقتها في ٣ يناير/ كانون الثاني عام ١٩٣٨ حتى صارت في مقدمة المحطات الإعلامية في العالم. وكانت تعرف منذ نشأتها وحتى التسعينات بـ "القسم العربي بـ هيئة الإذاعة البريطانية" (الموسوعة الحرة).

الإطار النظري

تمهيد

تعتبر الدعاية السياسية من الوسائل المعروفة للتأثير على الأوساط المجتمعية، وذلك من خلال تشابكها مع غيرها من المصطلحات المتصلة بشكل عام بالإعلام، وهذه المصطلحات تختلط مع بعضها البعض حتى يصعب الأمر على القارئ في التمييز في دلالة مصطلح الدعاية السياسية عن غيره من المصطلحات، وسيقوم الباحث بمحاولة متواضعة لبيان ماهية الدعاية

الدعاية العمودية: وهي تلك الدعاية التي تصدر من أعلى الهرم (السياسي- الاجتماعي- الديني) أي من أعلى هرم السلطة ويسعى للتأثير على الجماهير التي تشكل القاعدة، فتكون الدعاية من أعلى الهرم إلى قاعدته، ولذلك سميت دعاية عمودية.

الدعاية الأفقية: وهي تلك الدعاية التي تنطلق من عضو في جماعة معينة، ولا تنطلق من ذي سلطة أو رئيس لجماعة إنما عضو فيها وتنتشر هذه الدعاية بين الجماعة أفقياً وربما تكون إحدى نتائجها أو أهدافها تولى زعامة الجماعة وغالباً ما تطبق في انتخابات الأحزاب.

كما تم تقسيم الدعاية من حيث الوظيفة من خلال ما عرضته (العبد الله، ٢٠٠٦) إلى:
الدعاية التحريضية: هي تلك الدعاية التي يقودها جماعة أو حزب يسعى للحكم ويقوم بتحريض الجماهير لتقبل تغيرات جذرية.

الدعاية الاندماجية: وهي تلك الدعاية التي تهدف إلى العمل على توازن المجتمع وتوحيده وتعزيزه وهي مفضلة لدى الحكومات ويمارسها غالباً الحزب الحاكم.

بالإضافة إلى ما سبق من تقسيمات فقد قام "العساف" من خلال دراسته حول أساليب الإدارة المتقدمة للدعاية الإعلامية الدولية إلى تقسيم الدعاية من حيث الأسلوب إلى الآتي:

الدعاية الظاهرة: وهي تلك الدعاية التي تكون في العلن ويكون لها تنظيم شهير ومعروف وهدف معلن وواضح.

الدعاية الكامنة: وهي تلك الدعاية التي تخفي أهدافها ومصدرها ولا يكون الرأي العام واعياً بها وهي شديدة الخطورة.

سياسي وفي الإعلان الاقتصادي أو تجاري والإعلان عامةً يكون إشهار لواقعة والإعلام عنها.

ثالثاً: الدعاية السياسية والحقيقة

تجدر الإشارة إلى أن الاستعمال الشائع لمصطلح الدعاية يعني الكذب، وفي علاقة الدعاية السياسية بالحقيقة فتكون الدعاية هي كل ما هو زائد عن الحقيقة أو موجود لجانبها أو يحل محلها (وفقاً للاستعمال الشائع للكلمة) ربما يكون هذا المعنى صحيح أحياناً ولكنه ليس صحيح مطلقاً فقد تكون الدعاية السياسية هي الحقيقة وقد تكون غير ذلك.

كما تتطرق "دورندان" في كتابه (الدعاية والدعاية السياسية) إلى تقسيمات الدعاية السياسية والتي يتم من خلالها التعرف على نوع الدعاية وآلية عملها واتجاهها طبقاً لمضمونها (بيضاء- سوداء- رمادية) فكانت التقسيمات كالآتي: (دورندان، ١٩٨٦).

الدعاية البيضاء: وهي عبارة عن ذلك النشاط العلني من أجل هدف معين ومعلن وهي ما تكون غالباً خارجية أي موجهة للخارج (كالدعاية التي يقوم بها نظام سياسي لتضخيم نجاحاته)

الدعاية السوداء: وهي تلك الدعاية التي لا تكشف عن مصادرها الحقيقية وتتمو بطرق سرية داخل أراض العدو وتهدف إلى إشاعة الفتن والتشويش على الرأي العام

الدعاية الرمادية: وهي تلك الدعاية التي لا تخشى من أن يقف الرأي العام على مصادرها الحقيقية وتختفي وراء هدف معين غير معلن.

كما قسم "الدليمي" الدعاية طبقاً لمصدرها وصنفها في الآتي: (الدليمي، ٢٠١١).

ثم تحليلها بهدف الوصول إلى نتائج معينة تساعد في تفسير الظاهرة والإجابة عن أسئلة الدراسة، وذلك من خلال استبانة تتناول محاور الدراسة.

ثانياً: المجتمع الأصلي وعينة الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة من جميع طلبة كليات الإعلام في جامعتي اليرموك والزرقاء، في خطوة تالية اختار الباحث عينة قصدية مؤلفة من (١٥٠) طالباً وطالبة من طلبة كليات الإعلام بجامعتي اليرموك والزرقاء.

وبعد تحديد حجم العينة المطلوب، اختيرت العينة مع مراعاة نسب توزعهم في المجتمع الأصلي حسب متغيري السنة الدراسية والجنس، والجدول الآتي يبين توزع عينة الدراسة وفقاً لمتغيري السنة الدراسية والجنس.

