

عدد خاص

Journal
PR
research
Middle East

مجلة بحوث العلاقات العامة

الشرق الأوسط



معامل الاقتباس الدولي ICR لعام ٢٠٢٢/٢٠٢١ م = ١.٥٦٩
معامل التأثير "أرسيف" لعام ٢٠٢٣ م = ٢.٧٥٥٨

دورية علمية محكمة بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة - السنة الثانية عشرة - العدد الثالث والخمسون - ١٠ أكتوبر ٢٠٢٤ م

الإعلام بين الحرب والسلام

بحوث باللغة العربية:

- سيميائية الصورة الصحفية للعدوان الإسرائيلي على قطاع غزة ٢٠٢٤ م في المواقع الإلكترونية للصحف العربية والأجنبية: دراسة سيميولوجية
أ.م.د. ممدوح السيد عبد الهادي شنتلة (جامعة كفر الشيخ) ... ص ٩
- دور الإعلام الرقمي تجاه قضايا التعايش السلمي مع اللاجئين في مصر: دراسة تقييمية
أ.م.د. آيات أحمد رمضان محمد (جامعة الأزهر) ... ص ٤٧
- تحليل المحتوى الرقمي حول الصراع السوداني ٢٠٢٣ م: دراسة تحليلية لمضامين المواقع الإخبارية وصفحات التواصل الاجتماعي على "فيسبوك" (Facebook) ومنصة "اكس" (X)
د. ابن عوف حسن أحمد (كلية لبوا بأبوظبي) ... ص ١٠٧
د. رانيا الخير دفع الله (كلية لبوا بأبوظبي) ... ص ١٠٧
- الأساليب والاستراتيجيات الإقناعية المستخدمة بمواقع الصحف الفرنسية في تغطية أحداث الحرب على غزة
د. مريم عادل وليم بسطا (جامعة عين شمس) ... ص ١٤٣
- استراتيجيات إسرائيل لإصلاح صورتها عند العرب أثناء عملية طوفان الأقصى عبر موقع فيسبوك: تحليل مضمون صفحة الناطق باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي
د. أمنية بكرى صبرة أمين الجبلي (معهد إسكندرية العالي للإعلام) ... ص ١٩٩
- أطر معالجة مقاطع فيديوهات التيك توك على منصتي قناتي الجزيرة والحدث للحرب السودانية: دراسة وصفية تحليلية
د. محمد صالح عبد الله عثمان عبد الهادي (جامعة جازان) ... ص ٢٢٧
- تأطير موقعي الأهرام اليومي المصري، والـ USA Today الأمريكي للمساعدات الإنسانية أثناء الأزمات الدولية (طوفان الأقصى أنموذجًا): دراسة تحليلية مقارنة
د. أم الرزق محمود عبدالعال المقبل (جامعة الأزهر) ... ص ٢٥٧

(ISSN 2314-8721)

الشبكة القومية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)

بمصر من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر

رقم الإيداع بدار الكتب: ٢٠١٩/٢٤٣٨٠

جميع الحقوق محفوظة © ٢٠٢٤ APRA

الوكالة العربية للعلاقات العامة

www.jprr.epra.org.eg

الهيئة الاستشارية

أ.د. علي السيد عجوة (مصر)

أستاذ العلاقات العامة المتفرغ والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

أ.د. ياس خضير البياتي (العراق)

أستاذ الإعلام بجامعة بغداد ووكيل عميد كلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية
جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا

أ.د. محمد معوض إبراهيم (مصر)

أستاذ الإعلام المتفرغ بجامعة عين شمس والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة سيناء

أ.د. عبد الرحمن بن حمود العناد (السعودية)

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

أ.د. محمود يوسف مصطفى عبده (مصر)

أستاذ العلاقات العامة والوكيل الأسبق لكلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة

أ.د. سامي عبد الرؤوف محمد طايح (مصر)

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د. شريف درويش مصطفى اللبان (مصر)

أستاذ الصحافة - وكيل كلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة سابقاً - جامعة القاهرة

أ.د. جمال عبد الحي عمر النجار (مصر)

أستاذ الإعلام بكلية الدراسات الإسلامية للبنات - جامعة الأزهر

أ.د. عابدين الدردير الشريف (ليبيا)

أستاذ الإعلام وعميد كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الزنتونة - ليبيا

أ.د. عثمان بن محمد العربي (السعودية)

أستاذ العلاقات العامة والرئيس الأسبق لقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د. وليد فتح الله مصطفى بركات (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون ووكيل كلية الإعلام لشئون التعليم والطلاب سابقاً - جامعة القاهرة

أ.د. تحسين منصور رشيد منصور (الأردن)

أستاذ العلاقات العامة والعميد السابق لكلية الإعلام - جامعة اليرموك

أ.د. علي قسايسية (الجزائر)

أستاذ متقاعد تخصص دراسات الجمهور والتشريعات الإعلامية بكلية علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر ٣

أ.د. رضوان بو جمعة (الجزائر)

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر

أ.د. هشام محمد عباس زكريا (السودان)

أستاذ الإعلام وعميد كلية الاتصال بالجامعة القاسمية بالشارقة - العميد السابق لكلية تنمية المجتمع في جامعة
وادي النيل بالسودان

أ.د. عبد الملك ردمان الدناني (اليمن)

أستاذ الإعلام بجامعة الإمارات للتكنولوجيا

جميع حقوق الطبع محفوظة.

جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة
للوكالة العربية للعلاقات العامة

لا يجوز، دون الحصول على إذن خطي من الناشر، استخدام أي من المواد التي تتضمنها هذه المجلة، أو استنساخها أو نقلها، كلياً أو جزئياً، في أي شكل وبأية وسيلة، سواء بطريقة إلكترونية أو آلية، بما في ذلك الاستنساخ الفوتوجرافي، أو التسجيل أو استخدام أي نظام من نظم تخزين المعلومات واسترجاعها، وتطبق جميع الشروط والأحكام والقوانين الدولية فيما يتعلق بانتهاك حقوق النشر والطبع للنسخة المطبوعة أو الإلكترونية.

الترقيم الدولي للنسخة المطبوعة
(ISSN 2314-8721)

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية
(ISSN 2314-873X)

الشبكة القومية المصرية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)

بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر
رقم الإيداع: ٣٠١٩ / ٢٤٢٨٠

ولتقديم طلب الحصول على هذا الإذن والمزيد من الاستفسارات، يرجى الاتصال برئيس مجلس إدارة الجمعية المصرية للعلاقات العامة (الوكيل المفوض للوكالة العربية للعلاقات العامة) على العنوان الآتي:

APRA Publications

Al Arabia Public Relations Agency, Egypt, Menofia, Shebin El-Kom
Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
Postal code: 32111 Post Box: 66

Or

Egyptian Public Relations Association, Egypt, Giza,
Dokki, Ben Elsarayat -1 Mohamed Alzoghby st. of Ahmed Elzayat St.

بريد إلكتروني: ceo@apr.agency - jpr@epra.org.eg

موقع ويب: www.apr.agency - www.jpr.epra.org.eg

الهاتف : 818 - 02-376-20 (+2) - 151 - 14 - 15 - 0114 (+2) - 157 - 14 - 15 - 0114 (+2)

فاكس : 73 - 048-231-00 (+2)

المجلة مفهرسة ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية التالية:



مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

Journal of Public Relations Research Middle East

التعريف بالمجلة:

- مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط دورية علمية تنشر أبحاثاً متخصصة في العلاقات العامة وعلوم الإعلام والاتصال، بعد أن تقوم بتحكيمةا من قِبَل عدد من الأساتذة المتخصصين في نفس المجال، بإشراف علي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة، أول جمعية علمية مصرية متخصصة في العلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة).
- والمجلة ضمن مطبوعات الوكالة العربية للعلاقات العامة المتخصصة في النشر والاستشارات العلمية والتعليم والتدريب.
- المجلة معتمدة بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر، ولها ترقيم دولي ورقم إيداع محلي بدار الكتب المصرية، ومصنفة دولياً لنسختها المطبوعة والإلكترونية من أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة، كذلك مصنفة من لجنة الترقيات العلمية تخصص الإعلام بالمجلس الأعلى للجامعات في مصر.
 - المجلة فصلية تصدر كل ثلاثة أشهر خلال العام.
 - تقبل المجلة نشر عروض الكتب والمؤتمرات وورش العمل والأحداث العلمية العربية والدولية.
 - تقبل المجلة نشر إعلانات عن محركات بحث علمية أو دور نشر عربية أو أجنبية وفقاً لشروط خاصة يلتزم بها المعلن.
 - تقبل المجلة نشر البحوث الخاصة بالترقيات العلمية، كما تُقبل نشر أبحاث المتقدمين لمناقشة رسائل الماجستير والدكتوراه.
 - تقبل المجلة نشر ملخصات الرسائل العلمية التي نوقشت، كما تقبل نشر عروض الكتب العلمية المتخصصة في العلاقات العامة والإعلام، كذلك المقالات العلمية المتخصصة من أساتذة التخصص من أعضاء هيئة التدريس.

قواعد النشر:

- أن يكون البحث أصيلاً ولم يسبق نشره.
- تقبل البحوث باللغات: (العربية - الإنجليزية - الفرنسية) على أن يُكتب ملخص باللغة الإنجليزية للبحث في حدود صفحة واحدة إذا كان مكتوباً باللغة العربية.
- أن يكون البحث في إطار الموضوعات التي تهتم بها المجلة في العلاقات العامة والإعلام والاتصالات التسويقية المتكاملة.
- تخضع البحوث العلمية المقدمة للمجلة للتحكيم ما لم تكن البحوث قد تم تقييمها من قِبَل اللجان والمجالس العلمية بالجهات الأكاديمية المعترف بها أو كانت جزءاً من رسالة أكاديمية نوقشت وتم منح صاحبها الدرجة العلمية.
- يُراعى اتباع الأسس العلمية الصحيحة في كتابة البحث العلمي ومراجعته، ويُراعى الكتابة ببنت (١٤) Simplified Arabic والعناوين الرئيسية والفرعية Bold في البحوث العربية، ونوع الخط Times New Roman في البحوث الإنجليزية، وهوامش الصفحة من جميع الجهات (٢.٥٤)، ومسافة (١) بين السطور، أما عناوين الجداول فببنت (١١) بنوع خط Arial.
- يتم رصد المراجع في نهاية البحث وفقاً للمنهجية العلمية بأسلوب متسلسل وفقاً للإشارة إلى المرجع في متن البحث وفقاً لطريقة APA الأمريكية.

- يرسل الباحث نسخة إلكترونية من البحث بالبريد الإلكتروني بصيغة Word مصحوبة بسيرة ذاتية مختصرة عنه، وإرفاق ملخصين باللغتين العربية والإنجليزية للبحث.
- في حالة قبول البحث للنشر بالمجلة يتم إخطار الباحث بخطاب رسمي وإرسال جزء من رسوم نشر البحث له في أسرع وقت.
- إذا تطلب البحث إجراء تعديل بسيط فيلتزم الباحث بإعادة إرسال البحث معدلاً خلال ١٥ يوماً من استلام ملاحظات التعديل، وإذا حدث تأخير منه فسيتم تأجيل نشر البحث للعدد التالي، أما إذا كان التعديل جذرياً فيرسله الباحث بعد ٣٠ يوماً أو أكثر حسب ملاحظات التحكيم من وقت إرسال الملاحظات له.
- يرسل الباحث مع البحث ما قيمته ٣٨٠٠ جنيه مصري للمصريين من داخل مصر، ومبلغ ٥٥٠ \$ للمصريين المقيمين بالخارج والأجانب، مع تخفيض (٢٠%) لمن يحمل عضوية الزمالة العلمية للجمعية المصرية للعلاقات العامة من المصريين والجنسيات الأخرى. وتخفيض (٢٥%) من الرسوم لطلبة الماجستير والدكتوراه. ولأي عدد من المرات خلال العام. يتم بعدها إخضاع البحث للتحكيم من قبل اللجنة العلمية.
- يتم رد نصف المبلغ للباحثين من داخل وخارج مصر في حالة رفض هيئة التحكيم البحث وإقرارهم بعدم صلاحيته للنشر بالمجلة.
- لا ترد الرسوم في حالة تراجع الباحث وسحبه للبحث من المجلة لتحكيمه ونشره في مجلة أخرى.
- لا يزيد عدد صفحات البحث على (٤٠) صفحة A4، وفي حالة الزيادة تحتسب الصفحة بـ ٧٠ جنماً مصرياً للمصريين داخل مصر وللمقيمين بالخارج والأجانب ١٠ \$.
- يُرسل للباحث عدد (٢) نسخة من المجلة بعد نشر بحثه، وعدد (٥) مستلة من البحث الخاص به.
- ملخص رسالة علمية (ماجستير) ٥٠٠ جنيه للمصريين ولغير المصريين ١٥٠ \$.
- ملخص رسالة علمية (الدكتوراه) ٦٠٠ جنيه للمصريين ولغير المصريين ١٨٠ \$.
- على ٨ صفحات.
- يتم تقديم خصم (١٠%) لمن يشترك في عضوية الجمعية المصرية للعلاقات العامة، ويتم إرسال عدد (١) نسخة من المجلة بعد النشر للباحث على عنوانه بالبريد الدولي.
- نشر عرض كتاب للمصريين ٧٠٠ جنيه ولغير المصريين ٣٠٠ \$، ويتم إرسال عدد (١) نسخ من المجلة بعد النشر لصاحب الكتاب على عنوانه بالبريد الدولي السريع، ويتم تقديم خصم (١٠%) لمن يشترك في عضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة.
- بالنسبة لنشر عروض تنظيم ورش العمل والندوات من داخل مصر ٦٠٠ جنيه، ومن خارج مصر ٣٥٠ \$ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- بالنسبة لنشر عروض المؤتمرات الدولية من داخل مصر ١٢٠٠ جنيه ومن خارج مصر ٤٥٠ \$ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- جميع الآراء والنتائج البحثية تعبر عن أصحاب البحوث المقدمة، وليس للجمعية المصرية للعلاقات العامة أو الوكالة العربية للعلاقات العامة أي دخل بها.
- تُرسل المشاركات باسم رئيس مجلس إدارة المجلة على عنوان الوكالة العربية للعلاقات العامة - جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم - تقاطع شارع صبري أبو علم مع شارع الأمين، رمز بريدي: ٣٢١١١ - صندوق بريدي: ٦٦، والبريد الإلكتروني المعتمد من المجلة jpr@epra.org.eg، أو البريد الإلكتروني لرئيس مجلس إدارة المجلة ceo@apr.agency بعد تسديد قيمة البحث وإرسال صورة الإيصال التي تفيد ذلك.

الافتتاحية

منذ بداية إصدارها في أكتوبر - ديسمبر من عام ٢٠١٣م، يتواصل صدور أعداد المجلة بانتظام، ليصدر منها اثنان وخمسون عددًا بانتظام، تضم بحوثًا ورؤى علمية متعددة لأساتذة ومتخصصين وباحثين من مختلف دول العالم.

وبما أن المجلة أول دورية علمية محكمة في بحوث العلاقات العامة بالوطن العربي والشرق الأوسط - وهي تصدر بإشراف علي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة) ضمن مطبوعات الوكالة العربية للعلاقات العامة. وجد فيها الأساتذة الراغبون في تقديم إنتاجهم للمجتمع العلمي بكافة مستوياته ضالته المنشودة للنشر على النطاق العربي، وبعض الدول الأجنبية التي تصل إليها المجلة من خلال مندوبيها في هذه الدول، وكذلك من خلال موقعها الإلكتروني، فقد نجحت المجلة في الحصول على معايير اعتماد معامل "أرسيف Arcif" المتوافقة مع المعايير العالمية والتي يبلغ عددها ٣١ معيارًا، وصنفت المجلة في عام ٢٠٢٣م ضمن الفئة "الأولى Q1" وهي الفئة الأعلى في تخصص الإعلام، والمجلة الأعلى على المستوى العربي للعام الثالث على التوالي، بمعامل تأثير = ٢.٧٥٥٨، كما تحصلت المجلة على معامل الاقتباس الدولي ICR لعام ٢٠٢٢/٢٠٢١ م بقيمة = ١.٥٦٩.

وكانت المجلة قد تصدرت المجلة الدوريات العلمية المحكمة المتخصصة في التصنيف الأخير للمجلس الأعلى للجامعات في مصر، والذي اعتمدها في الدورة الحالية للجنة الترقية العلمية تخصص "الإعلام" وقام بتقييمها بـ (٧) درجات من (٧). وأصبحت المجلة متاحة على قاعدة البيانات العربية الرقمية "معرفة"، وكذلك أصبحت ضمن قائمة المجلات العلمية المحكمة التي تصدر باللغة العربية المستوفية لمعايير الانضمام لقواعد البيانات العالمية، والتي تم مراجعتها من وحدة النشر بعمادة البحث العلمي بجامعة أم القرى.

والمجلة مفهومة حاليًا ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية: (EBSCO HOST - دار المنظومة - العبيكان - معرفة - بوابة الكتاب العلمي).

وفي هذا العدد الخاص - الثالث والخمسين - من المجلة نقدم للباحثين في الدراسات الإعلامية والمهتمين بهذا المجال عددًا يضم بحوثًا ورؤى علمية للأساتذة والمشاركين والمساعدين. ففي البداية وعلى صعيد البحوث الواردة بهذا العدد من المجلة، نجد بحثًا مقدّم من: أ.م.د. ممدوح السيد عبد الهادي شتلة، من مصر، من جامعة كفر الشيخ، تحت عنوان: "سيميائية الصورة الصحفية للعدوان الإسرائيلي على قطاع غزة ٢٠٢٤م في المواقع الإلكترونية للصحف العربية والأجنبية: دراسة سيميولوجية".

ومن جامعة الأزهر قدّمت: أ.م.د. آيات أحمد رمضان محمد، من مصر، دراسة بعنوان: "دور الإعلام الرقمي تجاه قضايا التعايش السلمي مع اللاجئين في مصر: دراسة تقييمية".

ومن كلية ليوا بأبوظبي قدّم كل من: د. ابن عوف حسن أحمد، د. رانيا الخير دفع الله، من السودان، بحثًا مشتركًا بعنوان: "تحليل المحتوى الرقمي حول الصراع السوداني ٢٠٢٣: دراسة تحليلية لمضامين المواقع الإخبارية وصفحات التواصل الاجتماعي على "فيسبوك" (Facebook) ومنصة "اكس" (X)".

ومن جامعة عين شمس قدّمت د. مريم عادل وليم بسطا، من مصر، دراسة بعنوان: "الأساليب والاستمالات الإقناعية المستخدمة بمواقع الصحف الفرنسية في تغطية أحداث الحرب على غزة".
وقدّمت د. أمنية بكري صبري أمين الجبلي من معهد الإسكندرية العالي للإعلام، من مصر، دراسة تحليلية بعنوان: "استراتيجيات إسرائيل لإصلاح صورتها عند العرب أثناء عملية طوفان الأقصى عبر موقع فيسبوك: تحليل مضمون صفحة التّأطيق باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي".
ومن جامعة جازان قدّم: د. محمد صالح عبد الله عثمان عبد الهادي، من السودان، دراسة بعنوان: "أطر معالجة مقاطع فيديووات التيك توك على منصتي قناتي الجزيرة والحدث للحرب السودانية: دراسة وصفية تحليلية".

وأخيرًا قدّمت د. أم الخير محمود عبد العال المقبلي من جامعة الأزهر، من مصر، دراسة تحليلية مقارنة بعنوان: "تأطير موقعي الأهرام اليومي المصري، وال USA Today الأمريكي للمساعدات الإنسانية أثناء الأزمات الدولية: (طوفان الأقصى نموذجًا)".

وهكذا فإن المجلة ترحب بالنشر فيها لمختلف الأجيال العلمية من جميع الدول، ومن المعلوم بالضرورة أن جيل الأساتذة وبحوثهم لا تخضع للتحكيم طبقًا لقواعد النشر العلمي المتبعة في المجلات العلمية.

أما البحوث المنشورة لأعضاء هيئة التدريس الراغبين في التقدم للترقي للدرجة الأعلى والطلاب المسجلين لدرجتي الدكتوراه والماجستير فتخضع جميعها للتحكيم من قِبَل الأساتذة المتخصصين.
وجميع هذه البحوث والأوراق العلمية تعبر عن أصحابها دون تدخل من هيئة تحرير المجلة التي تحدد المحكمين وتقدم ملاحظاتهم إلى أصحاب البحوث الخاضعة للتحكيم لمراجعة التعديلات العلمية قبل النشر.

وأخيرًا وليس آخرًا ندعو الله أن يوفقنا لإثراء النشر العلمي في تخصص العلاقات العامة بشكل خاص والدراسات الإعلامية بشكل عام.

والله الموفق،

رئيس تحرير المجلة

أ.د. علي عجوة

الأساليب والاستمالات الإقناعية المستخدمة بمواقع الصحف الفرنسية في تغطية أحداث الحرب على غزة (*)

إعداد

د. مريم عادل وليم بسطا (**)

(*) تم استلام البحث بتاريخ ٢٥ يوليو ٢٠٢٤م، وقيل للنشر في ٠٥ أكتوبر ٢٠٢٤م.
(**) مدرس الإعلام ومدير وحدة ضمان الجودة بقسم الصحافة الإخبارية في كلية الإعلام - جامعة عين شمس.

الأساليب والاستمالات الإقناعية المستخدمة بمواقع الصحف الفرنسية في تغطية أحداث الحرب على غزة

د. مريم عادل وليم بسطا

mariam.adel@masscomm.asu.edu.eg

جامعة عين شمس

ملخص:

تهدف الدراسة إلى التعرف على كيفية توظيف موقعي الصحف الفرنسية "لوموند" و"ليبراسيون" (Le Monde – Libération) للأساليب والاستمالات الإقناعية في تغطيتهما لأحداث الحرب على غزة عام ٢٠٢٣م والمعروفة إعلامياً بـ "طوفان الأقصى"، ورصد أوجه الشبه والاختلاف بين موقعي الدراسة في تغطيتهما لأحداث الحرب على غزة. وتُعد الدراسة الحالية دراسة وصفية، واعتمدت على منهج المسح الإعلامي، ومنهج العلاقات الارتباطية والمنهج المقارن باستخدام أداة تحليل المضمون لعينة من المواد الصحفية المتعلقة بأحداث الحرب على غزة بموقعي صحف الدارسة، بلغ عددها ٤٢٣ مادة صحفية. كما استندت الدراسة في تعريفها للمشكلة البحثية وتحديدتها للتساؤلات والفروض على نظريتي الحُجاج الإقناعي و"أرسطو" للإقناع. وأظهرت النتائج سيطرة الاستمالات المنطقية على تغطية موقعي صحف الدراسة لأحداث الحرب على غزة، مُتمثلة في استخدام أسلوب (الأرقام والإحصائيات). كما اتفق الموقعان على استخدام أسلوب (الوضوح) في المقام الأول ضمن الأساليب الإقناعية المُستخدمة في تغطية أحداث الحرب على غزة. وأثبتت النتائج وجود علاقة متوسطة دالة إحصائياً بين الاستمالات الإقناعية والموضوعات الإنسانية والسياسية محل التحليل، والمُتعلقة بأحداث الحرب على غزة، فضلاً عن وجود علاقة دالة إحصائياً بين نبرة التغطية لأحداث الحرب على غزة وكل من الأساليب والاستمالات الإقناعية المستخدمة بموقعي الدراسة.

الكلمات المفتاحية: الأساليب الإقناعية، مواقع الصحف الفرنسية، الحرب على غزة، مثلث أرسطو للإقناع.

مقدمة:

على مر العصور لم يشهد العالم فترة تُذكر خالية من الصراعات الدولية، وقد شهد الربع الأخير من عام ٢٠٢٣م اندلاع واحد من أهم الصراعات الدولية وأكثرها دموية في منطقة الشرق الأوسط بعد انطلاق شرارة "طوفان الأقصى" في فجر السابع من أكتوبر بين حركة "حماس" والجيش الإسرائيلي المُحتل.

