

## الخطاب الإعلامي ودوره في تسويق المصطلحات السياسية

دراسة وصفية تحليلية على عينة من القنوات العربية

(قناتي الجزيرة وسكاي نيوز)

في الفترة من 2016-2018م

سامي محمد أحمد مختار اللباب ونهى حسب الرسول أحمد

جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا - كلية علوم الاتصال

### المستخلص:

هدفت الدراسة الى معرفة دور الخطاب الاعلامي في تسويق المصطلحات السياسية دراسة وصفية تطبيقية على عينة من القنوات العربية (قناة الجزيرة، قناة إسكاي نيوز). وتتمثل أهمية الدراسة في مدى أهمية الخطاب الاعلامي والدور الذي يؤديه في توصيل الرسالة الاعلامية حيث ان استخدام وتوظيف اي مصطلح له تأثير وابعاد يجب مراعاتها عند استخدامه. تم استخدام المنهج الوصفي وكانت عينة البحث من خبراء ومختصين في المجال الاعلامي من رؤساء تحرير صحف ومعدي برامج تلفزيونية ومخرجين ومراسلي قنوات عربية، وقد تم توزيع إستمارة البحث بعدد 21مبحوثا، وقد استخدم الباحث إستمارة الخبراء بإعتبارها الاداء الاساسية في البحث.

حيث توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها أثبتت الدراسة بأن مواكبة الخطاب الاعلامي للقنوات العربية لميثاق الشرف الاعلامي جاءت بنسبة متوسطة مما يدل على ضعف إنترام القنوات العربية في خطابها الاعلامي بميثاق الشرف الاعلامي. إتفقت العينة بأن قناتي إسكاي نيوز والجزيرة تعملان بميثاق الشرف الاعلامي العربي بنسبة ضعيفة مما يدل على عدم إنترام القناتين بتلك الوثيقة. كما أكدت الدراسة على عدد من التوصيات أهمها ضرورة حيادية القنوات لنقلها للحدوث عبر خطابها الاعلامي، كما وصى البحث على اهمية وضرورة الالتزام بماورد في ميثاق الشرف الاعلامية العربي في القنوات الفضائية.

**الكلمات المفتاحية:** الخطاب الاعلامي ، الإتصال السياسي، السياسة الإعلامية ، ميثاق الشرف الإعلامي .

### Abstract

This study aimed at investigating the role of media discovers in marketing the political terminologies it is a descriptive study conducted on Aljazeera channel and SKY news. The importance of the study his on the extent at which the role that media plays in conveying media message for each term has its effects and dimension which should be considered. The sample collected form experts and specialists on media field (editors, directors, programmers, est.....). The questioner was distributed to (21) responders and the researcher used the expert's form as basic reference. The study concluded that keeping up with the media discourse of the Arab channels of the media honor code came at a moderate rate, which charter indicates the weakness of the Arab channels' commitment in their media discourse. The sample agreed that the channels of SKY News and Aljazeera are operating with a weak Arab media honor code, which indicates that the two channels are not committed to that document. The study also stressed a number of

recommendations, the most important of which is the necessity of channeling channels to convey the events through its media discourse. The research also stressed the importance and necessity of complying with the provisions of the Charter of Media Honor

The most important recommendation of the study ware should be unbiased where transmit the events through its media discovers in addition too

**Keywords :**Media discourse، Political Communication، Media policy، Media Charter of Honor.

#### مقدمة

إن المصطلحات المستخدمة في الخطاب الاعلامي ليست كلمات عشوائية او جمل مرصوفة تقال كيفما إتفق بل هي كلمات مفتاحية تحمل مضامين عميقة ومفاهيم محددة وأفكار مركزية وهي ذات أهمية كبيرة ومكانة مؤثرة في صلب الخطاب الإعلامي إن قضية المصطلح الإعلامي تعد من أخطر الجوانب التي يمكن من خلالها بناء المفاهيم او تغييرها وكسب المواقف أو تبديلها كما أنها قد تكون باباً من أبواب الاختراق والتضليل الإعلامي من أجل ذلك فإن فهم موضوع المصطلحات الإعلامية يعد جزء اساسيا من الوعي الاعلامي ومن المتفق عليه

وتزداد اهمية هذا الدور في حالات الصراع وتضارب المصالح وخاصة في المناطق غير المستقرة او التي تشهد نزاعات مسلحة حيث تتصارع وتتنافس الاطراف ذات العلاقة بتصنيع الرسالة الاعلامية ونحت المصطلحات الاعلامية وتسويقها ونشرها بحيث تعبر عن وجهه والرسالة الاعلامية لصانع المصطلح .

ويرى الباحث ان استخدام المصطلحات في الرسالة الاعلامية له أثر كبير في تشكيل الرأي العام وتغيير الصورة الذهنية لمتلقى الرسالة وانه يؤثر ايضا في ميول المشاهد والمتابع وتبنيه لقضية او راي او مفهوم معين .

#### مشكلة البحث

لوسائل الاعلام أثر كبير في تشكيل الرأي العام ولكل وسيلة رسالة تهدف إلى ايصالها لمتلقيها ومشاهديها وتعمل الفضائيات الاخبارية على نقل كافة الاحداث التي تدور في العالم، حيث تتبع مشكلة البحث من نقل الأحداث وعدم انحياز القنوات الفضائية عند نقلها للأحداث، وكذلك المصطلحات التي تستخدم في وسائل الإعلام حيث أن المصطلح يؤدي دوراً كبيراً في إيصال الرسالة وفهم القضية التي تطرح عبر الإعلام، ويسعى الباحث من خلال هذه الدراسة إلى توضيح الأثر الذي يؤديه استخدام المصطلحات السياسية في الخطاب الإعلامي وإلى أي مدى تعمل الفضائيات لتسويقها عند استخدامها وكيف يمكن توظيفها حتى لا تؤثر على المتلقي والرسالة الإعلامية ومصداقية القناة.

#### أهمية البحث

تتبع أهمية هذا البحث من أهمية الخطاب الإعلامي والدور الذي يؤديه في توصيل الرسالة الاعلامية حيث ان استخدام وتوظيف اي مصطلح له تأثير وابعاد يجب مراعاتها عند استخدامة في الفضائيات الاخبارية ولاحظ الباحث من خلال المتابعة المستمرة ان هناك توظيف غير صحيح لبعض المصطلحات التي يتم استخدامها من غير معرفة الكثير من معانيها والاثار التي يمكن ان تؤديها .

#### اهداف البحث

1. إبرازمدي مواكبة الخطاب الإعلامي للقنوات الفضائية لميثاق الشرف الإعلامي العربي .
2. معرفة الاستخدم الامثل للمصطلحات السياسية في إيصال الرسالة الإعلامية .

3. معرفة ما اذا كانت الفضائيات الاخبارية تستخدم وتوظف المصطلحات الإعلامية فى توصيل رسالتها بالشكل المناسب .

4. معرفة كيفية إستخدام قناة الجزيرة للمصطلحات الإعلامية فى توصيل الرسالة الإعلامية.

5. معرفة كيفية إستخدام قناة اسكاي نيوز للمصطلحات الإعلامية فى توصيل الرسالة الإعلامية.

6. معرفة الفرق بين قناتى الجزيرة واسكاي نيوز فى توظيفها للمصطلحات السياسية.

7. معرفة مدى تأثير إستخدام المصطلحات السياسية فى توصيل رساله.