الجدول (١) توزع عينة الدراسة وفق متغيري

السنة الدراسية والجنس

المجموع	الجنس		السنة الدراسية
	الإناث	الذكور	
٣٩	٢٠	١٩	الأولى
٣٥	١٨	١٧	الثانية
٢٩	١٤	١٥	الثالثة
٢٥	١٢	١٣	الرابعة
٢٢	١٠	١٢	دراسات عليا
١٥٠	٧٤	٧٦	المجموع

يتضح من قراءة الجدول (١) أن عينة الدراسة توزعت بحسب الجنس إلى (٧٦) طالباً يمثلون نسبة (٥٠.٦٦%) من مجموع العينة، و(٧٤) طالبة بنسبة قدرها (٤٩.٣٤%). كما يتضح من

وأخيراً يرى الباحث من خلال ما سبق أن الدعاية السياسية فن مزيف الغرض الأساس منه التأثير على عقول الناس وسلوكهم العام بما يتناسب مع رغبات المصالح السياسات المتصلة بالدول أو الأشخاص أو ممول القناة الفضائية. ويتم ذلك عن طريق نشر معلومات وحقائق مضللة وفبركة قصص ليس لها أساس من الصحة، وهذا ما حدث بالضبط في الوقت الراهن من ظروف تحيط بالمنطقة العربية ومنها (الربيع العربي). كما أن الدعاية السياسية وضعت المتلقي في متاهات لا مخرج منها، فلا يوجد مصدر حقيقي وصادق للمعلومات والأخبار جميعها مفبركة يصبح المتلقي عند سماعها غير قادر على تمييز الحقيقة فتتضارب أفكاره، ويتشتت ذهنه من خلال ما يعرض على القنوات الفضائية وبدون استثناء وكلاً حسب مصالحه واتجاهاته الايديولوجية.

منهج الدراسة وإجراءاتها

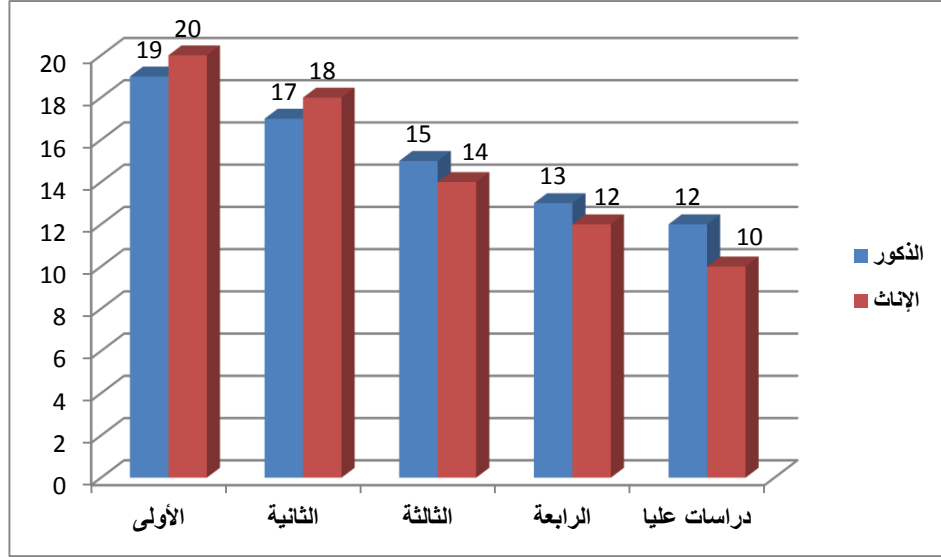
حدد الباحث إشكالية دراسته بالسؤال الرئيس الآتي: ما تأثير الدعاية السياسية في قناتي الجزيرة والي بي سي من وجهة نظر طلبة كليات الإعلام؟ وللإجابة عن أسئلة الدراسة قام الباحث بعدد من الإجراءات، تتمثل في تحديد المنهج، ووصف مجتمع الدراسة، والأداة التي استخدمت فيها، وما تحقق لها من دلالات صدق وثبات، والطريقة التي جمعت من خلالها المادة العلمية للدراسة. وفيما يلي توضيح لذلك.

أولاً: منهج الدراسة

اتباع الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، حيث رصد ما تأثير الدعاية السياسية على متابعي القنوات الفضائية الجزيرة والي بي سي من وجهة نظر طلبة كليات الإعلام، وجمع البيانات حولها،

الرابعة بلغت (٢٥) طالباً وطالبة، ومرحلة الدراسات العليا بلغت (٢٢) طالباً وطالبة، والشكل البياني الآتي يوضح ذلك:

الجدول السنة الأولى من الذكور والإناث بلغت (٣٩) طالباً وطالبة، والسنة الثانية بلغت (٣٥) طالباً وطالبة، والسنة الثالثة بلغت (٢٩) طالباً وطالبة، والسنة



الشكل (١) توزيع عينة الدراسة وفق متغيري الجنس والسنة الدراسية

في حين خصّص القسم الثاني لبنود الاستبانة، البالغ عددها (١٥) عبارة، موزعة على مجالين. والجدول الآتي يوضح ذلك.

