

اتجاهات التغطية الإعلامية نحو قضايا الدول الإسلامية في الإعلام الغربي
الناطق باللغة العربية ودورها في تشكيل الصورة الذهنية لدى الجمهور
- دراسة تحليلية للمواد الإخبارية في موقع قناة فرانس 24-

**Trends of western spoken Arabic mass media
to wards Islamic issues and it's role in forming public's ideas
Analytical study of news articles on France 24**

نصرالدين بويحي

أستاذ محاضر "أ"

جامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة

n.bouyahia@univ-dbkm.dz

طالب كبحول

أستاذ محاضر "أ"

جامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة

kihoultaieb@gmail.com

تاريخ النشر: 2021/01/14

تاريخ القبول: 2020/10/08

تاريخ الاستلام: 2019/11/06

ملخص:

تهدف هذه الدراسة الى محاولة استظهار المضامين التي تسعى وسائل الاعلام الغربية لتسويقها عن المسلمين بشكل عام، وعن العرب المسلمين الذين ترتبط حولهم الكثير من القصص والاساطير الخرافية والمبنية أساسا على الصورة المشوهة التي تعكسها الصورة الغربية التي بنيت على مدى قرون من الصراعات بين الشرق والغرب فنجد في كثير من هذه المضامين الإعلامية التي تقدمها قناة فرانس 24 ذلك المسلم الإرهابي المتعطش للدماء والذي يحاول جاهدا السعي نحو غرائزه، مستعملة في ذلك الأنماط الاقناعية المرتبطة بالدعوة الى العلمانية المتحررة من كل قيد وتشجيع مبادئ التحرر القبيح.

الكلمات المفتاحية: التغطية الإعلامية، الدول الإسلامية، الاعلام الغربي، الصورة الذهنية،

فرانس 24.

Abstract:

المؤلف المرسل : طالب كبحول

The aim of the study is to reveal the intention of western mass media through the picture they want to stick to Muslims in general and to Arab Muslims in particular related to many stories and legends based especially on the specimen westerns have built on Muslims during ages of conflict between East and West; for instance the picture presented by France 24 through which the Arab Muslim is the terrorist; blood thirsty looking only to fulfill his desires, by using sorts of conviction appealing to secularism and libertinism.

Keywords: Media coverage, Islamic countries, Western media, mental image, France 24.

مقدمة:

يعتبر الإعلام محدداً فاعلاً للتوجهات والقيم والآراء لدى الأفراد، فهو مساهم فعّال في التنشئة الفردية والاجتماعية، وتستمر عملية التنشئة الإعلامية طوال حياة الفرد، الذي يتعرّض بشكل متواصل للمضامين الإعلامية عبر مراحل ومستويات حياته المختلفة، ويساهم ذلك في تشكيل قناعاته وأفكاره واتجاهاته تجاه القضايا التي تقع ضمن نطاق اهتماماته السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، وتعتبر عملية التوجيه هذه فعلاً مقصوداً وهدفاً للممارسة الإعلامية لدى المؤسسات الإعلامية التي تحرص على تحقيق سياستها الإعلامية الواقعة تحت تأثير التوجهات الإيديولوجية لملاك القناة، وتحت ضغط مصادر تمويل المؤسسة.

ويتميز المشهد الإعلامي الدولي بتعدد وتنوع القنوات الإعلامية، واختلاف أهدافها ومستويات الممارسة الإعلامية لديها، غير أنّها تتفق من حيث سعيها الحثيث إلى تحقيق أهداف الجهات التي تقف خلفها، وقاد اختلاف الأهداف إلى تنافس إعلامي كبير بين هذه القنوات لا يختلف في حدّته عن المنافسة الاقتصادية، كما أنّها لا تختلف في شراستها عن المنافسة العسكرية، وهي في جوهرها منافسة ثقافية حادة. بين هذه القنوات التي تسعى إلى نيل حصّة من النفوذ لدى الجمهور الإعلامي الواسع. وقد ازداد الصراع الإعلامي مع حالة التوتر التي تشهد العالم اليوم تزامناً مع التخبطات التي يعيشها النظام العالمي الجديد الذي تقوده الولايات المتحدة الأمريكية رفقة الدول الحليفة لها، حيث يسعى هذا النظام إلى السيطرة على العالم وإخضاعه للسياسة والتوجهات الأمريكي - صهيونية، ولمّا كانت الدول الإسلامية الأشدّ ممانعة على الأقل من الناحية الثقافية والدينية لمشاريع الهيمنة العالمية، فإنّه كان الأشدّ تعرضاً لجهود السيطرة والإخضاع

من طرف الإعلام المعولم والمؤدلج، حيث وفضلا عن القنوات الإخبارية الأجنبية الناطقة باللغات غير العربية، تمّ استحداث قنوات غربية ناطقة باللغة العربية لتفعيل عملية التأثير على أفكار وتوجهات الأفراد في العالم الإسلامي وتهيأتهم للخضوع وقبول النموذج الغربي. وضمن هذا السياق ظهرت العديد من القنوات مثل bbc بالعربية، وقناة الحرّة ، وقناة فرانس 24، وغير ذلك من القنوات التي يسيطر عليها أرباب المال وعلى رأسهم اليهودي " روبرت ميردوخ" الذي أصبح يمتلك سلطة أكثر من رئيس وزراء بريطانيا على حدّ تعبير "نورينا هارتز" في كتابها "السيطرة الصامتة".

ولقد حاولنا في هذه الورقة البحثية معرفة اتجاهات التغطية الإخبارية تجاه قضايا الدول الإسلامية في هذه القنوات من خلال قناة فرانس 24 كنموذج للدراسة، وذلك للكشف عن جزء من طبيعة التغطية الإخبارية لهذه القضايا والمواضيع وكشف اتجاه هذه التغطية على ضوء الممارسة الإعلامية وسياق إنتاج وتلقي الرسائل الإعلامية. بشكل آخر تبحث هذه الدراسة في المشكلة البحثية التالية: ما هي اتجاهات التغطية الإخبارية لقضايا البلدان الإسلامية في قناة فرانس 24 الناطقة باللغة العربية ؟

تساؤلات الدراسة :

تبحث الدراسة في اتجاهات التغطية الإخبارية لقضايا البلدان الإسلامية في قناة فرانس 24، وللتمكن من دراسة هذه التوجهات تمّ تفكيك المشكلة إلى تساؤلين بحثين على النحو التالي:

1- ما هي اتجاهات فئات الشكل المعتمدة في التغطية الإخبارية لقضايا الدول الإسلامية في

قناة فرانس 24 الناطقة باللغة العربية ؟

2- ما هي اتجاهات فئات المضمون المعتمدة في التغطية الإخبارية لقضايا الدول الإسلامية

في قناة فرانس 24 الناطقة باللغة العربية؟

منهج الدراسة وأدواتها:

منهج الدراسة: تستخدم الدراسة الحالية المنهج المسحي الذي يقوم على " دراسة الظاهرة كما توجد في الواقع وبعينهم بوصفها وصفا دقيقا ويعبر عنها بشكل كمي وكيفي، فالتعبير الكمي يقدم وصفا عدديا لمقدار الظاهرة أو حجمها، في حين يقدم التحليل الكيفي وصفا للظاهرة وتبيننا لخصائصها"¹.