وجاءت نقطة الانطلاق بهجوم فصائل المقاومة الفلسطينية، وتحديدًا كتائب عز الدين القسام ضد المستوطنات الإسرائيلية، وسُرعان ما أخذ الجيش الإسرائيلي بالرد العسكري العنيف، ليبدأ بعد ذلك الصراع الذي أراق دماء الآلاف من المدنيين والأطفال، ووصفته وسائل الإعلام بحملة التطهير العرقي ضد الشعب الفلسطيني.

وتحولت أنظار العالم أجمع لمتابعة أحداث الكارثة الإنسانية بفلسطين نتيجة القصف الإسرائيلي المستمر وغير المسبوق على قطاع غزة. ومع موقف الدول العربية الواضح والصريح بالدفاع عن فلسطين أرضًا وشعبًا، وجدت بعض الدول الأجنبية نفسها في صراع بين التعاطف مع الضحايا والمصابين من المدنيين الفلسطينيين، وبين تقديم الدعم لحليفها إسرائيل وحماية علاقاتها الدبلوماسية. واتخذت فرنسا -كدولة صديقة لإسرائيل- موقفًا متناقضًا خلال تلك الحرب، حيث أعلنت دعمها الكامل لإسرائيل وحققها في الدفاع عن نفسها ومواجهة "إرهاب حركة حماس" - على حد وصفها - منذ اليوم الأول من الحرب، ثم تراجعت عن تأييدها بعد تصاعد حدة الهجمات الإسرائيلية الوحشية في قطاع غزة واستهداف المدنيين والنساء والأطفال، وطالبت إسرائيل بالوقف الفوري لإطلاق النار.

ولأن الهدف الأساسي من الرسالة الاتصالية هو التأثير في الجمهور المُتلقّي، لذا اتجهت المنصات الإعلامية في ظل الصراع الفلسطيني الإسرائيلي الحالي إلى حشد كافة وسائلها وتكثيف طاقاتها لدعم حلفائها من خلال التأثير في الرأي العام وإقناعه بوجهة نظر محددة، وتسخير كافة الاستراتيجيات والأساليب الإقناعية من أجل تحقيق أهدافها الإقناعية. لذا تأتي الدراسة الحالية بهدف رصد وتحليل الأساليب والاستمالات الإقناعية التي وظفتها مواقع الصحف الفرنسية في تغطية أحداث الحرب على غزة لإقناع الرأي العام بموقف الدولة الفرنسية تجاه تلك الحرب.

الدراسات السابقة:

بعد مراجعة التراث العلمي المُتعلق بموضوع الدراسة، قامت الباحثة باستعراض الدراسات السابقة على النحو التالي:

اتجهت بعض الدراسات إلى رصد الأساليب الإقناعية المستخدمة بالصحف والمواقع الإخبارية، ومنها دراسة (Danielle Deavours & Chris Roberts, 2024) التي اعتمدت على المنهج التجريبي بهدف الوقوف على كيفية تأثير الاستمالات الإقناعية (Logos, Ethos, Pathos) المستمدة من مثلث أرسطو للإقناع على تقييم الجمهور لمستوى مصداقية الصحف المرئية. وتم تطبيق التجربة عبر الإنترنت على عينة من المتطوعين بلغ قوامها ٢٣٨ متطوعًا. وخلصت الدراسة إلى أن الرسائل الإخبارية المقدّمة عبر الصحف المرئية قد يتم تصنيفها بأنها أكثر أو أقل مصداقية، بناءً على ما تتضمنه من تكتيكات إقناعية ومنها خصائص المرسل Ethos مثل الأصالة. كما أوضحت نتائج الدراسة

أن النسبة الأكبر من المتطوعين وجدوا أن الصحفيين العاملين بالصحف المرئية يتمتعون بمستوى أعلى من المصدقية بناءً على ما قدموه من مواد صحفية تحمل استمالات عاطفية غير لفظية بشكل كبير.

كما سعت دراسة (أسماء محمد مصطفى، ٢٠٢٣م)^٢ إلى الكشف عن الاستراتيجيات الخطابية الإقناعية المستخدمة في تغطية المواقع الإخبارية المصرية لقضية التغيرات المناخية خلال فترة انعقاد قمة المناخ عام ٢٠٢٢م، مُستندة على نظرية تحليل الخطاب الإعلامي. واستخدمت الدراسة أداة تحليل المضمون للمواد الصحفية المتعلقة بقضية التغيرات المناخية والمنشورة على عينة المواقع الإخبارية محل التحليل وهي (اليوم السابع - فيتو - صدى البلد). وأظهرت نتائج الدراسة أن عينة المواقع الإخبارية المصرية استخدمت الاستمالات بأنواعها المختلفة، حيث جاءت الاستمالات العقلية في الترتيب الأول، يليها الاستمالات العاطفية في المرتبة الثانية. كما كشفت الدراسة عن تصدر استمالة "عرض وجهتي النظر" قائمة الاستمالات العقلية المُستخدمة بمواقع الدراسة، يليها استمالة تقديم الأدلة والشواهد. وفيما يتعلق بالاستمالات العاطفية، اعتمدت مواقع الدراسة بنسبة كبيرة على توظيف استمالة "شعارات سياسية"، ثم "شعارات اقتصادية". كما تمثّلت آليات توظيف استمالات الإقناع للتغيرات المناخية في الإخبار والانتقاء في الترتيب الأول، يليها آلية البروز في الترتيب الثاني.

ووفقاً على ما توصلت إليه الدراسات السابقة بأن هدف إقناع الأفراد بوجهات نظر معينة، لا يمكن تحقيقه إلا من خلال قوة الكلمات، جاءت دراسة (Baidaa Faisal & Aysha Bahaa, 2023)^٣ التي استخدمت نظرية تحليل الخطاب بهدف الكشف عن نوعية الاستمالات الإقناعية التي تم توظيفها بالتقارير الإخبارية حول جائحة كورونا، والمنشورة على مواقع الصحف العراقية ودورها في إقناع الجمهور والتأثير على آرائه. وتفترض الدراسة أن تأثير استخدام الاستمالات المنطقية Logos في تغطية أحداث جائحة كورونا كان أكثر فعالية في إقناع الجمهور، من تأثير استخدام الاستمالات العاطفية Pathos والأخلاقية Ethos. وخلصت الدراسة الكيفية إلى أن عينة التقارير الإخبارية محل التحليل لم تستخدم الاستمالات الأخلاقية Ethos بشكل بارز، حيث خلت عينة التحليل بشكل كامل من ذكر اسم المحرر أو الصحفي. وفيما يتعلق بالاستمالات المنطقية Logos، استخدمت الغالبية العظمى من التقارير الإخبارية محل التحليل الأدلة والشواهد كاستمالة منطقية لإقناع الجمهور.

وركّزت بعض الدراسات على تحليل نوع محدد من الاستمالات الإقناعية بشكل أكثر عمقاً ودقة، ومنها دراسة (Valerie Hase & Katherine Engelke, 2022)^٤ التي استهدفت رصد وتحليل الاستمالات التخويفية المستخدمة في تغطية المواقع الإخبارية البريطانية لأزمة جائحة كورونا، وذلك من خلال استخدام أداة تحليل المضمون التي تم تطبيقها على عينها من الأخبار بلغ حجمها ١٠٤٨ خبراً تم اختيارها بأسلوب الكلمات المفتاحية خلال الفترة من يناير وحتى مايو عام ٢٠٢٠م. وانتهت نتائج الدراسة إلى أن المواقع الإخبارية البريطانية محل التحليل اعتمدت على الاستمالات التخويفية بشكل كبير خلال المراحل الأولى من أزمة جائحة كورونا مقارنة بالمراحل التالية. وتوصلت الدراسة إلى أن غالبية الأخبار

محل التحليل استخدمت الاستمالات التخويفية في تغطية أزمة جائحة كورونا بشكل بارز وبنسبة بلغت ٩١%. كما تشير نتائج التحليل إلى هيمنة أسلوب التهديد الصحي على قائمة أساليب الاستمالات التخويفية، حيث ركّز "موقع ذا صن" The Sun على مدى سهولة انتقال الفيروس بين البشر. وفي المرتبة الثانية، جاء أسلوب التهديد الاقتصادي ممثلاً في الكيفية التي تحولت فيها أزمة فيروس كورونا من أزمة صحية إلى اقتصادية، كما ظهر في تغطية موقع "ذا تليجراف" The Telegraph.

وفي المقابل، ركّزت دراسة (Afzal Naeem, 2021)⁵ على الاستمالات المنطقية Logos، حيث سعت إلى التحقق من كيفية استخدام الصحف للاستمالات الإقناعية المنطقية بالمقالات الافتتاحية لتمثيل صراع الربيع العربي عام ٢٠١١م استناداً على مثلث أرسطو للإقناع كإطار نظري للدراسة. ومن خلال استخدام أداة تحليل المضمون، تم تحليل عينة من المقالات الافتتاحية التي تدور حول أحداث الربيع العربي والمنشورة على موقع صحيفة "عرب نيوز" السعودية بلغ إجمالي عددها ٢٠ مقالاً. وأظهرت النتائج اعتماد موقع صحيفة "عرب نيوز" على الاستمالات المنطقية بشكل واضح في تناول موضوع الربيع العربي. كما تشير نتائج الدراسة إلى أن الاستمالات المنطقية تم استخدامها للدفاع عن مطالب المتظاهرين بشكل منطقي، ولتحقيق ذلك الأمر تم استخدام بعض العبارات مثل "حكومة مركزية جديدة"، و"تداعيات بعيدة المدى"، و"عالم عربي جديد".

وانطلاقاً من دور الاستمالات العاطفية في التأثير على كيفية تلقي ومعالجة الجمهور للمعلومات، قارنت دراسة (Jeannette Paschen, 2020)⁶ بين توظيف الأخبار الحقيقية والأخبار الزائفة للاستمالات العاطفية سواء في العنوان أو متن الخبر. ولتحقيق هدف الدراسة قامت الباحثة بإجراء تحليل مضمون لعينة من الأخبار السياسية الحقيقية المنشورة على المواقع الإخبارية الأمريكية، بالإضافة إلى عينة من الأخبار الزائفة المنشورة على عدد من مواقع الصحف الصفراء. وبلغ إجمالي عينة الأخبار السياسية الحقيقية والزائفة محل التحليل ١٥٠ خبراً. وخلصت الدراسة إلى وجود فروق بارزة بين الاستمالات العاطفية التي ظهرت في عناوين الأخبار محل التحليل، كما أن عناوين الأخبار قد تكون بمثابة آلية مهمة لإقناع الجمهور بالأخبار الزائفة من خلال استخدام الاستمالات العاطفية القوية. وكشفت النتائج عن أن عينة الأخبار الزائفة مالت إلى استخدام الاستمالات العاطفية السلبية مُثلة في عبارات "الاشمئزاز" و"الغضب" في المقام الأول مقارنة بعينة الأخبار الحقيقية التي غلب عليها استخدام الاستمالات العاطفية الإيجابية والأكثر بهجة.

وانتقلت دراسة (John Gallagher & Heidi Lawrence, 2020)⁷ من رصد المحتوى الإخباري والصحفي إلى تعليقات القراء، حيث هدفت إلى التحليل الكيفي للأساليب البلاغية والإقناعية التي وظفها قراء موقع صحيفة "نيويورك تايمز" New York Times في تعليقاتهم على الأخبار

المُتعلّقة باللّقاّحات. وبلغ حجم عينة تعليقات القراء التي تم تحليلها ٨٠٨ تعليقا، تم تصنيفهم إلى تعليقات مؤيدة للقاّحات وتعليقات معارضة لها. وكشفت نتائج التحليل الكيفي للتعليقات المؤيدة للقاّحات عن استخدامها لأساليب إقناعية يمكن أن تؤدي إلى نتائج عكسية فيما يتعلق بإقناع المتشككين نحو فعالية اللقاّحات. حيث أظهرت النتائج أن تعليقات القراء المؤيدين استخدمت بشكل متكرر الحُجج الشخصية المعروضة على أولئك الذين يرفضون اللقاّحات بالإضافة إلى الأساليب الإقناعية العلمية؛ بهدف تصحيح المعتقدات المتعلقة بالتشكيك في اللقاّحات، وكلاهما يمكن أن يكون غير فعّال عند محاولة إقناع الجمهور المتشكك.

وكذلك نجد دراسة (بيرق الربيعي، ٢٠٢٠م)^٨ التي اتجهت إلى مساحة أخرى من الاهتمام وانتقلت من المضمون إلى الشكل، حيث استهدفت التعرف على الأساليب الإقناعية المستخدمة في تصميم محتوى عينة من الإنفو جرافيك المنشور على المواقع الإخبارية العراقية (السومرية نيوز ووكالة موازين نيوز). وتنتمي الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تستخدم منهج المسح باستخدام أداة تحليل المضمون، بالإضافة إلى المنهج المقارن؛ بهدف المقارنة بين المواقع الإخبارية محل التحليل في توظيفها للأساليب الإقناعية المستخدمة في تصميم محتوى الإنفو جرافيك. وانتهت الدراسة إلى اهتمام موقع "السومرية نيوز" بتوظيف الأساليب الإقناعية المختلفة عند تصميم الإنفو جرافيك، وذلك من خلال اختيار أساليب عرض تُحقق الإقناع المنطقي والعاطفي وأسلوب التخويف، في حين أن موقع "موازين نيوز" اكتفى باستخدام الأسلوب المنطقي في عرض موضوعات الإنفو جرافيك خلال فترة تحليل الدراسة.

وفي ذات السياق، طرحت دراسة (حسن فراج، ٢٠١٩م)^٩ تساؤلاً رئيساً حول العلاقة بين استخدام الأساليب الإقناعية في تصميم المواقع الإخبارية وبين مدى مصداقية تلك المواقع لدى عينة من طلاب الجامعات، حيث افترضت وجود علاقة إحصائية بين مستوى المصداقية واستخدام الأساليب الإقناعية. واعتمدت الدراسة في بنائها النظري على نظرية "الأرجونومية" مستخدمة منهج المسح بشقه الميداني من خلال تطبيق صحيفة الاستقصاء على عينة عشوائية من الشباب الجامعي المصري بلغ قوامها ٣٠٠ مفردة. وأظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباطية بين مستوى مصداقية المواقع الإخبارية واستخدام الأساليب الإقناعية بتلك المواقع.

وسعت دراسة (هاشم التميمي وكفاح فليح، ٢٠١٩م)^{١٠} إلى التعرف على كيفية توظيف الجماعات الإرهابية للاستمالات الإقناعية العاطفية بالمقالات الافتتاحية بالصحف الإلكترونية لتنظيمي القاعدة وداعش. واستندت الدراسة على منهج المسح باستخدام أداة تحليل المضمون من خلال الاعتماد على أسلوب الحصر الشامل للمقالات الافتتاحية بالصحف الإلكترونية الصادرة عن تنظيمي القاعدة وداعش خلال الفترة الممتدة من ٢٩ سبتمبر ٢٠٠٣م وحتى ٩ سبتمبر ٢٠١٧م، حيث بلغ إجمالي عدد المقالات

الافتتاحية محل التحليل ١٠٤ مقالات. وانتهت الدراسة إلى تصدر أسلوب الاستمالة العاطفية مقدمة الأساليب الإقناعية المستخدمة بالمقالات الافتتاحية محل التحليل. وفيما يتعلق بالفئات الفرعية لتوظيف أسلوب الاستمالة العاطفية، جاءت فئة التركيز على قادة التنظيم وبطولاتهم في الترتيب الأول، يليها في الترتيب الثاني فئة إطلاق وعود الترغيب والتشويق.

وتمحورت مشكلة دراسة (محمد عثمان، ٢٠١٨م)^{١١} في التعرف على الأساليب الإقناعية المستخدمة بالصحف المصرية محل التحليل (الأهرام - الوفد - المصري اليوم) خلال فترة أزمات (تيران وصنافير - نقص السكر - نقص الأدوية - تحرير سعر الصرف). وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية الاستدلالية التي تسعى إلى الكشف عن المعاني الكامنة، واعتمد الباحث على منهج المسح باستخدام أداة تحليل المضمون. وأوضحت نتائج التحليل اختلاف صحف الدراسة في استخدام الأساليب الإقناعية خلال فترات الأزمات، حيث اعتمدت صحيفة الأهرام على أسلوب التكرار والتبرير والوضوح وعرض جانب واحد، بينما اعتمدت صحف الوفد والمصري اليوم على أساليب عرض أكثر من جانب وإثارة المخاوف والأدلة والشواهد.

كما حاولت دراسة (روان الكتري، ٢٠١٨م)^{١٢} الكشف عن الأساليب الإقناعية التي استخدمها كُتاب صفحات الرأي بشأن موضوعات المقاومة الشعبية بالصحف الفلسطينية اليومية، بالإضافة إلى التعرف على عناصر الإبراز التي استخدمتها صحف الدراسة لإبراز المقالات التي تناولت قضايا المقاومة. واستندت الدراسة على نظريتي ترتيب الأولويات وتحليل الأطر الإعلامية. ولتحقيق أهداف الدراسة اعتمدت الباحثة على منهجي المسح والعلاقات المتبادلة من خلال استخدام استمارة تحليل المضمون وتطبيقها على عينة عشوائية منتظمة بأسلوب الأسبوع الاصطناعي للمقالات المرتبطة بموضوع المقاومة الشعبية والمنشورة بالصحف محل التحليل (فلسطين - الحياة الجديدة - القدس). وأشارت نتائج الدراسة إلى تصدر أسلوب المقارنة قائمة الأساليب المنطقية المستخدمة بصحف الدراسة، ثم جاءت الحجج والبراهين في الترتيب الثاني، يليها الاستشهاد بالآراء. في حين أظهرت النتائج ضعف اهتمام صحف الدراسة بأسلوب الأرقام والإحصائيات. وفيما يتعلق بالأساليب الإقناعية العاطفية، تصدر أسلوب المدح الترتيب الأول، يليه أسلوب الذم، ثم جاء أسلوب التكذيب في الترتيب الثالث.

وانطلاقاً من القضية ذاتها، تبلورت مشكلة دراسة (إسراء صالح، ٢٠١٧م)^{١٣} في رصد وتحليل سمات المعالجة الصحفية لقضايا وموضوعات حصار غزة، ومنها الأساليب الإقناعية المستخدمة في تناول تلك الموضوعات بالمواقع الإخبارية الفلسطينية. ووظفت الدراسة نظرية ترتيب الأولويات للإجابة عن التساؤلات من خلال الاعتماد على منهج المسح باستخدام أداة تحليل المضمون وتطبيقه على عينة من موضوعات حصار غزة المقدمة على المواقع الإخبارية محل التحليل. وأشارت النتائج إلى أن المواقع

الإخبارية محل التحليل لم تعطِ اهتمامًا واضحًا للأساليب الإقناعية في تناولها لموضوعات حصار غزة.. حيث تصدّرت فئة عدم استخدام أساليب إقناعية الترتيب الأول، يليها أساليب الإقناع العاطفية، ثم أساليب الإقناع العقلية في الترتيب الأخير.

وبحثت دراسة (Fabian Ryffel, 2016)^{١٤} في الدور الذي يمكن أن تؤديه الاستمالات المنطقية والعاطفية المستخدمة بالتقارير الإخبارية السياسية في تغيير المواقف السياسية لأفراد الجمهور. ولاختبار فروض الدراسة، تم إجراء تحليل مضمون لعينة من التقارير الإخبارية الصحفية والتلفزيونية حول قانون اللجوء في سويسرا بلغ حجمها ١٠٤٩ تقريرًا، بالإضافة إلى تطبيق أداة الاستبيان على عينة من أفراد المجتمع السويسري بلغ حجمها ١٠٩٠ مبحوثًا. وانتهت نتائج الدراسة الميدانية إلى أن المبحوثين الذين تعتمد مواقفهم بشكل أساسي على "التأثر" كانوا أكثر عرضة لتغيير مواقفهم السياسية عند تعرضهم لتقارير إخبارية تتضمن استمالات عاطفية مقارنة بالاستمالات المنطقية. في المقابل، أظهرت النتائج أن المبحوثين من أصحاب المواقف التي تستند إلى "الإدراك" في المقام الأول كانوا أكثر عرضة لتغيير مواقفهم السياسية عند تعرضهم لتقارير إخبارية يغلب عليها الاستمالات المنطقية.

وعلى الجانب الآخر، ركّزت مجموعة أخرى من الدراسات على الأساليب الإقناعية الموظفة داخل صفحات مواقع التواصل الاجتماعي، ومنها دراسة (حنان موسى، ٢٠٢٣م)^{١٥} التي حاولت رصد أهم الأساليب الإقناعية التي وظفتها صفحة مصر الرقمية عبر موقع إنستجرام لدعم وتسويق الخدمات الحكومية المصرية الإلكترونية الجديدة. واستندت الدراسة على نظرية "التاءات الثلاثة" التي تُقسم مراحل عملية التأثير والإقناع إلى ثلاث مراحل هي التوعية والتشريع والتتبع. واعتمدت الدراسة على منهج المسح باستخدام أداة تحليل المضمون وتطبيقه على ٤٧ منشورًا و ٣٠ مقطع فيديو تم نشرها على صفحة مصر الرقمية عبر موقع إنستجرام. وبينت نتائج الدراسة أن أسلوب وضوح أهداف الرسالة جاء في مقدمة الأساليب الإقناعية المستخدمة، يليها أسلوب تقديم الحجج الإقناعية والبراهين. كما جاء أسلوب التحذير من عدم الاستخدام في مقدمة الاستمالات الإقناعية العاطفية التي تم توظيفها بالمنشورات عينة التحليل. وفيما يتعلق بالاستمالات العقلية، جاء أسلوب استخدام الصور كدليل ملموس على الحقائق في الترتيب الأول.

واستنادًا على نموذج الاتصال الإقناعي، استهدفت دراسة (سمر يسري، ٢٠٢٢م)^{١٦} تحليل الأساليب الإقناعية التي تستخدمها صفحة رئاسة مجلس الوزراء المصرية عبر موقع فيسبوك ما بين عرض الحقائق والبيانات كاملة بكل تفاصيلها للجمهور المتلقي وما بين حظر نشر بعض التفاصيل والأخبار التي تُثير الفرغ بين المواطنين. واعتمدت الدراسة على أداة تحليل المضمون وتطبيقه على ١٤٢ منشورًا على الصفحة محل التحليل. وأظهرت نتائج الدراسة استخدام صفحة رئاسة مجلس الوزراء

لنموذجين فقط من النماذج الإقناعية وهو نموذج الإخبار والإعلام الذي احتل الترتيب الأول، يليه نموذج (غير المتماثل ثنائي الاتجاه) في الترتيب الثاني. كما كشفت الدراسة عن أن صفحة رئاسة مجلس الوزراء محل التحليل لم تحاول إقناع الجمهور المتلقي بأي سلوك يضرهم أو ضد مصلحتهم الاجتماعية.

وبالتركيز على المجال الصحي، سعت دراسة (معين الكوع، ٢٠٢٢م)^{١٧} إلى التعرف على الاستمالات الإقناعية المستخدمة بصفحة رئيس الوزراء الفلسطيني على موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك في تأطيره لأزمة جائحة كورونا، استنادًا على نظرية تحليل الأطر الإعلامية ومثلث أرسطو للإقناع. وانتهت الدراسة إلى أن صفحة رئيس الوزراء الفلسطيني اعتمدت في المقام الأول على الاستمالة الأخلاقية Ethos في إقناع الشعب الفلسطيني بضرورة الالتزام بالإجراءات الاحترازية بنسبة بلغت ٦٥%، وذلك من خلال استخدامه لمنصبه وسلطته والاستعانة بشخصيات معروفة تمتلك جاذبية ومصداقية. بينما جاءت الاستمالات العاطفية Pathos في الترتيب الثاني بنسبة بلغت ٣٦%، وفي الترتيب الأخير جاء استخدام الاستمالات المنطقية بنسبة بلغت ٣٤% وذلك من خلال استخدام الأرقام والإحصائيات.