الجدول (٢) أرقام العبارات التي تنتمي إلى محاور الدراسة

عبارات الجزييرة	عبارات البي بي سي
١	٢
٣	٤
٥	٦
٧	٨
٩	١٠
١١	١٢
١٣	١٤
١٥	-

رابعاً: أداة الدراسة

لتحقيق أهداف الدراسة أعدّ الباحث استبانة تضمنت محاورين بهدف التعرف إلى تأثير الدعاية السياسية على متابعي القنوات الفضائية الجزييرة و البي بي سي من وجهة نظر طلبة كليات الإعلام. وقد اتجه الباحث لأخذ رأي طلبة كليات الإعلام حول تأثير الدعاية السياسية على متابعي القنوات الفضائية الجزييرة والبي بي سي، وكذلك العبارات التي تتدرج تحت كل محور، حيث يُطلب من المستجيب أن يضع علامة (صح) أمام الاستجابة التي تعبر عن رأيه لكل عبارة، والتي تنحصر في الخيارات الآتية: موافق بشدة، موافق، محايد، معارض، معارض بشدة. ثم قام الباحث بصياغة بنود الاستبانة في صورتها الأولية، حيث تكونت من قسمين: خصّص القسم الأول للمقدمة التي تم من خلالها توضيح هدف الدراسة ومتغيراتها،

١- صدق الاستبانة، تم حساب صدق الاستبانة

بطريقتين هما:

١-١- الصدق الظاهري (صدق المحكمين)

تم عرض الاستبانة في صورتها الأولية على مجموعة من المحكمين بلغ عددهم (٨) محكمين من المختصين في كليات الإعلام، وذلك بهدف التعرف إلى ما يلي:

- مدى وضوح العبارات، ومدى انتماء العبارة للمحور، ومدى أهمية العبارة، ومدى مناسبة مقياس الاستجابة، إضافة ما يروونه مناسباً ولم يرد في الاستبانة. وقد تم تحديد نسبة (٨٠%) كحد أدنى للاتفاق بين المحكمين كمعيار للحكم على صلاحية العبارة، وبعد جمع آراء المحكمين اتضح أن معظم المحكمين وافقوا على صلاحية العبارات وانتمائها إلى مجالات الدراسة، وفي ضوء نتائج آراء المحكمين قام الباحث بالإجراءات الآتية:

- قبول العبارات التي نالت اتفاق (٨٠%) من المحكمين على مناسبتها، وقياسها ما وضعت لقياسه- إضافة عبارات لبعض المحاور- نقل عبارات من محور لآخر- تعديل صياغة بعض العبارات لتكون أكثر سهولة ووضوحاً.

وقد قام الباحث بإجراء جميع التعديلات المطلوبة.

ومن ثم أصبحت الاستبانة في صورتها النهائية جاهزة للتطبيق، حيث استقر العدد النهائي لفقراتها على (١٥) عبارة موزعة على مجالين، ستكشف استجابة طلبة كليات الإعلام نحو تأثير الدعاية السياسية على متابعي القنوات الفضائية الجزيرة والبي بي سي.

١-٢- صدق الاتساق الداخلي

وللتأكد من صدق الاتساق الداخلي للاستبانة، تم توزيعها على عينة استطلاعية مؤلفة من (٣٥) من

طلبة كليات الإعلام في جامعتي اليرموك والزرقاء، وتم تفرغ إجاباتهم في برنامج الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS 17). وبعد ذلك تم حساب معاملات الارتباط بين الدرجة الكلية لكل محور والدرجة الكلية للاستبانة. والجدول الآتي يوضح إجراءات حساب صدق الاتساق الداخلي.

الجدول (3) معاملات ارتباط بيرسون لدرجات كل

محور من محاور الدراسة بالدرجة الكلية

اسم المحور	معامل الارتباط	قيمة الدلالة
تأثير قناة الجزيرة	0.932**	٠.٠٠٠٠
تأثير قناة البي بي سي	0.942**	٠.٠٠٠٠

يتبين من الجدول (3) أن معاملات ارتباط

درجات كل مجال من مجالات الدراسة بدرجتها الكلية تراوحت بين (٠.٩٣٢ - ٠.٩٤٢) درجة، وهي معاملات ارتباط عالية، كما أنها دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠٠٠٠)، وهذا يدل على المجالات تتمتع بصدق الاتساق الداخلي.

٢- ثبات الاستبانة، للتحقق من ثباتها اتبع الباحث

الطرق الآتية:

٢-١- طريقة ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha

وهي طريقة تتطلب حساب ارتباط العبارات مع بعضها بعضاً (ميخائيل، ٢٠٠٦). ويُظهر الجدول الآتي معاملات ثبات الاستبانة وكل محور من محاورها باستخدام معادلة ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha

الجدول (٤) معاملات ألفا كرونباخ لثبات الاستبانة

المحاور	معامل ألفا كرونباخ
تأثير قناة الجزيرة	0.803
تأثير قناة البي بي سي	0.847
الثبات العام (الاستبانة كلها)	0.963

يتبين من الجدول (٤) أن معاملات ألفا كرونباخ لأبعاد الاستبانة تراوحت بين (٠.٨٠٣ - ٠.٨٤٧)، وهي معاملات ثبات عالية. كما يتضح من الجدول أن معامل تأثير القناتين بلغ (٠.٩٣٦)، وهو معامل ثبات عالٍ.