أداة الدراسة:

تستخدم الدراسة أداة تحليل المضمون، وهو: "أسلوب لدراسة وتحليل مضمون الاتصال بشكل منتظم Systematic بمعنى أن يختار المضمون الذي يخضع للتحليل في ضوء مجموعة من القواعد الثابتة، وبشكل موضوعي Objective بمعنى أن يبتعد التحليل عن تحيزات الباحث وانتماؤه الشخصية، وبشكل كمي Quantitative أي تمثيل موضوع التحليل والتعبير عنه تعبيراً كمياً بواسطة الأرقام، وذلك كله بغرض قياس متغيرات معينة.² وبعد وصف المضمون الاتصالي من أهم استخدامات تحليل المضمون ويقوم على وصف مضمون اتصالي ما خلال فترة زمنية معينة.

وقد قام الباحثان بإعداد استمارة مختصرة لتحليل مضمون المادة موضوع التحليل، وذلك على ضوء الخطوات المنهجية المتبعة في مثل هذه الحالة، مثل تحديد وحدة التحليل، وفئات التحليل، وقياس صدق وثبات الأداة.

وحدة التحليل:

يقصد بوحدة التحليل أصغر وحدة في تحليل المضمون، وهي " وحدات المحتوى التي يمكن إخضاعها للعدّ والقياس بسهولة، ويعطي وجودها أو غيابها دلالات تفيد في تفسير النتائج الكمية،" فعلى أساس الوحدات يتم رصد تكرار ظهور موضوع التحليل في المادة التحليلية. وقد تكون وحدة التحليل كلمة "Word"، أو فكرة أو موضوعاً "Thème"، أو شخصية "Caractère"، أو مساحة "Space"، أو زمناً "Time"، أو فقرة "Paragraphe".³

وقد تمّ اعتماد وحدة الفكرة في سياق الفقرة، لتحليل فئات الموضوع، ونوعية الاستمالات المستخدمة، واتجاهات المادة الإخبارية، ووحدة الشخصية للتعرف على فئات الشخصيات الواردة في المادة الإخبارية موضوع التحليل، بالإضافة إلى وحدة الكلمة لقياس فئة المصادر المعتمدة في المادة الإخبارية موضوع التحليل.

فئات التحليل:

فئات التحليل هي القوالب التي يصنّف على أساسها المضمون، وتختلف فئات التحليل وتتنوّع باختلاف موضوع الدراسة وأهدافها، وقد تم تحديد نظام الفئات بطريقة الترميز البعدي أو المنبثق Emergent Coding، بناء على اختبار أولي لجزء من عينة الدراسة، وتمثلت الفئات

المدرسة في: فئات المضمون، وتضمّ فئة الموضوع، فئة الاتجاه، فئة المصدر، وفئة الشخصية. أمّا فئات الشكل فضمّت فئة الاستمالات الإقناعية، وفئة الصورة. ولم يكن الاكتفاء بهذه الفئات لقصور منهجي لدى الباحثين بل لأنّ الباحثين اعتقدا في نظام الفئات المختار القدرة على قياس اتجاه التغطية الإخبارية لقضايا الدول الإسلامية في القناة موضوع الدراسة، أي انطلاقا من الاقتناع بأنّ نظام الفئات المعتمد مفيد للدراسة ومحقّق لغاياتها الأساسية، ويجمع المختصون في البحث الإعلامي على وجه الخصوص على ضرورة التحديد الدقيق لنظام الفئات بما يخدم أهداف الدراسة، لأنّ توسيع نظام الفئات لفئات غير مفيدة للدراسة يعتبر استثمارا فقيرا للوقت والجهد.

صدق الأداة:

يقصد بصدق الأداة " مدى تحقيقها للغرض الذي أعدت من أجله، أي أن تقيس ما وضعت لقياسه فقط"⁴، وقد قام الباحث بعد إعداد الصورة الأولى لاستمارة تحليل المضمون بعرضها على عدد من الأساتذة في تخصّص علوم الإعلام والاتصال بغرض التحقق من صدقها البنائي، وقد تمّ عرض الصورة الأولى لاستمارة تحليل المضمون التي تمّ إعدادها على عدد من الأساتذة⁵.

وقام الباحث بإجراء التعديلات والتصويبات التي أشار بها السادة الأساتذة الخبراء، وإخراج الصورة النهائية لاستمارة تحليل المضمون والتي تمّ تطبيقها على المادة التحليلية.

ثبات الأداة:

يقصد بالثبات الحصول على النتائج نفسها عند تكرار التحليل باستخدام الأداة نفسها وفي الظروف نفسها، سواء من طرف نفس الباحث أو من طرف باحثين آخرين باستخدام القواعد والإجراءات ذاتها⁶. وقد اعتمد الباحثين على الطريقة التي أشار إليها " رشدي طعيمة"⁷، والتي تقوم على تحليل المادة الإخبارية من طرف الباحثين باتباع الإجراءات ذاتها، ثم قياس الثبات بين الباحثين. وتمّ قياس الثبات بين الباحثين بالنسبة لكل فئة من الفئات باستخدام معادلة هولستي على النحو التالي:

$$\text{ثبات هولستي} = \frac{2ن}{2ن+1} \text{ حيث أن } 2$$

ت = عدد الحالات التي وقع عليها الاتفاق بين الباحث الأول والباحث الثاني.

ن1= عدد الحالات التي تم ترميزها من طرف الباحث الأول.

ن2= عدد الحالات التي تم ترميزها من طرف الباحث الثاني.

وعليه تمّ حساب معاملات الثبات لكلّ فئة وتمّ الحصول على معدّل ثبات يعادل: 0.897، وهو معدّل ثبات جد مقبول، يجعل الباحثين يطمئنان لاستخدام الأداة.