#### أسئلة البحث

1. الى اي مدى تلتزم القنوات الفضائية العربية بميثاق الشرف الإعلامي ؟

2. الى اي مدى يؤثر توظيف المصطلحات الاعلامية فى توصيل الرسالة؟

3. مامدى الفرق بين قناتى الجزيرة واسكاي نيوز فى توظيفهم للمصطلحات السياسية؟

4. كيف تستخدم قناة الجزيرة المصطلحات الاعلامية وتوظفها ؟.

5. الى اي مدى يؤثر استخدام قناة اسكاي نيوز المصطلحات السياسية على المتلقين؟

معرفة كيفية استخدام المصطلحات السياسية فى اىصال الرسالة الإعلامية

#### منهج البحث

تستخدم الدراسة المنهج الوصفي التحليلي

#### مصطلحات الدراسة

#### الخطاب لغة

هو مصدر للفعل (يخاطب، وخاطب)، وقد جاء من كلمة الخُطْب أي الأمر أو الشأن، والخطاب هو سبب الشيء، ويقال للمرء ما خطبك؟ أي ما شأنك، ونصِفُ بعض الحوادث والأمر فنقول فنقول خطب عظيم او جليل.

#### الخطاب اصطلاحاً:

فهو مواجهة الآخرين بكلام قد يكون على شكل رسالة، أو محاضرة، أو تسجيل، أو نص معين، وقد يتعدى الكلام إلى الرموز، وتتنوع أشكاله فمنه اللفظي الذي يستخدم اللغة كأداة له، وغير اللفظي الذي يستخدم العلامات والإشارات والإيحاءات، ويأتي هذا المصطلح مرادفاً لكلمات كثيرة كالكلام، واللغة، والرسالة، والحديث، والأطروحة، والنص، والقول، والسرد، ويعرّفه البعض على أنه رسالة يقدمها مرسل ويستقبلها متلقي .

#### إجرائي

الخطاب الذي يتم نقله أو الرسالة التي يتم بثها لتصل للمشاهدين عبر القنوات الفضائية .

#### الإعلام لغةً

الإبلاغ، الإفادة، نقل معلومة لشخص ما وتأكيد درايته بها.

#### الإعلام اصطلاحاً

هو إحدى الوسائل أو المنظمات التجارية التي تتولى مسؤولية نشر الأخبار وإيصال المعلومات للأفراد، وتكون عادة غير ربحية، وتختلف في ملكيتها فقد تكون عامة أو خاصة ورسمية أو غير رسمية، وكما تقدم هذه التقنية مواضيع مختلفة للجمهور

كالترفيه والمعلومات والتسلية والأخبار وغيرها ما يهيم الفرد، وزاد انتشار رقعة الإعلام في الآونة الأخيرة مع ظهور الثورة التكنولوجية، ويكون إيصال هذه المعلومات بواسطة تقنيات أو وسائل خاصة بها تسمى وسائل الإعلام **إجرائي**: الوسيلة التي من خلالها يتم بث الرسالة للمشاهدين عبر القنوات الفضائية. (ويكيبيديا).

### الخطاب لغة

من مادة "خطب" يقال: خاطب خطاباً، فهو مصدر زنة فاعلٍ فعلاً بخلاف الخطبة، فالأصل: حَطَبَ حُطْبَةً، وهي المصدر.

### الاصطلاح

يقصد به نظام التعبير المقنن المضبوط، وهو نظام ليس في جوهره إلا بناء فكرياً يحمل وجهة نظر معينة، وقد تمت صياغته في بناء استدلال أي بشكل مقدمات ونتائج بين المخاطب والمخاطب. (الجابري، ب.ت)

### التسويق

**لغة**: بشكل أساسي ، يكتشف ما يريده المستهلك ، ويقوم ببيعه له

### التسويق اصطلاحاً

هو تلك العملية الانتاجية التي من خلالها يستطيع الافراد والجماعات الحصول على احتياجاتهم ورغباتهم من خلال تبادل المنتجات والقيمة المقابلة لها. [www.abahe.com](http://www.abahe.com)

**إجرائي**: الترويج للمصطلحات التي يتم استخدامها في الخطاب الإعلامي

### المصطلح لغة:

مادة (صلح) في اللغة العربية مدارها على معنيين الاول الصلح والثاني الصلاح قال في تهذيب اللغة : الصلح تصالح القوم بينهم ، والصلاح نقيض الفساد والصلاح بمعني المصالحة

### المصطلح اصطلاحاً:

قال في التعريفات : هو عبارة عن اتفاق قوم على تسمية الشئ باسم ما ينقل عن موضعه الأول ، وإخراج اللفظ عن معنى لغوي إلى آخر لمناسبة بينهما

**إجرائي**: يقصد به الباحث المصطلح الذي يتم استخدامه في الخطاب الإعلامي

### السياسة لغة

مأخوذ من الفعل المضارع يسوس أي يعالج الأمور، أو من الفعل الماضي ساس أي سير، ونظم، ورتب شؤون أمرٍ ما.

### اصطلاحاً

مجموعة الإجراءات والطرق والأساليب الخاصة باتخاذ القرارات من أجل تنظيم الحياة في شتى المجتمعات البشرية، بحيث تدرس آليات خلق التوافق بين كافة التوجهات الإنسانية الدينية، والاقتصادية، والاجتماعية، وغيرها، وتضم أيضاً آليات توزيع الموارد، والقوى، والنفوذ الخاصة بمجتمع أو دولة ما، وتختلف الأنظمة السياسية بين دولة وأخرى حسب دستورها ونظامها الداخلي وطبيعة الحكم فيها، ومدى تطبيق مبادئ الديمقراطية فيه. (الموسوعة الحرة ويكيبيديا)

**إجرائي**: يقصد به الباحث المصطلحات السياسية التي تستخدمها القنوات الفضائية في الخطاب الإعلامي

## الدراسات السابقة

### الدراسة الأولى

الخطاب الإعلامي للثورة المهدية ودراسة تحليلية لرسائل المهدي والخليفة عبدالله (نور المدينة، ماجستير)

#### أهداف البحث

- 1/ الكشف عن الدلالة الإعلامية من خلال :-  
أ/ أبعاد الخطاب الإعلامي للثورة المهدية .  
ب/ الوسائل الإعلامية المستخدمة في إيصال الخطاب الإعلامي لكل فرد على حده.
  - 2/ الكشف عن الدلالة الإعلامية لخطاب الثورة المضاد لها من خلال التحدث عن :  
أ/ وسائل الخطاب الإعلامي المضاد للثورة .  
ب/ رجوع الصدي الداخلي والخارجي للخطاب المضاد للثورة.
- المنهج :-** استخدم الباحث المنهج التاريخي والمنهج الوصفي التحليلي .  
**الأدوات :-** استخدم الباحث أداة تحليل المضمون للإجابة على عدة تساؤلات .

#### أهم النتائج

- 1 الخطاب الإعلامي مفهوماً خاصاً به يرتكز في بنائه على الخطاب السياسي .
  - 2/ الخطاب الإعلامي مر بتطورات عديدة عبر التاريخ من خلال تطور الإنسان لوسائل الخطاب نفسها .
  - 3/ لا بد لكل خطاب إعلامي من وسائل إعلامية تتقله وتساهم في نشره .
- علاقة الدراسة بالدراسة الحالية :**

اتفقت الدراسة مع الدراسة الحالية في انهما ناقشا الخطاب الإعلامي

واختلفت الدراسة مع الدراسة الحالية في المنهج المستخدم والاطار المطبق عليه الدراسة كما هدفت الدراسة الي الكشف عن الدلالة الاعلامية لخطاب الثورة المهدية وهدفت الدراسة الحالية الى معرفة اهمية الخطاب الاعلامي واستخدام المصطلحات فية

#### الدراسة الثانية

الخطاب الإعلامي لأحزاب المعارضة السياسية اليمنية

دراسة تحليلية وصفية (الشميري، ماجستير '1999م)

#### أهمية الدراسة :

تأتي أهمية هذه الدراسة كونها تتناول موضوعاً غاية في الأهمية وهو الخطاب الإعلامي للمعارضة السياسية اليمنية الذي يزدهر وينمو في ظل النظم الديمقراطية ويضعف ويضمحل في ظل النظم الاستبدادية والديكتاتورية .