وفي ذات السياق، طرحت دراسة (أمينة مزيان، ٢٠٢١م)^{١٨} تساؤلًا رئيسًا حول ما الأساليب الإقناعية التي تعتمد عليها صفحات الفيسبوك الصحية. حيث قامت الدراسة بتطبيق أداة تحليل المضمون على عينة من منشورات صفحة "ويب طب" بإجمالي ٦٧٢ منشورًا. وتوصلت الدراسة إلى أن استمالات التخويف تصدرت قائمة الاستمالات الأكثر استخدامًا بصفحة "ويب طب" وتمثلت في التحذير والتخويف، وارتبط استخدامها بشكل بارز بقلب المقال الصحفي. وفيما يتعلق بالاستمالات العقلية، جاءت في الترتيب الثاني من خلال تقديم التعريفات للمفاهيم العلمية. كما أظهرت النتائج أن الشعارات والرموز كانت من أكثر الاستمالات العاطفية التي استخدمتها المنشورات عينة الدراسة. وبالنسبة للأساليب الإقناعية المرتبطة بالموضوع، فقد اعتمدت صفحة "ويب طب" على تقديم الأدلة والشواهد في عرضها لمنشوراتها الصحية.

التعليق على الدراسات السابقة:

١- ركزت معظم الدراسات السابقة الخاصة بالصحف والمواقع الإخبارية على رصد وتحليل الأساليب والاستمالات الإقناعية المستخدمة بالمقالات والافتتاحيات؛ نظرًا لطبيعتها الصحفية المتمثلة في إقناع القراء بوجهة نظر محددة مثل دراسة (Naem Afzal, 2021) و(هاشم التميمي وكفاح مليح، ٢٠١٩م) و(روان الكتري، ٢٠١٨م)، ويليها الأخبار والتقارير الإخبارية مثل دراسة (Fabian Ryffel, 2016) و(Baidaa Faisal & Aysha Bahaa, 2023) و(Valerie Hase & Katherine Engelke, 2022).

٢- استندت معظم الدراسات السابقة في إطارها النظري على نظرية "أرسطو" للإقناع مثل دراسة (معين الكوع، ٢٠٢٢م) و (Naeem Afzal, 2021) و (Danielle Deavours & Chris Roberts, 2024).

٣- اتخذ عدد كبير من الدراسات السابقة سواء العربية أو الأجنبية أزمة جائحة كورونا كنموذج لدراسة الأساليب والاستمالات الإقناعية التي تستخدمها الصحف والمواقع الإخبارية خلال فترات الأزمات مثل دراسة (Baidaa Faisal & Aysha Bahaa, 2023) و (Valerie Hase & Katherine Engelke, 2022) و (معين الكوع، ٢٠٢٢م).

٤- اعتمدت الغالبية العظمى من الدراسات السابقة سواء العربية أو الأجنبية على أداتي تحليل المضمون وتحليل الخطاب في جمع بياناتها مثل دراسة (أسماء محمد مصطفى، ٢٠٢٣م) و (بيرق الربيعي، ٢٠٢٠م) و (Valerie Hase & Katherine Engelke, 2022) و (Naeem Afzal, 2021) و (Baidaa Faisal & Aysha Bahaa, 2023).

٥- ركزت أغلب الدراسات السابقة على الجانب التحليلي من خلال تحليل مضمون المواد الصحفية ومنشورات صفحات التواصل الاجتماعي؛ بهدف رصد الأساليب والاستمالات الإقناعية المستخدمة مثل دراسة (Jeannette Paschen, 2020) و (Valerie Hase & Katherine Engelke, 2022) و (أمانة مزيان، ٢٠٢١م) و (حنان موسى، ٢٠٢٣م) و (سمر يسري، ٢٠٢٢م) و (معين الكوع، ٢٠٢٢م).

٦- توصلت نتائج معظم الدراسات السابقة إلى غلبة الاستمالات المنطقية Logos على الاستمالات الإقناعية التي تستخدمها الصحف والمواقع الإخبارية وصفحات مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك من خلال تقديم الأدلة والشواهد وعرض وجهتي النظر مثل دراسة (أسماء محمد مصطفى، ٢٠٢٣م) و (Baidaa Faisal & Aysha Bahaa, 2023) و (Naeem Afzal, 2021) و (Fabian Ryffel, 2016).

الاستفادة من الدراسات السابقة:

استفادت الباحثة من نتائج الدراسات السابقة في تحديد الجوانب الجديدة الخاصة بموضوع الدراسة والتي لم يسبق دراستها من قِبل باحثين آخرين، حيث ترصد الدراسة الحالية الأساليب والاستمالات الإقناعية المستخدمة بمواقع الصحف الفرنسية في تغطية أحداث الحرب على غزة عام ٢٠٢٣م والمعروفة إعلامياً بأحداث "طوفان الأقصى". بالإضافة إلى صياغة المشكلة البحثية والتساؤلات والفروض وتحديد الإطار النظري المناسب للدراسة الحالية والمتمثل في نظريتي "أرسطو" للإقناع Aristotle's Theory of persuasion والحُجاج الإقناعي Argumentation Theory، وكذلك في تصميم استمارة تحليل المضمون، ثم مقارنة نتائج الدراسات السابقة بما توصلت إليه الدراسة الحالية من نتائج.

المشكلة البحثية:

انطلقت أحداث طوفان الأقصى في السابع من أكتوبر عام ٢٠٢٣م بعد أن وجهت حركة حماس الفلسطينية قذائفها نحو إسرائيل، ومنذ ذلك اليوم تحولت أنظار دول العالم أجمع نحو الحرب على غزة لتصبح أبرز الصراعات الدولية الحالية على الساحة السياسية والإعلامية، خاصة في ظل حالة الانقسام بين دول العالم ووسائل الإعلام الدولية بين داعمين ومُنددين لتلك الحرب، وفرض هذا الانقسام على وسائل الإعلام الدولية بشكل خاص ضرورة توظيف الأساليب والاستمالات الإقناعية لفرض وجهة نظرها على جمهورها الداخلي والخارجي وتدعيم موقف الدول التابعة لها تجاه تلك الحرب. ومن هنا تتحدد مشكلة الدراسة في التعرف على كيفية توظيف موقعي الصحف الفرنسية لوموند وليبراسيون (Le monde – Libération) للأساليب والاستمالات الإقناعية في تغطيتهما لأحداث الحرب على غزة عام ٢٠٢٣م والمعروفة إعلامياً بـ "طوفان الأقصى"، ورصد أوجه الشبه والاختلاف بين موقعي الدراسة في تغطيتهما لأحداث الحرب على غزة من حيث القوالب الصحفية الأكثر استخداماً من قِبَل الموقعين مع أحداث الحرب على غزة، ونوعية الموضوعات المطروحة ونبرة تغطية الموقعين لأحداث تلك الحرب.

أهمية الدراسة:

- ١- أهمية الفترة الزمنية للدراسة والتي تزامنت مع تصاعد حدة الصراعات الدولية، خاصة تلك التي تمس دول المنطقة العربية والمتمثلة في أحداث الحرب على غزة ٢٠٢٣م والمعروفة إعلامياً بأحداث طوفان الأقصى.
- ٢- ندرة الدراسات التي تناولت الأساليب والاستمالات الإقناعية التي تستخدمها المواقع الصحفية الأجنبية بشكل عام والفرنسية على الأخص.
- ٣- تسليط الضوء على دور المواقع الصحفية في ممارسة وظيفة الإقناع خلال أوقات الصراعات الدولية.
- ٤- دراسة المواقف والتوجهات السياسية للمواقع الصحفية الفرنسية بشأن الحرب على غزة ٢٠٢٣م.
- ٥- تُعد الدراسة الحالية إضافة في مجال البحوث الصحفية نظراً لكونها تستند على نظرية الحُجاج الإقناعي Argumentation Theory ونظرية أرسطو للإقناع Aristotle's Theory of persuasion، وهي نظريات يَندرُ استخدامهما في البحوث والدراسات الصحفية.

أهداف الدراسة:

- ١- التعرف على حجم اهتمام المواقع الصحفية الفرنسية محل التحليل (Le monde – Libération) بتغطية أحداث الحرب على غزة.

- ٢- الكشف عن الأساليب الإقناعية المستخدمة بموقعي الدراسة في تغطية أحداث الحرب على غزة.
- ٣- تحليل الاستمالات الإقناعية المستخدمة بموقعي الدراسة في تغطية أحداث الحرب على غزة.
- ٤- تحديد الكلمات المحورية المستخدمة لتعزيز الاستمالات الإقناعية بموقعي الدراسة.
- ٥- توضيح نوعية الموضوعات التي ركّز عليها موقعها الدراسة في تغطيتها لأحداث الحرب على غزة.
- ٦- الوقوف على نبرة تغطية موقعي الدراسة لأحداث الحرب على غزة.

الإطار النظري:

أولاً: نظرية الحُجاج الإقناعي Argumentation Theory:

نظرية الحُجاج هي دراسة متعددة التخصصات تجمع بين الاتصال والبلاغة والفلسفة وتحليل الخطاب وعلم النفس الاجتماعي^{١٩}. وتهدف إلى دراسة الكيفية التي يتم من خلالها دعم الاستنتاجات أو تقويضها من خلال المقدمات والأسباب المنطقية^{٢٠}.

وتعود نشأة نظرية الحُجاج الإقناعي إلى الفيلسوف البريطاني "ستيفن تولمين" Stephan Toulmin عام ١٩٥٨م، حيث ناقش ضرورة أن يتم تحليل الحجج Arguments باستخدام تصميم أكثر ثراءً من التصميم التقليدي للمنطق، والذي يتم فيه التمييز بين المقدمات والاستنتاجات فقط. وركز "تولمين" Toulmin على النقاط التالية:²¹

- في الجدال Argumentation، يمكن أن تكون ضمانات الحُجاج ذاتها محل خلاف، وقد يختلف مستوى دعم الحُجاج من مجال إلى آخر.
 - يمكن أن تكون الحُجاج قابلة للطعن، بمعنى أن تكون هناك شروط للاستثناء.
 - قد تتضمن الحُجاج استنتاجات لائقة.
 - يجب تحليل أنواع أخرى من الحُجاج عدا تلك المُستندة إلى الروابط والمحددات المنطقية القياسية.
 - ينطوي تحديد ما إذا كانت الحُجة جيدة أم لا، على أحكام موضوعية وليست شكلية فقط.
- ووضع "تولمين" Toulmin نموذجًا للحُجة ينطوي على ستة عناصر يمكن من خلالها تقييم الحُجة، وتتمثل في:^{٢٢}

(١) المعطيات: تعتبر المعطيات، أي الحقائق التي يتم الاستناد إليها لتدعيم الادعاء، ويتم طرحها من قِبَل المتحدث أو المتلقي من أجل قبول المعلومات على أنها صحيحة. إذا طلب منك شخص ما أن تفعل شيئاً فلن توافق على فعل أي شيء يريده. عليك أن تسأل وتحتاج أيضاً إلى معرفة سبب قيامك بذلك وتطلب منه إثبات ادعائه.

(٢) التبرير: هي السبب وراء المعطيات. أو بمعنى أوضح هي الأسباب أو المبادئ المستخدمة لتبرير العلاقة بين المعطيات والادعاء. ويمكن أن تتكون من معلومات تُستخدم لإقناع المتلقي. إنها القاعدة أو المرحلة التي يتم فيها تكوين الحجة، ويمكن من خلالها أن تكون المعلومات عنصرًا قويًا جدًا في الإقناع، ويجب الانتباه إلى أن كل شخص لديه طريقته الخاصة في التفكير، وبالتالي لديه طريقة خاصة في قبول المعلومات.

(٣) الدعم: هو الادعاءات والافتراضات الضمنية التي تشرح وتفسر التبرير.

(٤) التصفيات: هي إفادة بالحالات والشروط التي بموجبها سيكون الادعاء صحيحًا، وتضع قيودًا على الادعاء.

(٥) الطعن أو الدحض: إفادة بالحالات والشروط التي بموجبها لن يكون الادعاء صحيحًا، حتى في الحجة المقدمة بشكل مثالي، لا يزال من الممكن استخدام الحجج المضادة.

(٦) الادعاءات: هي الاستنتاجات التي يجب إثبات جدارتها من خلال الحجة.

ومن هنا يمكن تعريف الحجة بأنها مجموعة من العبارات (الافتراضات)، تتكون من ثلاثة أجزاء، نتيجة، ومجموعة من المقدمات، والاستدلال من المقدمات إلى النتيجة. ويمكن دعم الحجة بواسطة حجج أخرى، كما يمكن مهاجمتها ونقدها بواسطة حجج أخرى ومن خلال إثارة أسئلة نقدية حولها.^{٢٣} وتُشير النظرية إلى أن الوظيفة الرئيسية للاستدلال هي تبادل الحجج مع الآخرين. ويُعرف الاستدلال بكونه مجموعة فرعية محددة من الآليات المعرفية المخصصة لمعالجة الحجج. وهذا يستلزم القدرة على إيجاد الحجج لإقناع الآخرين وتقييم حجج الآخرين في المقابل حتى يتم الاقتناع عندما يكون ذلك مبررًا. ويؤدي تبادل الحجج إلى تحسين عملية الاتصال من خلال السماح بنقل الرسائل حتى في غياب الثقة الكافية بين الطرفين.^{٢٤}

كما تبحث نظرية الحجاج الإقناعي في ممارسات ومعايير استخدام الحجج في الجدل. حيث يعتبر الجدل نشاطًا اتصاليًا لتبادل الأسباب والحجج في سياق الشك أو الخلاف، وبالتالي فهو يساهم في تشكيل مجموعة واسعة من العمليات الاجتماعية الأساسية منها المناقشات السياسية والنزاعات القانونية والبحث العلمي والصراعات بين الأطراف المختلفة.^{٢٥}

ويُعد الجدل أيضًا نشاطًا يتصل بالمنطق. عندما يتجادل الناس، فإنهم يضعون تفكيرهم في نطاق المنطق ويستخدمون المنطق لتقييم وقبول الاستنتاجات.^{٢٦} وما يجعل الجدل معنيًا بالدراسة والبحث في طبيعة الحجة هو تواجده في سياق المواقف الحياتية الواقعية، ونظرًا لتكرار استخدام الحجج في الحياة

اليومية فهي تمثل فرعاً حيويًا من دراسات الاتصال^{٢٧}. فهو أحد فروع النقاش الاجتماعي الذي يكون فيه الانتصار على الخصم هو الهدف الأساسي^{٢٨}.

وتهدف نظرية الحجاج الإقناعي إلى توفير الأدوات النظرية لتحليل وتقييم الخطاب الجدلي بطريقة سليمة وملائمة. ويتعلق تحليل وتقييم الخطاب الجدلي في المقام الأول بما يطلق عليه "نقطة انطلاق" الجدل، والتي تشمل المقدمات الضمنية والصريحة التي تُعد بمثابة نقطة انطلاق الحجاج. ويليه ما يطلق عليه "مخطط الحجج" أي التصميم التبريري لمجموعة من الافتراضات المقدمة بشكل صريح أو ضمني لدعم وجهة النظر محل الجدل أو اختلاف الرأي^{٢٩}. حيث تستند النظرية إلى وجهة النظر القائلة بأن أحد الخصائص الأساسية للألفاظ يتمثل في توظيفها كمقدمات أو استنتاجات في الجدل^{٣٠}.

وبشكل أكثر تفصيلاً، تُستخدم نظرية الحجاج بشكل ملحوظ في تحليل الحجج الإقناعية والخطاب المنطوق والنصي مما يجعل بنية الخطاب أكثر وضوحاً للمتلقي. ووفقاً للنظرية، تُمثل بيانات الخطاب الأدلة والحقائق أو المعلومات التي يستند إليها الادعاء الذي يُعتبر بمثابة نتيجة أو خلاصة الحجة. والجدير بالذكر أن العملية الجدلية بداية من البيانات وصولاً للادعاء تمر بمرحلة التبرير التي تمثل الرابط المنطقي بين النقطتين. ويجب أن يكون التبرير مقنعاً بدرجة كافية تجعل المتلقي يقبل الادعاء ومن ثم يقتنع به. ويتجسد الفرق الرئيسي بين البيانات والادعاء في دورهما في عملية الإقناع، حيث تدعم البيانات الحجة بشكل صريح أم الادعاء يعتمد دائماً على المعاني الضمنية. وفقاً لتولمين Toulmin يمكن تقديم التبرير كشكل من أشكال المصادر الموثوق بها، أو الأفكار المقبولة لدى الجمهور مثل القيم الحياتية والمجتمعية، أو في شكل استدلال موضوعي³¹.

ثانياً: نظرية أرسطو للإقناع :Aristotle's Theory of persuasion

تعتبر نظرية "أرسطو" بمثابة وسيلة لفهم كيفية تحقيق الإقناع من خلال أي خطاب، وقد تم تطبيق النظرية في إطار العديد من الدراسات التي استهدفت البحث في موضوع الإقناع³². واهتم العديد من الباحثين بدراسة مفهوم الإقناع لعدة قرون وقدموا العديد من التعريفات لهذا المصطلح، إلا أن "أرسطو" استطاع أن يقدم واحداً من أوائل التعريفات عندما عرّف مفهوم البلاغة، وهو مصطلح يستخدم غالباً مع الإقناع³³.

ووضع "أرسطو" الأساس لدراسة علم البلاغة وعرّفه بوصفه فهم وإدراك وسائل الإقناع المتاحة، حيث تُركز البلاغة على الطريقة التي يتم بها توظيف اللغة بهدف تحقيق الإقناع. وتتمثل غايات التحليل البلاغي في تحليل التقنيات والأساليب الإقناعية التي يستخدمها الكاتب لتحقيق هدفه والوصول إلى التأثير المطلوب من البلاغة على الجمهور³⁴.

وفيما يتعلق بالبلاغة، يعتقد "أرسطو" بوضوح أن كل شخص لديه القدرة على الانخراط في البلاغة كمتحدث وأيضا كستمع. ومع ذلك، يعترف "أرسطو" بأن بعض الأفراد لديهم موهبة الإقناع التي تميزهم عن أقرانهم^{٣٥}.

والإقناع هو أسلوب لغوي قوي يساعد مستخدميه على التأثير في المتلقين ويجعلهم تحت سلطته، لأنه يمتلك قوة خطابية قادرة على تغيير مواقف المتلقي وأفكاره ومعتقداته وسلوكياته. لكن للحصول على هذه القوة يتطلب من المتكلم أن يكون على دراية واسعة بالأساليب اللغوية الأكثر إقناعا والأعمق تأثيرا^{٣٦}.

وصنف "أرسطو" الحجج Arguments إلى حُجج غير علمية (عملية) وحُجج علمية. حيث يعتمد النوع الأول على حُجج حقيقية مأخوذة من الواقع ومعطيات يمكن التحقق منها، في حين أن النوع الثاني هي عبارة عن حُجج طورها القائمون بالاتصال كاعتبارات مفيدة لإقناع الجمهور المتلقي بصحة الرسالة المُقدمة. وتستخدم الحُجج العلمية في النصوص العلمية والمتخصصة، وفي المقابل تُستخدم الحُجج غير العلمية في النصوص السياسية والأدبية وتلك المتعلقة بالحياة اليومية، وفيها يتم الإقناع من خلال ثلاث استمالات هي Logos, Ethos, Pathos^{٣٧}.

ويُمكن تعريف كل استمالة منها على النحو التالي:^{٣٨}

- Logos (التبرير المنطقي): وهو الاستدلال المنطقي في الحُجة.
- Ethos (السمات الشخصية): يُشير البرهان الأخلاقي إلى الطريقة التي تظهر بها شخصية الكاتب أو موقفه في الرسالة.
- Pathos (المشاعر الإنسانية): المشاعر والانفعالات التي يستخلصها من الجمهور.

وتُعد تلك الاستمالات -حتى يومنا هذا- أحد أهم مبادئ الكتابة على جميع المستويات؛ وغالبا ما يُشار إليهم باسم "مثلث أرسطو" للإقناع^{٣٩}.

ويُمكن تعريف الاستمالة باعتبارها، العملية التي يقوم بها الفرد للتأثير في الآخرين من خلال استخدام الأدلة والشواهد والبراهين والأمثلة والنوازع النفسية والميول والرغبات؛ لقبول ما يُقدم لهم من أفكار وآراء أو للقيام بعمل محدد أو تشكيل اتجاهات محددة^{٤٠}.

وفيما يلي نتناول تلك الاستمالات الإقناعية بشكل أكثر تفصيلاً:

١- الاستمالة المنطقية Logos:

تهدف الاستمالة المنطقية Logos إلى مناقشة العقل بالمنطق. وبالتالي، يهدف المتحدث/ المرسل من خلال استخدام تلك الاستمالة إلى تقديم حُجة تبدو صحيحة ومنطقية للجمهور المتلقي. وذكر "أرسطو" أن الحُجة يجب أن تُثبت شيئا ما، أو على الأقل يجب أن تبدو وكأنها تُثبت شيئا ما. وتتلخص القدرة على توظيف الاستمالة المنطقية Logos في التعبير عن الحُجج بالشكل المناسب والملائم لكل من

وسيلة الاتصال والجمهور المستهدف⁴¹. وعادة ما يكون استخدام الاستمالة المنطقية أو العقلانية Logos أكثر تميزاً وتأثيراً على الجمهور المتلقي من الاعتماد على الأنواع الأخرى من الاستمالات⁴².

٢- الاستمالة الأخلاقية Ethos:

ربط "أرسطو" الاستمالة الأخلاقية Ethos بمصداقية وجاذبية الخطيب، أي المتحدث أو مؤلف النصوص المكتوبة⁴³. فكلما بدا المتحدث جديراً بالمصداقية وقادراً على كسب ثقة جمهوره، فإن الجمهور سيقبل أفكاره وينظر إلى مقترحاته باعتبارها حقيقية وذات مصداقية⁴⁴.

ويتم بناء تلك المصداقية من خلال خصائص الحُجة نفسها وليس من خلال أخلاق وشخصية القائمين بالاتصال. وهكذا، فإن توظيف الاستمالة الأخلاقية Ethos يتم من خلال الخطاب، وليس من الرأي المُسبق حول طبيعة القائم بالاتصال. فمن خلال استخدام الاستمالة الأخلاقية يؤكد القائمون بالاتصال موقفهم الأخلاقي، ويعززون الثقة والاحترام من قِبَل الجمهور⁴⁵.

٣- الاستمالة العاطفية Pathos:

يشير أرسطو إلى أن المشاعر الإنسانية المختلفة مثل الغضب أو الخوف لها تأثير بارز على أحكامنا العقلانية⁴⁶.

وتشمل الاستمالة العاطفية Pathos التأثير العاطفي على الجمهور. فالهدف من كل خطاب هو إقناع الجمهور، لذلك من الضروري وضع الجمهور في الحالات العاطفية المناسبة. لذا، يتم استخدام الاستمالة العاطفية Pathos للاستفادة من مشاعر واهتمامات الجمهور. ولجعل الموضوع أكثر إثارة عاطفياً لمشاعر الجمهور؛ غالباً ما يستخدم القائم بالاتصال الأساليب اللغوية والمجازية المختلفة⁴⁷.

فالهدف من الاعتماد على الاستمالة العاطفية Pathos هو أن يشعر المُتلقى بالحنن أو الغضب أو الذنب أو الخوف أو السعادة أو الفخر أو التعاطف، كل تلك المشاعر وغيرها قد أثارها الكلمات العاطفية المكثفة التي من شأنها أن تُحدث تأثيراً على الجمهور المُتلقى⁴⁸.

توظيف النظريتين في الدراسة الحالية:

تعتمد الدراسة الحالية على نظريتي الحُجاج الإقناعي و"أرسطو" للإقناع؛ بهدف الكشف عن الحُجج الإقناعية والاستمالات المنطقية Logos والعاطفية Pathos، التي وضعها "أرسطو" والمُستخدمة بمواقع الصحف الفرنسية في تغطيتها لأحداث الحرب على غزة، في محاولة للكشف عن الأساليب والاستمالات الإقناعية التي تستخدمها وسائل الإعلام الأجنبية عند تغطيتها للصراعات الدولية بشكل عام وتلك المُتعلقة بالمنطقة العربية بشكل خاص.

الإطار المعرفي:

أحداث "طوفان الأقصى" ٢٣ ٢٠٢٣ م:

تُعد القضية الفلسطينية من أهم قضايا العرب والعالم المعاصر أجمع. وتعتبر قضية ذات أبعاد متشابكة، فهي تحمل بُعدًا سياسيًا وأبعادًا أخرى دينية واقتصادية. ومع هذه التعقيدات فإن أكثر من ستين عامًا على الاحتلال الإسرائيلي للأراضي الفلسطينية كانت مليئة بالأحداث، بل ولم يخلُ عام منذ ١٩٤٨م من وقفات سجّلها التاريخ الفلسطيني^{٤٩}.