عينة الدراسة:

تمّ تحديد عينة الدراسة في المواد الإخبارية (خبر، تقرير، ريبورتاج) التي تضمنت قضايا تخصّ الدول الإسلامية، والتي نشرت في الموقع الإلكتروني لقناة فرانس 24 الناطقة باللغة العربية في الفترة ما بين 2016-09-1 و 2016-11-31. وقد تمّ اعتماد العينة القصديّة، حيث تمّ اعتماد معيار تضمنّ المادة الإخبارية لقضايا في البلدان الإسلامية كمعيار فاصل في عملية التعيين. وقد تمّ اختيار المواد الإخبارية دون غيرها من الأنواع الإعلامية الأخرى لسبب يعتقد الباحثين أنّه وجيه، وهو أنّ الأنواع الإخبارية يجدر أن تكون موضوعية أو على الأقل غير منحازة بشكل واضح، مثلما تؤكد على ذلك الأدبيات العلمية لفضائل الممارسة الإعلامية، وقد أردنا من وراء هذا الاختيار كشف انحياز وتوجهات القناة في ما يخصّ قضايا العالم الإسلامي. وبالمجموع فقد تمّ تحليل 95 مادة إخبارية متوزعة بين الأخبار والتقارير والريبورتاجات، على النحو الذي يوضّحه الجدول التالي:

الجدول رقم (01) يوضّح القوالب الفنيّة للمواد الإخبارية موضوع التحليل

النسبة	التكرار	القوالب الفنيّة
15.78	15	خبر
74.73	71	تقرير
9.47	09	ريبورتاج
100	95	المجموع

مفاهيم الدراسة:

التغطية الإخبارية:

إنّ التغطية الإخبارية في معناها العام تأخذ معنى التغطية الإعلامية أو تغطية الأحداث من طرف وسائل الاتصال الجماهيرية، وفي حدود أكاديمية دقيقة تشير التغطية الإخبارية إلى تناول حدث ما أو مجموعة من الأحداث عبر الأنواع الإخبارية المعروفة: الخبر، التقرير، والريبورتاج. في حين أنّ التغطية الإعلامية تشير إلى توظيف هذه الأنواع بالإضافة إلى الأنواع الإعلامية الأخرى مثل الأنواع الفكرية، والأنواع التعبيرية، والأنواع الاستقصائية. وهو الرأي الذي يتبناه الأستاذ الدكتور عبد العالي رزاق.

وتعدّ التغطية الإخبارية عملا صحفيا فنيا يختلف من صحفي إلى آخر، ومن مؤسسة إعلامية إلى أخرى، وذلك تبعا للخط الافتتاحي أو السياسة الإعلامية للمؤسسة الإعلامية. وتؤثر طبيعة التغطية الإعلامية على نوعية الأحداث التي تتمّ تغطيتها واتجاهات هذه التغطية.

فالصحفيين أنفسهم وبطرق ما يستطيعون أن يمنعوا القصص الإخبارية من الوصول، أو أن يمنعوا تقديم هذه الأخبار حتى قبل أن تصل إلى رؤساء التحرير، أو قبل أن تصبح الأخبار معروفة، فالصحفيون مسؤولون بشكل مباشر عمّا يصلنا من أخبار، فهم الذين يقررون لنا أيّة قصّة خبرية ممكن أن تقدّم، وأيّة قصّة إخبارية ممكن أن تستبعد، إنهم يقررون أهمية الأخبار والأحداث.⁸

ويرى "الفن توفلر" أنّ الجهات المالكة لوسائل الإعلام تحوّل اتجاهات وعقائد الأفراد بما يخدم أهدافها، فهذه الجهات تستخدم وسائل الإعلام لتكوين صور ذهنية للجمهور تتطابق مع رؤاها. ويرى الدكتور "محمد شطّاح"⁹ أنّ التغطية الإخبارية الحالية قد حوّلت المادة الإخبارية إلى نوع من الاستعراض بالشكل الذي يرضي الجمهور المعاصر، وقد قاد هذا إلى تخطّي الحقائق الموضوعية وخلق المواقف المثيرة بشكل مأساوي مؤثّر، ويرى بأنّ قيم مثل الصراع والجنس والغرابة صارت قيما طاغية على التغطية الإخبارية، حيث يتقل عن "رامونت" قوله: "صارت النشرات الإخبارية مزيج من الجنس والصراع والغرابة.

ولقد صارت الصورة جزء مهما في التغطية الإخبارية المعاصرة، لكنّ التوجهات الجديدة في التغطية الإخبارية القائمة على التركيز على الجريمة والقتل والإثارة - على حدّ تعبير روبرت

ميردوخ نفسه - صارت تستغل الصورة بطريقة بشعة تقوم على السرعة بدل الدقة، وعلى المظاهر بدلا من الحقيقة، فلم تعدّ الصورة في التغطية الإخبارية تقدّم الواقع لحقيقته ولكنها صارت شاهدا على هذا الواقع، بطريقة أخرى لقد صارت الصورة أهم مظاهر التغطية " الاستعراضية" لوسائل الإعلام.

والمقصود بالتغطية الإخبارية في الدراسة الحالية هي الطريقة التي تناولت من خلالها المواد الإخبارية المنشورة في الموقع الإلكتروني لقناة فرانس 24 القضايا والأحداث التي وقعت في البلدان الإسلامية طيلة فترة الدراسة.

الصورة الذهنية:

الصورة الذهنية هي نتيجة لكلّ تجربة في الماضي لملك الصورة الذهنية، منذ لحظة الميلاد وربما قبل ذلك، إذ يتلقى الفرد تيارا مستمرا من الرسائل الشفوية عن طريق الأحاسيس، ثم يبدأ الإنسان بعدها بإدراك نفسه جسما في وسط عالم الأشياء، وتكون هذه بداية التصوّر الذي وصفه بالإدراك، وكلّما تقدّم العمر بالإنسان زاد هذا التصوّر ليشمل في النهاية كلّ ما هو موجود¹⁰.

فالصورة الذهنية هي شكل وصفة الشيء الذي يراه ويدركه الإنسان، ويتعرّف عليه بالتجربة، وترسّخ في ذهنه وعقله وحواسه، وأصبح له دلالة ومعنى لأنّ له صورة في العقل، فالصورة العقلية هي تمثيل الشيء في العقل¹¹ والصورة العقلية لمجتمع ما أو أمة هي تلك الصورة التي الصورة التي تشكّل مجموع الصفات التي يميّزها الشخص أو يتصوّرهما حينما يفكّر في ذلك المجتمع أو في تلك الأمة.

وتؤثر وسائل الإعلام بقوة في بناء الصورة الذهنية للأفراد وفقا لمبدأ ترتيب الأجندة، إذ يظهر هذا الدور من خلال الطريقة التي تؤثر فيها وسائل الإعلام ترتيب الأجندة العامة من خلال الأجندة الإعلامية، وذلك وفقا لافتراضنا أنّ ما نعرفه عن العالم من حولنا يعتمد بشكل كبير على ما نخبرنا به وسائل الاتصال الجماهيري، وأنّ أولويات الإعلام تؤثر بقوة في أولويات الجمهور، وأنّ العوامل المهمة في الإعلام تصبح مهمّة في أذهان الجمهور¹².

ويقصد بالصورة الذهنية في الدراسة الحالية ، تلك الانطباعات التي يمكن أن تتشكل لدى الجمهور المتلقي للمضامين الإخبارية المنشورة عبر قناة فرانس 24.