#### أهداف الدراسة

1. تسليط الضوء على الأوضاع السياسية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية للمجتمع اليمني خلال فترة الدراسة .
2. التعرف بدور الأحزاب السياسية اليمنية في مواجهة القضايا المختلفة والإشارة إلى تحقيق الاتصال السياسي وخطابة الرأي العام .
3. التعرف على مضمون الخطاب الإعلامي للمعارضة السياسية اليمنية

## منهج الدراسة

استخدم الباحث بشكل أساسي المناهج التالية :

1/ منهج المسح 2/ المنهج التاريخي 3/ المنهج المقارن

## أهم النتائج

1. كشفت الدراسة عن توافق الخطاب الإعلامي لأحزاب المعارضة السياسية اليمنية في عدة قضايا سياسية وطنية وعربية وإسلامية ودولية .
2. أثبتت الدراسة توافق الخطاب الإعلامي لأحزاب المعارضة السياسية مع الموقف الرسمي للدولة في بعض القضايا كقضية حرب الخليج ، وقضية البوسنة والهرسك .

## علاقة الدراسة بالدراسة الحالية

اتفقت الدراسة مع الدراسة الحالية في مضمون الرسالة وهو تناولهم لموضوع الخطاب الاعلامي اختلفت الدراسة مع الدراسة الحالية في المنهج المستخدم وعينة الدراسة تناولت الدراسة الخطاب الاعلامي للمعارضة اليمنية وتتناول الدراسة الحالية الخطاب الاعلامي ودوره في تسويق المصطلحات السياسية واثرها على المتلقي

## الدراسة الثالثة

مشكلات الخطاب الإعلامي السوداني في إرساء دعائم السلام (دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على وسائل الإعلام السودانية) (الحسين 2005م)

## أهداف البحث :-

- 1/ التعرف على مضامين الخطاب الإعلامي في وسائل ووسائل الإعلام ذات العلاقة بموضوع السلام .
- 2/ الوقوف على أثر هذا الخطاب الإعلامي ودوره في إرساء دعائم السلام .

## أهم النتائج

1. أن وسائل الإعلام السودانية قد لعبت دورا هاما ومقدرا في التبشير باتفاقية السلام الشامل السودانية التي وقعت بين كل من المؤتمر الوطني والحركة الشعبية لتحرير السودان ، وشرح وتوضيح تفاصيل الاتفاقية، وإن كانت هناك نسبة قليلة (13%) تري العكس من ذلك . وقد تكون هذه الرؤية متأثرة ببعض المواقف السياسية أو غيرها .
2. تشير الدراسة إلي أن هناك إشكاليات تواجه وسائل الإعلام السودانية في سبيل إرساء دعائم السلام تتمثل في الإشكالات المتعلقة ببنيتها الأساسية وعدم توفر المناخ الحر الذي يساعدها على القيام بدورها كما ينبغي تجاه عملية السلام ومراحلها المختلفة ، وإنما تهدف الى زيادة الكفاءة لإحداث التأثير المطلوب .

## علاقة الدراسة بالدراسة الحالية

اتفقت الدراسة مع الدراسة الحالية في مضمون الرسالة وهو تناولهم لموضوع الخطاب الاعلامي وخطورة التوظيف الغير صحيح للخطاب الاعلامي والحياد فية كما استعاد الباحث من الدراسة في معرفة تطور الخطاب

## مفهوم الخطاب الإعلامي

يعتبر الخطاب الإعلامي واحداً من أكثر المصطلحات استخداماً في أوساط الكتاب والمفكرين ورجال السياسة وقادة الرأي ورؤساء الأحزاب والمنظمات الجماهيرية، ويتواتر استخدامه في الأجهزة المختلفة في وسائل الإعلام المقروءة والموسوعة والمرئية في مواكبتها للأحداث ومتغيراتها الدائمة.

## سياقات الخطاب الاعلامي

ينقسم الخطاب الاعلامي إلى اربعة سياقات

### الممارسون الاعلاميون:

المرتكزات الاساسيه التي يقوم عليها العمل الاعلامي

1/ العنصر البشري "الممارسون الاعلاميون".

2/العنصر المادي "التمويل".

3/البيئه العامه للممارسه "الحرية".

### وسائط الاتصال الجماهيري

تشكل وسائط الاتصال الجماهيري إحدى العمليات المركزيه التي يحصل الافراد من خلالها على فهم ذاتي للواقع الإجتماعي، لذلك فهي تلعب دوراً مهماً للغايه

### النظام الأيديولوجي

تؤدي مؤسسات الدولة الأيديولوجية أدواراً في إعادة إنتاج النظام والواقع الاجتماعي, وذلك عبر نشرها لمجموعة من القيم والمفاهيم والأفكار والرؤي ذات العلاقة بتلك الايديولوجيا, في إطار خطابها الاعلامي وعبر وسائط الاتصال الجماهيري عن طريق مجموعة من الممارسين الإعلاميين ذوي علاقته بتلك الايديولوجيا

### النظام اللغوي

هو عبارة عن نسق قيمي يحمل مرتكزات الخطاب، ويرى بعض الباحثين ان اللغه هي الاداة الاساسيه للخطاب، وهي كذلك تلعب دوراً مهماً في البناء الاجتماعي.

### وظائف الخطاب الاعلامي The function of the media discourse

بعد التطورات الكبيرة التي شهدتها وسائط الاتصال الجماهيري لم يعد هناك شك في إمكاناتها وقدراتها في التأثير على المجتمعات ، فوسائط الاتصال الجماهيري داخل اي مجتمع تقوم بصياغة ونشر وتوزيع الأخبار والمعلومات والأفكار والآراء ، لذلك فهي معتمدة كواحدة من اهم مؤسسات التنشئة الإجتماعية ، اضافة الى انها "واحدة من اهم الوسائل الفاعلة في اي مجتمع.

وقدم ولير شرام (Wilbur Ashram) ثلاث وظائف عامه يرى انها ضرورية للاتصال الجماهيري وخاصة في مجال التنمية الشاملة وهي:

1/وظيفة المراقب: وذلك لاستكشاف الافاق، واعداد التقارير عن الاخطار، والفرص التي تواجه المجتمع.

2/الوظيفة السياسية: ويتم من خلال المعلومات التي تتيح إتخاذ القرارات المتعلقة بالسياسة، والقرارات القيادية، وإصدار التشريعات.

3/التنشئة: وذلك من خلال تعليم أفراد المجتمع الجدد المهارات والمعتقدات التي يقدرها المجتمع. (مكاوي والسيد، 2005م)

## الاتصال السياسي والتسويق

### الإتصال السياسي:

الإتصال هو عملية ربط مقصودة idegiberate connection process بين طرفين (مرسل ومستقبل) لتأدية وظائف محددة في إطار النشاط الإنساني. (حمدي، 1995م)

### مستويات الإتصال السياسي

مما تقدم يتضح أن الإتصال السياسي هو أداة سياسية تستخدم بصورة دائمة من قبل القائمين على وسائل الإتصال ومن هو في موقع اتخاذ القرار لبلوغ أهداف سياسة محددة، وذلك عبر خطاب إعلامي محدد المعالم، والاتجاهات بغية إحداث التأثيرات المألوفة على قطاع الرأي العام.