وفي فجر يوم السبت الموافق ٧ أكتوبر ٢٠٢٣م شنت المقاومة الفلسطينية في قطاع غزة على إسرائيل عملية "طوفان الأقصى" وشملت هجومًا بريًا وبحريًا وجويًا. وما لبث أن أعلن جيش الاحتلال الإسرائيلي أنه "في حالة حرب"، حيث أسفرت العملية خلال ساعاتها الأولى عن مقتل مئات الإسرائيليين بين جنود ومستوطنين وأسر وفقدان أكثر من مائة شخص. وأكدت الحكومة الإسرائيلية بدء عملية "السيوف الحديدية" كهجوم مضاد يستهدف تدمير البنية التحتية في غزة، وفرض حصار أصاب كل إمدادات الحياة في قطاع غزة^{٥٠}.

لتحظى غزة منذ ذلك اليوم باهتمام عالمي مكثف، وعلى الرغم من كونها منطقة صغيرة ومحاصرة ذات موارد محدودة، تمكنت غزة من مقاومة جيش حديث مجهز تجهيزًا جيدًا بدعم من الولايات المتحدة الأمريكية والمملكة المتحدة ودول غربية أخرى. وتشير الوقائع إلى صمود الفلسطينيين الذين وصلوا المقاومة على الرغم من الحرمان الشديد، مثل نقص المياه والغذاء والوقود^{٥١}، وحتى عندما وافقت إسرائيل على "هدنة إنسانية" لمدة أربعة أيام، تسمح فيها بتدفق المساعدات إلى غزة وإطلاق سراح الفلسطينيين المُحتجزين مقابل إطلاق سراح المدنيين الإسرائيليين الذين احتجزهم مسلحو حماس كرهائن في ٧ أكتوبر، نفذت إسرائيل حملة اعتقال مدنية جديدة تفوق عدد المعتقلين الفلسطينيين الذين تم إطلاق سراحهم^{٥٢}.

كل ذلك وضع قضية فلسطين في مقدمة جدول الأعمال العالمي، وظهر ذلك من خلال الدعم الواسع النطاق لفلسطين في جميع أنحاء العالم، واندلاع المظاهرات المؤيدة لها، وانتشار المحتوى الداعم للشعب الفلسطيني على وسائل التواصل الاجتماعي^{٥٣}.

ويستخدم الغرب عددًا من الآليات لكي يُفَعَلَ انحيازها الدائم لإسرائيل في هذا الصراع، ومن بينها آلية الانحياز الإعلامي التي سعت إلى إدانة أعمال حركة المقاومة الفلسطينية وتعزيز سمعة إسرائيل وتقديم صورة للعالم بأن الصراع بين فلسطين وإسرائيل بدأ فقط في السابع من أكتوبر وبوصف إسرائيل، كما قال رئيس الوزراء الإسرائيلي "بنيامين نتنياهو"، هي الخير والحق والنور و"حماس" هي الشر والباطل والظلام^{٥٤}. ورغم الاهتمام الإعلامي الغربي بالقضية الفلسطينية، إلا أن طبيعة المعالجة الإعلامية لها اتسمت في العديد من الأحيان بتأييد مواقف الدول الغربية الحليفة لإسرائيل^{٥٥}.

تساؤلات الدراسة:

- ١- ما حجم اهتمام موقعي الدراسة خلال فترة التحليل بتغطية أحداث الحرب على غزة؟
- ٢- ما القوالب الصحفية المستخدمة بموقعي الدراسة في تناولهما لأحداث الحرب على غزة؟
- ٣- كيف وظّف موقعاً الدراسة الأساليب الإقناعية في تغطية أحداث الحرب على غزة؟
- ٤- ما نوعية الاستمالات الإقناعية المستخدمة بموقعي الدراسة في تغطية أحداث الحرب على غزة؟
- ٥- ما الكلمات المحورية المستخدمة لتعزيز الاستمالات الإقناعية؟
- ٦- ما نوعية الموضوعات المتعلقة بأحداث الحرب على غزة؟
- ٧- ما نبرة تغطية موقعي الدراسة لأحداث الحرب على غزة؟

فروض الدراسة:**الفرض الأول:**

توجد علاقة دالة إحصائية بين الاستمالات الإقناعية وكل من:

أ- نوعية الموضوعات المتعلقة بأحداث الحرب على غزة.

ب- نبرة التغطية لأحداث الحرب على غزة.

الفرض الثاني:

توجد علاقة دالة إحصائية بين نبرة التغطية لأحداث الحرب على غزة والأساليب الإقناعية المستخدمة

بموقعي الدراسة.

الإجراءات المنهجية للدراسة:**نوع الدراسة:**

تتنمي الدراسة الحالية إلى الدراسات الوصفية، حيث تسعى إلى رصد وتحليل الأساليب والاستمالات الإقناعية المستخدمة بموقعي الصحف الفرنسية "لوموند وليبراسيون" (- Le Monde Libération) في تغطيتهما لأحداث الحرب على غزة عام ٢٠٢٣م والمعروفة إعلامياً بأحداث طوفان الأقصى.

منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على:

١- منهج المسح الإعلامي:

من خلال مسح مضمون الوسيلة الإعلامية، وفي إطاره تم تصميم استمارة تحليل المضمون للتعرف على الأساليب والاستمالات الإقناعية المستخدمة بموقعي الصحف الفرنسية "لوموند وليبيراسيون" (Le Monde - Libération) في تغطيتهما لأحداث الحرب على غزة عام ٢٠٢٣م.

٢- منهج العلاقات الارتباطية:

وذلك بهدف رصد العلاقة بين الاستمالات الإقناعية المستخدمة بموقعي الدراسة ونوعية الموضوعات المتعلقة بأحداث الحرب على غزة ونبرة تغطيتها، وكذلك العلاقة بين الأساليب الإقناعية المستخدمة بموقعي الدراسة ونبرة تغطيتهما لأحداث الحرب على غزة.

٣- المنهج المقارن:

وذلك بهدف المقارنة بين موقعي الصحف الفرنسية محل التحليل "لوموند وليبيراسيون" (Le Monde - Libération) من حيث حجم الاهتمام بتغطية أحداث الحرب على غزة، والأساليب والاستمالات الإقناعية المستخدمة، والقوالب الصحفية ونوعية الموضوعات ونبرة التغطية لأحداث الحرب على غزة بكلا الموقعين.

أدوات جمع البيانات:

أداة تحليل المضمون:

حيث قامت الباحثة بتصميم استمارة تحليل المضمون لعينة من المواد الصحفية المتعلقة بأحداث الحرب على غزة عام ٢٠٢٣م والمقدمة على موقعي الصحف الفرنسية محل التحليل لوموند وليبيراسيون (Le Monde - Libération) بهدف رصد وتحليل الأساليب والاستمالات الإقناعية المستخدمة بكلا الموقعين في تغطيتهما لأحداث الحرب على غزة، بالإضافة إلى الوقوف على القوالب الصحفية الأكثر استخدامًا من قِبل الموقعين مع أحداث الحرب على غزة خلال فترة تحليل الدراسة، ونوعية الموضوعات المطروحة ونبرة تغطية الموقعين لأحداث تلك الحرب.

وتم تصميم استمارة تحليل المضمون وفقاً للاستمالات الإقناعية التي وضعها "أرسطو" في "مثلث أرسطو" للإقناع. وركّزت الباحثة على نوعين من استمالات "مثلث أرسطو" وهما الاستمالة المنطقية Logos والاستمالة العاطفية Pathos، ونظراً لكون الاستمالة الأخلاقية Ethos تُناسب بحوث ودراسات العلاقات العامة والإعلان بشكل بارز مقارنة بالبحوث في مجال الصحافة، لجأت الباحثة إلى الاعتماد

على نوع ثالث من الاستمالات وهي الاستمالة التخويفية، وذلك بعد الرجوع إلى الدراسات السابقة المرتبطة بموضوع الدراسة الحالية مثل دراسة (Valerie Hase & Katherine Engelke, 2022) و(أسماء محمد مصطفى، ٢٠٢٣م) و(أمينة مزيان، ٢٠٢١م).

وحدة التحليل: تتمثل وحدة التحليل في الموضوع الصحفي المُتعلق بأحداث الحرب على غزة.

التعريفات الإجرائية لفئات تحليل المضمون:

أ- فئات الشكل (كيف قيل؟) وتتمثل في:

القالب الصحفي: ويُقصد به الفنون الصحفية التي قَدِّم من خلالها موقعاً الدراسة أحداث الحرب على غزة وتتمثل في (الخبر - التقرير - المقال - الفيتشر الإنساني).

ب- فئات الموضوع (ماذا قيل؟) وتتمثل في:

الأساليب الإقناعية: ويُقصد بها الأساليب التي يستخدمها الموقع لإقناع المُتلقي بوجهة نظر محددة بشأن الحرب على غزة وتشمل: (التكرار - الوضوح - التبرير - ترتيب الحُجج الإقناعية - خلفيات وأحداث سابقة).

الاستمالات المنطقية: ويُقصد بها الأساليب والتقنيات التي يستخدمها الموقع لإقناع المُتلقي من خلال مخاطبة العقل وتشمل: (الأدلة والشواهد - عرض جانب واحد - عرض أكثر من جانب - الأرقام والإحصائيات - استخدام الصور كدليل).

الاستمالات العاطفية: ويُقصد بها الأساليب والتقنيات التي يستخدمها الموقع لإقناع المُتلقي من خلال التأثير في وجدانه ومشاعره وتشمل: (معاني التوكيد - الاستشهاد بالمصادر - شعارات اجتماعية - شعارات سياسية - الأساليب اللغوية - دلالات الألفاظ).

الاستمالات التخويفية: ويُقصد بها الأساليب والتقنيات التي يستخدمها الموقع لإقناع المُتلقي من خلال إثارة غريزة الخوف عند المُتلقي وتشمل: (التخويف - التهديد - التحذير).

الاستمالة المختلطة: ويُقصد بها الدمج بين أكثر من نوع من أنواع الاستمالات الثلاث المنطقية والعاطفية والتخويفية.

نوعية الموضوعات: ويُقصد بها المجال الذي تندرج تحته المادة الصحفية محل التحليل والمُتعلقة بأحداث الحرب على غزة وتشمل:

- الموضوعات السياسية: وهي تلك التي تتعلق بأحداث المظاهرات في دول العالم، سواء المؤيدة أو المعارضة للحرب على غزة، وكذلك موقف الدول المختلفة من الحرب أو من السياسة الإسرائيلية المتبعة خلال فترة التحليل.

- الموضوعات الإنسانية: وهي تلك التي تتعلق بضحايا ومصابي الحرب من الجانبين الفلسطيني والإسرائيلي، ووصف الوضع الإنساني الذي يعيشه الشعب الفلسطيني وما يرتبط به من موضوعات تتعلق بالمساعدات الإنسانية المقدمة له من الدول المختلفة، بالإضافة إلى وضع الرهائن المدنيين من الجانبين.

- الموضوعات العسكرية: وهي تلك التي تتعلق بالهجمات العسكرية وعمليات القصف التي يقوم بها كل من الجيش الإسرائيلي وحركة حماس.

- الموضوعات الاقتصادية: وهي تلك التي تتعلق بالنتائج والتداعيات الاقتصادية المترتبة على أحداث الحرب على غزة.

نبرة التغطية: ويُقصد بها الموقف الذي يتخذه الموقع تجاه أحداث الحرب على غزة كما يظهر من خلال مضمون المادة الصحفية محل التحليل وينقسم إلى: (تعاطف مع فلسطين - انتقاد لفلسطين - حيادية).

مجتمع وعينة الدراسة:

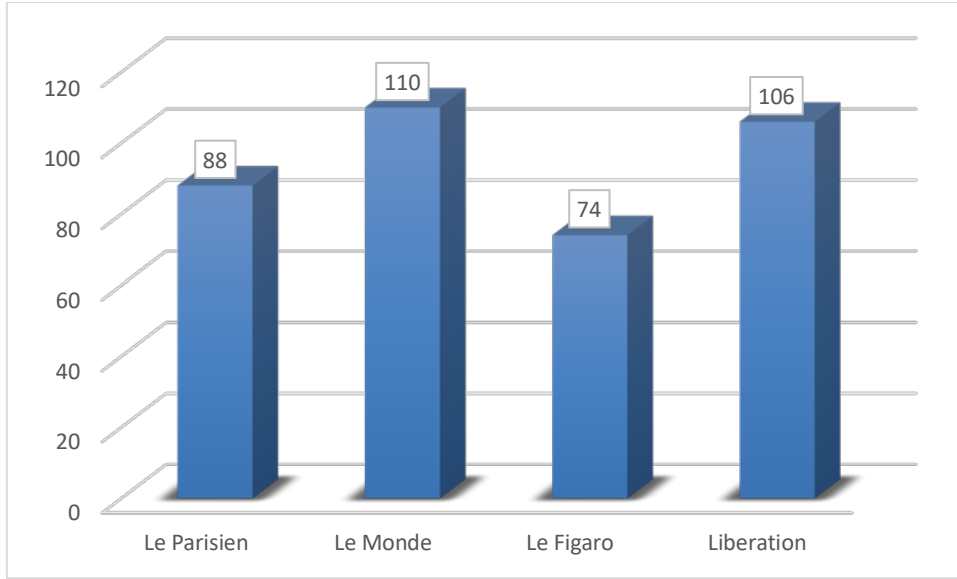
١- إطار الدراسة التحليلية:

يتحدد إطار الدراسة في جميع مواقع الصحف الفرنسية اليومية العامة التي يُمكن تصفحها في جمهورية مصر العربية.

٢- عينة الدراسة:

أ- عينة المواقع الصحفية:

قامت الباحثة بإجراء دراسة استطلاعية على مدار شهر كامل من ٧ نوفمبر ٢٠٢٣م وحتى ٧ ديسمبر ٢٠٢٣م لملاحظة مواقع الصحف الفرنسية اليومية العامة المتاحة في جمهورية مصر العربية (Le Parisien - Le Monde - Le Figaro - Libération)؛ بهدف الوقوف على أكثر مواقع الصحف الفرنسية اهتمامًا بتناول موضوع الحرب على غزة "طوفان الأقصى"، وجاءت نتائج الدراسة الاستطلاعية على النحو التالي:



شكل (١)

نتائج الدراسة الاستطلاعية الخاصة بأكثر المواقع تناوُلًا لأحداث الحرب على غزة

وبناءً على نتائج الشكل السابق قامت الباحثة باختيار الموقعين اللذين حصلوا على الترتيب الأول والثاني ضمن قائمة مواقع الصحف الفرنسية الأكثر تناوُلًا لأحداث الحرب على غزة، لذا تمثلت عينة مواقع الصحف الفرنسية في موقعي ليبراسيون (Libération) ولوموند (Le Monde).

ب- العينة الزمنية:

تمثلت الفترة الزمنية للتحليل في الثلاثة أشهر الأولى من الحرب على غزة بداية من ٧ أكتوبر عام ٢٠٢٣م حتى ٧ يناير عام ٢٠٢٤م. **وُرجع الباحثة** سبب اختيارها لتلك الفترة الزمنية إلى ما شهدته من تصعيد في أحداث الحرب على غزة؛ وبالتالي الاهتمام الإعلامي العالمي المكثف بمتابعة أحداث الحرب خلال تلك الفترة الزمنية.

ج- عينة المادة التحليلية:

تم سحب عينة الدراسة باستخدام أسلوب الحصر الشامل لجميع المواد الصحفية المتعلقة بأحداث الحرب على غزة على موقعي صحف الدراسة "لوموند وليبراسيون" (Le Monde - Libération) خلال الفترة الزمنية للتحليل من ٧ أكتوبر عام ٢٠٢٣م حتى ٧ يناير عام ٢٠٢٤م. وبلغ عدد المواد الصحفية التي تم تحليلها بموقع لوموند (Le Monde) (٢٣٤) مادة، وبلغ عدد المواد الصحفية التي تم تحليلها بموقع ليبراسيون (Libération) (١٨٩) مادة بإجمالي (٤٢٣) مادة. لمدة شهر خلال الفترة الزمنية من ١٥ يوليو حتى ١٥ أغسطس عام ٢٠٢٣م.

إجراءات الصدق والثبات:

أولاً: الصدق:

قامت الباحثة في جانب الصدق بعرض استمارة تحليل المضمون على عدد من المتخصصين في مجال الإعلام والإحصاء^{٥٦}؛ للتأكد من صدقها وصلاحيتها لتحقيق أهداف الدراسة، وتم تعديل الاستمارة وفقاً لملاحظات السادة المحكمين.

ثانياً: الثبات:

قامت الباحثة بالتعاون مع باحثة أخرى^{٥٧} - **تُجيد اللغة الفرنسية** - بتحليل مضمون ١٠% من عينة المواد الصحفية محل التحليل بواقع (٤٢ مادة صحفية) بعد مرور أسبوعين من التحليل الأول، وبالتعويض في (اختبار هولستي) لقياس معامل ثبات استمارة تحليل المضمون، كانت قيمة معامل الثبات ٩٠% وهي نسبة مقبولة.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة، تم إدخالها -بعد ترميزها- إلى الحاسب الآلي، ثم جرت معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج (SPSS) **Statistical Package for the Social Science**، وذلك باللجوء إلى المعاملات والاختبارات والمعالجات الإحصائية التالية:

- ١- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
 - ٢- اختبار كاي^٢ "بيرسون" (**Pearson Chi-Square Test**) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الإسمية (**Nominal**).
 - ٣- معامل التوافق (**Contingency Coefficient**) الذي يقيس شدة العلاقة بين متغيرين إسميين، واعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من 0.30 ومتوسطة إذا تراوحت بين 0.30-0.70 وقوية إذا زادت عن 0.70.
- وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة ٩٥% فأكثر، أي عند مستوى معنوية ٠.٠٥ فأقل.

التعريفات الإجرائية لمفاهيم الدراسة:

- **الأساليب الإقناعية:** يُقصد بها الأساليب المستخدمة بموقعي صحف الدراسة لإقناع الجمهور المُتلقي بالتوجهات والمواقف السياسية الفرنسية تجاه تلك الحرب.

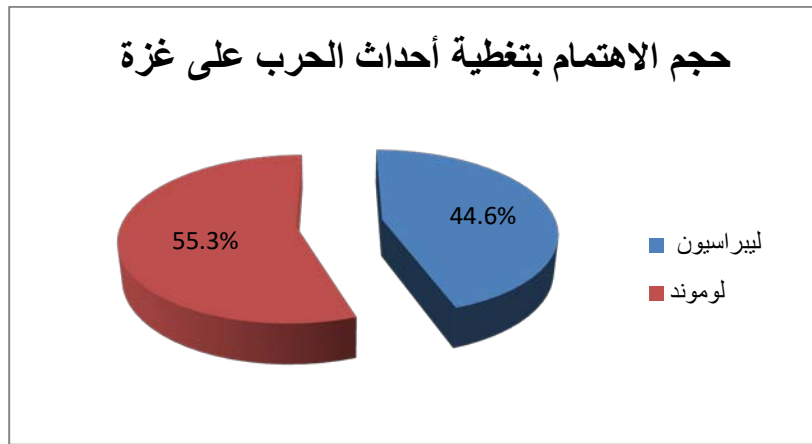
- الاستمالات الإقناعية: يُقصد بها الاستمالات التي وضعها "أرسطو" من خلال ما يُعرف بـ "أرسطو" للإقناع، وهي Logos و Pathos ، وأضافت الباحثة لهما الاستمالة التخويفية، وهي عبارة عن تقنيات تستخدمها مواقع صحف الدراسة بهدف إقناع الجمهور والتأثير فيه لقبول أفكار وآراء معينة.

- مواقع الصحف الفرنسية: يُقصد بها المواقع الإلكترونية التابعة للصحف الفرنسية اليومية العامة الصادرة بفرنسا.

- أحداث الحرب على غزة: يُقصد بها أحداث "طوفان الأقصى" بين حركة حماس والجيش الإسرائيلي المحتل والتي بدأت في السابع من أكتوبر عام ٢٠٢٣م.

نتائج الدراسة:

١ - حجم الاهتمام بتغطية أحداث الحرب على غزة بموقعي الدراسة:



شكل (٢)

حجم الاهتمام بتغطية أحداث الحرب على غزة بموقعي الدراسة

يتضح من الشكل السابق الاهتمام الأكبر من جانب موقع لوموند (Le Monde) بتغطية أحداث الحرب على غزة خلال فترة تحليل الدراسة مقارنة بموقع ليبراسيون (Libération)، حيث بلغ إجمالي الموضوعات الصحفية المتعلقة بالحرب على غزة بموقع لوموند (Le Monde) (٢٣٤) موضوعاً بنسبة بلغت 55.3%، مقابل (١٨٩) موضوعاً بموقع ليبراسيون (Libération) بنسبة بلغت 44.6%.

٢- القوالب الصحفية المستخدمة في تغطية أحداث الحرب على غزة:

جدول (١)

القوالب الصحفية المستخدمة بموقعي الدراسة في تغطية أحداث الحرب على غزة

مستوى المعنوية	درجة الحرية	كا ^٢ 'بيرسون'	الإجمالي		Libération		Le Monde		الموقع القوالب الصحفية
			%	ك	%	ك	%	ك	
٠.٦٤٨	٣	١.٦٥٢	٤٤.٧	١٨٩	٤١.٣	٧٨	٤٧.٤	١١١	خبر
			٣٤.٥	١٤٦	٣٧	٧٠	٣٢.٥	٧٦	تقرير
			١٤.٧	٦٢	١٥.٣	٢٩	١٤.١	٣٣	مقال
			٦.١	٢٦	٦.٣	١٢	٦	١٤	فيتشر إنساني
			١٠٠	٤٢٣	١٠٠	١٨٩	١٠٠	٢٣٤	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق أن الخبر الصحفي جاء في صدارة القوالب الصحفية المستخدمة في تغطية أحداث الحرب على غزة بنسبة بلغت 44.7% بكلا الموقعين، يليه قالب التقرير الإخباري في الترتيب الثاني بنسبة 34.5%، ثم المقال الصحفي في الترتيب الثالث بنسبة 14.7%، وأخيراً احتل قالب الفيتشر الإنساني الترتيب الأخير بكلا الموقعين بنسبة بلغت 6.1% فقط. كما تُشير النتائج إلى عدم وجود علاقة دالة إحصائية بين نوع الموقع والقوالب الصحفية المستخدمة في تغطية أحداث الحرب على غزة. وترى الباحثة أن السبب وراء تلك النتيجة هو طبيعة الصراعات الدولية محل تحليل الدراسة والمُمثلة في أحداث الحرب على غزة، والتي بطبيعتها تشهد أحداثاً سريعة ومتلاحقة تستدعي تغطيتها بشكل فوري من خلال قالب الخبر الصحفي، بالإضافة إلى المتابعة الإخبارية لها بمزيد من الشرح والتفسير والتوضيح من خلال قالب التقرير الإخباري.