قناة فرانس 24

هي قناة إخبارية فرنسية عمومية، تضمّ ثلاث قنوات باللغات الثلاث: العربية والفرنسي والإنجليزية، بالإضافة إلى موقع إخباري باللغات الثلاث، تبثّ أخبار متنوعة على مدار الساعة، يصل بثّها إلى 250 منزل في العالم. بدأت القناة عملها مع إطلاق النسخة التجريبية لموقع الأنترنت في 2006/12/5، ثم إطلاق النسخة الفرنسية والإنجليزية يوم 2006/12/6، ليتمّ إطلاق النسخة العربية من القناة سنة 2007، بمعدّل بث وصل إلى أربعة ساعات يوميا قبل أن يرتفع معدّل البث إلى 24/24 ساعة في 12 أكتوبر 2010. استفادت القناة من دعم الدولة الفرنسية والذي بلغ حسب مصادر إعلامية إلى 80 مليون يورو سنويا، وهو ما سمح لها بتطوير إمكانياتها الإعلامية وتحقيق تنامي متزايد على الساحة الإعلامية الدولية، إذ يحقّق موقعها على الأنترنت أكثر من 14 مليون زيارة شهريا، في حين يتجاوز عدد المعجبين بصفحتها على الأنترنت الستة ملايين معجب، حسب الإحصائيات المعلن عنها من طرف القناة¹³.

تحليل اتجاهات المواد الإخبارية نحو قضايا وأحداث العالم الإسلامي:
تحليل اتجاهات فئات المضمون (ماذا قيل؟)

1- فئة الموضوع:

الجدول رقم: (02) يوضح المواضيع التي تمّ تناولها في المادة الإعلامية موضوع التحليل:

النسبة	التكرار	الموضوع
11.74	43	الإسلام
15.84	58	الإرهاب
17.48	64	الأوضاع السياسية في البلدان الإسلامية
20.21	74	التوترات الأمنية وأعمال العنف.
11.20	41	انتهاكات حقوق الإنسان.
6.01	22	الصراعات الطائفية.
9.83	36	الأوضاع الاقتصادية في الدول الإسلامية
7.65	28	الأوضاع الاجتماعية في الدول الإسلامية
100	366	المجموع

يمكن أن نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أنّ موضوع التوترات الأمنية وأعمال العنف في البلدان الإسلامية هي أكثر موضوع استحوذ على اهتمام القائمين على القناة في نسختها العربية وذلك بنسبة 20.21%، يليها موضوع الأوضاع السياسية بنسبة 17.48%، ثم يليها موضوع الإرهاب بنسبة 15.84%، ثم موضوع انتهاكات حقوق الإنسان بنسبة 11.20%. أما مواضيع: الأوضاع الاقتصادية، والأوضاع الاجتماعية، والصراعات الطائفية فلم تحظ باهتمام كبير وسجلت نسب ظهور ضعيفة نسبياً.

وبناء على هذه النتائج يمكننا الخلوص إلى قناة فرانس 24 في نسختها العربية تركّز سياستها الإخبارية على تقديم المشهد في الدول الإسلامية بشكل مأساوي يطبعه الصراع السياسي والتوتر الأمني وأعمال العنف المتنامية، وقد أثبتت عملية التحليل أنّ تناول مواضيع الإرهاب وأعمال العنف يرد في الكثير من الأحيان في سياق مواضيع أخرى مختلفة تمام، فعلى سبيل المثال لا يهمل القائمون على القناة الإشارة إلى هذه المواضيع ولو في خضم تناول مواضيع مرتبطة بالجانب الاجتماعي او حتى الثقافي، أو في الخلفيات الخيرية للأخبار والتقارير، ويمكن الانتباه بوضوح أنّ قناة فرانس 24 تمارس عنفا إخباريا محضاً من خلال عرض مشاهد العنف والحرب والدمار والإصابات. وتحاول القناة تبرير ذلك بتبريرات شرعية تدور حول مصداقية وسائل الإعلام التي تقوم بنقل الواقع إلى الناس، لكنّها في حقيقة الأمر تصنع واقعا غير واقعي في أذهان الناس عبر إيقاع مستويات عليا من الأذى النفسي والرمزي في نفوس المتلقين المسلمين، وهو ما يقودهم إلى تشكيل صورة ذهنية عن ذواتهم وفعاليتهم الإنسانية، فتغدو هذه الفاعلية مسكونة بعقد الخوف والتردد فيفقدون فعاليتهم لصالح مشاريع وتصورات سلبية ومحبطة.

بطريقة أخرى تقود طبيعة المواضيع التي تمّ التعرّض لها ذهن المتلقي إلى تصوّر البلدان الإسلامية ساحات للصراع والتوتر والعنف، وكأنّ حال هذه البلدان لا يحوي أي من مظاهر الحياة الإنسانية الأخرى. ويزيد تأثير هذه الطريقة المعتمدة في تغطية المواضيع الإخبارية المشار إليها مع طريقة التغطية المتواصلة للأحداث التي ابتكرتها قناة cnn الأمريكية قبل أن تتجه أغلب القنوات الإخبارية إلى اتباعها.

1- فئة الاتجاه:

الجدول رقم (03) يوضّح اتجاه المادة موضوع التحليل نحو قضايا البلدان الإسلامية

الاتجاه	النسبة المئوية
سلي	70
محايد	20
إيجابي	10
المجموع	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم (02) أنّ 70% من المادة موضوع التحليل نحت اتجاهها سلبيا نحو قضايا البلدان الإسلامية التي تناولتها، وهي نسبة جد مرتفعة وتعكس السياسة التحريرية المؤدلجة للقناة، حيث يظهر من خلال عملية التحليل أنّ القائمين على القناة يعملون بانتباه وحرص شديدتين على تكريس تصور سلبي عن هذه الدول قائم على التخويف والتئيس والإحباط، عبر استخدام عبارات وألفاظ منتقاة بدقّة لتحقيق هذا الغرض، ومن أمثلة الكلمات الأثيرة عند القائمين على القناة نجد: الخوف، العنف، التشدّد، التطرّف، الصراع، الغموض، القتل، اغتيال، الإرهاب، سيء، متردي، الأزمة....، ومن أمثلة التعابير نجد: أداء سيء، مستويات ضعيفة، مستقبل غامض، أزمة وشيكة، أوضاع صعبة، التطرّف الديني، الإسلام المتشدّد، تضيق على الحريات، انتهاك الحقوق....

وقد جاء التوجه السلبي نحو قضايا البلدان الإسلامية على نحوين: أولهما نحو صريح من خلال استخدام ألفاظ وتعابير واضحة مثل تلك التي أشير إليها، ونحو متضمّن يفهم من سياق المادة الخبرية، وفي الطريقة الثانية تثبت عملية التحليل أنّ الموضوعية والحياد والاستقلالية هي مجرد شعارات ذات دلالات رمزية بعيد عن الممارسة الإعلامية الحقيقية على الأقلّ إذا تعلّق الأمر بالدول الإسلامية .

