

# مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



رئيس مجلس الإدارة: أ.د / غانم السعيد - عميد الكلية .

رئيس التحرير: أ.د / رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر ووكيل الكلية.

مساعد رئيس التحرير:

أ.د / عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

أ.د / فهد العسكر - وكيل جامعة الإمام محمد بن سعود للدراسات العليا والبحث العلمي (المملكة العربية السعودية)

أ.د / عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)

أ.د / جلال الدين الشيخ زيادة - عميد كلية الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

مدير التحرير: د / محمد فؤاد الدهراوي - مدرس العلاقات العامة والإعلان، ومدير وحدة الجودة بالكلية

د / إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير التحرير: د / مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د / رامى جمال مهدي - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

مدقق اللغة العربية: أ / عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير فني: أ / محمد كامل - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://jsb.journals.ekb.eg>

البريد الإلكتروني: [mediajournal2020@azhar.edu.eg](mailto:mediajournal2020@azhar.edu.eg)

المراسلات:

العدد السادس والخمسون - الجزء الثالث - جمادى الأولى ١٤٤٢ هـ - يناير ٢٠٢١ م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٩٢-٢٦٨٢ X

الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ١١١٠-٩٢٩٧

## قواعد النشر

- تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقاً للقواعد الآتية:
- يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين في تحديد صلاحية المادة للنشر.
  - ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة علمية محكمة أو مؤتمراً علمياً.
  - لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.
  - يجب ألا يزيد عنوان البحث -الرئيسي والفرعي- عن ٢٠ كلمة.
  - يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية وآخر باللغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠ كلمة.
  - يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر.. ونسخة على CD، على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.
  - لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها.... وتحفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها.
  - تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.
  - ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.

## الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د./ على عجوة (مصر)  
أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق بجامعة القاهرة.
٢. أ.د./ محمد معوض. (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة عين شمس.
٣. أ.د./ حسين أمين (مصر)  
أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.
٤. أ.د./ جمال النجار (مصر)  
أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.
٥. أ.د./ مي عبدالله (لبنان)  
أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.
٦. أ.د./ وديع العززي (اليمن)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.
٧. أ.د./ العربي بوعمامة (الجزائر)  
أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد، بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، الجزائر.
٨. أ.د./ سامي الشريف (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.
٩. أ.د./ خالد صلاح الدين (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام -جامعة القاهرة.
١٠. أ.د./ محمد فياض (العراق)  
أستاذ الإعلام بكلية الإمارات للتكنولوجيا.
١١. أ.د./ رزق سعد (مصر)  
أستاذ العلاقات العامة (جامعة مصر الدولية).

## محتويات العدد

٩٧٥ توظيف التسويق الحسي كأداة لتحفيز السلوك الشرائي وعلاقته بالولاء للعلامة التجارية - دراسة ميدانية على عملاء مطاعم الوجبات السريعة العالمية في مصر  
أ.م.د. أماني ألبرت

١٠٤١ محددات المسؤولية الجنائية لجرائم الاختراق والاعتراض والانتحال وآليات الضبط والردع في التشريعات العربية في العصر الرقمي: دراسة تحليلية مقارنة  
أ.م.د. نرمين نبيل الأزرق

١٠٨١ اتصالات إدارة الأزمات وعلاقتها بالثقة التنظيمية للعاملين وسلوكياتهم للمواطنة التنظيمية - دراسة على عينة من الشركات الخاصة العائلية العاملة في مصر  
أ.م.د. ريم أحمد عادل

١١٤٩ اتجاهات النخبة نحو دور المتحدث الرسمي لوزارة الصحة والسكان في إدارة أزمة كورونا: دراسة ميدانية  
أ.م.د. مروى السعيد السيد

١٢٠٧ مخاطر «الفبركة الرقمية» في الإعلام الجديد جائحة كورونا عبر وسائل التواصل الاجتماعي «نموذجًا»  
د. استقلال دليل محمد العازمي

١٢٣١ التعرض للمواقع الإلكترونية الإخبارية وعلاقته بحالة المزاج العام لدى الشباب الجامعي البحريني (دراسة حالة على خطة السلام الأمريكية)  
د. محمد مصطفى رفعت محرم

١٢٧٧ اتجاهات مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي نحو جائحة كورونا (كوفيد-19): تحليل من المستوى الثاني لدراسات مدخل معالجة اللغة الطبيعية  
د. ريهام سامي

■ سمات خطاب تعليقات مستخدمي صفحات وزارة التربية والتعليم  
المصرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي إزاء نظام التعليم عن بُعد  
١٣١٩ د. هبة مصطفى حسن مصطفى

---

■ اعتماد طلاب أقسام الإعلام التربوي على صحافة الهاتف المحمول  
كمصدر للأخبار (دراسة ميدانية) د. إيناس منصور كامل شرف  
١٣٦١

---

■ دور صحافة الموبايل في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحو الأحداث  
الجارية «دراسة ميدانية» راشد صلاح الدين راشد  
١٤١٩

---

م	القطاع	اسم المجلة	اسم الجهة / الجامعة	نقاط المجلة (مارس 2020)	نقاط المجلة (يونيو 2020)	ISSN- O	ISSN- P
1	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأهرام	6.5	7	2682-292X	1110-9297
2	الدراسات الإعلامية	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	الجمعية المصرية للعلاقات العامة	6	7	2314-873X	2314-8721
3	الدراسات الإعلامية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	جامعة الأهرام الكندية	5	6	2636-9393	2636-9393
4	الدراسات الإعلامية	مجلة إحداث الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	Cairo University	4	4	2366-9891	2366-9891
5	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة جنوب الوادي	3.5	3.6	2636-9237	2636-9237
6	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	أكاديمية الشرق	3.5	6.6	2367-0407	2367-0407
7	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	3	6.6	2366-9131	2366-9131
8	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	3	6.6	2366-914X	2366-914X
9	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	3	6.6	2366-9168	2366-9168
10	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	3	6.6	1110-6836	1110-6836
11	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	Cairo University, Center of Public Opinion Research	3	6.6	1110-6844	1110-6844

- يطبق تقييم مارس 2020 للمجلات على كل الأبحاث التي نشرت فيها قبل 1 يوليو 2020
- يطبق تقييم يونيو 2020 للمجلات على كل الأبحاث التي ستشتر فيها بدء من 1 يوليو 2020 و حتى صدور تقييم جديد في يونيو 2021
- المجلات التي لم تتقدم بطلب إعادة تقييم سيظل تقييم مارس 2020 مطبقاً على كل الأبحاث التي ستشتر بها وذلك لحين صدور تقييم جديد في يونيو 2021
- يتم إعادة تقييم المجلات المصرية دورياً في شهر يونيو من كل عام ويكون التقييم الجديد سارياً للسنة التالية للنشر في هذه المجلات



التعرض للمواقع الإلكترونية الإخبارية وعلاقته بحالة المزاج العام لدى  
الشباب الجامعي البحريني (دراسة حالة على خطة السلام الأمريكية)

- Exposure to news websites and its relationship  
to Public mood status For Bahraini University  
Youth (a case study on the US peace plan)

د. محمد مصطفى رفعت محرم

مدرس بكلية الإعلام جامعة القاهرة - قسم العلاقات العامة والإعلان  
وأستاذ مساعد بالجامعة الخليجية في البحرين - قسم الإعلام والعلاقات العامة

[Refaat.mc@gmail.com](mailto:Refaat.mc@gmail.com)

## ملخص الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على درجة تعرض الشباب البحريني الجامعي للمواقع الإلكترونية الإخبارية البحرينية وعلاقتها بالحالة المزاجية المسيطرة عليهم نحو إعلان «ترامب» خطة السلام الأمريكية، المعروفة إعلاميًا بـ «صفقة القرن».

وتعتمد هذه الدراسة على منهج المسح الإعلامي للجمهور، حيث تم سحب عينة عشوائية بسيطة قوامها 215 مبحوثًا من الشباب الجامعي البحريني في جامعة البحرين (حكومية) والجامعة الخليجية (خاصة)، وقد اعتمدت هذه الدراسة على نظرية العدوى العاطفية كإطار نظري لها.

وخلصت نتائج الدراسة إلى ارتفاع الاتجاه المعارض لخطة السلام الأمريكية من قبل الشباب الجامعي البحريني نحو هذه الخطة بنسبة 70 %، وترى نسبة 77 % أن هذه الخطة ما هي إلا صفقة القرن وتدخل أمريكي في المنطقة لصالح إسرائيل، كما يتضح سيادة حالة مزاجية سلبية لدى المبحوثين حيث ارتفع المتوسط الحسابي لعبارات الحالة المزاجية السلبية جدًا ويقدر بـ 66.25، كما ارتفعت نسب الموافقة الشديدة على عبارات التمييز الدلالي التي تحمل مزاجًا سلبيًا تعيسًا بسبب إعلان ترامب لهذه الخطة.

الكلمات المفتاحية: المزاج العام - خطة السلام الأمريكية - المواقع الإلكترونية الإخبارية

## Abstract

This study seeks to identify the degree of exposure of university youth to Bahraini news websites and their relationship to the mood dominating them towards Trump's announcement of the American peace plan, known in the media as the "deal of the century."

This study is based on the methodology of the media survey on the public, where a simple random sample of 215 respondents was drawn from Bahraini university students at the Universities of Bahrain (governmental) and the Gulf University (private). This study relied on the theory of affective contagion as a theoretical framework for it.

The results of the study concluded that the opposing attitude towards the American peace plan by Bahraini university youth increased by 70%, and 77% believe that this plan is nothing but the deal of the century and American intervention in the region in favor of Israel, as it is evident that a negative mood prevails among the respondents. Where the arithmetic means of the expressions of very negative mood increased, estimated at 66.25, and the rates of strong approval of the expressions of Semantic asymmetry that carry a negative and unhappy mood due to Trump's announcement of this plan increased.

Key words: Public mood - US Peace Plan - News Websites.



تعد خطة السلام الأمريكية في الشرق الأوسط من القضايا التي أثارت اهتمام الرأي العام العربي؛ لا سيما الرأي العام لدى الشباب الجامعي البحريني المهتم بالشأن العام والأحداث الجارية، حيث أعلن الرئيس الأمريكي دونالد ترامب يوم الثلاثاء 28 يناير 2020م خطته للسلام في الشرق الأوسط في لقائه بالبيت الأبيض مع رئيس حكومة إسرائيل بنيامين نتنياهو لحل الصراع الفلسطيني الإسرائيلي وتسويته، وفقاً لهذه الخطة.

وقد أكد بيان وزارة الخارجية موقف مملكة البحرين من القضية الفلسطينية ودعمها لكافة الجهود الهادفة للتوصل إلى حل عادل وشامل لهذه القضية، ويؤدي لاستعادة الحقوق المشروعة كافة للشعب الفلسطيني وإقامة دولته المستقلة كغيره من شعوب العالم، كما أشادت الخارجية بالجهود التي تقوم بها الولايات المتحدة الأمريكية لدفع عملية السلام، وأعربت عن تطلعها بأن تقوم الأطراف المعنية بدراسة ما تقدمت به الولايات المتحدة الأمريكية، وبدء مفاوضات مباشرة بين الجانبين برعاية أمريكية للتوصل لاتفاق يلبي تطلعات الشعبين الفلسطيني والإسرائيلي في تحقيق السلام الشامل والعادل فيما بينهما، ويؤدي إلى إقامة الدولة الفلسطينية المستقلة، ويدعم الأمن والسلم في المنطقة، ويعود بالنفع والخير على جميع دولها وشعوبها<sup>1</sup>.

وعلى النقيض من بيان الخارجية البحرينية، فقد أدان الرئيس الفلسطيني محمود عباس خطة السلام الأمريكية وتعهد بمواجهتها، ووصفها بأنها تصفية للقضية الفلسطينية ولا تلبي الحد الأدنى من العدالة للفلسطينيين، وذلك أثناء كلمته أمام مجلس الأمن الدولي في نيويورك يوم 11 فبراير 2020، وقد أكد "عباس" أن الخطة الأمريكية المطروحة احتوت على 311 مخالفة للقانون الدولي، مؤكداً أنها لا يمكن أن تحقق السلام والأمن، لأنها ألغت قرارات الشرعية الدولية.

وشدّد الرئيس الفلسطيني على وجوب عدم اعتبار هذه الخطة أو أي جزء منها، كمرجعية دولية للتفاوض، لأنها أمريكية - إسرائيلية استباقية، وتلغي قانونية مطالب الشارع الفلسطيني وحقه المشروع، وأطلق عليها في خطابه "صفقة القرن"<sup>2</sup>.

وفي ضوء ما سبق، تأتي هذه الدراسة، التي تهدف لقياس معدل ودوافع تعرض الشباب البحريني الجامعي للمواقع الإخبارية الإلكترونية البحرينية التي تداولت تفاصيل هذه الخطة ووقائعها، ومن ثم التعرف على مدى إدراكهم وإلمامهم بالخطة واستطلاع ملامح الحالة المزاجية العامة المسيطرة عليهم تجاه هذه الخطة.

وجدير بالذكر أن هناك اختلاف بين مفهوم المزاج العام ومفهوم الرأي العام؛ فالأول يتشكل نتيجة توافد الرسائل الإعلامية التي يتعرض لها الأفراد، ومن ثم يسيطر عليهم مزاج عام كمحصلة للمشاعر المشتركة التي وصلت إليهم<sup>(3)</sup>، وهو مزيج يصعب فصله من المشاعر والحالة النفسية للجمهور، ولوسائل الإعلام دور مهم في بنائه وإدارته، أما الرأي العام فهو محصلة الآراء والاحكام والاتجاهات السائدة في المجتمع نحو قضية ذات طابع جدلي في فترة زمنية محددة، وهذا الرأي لا ينطوي فقط على المشاعر مثل المزاج العام؛ بل يتضمن مكوناً معرفياً عقلانياً ومكوناً عاطفياً وجدانياً ومكوناً سلوكياً فعلياً<sup>(4)</sup>، فقد يحدث الرأي العام تأثيراً فعلياً في مجرى الأمور، وعلى سبيل المثال اندلاع ثورات الربيع العربي كان نتيجة لسيادة رأي عام ناقد نحو الأنظمة الحاكمة، مما تترجم إلى سلوك ثوري واحتجاجات أطاحت بهذه الأنظمة في بعض الدول العربية.

وقد بدأت دراسات المزاج العام في النمو مع ظهور مؤشرات دولية لقياسات الأمزجة العامة لدى الشعوب، مثل: مؤشر جالوب للسعادة Gallup happiness index، ومؤشر كاتو للبؤس The World Misery Index، ولذلك تأتي هذه الدراسة لتوضيح ظاهرة المزاج العام، وتسليط الضوء على العوامل المؤثرة فيها، وأهم الأطر النظرية المفسرة لها، مع بيان طبيعة تشكيل المزاج العام لدى الشباب البحريني الجامعي.

#### محاوَر استعراض الدراسة:

سيتم عرض هذه الدراسة عبر ستة محاور أساسية:

- الإطار المعرفي للدراسة في ضوء الأدبيات السابقة، ويشمل: (ماهية المزاج العام - أهم التفسيرات النظرية له - العوامل المؤثرة في تشكيله - النظريات المفسرة للعلاقة بين وسائل الإعلام والمزاج العام - التطبيقات الدولية لقياس المزاج العام للشعوب - نبذة عن بنود خطة السلام الأمريكية).
- الموجه النظري للدراسة (نظرية العدوى العاطفية Emotional contagion).