٢-٢- طريقة تصحيح الأداة

تكونت الاستبانة في صورتها النهائية بعد التحقق من صدقها وثباتها من (١٥) عبارة، مدرّج كلّ منها على سلّم من خمسة مستويات من الإجابة لمقياس ليكرت هي: (موافق بشدة، موافق، محايد، معارض، معارض بشدة) تعطى الدرجات الآتية على التوالي: (٥، ٤، ٣، ٢، ١). وتم إعطاء حكم تقويمي لدرجة التأثير لكل عبارة من عبارات الاستبانة، ولكل محور من محاورها باعتماد المتوسطات الحسابية لكل عبارة، والمتوسطات الموزونة لكل محور [المتوسط الموزون = مجموع متوسطات عبارات المحور/عدد عبارات المحور]، وذلك وفق مفتاح التصحيح الآتي الذي اعتمد بحساب طول الفئة وفق القانون التالي: [طول الفئة = المدى/عدد الفئات] (سلامة، ٢٠٠٢).

الجدول (٥) مفتاح تصحيح الاستبانة في صورتها النهائية

المتغير	درجة دنيا	درجة عليا	درجة الموافقة			
			معارض بشدة	معارض	محايد	موافق بشدة
متوسط العبارة والمتوسط الموزون للمحاور	١	٥	١ و اقل من ١.٨	١.٨ و اقل من ٢.٦	٢.٦ و اقل من ٣.٤	٣.٤ و اقل من ٤.٢

خامساً: الأساليب الإحصائية

اعتمد الباحث في تحليل النتائج عموماً على الحاسب الآلي باستخدام برنامج الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) الإصدار (١٧)، وتتلخص الأساليب الإحصائية التي استخدمت في هذا البحث لاستخلاص نتائجه في الأساليب الآتية:

- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.

- اختبار (ت) ستودنت للعينات المستقلة (T-test) للتحقق من الفروق بين المتوسطات في الفرضيات.
- اختبار تحليل التباين الأحادي (One way ANOVA) للفروق بين المتوسطات في الفرضيات.
- اختبار شيفيه (scheffe) لاختبار دلالة الفروق في المقارنات البعدية المتعددة بين المتوسطات، عند استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي.

نتائج الدراسة ومناقشتها

قام الباحث بتحليل نتائج دراسته في ضوء آراء عينة من طلبة كليات الإعلام في جامعتي اليرموك والزرقاء وفقاً لأسئلة الدراسة الآتية:

السؤال الأول: ما تأثير الدعاية السياسية على متابعي قناة الجزيرة من وجهة نظر طلبة كليات الإعلام؟

للإجابة عن هذا السؤال حُصِّت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات (أفراد العينة) عن كل عبارة من عبارات، المحور الخاص بتأثير الدعاية السياسية على متابعي قناة الجزيرة وفق الترتيب التنازلي، والجدول الآتي يوضح ذلك.

- مربع إيتا لقياس حجم الأثر. وتحسب قيمة مربع إيتا، وفق المعادلة الآتية: $\eta^2 = \frac{t^2}{t^2 + df}$ ، التي تكون فيها: $\eta^2 =$ مربع إيتا. و $t^2 =$ مربع قيمة (ت). و $df =$ درجة الحرية (فهمني، ٢٠٠٥، ٤٠٢؛ حسن، ٢٠١١، ٢٧٢-٢٧٣). ويعتمد المعيار الآتي في تفسير حجم الأثر:

الجدول (٦)

معيّار حجم الأثر

مربع إيتا (η^2)	تقدير حجم الأثر
$(\eta^2) > (0.059)$	أثر صغير
$(\eta^2) \geq (0.059) > (0.138)$	أثر متوسط
$(\eta^2) \geq (0.138)$	أثر كبير

المصدر: (حسن، ٢٠١١، ٢٨٤)

الجدول (٧) المتوسطات والانحرافات المعيارية والرتب

لاستجابات طلبة كليات الإعلام عن العبارات الخاصة بقناة الجزيرة

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة التأثير
٩	رفعت قناة الجزيرة من حدة بعض الاحداث خلال الربيع العربي في بعض الدول وكان لها أثر سلبي	4.18	0.938	1	كبيرة
٣	أرغب بمشاهدة البرامج السياسية التي تقوم ببثها قناة الجزيرة	4.05	1.000	2	كبيرة
٥	تمويل قناة الجزيرة لغايات التخريب ونشر اخبار غير دقيقة	4.03	1.050	3	كبيرة
٧	تعتبر قناة الجزيرة محايدة في الاخبار التي تقوم بنشرها	3.95	1.129	4	كبيرة
١	تعتبر قناة الجزيرة داعمة لمبدأ الدعايه السياسية	3.92	0.976	5	كبيرة
١١	تقوم قناة الجزيرة ومن خلال البرامج الحواريه باثارة النعرات الطائفية	3.89	1.064	6	كبيرة
١٣	تقوم قناة الجزيرة بالانحياز الى بعض الدول في نقل الاحداث على حساب دول اخرى	3.88	1.058	7	كبيرة
١٥	تشعر بان قناة الجزيرة على دراية تامه بإثارة الدعايه السياسية على المجتمعات	3.74	1.004	8	كبيرة
	المتوسط الموزون	3.96	0.178	-	كبيرة

على أخباره الخاصة بحقوق الإنسان والديمقراطية. والملاحظ أيضاً أن قناة الجزيرة لم تتطرق للمواضيع الإنسانية والخفيفة البتة، ما يعني أنها لا ترغب في التقليل من أهمية الأخبار السياسية وأخبار العنف والإرهاب قيد أنملة، مع أن جرعة بسيطة منها يُضفي على النشرة بعداً إنسانياً، بشرط أن تلتزم تقاريرها ببعْد الأنية. أما دول الربيع العربي التي حظيت بأكبر نسبة تغطية في معظم المواضيع لدى قناة الجزيرة فكانت مصر وسورية، وأقلها كانت تونس، وهذا يعني أن القناة على دراية تامة بإثارة الدعاية السياسية.