فعلى سبيل المثال في تناول القناة لموضوع تأخّر حزب العدالة والتنمية المغربي في تشكيل الحكومة بعد فوزه في الانتخابات استخدمت القناة العبارات التالية: ... موقف عصيان يمكن أن يؤدي إلى سقوطه...، حزب العدالة والتنمية أراد أن يظهر أن تشكيل الحكومة وصل إلى طريق مسدود ...، ماذا يحدث إذا لم يتمكن بن كيران من تشكيل أغلبيته؟، ورغم أنّ القناة حاولت التموه عبر إيعاز هذه العبارات إلى مصادر إعلامية أخرى ، إلّا ذلك لا يعفي نوايا

القائمين على القناة من قصد إعطاء صورة سلبية عن حزب العدالة والتنمية، وقد كان من المنطقي أن يتم الاستعانة بآراء خبراء من اتجاهات سياسية مختلفة أو حتى السياسيون أنفسهم ، لكننا نجد القناة في هذا الموقف وغيره من المواقف المشابهة تلجأ إلى الاستدلال بتحليل وآراء مواقع إخبارية غير معروفة بتاتا، ولا ترتقي لأن تكون مقاما للاستدلال أو التحليل، ولكن يبدو أن القناة لا تهتمها القيمة الإخبارية للمصدر، بقدر ما يهمها ما يوفّره من أدوات مساعدة على رسم صورة سلبية على كلّ ما هو إسلامي، والمقام لا يتسع لذكر جميع الأمثلة من هذا النوع، ولكن القارئ المتمعّن للتقرير الذي أعدته القناة حول قرار حزب الاستقلال ذو المرجعية الدينية بالمشاركة في الانتخابات البرلمانية المغربية والمنشور بتاريخ 2016-10-22 يلاحظ بوضوح التوجّه السلبي للقناة تجاه كلّ ما يمتّ بصلّة ولو ضعيفة للإسلام.

إنّ اتجاه القناة نحو بناء صورة ذهنية سلبية لدى المسلمين حول ذواتهم تنسم بطابع تدميري ونكراني لخصوصية ذات مشبعة بالعنف ورفض الآخر، والافتقاد إلى رؤية واضحة بخصوص مشروع حضاري، بالإضافة إلى عدم القدرة على التأقلم مع مفاهيم الديمقراطية الحديثة، يكرّس واحدا من أهم الأهداف التي يسعى المشروع الغربي إلى تحقيقها عبر تحطيم كافة الفعاليات الإنسانية لدى الفرد المسلم عبر تبيئسه وتحطيمه بتقديم في صورة ذهنية غير لائقه يرى نفسه من خلالها. " فالصورة الذهنية هي الناتج النهائي للانطباعات الذاتية التي تتكوّن عند الأفراد والمجتمعات إزاء شخصيات معينة أو نظام أو مؤسسة...¹⁴

2- فئة الشخصية:

الجدول رقم (04) يوضّح الشخصيات التي تمّ رصد ظهورها ضمن المادة موضوع التحليل:

النسبة	التكرار	الفاعلون
20.27	44	مسؤولون سياسيون
15.66	34	قادة عسكريون
8.29	18	خبراء ومحللون
23.93	52	المؤسسات والهيئات الدولية.
31.79	69	شخصيات عامة
100	217	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه بأن أكثر فئة من الشخصيات التي تكرر ظهورها ضمن المعالجة الإخبارية لقضايا الدول الإسلامية في قناة فرانس 24 هي الشخصيات العامة بنسبة 31.79%، تليها فئة المؤسسات والهيئات الدولية بنسبة 24% تقريبا، ثم فئة المسؤولين السياسيون بنسبة 20 %، وبدرجة أقل القادة العسكريون بنسبة 15.66%، أما فئة الخبراء والمحللون فلم تحز سوى على نسبة 8.29 % فقط.

ويقصد بالشخصيات العامة الأطباء، شخصيات من المجتمع المدني، أعضاء جمعيات، صحفيون، أفراد من عامة الشعب، أشخاص ذوو صلة بالمواضيع المتناولة، أشخاص عاديون يطلب رأيهم في المواضيع المتناولة، شخصيات من الوسط الاقتصادي أو الاجتماعي...، وي طرح التركيز على هذه الفئة من الشخصيات الكثير من التساؤل حول المغزى الحقيقي لهذا التوظيف، وذلك بناء على اعتبارات عدة، منها أن المادة التي تم تحليلها في مجملها مواد إخبارية (خبر، تقرير، ريبورتاج) وهي مواد في الغالب تركز على الشخصيات الفاعلة في الحدث والشخصيات ذات الصلة الوثيقة به، كما أنها تستأنس بأراء وتحليل الشخصيات الخبيرة بالموضوع، ولكن عملية التحليل كشفت التركيز على شخصيات بعيدة الصلة نسبيا بالموضوع المتناول، كما أن مستواها وتخصصاتها لا يؤهلانه في الغالب إلى الإدلاء بأراء وتعليق في شأن المواضيع المتناولة.

في السياق ذاته يعبر الاهتمام والتركيز على تدخلات المؤسسات والهيئات الدولية بشأن الأحداث والقضايا في العالم الإسلامي عن نوع آخر من التحيز، إذ ليس يخفى انحياز هذه المنظمات في غالب الأحيان ضد قضايا هذه البلدان، والأمثلة في هذا الشأن كثيرة جدا، وليست القضية الفلسطينية، والإبادة الجماعية لمسلمي بورما، وإفريقيا الوسطى، سوى بعض منها. فالنتيجة أن القوى الغربية الكبرى هي المسيطرة على هذه المؤسسات، وهي التي تصنع سياسياتها وقراراتها.

أما فئة المسؤولين السياسيين والقادة العسكريين فيبدو تقديمهما استجابة لبعض الضرورات الإخبارية والإعلامية، ولكن ومع ذلك فإن هذا التقديم لا يخلو بدوره من نوع ذكي من التحيز، فف بعض الأحيان يتم استدعاء بعض الشخصيات ضمن النصوص الإخبارية رواية بالتعليق حولها، أو بروايه تعاليق عنها من مصادر مختلفة، وقليل ما نتاح

لها الفرصة لتعبّر عن نفسها بشكل مباشر، وعلى سبيل المثال فإنّ الشخصيات المحسوبة على التيار الإسلامي قليلا ما تتاح لها الفرصة لتعبّر عن نفسها ضمن المواد الإخبارية موضوع التحليل.

وتعبّر قلة ظهور الخبراء والمحللين ضمن المواد الإخبارية موضوع التحليل عن وجه آخر من أوجه التحيّز في تقديم المادة الإخبارية التي تعنى بالدول الإسلامية، فرغم أنّ الأصل أن توكل مهمّة التحليل لمن هم أهل لها من الخبراء وأهل الاختصاص، إلّا أنّ واقع القناة ينحو نحو تغييب مقصود لهذه الفئة، ومن سجّل حضوره ضمن شخصيات هذه الفئة يمكن تصنيفه ضمن فئة خاصّة غالبا ما توصف بأنّها معادية للتيار الإسلامي لكونها تعتبره الممثل الشرعي للفكر الإسلامي في المجتمع.

3- فئة المصدر:

الجدول رقم (05) يوضح المصادر المعتمدة في المادة موضوع التحليل.