- الإجراءات المنهجية للدراسة.
- نتائج الدراسة المسحية في ضوء تساؤلات الدراسة.
- النتائج العامة للدراسة.
- توصيات الدراسة.

## المحور الأول: الإطار المعرفي للدراسة وفي ضوء الأدبيات السابقة:

### 1- ماهية المزاج العام:

تعد دراسة المزاج الإنساني الشخصي من المسائل العلمية التي حظيت باهتمام علماء النفس والفلاسفة، والمزاج الشخصي temperament يمكن تعريفه بأنه: مجموعة الخصائص الانفعالية الشعورية لدى الفرد التي تتفاوت في درجة قوتها أو ضعفها، وثباتها أو تقلبها، وتظهر في سلوكه وردود أفعاله تجاه مواقف الحياة المتنوعة، كما يعد المزاج الشخصي حالة نفسية عارضة يتعرض لها الشخص نتيجة لمؤثر محدد أو حدث معين<sup>5</sup>. وتشير الدراسات العلمية<sup>(6)</sup> إلى تأثير المزاج الشخصي بعوامل مختلفة كالضغوطات الحياتية، والجينات الوراثية، وفصول السنة، والألوان، والروائح، ونوعية التغذية، والظروف الصحية، والأماكن المختلفة؛ بل وتعاقب الليل والنهار، وغيرها من العوامل التي قد تجعل لشخص مزاجًا إيجابيًا وآخر مزاجًا سلبيًا.

ووفقًا لـ Stevens & Mayer يميل كل فرد للتأمل في مشاعره وأفكاره التي تقف وراء حالته المزاجية في محاولة منه لتقييم مزاجه Evaluation of mood وتحديد ما إذا كان مزاجه إيجابيًا أو سلبيًا، وكذلك في محاولة منه لتنظيم مزاجه Regulation of mood لإصلاح مزاجه السلبي أو الحفاظ على مزاجه الإيجابي وصيانتته، وهذا ما يعرف بخبرة ما وراء المزاج Meta-Mood Experience<sup>7</sup>.

وهناك عديد من الأطروحات والنظريات النفسية المفسرة للمزاج الإنساني الشخصي، ولعل أقدمها أطروحة الطبيب اليوناني Hippocrates الذي قسّم الأمزجة الإنسانية إلى أربعة أنواع أساسية (الأخلاق الأربعة): المزاج الدموي الذي يغلب عليه المرح والانفتاح والتفاؤل، والمزاج السودوي الذي يغلب عليه التشاؤم والاكتئاب والحزن، والمزاج الصفراوي الذي يغلب عليه الانفعال الشديد والغضب، والمزاج الليمفاوي (البغمي) الذي يغلب عليه الخمول والتراخي واللامبالاه<sup>8</sup>.

أما من حيث النظريات النفسية الحديثة، فنجد على سبيل المثال نظرية Hans J. Eysenck للسّمات الشخصية، التي قسّم فيها الشخصيات إلى 3 أنواع، لكل نوع سمات تحدد مزاجه الغالب، فهناك الشخصية الانطوائية التي يقابلها الانبساطية

Introversion-Extraversion، والشخصية العصابية Neuroticism، والشخصية الذهانية Psychoticism، وقد أوضح أيضًا في نظريته أن هناك حالة من اعتدال المزاج الإنساني Ambiversion تقع في المنطقة بين الانبساط والانطواء<sup>9</sup>. ويختلف المزاج الشخصي بتفسيراته النفسية المتباينة عن المزاج العام public mood ونظرياته المختلفة، وتعد عملية رصد "المزاج العام" على درجة عالية من الأهمية لدى الباحثين، ومراكز استطلاعات الرأي، ودوائر صنع القرار، والأحزاب السياسية، لما قد يُتيح هذا الرصد من التعرف على مدى رضی الناس أو سخطهم عما هو مقدم لهم من قبل خطابات وسياسات الحكومات أو الأحزاب أو التيارات أو المؤسسات العامة؛ بل إن توصيف المزاج العام وتحليله يُسهم في التعرف على اتجاهات الرأي العام تجاه القضايا المختلفة، وكذلك يوفر إمكانية التنبؤ، سواء برد الفعل حال تبني سياسات بعينها، أو بمدى الاستقرار السياسي للنظم الحاكمة بالدول المختلفة.

والمزاج العام كمفهوم هو الحالة الشعورية السائدة لدى مجتمع بعينه، في مرحلة زمنية محددة، إزاء قضية مشتركة، حيث يتم التعبير عن هذا المزاج من خلال الأقوال والأفعال والأحكام الشفاهية المتواترة على السنة العامة ولا سيما في الأوساط الاجتماعية سريعة الانفعال<sup>10</sup>.

ويعد المزاج العام حالة وجدانية مؤثرة بين قطاعات من المواطنين نتيجة الخبرات التي يتشاركها هؤلاء بحكم عضويتهم في مجتمع سياسي وطني واحد، وعليه فالمزاج العام ليس انعكاس المزاج الشخصي للمواطن أو الفرد على الشأن العام، وهو ليس بحاصل جمع أو متوسط الأمزجة الخاصة بجموع المواطنين عبر الحياة اليومية لهؤلاء، ولكنه يتشكل ويتكون بين قطاعات واسعة من الجمهور نتيجة تشارك الخبرة، وبحكم الوجود داخل مجتمع سياسي، والتعرض والتأثر المشترك بأحداث سياسية واقتصادية واجتماعية وثقافية معينة<sup>11</sup>.

وللمزاج العام داخل المجتمعات حالتان: فهناك الحالة الإيجابية Positive Mood التي قد تتمثل في الشعور بالأمل، والسعادة، والتفاؤل، والرضا العام، والاطمئنان والقدرة على الإنجاز، وفي المقابل، هناك الحالة السلبية Negative Mood، حيث الشعور بالإحباط أو عدم الرضا، أو الشعور بالحزن والقلق، أو عدم الارتياح والخوف، والغضب أو السخط، والانزعاج أو التعاسة<sup>12</sup>.

وقد أجريت دراسة تحليلية لـ Si Shi, Dawei Jin, Tiong-Thye Goh 2017 على 6606 مدونات صينية للتعرف على المزاج العام السائد نحو الأحداث المختلفة باستخدام

أسلوب التحليل عبر سلاسل زمنية مختلفة، وقد أسفرت النتائج عن تذبذب منحني المزاج العام وفقاً لمستجدات الأحداث الطارئة، مما يؤكد ديناميكية المزاج العام وتغيره المستمر وفقاً للمؤثرات المستجدة، ومن ثم فالمزاج العام ديناميكي دائم التغير والتقلب<sup>13</sup>.

كما يمكن للمزاج العام أن يكون الموجه للسلوك السياسي، حيث تشير دراسة Linda M. Isbell and Victor C. Ottati (2002) إلى تحكم المزاج السياسي للناخبين في قراراتهم الانتخابية نحو المرشحين، حيث يعتمد المرشح إلى استخدام تكتيكات عاطفية في الحملات الانتخابية بغرض التأثير على الحالة المزاجية للناخب، ومن ثم يكسب ثقته أو تعاطفه، والقرار العاطفي للناخب يتلاشى مع مستوى تعليمه المرتفع، وكذلك وعيه وثقافته السياسية<sup>14</sup>.

ويعد Gustave LeBon من أوائل المنظرين لفكرة مزاج الجمهور crowd mood في كتابه سيكولوجية الجماهير Psychology of Crowds الصادر عام 1895م، حيث يرى أن الجمهور كالقطيع والحشد ولديه انفعالات مشتركة تحدد مزاجه العام، فأحياناً يمكن للجمهور "أن يصبح جلاًداً، ولكن يمكنه بنفس السهولة أن يصبح ضحيةً وشهيداً"، كما يستجيب الجمهور لمختلف العواطف والانفعالات التي تحدد حالته المزاجية فيصبح "كالأوراق التي يلعب بها الإعصار"، ومن ثم من الصعب التحكم في الحالة المزاجية للجمهور لأنها متقلبة وديناميكية، وتكمن قوة الجماهير في "همجية مزاجها"؛ فالأمر لدى الجمهور ليس فقط الانفعالات والتقلب المستمر، ولكن أيضاً كون الجمهور "همجي لا يعبأ بأي عقبة تقف بين رغبته، وبين تحقيق هذه الرغبة، خاصة وأن عدده الكبير يشعره بامتلاك قوة لا تقاوم"<sup>15</sup>.

كما اتفق William McDougall مع الرؤية السابقة من خلال كتابه العقل الجمعي The Group Mind الصادر في 1920، حيث يرى أن الجماهير يغلب عليها المزاج العاطفي المتقلب أكثر من التفكير المنطقي الواعي<sup>16</sup>، ويرى وفقاً لنظريته المعنونة بسلوك الجماعات غير المنظمة theory of the behavior of unorganized groups أنه كلما زاد عدد الحشد وحجمه كلما اتفقت حالته المزاجية بالسلب أو الإيجاب، وكلما زادت إمكانية العدوى المزاجية بين أفرادها، حيث تزداد العاطفة الجماعية من خلال التفاعل الجماهيري المتبادل مما يتمخض عنه مزاج عام مسيطر عليهم أو سلوك فعلي ينتج عنهم<sup>17</sup>.

## 2- أهم التفسيرات النظرية للمزاج العام:

يوجد عديد من الأطروحات والنظريات العلمية المفسرة لظاهرة المزاج العام، مثل: نظرية العاطفة الجماعية *collective emotion* لـ Jennifer M. George، ونظرية السلوك الجمعي *collective behavior* لـ Herbert Blumer، ونظرية إدارة المزاج *Mood management* لـ Zillmann، وأطروحة المزاج الاجتماعي *social mood* لـ Robert Prechter، وأطروحة التشارك المشاعري والعقل الممتد *Emotional sharing and the extended mind* لـ Felipe León وآخرين، ونظرية النافذة الانفعالية *Emotional aperture* لـ Sanchez-Burks, J. & Huy, Q، ونظرية الأحداث المؤثرة *Affective events theory* لـ Howard M. Weiss & Russell، وفيما يلي نظرة مختصرة لكل نظرية على حدة.

#### أ- نظرية العاطفة الجماعية *collective emotion*:

حيث تبنى النظرية على فرضية أساسية هي أن محصلة الأمزجة الفردية على المستوى الجماعي قد تتناغم معاً مكونة مزاجاً عاماً له إحدى السمتين، إما مزاج إيجابي أو سلبي، وفي حالة المزاج الإيجابي للجماعة ستتضاعف لديهم الحاجة إلى الابتكار والإنجاز والإبداع نتيجة لتشاطر الروح الإيجابية الفعالة، أما في حالة المزاج السلبي سيتضاعف لديهم الشعور بالإحباط والتعاسة وخيبة الأمل نتيجة لتشاطر الروح السلبية والانهازمية<sup>18</sup>.

#### ب- نظرية السلوك الجمعي *collective behavior*:

تبنى الفرضية الأساسية لهذه النظرية على أن سلوك الأفراد في الحشود الجماهيرية تتبنى على حالتهم المزاجية؛ فيأتي السلوك وليد الحالة المزاجية للجماهير، وينشأ هذا السلوك الجمعي عادة في المواقف التي تثير عواطف الجمهور كالمناقصات الرياضية، والاحتجاجات الثورية، والكوارث الطبيعية، والأزمات السياسية والاقتصادية، ويتصف السلوك الجمعي بالتهور والعشوائية، فلا يكون مخططاً ولا يمكن التنبؤ بحدوثه، كما أنه لايستغرق وقتاً طويلاً، وقد يكون مدمراً يأخذ شكلاً عنيفاً كأعمال الشغب والعنف الفوغائي<sup>19</sup>.

#### ج- نظرية إدارة المزاج *Mood management*:

كانت دراسة Zillmann Bryant & عام 1984 من أوائل الدراسات التي تعرضت لهذه النظرية، وتقوم على فرضية أساسية هي أن التعرض الانتقائي للمضامين الإعلامية قد يساهم في تحسين المزاج العام للمتلقين، وكان يشار إلى النظرية في هذه الدراسة باسم نظرية التأثير المعتمد على ترتيب الدوافع، ولكنها لاحقاً سميت بنظرية إدارة المزاج<sup>20</sup>.

ويمكن تعريف عملية إدارة المزاج بأنها القدرة على إدراك الانفعالات بدقة وتقويمها والتعبير عنها، وكذلك القدرة على توليدها والوصول إليها وتنظيمها مما يعزز النمو العاطفي لدى الفرد<sup>21</sup>.

وهي أيضا تحقيق التوازن الانفعالي من خلال ضبط الانفعالات وتهذيبها، والابتعاد عن مصادر القلق، وتحقيق الاستقرار النفسي<sup>22</sup>.

حيث تعد عملية الضبط والتنظيم الانفعالي من المهارات المهمة في إدارة المزاج؛ فالوعي بالمزاج يعد المكون الرئيس الذي تبنى عليه مهارات معرفة المزاج كافة؛ إذ يتشكل هذا الوعي بتوجيه انتباه الفرد إلى حالاته الداخلية التي يعيشها بما يسهل لعقله أن يقوم بملاحظة ودراسة انفعالاته ودوافعها وإدراك أبعادها ومكانها<sup>23</sup>.

وتتكون عملية تنظيم المزاج من عدة خطوات انفعالية<sup>24</sup>:

- الانتباه للانفعال Attention to Emotion.
- التعرف على الانفعال Emotion Recognition.
- التعبير عن الانفعال Emotional Expression.
- فهم الانفعال Emotional Understanding.
- الربط بين الانفعالات Emotional Blending.
- الاستدلال على الانفعالات Emotional Reasoning.
- التمييز بين الانفعالات Emotional Identifying.

وتشير نظرية إدارة المزاج إلى أن الأفراد يميلون إلى تعظيم مزاجهم الإيجابي، وهذا ما يعرف بـ "شيوخ السعادة" Commonly Pleasure، وتقليل مزاجهم السلبي، وهذا ما يعرف بـ شيوخ الألم Commonly Pain. وذلك وفقاً لفرضية المتعة Hedonistic، ومن ثم فتعرض الجمهور للمحتوى الترفيهي عبر وسائل الإعلام قد يعظم من مزاجهم الإيجابي ويحقق لهم المتعة المطلوبة<sup>25</sup>.

وبناء على ذلك، فالمزاج العام لا يأتي من فراغ؛ وإنما يعد محصلة لعوامل متعددة ثقافية ونفسية واجتماعية وسياسية واقتصادية ومعرفية ودينية يتوقع من خلالها أن يتوافق الأفراد مع بعضهم بعضاً في المجتمع، وتؤدي وسائل الإعلام دوراً مهماً في تشكيله وإدارته؛ فالجماهير تفسر المواقف والأخبار ومستجدات الأحداث التي يعرفونها من وسائل الإعلام وفقاً لأهوائهم ومزاجهم في محاولة منهم للحفاظ على الاتساق العاطفي مع ميولهم التي تدعمها حالتهم المزاجية والشعورية<sup>26</sup>.

ورغم قدم نظرية إدارة المزاج، حيث ترجع إلى عام 1988 حينما طورها Zilmann؛ إلا أنه توجد دراسات علمية حديثة استخدمتها وطوعتها بما يتماشى مع طبيعة الشبكات الاجتماعية، حيث تشير نتائج دراسة (نجوى عبد السلام فهمي، 2012) إلى أن الناس يعبرون عن مشاعرهم ومزاجهم نحو الأحداث السياسية المختلفة عبر الشبكات الاجتماعية، ولا سيما الأحداث السياسية السلبية التي تحظى بتعليقات أكثر عن غيرها من الأحداث<sup>27</sup>.