٣- الأساليب الإقناعية المستخدمة في تغطية أحداث الحرب على غزة:

جدول (٢)

الأساليب الإقناعية المستخدمة بموقعي الدراسة

معامل التوافق	مستوى المعنوية	كا ^٢ 'بيرسون'	الإجمالي		Libération		Le Monde		الموقع الأساليب الإقناعية
			%	ك	%	ك	%	ك	
٠.١٥٥	٠.٠٠١	١٠.٣٧٦	٢٩.١	١٢٣	٢١.٢	٤٠	٣٥.٥	٨٣	التكرار
٠.١٧٥	٠.٠٠٠	١٣.٣٠٥	٢٢	٩٣	٣٠.٢	٥٧	١٥.٤	٣٦	خلفيات وأحداث سابقة
-	٠.٨١٨	٠.٠٥٣	٣٠.٧	١٣٠	٣٠.٢	٥٧	٣١.٢	٧٣	ترتيب الحجج الإقناعية
-	٠.٦٣٠	٠.٢٣٢	٩.٢	٣٩	٨.٥	١٦	٩.٨	٢٣	التبرير
-	٠.٤٩٢	٠.٤٧٢	٥١.١	٢١٦	٤٩.٢	٩٣	٥٢.٦	١٢٣	الوضوح

درجة الحرية لكل قيمة من كا^٢ = ١ - (تم التصنيف وفقاً لأكثر من فئة)

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

- تنوعت الأساليب الإقناعية المستخدمة بموقعي الدراسة لإقناع الجمهور بوجهة النظر التي يتبناها كل موقع تجاه أحداث الحرب على غزة وفقاً لسياساته التحريرية، حيث اتفق الموقعان على استخدام أسلوب (الوضوح) في المقام الأول ضمن الأساليب الإقناعية المستخدمة في تغطية أحداث الحرب على غزة بنسبة بلغت ٥٣% بموقع لوموند (Le Monde) و ٤٩.٢% بموقع ليبراسيون (Libération). وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (حنان موسى، ٢٠٢٣م)، حيث جاء أسلوب الوضوح في مقدمة الأساليب الإقناعية التي تستخدمها صفحة مصر الرقمية عبر إنستجرام لدعم وتسويق الخدمات الحكومية الإلكترونية. كما تتفق أيضاً مع نتائج دراسة (محمد عثمان، ٢٠١٨م) والتي أظهرت اعتماد صحيفة الأهرام على أسلوب الوضوح خلال فترة الأزمات محل تحليل الدراسة.

واتسمت تغطية موقع لوموند (Le Monde) بوضوح أهدافها ونتائجها وعدم اللجوء إلى الأسلوب الضمني في معظم الأحيان. واستخلصت الباحثة خلال فترة تحليل الدراسة أن هدف تغطية موقع لوموند (Le Monde) خلال الأسابيع الأولى من الحرب على غزة تمثل بوضوح في الدفاع عن إسرائيل وتأييد حقها في الدفاع عن نفسها، والتنديد بحركة حماس ووصف ما قامت به بالهجوم الإرهابي، وإلقاء مسؤولية الضحايا المدنيين من الطرفين على عاتقها وحدها كما يظهر في النموذج التالي:

“L’embrasement israélo-palestinien en cours, dont le Hamas est seul responsable, est entré dans une nouvelle phase, qui va être celle de la riposte de l’Etat hébreu”.

الترجمة: "لقد دخل الصراع الإسرائيلي الفلسطيني المستمر، والذي تتحمل حماس وحدها المسؤولية عنه، مرحلة جديدة، وهي مرحلة رد الدولة العبرية".

ومع قصف إسرائيل لأول مستشفى في غزة (المعمداني)، اتخذ الموقع موقفاً معارضاً وواضحاً تمثل في استنكار ما تقوم به إسرائيل من مجازر بحق الشعب الفلسطيني. أما بالنسبة لموقع ليبراسيون (Libération) فكان هدف تغطيته الواضح يتمثل في الدفاع عن الفلسطينيين والتنديد بالحرب على غزة منذ اليوم الأول من الحرب، والهجوم على الجانب الإسرائيلي وتقنيد ادعاءاته، وفي الوقت ذاته يُلقي باللوم على حركة حماس بسبب استخدامها المدنيين كدروع بشرية في حربها مع إسرائيل، كما يظهر في النماذج التالية:



الترجمة: "تقصف إسرائيل غزة بلا هوادة منذ ما يقرب من ثلاثة أشهر، رداً على المذبحة التي ارتكبتها حماس على أراضيها في السابع من أكتوبر/تشرين الأول، وليس هناك ما يشير إلى أن هذه الحملة ستنتهي قريباً. ربما تتباطأ أو تغير طبيعتها، لكن القادة الإسرائيليين، الذين عموا وأصموا عن تحذيرات حلفائهم، لا يبنون إنهاءها قبل... قبل ماذا؟"



الترجمة: "منذ الهجوم الذي شنته حماس في ٧ أكتوبر، اتهمت إسرائيل المنظمة الإسلامية باستخدام الرهائن وسكان غزة كدروع بشرية في وجه القصف الإسرائيلي، إما عن طريق وضع ترسانات عسكرية وسط المناطق المدنية، أو عن طريق منع السكان من مغادرة المناطق التي تعرّضت للهجوم".

- دعم موقع لوموند (Le Monde) أسلوب (الوضوح) من خلال استخدامه لأسلوب (التكرار) الذي جاء في الترتيب الثاني بنسبة بلغت 35.5%، حيث يساعد أسلوب (التكرار) على تذكير المتلقي بهدف الرسالة المقدمة؛ لذا تعمّد الموقع تكرار عبارات مثل: "حماس الإرهابية" و"الحركة الإرهابية" داخل نفس الموضوع خلال الأسابيع الأولى من الحرب؛ للتأكيد على هدف الموقع المتمثل في إدانة هجوم حماس على إسرائيل في السابع من أكتوبر، وإعطاء إسرائيل حق الدفاع عن نفسها. ومع تحول هدف تغطية الموقع بعد قصف المستشفيات في غزة، اتجه إلى تكرار العبارات التي تؤكد على الأفعال الدامية التي ترتكبها إسرائيل سواء بتكرار أعداد الضحايا من المدنيين والأطفال، أو عرقلة دخول المساعدات الإنسانية

إلى قطاع غزة، أو إبراز نيّة إسرائيل بعدم توقف القتال وتوعدها بحرب شرسة وصعبة في غزة كما يظهر في النموذج التالي:

Le Monde Guerre Israël-Hamas | Qui sont les otages du 7 octobre ?

La guerre contre le Hamas est entrée samedi 28 octobre dans une nouvelle étape et sera « longue et difficile », a prévenu le premier ministre israélien, Benyamin Nétanyahou, trois semaines après le début des hostilités, déclenchées par l'attaque la plus meurtrière de l'histoire d'Israël.

Le Monde Guerre Israël-Hamas | Qui sont les otages du 7 octobre ?

« La guerre dans la bande de Gaza sera longue et difficile et nous y sommes prêts », a déclaré M. Nétanyahou samedi lors d'une conférence de presse à Tel-Aviv, ajoutant que son armée « détruira l'ennemi sur terre et sous terre ». Une référence au gigantesque réseau de tunnels d'où, selon les militaires, le Hamas dirige ses opérations.

في النموذج السابق نجد أن موقع لوموند (Le Monde) استخدم أسلوب التكرار لإقناع الجمهور بنيّة إسرائيل باستمرار القتال الشرس في قطاع غزة، من خلال تكرار عبارة «La guerre sera longue et difficile» بمعنى "الحرب ستكون طويلة وصعبة" داخل نفس الموضوع الصحفي.

- وفي المقابل، دعم موقع ليبراسيون (Libération) أسلوب (الوضوح) من خلال استخدامه أسلوب (استخدام خلفيات وأحداث سابقة) و(ترتيب الحجج الإقناعية) اللذان جاء في الترتيب الثاني بنسب متساوية بلغت 57%. حيث وظّف الموقع أسلوب استخدام الخلفيات والأحداث السابقة؛ بهدف إقناع الجمهور المُتلقي بتورط إسرائيل في الوضع الإنساني الكارثي الحالي بقطاع غزة؛ خاصة بسبب عرقلة ومنع دخول المساعدات الإنسانية، والرجوع إلى أحداث سابقة تُبرز تناقض آراء وردود فعل الجانب الإسرائيلي، والتشكيك أيضًا في ادعاءات إسرائيل الباطلة والمستمرة ومخالفاتها للقوانين والقواعد، كما ظهر في النموذج التالي:

Menu

Recherche

Changement de règle

Créée pour enquêter sur des violences intercommunautaires survenues en 2000, au cours desquelles 13 personnes – douze Arabes israéliens et un Palestinien – ont été tuées lors d'affrontements avec la police, la commission Or a rendu ses conclusions en 2003. [Dans son rapport](#), elle avait estimé que «*le fait de tirer à balles réelles n'est pas un moyen pour la police de disperser une foule*». Il en découle qu'à ce jour, la police n'est autorisée à procéder à ces tirs que lorsque des vies humaines sont en jeu.

الترجمة: "شُكلت لجنة (أور) للتحقيق في أعمال العنف الطائفي التي وقعت عام ٢٠٠٠م، والتي قُتل خلالها ١٣ شخصًا خلال اشتباكات مع الشرطة، وسلمت اللجنة ما توصلت إليه من استنتاجات عام ٢٠٠٣م. واعتبرت اللجنة في تقريرها أن إطلاق النار بالذخيرة الحية ليست وسيلة تستخدمها الشرطة لتفرقة حشد من الناس. ونتيجة لذلك، لا يُسمح للشرطة بتنفيذ عمليات إطلاق نار إلا عندما تكون حياة البشر مُعرضة للخطر".

نجد في النموذج السابق أن موقع ليبراسيون (Libération) استخدم أسلوب الخلفيات والأحداث السابقة لإقناع الجمهور بتعمد إسرائيل مخالفة القوانين والقواعد، بعد أن أطلقت النار دون سبب على مجموعة من المدنيين الفلسطينيين مخالفة بذلك القرار الذي صدر عام ٢٠٠٣م بمنع استخدام الذخيرة الحية إلا عندما تكون حياة البشر مُعرضة للخطر.

وكذلك لجأ الموقع إلى استخدام أسلوب (ترتيب الحجج الإقناعية)، حيث اهتم بترتيب الحجج وتنظيمها لتصبح أكثر إقناعًا للمتلقي. على سبيل المثال نشر الموقع خبرًا عن المساعدات الإنسانية لقطاع غزة، واستهدفت التغطية الإقناع بتعمد إسرائيل عرقلة ومنع دخول المساعدات، لذا بدأ بتصريح لرئيس الوزراء الإسرائيلي (بنيامين نتنياهو) يؤكد فيه على أن "إسرائيل لن تمنع المساعدات الإنسانية من مصر طالما أنها تشمل الغذاء والماء والدواء للسكان المدنيين في جنوب قطاع غزة"، ثم أكد على وجهة نظره بشأن مراوغة إسرائيل من خلال الحجة التالية: "لكن إسرائيل وضعت شرطًا لذلك. ولن تمر هذه المساعدات عبر أراضيها إلا بعد إطلاق سراح الرهائن الذين تحتجزهم حماس"، واختتم الحجج الإقناعية بعدم صدق إسرائيل بشأن التعاطف مع المدنيين من خلال جملة "ردًا على ذلك، تحاصر إسرائيل قطاع غزة وتقصفه بلا هوادة، حيث قُتل ما لا يقل عن ٣٤٧٨ شخصًا، معظمهم من المدنيين".

- وبالنظر إلى الجدول السابق، يتضح أن كلا الموقعين افتقرا إلى استخدام أسلوب التبرير كأسلوب إقناعي، حيث احتل الترتيب الأخير بكلا الموقعين بنسب متقاربة بلغت 9.8% بموقع لوموند (Le

(Monde) و8.5% بموقع ليبراسيون (Libération). وربما يرجع ذلك إلى طبيعة الموضوع محل التحليل، حيث أن الأعمال الوحشية والقتال الدامي بحق المدنيين والأطفال من الصعب تبريره. ولاحظت الباحثة فيما يتعلق بأسلوب التبرير أن الموقعين قدّموا نموذجًا على استخدام الأسلوب الإقناعي ذاته لدعم وجهتي نظر متناقضتين، حيث استخدم موقع "لوموند" ذلك الأسلوب بشكل خاص خلال الأسابيع الأولى من الحرب لتبرير القصف المكثف من جانب إسرائيل على قطاع غزة، ووصفه بحق طبيعي لإسرائيل للدفاع عن نفسها وكرد فعل نتيجة للهجوم الذي شنته حماس، ومن أمثلة ذلك:

“Aucun pays ne peut laisser sans réponse une attaque délibérée contre ses concitoyens. La riposte annoncée a pour objectif la mise hors d'état de nuire les responsables des tueries contre des civils, les plus meurtrières jamais subies par l'Etat hébreu”

الترجمة: "لا يمكن لأي دولة أن تترك هجومًا متعمدًا ضد مواطنيها دون رد. ويهدف الرد المعلن إلى تعطيل المسؤولين عن عمليات القتل ضد المدنيين، وهي الأكثر دموية التي عانت منها الدولة العبرية على الإطلاق".

وعلى العكس، استخدم موقع ليبراسيون (Libération) أسلوب التبرير بنفس النهج ولكن انحيازًا للجانب الفلسطيني كما يظهر من خلال النموذج التالي:



حيث برّر الموقع قيام حركة حماس بإطلاق الصواريخ باتجاه تل أبيب كرد على مجازر المدنيين التي ترتكبها إسرائيل في قطاع غزة.

- وتشير نتائج الجدول السابق إلى وجود علاقة ضعيفة دالة إحصائية بين موقعي الدراسة والأساليب الإقناعية (التكرار) و(استخدام الخلفيات والأحداث السابقة) عند مستوى معنوية أقل من 0.05 بقيمة (0.001) و(0.000) على التوالي، حيث تفوّق موقع لوموند (Le Monde) في استخدام تلك الأساليب الإقناعية في تغطيته لأحداث الحرب على غزة مقارنة بموقع ليبراسيون (Libération).

٤ - الاستمالات الإقناعية المستخدمة في تغطية أحداث الحرب على غزة:

جدول (٣)

الاستمالات الإقناعية المستخدمة بموقعي الدراسة

معامل التوافق	مستوى المعنوية	درجة الحرية	ك _٢ بيرسون'	الإجمالي		Libération		Le Monde		الموقع الاستمالات الإقناعية
				%	ك	%	ك	%	ك	
٠.١٨٦	٠.٠٠٢	3	١٥.١٨٧	٥١.١	٢١٦	٥٩.٨	١١٣	٤٤	١٠٣	منطقية
				٢٠.٨	٨٨	٢٠.٦	٣٩	٢٠.٩	٤٩	عاطفية
				١.٩	٨	٠.٥	١	٣	٧	تخوفية
				٢٦.٢	١١١	١٩	٣٦	٣٢.١	٧٥	مختلطة
				١٠٠	٤٢٣	١٠٠	١٨٩	١٠٠	٢٣٤	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

- أن تغطية موقعي الدراسة لأحداث الحرب على غزة استهدفت في المقام الأول مخاطبة عقل المُتلقي، من خلال الاعتماد على الاستمالات المنطقية Logos بنسبة بلغت 51.1%. **وُترجع الباحثة هذه النتيجة إلى حرب التطهير العرقي والإبادة الجماعية التي تشهدها الحرب الأخيرة على غزة، والتي تحتاج إلى مخاطبة العقول بالمنطق والأدلة لاتخاذ موقف حاسم تجاه تلك الحرب والدول الداعمة لها. وترى الباحثة أن هذه النتيجة تُعد من إيجابيات تغطية مواقع الصحف الفرنسية محل التحليل لأحداث الحرب على غزة؛ نظرًا لاتفاقها مع ما نصت عليه نظرية "أرسطو" للإقناع: بأن استخدام الاستمالات المنطقية Logos أكثر تميزًا وتأثيرًا على إقناع المُتلقي مقارنة بالاعتماد على الأنواع الأخرى من الاستمالات^{٥٨}. وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (هاشم التميمي وكفاح فليح، ٢٠١٩م)، حيث تصدّر أسلوب الاستمالات العاطفية مقدمة الأساليب الإقناعية المستخدمة بالمقالات الافتتاحية محل التحليل.**

- جاءت الاستمالات المختلطة التي تجمع بين أكثر من نوع في الترتيب الثاني بنسبة 26.2% بكلا الموقعين. وربما جاء استخدام تلك الاستمالات المختلطة نتيجة لضخامة الحدث محل التحليل وتداعياته/ والذي يتطلب استخدام أكثر من نوع من استمالات الإقناع؛ بهدف ضمان الوصول إلى التأثير المطلوب من الرسالة الإعلامية المُقدمة.

- كما تُشير النتائج إلى عدم اهتمام موقعي الدراسة بتوظيف الاستمالات التخوفية في تغطية أحداث الحرب على غزة، حيث جاءت في الترتيب الأخير بنسبة بلغت 1.9% فقط.

- ويتضح من الجدول السابق وجود علاقة دالة إحصائيًا بين نوع الموقع والاستمالات الإقناعية المستخدمة في تغطية أحداث الحرب على غزة عند مستوى معنوية أقل من 0.05 بقيمة (0.002).

- استخدم الموقعان بشكل متكرر عددًا من الكلمات المحورية لتعزيز الاستمالات الإقناعية التي تم توظيفها في تغطية أحداث الحرب على غزة مثل: إبادة (Exterminer)، الرهائن (Otages)، قصف (bombardement)، المدنيين (Civils)، الدولة العبرية (L'état Hébreu)، المنظمة الإرهابية (L'organisation terroriste)، حصار (Blocus)، ضحايا (Victimes)، مجازر (Massacres)، هُدنة إنسانية (Trêve humanitaire).

٥- تقنيات الاستمالات الإقناعية المستخدمة في تغطية أحداث الحرب على غزة:

جدول (٤)

تقنيات الاستمالات الإقناعية المستخدمة بموقعي الدراسة

معامل التوافق	مستوى المعنوية	كا ^٢ بيرسون'	الإجمالي		Libération		Le Monde		الموقع	فئات الاستمالات
			%	ك	%	ك	%	ك		
-	٠.٠٦٢	٣.٤٩٥	٢٨	١٢٠	٢٤	٤٥	٣٢	٧٥	أدلة وشواهد	منطقية
-	٠.٠٨١	٣.٠٤٣	١١	٤٦	٨	١٥	١٣	٣١	عرض جانب واحد	
٠.١٣٢	٠.٠٠٦	٧.٥٢٣	٢٥	١٠٧	٣٢	٦٠	٢٠	٤٧	عرض أكثر من جانب	
-	٠.٣٠٠	١.٠٧٦	٣٣	١٤١	٣١	٥٨	٣٦	٨٣	أرقام وإحصائيات	
-	٠.٤٥٣	٠.٥٦٢	١٠	٤٤	١٢	٢٢	٩	٢٢	استخدام الصور كدليل	
٠.١١٧	٠.٠١٦	٥.٨٤٦	٦	٢٥	٩	١٧	٣	٨	شعارات اجتماعية	عاطفية
-	٠.٥٠٥	٠.٤٤٥	٣	١١	٣	٦	٢	٥	شعارات سياسية	
٠.١٣٥	٠.٠٠٥	٧.٨٨٧	٣٠	١٢٨	٢٣	٤٤	٣٦	٨٤	الاستشهاد بالمصادر	
-	٠.١٦٢	١.٩٥١	١١	٤٦	١٣	٢٥	٩	٢١	دلالات الألفاظ	
٠.١١١	٠.٠٢٢	٥.٢٧٦	١٠	٤٠	٦	١١	١٢	٢٩	الأساليب اللغوية	
-	٠.٣٤٩	٠.٨٧٧	٨	٣٥	٧	١٣	٩	٢٢	معاني التوكيد	
-	٠.٤٦٦	٠.٥٣١	٦	٢٤	٥	٩	٦	١٥	تحذير	تخويفية
-	-	-	١	٦	٠	٠	٣	٦	تهديد	
٠.٠٩٦	٠.٠٤٨	٣.٩٢١	٣	١٢	١	٢	٤	١٠	تخويف	

درجة الحرية لكل قيمة من كا^٢ = ١
(تم التصنيف وفقاً لأكثر من فئة)

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

أولاً: الاستمالات المنطقية:

- تشير النتائج إلى أن (الأرقام والإحصائيات) جاءت في مقدمة التقنيات المستخدمة بموقعي الدراسة لتوظيف الاستمالات المنطقية بنسبة بلغت ٣٣% بكلا الموقعين، و**ترجع الباحثة هذه النتيجة إلى السمة المميزة للحرب الأخيرة على غزة، وهي ارتفاع أعداد الضحايا المدنيين من الطرفين، فكان على موقعي الدراسة التركيز المستمر على إبراز أرقام الضحايا والمصابين نتيجة القصف الإسرائيلي المكثف؛ في محاولة لإقناع الرأي العام بضرورة الوقف الفوري لإطلاق النار لعدم إراقة المزيد من دماء المدنيين والأطفال. وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (روان الكتري، ٢٠١٨م)، التي أظهرت نتائجها ضعف اهتمام صحف الدراسة بأسلوب الأرقام والإحصائيات، بينما تتفق مع دراسة (معين الكوع، ٢٠٢٢م)، حيث جاء استخدام الاستمالات المنطقية بنسبة كبيرة من خلال استخدام الأرقام والإحصائيات. ومن نماذج استخدام (الأرقام والإحصائيات) ضمن الاستمالات المنطقية بموقعي الدراسة ما يلي:**

☰ **Le Monde**
Guerre Israël-Hamas | Qui sont les otages du 7 octobre ?

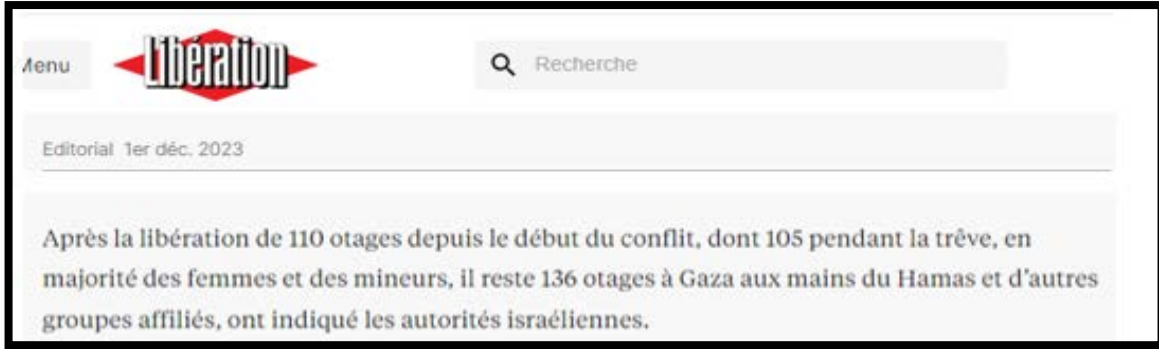
Les bombardements israéliens incessants ont fait plus de 9 200 morts, dont 3 826 enfants, à Gaza, selon le ministère de la

الترجمة: "أدى القصف الإسرائيلي المتواصل إلى مقتل أكثر من ٩٢٠٠ شخص، من بينهم ٣٨٢٦ طفلاً".

Le Monde
Guerre Israël-Hamas | Qui sont les otages du 7 octobre ?

morts, en une seule journée. Et 23 000 Palestiniens de Gaza sont morts depuis le 7 octobre, ce qui, là encore, à l'échelle de la France, correspondrait à près de 700 000 morts, en deux mois et demi. Ces chiffres donnent le vertige : oui, ce qui se déroule sous nos yeux est vertigineux et presque indicible, parce que sans précédent.

الترجمة: "لقي ٢٣ ألف فلسطيني حتفهم في غزة منذ السابع من أكتوبر، وهو ما يعادل مرة أخرى على المقياس الفرنسي ما يقرب من ٧٠٠ ألف وفاة خلال شهرين ونصف الشهر. هذه الأرقام مذهلة: نعم، ما يتكشف أمام أعيننا مدهل ويكاد لا يوصف، لأنه غير مسبوق".




الترجمة: "بعد إطلاق سراح ١١٠ رهينة منذ بداية النزاع، بينهم ١٠٥ أثناء الهدنة أغلبهم من النساء والقاصرين، لا يزال هناك ١٣٦ رهينة في أيدي حماس وغيرها من الجماعات التابعة لها، وفقاً للسلطات الإسرائيلية".



الترجمة: "تم تنظيم عدة مسيرات أخرى مؤيدة للفلسطينيين في نهاية هذا الأسبوع في فرنسا، وخاصة في "ليون"، حيث ضمت المظاهرة ما بين ١٨٥٠ شخصاً وفقاً للسلطات وما بين ٤٠٠٠ إلى ٥٠٠٠ وفقاً للمنظمين".