النسبة	التكرار	المصدر
35.95	64	وكالة الأنباء الفرنسية
3.93	07	وكالة رويترز
24.71	44	مراسلون قناة فرانس 24
2.24	04	وكالة الأنباء العربية والإسلامية
15.73	28	وسائل إعلام أخرى
17.41	31	مصادر مجهولة
100	178	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أنّ وكالة الأنباء الفرنسية هي أكثر المصادر الإخبارية التي اعتمدها قناة فرانس 24 في استيقاء المواد الإخبارية المتعلقة بالدول الإسلامية، وذلك بنسبة 35.95%، يليها مراسلو القناة ذاتها بنسبة 24.71%، ثمّ مصادر مجهولة بنسبة 17.41%، ثمّ وسائل الإعلام الأخرى بنسبة 15.73%، لتسجّل وكالة رويترز ووكالات الأنباء العربية نسب ضعيفة جدّا من حيث الاعتماد عليها.

إنّ أكثر ما يثير الانتباه في الإحصائيات المسجّلة هو التفاوت الكبير والفارق بين درجة الاعتماد الكبير على وكالة الأنباء الفرنسية، مقابل الاعتماد الضعيف جدا على وكالة الأنباء العربية والإسلامية، رغم أنّ المواد موضوع التحليل كانت تعنى بشكل خاصّ بالدول الإسلامية والعربية منها. هذا من جهة ومن جهة أخرى تعدّ نسبة المصادر المجهولة التي اعتمدت عليها القناة والتي تعادل نسبتها ثلث إجمالي المصادر المعتمد عليها، مؤشرا واضحا على غموض السياسة الإخبارية وخضوعها للتوجهات الإيديولوجية للقائمين على القناة.

إنّ مصادر الأخبار هي الأخبار في حدّ ذاتها، فالمصدر في الممارسة الإعلامية لم يعد يقدم الاخبار فحسب، بل صار يصنع الأخبار، والأمثلة على ذلك كثيرة، وما صور اعتقال الرئيس العراقي الراحل صدام حسين، والتعاطي الإعلامي مع حرب الخليج، وأفغانستان، سوى أمثلة عن ذلك، ولكنها ليست الوحيدة. بمعنى آخر فإنّ الاعتماد على مصدر واحد بدرجة كبيرة يجعل الممارسة الإعلامية في هذه الوسيلة رهينة للتوجهات الإيديولوجية لهذا المصدر، والواقع أنّ هناك تناغما بين اتجاهات القناة واتجاهات وكالة الأنباء الفرنسية، يضاف إلى ذلك أنّ اعتماد إخفاء المصدر وترك لازمة من لوازمه وإن كان مشروعا من الناحية الإعلامية للحفاظ على سلامة المصدر، إلّا أنّ ذلك في اعتقاد الباحث ليس السبب الحقيقي وراء عملية التستر على المصدر، فالأوضاع الأمنية وإن كانت على درجة من التردّي في ليبيا، لكنها ليست كذلك في تونس، في حين أنّ الوضع في الجزائر يبدو إلى حدّ كبيراً مثاليا للممارسة الإعلامية. كما أنّ طبيعة الأخبار التي يتم تداولها ليست من السرية والخطورة التي تستوجب معها التستر عليها. والشائع في أدبيات الممارسة الإعلامية أن إخفاء المصدر أسلوب تظليل فعّال ومقبول لتستره وراء غطاء أكاديمي.

وفي السياق ذاته لاحظ الباحث بأنّ نسبة كبيرة من وسائل الإعلام الأخرى التي اعتمدت عليها القناة هي مواقع إخبارية أكثرها غير معروف على الساحة العربية والإسلامية، والسؤال المطروح هل هذا الاعتماد بغرض تفادي الاعتماد على قنوات منافسة، أم أنه مقصود لتضليل القارئ بالاعتماد على مواقع إخبارية لا يعرف شيء عنها وعن توجهاتها الإيديولوجية وأهدافها السياسية والإخبارية. ويبدو غريبا من الناحية الأكاديمية على الأقل

قلّة الاعتماد على وكالات الأنباء في الدول التي تنقل عنها الأخبار ، وهو مؤشر إضافي على نيّة مبيّنة للتوجيه والأدلجة للممارسة الإعلامية.

تحليل فئات الشكل: ماذا قيل؟

4- فئة أساليب الإقناع.

الجدول رقم (06) يوضّح أساليب الإقناع المعتمدة في المادة الإخبارية موضوع التحليل.

النسبة	التكرار	أساليب الإقناع المعتمدة
47.36	180	استمالات عقلية
52.63	200	استمالات عاطفية
100	380	المجموع

يوضّح الجدول أعلاه أنّ أكثر من 52 % من أساليب الإقناع المعتمدة في المادة الإخبارية موضوع التحليل هي الأساليب العاطفية مقابل 47 للأساليب العقلية.

رغم أنّ الأنواع الإعلامية التي خضعت لعملية التحليل هي مواد إخبارية يفترض أنّها تتطلب مستوى أكبر من الموضوعية مقارنة بالأنواع الإعلامية الأخرى مثل الأنواع الفكرية والأنواع التعبيرية، بمعنى أنّ المفترض أن تكون نسبة كبيرة من الأساليب الإقناعية المعتمدة هي استمالات عقلية، "وهي الاستمالات التي تعتمد على مخاطبة عقل المتلقي وتقديم الحجج والبراهين والشواهد المنطقية وتفنيذ الآراء المضادة بعد مناقشتها وإظهار جوانبها المختلفة، وذلك عن طريق الاستشهاد بالمعلومات والأحداث الواقعية وتقديم الأرقام والإحصائيات وعرض وجهات النظر الأخرى، والاستدلال بالأدلة المنطقية"¹⁵، غير أنّ الواقع التحليلي عكس صورة مغايرة تماما لهذا التصور المنهجي والمهني، إذ أنّ الكفّة مالت لصالح الأساليب العاطفية في أنواع يفترض فيها الجانب العقلي والموضوعي، وتعرّف الاستمالات العاطفية "بأنّها الاستمالات التي تستهدف التأثير في وجدان المتلقي وانفعالاته وإثارة حاجاته النفسية والاجتماعية، ومخاطبة حواسه بما يحقّق الأهداف العامة للقائم بالاتصال.¹⁶ فالعواطف هي القوّة الوحيدة الفعّالة للإقناع، فرغم أنّنا نودّ أن نرى المنطق وراء معظم قراراتنا لكن الواقع أنّ معظم مواقف الإقناع تستخدم فيها العاطفة وتبرر بالعقل، فقد يتم إقناع الناس بالعقل لكن العاطفة هي التي تحرّكهم.¹⁷

والسؤال المطروح حول السبب الكامن حول هذا التناقض لا يمكن أن تخرج إجابته عن نطاق التضليل المتعمد والتحوير المقصود، والتأثير المستهدف على آراء وتصورات ومواقف الجمهور المتابع للمواد الإخبارية في هذه القناة.