#### د- أطروحة المزاج الاجتماعي social mood:

وفقاً لهذه الأطروحة، المزاج الاجتماعي هو حالة ذهنية مشتركة بين الجماعة الاجتماعية تظهر نتيجة التفاعل الاجتماعي بين أفراد المجتمع<sup>28</sup>، وترتبط هذه الأطروحة بنظرية المزاج الاجتماعي الاقتصادي Socionomic Theory حيث تربط هذه النظرية بين المزاج الاجتماعي والأحداث الاقتصادية المختلفة، وتشير النظرية إلى أن المزاج الاجتماعي الإيجابي يتشكل نتيجة توافر الظروف الاقتصادية المنتعشة مثل: زيادة أسعار الأسهم في البورصة وانتعاش حركة التداول، وتوفير فرص العمل، ودعم السلع الأساسية الأساسية والخدمات والمرافق العامة، وانخفاض معدلات التضخم، وعلى العكس، فسيادة المزاج الاجتماعي السلبي يرجع نتيجة الظروف الاقتصادية المتعثرة الراكدة، مثل: ارتفاع معدلات البطالة والتضخم الاقتصادي، ورفع الدعم عن السلع الأساسية والخدمات العامة، وركود التعاملات في البورصة، ومن ثم، فالمزاج الاجتماعي الاقتصادي يتنبأ بحدوث كوارث السوق الاقتصادي، ولهذه النظريات عديد من التطبيقات في الجانب الاقتصادي والمالي<sup>29</sup>.

#### هـ- أطروحة التشارك المشاعري والعقل الممتد Emotional sharing and the extended mind:

تقوم هذه الأطروحة على فرضية أساسية مفادها: أن الأفراد يتشاطرون العواطف فيما بينهم، ويفكرون أيضاً في أفكار مشتركة تجمعهم، وذلك نتيجة لعاملين أساسيين هما: التكامل Integration بين أفراد الجماعة، ويقصد به عملية التعاضد والارتباط الاجتماعي فيما بينهم، والوعي المتبادل بينهم Reciprocal Other-awareness، ويقصد به دراية كل فرد وفهمه للآخرين سواء لمشاعرهم أو أفكارهم المختلفة، ومن ثم، فالمشاعر المشتركة هي مشاعر ممتدة اجتماعياً تتطوي على نوع محدد من التكامل بين التجارب العاطفية للأفراد، وأيضاً الأفكار المشتركة والمنطق العقلاني الذي يسيطر على



مجموعة من الأفراد يمثل عاملاً مشتركاً ممتداً بينهم يدافعون عنه ويعتقدونه في سلوكياتهم وفعالهم الاجتماعي social action<sup>30</sup>.

#### و- نظرية النافذة الانفعالية Emotional aperture:

تجسد هذه النظرية الانفعالات والأمزجة العامة لدى الجماعات في شكل نافذة يمكن من خلالها الاطلاع على سمات هذه الانفعالات وتحديد معالمها الأساسية، وتفرّق النظرية بين مفهومين متضادين هما<sup>31</sup>:

- التنوع العاطفي affective diversity، وهو تنوع الانفعالات وتباينها بين انفعالات إيجابية وأخرى سلبية.
- المشاعر الشكلية modal emotions، وهي الانفعالات الأكثر شيوعاً وسيادة داخل الجماعة.

تعرف النافذة الانفعالية بأنها: القدرة أو المهارة التي تساعد على فهم سمات انفعالات الجماعة، تتضمن الأمثلة على سمات انفعالات الجماعة مستوى تنوع الانفعالات بين أعضائها (أي التنوع العاطفي)، ونسبة المشاعر الإيجابية أو السلبية، والمشاعر الشكلية (أي الأكثر شيوعاً) الحاضرة في الجماعة<sup>32</sup>.

#### ز- نظرية الأحداث المؤثرة Affective events:

وتعد هذه النظرية من نظريات السلوك التنظيمي Organizational Behavior فكل تطبيقاتها ترتبط بالمناخ التنظيمي وبيئة العمل.

وتستعرض هذه النظرية تأثير الأحداث المختلفة في البيئة التنظيمية للعمل على التفاعل العاطفي ومزاج الموظفين، ومن ثم التأثير على أدائهم المهني ورضاهم الوظيفي<sup>33</sup>.

وتفرّق النظرية بين نوعين من الأحداث المؤثرة داخل بيئة العمل: النوع الأول هو أحداث سلبية (المشاحنات اليومية) مثل: رفض المساعدة من الزملاء، واختلاف وجهات النظر بين المديرين، وضغوط الوقت، والشللية والمكائد، والنوع الثاني: أحداث إيجابية (رفع المعنويات) مثل: إنجاز المهام، والحصول على دعم من زميل، والحصول على إطراء أو شكر وتقدير على إنجاز جيد في العمل<sup>34</sup>.

هذه الأحداث تطلق ردود فعل عاطفية سلبية أو إيجابية تشكل الحالة المزاجية للموظف، والموظفون الذين يكون ثباتهم العاطفي ضعيفاً يكون رد فعلهم أقوى تجاه الأحداث السلبية، فيمكن أن يزيد لديهم معدل العصايبية Neuroticism أو ينخفض لديهم مستوى الرضا الوظيفي<sup>35</sup>.

ومن ثم، فالمزاج الوظيفي يؤثر على مجموعة من المتغيرات في بيئة العمل مثل: الأداء والرضا الوظيفي، كالانتماء والولاء، والالتزام الوظيفي، ومعدل بذل الجهود، ونية ترك المؤسسة والانحرافات في العمل، ولهذا السبب تولي النظرية أهمية قصوى للمزاج الوظيفي لدى العاملين الذي يتشكل وفقاً للأحداث المؤثرة داخل بيئة العمل، لأن هذا المزاج تراكمي وممتد التأثير على متغيرات بيئة العمل ككل.

### 3- العوامل المؤثرة في تشكيل المزاج العام:

توجد عدة عوامل تسهم في تشكيل المزاج العام وتحديد حالته، هي:

#### أ- وسائل الإعلام:

سواء التقليدي أو الجديد؛ فالإعلام له تأثير على المزاج العام للجمهور، فمن خلال المحتوى الإعلامي قد يتشكل لدى الجمهور مزاج إيجابي أو سلبي، وفقاً لطبيعة المحتوى، وقد يلجأ الجمهور للإعلام لدوافع طقوسية للترفيه وتمضية وقت الفراغ مما يحسن من الحالة المزاجية لديهم، بينما يعمل التعرض للأخبار السيئة كالحوادث والأزمات على خلق حالة مزاجية سلبية<sup>36</sup>.

وقد يلجأ الجمهور إلى مضامين معينة لتغيير حالة مزاجية لديهم، أو للتوافق مع المزاج المجتمعي السائد، أو لتدعيم مواقفهم وتصوراتهم الشخصية، وتشكيل اتجاهاتهم نحو القضايا والمضامين المقدمة، وعلى العكس، قد يرفض الجمهور مضموناً إعلامياً معيناً نتيجة عدم توافقه مع مزاجه الشخصي وميوله ومعتقداته، مما يعمق من النظرة العدائية لوسائل الإعلام<sup>37</sup>.

ولوسائل الإعلام تأثير شديد على الحالة المزاجية للمستثمرين؛ فعملية التعرض للأخبار الاقتصادية وعالم المال والأعمال له أثره في تشكيل اتجاهات المستثمر؛ بل وتحديد حالته المزاجية التي من خلالها يتخذ قراراته الاقتصادية<sup>38</sup>.

وهدفت دراسة ( Wen Yang , Dongtong Lin , Zelong Yi 2017 ) إلى معرفة تأثير وسائل الإعلام على معنويات المستثمرين وحالتهم المزاجية، من خلال تحليل الرسائل الاتصالية لثلاث قنوات إعلامية أمريكية متخصصة في الشأن الاقتصادي، حيث أوضحت النتائج أن هناك حالة من التقلب المزاجي لدى المستثمرين نتيجة لتعرضهم للمحتوى الإعلامي، مما يؤثر على قراراتهم التجارية والمالية، ويميل المستثمرون إلى التعرض للتقارير التفاؤلية ويتجاهلون التقارير التشاؤمية<sup>39</sup>.

كما تؤدي مواقع الشبكات الاجتماعية دوراً في التأثير على المزاج العام، وتهتم الحكومات ومراكز قياس الرأي العام بتحليل المزاج العام الإلكتروني عبر مواقع الشبكات الاجتماعية

نحو مختلف السياسات والقرارات المتخذة، ويمكن تحليل سمات المزاج العام الإلكتروني عبر الشبكات الاجتماعية الافتراضية من خلال تحليل النصوص (التدوينات - التعليقات)، وتحليل المحتوى المرئي (فيديوهات - صور - رسوم تعبيرية)، إضافة إلى القياسات الكمية الاحصائية المتباينة على المستخدمين لاستطلاع حالتهم المزاجية وتوصيفها<sup>40</sup>.

ويوجد عديد من البرامج التي تعمل على تحليل المزاج العام الإلكتروني ومعرفة حالته، منها برنامج تحليل المشاعر عبر الشبكات الاجتماعية باللغة العربية، الذي يحمل اسم Arabic Sentiment Ontology، حيث استخدمت دراسة Samir Tartir, (2017) Ibrahim Abdul-Nabi هذا البرنامج في عملية التحليل المشاعري عبر شبكات التواصل الاجتماعي<sup>41</sup>.

#### ب- الشائعات:

وتعد الشائعة من أساليب الحرب النفسية التي تطلق لتحطيم الروح المعنوية وإشاعة مزاج من الخوف والقلق، وكان للنازية الألمانية السابق في ذلك، حيث خصصت وزارة الحرب جهازاً متخصصاً لنشر الشائعات ضد الدول المعادية، ومن ثم، فالشائعات لها تأثير كبير على المزاج العام، وتنتشر بسرعة كبيرة لا سيما في أوقات الأزمات الاقتصادية والسياسية<sup>42</sup>.

#### ج- الكوارث الطبيعية والأزمات المجتمعية:

تعد الحوادث المشكلات والأزمات والكوارث الطبيعية، التي يتعرض لها مجتمع معين من العوامل المهمة التي تعمل على تكوين الحالة المزاجية الجمعية وتحدد معالمها؛ فالأزمات المجتمعية تخلق مزاجاً سيئاً لدى الجمهور، والكوارث الطبيعية من القضايا التي تخلق همًا مشتركًا بين الجمهور، وتعاطفًا إنسانيًا تجاه الضحايا والمتضررين<sup>43</sup>.

#### د- المناخ السياسي:

يؤثر المجال السياسي العام على المزاج العام للجمهور، فشيوع الديمقراطية وحرية الرأي والتعبير يستتبعه مزاج إيجابي، والعكس في الديكتاتوريات والأنظمة الشمولية. كما أن الأحداث السياسية المختلفة، سواء الأزمات أو القضايا السياسية، تؤثر في المزاج العام للشعوب، حيث تخلق الأزمات السياسية مزاجًا من القلق وعدم الارتياح، وعلى العكس في أوقات الاستقرار السياسي<sup>44</sup>.

وتشير نتائج الدراسة الميدانية لـ Paulami Sanyal (2016) إلى أن المزاج العام للمصريين عقب الانتخابات البرلمانية الأخيرة لعام 2015 شهد حالة من اليأس نتيجة

للمناخ السياسي الذي عمّق من إقصاء المعارضة مع غياب التمثيل الحزبي وغياب روح المنافسة<sup>45</sup>.

وقد يستجيب المناخ السياسي للمزاج العام للجمهور، حيث توضح دراسة Joseph Daniel Ura Christopher R. Ellis (2012) أن المزاج العام قد ينجح في تغيير المناخ السياسي من خلال آلية الإحلال Replacement Mechanism عبر تغيير السياسات القديمة بسياسات جديدة أو مسئولين جدد لهم أجندة متوائمة مع الحالة المزاجية السائدة لدى الجمهور<sup>46</sup>.

#### هـ- المناخ الاقتصادي:

يؤثر المناخ الاقتصادي أيضاً على المزاج العام؛ ففي أوقات الرخاء الاقتصادي تنشأ حالة مزاجية إيجابية، والعكس في حالات التدهور الاقتصادي؛ فالأزمات الاقتصادية كالتضخم والإفلاس وانهايار سعر العملة وغيرها تجعل المزاج العام في حالة من التعاسة وعدم الاطمئنان<sup>47</sup>.

#### و- العوامل الفسيولوجية والنفسية:

توجد بعض السمات الجسيمة والوظيفية التي تؤثر في عقلية الفرد وأفكاره ومزاجه؛ فالمرضى تكون أفكاره سلبية، وقد تكون نظرتهم للحياة متشائمة، ومزاجه سلبي، فعلى سبيل المثال: عندما يزداد نشاط الغدة الدرقية يصبح الفرد متوتراً قليل الاستقرار سريع الغضب، كما تؤثر الحالة النفسية على مزاج الفرد تأثيراً مباشراً؛ فالاستقرار النفسي يجعل الحالة المزاجية طبيعية، بعكس الانفعال النفسي وعدم الاتزان النفسي<sup>48</sup>.

#### ز- الثقافة:

وهي: مجموع العادات والتقاليد، واللغة، والدين، وأسلوب الحياة، والتراث الحضاري، ومنظومة القيم، والتنشئة الاجتماعية للفرد، فكل ذلك يؤثر في مزاجه وإصداره للأحكام؛ فالجمهور لا يتقبل ما يتناقض مع ثقافته وعرفه وإرثه الاجتماعي، ومن ثم، قد يتغير مزاج الجمهور حين تعرضه لما يصطدم مع ثقافته ودينه، مما يؤدي إلى هياج المشاعر والانفعال العام، ويخلق مزاجاً عاماً سلبياً<sup>49</sup>.

#### ح- التوجه الإيديولوجي (الفكري):

يعد الإطار الفكري الذي يتبناه الفرد موجهاً لاختياراته، وعاملاً مهماً في قراراته واتجاهاته وتحديد حالته المزاجية؛ فالأفراد يقتنعون بمن يشاطروهم أفكارهم، وتشير دراسة Christopher Ellis & Christopher Faricy (2011) إلى التأثير الإيديولوجي على المزاج العام، حيث تؤكد الدراسة أن الصراع الإيديولوجي بين الشيوعية

والرأسمالية ترتب عليه مزاج عام سلبي متصارع بين كل فكر منهما، فحالة الرفض لكل طرف تخلق صراعًا في الأمزجة، وأيضًا الصراع بين العلمانية والإسلام السياسي يجعل كل طرف لديه انفعال عاطفي لتياره وفكره<sup>50</sup>.

وتحذّر دراسة (Vitrierat Ng and Kin-man Chan (2017) من تأثير الصراع الإيديولوجي على تكوين الحركات الإرهابية، التي تنشأ في الأساس كنتيجة للعاطفة الجماعية المتشددة السائدة لدى مناصري الفكر الواحد<sup>51</sup>.