وينقسم الإتصال السياسي مستويين هما:

#### 1: المستوى الوطني للإتصال السياسي

يعتبر الإتصال السياسي من الأدوات الرئيسة التي يعول عليها أي نظام سياسي، ومن هنا فإنها تستخدم ما أمكنها من وسائل وقنوات اتصالية متاحة من أجل أن تعرف على الاتجاهات السائدة فيالوسط الجماهيري، كما أنها تعمل جاهدة على أن تنقل للرأي العام المحلي كل ما تعتقده بأهميته للحصول على التأييد الشعبي لسياساتها وقراراتها المتعلقة بالأوضاع الداخلية وفي المجال الدولي. (المصالحة، 1996م)

#### 2: الإتصال السياسي الدولي

ويستخدم من قبل الدول والحكومات والمنظمات الدولية عبر الحدود السياسية بين الدول من أجل تحقيق أهداف محددة، ويعتبر الإتصال الدولي أحد أدوات تنفيذ السياسات الخارجية التي تعتمد أيضاً على استخدام الأدوات الاقتصادية والدبلوماسية والعسكرية لتحقيق الأهداف الموضوعية. (المصالحة، 1996م)

### The Concept of Political Marketing – مفهوم التسويق السياسي

أنَّ التسويق السياسي هو أحد الاتجاهات الحديثة والمعاصرة لعلم التسويق الحديث، إلا أنه لم يلق الاهتمام اللازم من قبل الباحثين والكتَّاب وخاصة المتخصصين في مجال التسويق. مما انعكس على قلة الأدبيات والموضوعات في هذا المجال، وعدم تطورها بالشكل الذي يتناسب مع أهمية هذا العلم.

#### أهداف التسويق السياسي

يهدف التسويق إلى تثقيف الناس بالأفكار التي تحملها الخطة السياسية؛ كذلك يهدف إلى تغيير الإتجاهات السياسية المعاكسة أو المضادة، كما يهدف إلى مساعدة الطامحين السياسيين للوصول إلى أكبر شريحة من المجتمع.

#### أهمية اللغة السياسية

قبل أن نشعر في ذكر الأسباب التي أدت إلى زيادة الاهتمام باللغة السياسية المستخدمة في النشاط الاتصالي، لابد من الإشارة إلى التعريف الذي قدمه الباحث الأمريكي بيل Bell لعلم السياسة حيث حصر هذا التعريف في عامل اللغة السياسية المستخدمة وعامل القوة يقول (أن السياسة هي تأثير اللغة، وتأثير القوة والسلطة، ومن شأن هذه اللغة أن تساعد على إيجاد اطار أساسي للباحثين في مجال تحليل الخطابة والاتصال، وبخاصة إذا استخدمت في حالات التهديد أو التحذير أو الهيمنة. وتكمن فاعلة اللغة السياسية وأهمية تأثيرها في فهم العوامل التالية:

1- إن مضمون اللغة يهم قطاع كبير من أفراد المجتمع .



2- إن أهمية اللغة السياسية تنبع من أهمية الأشخاص الذين يتحدثونها.

3- يزيد من أهمية اللغة السياسية أيضاً أنها تنتقل عبر وسائل الإعلام إلى الجماهير.

### أثر اللغة السياسية على الرأي العام:

يؤكد عدد من الباحثين أن ثقافة الفرد السياسية وإطلاعه على ما يستجد من آراء تتعلق بالقضايا السياسية على الصعيدين المحلي والخارجي هي في الأعم الغالب نتائج ما يقع من أحداث في محيط الشخص وتحملها له وسائل الإعلام ليس بسبب أن هذا الفرد يسعى - بدافع ذاتي - إلى محاولة الإطلاع ومعرفة ما يستجد على الساحة السياسية وفحوى هذه الرؤية يؤكد على أن الفرد يتابع ما يحدث بعد وقوع الفعل السياسي عبر وسائل الإعلام التي تتابع تطورات هذا الفعل وتقدمها إلى الجماهير، ولا شك أن هذا الفعل يصاحب بلغة تفسره وتوضحه من أجل اقناع الرأي العام به، وقد يسبق هذا الفعل حملة خطابية تحاول تهيئة الرأي العام بقوله..

ومن أقرب الأمثلة التي توضح دور اللغة السياسية في تهيئة الرأي العام لقبول الفعل السياسي، ما حدث أثناء أزمة الخليج الثانية 1990 - 1991م، حيث كان القادة السياسيون في منطقة الخليج العربي والولايات المتحدة - على وجه الخصوص - يهيئون الرأي العام لدخول حكوماتهم في حرب تحديد الكويت حيث سبق الدخول إلى هذه الحرب تعبئة نفسية عامة لشعوب هذه الدول من خلال الخطب والكلمات السياسية التي تناقلتها وسائل الإعلام المحلية والعالمية. (البشر، 1997م)

### السياسة الإعلامية

#### مفهوم كلمة سياسة policy

ويشرح الدكتور منير حجاج كلمة سياسة في معناها الحديث بأنها (مجموعة مفاهيم وشروح لنظم العمل تضعها الإدارة لتهيء دليلاً مرشداً للرؤساء وهم مفكرون لصنع القرارات وكذا للمرؤوسين كمنفذين في مختلف المستويات والوحدات التنظيمية وعادة ما توضع السياسة الهدف في المجالات التنظيمية، فتقدم إرشادات لاختيار المناهج والسبل المناسبة لبلوغ هذه الأهداف، وتحدد السياسات مجال التحرك لصناع القرارات وتساعد على جعل القرار منجماً مع الأهداف ومسهماً في تحقيقها كما تؤدي السياسات الفاعلة لتهيئة رؤية واضحة موحدة للرؤساء والمرؤوسين تجاه رسالة المنظمة وأهدافها، وهي بذلك تسهم في تحقيق الإنسجام والتنسيق بين جهود الإدارات والأقسام والأفراد. (منير، 2004م).

#### مفهوم السياسة الإعلامية

تبنى الباحثون والمؤسسات والندوات الإعلامية مفاهيم عدة للسياسة الإعلامية وقد تناولت مؤتمرات اليونسكو موضوع السياسة الإعلامية وأطرها وعلاقتها منذ السبعينيات فالسياسة الإعلامية في تعريف اليونسكو هي (مجموعة المبادئ والمعايير والقواعد التي تحكم وتوجه سلوك الأنظمة الإعلامية والتي تشق (تستنبط) من شروط الايدولوجيا السياسية والقيم التي ترتكز إليها في بلد ما). (جاعد، 1998م).

#### خصائص السياسة الإعلامية

1. تمتاز السياسة الإعلامية بقدر كبير من المرونة.
2. القدرة على المراجعة والتعديل المستمر.
3. تمسكها بإستراتيجية السياسة القومية :

## ميثاق الشرف الإعلامي

يرجع ظهور مواثيق الشرف الأخلاقية على الصعيد الدولي إلى عام 1913م، بهدف تحسين الأداء الإعلامي والتحكم في وسائل الاتصال لصالح عامة الناس، وبذلت محاولات كثيرة من قبل منظمات غير حكومية لوضع قواعد سلوك مهني للإعلاميين. (زلطة، 1999م)

كما صدق مجلس وزراء الإعلام العرب في جلسة استثنائية في القاهرة يوم 2008/2/12م على وثيقة تتضمن وضع ضوابط للبحث الفضائي العربي.