وقد لاحظ الباحثين أنّ اتجاه القناة في معالجة القضايا التي تقع في العالم الإسلامي تتعمد الإثارة وتأجيج العواطف على حساب التحليل الموضوعي، وفقا لتوجّه إعلامي جديد في الإعلام الغربي يرى بأنّ الخبر لم يعد مجرد نقل للمعلومات إلى المتلقي، بل أصبح صناعة متكاملة تعتمد على المناهج العلمية المعروفة من أجل تحقيق أكبر قدر ممكن من التأثير في نفسية الجمهور، ويأتي إيقاع الهزيمة الذهنية وتشويه الصورة الذهنية لدى الجمهور تجاه ذاتهم ومقومات هوياتهم على رأس أهداف هذا التوجّه.

وقد كشفت عملية التحليل أنّ استمالة الخوف كانت هي الطاغية على الاستمالات العاطفية المستخدمة، "فالترهيب هو ما يخيف ويحذر، وهو تحذير للمخاطب من عدم الاستجابة أو رفض الحق، أو عدم الثبات عليه بعد قبوله،¹⁸ وتؤدي هذه الاستمالة إلى جعل المتلقي يستجيب للرسالة في حالة شدة الإثارة العاطفية التي تشكّل حافزا لدى المتلقي للاستجابة لمحتوى الرسالة.¹⁹ ويرتبط نجاح استخدام هذه الاستمالة باقتراب التهديد من المتلقي مما يزيد من حالة التوتّر لديه، لأنّه يضيف على التهديد معنى ذاتيا وارتباطا بالاقتراب الزماني والمكاني.²⁰ وجاء مفاهيم: الإرهاب التشدد والتطرّف والتضييق على الحريات وانتهاك الحقوق المرتبطة كلّها بالدين الإسلامي حسب تصوّر القائمين على القناة، كأكثر المفاهيم التي تتمحور حولها عملية التخويف.

بالإضافة إلى ذلك تمّ استخدام الاستمالات العاطفية التالية:

- دلالات الألفاظ: ويقصد بها توظيف الألفاظ وفقا للحقيقة العرفية لها بنقل الذهن من مفهوم اللفظ إلى ما يلازمه في الاستعمال الواقعي في سياق معين.
- استخدام التوكيد: وهو الإثبات وتشديد المعنى الذي يشير إلى استخدام كلمات تتصل بدقة بما بتوقع الخطيب حدوثه.
- التكرار: وهو تكرار الألفاظ الدالة بقوة على المضمون المراد إقناع المتلقين به لتركيزه في وعيهم، وجعله أسهل تذكرًا.²¹ مثل تكرار ألفاظ التشدد، التطرّف، القتل، العنف....

6- فئة الصورة

الجدول رقم (07) يوضح الصور المستخدمة في المادة موضوع التحليل

النسبة	التكرار	فئة الصورة
3.94	3	نصّ بدون صورة
30.26	23	نصّ مرفق بصورة آنية للحدث
59.21	45	نصّ مرفق بصورة من الأرشيف
6.57	5	نصّ مرفق بخريطة أو رسم بياني
100	76	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أنّ أغلبية الصور المرفقة مع المواد الإخبارية موضوع التحليل هي صور من الأرشيف بنسبة 59.21%، مقابل 30.26% للصور الآنية للأحداث. فقد تبين للباحث أنّ أغلبية الصور هي من الأرشيف وهذا الأمر في حدّ ذاته يعبر عن أمرين إثنين، أولهما قلة الاحترافية لعدم اعتماد صور آنية للأحداث رغم أنّ للقناة إمكانيات مادية وبشرية كبيرتين، وغالب ما يتمّ تداوله هو كون القناة ممولة من دوائر اقتصادية مقرّبة جدّا من الصهيونية العالمية. والأمر الثاني أنّ استخدام الصور الأرشيفية لم يأت بشكل اعتباطي بل بشكل مدروس لتحقيق غايات معينة يدركها القائمون على القناة. وما يؤكّد هذا الطرح هو أنّ مضمون وإيحاءات بعض الصور قد جاء مخالفا لمضمون النصّ الإخباري في حدّ ذاته. وعلى سبيل المثال تضمّن تقرير حول قرار السلطات التركية إعادة 6000 مدرّس تركي إلى مناصبهم بعد توقيفهم تحفظيا في وقت سابق للاشتباه في تورطهم في الانقلاب شهر جويلية المنصرم. وكانت الصورة المرفقة تظهر مئات المواطنين الأتراك في مظاهرة وهم يحملون الأعلام التركية وهو الأمر الذي يوحي لدى القارئ بأن المظاهرات ضدّ حالات التعذيب المزعومة، لكن الصورة في الحقيقة هي لمتظاهرين خرجوا لدعم الحكومة التركية ضدّ الانقلابيين مثلما توضحه كتابة رقيقة وضعت تحت الصورة توضح مصدرها ومضمونها، غير أنّ القارئ في غالب الأحيان لا ينتبه للكتابة فيؤول فهمه لها على النحو الأوّل.

وكمثال آخر على التحيّز والقصد في استخدام الصورة الصحفية، نجد تقريرا حول غلق السلطات السودانية لقناة تلفزيونية بسبب ممارستها للنشاط الإعلامي من دون ترخيص، وكانت الصورة المرفقة صورة للرئيس السوداني عمر البشير وهو يحمل عصا ويتكلّم في ما بدا أنّه في

تجمّع شعبي بلهجة وملاح غاضبين. وتقدّم الصورة عطفًا على عنوان التقرير السلطة السودانية وعلى رأسها الرئيس في صورة بشعة وقمعية، بل وبدائية أيضا. ويعتقد الباحث أنّ اللجوء إلى استخدام الصور الأرشيفية لدى القناة ليس اعتباطيا أو لقلّة أو ندرة الصور الأنية للأحداث، بل يعود ذلك لإمكانية استخدام وتوظيف الصور الأرشيفية مع ما تتيحه من تعدّد وتنوّع في خدمة الأهداف المشبوهة للقائمين على القناة. الذين يحرصون على توظيف الصورة لدعم توجهات القناة، على اعتبار أنّ صورة واحدة خير من ألف كلمة. ومن أمثلة الاعتداء الصارخ على سلامة المشاعر الإنسانية لدى الفرد المسلم، وفي إطار التشويه الممنهج للصورة الذهنية التي يحملها المسلمون حول ذواتهم، استخدمت القناة صورة قرد في تقرير حول ما قالت أنّه صراع مسلح نشب بين قبيلتين ليبيتين بسبب اعتداء قرد تملكه إحدى القبائل على فتاة صغيرة من القبيلة الأخرى، وقد عرض الباحثين الصورة مرفقة بالنصّ الإخباري على عدد من الأساتذة والطلبة وجاءت ردود أفعالهم إزاءها متقاربة بشكل كبير. نعم لقد حملت الصورة تشبيها صريحا للمسلمين الليبيين بالقرود، كما أنّ مضمون النصّ الخبري لم يخلو من إيحاءات ساخرة ومتهكمة على المواطن الليبي.