#### 4- النظريات المفسرة للعلاقة بين وسائل الإعلام وتشكيل المزاج العام:

كما توجد نظريات أخرى مفسرة للعلاقة بين وسائل الإعلام والمزاج العام مثل نظرية الاستثارة *stimulating*، ونظرية التحريض *instigation*، حيث تتفق النظريتان على أن التعرض للمضامين العدوانية لوسائل الإعلام يزيد من احتمالية السلوك العدواني لدى المتلقين، ويؤثر سلبيًا على أمزجتهم، بينما تختلف عنهما نظرية التطهير *catharsis*، التي تقوم فرضيتها الأساسية على أن التعرض للمضامين العدوانية عبر وسائل الإعلام قد يخلق لدى المتلقين مزاجًا إيجابيًا مريحًا يبعد عن الإحباط، ويقل لديهم الميل العدواني نتيجة لتعرضهم للسلوك العدواني في المضمون الإعلامي المقدم لهم، سواء في الدراما أو السينما أو غيرهما، ليكون ذلك نوعًا من التنفيس عن إحباطات متراكمة لدى المتلقين، فتقل احتمالات السلوك العدواني لديهم<sup>52</sup>.

كما يشير مدخل تعديل المزاج عبر وسائل الإعلام لـ *Silvia Knobloch* إلى العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام والحالة المزاجية للجمهور المتلقي، فتفضيلات الجمهور والتعرض الانتقائي للمضامين الإعلامية لديهم يزيد من احتمالية تعديل مزاجهم للوصول للمزاج المثالي *ideal mood* وحالة من الانبساط العام والسعادة، ولا سيما في حالة تعرضهم للمضامين الترفيهية والموسيقية<sup>53</sup>.

وتتطرق نظرية الجنوح أو الميل العاطفي *Affective disposition theory* لـ *Zillmann & Cantor* التي أسسها عام 1972 إلى تأثير المضامين الإعلامية، ولا سيما الترفيهية، سواء كانت كوميدية أو تراجيدية أو عنيفة، على المتلقين؛ ما يدفعهم إلى تكوين حكم أخلاقي *moral judgment* نحو الشخصيات المقدمة لهم عبر الإعلام، ونحو السرد والأحداث المتضمنة في سياق المنتج الإعلامي<sup>54</sup>، ولتكوين هذا الحكم الأخلاقي يوجد 7 مراحل أساسية وفقًا لهذه النظرية<sup>55</sup>:

- المرحلة الأولى: الإدراك *Perception*، وفيها يراقب المتلقي أفعال الشخصية والأحداث السردية المرتبطة بها.

- المرحلة الثانية: الانطباع الأولي First impression، وفيه يصدر المتلقي حكمه الأولي، الذي قد يتغير بمرور الوقت.
- المرحلة الثالثة: الميل العاطفي Affective disposition، وهنا يبدأ المتلقي في تحديد ما إذا كانت الشخصية طيبة أو شريرة، كما يراقب مسار الأحداث والأفعال الصادرة عنها، ويصنفها إلى أخلاقية وغير أخلاقية.
- المرحلة الرابعة: الحذر والتخوف Anticipation and Apprehension، وهنا يتوقع المتلقي النتيجة الإيجابية المترتبة على سياق الأحداث وحكمه على الشخصية، ويتخوف من حدوث النتيجة السلبية العكسية.
- المرحلة الخامسة: التقييم Assessment، وهنا تكون المشاعر قد تشكلت لدى المتلقي، والنتيجة أيضًا قد تكونت.
- المرحلة السادسة: الاستجابة Response، حيث يقرر المتلقي ماهية مشاعره نحو الشخصيات والأحداث، سواء كانت إيجابية أو سلبية.
- المرحلة الأخيرة: الحكم الأخلاقي Moral Judgment، وهنا يقرر المتلقي موافقته أو رفضه للنتيجة النهائية للأحداث والشخصيات.

#### 5- التطبيقات الدولية لقياس المزاج العام للشعوب:

خروجًا من التنظير العلمي للمزاج العام، ومرورًا بالتطبيقات الدولية الهادفة لقياسه، سواء حالة السعادة العامة للشعوب أو حالة البؤس العام لديهم، نجد أن هناك مؤشرات دولية هادفة لقياس أمزجة الشعوب، وهنا نستعرض بعضها:

أ- مؤشر جالوب لقياس رفاهية وسعادة الشعوب: حيث يتأثر المزاج العام للشعوب بعدة متغيرات أساسية أوضحها مؤشر جالوب لقياس رفاهية وسعادة الشعوب، هي\*:

- مستوى الرفاهية المالية والحالة الصحية الجيدة.
- مدى الضغوط والأعباء اليومية.
- وجود نية للهجرة من عدمها.
- مدى الاستعداد للعمل التطوعي ومساعدة الآخرين.
- شعور الإنسان بوجود هدف له في الحياة.
- المشاركة المجتمعية، ومدى الثقة في الانتخابات والمؤسسات المحلية.

\* مؤشر جالوب للسعادة متاح على:

<http://www.gallup.com/poll/106756/galluphealthways-wellbeing-index.aspx>

- ويضيف الباحث عدة متغيرات أخرى مؤثرة على المزاج العام، هي:
- مدى توافر الحاجات الأساسية للشعب (المأكل - الملابس - المسكن).
  - جودة الخدمات والمرافق العامة كالصحة والتعليم والنقل.
  - مدى الرضا عن النظام الحاكم وسياساته.
  - مدى وجود السلم المجتمعي.
- ب- مؤشر البؤس العالمي: حيث يقدم معهد كاتو الأمريكي للدراسات والاستشارات الاقتصادية CATO مؤشراً آخرًا باسم "مؤشر البؤس العالمي" The misery index، وهو مؤشر اقتصادي بحث للتعرف على أكثر الدول تعاسة وبؤسًا، مما يؤثر بالسلب على المزاج العام لهذه الشعوب، ويقيس هذا المؤشر عدة متغيرات اقتصادية للتعرف على ذلك، منها\*\*:
- مستوى الدخل السنوي للفرد.
  - معدل البطالة.
  - معدل التضخم وزيادة الأسعار.
  - معدل الديون الداخلية والخارجية.
  - معدلات الإقراض والاقتراض.
  - حجم الاستثمارات.
  - معدل الفوائد المصرفية والبنكية.
- ج- تقرير السعادة العالمي: صدر تقرير السعادة العالمي الأول في 1 أبريل 2012، حيث حدّد التقرير حالة السعادة العالمية، وأسباب السعادة والبؤس، والآثار المترتبة على السياسات العامة للدول المختلفة، ويقدم التقرير شبكة حلول التنمية المستدامة التابعة للأمم المتحدة بصفة سنوية لـ 155 دولة حول العالم، ويتم وفقًا لعدد من المعايير، منها: نصيب الفرد في الناتج المحلي الإجمالي، ومتوسط العمر، ومستوى الحرية، ودرجة سخاء الدولة على مواطنيها، كما يتضمن مدى الدعم الاجتماعي، وغياب الفساد السياسي في الحكومات وقطاع الأعمال\*\*.

\*\* مؤشر كاتو للبؤس العالمي ، متاح على :

<http://www.cato.org/publications/commentary/measuring-misery-around-world>

\* تقرير السعادة العالمي، متاح على:

<http://worldhappiness.report/>

وفي عام 2017، أصدر تقرير السعادة العالمي نسخته السنوية، حيث جاءت فيه أسعد خمس دول على الترتيب: (النرويج، والدنمارك، وأيسلندا، والسويد، وفنلندا)، بينما كانت أتعس خمس دول على الترتيب: (جمهورية أفريقيا الوسطى، وبروندي، وتزانيا، وسوريا، وروندا)، وقد جاءت مصر في المرتبة 104 في ترتيب أسعد دول العالم، أي أنها في المرتبة 51 كأتعس دولة في العالم، وجاءت أسعد الدول العربية: (دولة الإمارات، ثم قطر، ثم السعودية)، بينما جاءت أتعسهم: (سوريا، ثم اليمن، ثم جنوب السودان)\*\*.

#### 6- نبذة عن خطة السلام الأمريكية:

##### أ- توقيت الإعلان عن خطة السلام الأمريكية:

أعلن الرئيس الأمريكي "دونالد ترامب" في 28 يناير 2020 (الموافق الثلاثاء)، خطته للسلام التي وضعها "جاريد كوشنر"، مستشاره وصهره، وجاءت في 80 صفحة، طرحت من خلالها الإدارة الأمريكية رؤيتها لإحلال السلام في الشرق الأوسط. واختيار "دونالد ترامب" لتوقيت الإعلان عن خطته للسلام حساس جداً بسبب موقفه الحالي في مجلس الشيوخ، حيث ضيق الديمقراطيون عليه الخناق، واستدعوا مزيداً من الشهود لعزله، أما "نتانياهو"، فهو يواجه انتخابات مفصلية في بلاده بحلول شهر مارس 2020؛ لذا يمكن القول أن ترامب قد ألقى طوق النجاة لنتانياهو لكي ينقذ نفسه وحليفه في هذا التوقيت الفاصل.

##### ب- محتوى خطة السلام الأمريكية:

لم يعلن حتى الآن عن البنود المكتملة لخطة السلام، ولكن أهم ما جاء في خطاب "دونالد ترامب" عن محتواها يتمثل فيما يلي:

- جعل القدس عاصمة موحدة للاحتلال الإسرائيلي، ولن يُضطر أحد للخروج من دياره سواء كانوا فلسطينيين أو إسرائيليين.
- تأسيس دولة فلسطينية بشرط الرفض الصريح للإرهاب، وسيكون هناك تجميد للبناء الإسرائيلي لأربع سنوات في المنطقة المقترحة للدولة الفلسطينية.
- الخطة تشمل تقديم استثمارات تجارية كبيرة بخمسين مليار دولار في الدولة الفلسطينية الجديدة.
- اعتراف ترامب بالسيادة الإسرائيلية على غور الأردن.

\*\* تقرير السعادة العالمي لعام 2017 متاح على :

<http://worldhappiness.report/wp-content/uploads/sites/2/2017/03/HR17.pdf>



- وجّه ترامب الشكر لسلطنة عمان ومملكة البحرين والإمارات على ما قاموا به من جهود ضخمة، حيث حضر سفراء الدول الثلاثة مراسم إعلان الخطة.
- ج- أهم ردود الأفعال الدولية نحو الخطة:
  - مملكة البحرين: أعلنت الخارجية البحرينية دعمها لكافة الجهود الهادفة للتوصل إلى حل عادل وشامل لهذه القضية، ويؤدي لاستعادة كافة الحقوق المشروعة للشعب الفلسطيني وإقامة دولته المستقلة كغيره من شعوب العالم، كما أشادت الخارجية بالجهود التي تقوم بها الولايات المتحدة الأمريكية لدفع عملية السلام.
  - الأمم المتحدة: الأمين العام ملتزم بدعم عملية السلام بناء على القرارات الدولية ودولتين على حدود ما قبل 1967.
  - الرئيس الفلسطيني محمود عباس: رفض الخطة، ووصفها بالصفقة والمؤامرة، وأكد أن حقوق الفلسطينيين ليست للبيع ولا المساومة، والفلسطينيون لن يقبلوا دولة دون أن تكون القدس الشرقية عاصمتها، ودعا الفلسطينيين لرص الصفوف وإسقاط مخطط تصفية المشروع الفلسطيني.
  - رئيس الوزراء الإسرائيلي نتياهو: وصفها بأنها خطة عظيمة وتاريخية من أجل إسرائيل ومن أجل السلام، وسرد أن الخطة تدعو إلى إبقاء القدس تحت سيادة إسرائيل، مما يعطى إسرائيل حدودًا شرقية، وكذلك نزع السلاح عن قطاع غزة، مؤكدًا أن مشكلة اللاجئين يجب أن تحل خارج إسرائيل.
  - حماس: رفضت خطة ترامب للسلام في الشرق الأوسط وتعهدت بإسقاطها.
  - الخارجية السعودية: تدعم الجهود كافة لحل عادل وشامل للقضية الفلسطينية، وتقدر جهود إدارة الرئيس ترامب لتطوير خطة سلام بين الجانبين.
  - المملكة الأردنية تقول إن السبيل الوحيد للسلام في الشرق الأوسط هو تأسيس دولة فلسطينية مستقلة على حدود ما قبل 1967.
  - الإمارات: في بيان للسفير الإماراتي بأمريكا أكد أن الخطة توفر نقطة انطلاق مهمة للعودة إلى مفاوضات دولية بقيادة الولايات المتحدة.
  - قطر: أعلنت الخارجية تقديرها لمساعي الإدارة الأميركية لحل الصراع في الشرق الأوسط، مؤكدة أنه لا يمكن تحقيق سلام دون صون حقوق الفلسطينيين بإقامة دولة ذات سيادة على حدود 1967.

- الخارجية المصرية: دعت الطرفين المعنيين للدراسة المتأنية للرؤية الأمريكية لتحقيق السلام.
  - وزارة الخارجية التركية: رفضت مقترحات ترامب ووصفتها بخطة "ضم أراضي" تهدف لتقويض حل الدولتين وسرقة أراضي الفلسطينيين مقابل المال.
- د- خلفية تاريخية عن أهم محطات الصراع الإسرائيلي الفلسطيني:
- 1- نوفمبر 2019: قالت إدارة ترامب إنها لم تعد تعتبر المستوطنات الإسرائيلية في الأراضي المحتلة مخالفة للقانون الدولي؛ الأمر الذي وضع الولايات المتحدة في خلاف مع معظم المجتمع الدولي.
  - 2- ديسمبر 2017: أعلن دونالد ترامب اعتراف الولايات المتحدة بالقدس عاصمة لدولة الاحتلال الإسرائيلي، ما دفع الفلسطينيين إلى قطع العلاقات مع إدارة ترامب.
  - 3- أبريل 2014: انهيار الجولة الأخيرة من محادثات السلام الإسرائيلية الفلسطينية واتساع الهوة بين الجانبين.
  - 4- سبتمبر 2000 - فبراير 2005: انطلاق الانتفاضة الفلسطينية الثانية.
  - 5- سبتمبر 1993: وقّع الإسرائيليون والفلسطينيون اتفاق أوسلو للسلام، واتفقوا على إطار لاتفاق سلام نهائي، أعقب ذلك 20 عامًا من محادثات سلام تتعثر تارة وتتواصل تارة أخرى، مع استمرار العنف.
  - 6- ديسمبر 1987 - سبتمبر 1993: انطلاق الانتفاضة الفلسطينية الأولى ضد الاحتلال الإسرائيلي.
  - 7- يونيو 1967: اندلاع الحرب في الشرق الأوسط؛ إذ احتلت إسرائيل القدس الشرقية والضفة الغربية وقطاع غزة، وأعقب ذلك سنوات من العداوة وسفك الدماء، ثم أصدر مجلس الأمن التابع للأمم المتحدة قرارا رقم 242 يدعو إسرائيل إلى الانسحاب من "المناطق التي احتلتها في النزاع الأخير، ويعترف بحق كل دولة في المنطقة في العيش بسلام داخل حدود آمنة ومُعترف بها".
  - 8- مايو 1948: انتهاء الانتداب البريطاني على فلسطين وإعلان الدولة الإسرائيلية، وتحرك الدول العربية بجيوشها لحرب إسرائيل، ونتج عن الصراع 700 ألف لاجئ فلسطيني، وقامت الدول العربية بطرد حوالي 800 ألف من اليهود العرب من أراضيها.