### أبرز سمات الوثيقة ما يلي

- 1- نصت الوثيقة على التزام هيئات ومقدمو خدمات البحث الفضائي بعلانية المعلومات.
  - 2- ضرورة الالتزام بتطبيق كافة الضوابط الواردة في بنودها في شأن كل المصنفات التي يتم بثها.
  - 3- طالبت الوثيقة بمراعاة أسلوب الحوار واحترام مبدأ السيادة الوطنية لأي دولة من دول الجامعة العربية
  - 4- نصت الوثيقة على الالتزام بالقيم الدينية والأخلاقية للمجتمع العربي، ومراعاة بنيته الأسرية وترابطة الاجتماعي، والامتناع عن بث وبرمجة المواد التي تحتوي على مشاهد فاضحة أو حوارات إباحية أو جنسية صريحة، وكذلك الامتناع عن بث المواد التي تشجع على التدخين والمشروبات الكحولية.
- لذا جاءت هذه البنود وغيرها لتضع حداً للعرى والاسفاف ولتخاطب الفضائيات التي ستظهر في المستقبل (أمين).

### طريقة اختيار عينة الدراسة

#### أولاً: منهج الدراسة

اعتمد الباحث على المنهج الوصفي حيث أنه يعبر عن الظاهرة الاجتماعية المراد دراستها تعبيراً كمياً وكيفياً.

#### البيانات الأولية:

وذلك من خلال الدراسة الميدانية وجمع المعلومات اللازمة من مجتمع الدراسة ومن ثم تفرغها وتحليلها باستخدام برنامج SPSS الاحصائي واستخدام الاختبارات الإحصائية المناسبة بهدف الوصول لدلالات ذات قيمة إحصائية ومؤشرات تدعم موضوع الدراسة.

#### ثانياً: مجتمع الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة من خبراء ومختصين في المجال الإعلامي وأساتذة الجامعات السودانية ومراسلي القنوات ورؤساء تحرير صحف وعددهم (21).

#### ثالثاً: عينة الدراسة:

قام الباحث بتوزيع استبيان على عينة حجمها 21 من المستقصين.

#### الأدوات المستخدمة

#### أولاً: أداة الدراسة

بعد مراجعة للأدبيات والدراسات ذات العلاقة وجد الباحث أن أنسب وسيلة لجمع المعلومات هي الاستبيان وقد تم تصميم الاستبيان بما يتوافق مع أهداف الدراسة كالتالي:

- 1- اعداد استبيان أولي من أجل استخدامه في جمع البيانات والمعلومات؛

2- عرض الاستبيان على المشرف من أجل اختبار مدى ملائمة لجمع البيانات

3- تم عرض الاستبيان على مجموعة من المحكمين والذين قاموا بدورهم

4- توزيع الاستبيان على جميع أفراد العينة لجمع البيانات اللازمة للدراسة.

وتتكون أداة الدراسة من قسمين كالتالي:

القسم الأول: عبارة مجموع بيانات شخصية وذلك لتوضيح خصائص عينة البحث .

القسم الثاني: تضمن عبارات تقيس متغيرات الدراسة وتكونت الاستبانة من 38 فقرة حول كل من الخطاب الاعلامي

والمصطلحات السياسية .

وقد تم الاعتماد على مقياس "ليكرت الخماسي" لقياس استجابات المستقيمين ل فقرات الاستبيان وذلك كما هو موضح في

الجدول رقم (1.2).

ثانياً: أساليب المعالجة الإحصائية

لقد قام الباحث بتفريغ وتحليل الاستبيان من خلال برنامج SPSS الاحصائي وتم استخدام الاختبارات الإحصائية التالية:

- النسب المئوية والتكرارات؛
- اختبار ألفا كرونباخ لمعرفة ثبات فقرات الاستبيان؛
- الوسط الحسابي والانحراف المعياري .
- اختبار جودة التوفيق (مربع كاي) وقيمة المعنوية لمعرفة الفروق الإحصائية في إجابات المبحوثين.

نتائج ومناقشة الدراسة:

المحور الأول: مدى مواكبة الخطاب الإعلامي للقنوات العربية لميثاق الشرف الإعلامي (الجزيرة اسكاي نيوز ) نموذجاً :

جدول رقم (1) يوضح النسب المئوية والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات المحور الأول

النتيجة	لانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا أوافق بشدة	لا أوافق	أوافق	أوافق بشدة	التكرار	النسبة	البيان
موافق بشدة	.601	4.52			1	8	12	التكرار	يعتبر الخطاب الإعلامي واحد من أدوات تشكيل الرأي العام العربي
					4.8	38.1	57.1	النسبة	
موافق بشدة	.601	4.47			1	9	11	التكرار	يؤدي الخطاب الإعلامي دوراً كبيراً في العلاقات السياسية للدول
					4.8	42.9	52.4	النسبة	
محايد	.853	3.14		5	9	6	1	التكرار	تلتزم بعض القنوات الفضائية العربية بميثاق الشرف الإعلامي
				23.8	42.9	28.6	4.8	النسبة	
محايد	.669	3.04	1	2	12	6		التكرار	تعمل قناة سكاى نيوز وفق ميثاق الشرف الاعلامي العربي
			4.8	9.5	57.1	28.6		النسبة	
محايد	.768	3.09			4	12	5	التكرار	تعمل قناة الجزيرة وفق ميثاق الشرف الاعلامي العربي
					19.0	57.1	23.8	النسبة	
موافق	.385	3.65							نتيجة المحور الأول

## المحور الأول

من الجدول أعلاه أتضح من النتيجة العامة بأن هنالك دلالة إحصائية موجبة لصالح مدي مواكبة الخطاب الإعلامي للميثاق الإعلامي فى القنوات الفضائية العربية بوسط حسابي (3.65) حيث تمركزت آراء العينة حول الموضوع بدلالة الإنحراف المعياري أقل من الواحد الصحيح (385).  
جاء ترتيب الإجابات على أسئلة المحور الأول من الأكثر تأثيرا بعد حساب المتوسط الحسابي والإنحراف المعياري حيث جاءت بالترتيب الآتي :

- 1.إجابة المرتبة الأولى (أن الخطاب الإعلامي يعتبر واحد من ادوات تشكيل الراي العام العربي ) بنتيجة (أوافق بشدة ) بوسط حسابي (4.52)وهي الأكثر تأثيرا بين الإجابات
2. وتلتها إجابة (يؤدي الخطاب الإعلامي دوراً كبيراً في العلاقات السياسية للدول )بنتيجة (أوافق بشدة ) بوسط حسابي (4.47)
3. جاءت في المرتبة الثالثة إجابته (تلتزم بعض القنوات الفضائية العربية بميثاق الشرف الإعلامي ) بنتيجة (محايد) بوسط حسابي (3.14) مما يستوجب زيادة إلتزام القنوات العربية بميثاق الشرف الإعلامي بصورة اكبر
4. وجاءت إجابة (تعمل قناة إسكاي نيوز وفق ميثاق الشرف الإعلامي العربي ) في المرتبة الرابعة بنتيجة (محايد ) ووسط حسابي (3.09) جاءت بنتيجة متوسطة .
5. بينما تري العينة أن الإجابة الأضعف جاءت لصالح (تعمل قناة الجزيرة وفق ميثاق الشرف الإعلامي العربي ) بنتيجة (محايد) ووسط حسابي (3.04)

أما الانحراف المعياري للإجابات حول المحور الأول جاءت متفقة ومتمركزة مما يدل علي أن هذه القضايا بالنسبة للعينة قضايا متفق علمية متفق عليها بدلالة إنحراف معياري في جميع الإجابات أقل من الواحد الصحيح جاءت بنتيجة (موافق )