- وعلى مستوى كل موقع، تفوق موقع ليبراسيون (Libération) في الاعتماد على أسلوب (عرض جانبي الموضوع)، حيث تصدر الترتيب الأول في قائمة أساليب الاستمالات المنطقية المستخدمة في تغطية أحداث الحرب على غزة بنسبة بلغت ٣٢%، وتشير النتائج إلى وجود علاقة ضعيفة دالة إحصائياً بين نوع الموقع واستخدام أسلوب عرض أكثر من جانب عند مستوى معنوية أقل من 0.05 بقيمة 0.006. ورغم أن عرض جانب واحد مؤيد لوجهة النظر التي يتبنّاها القائم بالاتصال قد يكون أكثر تأثيراً على المتلقي في كثير من الأحيان، إلا أن موقع ليبراسيون (Libération) في الدراسة الحالية وظف أسلوب عرض وجهتي النظر بحيادية ومهنية؛ لإثبات فشل ودموية الفكر السياسي الإسرائيلي؛ وبالتالي تُصبح الرسالة أكثر إقناعاً للمتلقي، خاصة وأن عرض وجهتي النظر يُعزز من مصداقية القائم بالاتصال والوسيلة الإعلامية. ومن نماذج استخدام أسلوب عرض أكثر من جانب ما يلي:

Menu


L'armée israélienne, elle, a démenti samedi avoir ciblé l'hôpital, qualifiant de «fausses» les informations selon lesquelles ses troupes «encerclent et frappent» l'établissement. Elle a en outre indiqué qu'elle allait aider ce dimanche «à évacuer les bébés du service pédiatrique vers un hôpital plus sûr». Dans un nouveau communiqué diffusé dans la nuit, Mohammed Abou Salmiya a toutefois réaffirmé que «l'hôpital est totalement encerclé et les bombardements se poursuivent dans ses environs». «L'équipe médicale ne peut travailler et les corps, par dizaines, ne peuvent être gérés ou enterrés», a-t-il ajouté.

الترجمة: "نفى الجيش الإسرائيلي، السبت، استهداف المستشفى ووصف التقارير التي أفادت بأن قواته "تحاصر وتضرب المستشفى" بأنها كاذبة. وأشار أيضًا إلى أنه سيساعد يوم الأحد في إجلاء الأطفال من وحدة رعاية الأطفال إلى مستشفى أكثر أمانًا. لكن محمد أبو سلمية أكد مجددًا في بيان جديد صدر ليلًا أن المستشفى محاصر بالكامل والتفجيرات مستمرة في محيطه، وأضاف أن الفريق الطبي لا يستطيع العمل ولا يمكنهم دفن عشرات الجثث".

في النموذج السابق نجد أن موقع ليبراسيون (Libération) استهدف توضيح كذب إسرائيل للرأي العام من خلال عرض الجانب الإسرائيلي الذي ينفي أن الجيش الإسرائيلي استهدف مجمع الشفاء، إلى جانب عرض الجانب الفلسطيني من خلال تصريح "محمد أبو سلمية" وهو أحد أطباء الأطفال العاملين بمجمع الشفاء والذي يؤكد على أن المستشفى محاصر بالكامل والتفجيرات الإسرائيلية مستمرة في محيطه.

- وبالنسبة لموقع لوموند (Le Monde)، جاء استخدام أسلوب (الأرقام والإحصائيات) في الترتيب الأول ضمن الاستمالات المنطقية المستخدمة في تغطية أحداث الحرب على غزة بنسبة 36%، يليه أسلوب (الأدلة والشواهد) في الترتيب الثاني بنسبة بلغت ٣٢%. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (أسماء محمد مصطفى، ٢٠٢٣م)، حيث جاءت الأدلة والشواهد في الترتيب الثاني ضمن الاستمالات المنطقية المستخدمة بالمواقع الإخبارية لتغطية قضية التغيرات المناخية. ولجأ الموقع إلى تقديم الأدلة والاستعانة بالشواهد المختلفة التي من شأنها إثبات صحة وجهة النظر التي يتبنّاها بشأن الحرب على غزة، وإن كان الغرض من استخدام موقع لوموند (Le Monde) لتلك الاستمالة الإقناعية قد اختلف عبر فترة تحليل الدراسة، فنجد أنه خلال الأسابيع الأولى من الحرب استخدم الموقع تلك الاستمالة الإقناعية؛ بهدف تبرير الهجوم الإسرائيلي على قطاع غزة بحجة محاربة الإرهاب مستعينًا بقرارات مجلس الأمن حول الإرهاب، كما يظهر في النموذج التالي:

lemonde.fr/international/article/2023/11/28/serge-sur-le-moyen-orient-est-un-tombeau-du-droit-internation

Le 7 octobre est clairement une attaque terroriste au sens du droit international. Le terrorisme international est condamné par le Conseil de sécurité de l'ONU depuis 1992, avec une résolution qui concernait la Libye. Il l'a été avec plus de fermeté encore en 2001 après les attentats du 11-Septembre. Et puis il y a la résolution 1373 du 28 septembre 2001, qui demande aux Etats membres de prendre des mesures pour lutter contre le terrorisme. Il est donc absurde de dire que le terrorisme n'est pas une notion de droit international. Ce qui est vrai, en revanche, c'est que le terrorisme ne fait pas partie des incriminations de la Cour pénale internationale (CPI). Selon le statut de Rome de 1998, la CPI n'est compétente que pour le crime de génocide, les crimes contre l'humanité, les crimes de guerre et l'agression. Mais les actes terroristes se rattachent généralement à l'une ou l'autre de ces incriminations.

الترجمة: "من الواضح أن يوم ٧ أكتوبر هو هجوم إرهابي بالمعنى المقصود في القانون الدولي. وسبق أن أدان مجلس الأمن التابع للأمم المتحدة الإرهاب الدولي منذ عام ١٩٩٢م، من خلال ما أصدره من قرار يتعلّق بأحداث ليبيا. وكان أكثر حزمًا في عام ٢٠٠١م بعد هجمات ١١ سبتمبر. ثم أصدر القرار رقم ١٣٧٣ بتاريخ ٢٨ سبتمبر ٢٠٠١م.. حيث طلب من الدول الأعضاء اتخاذ الإجراءات اللازمة لمحاربة الإرهاب. لذلك من السخافة القول إن القانون الدولي لا يشمل الإرهاب، بل في الواقع هو خارج قائمة الجرائم التي تُجرّمها المحكمة الجنائية الدولية. ووفقًا لنظام روما الأساسي لعام ١٩٩٨م فإن المحكمة الجنائية الدولية لا تختص إلا بجرائم الإبادة الجماعية والجرائم ضد الإنسانية وجرائم الحرب والعدوان، ولكن ترتبط الأعمال الإرهابية بشكل عام بوحدة أو أكثر من تلك الجرائم".

ثم تحول هدف الموقع بعد قصف أول مستشفى في غزة إلى الدفاع عن الشعب الفلسطيني وتفنيد أكاذيب إسرائيل، فنجد أن الموقع لجأ إلى تدعيم بعض الموضوعات بمقاطع الفيديو التي تؤكد صحة الوقائع المذكورة، كما هو موضح بالنموذج التالي:

Le Monde Guerre Israël-Hamas | Qui sont les otages du 7 octobre ? Les destructions à Gaza

L'hôpital Al-Shifa, centre de commandement du Hamas ? Ce que montrent les images

VIDÉO | « Le Monde » a analysé les vidéos diffusées par l'armée israélienne depuis qu'elle occupe les lieux. Si elles montrent la présence d'un tunnel aménagé, celui-ci n'a pas l'ampleur permettant d'en faire un vaste centre opérationnel du Hamas, tel que cela a été présenté par les forces armées israéliennes.

الترجمة: "قامت صحيفة لوموند بتحليل مقاطع الفيديو التي بثها الجيش الإسرائيلي منذ احتلاله مبنى مستشفى الشفاء. وأظهرت المقاطع وجود نفق ولكنه ليس بالحجم الذي يجعله مركزاً لعمليات حركة حماس كما وصفه الجيش الإسرائيلي".

في النموذج السابق دعم موقع لوموند (Le Monde) وجهة نظره بشأن التشكيك في ادعاءات إسرائيل من خلال نشر مقاطع فيديو وتحليلها للتأكيد بشكل مرئي على صحة حُجته الإقناعية.

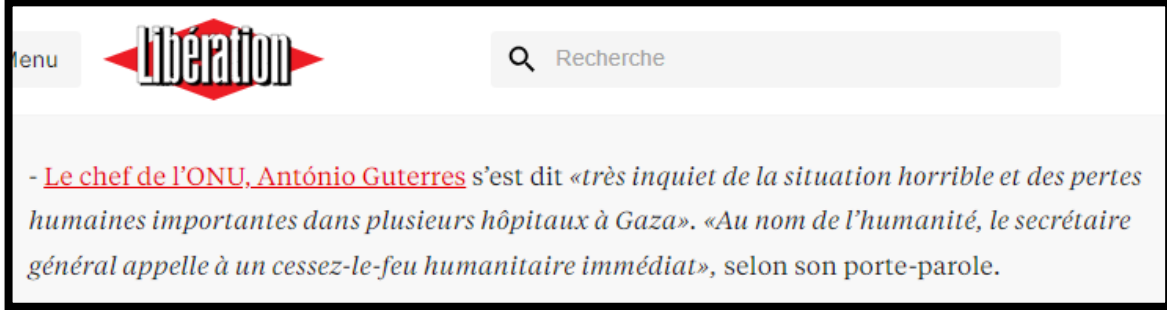
ثانياً: الاستمالات العاطفية:

- تنوعت الاستمالات العاطفية التي استخدمها موقعاً الدراسة لإثارة مشاعر وعواطف الرأي العام في سبيل إقناعه بوجهة النظر المتبناة، وجاء أسلوب (الاستشهاد بالمصادر) في صدارة الأساليب المُستخدمة لتوظيف الاستمالة العاطفية بكلا الموقعين بنسبة بلغت ٣٠%، وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (أسماء محمد مصطفى، ٢٠٢٣م)، حيث جاءت الشعارات السياسية والاقتصادية في مقدمة الاستمالات العاطفية المستخدمة لتغطية قضية التغيرات المناخية. وقد وظّف الموقعان أسلوب (الاستشهاد بالمصادر)؛ بهدف إثارة تعاطف الرأي العام مع الفلسطينيين المدنيين الذين يعيشون وضعاً إنسانياً كارثياً وغير مسبوق، وذلك من خلال الاستعانة بتصريحات بعض المصادر ذات الثقة، مثل المدير العام لمنظمة الصحة العالمية والأمين العام للأمم المتحدة، ومن نماذج استخدام أسلوب (الاستشهاد بالمصادر) بموقعي الدراسة ما يلي:

Le Monde Guerre Israël-Hamas | Qui sont les otages du 7 octobre ?

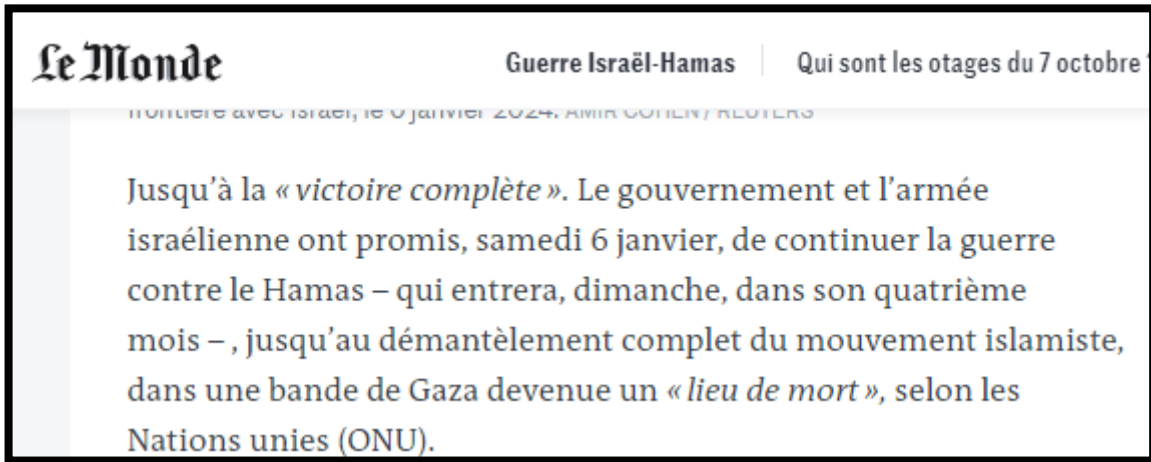
L'hôpital local Nasser comptait samedi « 1 000 patients, soit plus de trois fois sa capacité », a souligné, sur X, le chef de l'Organisation mondiale de la santé, Tedros Adhanom Ghebreyesus, disant « ne pas trouver des mots assez forts pour témoigner de [leurs] inquiétudes face à ce qu'[ils] observ[ent] ».

الترجمة: "أكد المدير العام لمنظمة الصحة العالمية، "تيدروس أدهانوم غيبريسوس"، على منصة X أن مستشفى ناصر المحلي استقبل ١٠٠٠ مريض يوم السبت أي أكثر من ثلاثة أضعاف طاقة المستشفى، قائلاً: لم أجد كلمات قوية بما يكفي لإظهار مخاوفنا بشأن ما نشاهده".



الترجمة: "أعرب "أنطونيو غوتيريش" الأمين العام للأمم المتحدة عن قلقه البالغ إزاء الوضع المروع والخسائر الكبيرة في الأرواح بالعديد من المستشفيات في غزة. وقال المتحدث باسمه: باسم الإنسانية، يدعو الأمين العام إلى وقف إنساني فوري لإطلاق النار".

- استخدم موقع لوموند (Le Monde) (الأساليب اللغوية) في الترتيب الثاني ضمن الاستمالات العاطفية المستخدمة في تغطية أحداث الحرب على غزة بنسبة بلغت ١٢%. والهدف من ذلك الأسلوب هو إقناع المُتلقي بوجهة نظر الموقع من خلال توظيف الجمل الاستفهامية أو التشبيه والكناية والاستعارة وغيرها من الصور البيانية، وتُظهر هذه النتيجة اتقافاً مع ما نصّت عليه نظرية "أرسطو" للإقناع بأن استخدام القائم بالاتصال للأساليب اللغوية والمجازية المختلفة يجعل الموضوع أكثر إثارة عاطفياً لمشاعر الجمهور^{٥٩}. وارتبط استخدام هذا الأسلوب من الاستمالات العاطفية بشكل بارز بالموضوعات الإنسانية المُتعلقة بأحداث الحرب على غزة، كما ظهر في النموذج التالي:



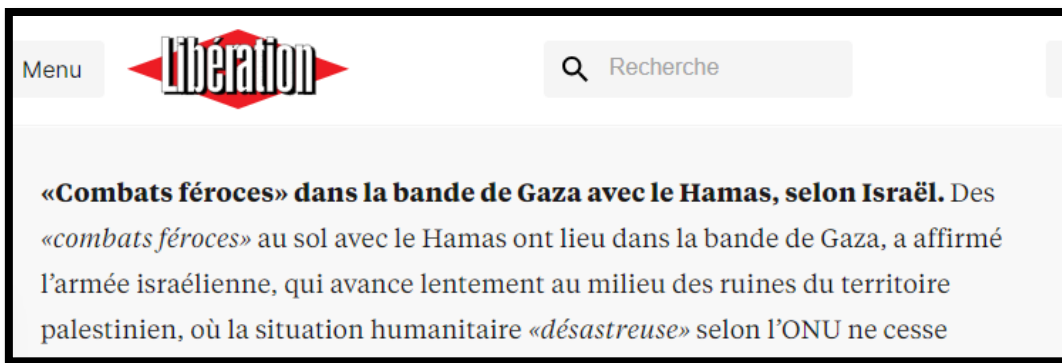
الترجمة: "تعهدت الحكومة والجيش الإسرائيلي يوم السبت بمواصلة الحرب ضد حركة حماس، التي ستدخل شهرها الرابع يوم الأحد، حتى يتم تفكيك الحركة الإسلامية بشكل كامل في قطاع غزة الذي أصبح "مكان الموت" بحسب الأمم المتحدة".

في النموذج السابق نجد أن الموقع استخدم أسلوب الكناية من خلال عبارة "مكان الموت"، وذلك للإشارة إلى الوضع الإنساني الكارثي بقطاع غزة وإقناع الرأي العام، من خلال إثارة تعاطفه، بضرورة الوقف الفوري للحرب وإدانة الأعمال الإجرامية التي ترتكبها إسرائيل ضد الشعب الفلسطيني.

- في المقابل، اعتمد موقع ليبراسيون (Libération) على استخدام (دلالات الألفاظ) في الترتيب الثاني ضمن الاستمالات العاطفية المستخدمة في تغطية أحداث الحرب على غزة بنسبة بلغت ١٣%، وارتبط استخدام هذا الأسلوب من الاستمالات العاطفية بشكل واضح بالموضوعات الإنسانية المتعلقة بأحداث الحرب على غزة وذلك من خلال توظيف كلمات وعبارات محددة تحمل معاني سلبية؛ بهدف إثارة تعاطف الرأي العام مع المدنيين من الطرفين كما يظهر في النماذج التالية:



استخدم الموقع في هذا الموضوع عبارة (L'attaque sanglante) بمعنى (الهجوم الدموي) بهدف إثارة التعاطف مع الضحايا المدنيين الإسرائيليين.



وفي النموذج السابق استخدم الموقع لفظ (désastreuse) بمعنى (كارثي) في إشارة إلى الوضع الإنساني الحالي بقطاع غزة؛ بهدف إثارة مشاعر الرفض لدى الرأي العام تجاه المجازر التي ترتكبها إسرائيل بقطاع غزة.

- تشير النتائج إلى وجود علاقة ضعيفة دالة إحصائيًا بين موقعي الدراسة والاستمالات العاطفية مُمتلئة في (شعارات اجتماعية - الاستشهاد بالموارد - الأساليب اللغوية) عند مستوى معنوية أقل من 0.05 بقيم بلغت (0.016) و(0.005) و(0.022) على التوالي.

ثالثاً: الاستمالات التخويفية:

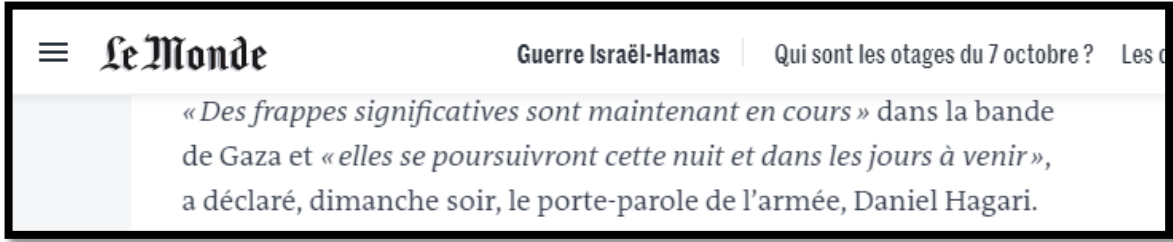
- استخدم موقعا الدراسة الاستمالات التخويفية بنسب ضئيلة للغاية مقارنة بالاستمالات المنطقية والعاطفية، وتمثّلت في استخدام أسلوب (التحذير) في المقام الأول بنسبة بلغت ٦%، ويليه أسلوب (التخويف) في الترتيب الثاني بنسبة بلغت ٣%. وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (أمينة مزيان، ٢٠٢١م) التي توصلت إلى أن استمالات التخويف تصدرت قائمة الاستمالات الأكثر استخدامًا بصفحة "ويب طب". وانحصر استخدام الاستمالات التخويفية بكلا الموقعين في التحذير من انتشار المجاعة في قطاع غزة نتيجة القصف الإسرائيلي المتواصل وعرقلة دخول المساعدات الإنسانية وبث الشعور بالخوف لدى الرأي العام بشأن اعتزام إسرائيل مواصلة ضرباتها الدموية تجاه غزة. ومن نماذج استخدام موقعي الدراسة للاستمالات التخويفية ما يلي:



الترجمة: "صرح فيليب لازاريني" المفوض العام للأمم المتحدة لشؤون اللاجئين الفلسطينيين (الأونروا) خلال مؤتمر صحفي في جنيف، إن الجوع واليأس يدفعان الناس إلى مصادرة المساعدات الإنسانية التي يتم تسليمها إلى قطاع غزة مُحذرة من انهيار النظام المدني. وأضاف نحن على حافة انهيار محتمل في قطاع غزة؛ لأن النظام المدني ينهار بشكل متزايد بسبب الحرب التي أثارها الهجوم غير المسبوق الذي شنته حماس على إسرائيل في ٧ أكتوبر الماضي".

في النموذج السابق استخدم موقع ليبراسيون (Libération) أسلوب (التحذير) ضمن الاستمالات التخويفية المستخدمة في تغطية أحداث الحرب على غزة؛ بهدف إقناع الرأي العام بضرورة تأييد الوقف

الفوري لإطلاق النار؛ مُحذراً من خطورة الوضع الإنساني بقطاع غزة بسبب انتشار المجاعة ومصادرة المساعدات الإنسانية نتيجة الحرب المستمرة.



الترجمة: "قال (دانييل هاغاري) المتحدث باسم الجيش الإسرائيلي مساء الأحد إن غارات عنيفة تُجرى الآن في قطاع غزة وستستمر هذه الليلة وفي الأيام المقبلة".

ونلاحظ في النموذج السابق أن موقع لوموند (Le Monde) استخدم أسلوب (التخويف) ضمن الاستمالات التخويفية المستخدمة في تغطية أحداث الحرب على غزة؛ بهدف إقناع الرأي العام بخطورة الوضع في غزة إذا استمرت الحرب دون ردع، خاصة مع توعد إسرائيل بمزيد من الضربات العنيفة.

- تشير النتائج إلى وجود علاقة ضعيفة دالة إحصائياً بين موقعي الدراسة والاستمالات التخويفية مُثّلة في أسلوب التخويف عند مستوى معنوية أقل من 0.05 بقيمة 0.048.

٦- نوعية الموضوعات المتعلقة بأحداث الحرب على غزة:

جدول (٥)

الموضوعات المتعلقة بأحداث الحرب على غزة بموقعي الدراسة

مستوى المعنوية	كا ^٢ بيرسون'	الإجمالي		Libération		Le Monde		الموقع الموضوع
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠.٢٩٢	١.١٠٩	٥٠.٦	٢١٤	٥٣.٤	١٠١	٤٨.٣	١١٣	إنساني
٠.٢٦٤	١.٢٤٥	٣١.٩	١٣٥	٢٩.١	٥٥	٣٤.٢	80	سياسي
٠.٤٧٥	٠.٥١٠	٣٠.٥	١٢٩	٣٢.٣	٦١	٢٩.١	68	عسكري
-	-	٠.٢	١	٠	٠	0.4	١	اقتصادي

درجة الحرية لكل قيمة من كا^٢ = ١
(تم التصنيف وفقاً لأكثر من فئة)

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

- نالت الموضوعات الإنسانية الجانب الأكبر من اهتمام موقعي الدراسة في تغطيتهما لأحداث الحرب على غزة، حيث جاءت في الترتيب الأول بنسبة بلغت 50.6%. وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (غادة صخر أبو العون، ٢٠١٩م)⁶⁰ التي أظهرت أن الموضوعات السياسية احتلت الترتيب الأول ضمن قائمة الموضوعات الخاصة بحصار غزة والمقدمة عبر وكالات الأنباء الفرنسية.

وترى الباحثة أنها نتيجة منطقية نظراً لطبيعة أحداث الحرب الأخيرة على غزة والتي غلب عليها الطابع الإنساني؛ نظراً لسقوط أعداد غير مسبوقه من الضحايا المدنيين من النساء والأطفال، واحتجاز الرهائن المدنيين من الطرفين. واتفقا الموقعان على طبيعة الموضوعات الإنسانية التي شكّلت محور اهتمامهما، والمتمثلة في تسليط الضوء على الوضع الإنساني الكارثي في غزة وانتشار المجاعة؛ خاصة مع إصرار الجانب الإسرائيلي على تعطيل دخول المساعدات الإنسانية، وانهيار المنظومة الصحية بعد خروج معظم المستشفيات عن الخدمة نتيجة القصف الإسرائيلي المكثف، والتعاطف مع المصابين وذوي الضحايا والرهائن من الطرفين. ومن نماذج الموضوعات الإنسانية بموقعي الدراسة:

Le Monde Guerre Israël-Hamas | Qui sont les otages du 7 octobre ?