- 9- نوفمبر 1947: أوصت الأمم المتحدة بتقسيم فلسطين إلى دولتين: يهودية، وعربية، ولقي القرار قبول القيادة اليهودية في فلسطين، بينما رفضه القادة العرب، وأدى ذلك إلى تصاعد العنف بين الجانبين.
- 10- يوليو 1922: عصبة الأمم تعهد إلى بريطانيا كقوة إلزامية بتنفيذ بنود وعد بلفور.
- 11- ديسمبر 1917: القوات البريطانية تغزو فلسطين وتحتلها، وأعقب ذلك سنوات من ارتفاع وتيرة العنف بين اليهود والعرب.
- 12- نوفمبر 1917: بريطانيا تحارب الإمبراطورية العثمانية في الحرب العالمية الأولى، وتصدر "وعد بلفور" الذي يمنح فلسطين "وطناً قومياً" لليهود بشرط عدم المساس بحقوق المجتمعات غير اليهودية هناك.
- 13- ما قبل عام 1917: تخضع منطقة الشرق الأوسط لحكم الإمبراطورية العثمانية بمجتمعاتها كافة، اليهودية والعربية، بما في ذلك فلسطين والأراضي المقدسة بها.

### المحور الثاني: الموجه النظري للدراسة:

(نظرية العدوى العاطفية Elaine Hatfield و Emotional contagion عام 1993 وتطورها لنظرية العدوى العاطفية عبر مواقع التواصل الاجتماعي Kramer, A. D وآخرون عام 2014).

تعتمد هذه الدراسة على نظرية العدوى العاطفية المفسرة لكيفية تشكيل المزاج العام لدى الجماعات من خلال عمليات التواصل فيما بينهم، ومن خلال تعرضهم لوسائل الإعلام وتأثيرها على الحالة المزاجية لديهم.

حيث تقوم الفرضية الأساسية للنظرية على وجود تبادل عاطفي بين الشخصيات المتباينة دون إدراك أي منهما للآخر، حيث تتميز هذه الحالة بتلقائية الحدوث والعفوية، والوعي والإدراك بها يكون أقل من ذلك *less conscious and more automatic*<sup>56</sup>.

ومن ثم، فالعدوى العاطفية سلوك تلقائي بدائي واعٍ يتحول إلى سلوك غير واعٍ ينتقل بين الأشخاص، وقد تنتقل العدوى العاطفية بعدة صور عن طريق تعبيرات الوجه والاتصال غير اللفظي، أو عن طريق السلوكيات، أو المظهر العام للشخصيات<sup>57</sup>.

كما تعرّف بأنها عملية يؤثر فيها شخص أو مجموعة على مشاعر أو سلوك شخص آخر أو جماعة أخرى من خلال الإدراك الواعي أو اللاوعي للحالة المزاجية والمواقف السلوكية<sup>58</sup>.

وليس بالضرورة أن تحدث العدوى العاطفية في المكان والزمان نفسه، فقد تنتقل عبر الفضاء الافتراضي كشبكات التواصل الاجتماعي، والرسائل الشخصية الفورية، والدردشة الإلكترونية، وعبر الوسائط التكنولوجية كالمحمول، مما يسهم في تخليق حالة من التقارب العاطفي Emotional convergence التي ينتج عنها مزاج عام مشترك بين الأفراد قد يكون سلبيًا أو إيجابيًا أو محايدًا<sup>59</sup>.

وتفرّق النظرية بين وجهين للعدوى العاطفية: الوجه الأول هو الوجه الضمني Implicit، وهو عملية نقل المشاعر وتشاطرها بين الجماعات بشكل غير واع وعفوي، فتحدث العدوى العامة ويسود مزاج محدد فيما بينهم، أما الوجه الصريح Explicit، فهو عملية التلاعب بالمشاعر Emotional manipulation بهدف تحقيق هدف محدد، ويحدث ذلك حينما يقوم شخص ما بتعمد إظهار مشاعر معينة بشكل صريح بهدف التأثير على مجموعة من الأفراد في عملية تعرف بإفساد المشاعر لدى الآخرين Contaminating، وعادة ما يحدث هذا الوجه في إطار العمل التنظيمي بهدف التأثير على الموظفين لإنجاز مهمة معينة فتنتشر العدوى العاطفية وتشكل مزاجًا عامًا معيّنًا<sup>60</sup>.

وتأسست هذه النظرية على عدة فروض رئيسية يمكن إجمالها في:

أ- تحدث العدوى العاطفية نتيجة للتقمص الوجداني Empathy الذي يخلق مزاجًا عامًا، ويشير مفهوم التقمص الوجداني إلى قدرة الفرد على فهم ما يشعر به الآخر ووضع نفسه في مواقف الآخرين، ومن ثم يولد المزاج العام كنتيجة للتعاطف مع قضية ما أو شخص ما، وعلى سبيل المثال: فإن عملية التعرض للمضامين الدرامية قد يخلق نوعًا من التقمص الوجداني لدى المتلقي، الذي يتعاطف مع الأحداث الدرامية ويضع نفسه مكان البطل<sup>61</sup>.

ب- تؤول الضغوط النفسية والتوترات الحياتية إلى انتشار العدوى العاطفية، كانتشار الأمراض الفيروسية المعدية، ولا سيما في أماكن العمل وداخل أفراد المجتمع تجاه القضايا الهامة الجدلية التي تمس اهتمامات العامة.

ووفقًا لهذا الفرض، أجريت العديد من الدراسات<sup>62</sup> التي هدفت إلى اختبار صحته في بيئة العمل، ولا سيما لدى القادة والإدارة العليا، حيث اتفقت نتائج عدة دراسات على دور القائد الملهم في زرع وتخليق مزاجًا عامًا إيجابيًا لدى الموظفين، مما يكون له أثر معدي إيجابي يصب في مصلحة الأداء الوظيفي، كما توضح النتائج أن تمتع القائد بالذكاء العاطفي Emotional Intelligence يجعله أكثر تأثيرًا في الآخرين ويكسبه الشخصية الكاريزمية المحبوبة.

كما اتفقت نتائج بعض الدراسات<sup>63</sup> على تأثير الحالة المزاجية السلبية في بيئة العمل وانتشارها السريع؛ فالموظف دائم الشكوى والتبرم له تأثير سلبي على غيره من الموظفين، نتيجة لسهولة انتشار عدوى القلق والضعف والمعاناة والتبرم بسرعة بين الأفراد؛ فالاحتجاجات والإضرابات العمالية تبدأ بفرد أو مجموعة صغيرة تنتشر عدوى الاحتجاج والمزاج الساخط الناقم مما يترتب عليه سلوك احتجاجي له مطالب معينة.

ج- الإناث أكثر عرضة للإصابة بعدوى المزاج السلبي من الرجال، وذلك بسبب أنهنَّ يملنَّ إلى التعاطف مع الآخرين؛ لذلك تظهر عليهن معالم القلق والسخط والتبرم<sup>64</sup>.

د- تتفشى العدوى العاطفية في العوالم الافتراضية، مثل تفشيها في العوالم الواقعية، ولاختبار صحة هذا الفرض أجريت عدة دراسات أوضحت صحته، ويعد هذا الفرض لب نظرية Kramer, A. D وآخرين، المعنونة باسم نظرية "عدوى المشاعر عبر مواقع الشبكات الاجتماعية" Emotional contagion through social networks أسسها الباحثون من خلال دراسة أجريت عام 2014 شملت 700 ألف متصفح لموقع "فيس بوك" بهدف التعرف على تأثير سلبية أو إيجابية مشاركات متصفحين آخرين في صفحتهم الرئيسية في الموقع، وكان التساؤل الرئيسي للدراسة هو: "هل قراءة المشاركات الإيجابية والسلبية تؤدي بالقراء إلى تغيير مشاركاتهم تبعاً لنوع المشاركة التي قرأوها؟"، وأوضحت نتائج الدراسة أن المستخدمين الذين يتعرضون للمشاركات الإيجابية تكون مشاركاتهم إيجابية أيضاً، والعكس صحيح، كما أكدت النتائج أن تقليل كمية المشاركات الإيجابية يؤدي إلى زيادة المشاركات السلبية، والعكس صحيح، ليس هذا فحسب؛ فقد أثبتت النتائج أيضاً أن عدم كتابة مشاركات تعبر عن المشاعر والعاطفة يؤدي بالمستخدم إلى عدم مشاركة عواطفه ومشاعره مع الآخرين أيضاً، وبذلك أثبت البحث أن ظاهرة عدوى المشاعر موجودة أيضاً في شبكات التواصل الاجتماعي كمجال افتراضي يعكس صحة نظرية عدوى المشاعر في المجال الواقعي<sup>65</sup>.

كما أجريت دراسة أخرى على مستخدمي موقع "تويتر" بواقع عينة شملت 3800 مبحوث لاختبار نظرية العدوى العاطفية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ورغم كون "تويتر" موقعاً للتدوين المصغر وتبادل المعلومات والأخبار أكثر منه أداة للتواصل الاجتماعي بين الأصدقاء والمعارف؛ إلا أن نتائج الدراسة تشير أيضاً إلى تأثير المستخدمين بعضهم ببعض حتى وإن اختفت الوجوه التعبيرية Emoticons المتضمنة في التغريدات؛ فالمزاج الشخصي السلبي للمستخدم قد ينتشر بالعدوى لدى غيره، والمزاج

العام السلبي نحو قضية أو حدث يهم قطاعاً من المستخدمين قد ينتشر وتتوسع دائرته بين المستخدمين؛ بل بين الجماعات المرجعية التي ينتمون إليها في واقعهم الحقيقي<sup>66</sup>. وقبل هذه النظرية، وتحديداً عام 2005 بلور كلٌّ من Cohen و Harber نظرية بث المشاعر عبر مواقع التواصل الاجتماعي The Emotional Broadcaster Theory of Social Sharing، وتشير هذه النظرية إلى ميل الأفراد لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي بهدف عرض آرائهم وخبراتهم وتجاربهم ومشاعرهم مع الآخرين؛ لأن ذلك يعد نوعاً من التنفيس عن الضغط الوجداني، وعلاجاً نفسياً لمن مرّ بموقف مؤثر أو ضغوطات يومية<sup>67</sup>.

وقد مكّنت الشبكات الاجتماعية من غمس المستخدم في الهم الإنساني العالمي؛ فأصبح هناك تعاطف مع القضايا السياسية والاجتماعية في مختلف المجتمعات والثقافات الإنسانية على تعددها عبر هذا الفضاء الافتراضي، فعلى سبيل المثال في حالة إعصار كاترينا، وتسونامي اليابان، سادت الشبكات الاجتماعية حالة من المزاج العام السيئ والمتعاطف مع ضحايا هذه الكوارث.

كما أسهمت الشبكات الاجتماعية أيضاً في خلق مزاج عام متعاطف مع ثورات الربيع العربي، فقد يكون صحيحاً أنها ليست السبب المباشر في قيام ثورات الربيع العربي، ولكنها جعلت الثورات ممكنة وعجلت بها، كما أنها منحت تلك الثورات القدرة على النمو، وأكسبتها مزيداً من التأييد والتعاطف داخلياً ودولياً بشكل ما كان له أن يحدث بدونها<sup>68</sup>.

### المحور الثالث: الإجراءات المنهجية للدراسة:

#### 1- مشكلة الدراسة:

في مناظرة كمية لدراسات الرأي العام، بالمقارنة مع دراسات المزاج العام، نجد تفوقاً ملحوظاً لصالح دراسات الرأي العام؛ فما زالت دراسات المزاج العام قليلة؛ بل وتندر الدراسات العربية في هذا الصدد؛ لذلك تأتي هذه الدراسة لتوضيح ظاهرة المزاج العام، وتبسيط الضوء على العوامل المؤثرة فيها، وأهم الأطر النظرية المفسرة لها.

ومن ثم، تتحدد مشكلة الدراسة في: التعرف على درجة تعرض الشباب البحريني الجامعي للمواقع الإلكترونية الإخبارية البحرينية وعلاقتها بالحالة المزاجية المسيطرة عليهم نحو إعلان ترامب خطة السلام الأمريكية المعروفة إعلامياً بـ "صفقة القرن".

#### 2- أهمية الدراسة:

تستمد الدراسة أهميتها من أهمية القضية ذاتها، حيث حظيت القضية باهتمام دولي ومحلي كبير، كما تعد القضية الفلسطينية محط اهتمام الدول العربية عامة، ومملكة

البحرين خاصة، كما تتقدم الدراسة بإضافة نموذج علمي أولي لتفسير عملية تشكيل المزاج العام في البيئة المصرية، وبيان العوامل المؤثرة في تشكيله.

### 3- تساؤلات الدراسة:

- أ- ما مدى معرفة الشباب الجامعي البحريني وإدراكهم لخطة السلام الأمريكية؟
- ب- ما مصادر معرفة الشباب الجامعي البحريني وإدراكهم لخطة السلام الأمريكية؟
- ج- كيف يتعرض الشباب الجامعي البحريني للمواقع الإخبارية البحرينية؟
- د- كيف يرى الشباب الجامعي البحريني خطة السلام الأمريكية؟
- هـ- ما سمات الحالة المزاجية للشباب الجامعي البحريني المتكونة من جزاء التعرض للخطة في المواقع الإخبارية البحرينية؟

### 4- نوع الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية الكمية التي تهتم بدراسة ظاهرة المزاج العام لدى الشباب الجامعي البحريني نحو خطة السلام الأمريكية، حيث توصف الدراسة الملامح والسمات والعوامل المؤثرة على المزاج العام، كما تقيس المزاج العام كمياً لتحديد سمات المزاج السائد لديهم نحو الخطة.

### 5- منهج الدراسة:

تعتمد الدراسة على منهج المسح للجمهور، من خلال مسح اتجاهات الشباب الجامعي البحريني نحو الخطة، وتحديد المزاج العام السائد لديهم نحوها، ومسح معدل تعرضهم للمواقع الإخبارية البحرينية.

### 6- أدوات جمع البيانات:

تم الاعتماد على الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وتم تدشين الاستبانة إلكترونياً عبر موقع google forms، وذلك يوم 2 فبراير 2020 حتى اكتمال العينة يوم 25 فبراير 2020، وتضم الاستبانة 15 سؤالاً، تم تقسيمهم إلى 6 محاور رئيسية كما يلي:

- أ- محور التعرض للمواقع الإخبارية البحرينية بصدد متابعة مستجدات إعلان خطة السلام، ودوافعه، وتفضيلات الباحثين لهذه المواقع.
- ب- محور معرفة الباحثين بالخطة وإدراكهم لها.
- ج- محور معرفة الباحثين بردود الفعل الدولية نحو الخطة (رد فعل مملكة البحرين - رد فعل السلطة الفلسطينية).
- د- محور اتجاه الباحثين نحو الخطة.

هـ - محور الحالة المزاجية العامة تجاه الخطة.

و- محور المتغيرات الديموجرافية للمبحوث.

#### 7- مجتمع الدراسة:

هو الشباب البحريني من الذكور والإناث، وقد بلغت نسبة الشباب في المجتمع البحريني 26% من إجمالي السكان، حيث يحتل الذكور النسبة الأكبر بواقع 63% مقابل 37% نسبة الإناث، وذلك وفقاً للإحصائيات الأخيرة للمركز الإحصائي لدول مجلس التعاون الخليجي لعام 2018\*.