## المحور الثاني: يؤثر استخدام الخطاب الإعلامي فى التسويق للمصطلحات السياسية

جدول رقم (2) يوضح النسب المئوية والمتوسط الحسابي والانحراف المعياريات لعبارات المحور الثاني

النتيجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا أوافق بشدة	لا أوافق	أوافق	أوافق بشدة	التكرار	النسبة	النتيجة
موافق بشدة	.601	4.52			1	8	12	التكرار	1
					4.8	38.1	57.1	النسبة	
موافق بشدة	.507	4.42				12	9	التكرار	2
						57.1	42.9	النسبة	
موافق بشدة	.560	4.28			1	13	7	التكرار	3
					4.8	61.9	33.3	النسبة	
موافق	.943	3.90		2	4	9	6	التكرار	4
				9.5	19.0	42.9	28.6	النسبة	
موافق بشدة	.442	4.28							نتيجة المحور الثاني

## المحور الثاني

من الجدول أعلاه أتضح من النتيجة العامة للعينة للمحور الثاني حول (تأثير إستخدام الخطاب الإعلامي في التسويق للمصطلحات السياسية ) بنتيجة عالية (أوافق بشدة) بوسط حسابي (4.28) وتمركزت آراء العينة حول الموضوع بدلالة الإنحراف المعياري أقل من الواحد الصحيح (4.42).

جاء ترتيب الإجابات على أسئلة المحور الأول من الأكثر تأثيرا بعد حساب المتوسط الحسابي والإنحراف المعياري حيث جاءت بالترتيب الآتي :

1.إجابة المرتبة الأولى (تستخدم بعض القنوات الفضائية الخطاب الإعلامي فى التسويق لبعض المصطلحات السياسية ) بنتيجة (أوافق بشدة ) بوسط حسابي (4.28)

2. وتلتها إجابة (تستخدم القنوات الفضائية التسويق فى الترويج الي الأنظمة الحاكمة)بنتيجة (أوافق بشدة ) بوسط حسابي (4.42)

3. جاءت في المرتبة الثالثة إجابة (تمكنت القنوات الفضائية من توظيف عملية التسويق للمصطلحات السياسية فى تحقيق أهدافها ) بنتيجة ( محايد) بوسط حسابي (3.14) مما يستوجب زيادة إلتزام القنوات العربية بميثاق الشرف الإعلامي بصورة اكبر

4. وجاءت إجابة (يؤثر أستخدام المصطلحات السياسية فى مصداقية الخطاب الإعلامي العربي) في المرتبة الرابعة بنتيجة (موافق) ووسط حسابي (3.90) جاءت بنتيجة متوسطة .

أما الانحراف المعياري للإجابات حول المحور الثاني جاءت متفقة و متمركزة مما يدل على أن هذه القضايا بالنسبة للعينة قضايا علمية متفق عليها بدلالة إنحراف معياري فى جميع الإجابات أقل من الواحد الصحيح جاءت بنتيجة (موافق بشدة ) . وجاءت إجابة (استخدمت قناة الجزيرة مصطلح "مقاطعة قطر") بنتيجة ( محايد ) وبوسط حسابي (3.23)

8.جاءت إجابة (استخدمت قناة الجزيرة مصطلح "الانقلابيين" للحكومة المصرية وهذا يدل على عدم شرعية الحكومة) بنتيجة ( محايد) ووسط حسابي (3.19)

9. وجاءت في المرتبة الأخيرة إجابة (استخدمت قناة الجزيرة مصطلح "حرب الديموغرافيا" وهذا يدل على النظام السوري يعمل على طمس الهوية السورية) بنتيجة ( محايد) وبوسط حسابي (3.00)

أما الانحراف المعياري للإجابات حول المحور السابع جاءت معظم الإجابات بإنحراف معياري أكبر من الواحد الصحيح دلالة على تشتت آراء العينة مما يدل على أنها آراء أكثر من أنها علمية بينما تمركزت آراء العينة فى إجابتان وهي (استخدمت قناة الجزيرة مصطلح " التحالف الذى تقوده السعودية " وهذا يدل على ان السعودية هي التي تقود الحرب باليمن ، و انتفتت القنوات على استخدام مصطلح "النظامالسورى" وهذا يدل على انة نظام يحكم بالقوة)

المحور الثالث: إستخدام المصطلحات السياسية فى قناة سكاى نيوز الفضائية

جدول رقم (3) يوضح النسب المئوية والمتوسط الحسابي والانحراف المعياريات لعبارات المحور الثامن

النتيجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا أوافق بشدة	لا أوافق	لا أوافق بشدة	أوافق	أوافق بشدة	النسبة	التكرار	النتيجة
موافق بشدة	.956	4.28	1		1	9	10	التكرار	استخدمت قناة اسكاي نيوز مصطلح "المنتخبة" وهذا يدل على شرعية الحكومة	1
			4.8		4.8	42.9	47.6	النسبة		
موافق بشدة	.830	4.23		1	2	9	9	التكرار	استخدام موضوع الحوثيين بين القناتين جاء استخدام قناة اسكاي نيوز الى مصطلح "مليشيات الحوثي التابعه الي ايران" وهذا يدل على عدم استقلاليتها وخدمتها لطرف اخر	2
				4.8	9.5	42.9	42.9	النسبة		
موافق	.727	4.14			4	10	7	التكرار	اتفقت القناتين على استخدام مصطلح "النظام السوري" وهذا يدل على انه نظام يحكم بالقوة	3
					19.0	47.6	33.3	النسبة		
موافق	1.014	4.14	1		3	8	9	التكرار	استخدمت قناة اسكاي نيوز مصطلح "جماعات متطرفة" في اشارة الى الجماعات الاسلامية	4
			4.8		14.3	38.1	42.9	النسبة		
موافق	1.116	4.04	1	1	3	7	9	التكرار	استخدمت قناة اسكاي نيوز مصطلح "تنظيم داعش" وهذا يدل على انه تنظيم يفتقد الى المواقومات وضعف الامكانيات	5
			4.8	4.8	14.3	33.3	42.9	النسبة		
موافق	1.160	4.04		4	1	6	10	التكرار	جاء استخدام قناة اسكاي نيوز الي مصطلح "الجيش الوطني والتحالف" وهذا يدل على ان لاقضية يمنية والتحالف مساعد	6
				19.0	4.8	28.6	47.6	النسبة		
موافق	1.220	3.76	1	3	3	7	7	التكرار	استخدمت قناة اسكاي نيوز في الازمة الخليجية مصطلح "قطر ملاذ الارهاب" وهذا يدل على ان قطر ترعي الارهاب وتدعمه	7
			4.8	14.3	14.3	33.3	33.3	النسبة		
موافق	1.146	3.71	2		5	9	5	التكرار	استخدمت قناة سكاي نيوز مصطلح "حرب الديموغرافيا" وهذا يدل على النظام السوري يعمل على طمس الهوية السورية	8
			9.5		23.8	42.9	23.8	النسبة		
موافق	1.230	3.71	1	3	4	6	7	التكرار	استخدمت قناة اسكاي نيوز "تقدم التحالف" وهذا يدل على قوته وتماسكة	9
			4.8	14.3	19.0	28.6	33.3	النسبة		
موافق	.747	4.01							نتيجة المحور الثامن	

### المحور الثالث:

من الجدول أعلاه أتضح من النتيجة العامة بأن هنالك دلالة إحصائية حول (إستخدام قناة إسكاي نيوز للمصطلحات السياسية ) بنتيجة (موافق) و بوسط حسابي (4.01) حيث تمركزت آراء العينة حول الموضوع بدلالة الإنحراف المعياري أكبر من الواحد الصحيح في ست إجابات و أقل من الواحد الصحيح في ثلاث إجابات .