4. تحليل النتائج:

ومن خلال هذه الدراسة يمكن الخلوص إلى عدد من النتائج التي نوجزها في ما يلي :

1- ركزت قناة فرانس 24 عبر موقعها الإلكتروني على الأخبار الأمنية والسياسية والأخبار المتعلقة بالإرهاب ، وحرصت على تقديمها بطريقة تبدو من خلالها الأوضاع في الدول الإسلامية متوتّرة وغير مستقرة تماما، وتشكلّ انطباعات ذهنية انفعالية تتراكم وتتفاعل لتشكّل صورة ذهنية مشوّهة ومنقّرة لدى المسلمين حول ذواتهم وبلدانهم وأنظمتهم السياسية.

2- نحت المضامين الإخبارية موضوع التحليل اتجاها سلبيا بشكل كبير نحو قضايا العالم الإسلامي، وتجسّد ذلك من خلال مستويين أحدهما صريح، والآخر ضمني يفهم من خلال آليات التأويل المرافقة لتلقي الرسالة الإعلامية. ويسهم ذلك بشكل مباشر في طبيعة الصورة الذهنية التي يشكلها المسلمون حول ذواتهم.

3- ركزت القناة عبر موقعها الإلكتروني على شخصيات عامة، ولم تقدم الشخصيات الفاعلة في المشهد السياسي الإسلامي بصورة لائقة، كما لم تتح لهم الفرصة للتعبير عن أنفسهم وآرائهم.

4- اعتمدت القناة بشكل كبير على وكالة الأنباء الفرنسية كمصدر أساسي للمعلومات، وذلك في إطار تطبيقها لسياسة الحكومة الفرنسية التي تمولها، كما اعتمدت بشكل كبير على المصادر المجهولة وهو ما يزيد من فرضية اعتمادها سياسة ممنهجة لبناء صورة ذهنية سلبية عن المسلمين، وتأجيح الأوضاع في بلدانهم.

5- اعتمدت القناة على الصور المأخوذة من الأرشيف، وحرصت على توظيفها بطريقة سلبية لبناء صورة ذهنية سلبية عن المسلمين.

6- ركزت القناة على استخدام الاستمالات العاطفية لإقناع الجمهور العربي والمسلم بتوجهاتها السلبية نحوه، وقامت بذلك على نحو ذكي، وتعتبر استمالة التخويف، والتكرار، والتأكيد أكثر الأساليب الإقناعية استخداما.

5. خاتمة:

لقد حاولت هذه الدراسة جاهدة أن تكشف - ولو بشكل بسيط- الطريقة التي تحاول من خلالها هذه القناة المحسوبة على التيار الغربي الذي يسعى بوحشية و بطريقة غير أخلاقية للسيطرة على المجتمعات الإسلامية وإخضاعها في المرحلة الأولى، تمهيدا لهيمنة علميا كليًا في فترة لاحقة، وذلك في إطار مشروع العولمة العالمية التي تفوده القوى الغربية الكبرى. ولكن نتائج البحوث المبذولة في هذا الإطار ليست حلاً للمواجهة، أو حتى جزء من الحلّ ما لم تكن نقاط انطلاق لمشروع إعلامي متكامل يستهدف إعادة ترتيب أوراقنا الحضارية، وإعادة الثقة المفقودة لدى الفرد العربي والمسلم الذي أصبح تائه ووحيا في مواجهة حملات منظمة من القصف القيمي المكثف الذي يستهدف وعيه وتمثلاته، وتصوراتة حول ذاته، وتوافقه مع ذاته.

والواقع وإن كان يكشف عن وضع صعب ومتردي، فإنّ المستقبل في حال بقاء فاعليتنا الإعلامية رهينة التجاذبات والرهانات الضيقة سيكون كارثيا إلى حد قد لا يمكننا تصوره، ولا حتى التفاعل معه، لأننا حينها سنكون فاقدين لجميع خياراتنا النفسية والاجتماعية والحضارية. ولن يكون أماننا سوى خيار واحد وهو الخضوع لهيمنة القوى المسيطرة بالطريقة التي تحددها هذه القوى.

6. قائمة المراجع :

- ¹ عبيدات ذوقان وآخرون: البحث العلمي، مفهومه وأدواته وأساليبه ، الطبعة الخامسة، دار الفكر، عمّان، الأردن، 2003، ص 310.
- ² شيماء ذو الفقار زغيب: مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، الطبعة الأولى، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2009، ص 138.
- ³ رشدي أحمد طعيمة: تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية ، مفهومه وأسسها واستخداماته، دار الفكر العربي، القاهرة، 2004، ص 135.
- ⁴ إحسان الأغا: البحث التربوي، عناصره، مناهجه، وأدواته، الطبعة الثانية، مطبعة المقداد، غزّة، 1997، ص 118.
- ⁵ حكّم الاستمارة السادة الأساتذة : د. أعمار يوسف من جامعة الجزائر 3. د الحاج سالم عطية من جامعة الجزائر 3. د . الحاج تيطاوني من جامعة الجليلي بونعامة خميس مليانة.
- ⁶ إحسان الأغا، المرجع نفسه، ص 120.
- ⁷ رشدي أحمد طعيمة، مرجع سبق ذكره ، ص 255.
- ⁸ Venables,j. (1993). What is News .Huntingdon.ELM Publications. P 158.
- ⁹ محمد شطّاح: قيم العنف في الإعلام الاستعراضى- في البحث عن الهوية، دراسة علمية بمجلة العلوم الإنسانية ، بجامعة سكيكدة ، من ص الصفحة 68 إلى الصفحة 81.
- ¹⁰ سلافة الزغبي: صورة العرب في الإعلام الأمريكي، دار ورد للنشر، عمّان، 2006، ص 24.
- ¹¹ دوري رينهارد: تكملة المعاجم العربية، ترجمة : محمد سليم النعيمي، دار الرشيد، بغداد، 1982 ، ص 83.
- ¹² Soroka, N.S.(2002) . Agenda setting Dynamics in Canada. Toronto.UBC Press. P 07
- ¹³ www.france24.com عن الموقع الرسمي للقناة.
- ¹⁴ علي عجوة: العلاقات العامة والصورة الذهنية، عالم الكتب، القاهرة، 1983، ص10.
- ¹⁵ حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998، ص190.

- ¹⁶ أنظر: محمد منير حجاب: تجديد الخطاب الديني في ضوء الواقع المعاصر، الطبعة الأولى، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004.
- ¹⁷ هاري ميلز: فن الإقناع، الطبعة الأولى، ترجمة ونشر: مكتبة جرير، المملكة العربية السعودية ، 2001، ص 147.
- ¹⁸ عبد الكريم زيدان: أصول الدعوة، الطبعة الثامنة، مؤسسة الرسالة، بيروت، لبنان، 1418هـ، ص 437.
- ¹⁹ معتصم بابكر مصطفى: أساليب الإقناع في القرآن الكريم، الطبعة الأولى، سلسلة كتاب الأمة، وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، الدوحة، 2003، ص 60.
- ²⁰ معتصم بابكر مصطفى، المرجع نفسه ، ص 621.
- ²¹ هاري ميلز، مرجع سبق ذكره، ص 144.