#### 8- عينة الدراسة:

تتتمي عينة الدراسة إلى العينات الإحصائية من نوع العينة العشوائية البسيطة، حيث تم اختيار عينة عشوائية من الشباب الجامعي داخل مملكة البحرين، وقد بلغ قوام العينة 215 مبحوثاً، وتم سحب العينة في إطار جامعتين: الأولى خاصة، هي الجامعة الخليجية، والثانية حكومية، هي جامعة البحرين، وفيما يلي جدول يبرز أهم خصائص عينة الدراسة:

جدول (1) خصائص عينة الدراسة

المجموع				خصائص العينة	
%	ك	%	ك		
%100	215	58,2	125	ذكر	النوع
		41,8	90	أنثى	
%100	215	21,8	47	الشمالية	النطاق الجغرافي
		41,3	89	الجنوبية	
		17,2	37	العاصمة	
		19,5	42	المحرق	
%100	215	43,2	93	علوم إنسانية	التخصص العلمي الجامعي
		40,9	88	علوم تطبيقية	
		15,8	34	علوم شرعية	
%100	215	55,3	119	الخليجية	الجامعة
		44,6	96	البحرين	

\* متاح على موقع المركز عبر الإنترنت:

<https://dp.gccstat.org/ar/DashBoards?S5coWICak2Etzlod4Kv3A>



## 9- المقاييس العلمية بالاستبانة:

- احتوت الاستبانة على عدة مقاييس علمية يمكن إيجازها فيما يلي:
- أ- مقياس التعرض والاستخدام الواسائي (مرتفع- متوسط- منخفض- منعدم).
  - ب- مقياس لتفضيلات المبحوثين لأهم المواقع الإلكترونية الإخبارية البحرينية.
  - ج- مقياس دوافع استخدام المواقع الإخبارية البحرينية.
  - د- مقياس نمط استخدام هذه المواقع.
  - هـ- مقياس المعرفة بالخطة ومدى إدراك بنودها.
  - و- مقياس ليكرت للتعرف على اتجاه المبحوثين نحو الخطة.
  - ز- مقياس التمييز الدلالي للحالة المزاجية العامة نحو الخطة لدى المبحوثين.
  - ح- مقاييس متعلقة بالمتغيرات الديموجرافية للمبحوثين.

## 10- إجراءات الصدق والثبات:

للتحقق من مدى دقة الأداة (استمارة الاستقصاء)، تم تصميم أسئلة الاستمارة بشكل منطقي متتابع، وتم إجراء اختبار قبلي لها على عدد من المبحوثين للتأكد من وضوح جميع أسئلتها وكفاية بدائلها، حيث تم استقصاء 10% من عينة البحث بواقع 21 مبحوثاً (من الحجم الأصلي للعينة 215 مبحوث)، ثم أعيد توزيع الاستمارة عليهم بعد أسبوع من التطبيق الأول، وجاءت نسبة الثبات بين إجابات المبحوثين في المرتين 91%، وهي نسبة تسمح بتطبيق استمارة الاستقصاء وإجراء البحث.

كما تم قياس الصدق الظاهري لاستمارة الاستبيان من حيث قدرتها على اختبار فروض هذه الدراسة والتأكد من أنها تقيس بالفعل ما استهدفت قياسه، وذلك من خلال عرضها على بعض المحكمين\* من تخصص الإعلام والرأي العام للاستفادة من ملاحظاتهم في تطوير الاستمارة.

## 11- المفاهيم الإجرائية للدراسة:

- أ- الشباب الجامعي البحريني: يقصد به الباحث الفئة العمرية الشابة من 18 حتى 35 عاماً ممن يدرسون في الجامعات الحكومية البحرينية والخاصة، وقد تم تمثيل كلا القطاعين من خلال شباب الجامعة الخليجية كنموذج للجامعات الخاصة، وشباب جامعة البحرين كنموذج للجامعات الحكومية.

\* المحكمون بالترتيب الأبجدي:

- 1- د. حسين خليفة- أستاذ الإعلام المساعد بالجامعة الخليجية - البحرين.
- 2- د. شريف بدران- أستاذ الإعلام المشارك بالجامعة الخليجية - البحرين.
- 3- أ.د. نرمين خضر- أستاذ الإعلام الدولي بكلية الإعلام- جامعة القاهرة.

ب- المزاج العام: يقصد به الباحث الحالة الشعورية الوجدانية المسيطرة على الشباب الجامعي البحريني نحو خطة السلام الأمريكية (صفحة القرن)، التي قد تكون حالة إيجابية مفعمة بالسعادة والرضا نحو هذه الخطة، أو حالة سلبية مفعمة بالتعاسة والسخط نحو هذه الخطة.

ج- خطة السلام الأمريكية: هي خطة أعلنها الرئيس الأمريكي دونالد ترامب يوم الثلاثاء 28 يناير 2020، ووصفها "بخطة السلام في الشرق الأوسط"، وذلك في لقائه بالبيت الأبيض مع رئيس حكومة إسرائيل بنيامين نتنياهو، بهدف حل الصراع الفلسطيني الإسرائيلي وتسويته، ووضع الخطة "جاريد كوشنر" مستشار الرئيس الأمريكي في 80 صفحة، وقد قوبلت هذه الخطة بالرفض التام من قبل السلطة الفلسطينية، وتباينت حولها ردود الفعل الدولية بين مؤيد ومعارض.

د- التعرض للوسيلة الإعلامية: يقصد به الباحث معدل مشاهدة أو استخدام أو قراءة أو سماع الوسيلة الإعلامية التقليدية أو الحديثة، سواء كان هذا المعدل (مرتفع- متوسط- منخفض).

هـ- المواقع الإلكترونية الإخبارية: يقصد بها الباحث المواقع التي تمد الجمهور البحريني بالمعلومات والأخبار بشكل شامل، سواء المواقع التي تنتمي لليوب 0.1، أو تلك التي تنتمي لليوب 0.2، وسواء الحكومية منها أو الخاصة.

#### المحور الرابع: نتائج الدراسة المسحية في ضوء تساؤلات الدراسة:

أ- ما مدى معرفة الشباب الجامعي البحريني وإدراكهم لخطة السلام الأمريكية؟ تشير بيانات الجدول (2) إلى أن هناك نسبة معرفة بخطة السلام الأمريكية من قبل الشباب الجامعي البحريني تقدر بـ 81.8%، بينما يوجد 18.1% من حجم العينة لم يعرف بالخطة ولم يسمع أو يقرأ عنها شيئاً، ومن ثم تم استبعاد نسبة من لم يعرفوا هذه الاتفاقية في الإجابة عن بقية أسئلة الاستمارة البحثية، وعلى النقيض، تمثلت أهم المعلومات التي اطلعت عليها النسبة الأكبر من المبحوثين الذين سمعوا عن هذه الخطة في المحاور الآتية:

- جعل القدس عاصمة لإسرائيل.
- شرعنة استمرار المستوطنات الإسرائيلية، والسيطرة على أكبر جزء من الأراضي الفلسطينية، وتقليص السيادة الفلسطينية.
- تدخل سافر من أمريكا والاحتلال الإسرائيلي في ضوء خذلان عربي.

• خطة خادعة تحت مزاغم السلام والعدالة، ولكنها تخدم أغراض استعمارية لإسرائيل.

وجدير بالذكر، أنه لم يذكر أحد من العينة ما شملته الخطة من تقديم استثمارات تجارية كبيرة بخمسين مليار دولار في الدولة الفلسطينية الجديدة المزمعة. وبالنسبة لمدى معرفة المبحوثين لردود الفعل الدولية لمملكة البحرين والسلطة الفلسطينية، جاءت نسبة 70% من المبحوثين عرفوا واطلعوا على بيان الخارجية البحرينية الخاص بخطة السلام، وذلك وفقاً لجدول (3)، بينما لم يطلع على البيان نسبة 30%، وبالنسبة لمدى معرفتهم برد فعل السلطة الفلسطينية، المتمثل في تصريحات الرئيس الفلسطيني بعد إعلان هذه الخطة، فجاءت نسبة 62.5% اطلعوا على تصريحات الرئيس الفلسطيني، ونسبة 37.5% لم يطلعوا عليها. ولمعرفة اتجاه المبحوثين نحو بيان الخارجية البحرينية بصدد هذه الخطة، نجد أن هناك نسبة 23.2% تؤيد بشدة البيان، بينما جاءت نسبة 20% تعارض بشدة هذا البيان، كما جاءت نسبة تأييد البيان أعلى من نسبة معارضته، وتمثلت نسبة المحايدة 21.3%، وذلك وفقاً لما يوضحه جدول (4).

ولمعرفة اتجاه المبحوثين نحو تصريحات الرئيس الفلسطيني محمد عباس أبو مازن، التي جاءت مناهضة للخطة، توضح بيانات جدول (5) أن هناك نسبة 47.1% يرون أن هذه التصريحات إيجابية وداعمة للقضية الفلسطينية، بينما جاءت نسبة 34% يرون أن هذه التصريحات اعتيادية متوقعة، والنسبة الأقل 18% يرون أن هذه التصريحات سلبية وتضر بالقضية الفلسطينية.

ب- ما مصادر معرفة الشباب الجامعي البحريني وإدراكهم لخطة السلام الأمريكية؟ وفقاً لجدول (6)، احتلت المواقع الإلكترونية الإخبارية المرتبة الأولى من حيث الاعتماد عليها كمصدر معرفي لاستقاء معلومات عن خطة السلام الأمريكية، وذلك بنسبة 53.4%، بينما جاء في المرتبة الثانية الفضائيات بنسبة 45.7%، ثم الصفحات والحسابات الإخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 24.8%، وتساوت نسبة التطبيقات الإخبارية عبر الموبايل مع نسبة الجماعات المرجعية كمصدر للمعلومات 21.9%.

ج- كيف يتعرض الشباب الجامعي البحريني للمواقع الإخبارية البحرينية؟ وللإجابة عن هذا السؤال تم التعرف على أربعة عناصر رئيسية هي:  
1. درجة التعرض للمواقع الإخبارية البحرينية لدى الشباب الجامعي.

2. كيفية استخدام هذه المواقع عبر الوسائط والمنصات المتباينة.
  3. تفضيلات الشباب الجامعي البحريني لأهم المواقع الإخبارية البحرينية.
  4. دوافع استخدامهم لهذه المواقع.
- 1- درجة التعرض للمواقع الإخبارية البحرينية لدى الشباب الجامعي.
- وفقًا لبيانات جدول (7)، جاءت درجة تعرض الشباب الجامعي البحريني للمواقع الإخبارية البحرينية مرتفعة بنسبة 32.9%، يليها نسبة 28% لدرجة التعرض المتوسط، ثم درجة التعرض المنخفض بنسبة 20%.
- 2- كيفية استخدام هذه المواقع عبر الوسائط والمنصات المتباينة.
- تبين من نتائج بيانات جدول (8) أن الشباب الجامعي البحريني يتابع المواقع الإخبارية الإلكترونية عبر حسابها على "انستجرام" في المرتبة الأولى بنسبة 43.7%، ثم في المرتبة الثانية وبالتساوي جاء الدخول علي المواقع مباشرة أو من خلال متابعتها عبر تطبيقاتها عبر الجوال بنسبة 42.6%، ثم في المرتبة الثالثة متابعتها عبر حسابها في "تويتر" بنسبة 24.4%.
- 3- تفضيلات الشباب الجامعي البحريني لأهم المواقع الإخبارية البحرينية.
- وفقًا لجدول (9)، تشير النتائج إلى تفضيل الشباب الجامعي البحريني لموقع أخبار الخليج في المرتبة الأولى بنسبة 52%، ثم موقع وكالة الأنباء البحرينية بنسبة 40%، ثم موقع الأيام البحرينية بنسبة 37%، وتمثلت "أخرى تذكر" في حساب "الرفاعي والفاروق" على انستجرام، والبث المباشر لتلفزيون البحرين عبر الإنترنت، وموقع الوسط سابقًا.
- 4- دوافع استخدامهم لهذه المواقع.
- وفقًا لجدول (10)، تمثلت أهم دوافع استخدام المواقع الإلكترونية المفضلة لدى الشباب الجامعي البحريني في كونها وسيلة سريعة في عرض مستجدات الأحداث بنسبة 71%، ونظرًا لدقتها في نقل المعلومة بنسبة 27%، ولصداقيتها بنسبة 26%، ولكونها الوسيلة المتاحة أمام المبحوثين بنسبة 18%، وتمثلت "أخرى تذكر" في الاطلاع على تعليقات الآخرين ووجهات نظرهم.
- د- كيف يرى الشباب الجامعي البحريني خطة السلام الأمريكية؟
- ولمعرفة آراء الشباب الجامعي البحريني نحو هذه الخطة تم التعرف على عنصرين:
- 1- اتجاه الشباب البحريني نحو الخطة.
  - 2- توصيف الشباب البحريني للخطة.
  - 3- الاتجاه نحو الطرف المغاير للرأي.

## 1- اتجاه الشباب البحريني نحو الخطة:

يتبين من بيانات جدول (11) غلبة الاتجاه المعارض بشدة للخطة بنسبة 70٪، بينما جاء في المرتبة الثانية الاتجاه المعارض بنسبة 13٪، وجاء الاتجاه المحايد في المرتبة الثالثة بنسبة 10٪.

## 2- توصيف الشباب البحريني للخطة:

يتبين من بيانات جدول (12) أن المبحوثين يرون أن الخطة ما هي إلا "صفقة القرن" وتدخل أمريكي في المنطقة لصالح إسرائيل بنسبة كبيرة تقدر بـ 77٪، وجاء في المرتبة الثانية من لا يرون وصفاً معيئاً للخطة بنسبة 15٪، وجاء في المرتبة الأخيرة من يرونها فرصة القرن للتعايش بسلام وعدالة بين الفلسطينيين والإسرائيليين بنسبة 8٪، وهذا يدل على رفض الشباب للخطة.

## 3- الاتجاه نحو الطرف المغاير في الرأي:

ومن بيانات جدول (13) يتضح أن اتجاه المبحوثين نحو الآخر المغاير في الرأي: أنه جاهل بحقائق الأمور بنسبة 51٪، ثم جاء خيار لا رأي لي تجاه الآخر بنسبة 35٪، وأخيراً خيار وجهة نظره تحترم وتقدر بنسبة 14٪.

## ه- ما سمات الحالة المزاجية للشباب الجامعي البحريني نحو الخطة؟

وللإجابة عن هذا السؤال تم تصميم مقياس التمييز الدلالي لاستكشاف أبعاد الحالة المزاجية للشباب الجامعي نحو هذه الخطة، ومن بيانات جدول (14) يتضح أن هناك غلبة للحالة المزاجية السلبية لدى المبحوثين، حيث ارتفع المتوسط الحسابي على عبارات الحالة المزاجية السلبية جداً ويقدر بـ 66.25، ويأتي في المرتبة الثانية المتوسط الحسابي للحالة المزاجية البينية المحايدة ويقدر بـ 42.25، ويأتي في المرتبة الثالثة المتوسط الحسابي للحالة المزاجية السلبية ويقدر بـ 33.5، وفي المرتبة الرابعة المتوسط الحسابي للحالة المزاجية الإيجابية ويقدر بـ 23.25، وأخيراً الحالة المزاجية الإيجابية جداً ويقدر متوسطها الحسابي بـ 8.25.