جاء ترتيب الإجابات على أسئلة المحور الأول من الأكثر تأثيرا بعد حساب المتوسط الحسابي والإنحراف المعياري حيث جاءت بالترتيب الآتي :

1. جاءت إجابة السؤال الأولي (استخدمت قناة اسكاي نيوز مصطلح "المنتخبة" وهذا يدل على شرعية الحكومة) بنتيجة (موافق بشدة ) بوسط حسابي (4.28).

2. وتلتها إجابة (استخدام موضوع الحوثيين بين القناتين جاء استخدام قناة اسكاي نيوز الى مصطلح "مليشيات الحوثى التابعه الي ايران" وهذا يدل على عدم استقلاليتها وخدمتها لطرف اخر). بنتيجة (موافق) بوسط حسابي (4.23)

3. جاءت في المرتبة الثالثة إجابته (اتفقت القناتين على استخدام مصطلح "النظامالسوري" وهذا يدل على انه نظام يحكم بالقوة) بنتيجة (موافق) بوسط حسابي (4.14)

4. وجاءت إجابة (استخدمت قناة اسكاي نيوز مصطلح "جماعات متطرفة" فى اشارة الى الجماعات الاسلامية) في المرتبة الرابعة بنتيجة (موافق) ووسط حسابي (4.14).

5. كما جاءت إجابة (استخدمت قناة اسكاي نيوز مصطلح "تنظيم داعش" وهذا يدل على انه تنظيم يفتقد الى الموقومات وضعف الامكانيات) بنتيجة (موافق) ووسط حسابي (4.04)

6. أيضا جاءت إجابة (جاء استخدام قناة اسكاي نيوز الي مصطلح "الجيش الوطني والتحالف" وهذا يدل على ان لاقضية يمنية والتحالف مساعد) بنتيجة (موافق ) ووسط حسابي (4.04)

7. وجاءت إجابة (استخدمت قناة اسكاي نيوز فى الازمة الخليجية مصطلح"قطر ملاذ الارهاب"وهذا يدل على ان قطر ترعي الارهاب وتدعمه) بنتيجة (موافق ) وبوسط حسابي (3.23)

8.جاءت إجابته (استخدمت قناة اسكاي نيوز مصطلح "حرب الديموغرافيا" وهذا يدل على النظام السوري يعمل على طمس الهوية السورية) بنتيجة (موافق) ووسط حسابي (3.71)

9. وجاءت في المرتبة الأخيرة إجابته (استخدمت قناة اسكاي نيوز "تقدم التحالف" وهذا يدل على قوته وتماسكه) بنتيجة (موافق) وبوسط حسابي (3.71)

أما الانحراف المعياري للإجابات حول المحورالسابع جاءت معظم الإجابات بإنحراف معياري أكبر من الواحد الصحيح دلالة على تشتت آراء العينة مما يدل علي أنها أكثر من أنها علمية بينما تمركزت آراء العينة فى ثلاث إجابات وهي (استخدمت قناة اسكاي نيوز مصطلح "المنتخبة" وهذا يدل على شرعية الحكومة، استخدام موضوع الحوثيين بين القناتين جاء استخدام قناة اسكاي نيوز الى مصطلح "مليشيات الحوثى التابعه الي ايران"وهذا يدل على عدم استقلاليتها وخدمتها لطرف اخر ، اتفقت القناتين على استخدام مصطلح "النظامالسوري" وهذا يدل على انه نظام يحكم بالقوة)

المحور الرابع: إستخدام المصطلحات السياسية فى قناة الجزيرة الفضائية

جدول رقم (4) يوضح النسب المئوية والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات المحور السابع

النتيجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا أوافق بشدة	لا أوافق	متوسط	أوافق	أوافق بشدة	المقياس	
موافق	.995	4.09			3	10	8	ك	1 استخدمت قناة الجزيرة مصطلح " التحالف الذي تقوده السعودية " وهذا يدل على ان السعودية هي التي تقود الحرب باليمن
					14.3	47.6	38.1	ن	
موافق	1.000	4.00		3	1	10	7	ك	2 استخدام موضوع الحوثيين بين القناتين جاء استخدام قناة الجزيرة الي مصطلح "جماعة الحوثي"وهذا يدل على انها جماعة مستقلة.
				14.3	4.8	47.6	33.3	ن	
موافق	.872	3.80		2	4	11	4	ك	3 اتفقت القناتين على استخدام مصطلح "النظامالسوري" وهذا يدل على انة نظام يحكم بالقوة
				19.0	19.0	52.4	19.0	ن	
موافق	1.123	3.52	1	3	5	8	4	ك	4 استخدمت قناة الجزيرة مصطلح "إرهاب ديني"في قضية اليمن
				33.3	19.0	28.6	19.0	ن	
محايد	1.154	3.33		7	4	6	4	ك	5 استخدمت قناة الجزيرة مصطلح "تنظيم الدولة"في اشارة الى انة تنظيم يمتلك مقومات الدولة
				9.5	19.0	52.4	19.0	ن	
محايد	1.101	3.28	1	4	7	6	3	ك	6 إستخدمت قناة الجزيرة مصطلح "قتل التحالف" في القضية اليمنية وهذا يدل على ضعف التحالف
				4.8	19.0	33.3	28.6	14.3	
محايد	1.261	3.23	2	4	6	5	4	ك	7 استخدمت قناة الجزيرة مصطلح "مقاطعة قطر"
				9.5	19.0	28.6	23.8	19.0	
محايد	1.364	3.19	3	4	4	6	4	ك	8 استخدمت قناة الجزيرة مصطلح "الانقلابيين"للحكومة المصرية وهذا يدل على ان عدم شرعية الحكومة
				14.3	19.0	19.0	28.6	19.0	
محايد	1.048	3.00	2	3	11	3	2	ك	9 استخدمت قناة الجزيرة مصطلح "حرب الديموغرافيا" وهذا يدل على النظام السوري يعمل على طمس الهوية السورية
				9.5	14.3	52.4	14.3	9.5	
موافق	.839	3.49							نتيجة المحور السابع



#### المحور الرابع:

من الجدول أعلاه أتضح من النتيجة العامة بأن هنالك دلالة إحصائية حول (إستخدام قناة الجزيرة للمصطلحات السياسية) بنتيجة (موافق) و بوسط حسابي (3.49) حيث تركزت آراء العينة حول الموضوع بدلالة الإنحراف المعياري أكبر من الواحد الصحيح في سبع إجابات و أقل من الواحد الصحيح في إجابتان .