Gravement blessé, il ne se rend pas à l'hôpital à cause des bombardements intenses. « *De plus, il n'y avait pas d'ambulance* », glisse-t-il. Son bras gauche devenant noir et s'infectant, il se résout tout de même à aller à l'hôpital Al-Aqsa, « *dans un car, tiré par un cheval, précise-t-il. J'avais des os apparents. Les médecins dans l'hôpital m'ont dit que mon bras aurait pu être sauvé, mais que c'était trop tard* ». Il est amputé.

الترجمة: "وأصيب بجروح خطيرة ولم يذهب إلى المستشفى بسبب القصف المكثف، إضافة إلى ذلك لم تكن هناك سيارة إسعاف. وتحول ذراعه الأيسر إلى اللون الأسود وأصيب بالعدوى وقرر الذهاب إلى مستشفى الأقصى على عربة يجرها حصان، وقال وهو مبتور الأطراف: كان لدي عظام مرئية، وأخبرني الأطباء في المستشفى أنه كان من الممكن إنقاذ ذراعي لكن الوقت قد فات".

Liberation Recherche

Des propos qui interviennent quelques heures après que le secrétaire général de l'ONU, António Guterres, a réclamé un «*cessez-le-feu humanitaire*», «*plus urgent à chaque heure qui passe*» dans le territoire palestinien. «*Le cauchemar à Gaza est plus qu'une crise humanitaire, c'est une crise de l'humanité*», a-t-il déploré, qualifiant l'enclave d'un «*cimetière pour les enfants*».

الترجمة: "وجاءت هذه التعليقات بعد ساعات قليلة من دعوة الأمين العام للأمم المتحدة، "أنطونيو غوتيريش"، إلى أن "الوقف الإنساني لإطلاق النار" أصبح أكثر إلحاحًا مع كل ساعة تمر في الأراضي الفلسطينية. وقال: "أن الكابوس في غزة هو أكثر من مجرد أزمة إنسانية بل هي أزمة للإنسانية"، واصفًا القطاع بأنه مقبرة للأطفال".

- جاء اهتمام موقع لوموند (Le Monde) بالموضوعات السياسية في الترتيب الثاني بنسبة بلغت 34.2%. حيث ركّز الموقع على رصد مواقف الدول المختلفة مثل روسيا وألمانيا وأمريكا وقطر واليمن تجاه الحرب على غزة، ورصد المظاهرات والمسيرات بدول العالم سواء المؤيدة أو المعارضة لكلا الطرفين ومنها فرنسا وتونس ومصر والمغرب ولندن والجزائر وتركيا. ومن نماذج الموضوعات السياسية بموقع لوموند (Le Monde):



الترجمة: "ليس أمام ألمانيا سوى الوقوف إلى جانب إسرائيل".



الترجمة: "مع دخول الحرب بين الدولة العبرية وحماس شهرها الثالث والتي شهدت مقتل أكثر من ١٧ ألف شخص في قطاع غزة استخدمت واشنطن حق (الفيتو) ضد خطة مجلس الأمن بالوقف الفوري لإطلاق النار".

Le Monde | ACTUALITÉS ▾ ÉCONOMIE ▾ VIDÉOS ▾ DÉBATS ▾ CULTURE ▾

Le président français, Emmanuel Macron, a appelé, samedi 2 décembre, à « redoubler d'efforts pour parvenir à un cessez-le-feu durable » dans la bande de Gaza, après l'expiration vendredi de la trêve entre Israël et le mouvement islamiste palestinien Hamas.

الترجمة: "دعا الرئيس الفرنسي (إيمانويل ماكرون)، السبت ٢ ديسمبر، إلى مضاعفة الجهود لتحقيق وقف دائم لإطلاق النار في قطاع غزة بعد انتهاء الهدنة بين إسرائيل والحركة الإسلامية الفلسطينية حماس يوم الجمعة".

- في المقابل، ركّز موقع ليبراسيون (Libération) على تغطية الموضوعات العسكرية في الترتيب الثاني بنسبة بلغت 32.3%. حيث جاء في مقدمة الموضوعات العسكرية قصف إسرائيل للمستشفيات في قطاع غزة مثل مستشفى الأهلي والشفاء والأقصى، والاستهداف الإسرائيلي للصحفيين. ومن أمثلة الموضوعات العسكرية بموقع ليبراسيون (Libération):

Menu  Recherche

«Des soldats israéliens ont tiré sur un convoi d'aide alors qu'il revenait du nord de Gaza, empruntant un itinéraire désigné par l'armée israélienne. Notre chef de convoi international et

الترجمة: "أطلق جنود إسرائيليون النار على قافلة مساعدات أثناء عودتها من شمال غزة بعد أن سلكت طريقاً حدده الجيش الإسرائيلي".

- تشير نتائج الجدول السابق إلى عدم وجود علاقة دالة إحصائية بين نوع الموقع ونوعية الموضوعات المتعلقة بأحداث الحرب على غزة.

٧- نبرة التغطية لأحداث الحرب على غزة:

جدول (٦)
نبرة تغطية موقعي الدراسة لأحداث الحرب على غزة

معامل التوافق	مستوى المعنوية	درجة الحرية	كا ^٢ بيرسون'	الإجمالي		Libération		Le Monde		الموقع نبرة التغطية
				%	ك	%	ك	%	ك	
٠.٢٤٤	٠.٠٠٠	٢	٢٦.٧٣٩	١٨.٢	٧٧	١٠.٦	٢٠	٢٤.٤	٥٧	انتقاد لفلسطين
				٣٩.٢	١٦٦	٥١.٩	٩٨	٢٩.١	68	تعاطف مع فلسطين
				٤٢.٦	١٨٠	٣٧.٦	٧١	٤٦.٦	١٠٩	حيادية
				١٠٠	٤٢٣	١٠٠	١٨٩	١٠٠	٢٣٤	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

- أن النبرة الحيادية سيطرت على تغطية موقعي الدراسة لأحداث الحرب على غزة بنسبة بلغت 42.6%، يليها نبرة التعاطف مع فلسطين في الترتيب الثاني بنسبة 39.2%، وأخيراً احتلت النبرة السلبية تجاه فلسطين الترتيب الأخير بنسبة 18.2% بكلا الموقعين. وتُشير النتائج إلى وجود علاقة ضعيفة دالة إحصائياً بين نوع الموقع ونبرة تغطية أحداث الحرب على غزة عند مستوى معنوية أقل من 0.05 بقيمة (0.000).

- وعلى مستوى كل موقع من موقعي الدراسة، نجد أن النبرة الحيادية غلبت على تغطية موقع لوموند (Le Monde) لأحداث الحرب على غزة خلال فترة تحليل الدراسة بنسبة بلغت 46.6%، يليها نبرة التعاطف مع فلسطين في الترتيب الثاني بنسبة 29.1%. **ولاحظت الباحثة** أن نبرة تغطية موقع لوموند (Le Monde) اختلفت بعد قصف إسرائيل المستشفى الأهلي (المعمداني) يوم ١٧ أكتوبر، حيث اتخذ الموقع منذ بداية الحرب في السابع من أكتوبر موقفاً هجومياً وسلبياً تجاه فلسطين، وبشكل خاص حركة حماس واصفاً إياها بـ "الحركة الإرهابية" كما يظهر في النماذج التالية:

L'Allemagne, les Etats-Unis, la France, l'Italie et le Royaume-Uni ont pour leur part publié un communiqué commun, lundi soir, dans lequel les cinq puissances déclarent qu'elles « soutiendront les efforts d'Israël pour se défendre » et condamnent « sans ambiguïté possible le Hamas ».

الترجمة: "ومن جانبها أعلنت القوى الخمس، ألمانيا والولايات المتحدة وفرنسا وإيطاليا والمملكة المتحدة، في بيان مشترك نشرته مساء الإثنين أنها ستدعم جهود إسرائيل للدفاع عن نفسها وتدين بدون تردد حركة حماس".

"le Hamas a déchaîné contre une population civile une barbarie singulière, faite de meurtres indiscriminés et de prises d'otages qui constituent autant de crimes contre l'humanité".

الترجمة: "لقد أطلقت حماس العنان لوحشية فريدة ضد السكان المدنيين، تمثلت في عمليات قتل عشوائية واحتجاز رهائن متسببة في جرائم ضد الإنسانية".

ثم تحوّلت نبرة التغطية واتخذ الموقع موقف التعاطف مع فلسطين بعد أن ازدادت الأعمال الوحشية لإسرائيل بحق المدنيين الفلسطينيين وتعمدها قصف المستشفيات ومنع دخول المساعدات الإنسانية. وإن ظلّت النبرة الحيادية هي المسيطرة نتيجة موقف فرنسا كدولة صديقة لإسرائيل ووجود علاقات ثنائية قوية تجمع بينهما، بالإضافة إلى تواجد أكبر عدد من الجالية اليهودية في أوروبا على الأراضي الفرنسية^{٦١}.

- وعلى العكس، غلبت نبرة التعاطف مع فلسطين على تغطية موقع ليبراسيون (Libération) لأحداث الحرب على غزة خلال فترة تحليل الدراسة بنسبة بلغت ٥١.٩%، يليها النبرة الحيادية في الترتيب الثاني بنسبة بلغت ٣٧.٦%. وتفسّر الباحثة هذه النتيجة بما لاحظته خلال فترة تحليل الدراسة باتجاه موقع ليبراسيون (Libération) نحو التعاطف الإنساني مع المدنيين من الجانبين الفلسطيني والإسرائيلي، رافضاً إطلاق النار وتنفيذ المزيد من الأعمال الوحشية والدموية واحتجاز الرهائن من النساء والأطفال أيّا كان المسئول عن تلك الأعمال المنافية للإنسانية.

نتائج اختبار صحة الفروض:

الفرض الأول: توجد علاقة دالة إحصائية بين الاستمالات الإقناعية وكل من:

أ- نوعية الموضوعات المتعلقة بأحداث الحرب على غزة.

جدول (٧)

نتيجة كا^٢ لاختبار العلاقة بين الاستمالات الإقناعية ونوعية الموضوعات المتعلقة بأحداث الحرب على غزة

معامل التوافق	مستوى المعنوية	كا ^٢ بيرسون'	المجموع		الاستمالات الإقناعية								الموضوع
					مختلطة		تخويفية		عاطفية		منطقية		
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٠.٤٩٢	٠.٠٠٠	١٣٤.٧٤٢	١٠٠	٢١٤	٣٢.٧	٧٠	٠.٥	١	٣٩.٧	٨٥	٢٧.١	٥٨	إنساني
٠.٣٠٤	٠.٠٠٠	٤٢.٩٤٥	١٠٠	١٣٥	٢٣.٧	٣٢	٢.٢	٣	٣.٧	٥	٧٠.٤	٩٥	سياسي
-	-	-	١٠٠	١٢٩	٣١	٤٠	٣.١	٤	١.٦	٢	٦٤.٣	٨٣	عسكري
-	-	-	١٠٠	١	٠	٠	٠	٠	٠	٠	١٠٠	١	اقتصادي

درجة الحرية لكل قيمة من كا^٢=٣

يتضح من الجدول السابق وجود علاقة متوسطة دالة إحصائية بين الاستمالات الإقناعية والموضوعات الإنسانية والسياسية محل التحليل والمُتعلقة بأحداث الحرب على غزة عند مستوى معنوية أقل من 0.05 بقيمة (0.000) لكل منهما، مما يُشير إلى ثبوت صحة الفرض جزئياً. وتُبين نتائج الجدول السابق أن موقعي الدراسة اعتمدا بشكل بارز على الاستمالات العاطفية والمختلطة (التي ضُمَّت في معظمها الاستمالة العاطفية بشكل أساسي) بدرجة أكبر مع الموضوعات الإنسانية، حيث استهدفت الموضوعات الإنسانية محل التحليل كسب تعاطف الرأي العام مع المدنيين الفلسطينيين في المقام الأول، ثم المدنيين الإسرائيليين في المقام الثاني، نظراً لبشاعة الوضع الإنساني الذي يعيشه الشعب الفلسطيني. في حين جاء الاعتماد على الاستمالات المنطقية بدرجة أكبر مع الموضوعات السياسية، والتي ركزت على تسليط الضوء على الموقف الدولي تجاه إسرائيل وحربها على غزة.

ب-نبذة التغطية لأحداث الحرب على غزة.

جدول (٨)

نتيجة كلاً لاختبار العلاقة بين الاستمالات الإقناعية ونبذة التغطية لأحداث الحرب على غزة

معامل التوافق	مستوى المعنوية	درجة الحرية	كاً 'بيرسون'	المجموع		الاستمالات الإقناعية								نبذة التغطية
						مختلطة		تخوفية		عاطفية		منطقية		
				%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٠.٢٩٥	٠.٠٠٠	٦	40.343	١٨.٢	٧٧	٢٦.١	٢٩	٣٧.٥	٣	٢٦.١	٢٣	١٠.٢	٢٢	انتقاد لفلسطين
				٣٩.٢	١٦٦	٣٨.٧	٤٣	١٢.٥	١	٥٢.٣	٤٦	٣٥.٢	٧٦	تعاطف مع فلسطين
				٤٢.٦	١٨٠	٣٥.١	٣٩	٥٠	٤	٢١.٦	١٩	٥٤.٦	١١٨	حيادية

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

- وجود علاقة ضعيفة دالة إحصائياً بين الاستمالات الإقناعية ونبذة التغطية لأحداث الحرب على غزة عند مستوى معنوية أقل من 0.05 بقيمة (0.000)، مما يُشير إلى ثبوت صحة الفرض.

- تُبين نتائج الجدول السابق أن النسبة الأكبر من الموضوعات الصحفية محل التحليل التي لجأ موقعها الدراسة فيها لاستخدام الاستمالات العاطفية أو المختلطة (التي ضُمَّت في معظمها الاستمالة العاطفية بشكل أساسي) قد سيطر عليها نبذة التعاطف مع فلسطين في المقام الأول. وتري الباحثة أن السبب وراء تلك النتيجة هو الوضع الإنساني المُرَّوع الذي يعيشه الشعب الفلسطيني منذ اندلاع أحداث طوفان الأقصى في السابع من أكتوبر عام ٢٠٢٣م، والذي فرض على معظم دول العالم والوسائل الإعلامية التابعة لها بالتعاطف مع المدنيين الفلسطينيين باسم الإنسانية. ولم يمنع ذلك المواقع الصحفية الفرنسية محل التحليل من التعاطف أيضاً -حتى ولو بدرجة أقل- مع المدنيين الإسرائيليين الذين قُتلوا خلال هجمات حركة حماس ضد إسرائيل.

- وفيما يتعلق بالموضوعات الصحفية محل التحليل التي استخدمت الاستمالات المنطقية والتخوفية، فقد غلب عليها نبذة التغطية الحيادية لأحداث الحرب على غزة. وتُفسّر الباحثة هذه النتيجة في ضوء ما أشارت إليه نتائج الجدول رقم (٧)، والتي أظهرت وجود علاقة بين الاستمالات المنطقية والتخوفية بالموضوعات السياسية والعسكرية، والتي استدعت مخاطبة العقل فيما يتعلق بموقف الدول المختلفة من الحرب أو تجاه السياسة الإسرائيلية الحالية وكذلك بث الخوف بتداعيات تلك الحرب الغاشمة.

الفرض الثاني: توجد علاقة دالة إحصائية بين نبرة التغطية لأحداث الحرب على غزة والأساليب الإقناعية المستخدمة بموقعي الدراسة.

جدول (٩)

نتيجة كآ اختبار العلاقة بين نبرة التغطية لأحداث الحرب على غزة والأساليب الإقناعية المستخدمة بموقعي الدراسة

معامل التوافق	مستوى المعنوية	كا ^٢ بيرسون'	المجموع		نبرة التغطية						الأساليب الإقناعية
					حيادية		انتقاد لفلسطين		تعاطف مع فلسطين		
					%	ك	%	ك	%	ك	
0.177	0.001	13.607	١٠٠	١٢٣	29.3	36	25.2	31	45.5	56	التكرار
-	0.278	2.558	100	93	43	40	12.9	12	44.1	41	الخلفيات
0.148	0.009	9.493	100	130	53.1	69	12.3	16	34.6	45	ترتيب الحُجج
0.127	0.032	6.905	100	39	38.5	15	33.3	13	28.2	11	التبرير
-	0.997	0.007	100	216	42.6	92	18.1	39	39.4	85	الوضوح

درجة الحرية لكل قيمة من كا^٢ = ٢

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

- وجود علاقة ضعيفة دالة إحصائية بين نبرة التغطية لأحداث الحرب على غزة والأساليب الإقناعية (التكرار - ترتيب الحُجج الإقناعية - التبرير) عند مستوى معنوية أقل من 0.05 بقيمة (0.001) و(0.009) و(0.032) على التوالي، مما يُشير إلى ثبوت صحة الفرض جزئياً.
- تُبين نتائج الجدول السابق أن أسلوب (التكرار) تم توظيفه بالدرجة الأكبر مع الموضوعات التي غلب عليها نبرة التعاطف مع فلسطين، وذلك من خلال تكرار بعض الكلمات والعبارات التي من شأنها إثارة مشاعر الرأي العام؛ بهدف إقناعه بضرورة وقف إطلاق النار تعاطُفاً مع المدنيين والأطفال من الجانبين. وفي المقابل، نجد أن أسلوب (ترتيب الحُجج الإقناعية) و(التبرير) تم توظيفهما بالدرجة الأكبر مع الموضوعات التي غلب عليها النبرة الحيادية لأحداث الحرب على غزة.

مناقشة نتائج الدراسة:

- ١- غلب الطابع الإخباري على تغطية موقعي صحف الدراسة لأحداث الحرب على غزة، وجاء الخبر الصحفي في صدارتها، ويليه التقرير الإخباري، ويرجع ذلك إلى طبيعة الصراع محل التحليل وما يشهده من أحداث متلاحقة تستدعي تغطيتها إخبارياً.
- ٢- لجأ موقعاً صحف الدراسة إلى وضوح الرسالة المقدمة والابتعاد عن الضمنية في معظم المواد الصحفية كأسلوب لإقناع الجمهور والتأثير فيه. ورغم لجوء موقع "لوموند" إلى أسلوب (الوضوح)، إلا أن هدف توظيفه تغير عبر فترة التحليل، وتحوّل من الدفاع عن إسرائيل وتأييدها إلى التعاطف مع فلسطين والمطالبة بوقف إطلاق النار، وذلك في مقابل (وضوح) هدف موقع "ليبراسيون" الثابت والمتمثل في التنديد بالقصف الإسرائيلي للغاشم على قطاع غزة.
- ٣- سيطرت الاستمالات المنطقية Logos على تغطية موقعي صحف الدراسة لأحداث الحرب على غزة، مُتمثلة في استخدام أسلوب (الأرقام والإحصائيات)؛ نتيجة لارتفاع أعداد الضحايا والمصابين والرهائن بشكل غير مسبوق. وتميّز موقع "ليبراسيون" باعتماده على أسلوب (عرض أكثر من جانب) بشكل بارز؛ كاستمالة إقناع منطقية مقارنة بموقع "لوموند".
- ٤- اعتمد موقعاً الدراسة على أسلوب (الاستشهاد بالمصادر) ضمن الاستمالات العاطفية Pathos المُستخدمة في تغطية أحداث الحرب على غزة. وتميّز موقع لوموند باستخدام (الأساليب اللغوية) خاصة مع الموضوعات الإنسانية، بينما ركز موقع ليبراسيون بشكل أكبر على أسلوب (دلالات الألفاظ)، وارتبط استخدامه أيضاً بالموضوعات الإنسانية.
- ٥- افتقرا الموقعان إلى استخدام الاستمالات التخويفية في تغطية أحداث الحرب على غزة، وجاء استخدامها بنسب ضئيلة للغاية بكلا الموقعين وتمثلت في أسلوب (التحذير).
- ٦- نالت الموضوعات الإنسانية الجانب الأكبر من اهتمام موقعي الدراسة في تغطيتهما لأحداث الحرب على غزة؛ وذلك نظراً لطبيعة تلك الحرب التي غلب عليها الطابع الإنساني. وجاء اهتمام موقع "لوموند" بالموضوعات السياسية في الترتيب الثاني؛ بهدف تغطية الموقف الدولي تجاه تلك الحرب، بينما ركّز موقع "ليبراسيون" اهتمامه في تناول الموضوعات العسكرية في الترتيب الثاني؛ لتسليط الضوء بشكل خاص على الهجمات الإسرائيلية الغاشمة على قطاع غزة.
- ٧- سادت النبرة الحيادية على تغطية موقعي الدراسة لأحداث الحرب على غزة بنسبة بلغت 42.6%، ويليهما نبرة التعاطف مع فلسطين في الترتيب الثاني بنسبة 39.2% بكلا الموقعين.
- ٨- أثبتت النتائج وجود علاقة متوسطة دالة إحصائياً بين الاستمالات الإقناعية والموضوعات الإنسانية والسياسية محل التحليل والمتعلقة بأحداث الحرب على غزة. حيث ارتبط استخدام الاستمالات

العاطفية والمختلطة بالموضوعات الإنسانية، بينما جاء الاعتماد على الاستمالات المنطقية بدرجة أكبر مع الموضوعات السياسية.

٩- أثبتت النتائج وجود علاقة ضعيفة دالة إحصائيًا بين الاستمالات الإقناعية ونبرة التغطية لأحداث الحرب على غزة، حيث أن النسبة الأكبر من الموضوعات الصحفية محل التحليل التي لجأ موقعها الدراسة فيها لاستخدام الاستمالات العاطفية أو المختلطة (التي ضمت في معظمها الاستمالة العاطفية بشكل أساسي)، قد سيطر عليها نبرة التعاطف مع فلسطين في المقام الأول. وفيما يتعلق بالموضوعات الصحفية محل التحليل التي استخدمت الاستمالات المنطقية والتخوفية، فقد غلب عليها نبرة التغطية الحيادية لأحداث الحرب على غزة.

١٠- خلصت الدراسة إلى وجود علاقة ضعيفة دالة إحصائيًا بين نبرة التغطية لأحداث الحرب على غزة والأساليب الإقناعية (التكرار - ترتيب الحجج الإقناعية - التبرير)، حيث تم توظيف أسلوب (التكرار) بالدرجة الأكبر مع الموضوعات التي غلب عليها نبرة التعاطف مع فلسطين، وذلك من خلال تكرار بعض الكلمات والعبارات التي من شأنها إثارة مشاعر الرأي العام؛ بهدف إقناعه بضرورة وقف إطلاق النار تعاطفًا مع المدنيين والأطفال من الجانبين. وفي المقابل، تم توظيف أسلوب (ترتيب الحجج الإقناعية) و(التبرير) بالدرجة الأكبر مع الموضوعات التي غلب عليها النبرة الحيادية لأحداث الحرب على غزة.

توصيات الدراسة وما تُثيره من بحوث مستقبلية:

١- ضرورة حرص القائمين بالاتصال بوسائل الإعلام العربية على الاستفادة من رصد الأساليب والاستراتيجيات الإقناعية المستخدمة بوسائل الإعلام الأجنبية، التي تتعارض مع صالح قضايا المنطقة العربية؛ للرد عليها ومواجهتها لما توفره من مؤشرات حول توجهات تلك الوسائل نحو الدول العربية وقضاياها.

٢- تدريب القائمين بالاتصال بوسائل الإعلام العربية الموجهة على متابعة وسائل الإعلام الأجنبية ورصد ما يُنشر بها عن القضية الفلسطينية بشكل خاص وقضايا المنطقة العربية بشكل عام؛ حتى يُمكنهم مخاطبة الرأي العام الغربي وتصحيح الصورة الذهنية الراسخة في أذهانهم عن الدول والشعوب العربية إن لزم الأمر..

٣- دراسة دور الأساليب الإقناعية في تشكيل اتجاهات الجمهور العربي نحو الصراعات الدولية.

٤- المقارنة بين الأساليب الإقناعية المستخدمة بالمواقع الإخبارية العربية والدولية في تغطية قضايا المنطقة العربية.