ولتوصيف الحالة المزاجية السلبية جداً السائدة لدى المبحوثين تجاه هذه الخطة، نجد وفقاً لبيانات جدول (14) أن هناك حالة شديدة من التعاسة والاستياء بسبب إعلان هذه الخطة بنسبة 47٪، وذلك عكس حالة السعادة وعدم الاستياء من هذه الخطة التي جاءت بنسبة منخفضة 3.8٪، كما يوجد شعور شديد بخيبة الأمل نحو المواقف السلبية للدول العربية تجاه هذه الخطة بنسبة 34٪، وذلك عكس حالة الشعور بالرضا التام نحو المواقف الإيجابية للدول العربية التي جاءت بنسبة

منخفضة 5.8٪، كما زادت نسبة الشك وعدم الثقة في قدرات الحكومات العربية لدعم القضية الفلسطينية بعد إعلان هذه الخطة بنسبة 31.2٪، وذلك عكس حالة الثقة واليقين في قدرات الحكومات العربية لدعم القضية الفلسطينية التي انخفضت بنسبة 7.7٪، وأيضاً زادت نسبة حالة التشاؤم بمستقبل غامض وكارثي لفلسطين بعد إعلان هذه الخطة بنسبة 38٪، وذلك عكس حالة التفاؤل بمستقبل زاهر ومشرق لفلسطين التي انخفضت بنسبة 4.8٪.

### المحور الخامس: النتائج العامة للدراسة:

أوضحت الدراسة مجموعة من النتائج المهمة التي يمكن إيجازها في النقاط الآتية:

- 1- مدى المعرفة والإدراك بخطة السلام الأمريكية ومصادر المعرفة: جاءت معرفة الشباب الجامعي البحريني بخطة السلام الأمريكية نسبة مرتفعة 81.8٪، بينما يوجد 18.1٪ من حجم العينة التي قوامها 215 مبحوثاً لم يعرف الخطة ولم يسمع أو يقرأ عنها شيئاً، وهذا يدل على ارتفاع الوعي لدى الشباب بقضايا الشأن العام الحالي، كما جاءت نسبة 70٪ من المبحوثين عرفوا واطلعوا على بيان الخارجية البحرينية الخاص بخطة السلام، وجاءت نسبة 62.5٪ اطلعوا على تصريحات الرئيس الفلسطيني بصدد هذه الخطة. وقد احتلت المواقع الإلكترونية الإخبارية المرتبة الأولى من حيث الاعتماد عليها كمصدر معرفي لاستقاء معلومات عن خطة السلام الأمريكية، وذلك بنسبة 53.4٪، بينما جاء في المرتبة الثانية الفضائيات بنسبة 45.7٪، ثم الصفحات والحسابات الإخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 24.8٪.
- 2- كيفية تعرض الشباب للمواقع الإلكترونية الإخبارية البحرينية: ارتفعت درجة تعرض الشباب الجامعي البحريني للمواقع الإخبارية البحرينية بنسبة 32.9٪، ويفضل الشباب متابعة المواقع الإخبارية الإلكترونية عبر حسابها على انستجرام بنسبة 43.7٪، وجاء موقع "أخبار الخليج" في المرتبة الأولى بنسبة 52٪ كأول موقع يفضلته الشباب، ثم موقع "وكالة الأنباء البحرينية" بنسبة 40٪، وكان الدافع الأساسي لاستخدامهم لهذه المواقع بسبب سرعتها في عرض مستجدات الأحداث بنسبة 71٪.
- 3- رأي الشباب الجامعي البحريني في خطة السلام الأمريكية: غلب الاتجاه المعارض لخطة السلام الأمريكية من قبل الشباب الجامعي نحو هذه الخطة بنسبة 70٪،

وترى نسبة 77% أن هذه الخطة ما هي إلا "صفقة القرن" وتدخل أمريكي في المنطقة لصالح إسرائيل.

4- سمات الحالة المزاجية المسيطرة على الشباب نحو هذه الخطة: يتضح غلبة الحالة المزاجية السلبية لدى المبحوثين، حيث ارتفع المتوسط الحسابي لعبارات الحالة المزاجية السلبية جدًا ويقدر بـ 66.25، كما ارتفعت نسب الموافقة الشديدة على عبارات التمييز الدلالي التي تحمل مزاجًا سلبيًا تغيثًا.

#### المحور السادس: توصيات الدراسة:

1- تأسيس مرصد للمزاج العام داخل مملكة البحرين للقيام باستطلاعات دورية لحالة المزاج العام داخل المملكة.

2- تطوير مقررات الرأي العام داخل الأقسام العلمية تخصص الإعلام والعلاقات العامة بمملكة البحرين، كي تضم المقررات مخرجات تعليمية معرفية عن ماهية المزاج العام ونظرياته المعاصرة، وأخرى تطبيقية عن طرق قياسات المزاج العام لدى الشعوب.

3- الاهتمام بالمزاج العام كمجال بحثي معاصر تقل فيه الدراسات العربية.

4- على الحكومات العربية محاولة إسعاد شعوبها من خلال تحسين رتبها على مؤشر جالوب للسعادة، وتوفير مسببات السعادة لدى شعوبها وفقًا لما جاء في مؤشر جالوب للسعادة.

### هوامش البحث ومراجعته

1 بيان وزارة الخارجية البحرينية، متاح على:

<https://www.mofa.gov.bh/Default.aspx?tabid=8266&language=ar-BH&ItemId=12284>

2 خطاب الرئيس الفلسطيني أمام مجلس الأمن حول خطة السلام الأمريكية، متاح على:

<https://www.youtube.com/watch?v=AQh81b2Puzs>

3 **bo pang and lillian lee (2008) opinion mining and sentiment analysis ,foundations and trends in information retrieval , vol2 , pp.101.**

4 Nathaniel Beck (1992) Public Opinion in America: Moods, Cycles and Swings. by James A. Stimson , The Public Opinion Quarterly, Vol. 56, No. 3, pp. 381-382

5 Depue, R. & Fu, Y. (2012) Neurobiology and neurochemistry of temperament in adults. In: Zentner, M. & Shiner, R. (Eds.) Handbook of Temperament. NY: Guilford Publications, 368-399.

6 الدراسات هي:

- *Laceulle, O.M., Jeronimus, B.F., Van Aken, M.A.G., Ormel, J. (2015). "Why Not Everyone Gets Their Fair Share of Stress: Adolescent's Perceived Relationship Affection Mediates Associations Between Temperament and Subsequent Stressful Social Events". European Journal of Personality. 29 (2): 125–137*
- *Jankowski, K.S. (2014). "The role of temperament in the relationship between morningness-eveningness and mood". Chronobiology International. 31: 114–122.*
- *White, Bonnie A.; Horwath, Caroline C.; Conner, Tamlin S. (2013-11-01). "Many apples a day keep the blues away--daily experiences of negative and positive affect and food consumption in young adults". British Journal of Health Psychology. 18 (4): 782–798.*
- *Conner, Tamlin S.; Brookie, Kate L.; Richardson, Aimee C.; Polak, Maria A. (2015-05-01). "On carrots and curiosity: eating fruit and vegetables is associated with greater flourishing in daily life". British Journal of Health Psychology. 20 (2): 413–427.*

7 Mayer, j.D & Stevenes, A.A.(1994):AN Emerging Understanding of Reflective (Meta) Experience of Mood. journal of research of personality, 28, 351-373.

8 Kagan, Jerome (1997). *Galen's Prophecy: Temperament In Human Nature*. New York: Westview Press.

9 Rothbart, M.K. (2007). "Temperament, development and personality" *Current Directions in Psychological Science. 16 (4): 207–212*

10 Nathan J. Kelly & Peter K. Enns (2010) Inequality and the Dynamics of Public Opinion: The Self-Reinforcing Link Between Economic Inequality and Mass Preferences, American Journal of Political Science, Vol. 54, No. 4 , pp. 855-870

11 Bryan Calvin, Paul M. Collins, Jr., Matthew Eshbaugh-Soha (2011) On the Relationship between Public Opinion and Decision Making in the U.S. Courts of Appeals ,Political Research Quarterly, Vol. 64, No. 4 , pp. 736-748

12 Christopher Ellis, Christopher Faricy(2011) Social Policy and Public Opinion: How the Ideological Direction of Spending Influences Public Mood , The Journal of Politics, Vol. 73, No. 4 ,pp. 1095-1110.



13 Si Shi, Dawei Jin, Tiong-Thye Goh (2017) Real-time Public Mood Tracking of Chinese Microblog Streams with Complex Event Processing. *IEEE Access* , vol. 5:pp 421-431 .

14 Linda M. Isbell and Victor C. Ottati (2002) The Emotional Voter Effects of Episodic Affective Reactions on Candidate Evaluation , *The Social Psychology of Politics*, edited by Ottati et al., Kluwer Academic/Plenum Publishers, New York, pp55-71.

15 غوستاف لوبون (1991): سيكولوجية الجماهير، ترجمة هشام صالح، دار الساقي، بيروت، لبنان.

16 Valentine, Elizabeth R. (2011). Spooks and Spoofs: Relations Between Psychical Research and Academic Psychology in Britain in the Inter-War Period. *History of the Human Sciences* 25: 67–90.

17 Aspren, E. (2010), "A Nice Arrangement of Heterodoxies: William McDougall and the Professionalization of Psychical Research", *Journal of the History of the Behavioral Sciences*, 46 (2):123–143.

18 تم الرجوع إلى:

- Kelly, J. R., & Barsade, S. G. (2001). Moods and emotions in small groups and work groups. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 86, 99–130
- George, J. M. (1990). Personality, affect, and behavior in groups. *Journal of Applied Psychology*, 75, 107–116.
- George, J.M. (1996). Group affective tone. In M. A. West (Ed.), *Handbook of work group psychology* (pp. 77–93). Chichester, UK: Wiley

19 تم الرجوع إلى:

- Herbert Blumer, "Collective Behavior," in A. M. Lee, ed., *Principles of Sociology*, New York, Barnes & Noble, 1951, pp. 67–121.
- Jaap van Ginneken, *Collective behavior and public opinion – Rapid shifts in opinion and communication*, Mahwah, NJ: Erlbaum, 2003.
- ocher, David A., *Collective Behavior*, Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, 2002.
- ooty, J., Connelly, S., Griffith, J., & Gupta, A. (2010). Leadership, affect and emotions: A state of the science review. *The Leadership Quarterly*, 21(6), 979-1004

20 Bryant, J., & Zillmann, D. (1984). Using television to alleviate boredom and stress: Selective exposure as a function of induced excitational states. *Journal of Broadcasting*, 28, 1–20.

21 Reinecke, L., Tamborini, R., Grizzard, M., Lewis, R., Eden, A., & Bowman, N. D. (2012). Characterizing mood management as need satisfaction: The effects of intrinsic needs on selective exposure and mood repair. *Journal of Communication*, 62, 437–453.

22 Reinecke, L., Hartmann, T., & Eden, A. (2014). The guilty couch potato: The role of ego depletion in reducing recovery through media use. *Journal of Communication*, 64, 569–589.

23 الفرماوي، حمدي وحسن، وليد (2009): الميمنة انفعالية لدى العاديين وذوي الإعاقة الذهنية، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، ط1.

24 Bowman, N. D., & Tamborini, R. (2013). “In the mood to game”: Selective exposure and mood management processes in computer game play. *New Media & Society*, 17(3), 375–393.

25 Oliver, M. B., & Raney, A. A. (2011). Entertainment as pleasurable and meaningful: Identifying hedonic and eudaimonic motivations for entertainment consumption. *Journal of Communication*, 61, 984–1004.

26 Zillmann, D. (1988). Mood management through communication choices. *American Behavioral Scientist*, 31 (3), 327–341.

27 نجوى عبد السلام فهمي (2012): استخدام تويتر لرصد المزاج العام للمجتمع في فترات الاضطرابات أحداث محمد محمود 2011 في مصر نموذجًا، المؤتمر العلمي الدولي التاسع عشر، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 23 – 25 أبريل 2012، ص 183.

28 Wendy M. Rahn, Brian Kroeger & Cynthia M. Kite (1996) A Framework for the Study of Public Mood

*Political Psychology*, Vol. 17, No. 1 (Mar., 1996), pp. 29-58

29 تم الرجوع إلى:

- **Robert Prechter, Deepak Goel & et al. (2012) Social Mood, Stock Market Performance, and U.S. Presidential Elections A Socionomic Perspective on Voting Results , Vol: 2 issue: 4,pp1-13 . Available at : <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/2158244012459194>**
- John R. Nofsinger (2005) , Social Mood and Financial Economics *Journal of Behavioral Finance* , Volume 6, - Issue 3 pp 144- 160.

- **Robert R. Prechter & Wayne D. Parker (2007) The Financial/Economic Dichotomy in Social Behavioral Dynamics: The Socionomic Perspective , Journal of Behavioral Finance, Vol. 8, No. 2, pp. 84-108.**

30 تم الرجوع إلى:

- León, F., Szanto, T., & Zahavi, D. (2017). Emotional Sharing and the Extended Mind. *Synthese* . (Available at : ) <https://doi.org/10.1007/s11229-017-1351-x>
- Zahavi, D., & Salice, A. (2017). Phenomenology of the we: Stein, Walther, Gurwitsch. In J. Kiverstein (Ed.), *The Routledge handbook of philosophy of the social mind* (pp. 515–527). New York: Routledge.
- Szanto, T. (2015). Collective emotions, normativity and empathy: A Steinian account. *Human Studies*, 38(4), 503–527.
- Wheeler, M. (2015). Extended consciousness: An interim report. *The Southern Journal of Philosophy*, 53(S1), 155–175.

31 Smith, E., Seger, C., & Mackie, D. (2007). "Can emotions be truly group level? Evidence regarding four conceptual criteria." *Journal Personality and Social Psychology*, 93(3), 431-446.

32 Sanchez-Burks, J. & Huy, Q. (2009) Emotional Aperture: The Accurate Recognition of Collective Emotions. *ORGANIZATION SCIENCE* Vol. 20, No. 1, January–February 2009, pp. 22-34

33 Thompson, E.R; Phua, F.T.T. (2012). "A Brief Index of Affective Job Satisfaction". *Group & Organization Management*. 37 (3): 275–307.

34 Wegge, J; van Dick, R.; Fisher, G.K.; West, M.A.; Dawson, J.F. (September (2006). "A Test of Basic Assumptions of Affective Events Theory (AET) in Call Centre Work". *British Journal of Management*. 17 (3): 237–254

35 Ashkanasy, N.M.; Humphrey, R. H. (April 2011). "Current Emotion Research in Organizational Behavior". *Emotion Review*. 3 (2): 214–224.

36 Alexandra Merritt ,Rachel LaQuea , Rachel Cromwell & Christopher J. Ferguson (2016) Media Managing Mood: A Look at the Possible Effects of Violent Media on Affect , *Child Youth Care Forum* , 45:pp.241–258.

37 Tyler Johnson , Paul M. Kellstedt (2014) Media Consumption and the Dynamics of Policy Mood, *Polit Behav* , 36:pp.377–399.

38 تم الرجوع إلى:

- Bing Li a , Keith C.C. Chan a , Carol Ou b & Sun Ruifeng ( 2017) Discovering public sentiment in social media for predicting stock movement of publicly listed companies , Information Systems ,Volume 69, Pp 81-92.
- Daniel Cahill, Marvin Wee, Joey W. Yang (2017) Media sentiment and trading strategies of different types of traders ,Pacific-Basin Finance Journal 44 , pp. 160–172.

39 Wen Yang , Dongtong Lin , Zelong Yi (2017) Impacts of the mass media effect on investor sentiment , Finance Research Letters , vol. 22 ,pp 1–4

40 Simon Fong, Suash Deb, Io-Weng Chan, P. Vijayakumar, 2014 "An event driven neural network system for evaluating public moods from online users' comments", Applications of Digital Information and Web Technologies Fifth International Conference, pp. 239-243.