كما يتضح من الجدول السابق أن جميع العبارات المتصلة بمجال قناة الجزيرة جاءت بدرجة تأثير كبيرة من خلال استجابات طلبة كليات الإعلام، حيث بلغ المتوسط الموزون العام لهذه العبارات (3.96) بانحراف معياري قدره (0.178).

السؤال الثاني: ما تأثير الدعاية السياسية على متابعي قناة البي بي سي من وجهة نظر طلبة كليات الإعلام؟ للإجابة عن هذا السؤال حُسِبَت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات (أفراد العينة) عن كلِّ عبارة من عبارات، المحور الخاص بتأثير الدعاية السياسية على متابعي قناة البي بي سي وفق الترتيب التنازلي، والجدول الآتي يوضح ذلك.

يتضح من الجدول (٧) أن العبارة (٩) والتي نصها: (رفعت قناة الجزيرة من حدة بعض الاحداث خلال الربيع العربي في بعض الدول وكان لها أثر سلبي). جاءت في المرتبة الأولى بدرجة تأثير كبيرة بلغ متوسطه الحسابي (٤.١٨) درجة، وانحرافه المعياري (0.938)؛ وقد يعود ذلك إلى أن قناة الجزيرة بثت أخباراً متنوعة عن (٨٢) دولة مختلفة من دول العالم في نشرة أخبارها الرئيسية (حصاد اليوم)، كما بثت قناة الجزيرة عن مجموع دولها ما مدته ٦٥ ساعة و٤ دقائق و٢٧ ثانية. كان نصيب تونس منها '١، مصر '٧، ليبيا '١، اليمن '١ وسورية '٣. يتضح مما سبق أن قناة الجزيرة تخصص الكثير من الوقت لمعظم دول الربيع العربي قبل اندلاع ثوراتها. وهذا مؤشر واضح على أن قناة الجزيرة كان لها دور بارز في حدة الاحداث خلال الربيع العربي، كما جاءت العبارة (١٥) بدرجة تأثير كبيرة أيضاً وبمتوسط حسابي قدره (3.74) وانحراف معياري (1.004) في المرتبة الأخيرة والتي نصها (تشعر بأن قناة الجزيرة على دراية تامة بإثارة الدعاية السياسية على المجتمعات). وقد يعزى ذلك إلى قناة الجزيرة تعكس رغبتها في إحداث تغيير في الواقع المعاش في بلدان الربيع العربي، وهي رغبة مخالفة بالتأكيد لرغبات أنظمتها السياسية. ورغم ذلك لم تترك قناة الجزيرة أي بلد من هذه البلدان من دون التركيز

الجدول (٨) المتوسطات والانحرافات المعيارية والرتب

لاستجابات طلبة كليات الإعلام عن العبارات الخاصة بقناة الـ bbc

الرقم	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة التأثير
٢	تعتبر قناة الـ bbc داعمة لمبدأ الدعايه السياسية	3.98	1.054	1	كبيرة
٤	أرغب بمشاهدة البرامج السياسية التي تقوم ببثها قناة الـ bbc	3.92	1.075	2	كبيرة
٦	يتم تمويل قناة الـ bbc لغايات التخريب ونشر اخبار غير دقيقة	3.91	1.031	3	كبيرة
١٢	تقوم قناة الـ bbc ومن خلال البرامج الحواريه باثارة النعرات الطائفية	3.89	1.002	4	كبيرة
١٠	رفعت قناة الـ bbc من حدة بعض الاحداث خلال الربيع العربي في بعض الدول وكان لها اثر سلبي	3.85	0.999	5	كبيرة
٨	تعتبر قناة الـ bbc محايدة في الأخبار التي تقوم بنشرها	3.77	1.083	6	كبيرة
١٤	تقوم قناة الـ bbc بالانحياز الى بعض الدول في نقل الاحداث على حساب دول اخرى	3.68	1.053	7	كبيرة
	المتوسط الموزون	3.86	0.117	-	كبيرة

نقل الاحداث على حساب دول أخرى). وقد يعزى ذلك إلى سياسة القناة تتسم بالشفافية والحياد إلى حد بعيد في تناول القضايا العالمية في عالم يسوده اختلاف شديد في الآراء والقناعات السياسية، وتتمتع قناة البي بي سي باستقلالية مادية تتيح لها حرية تناول السياسة الإعلامية مما يجعلها مؤسسة تحظى بثقة مشاهديها ومستمعيها حول العالم.