جاء ترتيب الإجابات على أسئلة المحور الأول من الأكثر تأثيراً بعد حساب المتوسط الحسابي والإنحراف المعياري حيث جاءت بالترتيب الآتي :

1. جاءت إجابة السؤال الأول (استخدمت قناة الجزيرة مصطلح " التحالف الذي تقوده السعودية " وهذا يدل على ان السعودية هي التي تقود الحرب باليمن) بنتيجة (موافق) بوسط حسابي (4.09).
2. وتلتها إجابة (استخدام موضوع الحوثيين بين القنوات جاء استخدام قناة الجزيرة الي مصطلح "جماعة الحوثي" وهذا يدل على انها جماعة مستقلة) بنتيجة (موافق) بوسط حسابي (4.00)
3. جاءت في المرتبة الثالثة إجابته (اتفقت القنوات على استخدام مصطلح "النظام السوري" وهذا يدل على انه نظام يحكم بالقوة) بنتيجة (موافق) بوسط حسابي (3.80)
4. وجاءت إجابة (أستخدمت قناة الجزيرة مصطلح "إرهاب ديني" في قضية اليمن) في المرتبة الرابعة بنتيجة (موافق) ووسط حسابي (3.52).
5. كما جاءت إجابة (أستخدمت قناة الجزيرة مصطلح "تنظيم الدولة" في اشارة الى انه تنظيم يمتلك مقومات الدولة) بنتيجة (محايد) ووسط حسابي (3.33)
6. أيضاً جاءت إجابة (إستخدمت قناة الجزيرة مصطلح "فشل التحالف" في القضية اليمنية وهذا يدل على ضعف التحالف) بنتيجة (محايد ) ووسط حسابي (3.28)

#### النتائج والتوصيات:

إستخلص الباحث مما سبق عدة نتائج من الدراسة وهي :

1. أثبتت الدراسة بأن مواكبة الخطاب الإعلامي للقنوات العربية لميثاق الشرف الإعلامي جاءت متوسطة مما يدل على ضعف إلتزام القنوات العربية في خطابها الإعلامي بالميثاق الإعلامي .
2. أتفقت العينة بأن قناتي الجزيرة وإسكاي نيوز تعملان وفق ميثاق الشرف الإعلامي العربي بنسبة ضعيفة ، مما يدل على عدم إلتزام القنوات بتلك الوثيقة .
3. أثبتت الدراسة بأن إستخدام قناة الجزيرة للمصطلحات السياسية يؤثر في ميول الجمهور نحو قضية ما .
4. أثبتت الدراسة بنسبة عالية بأن قناة الجزيرة تمكنت من توظيف المصطلحات لخدمة أهدافها مما يؤثر على مصداقية القناة .
5. أوضحت الدراسة بأن قناتي الجزيرة وإسكاي نيوز تمكنتا من الإنتشار في فترة وجيزة بفضل مصداقيتها في رسالتها واستخدام المصطلحات السياسية بمصداقية جاءت بنسبة متوسطة .
6. أثبتت الدراسة بنسبة عالية أن الخطاب الإعلامي أهم أدوات تشكيل الرأي العام مما يؤدي دوراً كبيراً في العلاقات السياسية بين الدول

7. بينت الدراسة أن القنوات التلفزيونية تستخدم الخطاب الإعلامي في التسويق للمصطلحات السياسية التي تروج للأنظمة الحاكمة .
8. أوضحت الدراسة أن القنوات الفضائية تستخدم عملية التسويق للمصطلحات السياسية في تحقيق أهدافها .
9. أوضحت الدراسة أن استخدام المصطلحات السياسية يؤثر في مصداقية الخطاب الإعلامي مما يؤثر على الرأي العام ومصداقية القناة .
10. أثبتت الدراسة استخدام قناة الجزيرة للخطاب الإعلامي لخدمة الأنظمة الحاكمة .
11. أوضحت الدراسة أن قناة إسكاي نيوز تستخدم الخطاب الإعلامي لخدمة الأنظمة الحاكمة وتوظف المصطلحات في تحقيق أهدافها .
12. أوضحت الدراسة الدراسة بنسبة متوسطة إنترمز كل من القناتين بميثاق الشرف الإعلامي العربي .
13. أثبتت الدراسة أن القنوات الفضائية تستخدم المصطلحات السياسية على حسب اتجاه سياسة الدولة وهذا يؤثر على ميول الجمهور .
14. أوضحت الدراسة أن إختلاف توظيف المصطلح الإعلامي لدى القناتين أدى إلى إختلال مصداقية الرسالة .
15. أثبتت الدراسة أن القناتين تستخدم المصطلحات السياسية لتحقيق أهدافها الاستراتيجية .
16. بينت الدراسة أن القناتين تستخدم التسويق السياسي .
17. أثبتت الدراسة إختلاف القناتين في استخدام المصطلحات السياسية أدى الى أحداث تشويش في فهم الجمهور لما يجري على أرض الواقع وفق المصطلحات التي تستخدم والتي تؤثر بصورة كبيرة على فهمه للأخبار التي يتلقاها .
18. أوضحت الدراسة إختلاف القناتين في استخدام المصطلحات في القضايا الدينية أدى إلى انتشار العداء الديني في المنطقة العربية أي أنها تتبنى رؤية الإسلام السياسي .

#### التوصيات

1. أهمية حيادة القنوات في نقلها للأحداث عبر خطابها الإعلامي .
2. توجيه الخطاب الإعلامي في القنوات بعيدا عن سياسة الدولة التي تنشأ بها .
3. ضرورة وضوح وضبط المصطلحات التي تؤدي الي المعني المباشر وليس المعنى الذي تريده القناة- فالرسالة الإعلامية المعدة بموضوعية ومهنية أسهل في الوصول للمتلقى من الرسالة المكونة..
4. أهمية الإلتزام بما ورد في ميثاق الشرف الإعلامي العربي في القنوات الفضائية .
5. البعد عن إستخدام التسويق السياسي عبر الخطاب الإعلامي في القنوات الفضائية بالطريقة التي تؤثر على الجمهور وميولة نحو القضايا .
6. ضرورة إستخدام المصطلحات السياسية في الخطاب الإعلامي بمصداقية دون التسويق لتلك المصطلحات التي تعمل على خدمة القناة في تحقيق أهدافها .
7. ضرورة الإلتحاق بين القنوات العربية لوضع مصطلحات سياسية متفق عليها جميعا بحيث لاتخدم أهداف القناة الشخصية حتي لا يحدث تشويش لفهم الجمهور للأحداث .

أهمية ضبط الوثيقة لتنظيم العربي من قبل الإعلاميين وجزء من السياسين شريطة أن تخدم الجمهور أكثر من النظام الحاكم.

#### المصادر والمراجع :

1. حسن عماد مكاوي ود. ليلي حسين السيد، الإتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، ط. السادسة فبراير 2006م.
2. حميد جاعد الدليمي ، التخطيط الإعلامي – المفاهيم والإطار العام ، دار الشرق للنشر والتوزيع، مطابع الأرز ، عمان –الأردن ، ط. أولي، 1998م.
3. محمد بن سعود البشري ، مقدمة الاتصال السياسي ، مكتبة العبيكان، الرياض، 1997م.
4. محمد على الجابر ، الخطاب العربي المعاصر (بيروت:دار الطليعة، بدون تاريخ نشر ) .
5. محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، المجلد الثالث، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003م.
6. لمياء نور المدينة، الخطاب الإعلامي للثورة المهدية، دراسة تحليلية لرسائل المهدي والخليفة عبد الله، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة أم درمان الإسلامية، غير منشورة، 2001م.
7. الخطاب الإعلامي لأحزاب المعارضة السياسية اليمنية ، دراسة تحليلية وصفية الفترة من 1990-1993م (الشميري، ماجستير)
8. مشكلات الخطاب الإعلامي السوداني في إرساء دعائم السلام (دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على وسائل الإعلام السودانية ) في الفترة من 2002- أغسطس 2005م (الحسين )
9. شبكة الاخبار العربية [www.moheet.com](http://www.moheet.com)
10. ورشة عمل بعنوان (وثيقة وزراء الاعلام العرب ... تقييد ام تحييد للحريات ) قناة الجزيرة مباشر - 2008/2/21م.
11. الموسوعه الحرة ويكيبيديا