هوامش الدراسة:

- 1-Deavours, D., & Roberts, C. (2024). The Visual Journalism Credibility Scale: Including Pathos for Visual Journalists in the Convergent Media Era. **Journalism & Mass Communication Quarterly**.
- ٢- أسماء محمد مصطفى علي عرام. (٢٠٢٣م). الاستراتيجيات الخطابية الإقناعية لقضية التغيرات المناخية في المواقع الإخبارية: دراسة تحليلية. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ع ٨٤، ٤٧-٨٨.
- 3-Hussein, A. B., & Noori, B. F. (2023). The Use of Persuasive Appeals in Iraqi Covid-19 Selected News Reports. **Al-Adab Journal**, (144), 1-16.
- 4-Hase, V., & Engelke, K. M. (2022). Emotions in crisis coverage: How UK news media used fear appeals to report on the coronavirus crisis. **Journalism and Media**, 3(4), 633-649.
- 5-Afzal, N., Jabeen, I., Hameed, A., & Sheikh, A. R. (2021). Use of persuasion and newspapers' representations of conflicts. **Journal of Language and Linguistic Studies**, 17(1), 398-411.
- 6-Paschen, J. (2020). Investigating the emotional appeal of fake news using artificial intelligence and human contributions. **Journal of Product & Brand Management**, 29(2), 223-233.
- 7-Gallagher, J., & Lawrence, H. Y. (2020). Rhetorical appeals and tactics in New York Times comments about vaccines: Qualitative analysis. **Journal of medical internet research**, ٢٢(١٢).
- ٨-بيرق حسين جمعة الربيعي. (٢٠٢٠م). الأساليب الإقناعية في تصميم الإنفو غرافيك: دراسة تحليلية. **مجلة الباحث الإعلامي**، جامعة بغداد: كلية الإعلام، ع ١٢، ٩٤-١١٢.
- ٩-حسن فراج حسن فراج. (٢٠١٩م). استخدام الأساليب الإقناعية في تصميم المواقع الإخبارية الإلكترونية وعلاقتها بمصادقيتها لدى طلاب الجامعات. **بحوث في التربية النوعية**، ع ٣٥، ١٣٦٦-١٣٨٨.
- ١٠-هاشم حسن التميمي وكفاح حيدر فليج. (٢٠١٩م). الاستمالة العاطفية في الصحف الإلكترونية للجماعات الإرهابية. **مجلة الباحث الإعلامي**، جامعة بغداد: كلية الإعلام.
- ١١-محمد عثمان حسن. (٢٠١٨م). الأساليب الإقناعية المستخدمة في الصحف المصرية خلال فترة الأزمات. **المجلة العلمية لبحوث الصحافة**، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ع ١٤، ٦١٩-٦٦٦.
- ١٢-روان مجدي الكتري. (٢٠١٨م). اتجاهات صفحات الرأي في الصحف الفلسطينية اليومية نحو المقاومة: دراسة تحليلية مقارنة، **رسالة ماجستير**، الجامعة الإسلامية، غزة.
- ١٣-إسراء صالح الشريف. (٢٠١٧م). معالجة المواقع الفلسطينية الإلكترونية الإخبارية لحصار غزة: دراسة تحليلية مقارنة. **رسالة ماجستير**، الجامعة الإسلامية، غزة.
- 14-Ryffel, F. A. (2016). The effects of emotional and rational news appeals on political attitudes. **Journal of Media Studies in Communication**, ٧٣-٥٢.
- ١٥-حنان موسى عبد العال. (٢٠٢٣م). الأساليب الإقناعية المستخدمة عبر موقع التواصل الاجتماعي إنستجرام ودورها في تسويق الخدمات الحكومية الإلكترونية الجديدة: دراسة حالة منصة مصر الرقمية. **المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان**، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ع ٢٦، ٤٢٧-٤٦٣.
- ١٦-سمر يسري جابر عبد الله. (٢٠٢٢م). اعتماد صفحة رئاسة مجلس الوزراء على الأساليب الإقناعية في مضامينها الاتصالية عبر الفيس بوك لتعزيز الأمن المجتمعي: دراسة في إطار مدخلي مجتمع المخاطر والتهديدات الأمنية. **المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال**، جامعة الأهرام الكندية: كلية الإعلام، ع ٣٨، ٣٥٦-٣٩١.
- ١٧-معين فتحي محمود الكوع. (٢٠٢٢م). مدى توظيف رئيس الوزراء الفلسطيني "محمد اشتية" على الفيسبوك للاستمالات الإقناعية لتعزيز الأطر الإعلامية خلال أزمة جائحة كورونا. **مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال**، ع ٩، ٢٥٦-٢٢٥.
- ١٨-أمينة مزيان. (٢٠٢١م). الأساليب الإقناعية في مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة تحليلية للمضامين الصحية لصفحة ويب طب عبر شبكة الفيسبوك. **رسالة دكتوراه**، جامعة باتنة: كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، الجزائر.
- 19-Gilbert, M. A. (1994). Multi-modal argumentation. **Philosophy of the Social Sciences**, 24(2), 159-177.

- 20-Van Eemeren, F. H., Grootendorst, R., & Kruiger, T. (2019). **Handbook of argumentation theory: A critical survey of classical backgrounds and modern studies** (Vol. 7), Walter de Gruyter GmbH & Co KG.
- 21-Verheij, B. (2005). Evaluating arguments based on Toulmin's scheme. **Argumentation**, 19, 347-371, p.349.
- 22-Tippett, C. (2009). Argumentation: The language of science. **Journal of Elementary Science Education**, 21(1), 17-25.
- 23-Walton, D. (2009). Argumentation theory: A very short introduction. In **Argumentation in artificial intelligence** (pp. 1-22). Boston, MA: Springer US.
- 24-Mercier, H. (2016). The argumentative theory: Predictions and empirical evidence. **Trends in Cognitive Sciences**, 20 (9) , 689-700.
- 25-Lewiński, M., & Mohammed, D. (Eds.). (2015). **Argumentation in political deliberation** (Vol. 76). John Benjamins Publishing Company.
- 26-Mercier, H., & Sperber, D. (2011). Why do humans' reason? Arguments for an argumentative theory. **Behavioral and brain sciences**, 34(2) , 57-74.
- 27- Gilbert, M. A. (1994). **Op.cit**, p.160.
- 28-Jory, C. (2016). Negotiation and deliberation: grasping the difference. **Argumentation**. 30 (2): 145-165, p.146.
- 29-Eemeren, F. H. V. (2018). **Argumentation theory: A pragma-dialectical perspective**. Springer, Cham, p.5.
- 30-Iten, C. (2000). The relevance of argumentation theory. **Lingua**, 110 (9), 665-699.
- 31-Gajevic, S. (2016). Journalism and formation of argument. **Journalism**, 17(7) , 865-881.
- 32-Torto, R. T. (2020). Aristotelian rhetorical theory as a framework for analyzing advertising texts in the print media in Ghana. **Theory and Practice in Language Studies**, 10(3), 269-283, p.271.
- 33-Borchers, T. (2012). **Persuasion in the media age**. Waveland Press, p.16.
- 34-Torto, R. T. (2020). **Op.cit**, p.271.
- 35-Floyd-Lapp, C. (2014). Aristotle's rhetoric: the power of words and the continued relevance of persuasion. **Young Historians Conference**.
- ٣٦- برش صونية ودحمانية مليكة. (٢٠٢١م). استراتيجيات الإقناع في الخطاب الإعلامي الجزائري: دراسة تداولية. **المدونة**، المجلد ٨، ع ١، ١٠١٥-١٠٣٢، ص ١٠١٨.
- 37-Iob, G., Visintini, C., & Palese, A. (2022). Persuasive discourses in editorials published by the top-five nursing journals: Findings from a 5-year analysis. **Nursing Philosophy**, 23(2), e12378.
- 38-Griffin, E, A. (2000). **A First Look at Communication Theory**. New York: The McGraw – Hill Companies, Inc. .Fourth Edition
- 39-Floyd-Lapp, C. (2014). **Op.cit**.
- ٤٠- ذهبية سيدهم. (٢٠٠٥م). الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة: دراسة تحليلية للمضامين الصحية في جريدة الخبر. **رسالة ماجستير**، جامعة قسنطينة: كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، الجزائر.
- 41-Prakitri, W., & Nasir, M. A. A. (2023). Persuasive Strategies in Donald Trump's Political Speeches. **EBONY: Journal of English Language Teaching, Linguistics, and Literature**, 3(1), 33-44, p.41.
- ٤٢- معين فتحي محمود الكوع. (٢٠٢٢م). **مرجع سابق**، ص ١٦٥.
- 43- Iob, G., Visintini, C., & Palese, A. (2022). **Op.cit**.

44-Alkhirbash, A. (2016). A proposed framework for analysing Aristotle's three modes of persuasion. **International journal of English and education**, 5(4), 111-117, p.112.

45- Iob, G., Visintini, C., & Palese, A. (2022). **Op.cit**.

٤٦- معين فتحي محمود الكوع. (٢٠٢٢م). مرجع سابق، ص. ١٦٥.

47- Prafitri, W., & Nasir, M. A. A. (2023). **Op.cit**, p p 38-39.

48- Hussein, A. B., & Noori, B. F. (2023). **Op.cit**, p.3.

٤٩- عبد الله محمود عدوي. (٢٠١٥م). تحولات الرأي العام الغربي تجاه القضية الفلسطينية: الحرب على غزة ٢٠١٤. مجلة دراسات شرق أوسطية، مج ١٨، ع ٧٠، ٥٥-٧٥، ص.٥٦.

٥٠- محمد زيتوني وعبير بو عكاز. (٢٠٢٤م). عملية طوفان الأقصى: المواقف العربية والدولية. المستقبل العربي. مج ٤٦، ع ٥٤٢، ٦١-٧٨، ص ص ٦٣-٦٤.

51- Al-Muhannadi, K., & Buheji, M. (2024). Value-based resilience-stories from Gaza. **International journal of management (IJM)**, 15(1), p.16.

52- Soni, S. (2023). Gaza and international law: The global obligation to protect life and health. **South African Journal of Bioethics and Law**, 16(3), 80-81.

53- Al-Muhannadi, K., & Buheji, M. (2024). **Op.cit**, p.16.

٥٤- ياسر عبد العزيز. (٢٠٢٣م). الجذور الحضارية والثقافية لانحياز الإعلام الغربي في تغطيته لأحداث حرب غزة. شؤون عربية، ع ١٩٦، ٤٧-٥٥، ص. ٥٤.

٥٥- عبد الله محمود عدوي. (٢٠١٥م). مرجع سابق، ص. ٥٨.

٥٦- قائمة السادة المحكمين:

- أ.د. هبة شاهين - أستاذ وعميد كلية الإعلام - جامعة عين شمس.

- أ.د. السيد بهنسي - أستاذ بكلية الإعلام - جامعة عين شمس.

- أ.م. د. عبد العزيز قبلان - أستاذ مساعد بكلية الإعلام وخبير التحليل الإحصائي - جامعة دمشق.

- أ.م. د. فلورا إكرام - أستاذ مساعد بكلية الإعلام - جامعة عين شمس.

- د. إيمان سيد - مدرس بكلية الإعلام - جامعة عين شمس.

٥٧- الباحثة: أ.م. د. فلورا إكرام - أستاذ مساعد بكلية الإعلام - جامعة عين شمس.

٥٨- معين فتحي محمود الكوع. (٢٠٢٢م). مرجع سابق، ص. ٤٢.

59-Prafitri, W., & Nasir, M. A. A. (2023). **Op.cit**, p p 38-39.

٦٠- غادة صخر مدحت أبو العون. (٢٠١٩م). معالجة وكالات الأنباء الدولية لقضية حصار غزة: دراسة تحليلية مقارنة، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة.

٦١- الموقع الرسمي للدبلوماسية الفرنسية:

<https://www.diplomatie.gouv.fr/ar/dossier-pays/afrique-du-nord-et-moyen-orient/israel/la-france-et-israel/> (تاريخ الدخول ١٣ يوليو ٢٠٢٤م)

Persuasive Methods and Appeals Used on French Newspaper Websites in Covering the Events of the War on Gaza ^(*)

Dr. Mariam Adel William Basta

mariam.adel@masscomm.asu.edu.eg

*Assistant Professor of Media and Director of Quality Assurance Unit,
News Journalism Department,
Faculty of Mass Communication,
Ain Shams University*

Abstract

The study aims to identify how the websites of the French newspapers; Le Monde and Libération, employ persuasive methods and appeals in their coverage of the events of the war on Gaza in 2023, known in the media as the “Al-Aqsa Flood”, and to monitor the similarities and differences between the two sites of the study in their coverage of the events of the war on Gaza. The current study is a descriptive study and relied on the media survey approach, the correlational approach and the comparative approach using a content analysis tool that was applied on a sample of (423) subjects related to the events of the war on Gaza on both websites. The study also based its definition of the research problem and its definition of questions and hypotheses on the theories of argumentation and Aristotle’s theory of persuasion.

The results showed that logical appeals dominated the coverage of the events of the war on Gaza by the two study newspapers’ websites, represented by the use of the (numbers and statistics) method. The two websites also agreed to use the “clarity” method primarily among the persuasive methods used in covering the events of the war on Gaza. The results demonstrated the existence of a statistically significant relationship between persuasive appeals and the humanitarian and political topics under analysis related to the events of the war on Gaza, as well as the existence of a statistically significant relationship between the tone of coverage of the events of the war on Gaza and each of the persuasive methods and appeals used in the two study sites.

Keywords: Persuasive Methods, French Newspaper Websites, The War on Gaza, Aristotle’s Triangle of Persuasion.

^(*)The Paper was received on July 18, 2024, and accepted for publication on October 2, 2024.

All rights reserved.

None of the materials provided on this Journal or the web site may be used, reproduced or transmitted, in whole or in part, in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or the use of any information storage and retrieval system, except as provided for in the Terms and Conditions of use of Al Arabia Public Relations Agency, without permission in writing from the publisher.

And all applicable terms and conditions and international laws with regard to the violation of the copyrights of the electronic or printed copy.

ISSN for the printed copy

(ISSN 2314-8721)

ISSN of the electronic version

(ISSN 2314-873X)

**Egyptian National Scientific & Technical Information Network
(ENSTINET)**

**With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt
Deposit Number: 24380 /2019**

To request such permission or for further enquires, please contact:

APRA Publications

Al Arabia Public Relations Agency
Arab Republic of Egypt,
Menofia - Shibeen El-Kom - Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

Or

Egyptian Public Relations Association
Arab Republic of Egypt,
Giza, Dokki, Ben Elsarayat -1 Mohamed Alzoghpy St.

Email: jpr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

Web: www.apr.agency - www.jpr.epra.org.eg

Phone: (+2) 0114 -15 -14 -157 - (+2) 0114 -15 -14 -151 - (+2) 02-376-20 -818

Fax: (+2) 048-231-00 -73

The Journal is indexed within the following international digital databases:



- In case of accepting the publication of the manuscript in the journal, the author will be informed officially by a letter. But in case of refusing, the author will be informed officially by a letter and part of the research publication fees will be sent back to him soon.
- If the manuscript required simple modifications, the author should resent the manuscript with the new modifications during 15 days after the receipt the modification notes, and if the author is late, the manuscript will be delayed to the upcoming issue, but if there are thorough modifications in the manuscript, the author should send them after 30 days or more.
- The publication fees of the manuscript for the Egyptians are: 3800 L.E. and for the Expatriate Egyptians and the Foreigners are: 550 \$. with 25% discount for Masters and PhD Students.
- If the referring committee refused and approved the disqualification of publishing the manuscript, an amount of 1900 L.E. will be reimbursed for the Egyptian authors and 275 \$ for the Expatriate Egyptians and the Foreigners.
- Fees are not returned if the researcher retracts and withdraws the research from the journal for arbitration and publishing it in another journal.
- The manuscript does not exceed 40 pages of A4 size. 70 L.E. will be paid for an extra page for the Egyptians and 10 \$ for Expatriate Egyptians and the Foreigners authors.
- A special 20 % discount of the publication fees will be offered to the Egyptians and the Foreign members of the Fellowship of the Egyptian Public Relations Association for any number of times during the year.
- Two copies of the journal and Five Extracted pieces from the author's manuscript after the publication.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Master's Degree) are: 500 L.E. for the Egyptians and 150 \$ for the Foreigners.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Doctorate Degree) are: 600 L.E. for the Egyptians and 180 \$ for the Foreigners. As the abstract do not exceed 8 pages and a 10 % discount is offered to the members of the Egyptian Public Relations Association. One copy of the journal will be sent to the author's address.
- Publishing a book offer costs LE 700 for the Egyptians and 300 \$US for foreigners.
- One copy of the journal is sent to the author of the book after the publication to his/her address. And a 10% discount is offered to the members of the Egyptian Public Relations Association.
- For publishing offers of workshops organization and seminars, inside Egypt LE 600 and outside Egypt U.S. \$ 350 without a limit to the number of pages.
- The fees of the presentation of the International Conferences inside Egypt: 850 L.E. and outside Egypt: 450 \$ without a limitation of the number of pages.
- All the research results and opinions express the opinions of the authors of the presented research papers not the opinions of the Al-Arabia Public Relations Agency or the Egyptian Public Relations Association.
- Submissions will be sent to the chairman of the Journal.

Address:

Al Arabia Public Relations Agency,

Arab Republic of Egypt, Menofia, Shibeh El-Kom, Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.

Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

And also, to the Journal email: jpr@epra.org.eg, or ceo@apr.agency, after paying the publishing fees and sending a copy of the receipt.

Journal of Public Relations Research Middle East

It is a scientific journal that publishes specialized research papers in Public Relations, Mass Media and Communication ,after peer refereeing these papers by a number of Professors specialized in the same field under a scientific supervision of the Egyptian Public Relations Association, which considered the first Egyptian scientific association specialized in public relations, (Member of the network of scientific Associations in the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo).

The Journal is part of Al-Arabia Public Relations Agency's publications, specialized in education, scientific consultancy and training.

- The Journal is approved by the Supreme Council for Media Regulation in Egypt. It has an international numbering and a deposit number. It is classified internationally for its both printed and electronic versions by the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo. In addition, it is classified by the Scientific Promotions Committee in the field of Media of the Supreme Council of Universities in Egypt.
- The Journal has Impact Factor Value of 1.569 based on International Citation Report (ICR) for the year 2021-2022.
- The Journal has an Arcif Impact Factor for the year 2023 = 2.7558 category (Q1).
- The Journal has an impact factor of the Supreme Council of Universities in Egypt for the year 2023 = 7.
- This journal is published quarterly.
- The journal accepts publishing books, conferences, workshops and scientific Arab and international events.
- The journal publishes advertisements on scientific search engines, Arabic and foreign publishing houses according to the special conditions adhered to by the advertiser.
- It also publishes special research papers of the scientific promotion and for researchers who are about to defend master and Doctoral theses.
- The publication of academic theses that have been discussed, scientific books specialized in public relations and media and teaching staff members specialized scientific essays.

Publishing rules:

- It should be an original Manuscripts that has never been published.
- Arabic, English, French Manuscripts are accepted however a one-page abstract in English should be submitted if the Manuscripts is written in Arabic.
- The submitted Manuscripts should be in the fields of public relations and integrated marketing communications.
- The submitted scientific Manuscripts are subject to refereeing unless they have been evaluated by scientific committees and boards at recognized authorities or they were part of an accepted academic thesis.
- The correct scientific bases of writing scientific research should be considered. It should be typed, in Simplified Arabic in Arabic Papers, 14 points font for the main text. The main and sub titles, in Bold letters. English Manuscripts should be written in Times New Roman.
- References are mentioned at the end of the Manuscripts in a sequential manner.
- References are monitored at the end of research, according to the methodology of scientific sequential manner and in accordance with the reference signal to the board in a way that APA Search of America.
- The author should send an electronic copy of his manuscript by Email written in Word format with his/her CV.

Advisory Board **

JPRR.ME

Prof. Dr. Aly Agwa (Egypt)

Professor of Public Relations and former Dean of the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

Prof. Dr. Yas Elbaiaty (Iraq)

Professor of Journalism at the University of Baghdad, Vice Dean of the Faculty of Media and Information
and Humanities, Ajman University of Science

Prof. Dr. Mohamed Moawad (Egypt)

Media professor at Ain Shams University & former Dean of Faculty of Mass Communication –
Sinai University

Prof. Dr. Abd Elrahman El Aned (KSA)

Professor of Media and Public Relations, Mass Communication Faculty - Imam Muhammad Bin Saud
Islamic University

Prof. Dr. Mahmoud Yousef (Egypt)

Professor of Public Relations - Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Samy Taya (Egypt)

Professor and Head of Public Relations Faculty of Mass Communication - Cairo University

Prof. Dr. Gamal Abdel-Hai Al-Najjar (Egypt)

Professor of Media, Faculty of Islamic Studies for Girls, Al-Azhar University

Prof. Dr. Sherif Darwesh Allaban (Egypt)

Professor of printing press & Vice-Dean for Community Service at the Faculty of Mass
Communication, Cairo University

Prof. Dr. Othman Al Arabi (KSA)

Professor of Public Relations and the former head of the media department at the Faculty of Arts –
King Saud University

Prof. Dr. Abden Alsharef (Libya)

Media professor and dean of the College of Arts and Humanities at the University of Zaytuna – Libya

Prof. Dr. Waled Fathalha Barakat (Egypt)

Professor of Radio & Television and Vice-Dean for Student Affairs at the Faculty of Mass
Communication, Cairo University

Prof. Dr. Tahseen Mansour (Jordan)

Professor of Public Relations & Dean the Faculty of Mass Communication,
Yarmouk University

Prof. Dr. Ali Kessaissia, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Redouane BoudJema, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Hisham Mohammed Zakariya, (Sudan)

Professor and Dean of the College of Communication at Al Qasimia University in Sharjah,
Former Dean of the Faculty of Community Development at the University of the Nile Valley, Sudan.

Prof. Dr. Abdul Malek Radman Al-Danani, (Yemen)

Professor, Faculty of Media & Public Relations, Emirates Collage of Technology, UAE.

** Names are arranged according to the date of obtaining the degree of a university professor.

Journal



of
P R e s e a r c h

Middle East

Special Issue

Journal of Public Relations Research Middle East

Scientific Refereed Journal - Supervision by Egyptian Public Relations Association - Twelfth Year - Fifty-third Issue - 10 October 2024

IF of the Supreme Council of Universities 2023 = 7

ICR IF 2021/2022 = 1.569

Arcif Impact Factor 2023 = 2.7558

Media between Peace & WAR


Abstracts of Arabic Researches:

- **Associate Prof. Dr. Mamdouh Elsayed Abd Elhady Shatla** - *Kafrelsheikh University*
The Semiotics of the Press Image of the Aggression on Gaza Strip -2024-
on the Websites of Arab and Foreign Newspapers: A Semiological Study 7
- **Associate Prof. Dr. Ayat Ahmed Ramadan Mohamed** - *Al-Azhar University*
The Role of Digital Media towards Peaceful Coexistence with Refugees in Egypt:
An Evaluative Study 8
- **Dr. Ibnaouf Hassan Ahmed** - *Liwa College - Abu Dhabi*
Dr. Rania Dafalla - *Liwa College - Abu Dhabi*
Digital Content Analysis on the Sudanese Conflict 2023: An Analytical Study
of the Contents of News Websites and Social Media Pages on Facebook and the X
Platform "Twitter" 10
- **Dr. Mariam Adel William Basta** - *Ain Shams University*
Persuasive Methods and Appeals Used on French Newspaper Websites in Covering
the Events of the War on Gaza 12
- **Dr. Omnia Bakri Sabra** - *Alexandria Higher Institute for Media*
Israel's Strategies to Repair its Image for the Arabs During Operation Al-Aqsa Flood
via Facebook: Content Analysis of the Page of the Israeli Occupation
Army Spokesman 13
- **Dr. Mohamed Salih AbdAllah Osman Abdelhadi** - *Jazan University*
Frameworks of Treatment of Tik Tok Videos on Al-Jazeera and Al-Hadath Platforms
for the Sudanese War: Descriptive Analytical Study 15
- **Dr. Om Al-Risk Mahmoud Abdel-Al Al-Muqbali** - *Al-Azhar University*
Framing of the Egyptian Daily Al-Ahram and the American USA Today Websites for
Humanitarian Aid during International Crises: (Al-Aqsa Flood as a Mode):
A Comparative Analytical Study 16

(ISSN 2314-8721)

Egyptian National Scientific & Technical Information Network
(ENSTINET)

With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt
Deposit Number: 24380 /2019

Copyright 2024@APRA 
www.jprr.epra.org.eg