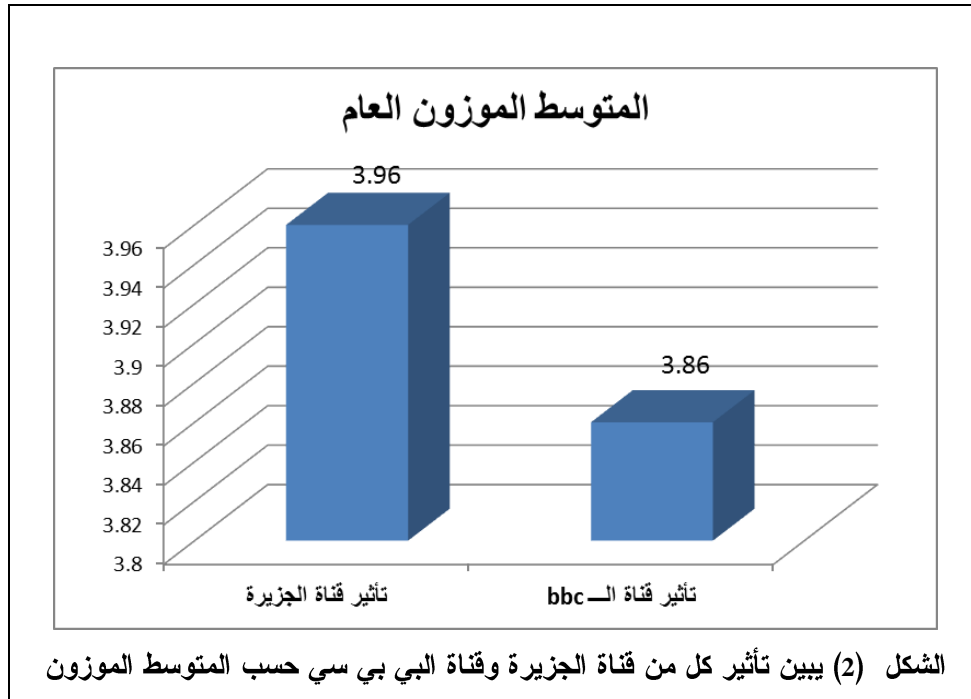
كما يتضح من الجدول السابق أن جميع العبارات المتصلة بمجال قناة الجزيرة جاءت بدرجة تأثير كبيرة من خلال استجابات طلبة كليات الإعلام، حيث بلغ المتوسط الموزون العام لهذه العبارات (3.86) بانحراف معياري قدره (0.178).

يُظهر الجدول (٨) أن العبارة (2) والتي نصها: (تعتبر قناة البي بي سي داعمة لمبدأ الدعايه السياسية). جاءت في المرتبة الأولى بدرجة تأثير كبيرة بلغ متوسطه الحسابي (3.98) درجة، وانحرافه المعياري (1.054)؛ وقد يعود ذلك إلى أن أحداث الربيع العربي أثرت بطريقة مباشرة على مهنية الإعلام والقنوات الفضائية، وكان نصيب قناة البي بي سي كبير في خضم هذه الأحداث من حيث نشر الدعاية السياسية المرتبطة بكل ما هو جديد في كل يوم وعلى مدار الساعة، كما جاءت العبارة (١٤) بدرجة تأثير كبيرة أيضاً وبمتوسط حسابي قدره (3.68) وانحراف معياري (1.053) في المرتبة الأخيرة والتي نصها (تقوم قناة البي بي سي بالانحياز الى بعض الدول في

جدول (٩) يبين متوسطات إجابات طلبة كليات الإعلام عن مجالات الاستبانة

العينة الكلية	المتوسط الحسابي	المجالات
١٥٠	3.96	تأثير قناة الجزيرة
	3.86	تأثير قناة البي بي سي

واستكمالاً لتحليل النتائج المتعلقة بتأثير الدعاية السياسية لقناتي الجزيرة والسبي بي سي، تم استخراج المتوسطات الحسابية لإجابات عينة الدراسة عن المجالين، والجدول الآتي يوضّح تلك النتائج.



سي، تُعزى لمتغير الجنس؟ للإجابة عن هذا السؤال جرى اختبار الفرضية الصفرية التي تنص على أنه (لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha=0.05$) بين متوسط طلبة كليات الإعلام في جامعتي اليرموك والزرقاء، نحو تأثير الدعاية السياسية في قناتي الجزيرة و السبي بي سي، تُعزى لمتغير الجنس)، وذلك باستخدام اختبار (*t-test*) لعينتين مستقلتين، كما يتضح من الجدول الآتي:

يتضح من الجدول (٩) والشكل البياني (٢) أن تأثير قناة الجزيرة حصلت على أعلى متوسط حسابي بلغ (3.96) يليه تأثير قناة البي بي سي، حيث بلغ (3.86)، ويُعزى حصول قناة الجزيرة على أعلى متوسط حسابي إلى كثرة واهتمام متابعيها ولكونها تهتم بالشأن العربي وفي تطور الأحداث الجارية في المنطقة العربية.

السؤال الثالث: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) بين متوسط طلبة كليات الإعلام في جامعتي اليرموك والزرقاء، نحو تأثير الدعاية السياسية في قناتي الجزيرة و السبي بي

الجدول (١٠) نتائج اختبارات (T-Test) لدلالة الفروق

في استجابات عينة الدراسة حول تأثير الدعاية السياسية تبعاً لمتغير الجنس

المتغير	الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (T)	درجة الحرية	قيمة الدلالة	القرار
تأثير قناة الجزيرة	الذكور	٧٦	38.68	7.096	-0.35	١٤٨	0.727	غير دال
	الإناث	٧٤	39.00	6.969				
تأثير قناة البي بي سي	الذكور	٧٦	29.95	6.365	-1.22	١٤٨	0.222	غير دال
	الإناث	٧٤	30.92	5.962				
التأثير العام	الذكور	٧٦	122.85	24.687	-1.17	١٤٨	0.242	غير دال
	الإناث	٧٤	126.44	22.854				

دال إحصائياً بين وجهة نظر كل منهما.

السؤال الرابع: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) بين متوسط طلبة كليات الإعلام في جامعتي اليرموك والزرقاء، نحو تأثير الدعاية السياسية في قناتي الجزيرة والبي بي سي، تُعزى لمتغير السنة الدراسية؟ للإجابة عن هذا السؤال جرى اختبار الفرضية الصفرية التي تنص على أنه (لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) بين متوسط طلبة كليات الإعلام في جامعتي اليرموك والزرقاء، نحو تأثير الدعاية السياسية في قناتي الجزيرة والبي بي سي، تُعزى لمتغير السنة الدراسية)، وذلك باستخدام اختبار تحليل التباين الأحادي، كما توضح الجداول الآتية:

تشير النتائج الواردة في الجدول (١٠) أن قيم (ت) بلغت (-1.17) وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى ($\alpha=0.05$)، حيث كانت قيم دلالتها كلها أكبر من ($\alpha < 0.05$)، وبذلك نقبل الفرضية الصفرية التي تنص على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) بين متوسط طلبة كليات الإعلام في جامعتي اليرموك والزرقاء، نحو تأثير الدعاية السياسية في قناتي الجزيرة والبي بي سي، تُعزى لمتغير الجنس. ومرد ذلك يعود إلى أن طلبة كليات الإعلام في جامعتي اليرموك والزرقاء، سواء أكانوا ذكوراً أم إناثاً، يعرفون واقع قناتي الجزيرة والبي بي سي من خلال المتابعة، بالإضافة إلى اطلاعهم على المناهج المتعلقة بهذا الموضوع في سنوات دراستهم، وبالتالي من المنطقي ألا يوجد فرق

الجدول (١١) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية

لاستجابات عينة الدراسة حول تأثير الدعاية السياسية تبعاً لمتغير السنة الدراسية

المتغير	السنة الدراسية	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
تأثير قناة الجزيرة	الأولى	٣٩	38.00	5.609
	الثانية	٣٥	36.22	6.717
	الثالثة	٢٩	41.23	6.647
	الرابعة	٢٥	27.00	5.818
	دراسات عليا	٢٢	26.94	6.117
تأثير قناة الـبي بي سي	الأولى	٣٩	29.07	6.151
	الثانية	٣٥	28.74	6.079
	الثالثة	٢٩	32.48	5.519
	الرابعة	٢٥	24.89	5.640
	دراسات عليا	٢٢	28.97	5.828
التأثير العام للدعاية السياسية	الأولى	٣٩	120.04	21.169
	الثانية	٣٥	116.80	22.911
	الثالثة	٢٩	133.38	21.401
	الرابعة	٢٥	142.23	21.763
	دراسات عليا	٢٢	143.09	20.443

الجدول (١٢) نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لدلالة الفروق

لاستجابات عينة الدراسة حول تأثير الدعاية السياسية تبعاً لمتغير السنة الدراسية

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	متوسط المربعات	قيمة (F)	الدلالة	الأثر (η^2)	حجم الأثر
تأثير قناة الجزيرة	بين المجموعات	1714.2	857.08	19.727**	0.000	0.117	متوسط
	داخل المجموعات	12903.9	43.45				
	الكلية	14618.1	-				
تأثير قناة الـبي بي سي	بين المجموعات	1015.8	507.91	15.056**	0.000	0.092	متوسط
	داخل المجموعات	10018.9	33.73				
	الكلية	11034.7	-				
التأثير العام للدعاية السياسية	بين المجموعات	19402.9	9701.46	20.038**	0.000	0.119	متوسط
	داخل المجموعات	143796.1	484.16				
	الكلية	163199.0	-				

الجزيرة، تأثير قناة الـبي بي سي)، وللمجال العام كلها بلغت (19.727، 15.056، 20.038) على التوالي،

يتضح من الجدول (١٢) أن قيم (ف) للمجالات الخاصة بالدعاية السياسية بـ (تأثير قناة

وبلاحظ من قيم مربع إيتا للعوامل الخاصة
بـ (تأثير قناة الجزيرة، تأثير قناة البي بي سي)،
وللمجال العام كلها أنها تقع في المدى $[(0.059) \geq (\eta^2)]$
> (0.138)؛ مما يدل على أن حجم أثر متغير السنة
الدراسية في اختلاف آراء الطلبة نحو درجة تأثير
الدعاية السياسية كان متوسطاً. ولمعرفة السنوات التي
كانت الفروق لصالحها استخدم اختبار شيفيه للمقارنات
البعيدة المتعددة، كما يظهر في الجدول الآتي:

الجدول (١٣) نتائج اختبار شيفيه (Scheffe) للمقارنات البعيدة لدلالة الفروق

في استجابات عينة الدراسة حول تأثير الدعاية السياسية تبعاً لمتغير السنة الدراسية

دراسات عليا		الرابعة		السنة الدراسية	المتغير التابع
قيمة الدلالة	فرق المتوسطين	قيمة الدلالة	فرق المتوسطين		
-	-	0.449	-1.78	الثانية	تأثير قناة الجزيرة
0.000	5.01**	0.065	3.23	دراسات عليا	
-	-	0.965	-0.33	الثالثة	تأثير قناة البي بي سي
0.000	3.74**	0.020	3.41*	دراسات عليا	
-	-	0.788	-3.24	الأولى	التأثير العام للدعاية السياسية
0.000	16.58**	0.016	13.34*	دراسات عليا	

* دال عند مستوى (0.05). ** دال عند مستوى (0.01).

أن طلبة الدراسات العليا لديهم الإطلاع الكافي على
أحداث المنطقة كونهم يدرسون ضمن مناهجهم
موضوعات تتعلق بطبيعة الحدث الجاري من حيث
المكان والزمان.

توصيات الدراسة

بناء على البيانات والنتائج التي أسفرت عنها
الدراسة النظرية والميدانية، فإن الباحث يُقدم مجموعة
التوصيات التي قد تسهم معرفة تأثير الدعاية السياسية

وهي دالة إحصائياً عند مستوى (0.05)، حيث كانت
قيم دلالتها أصغر من $(\alpha > 0.05)$ ، وبذلك نرفض
الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة التي تنص
على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى
الدلالة $(\alpha=0.05)$ بين متوسط طلبة كليات الإعلام في
جامعتي اليرموك والزرقاء، نحو تأثير الدعاية السياسية
في قناتي الجزيرة والبي بي سي، تُعزى لمتغير السنة
الدراسية.

يتضح من الجدول (١٣) السابق أن الفروق
الدالة إحصائياً هو بين طلبة السنة الثانية وطلبة
الدراسات العليا، فيما يتعلق باختلاف آرائهم نحو درجة
تأثير الدعاية السياسية، فيما يتصل بقناة الجزيرة،
ولصالح طلبة الدراسات العليا، أيضاً يتضح من الجدول
السابق أن هناك فرق دال بين طلبة السنة الثالثة وطلبة
الدراسات العليا فيما يتعلق باختلاف آرائهم نحو درجة
تأثير الدعاية السياسية، فيما يتصل بقناة الـ bbc،
ولصالح طلبة الدراسات العليا، ومرد ذلك ربما يعود

- دراسة الأساليب التي يتم من خلالها بث الرسائل الدعائية وتحليلها وتوظيفها للصالح العام.
- تحليل الوسائل التي يتم من خلالها إرسال الرسائل الدعائية أن كانت سياسية أو غيرها، مع دراسة الوسائل المستخدمة في نشرها

قائمة المراجع

- البهالي، حمه المهدي. (٢٠٠٩). *الدعاية وسائلها واساليبها واهدافها*. تم استرجاعه بتاريخ ٢٦/٢/٢٠١١، من المصنوع: <http://www.ibtesamh.com/showthread>
- تشومسكي، نعوم. (٢٠٠٠). *الدعاية السياسية والعقل العام*، ط ١، بلوتو برس: لندن.
- حسن، عزت عبد الحميد محمد. (٢٠١١). *الأحصاء النفسي والتربوي: تطبيقات باستخدام برنامج SPSS 18*، القاهرة: الفكر العربي.
- دانكان، جان ماري. (١٩٩٧). *علم السياسة*، ترجمة محمد عرب صاصيلا، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع: بيروت.
- الدليمي، عبد الرزاق. (2011). *مدخل الى علوم الاعلام والاتصال*، دار الثقافة: عمان.
- دورندان، غي. (١٩٨٦). *الدعاية والدعاية السياسية*، ترجمة د. رالف رزق الله، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع: بيروت.

- على متابعي قناتي الجزيرة و الـ bbc، من وجهة نظر طلبة كليات الإعلام، والمتمثلة في الآتي:
- التعرف إلى آليات عمل كل من قناتي الجزيرة والـ bbc لبث الدعاية السياسية والطرق المستخدمة في ذلك.
- ضرورة استقلال البرامج عن أفكار حكوماتها، وإيجاد الكادر الفني والإداري المناسب لتلك البرامج.
- المرونة وتقليل المحضورات الرقابية على البرامج التي تبثها قناتي الجزيرة والـ bbc مما يتيح حرية تعبير أكبر.
- على القنوات الفضائية العربية وغيرها تبني قيم الدفاع عن الإنسان وحقوقه بجدية وبدون تحيز لجهة ما.
- على القنوات الفضائية العربية نشر ثقافة التسامح والمحبة الحقبة وبغض النظر عن الممول لهذه القنوات.
- العمل على تأسيس فضائية عربية متخصصة، مستقلة و بمصادر تمويل من جهات عربية ذات نوازع محايدة تؤكد على الخطاب العربي الغير خاضع للايديولوجيات السياسية والدينية والاجتماعية المتخلفة وبكادر تخصصي سواء الإداري أو الإعدادي أو الفني.

- سلامة، عبد الحافظ. (٢٠٠٢). *الإحصاء في التربية*. الطبعة الأولى، عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- العبد الله، مي. (2006). *الدعاية وأساليب الإقناع*، دار النهضة العربية: بيروت.
- العبد، عاطف عدلي. (٢٠٠٨). *الدعاية الأسس النظرية والنماذج التطبيقية*، دار الفكر العربي: القاهرة.
- العزي، سويم. (٢٠٠٨). *دراسات في علم السياسة*. منشورات الاكاديمية العربية المفتوحة: الدنمارك.
- العساف، فايز عبد الله. (٢٠١٢). اساليب الادارة المتقدمة للدعاية الإعلامية الدولية، *مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية*، العدد (٢٩)، جامعة بغداد: بغداد.
- الموسوعة الحرة، قناة الـ bbc. تم استرجاعة من المصدر: <https://ar.wikipedia.org/wiki>
- الموسوعة الحرة، قناة الجزيرة. تم استرجاعة من المصدر: <https://ar.wikipedia.org/wiki>
- ميخائيل، امطانيوس. (٢٠٠٦). *القياس والتقويم في التربية الحديثة*. الطبعة الرابعة، دمشق، منشورات جامعة دمشق.