41 Samir Tartir, Ibrahim Abdul-Nabi (2017) Semantic Sentiment Analysis in Arabic Social Media , Journal of King Saud University – Computer and Information Sciences,vol. 29 ,pp. 229–233.

42 مجدي الداغر (2017): اتجاهات الجمهور نحو تأثيرات الإعلام الجديد على التحولات السياسية في مصر وانعكاساتها على الأزمات الاقتصادية أثناء ثورة 25 يناير وما بعدها – دراسة ميدانية، Arab Media & Society , Issue 24 ، ص ص 55 – 13.

43 Long Doan (2012) A Social Model of Persistent Mood States , Social Psychology Quarterly 75(3) 198-218.

44 Daniel DiLeo (1997) Dynamic Representation in the United States: Effects of the Public Mood on Governors' Agendas ,State and Local Government Review Vol. 29, No. 2 :pp 98-109.

45 Paulami Sanyal (2016) Parliamentary Elections in Egypt2015 , Contemporary Review of the Middle East, SAGE Publications India, 3(4) , pp445-454.

46 Joseph Daniel Ura ,Christopher R. Ellis (2012) Partisan Moods: Polarization and the Dynamics of Mass Party Preferences , The Journal of Politics, Vol. 74, No. 1, Pp. 277–291.

47 Daniel DiLeo (1997) op.cit :pp 98-109.

48 تم الرجوع إلى:

- E.K. Seltzer, E. Horst-Martz, M. Lu & R.M. Merchant (2017) Public sentiment and discourse about Zika virus on Instagram , public health, vol 150 , pp.170- 17 5.
- Krueger, J., & Szanto, T. (2016). Extended Emotions. Philosophical Compass, 11(12), pp863-878.

49 Daniel Bar-tal , Eran Halperin , Joseph De Rivera (2007) Collective Emotions in Conflict Situations: Societal Implications, Journal of Social Issues, Vol. 63, No. 2, pp. 441—460.

50 Christopher Ellis & Christopher Faricy (2011) Social Policy and Public Opinion: How the Ideological Direction of Spending Influences Public Mood , The Journal of Politics, Vol. 73, No. 4, Pp. 1095–1110.

51 Vitrierat Ng and Kin-man Chan (2017) Emotion Politics: Joyous Resistance in Hong Kong , The China Review , Vol. 17, No. 1 ,pp 83-115

52 حسن عماد مكاوي، ليلي حسين (2006): الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة .

53 Silvia Knobloch (2003) Mood Adjustment via Mass Communication , Journal of Communication, June 2003 , online :

<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1460-2466.2003.tb02588.x/pdf>

54 تم الرجوع إلى:

- Zillman, D., (2000). Mood management in the context of selective exposure theory. In M. E. Roloff (Ed.), *Communication Yearbook 23* (pp. 103–123). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Zillmann, D.; Cantor (1972). "Directionality of transitory dominance as a communication variable affecting humor appreciation". *Journal of Personality and Social Psychology*. 24: 191–198

55 Zillmann, D. (1996). The psychology of suspense in dramatic exposition. In P. Vorderer, W. J. Wulff, & M. Friedrichsen (Eds.), *Suspense: conceptualizations, theoretical analyses, and empirical explorations* (pp 199–231). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

56 . Hatfield, E.; Cacioppo, J.T.; Rapson, R.L. (1993). "Emotional contagion". *Current Directions in Psychological Sciences*. 2: 96–99.

57 Neumann, R., & Strack, F. (2000). "Mood contagion": The automatic transfer of mood between persons. *Journal of Personality and Social Psychology*, 79, 211–223

58 Schoenewolf, G., (1990). Emotional contagion: Behavioral induction in individuals and groups.' *Modern Psychoanalysis*; 15, 49-61

59 E Ferrara & Z Yang (2015). "Measuring Emotional Contagion in Social Media". *PLoS ONE*. 10 (11)

Online: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4636231/>

60 تم الرجوع إلى:

- Kelly, J.R. and Barsade, S.G. (2001). "Mood and Emotions in Small Groups and Work Teams". *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. 86 (1): 99–130.
- Ahmetoglu, G., Leutner, F., & Chamorro-Premuzic, T. (2011). EQ-nomics: Understanding the relationship between individual differences in trait emotional intelligence and entrepreneurship. *Personality and Individual Differences*, 51(8), 1028-1033.

61 Barsade, S. G. 2002. The ripple effect: Emotional contagion and its influence on group behavior. *Administrative Science Quarterly*. 47 (4) 644–675

62 الدراسات هي:

- Sy T., Cote S., Saavedra R. (2005). "The Contagious Leader: Impact of the Leader's Mood on the Mood of Group Members, Group Affective Tone, and Group Processes". *Journal of Applied Psychology*. 90 (2): 295–305
- Antonakis, J., Ashkanasy, N. M., & Dasborough, M. T. (2009). Does leadership need emotional intelligence? *The Leadership Quarterly*, 20(2), 247-261
- Barbuto, J. E., Jr., Gottfredson, R. K., & Searle, T. P. (2014). An examination of emotional intelligence as an antecedent of servant leadership. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 21(3), 315-323
- Vidyarthi, P. R., Anand, S., & Liden, R. C. (2014). Do emotionally perceptive leaders motivate higher employee performance? The moderating role of task interdependence and power distance. *The Leadership Quarterly*, 25(2), 232-244.
- Chan, K.-Y., Uy, M. A., Chernyshenko, O. S., Ho, M.-H. R., & Sam, Y.-L. (2015). Personality and entrepreneurial, professional and leadership motivations. *Personality and Individual Differences*, 77, 161-166.

63 الدراسات هي:

- Mitchell Dean (2017) Political acclamation, social media and the public mood , *European Journal of Social Theory*, Vol. 20(3) 417-434.
- Ahmetoglu, G., Leutner, F., & Chamorro-Premuzic, T. (2011). Economics: Understanding the relationship between individual differences in trait emotional intelligence and entrepreneurship. *Personality and Individual Differences*, 51(8), 1028-1033.

- Bratton, V. K., Dodd, N. G., & Brown, F. (2011). The impact of emotional intelligence on accuracy of self-awareness and leadership performance. *Leadership & Organization Development Journal*, 32(2), 127-149.
- Pugh, D. (2001). Service With a Smile: Emotional Contagion in the Service Encounter. *Academy of Management Journal*, 44(5), 1018-1027..

64 Rimé, Bernard (2007). "The Social Sharing of Emotion as an Interface Between Individual and Collective Processes in the Construction of Emotional Climates".

*Journal of Social Issues*. 63 (2): 307–322

65 Kramer, A. D., Guillory, J. E., & Hancock, J. T. (2014). Experimental evidence of massive-scale emotional contagion through social networks. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 111(24), 8788-8790.

66 E Ferrara & Z Yang (2015). "Measuring Emotional Contagion in Social Media".

PLoS ONE. 10 (11):online:

<http://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0142390>

67 harber, k.d. & cohen, d.j. (2005) the emotional broadcaster theory of social sharing ,journal of language and social psychology, vol24,p

382

68 سعود صالح كاتب (13- 15 ديسمبر 2011): الإعلام الجديد وقضايا المجتمع التحديات والفرص، المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي، جامعة الملك عبد العزيز، جدة، ص22.

## ملحق جداول الدراسة:

المجموع		لا		نعم		هل سمعت أو قرأت عن خطة السلام الأمريكية (المعروفة إعلامياً بصفقة القرن)؟
%	ك	%	ك	%	ك	
%100	215	18.1	39	81.8	176	

جدول (2) معرفة الطلاب بخطة السلام

المجموع		لا		نعم		هل اطلعت على بيان الخارجية البحرينية الخاص بخطة السلام الأمريكية؟
%	ك	%	ك	%	ك	
%100	176	%30	53	%70	123	
%100	176	%37.5	66	%62.5	110	هل عرفت تصريحات الرئيس الفلسطيني محمود عباس بعد إعلان هذه الخطة؟

جدول (3) معرفة الشباب بردود الأفعال البحرينية والفلسطينية

المجموع		أعارض البيان بشدة		أعارض البيان		محايد		أؤيد البيان		أؤيد البيان بشدة		ما رأيك في بيان الخارجية البحرينية نحو خطة السلام؟
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
%100	176	%21	37	%16	28	%21.3	37	%18	32	23.8	42	

جدول (4) اتجاه الشباب نحو بيان الخارجية البحرينية

المجموع		متوقعة واعتيادية		سلبية تضر القضية الفلسطينية		إيجابية تدعم القضية الفلسطينية		ما رأيك في تصريحات الرئيس الفلسطيني محمود عباس (أبو مازن)؟
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
%100	176	%34	61	%18	32	%47.1	83	

جدول (5) اتجاه الشباب نحو تصريحات الرئيس الفلسطيني



من أين سمعت عن هذه الخطة؟ (يمكن اختيار أكثر من بديل)		
%	ك	البدائل
53%	94	المواقع الإلكترونية الإخبارية
45.7%	79	الفضائيات
24.8%	42	الصفحات والحسابات الإخبارية عبر مواقع التواصل الاجتماعي
4.8%	7	الصحف المطبوعة
10.5%	17	الإذاعة المسموعة
21.9%	37	الأسرة والمعارف
21.9%	37	التطبيقات الإخبارية عبر الجوال
3.9%	5	أخرى تذكر

جدول (6) مصادر معرفة الشباب بالخطة

ما درجة تعرضك للمواقع الإخبارية البحرينية؟		
%	ك	البدائل
16%	16	مرتفعة جدًا
32.9%	58	مرتفعة
28%	46	متوسطة
20%	35	منخفضة
12%	21	منخفضة جدًا
100%	176	المجموع

جدول (7) درجة التعرض للمواقع الإخبارية البحرينية

حدد كيفية متابعتك لهذه المواقع؟ (يمكن اختيار أكثر من بديل)		
%	ك	البدائل
42.6%	75	أتابعها عبر الموقع الإلكتروني مباشرة
42.6%	75	أتابعها عبر تطبيقاتها عبر الجوال
43.7%	77	أتابعها عبر حسابها على الانستجرام
13%	23	أتابعها عبر حسابها على الفيس بوك
24.4%	43	أتابعها عبر حسابها على تويتر
3%	6	أخرى تذكر

جدول (8) كيفية متابعة المواقع عبر المنصات والوسائط

ما المواقع الإخبارية البحرينية التي تفضل متابعتها كمصدر إخباري؟ (يمكن إختيار أكثر من بديل)		
%	ك	البدائل
%52	92	أخبار الخليج
%40	69	وكالة الأنباء البحرينية
%37	65	الأيام
%16	28	الوطن
%12	21	البلاد
%18	30	أخرى تذكر

جدول (9) المواقع الإلكترونية الإخبارية البحرينية المفضلة

لماذا تفضل هذه المواقع عن غيرها؟ (يمكن إختيار أكثر من بديل)		
%	ك	البدائل
%71	125	لسرعتها في عرض مستجدات الأحداث
%27	48	لدقتها في نقل المعلومات
%26	46	لمصداقيتها لدي
%18	31	لكونها الوسيلة المتاحة أمامي
%10	17	من خلالها أعبر عن آرائي بسهولة
%15	26	لعدم تحيزها ولعرضها للرأي والرأي الآخر
%1	2	أخرى تذكر

جدول (10) دوافع استخدام المواقع الإلكترونية الإخبارية وتفضيلها

المجموع		معارض بشدة		معارض		محايد		مؤيد		مؤيد بشدة		ما مدى تأييدك لهذه الخطة؟
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
%100	176	%70	123	%13	23	%10	18	%4	7	%3	5	

جدول (11) الاتجاه نحو الخطة

كيف تصف هذه الخطة؟		
%	ك	البدائل
8%	14	فرصة القرن للتعايش بسلام وعدالة بين الفلسطينيين والإسرائيليين
77%	136	صفقة القرن وتدخل أمريكي في المنطقة لصالح إسرائيل
15%	26	لا يوجد توصيف محدد

جدول (12) توصيف الخطة من وجهة نظر المبحوثين

كيف ترى الطرف الآخر المعايير لرأيك تجاه هذه الخطة؟		
%	ك	البدائل
14%	25	وجهة نظره تحترم وتقدر
51%	90	جاهل لا يعلم حقائق الأمور
35%	61	لا رأي لي تجاه الآخر

جدول (13) الاتجاه نحو الطرف المعايير في الرأي

ما مدى موافقتك على هذه العبارات، حيث رقم 5 يعبر عن أعلى درجات موافقتك على العبارات الإيجابية يمين الجدول، ورقم 1 يعبر عن أعلى درجات موافقتك على العبارات السلبية يسار الجدول، ورقم 3 يدل على الحياد بين الإيجابي والسلبي.											
عبارات الحالة المزاجية الإيجابية	1		2		3		4		5		عبارات الحالة المزاجية السلبية
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
تعييس بسبب هذه الخطة ومستاء من إعلانها في هذا التوقيت	47%	83	19.2%	35	22.1%	39	8.7%	14	3.8%	5	سعيد بهذه الخطة وغير مستاء من إعلانها في هذا التوقيت
أشعر بخيبة الأمل نحو المواقف السلبية للدول العربية تجاه هذه الخطة	34%	60	11.7%	19	30.1%	53	20.4%	35	5.8%	9	أشعر بالرضا التام نحو الموقف الايجابي للدول العربية نحو هذه الخطة
لدي حالة من الشك وعدم الثقة في قدرات الحكومات العربية لدعم القضية الفلسطينية بعد إعلان هذه الخطة	31.2%	55	26.7%	46	24.2%	42	12.5%	21	7.7%	12	لدي حالة من الثقة واليقين في قدرات الحكومات العربية لدعم القضية الفلسطينية بعد إعلان هذه الخطة
أتشاءم بمستقبل غامض وكارثي لفلسطين في حالة تطبيق هذه الخطة	38%	67	24%	42	21.2%	37	13.5%	23	4.8%	7	أتفاءل بمستقبل زاهر ومشرق لفلسطين في حالة تطبيق هذه الخطة
المتوسط الحسابي للعبارات السلبية	66.25		35.5		42.75		23.25		8.25		المتوسط الحسابي للعبارات الإيجابية

جدول (14) الحالة المزاجية المسيطرة على الشباب تجاه خطة السلام الأمريكية

# Journal of Mass Communication Research «J M C R»

A scientific journal issued by Al-Azhar University, Faculty of Mass Communication

---

## Chairman: Prof.Ghanem Alsaaed

Dean of the Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Editor-in-chief:Prof. Reda Abdelwaged Amin

Vice Dean, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Assistants Editor in Chief:

### Prof. Arafa Amer

- Professor of Radio,Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

### Prof.Fahd Al-Askar

- Vice-President of Imam Muhammad bin Saud University for Graduate Studies and Scientific Research (Kingdom of Saudi Arabia)

### Prof.Abdullah Al-Kindi

- Professor of Journalism at Sultan Qaboos University (Sultanate of Oman)

### Prof.Jalaluddin Sheikh Ziyada

- Dean of the Faculty of Mass Communication, Islamic University of Omdurman (Sudan)

---

## Managing Editor: Dr.Mohamed Fouad El Dahrawy

Lecturer at Public Relations and Advertising Department, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Editorial Secretaries:

**Dr. Ibrahim Bassyouni:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

**Dr. Mustafa Abdel-Hay:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

**Dr. Ramy Gamal:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

Arabic Language Editor : Omar Ghonem: Assistant Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Designed by: Mohammed Kamel - Assistant Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Correspondences

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

- Our website: <http://jsb.journals.ekb.eg>

- E-mail: [mediajournal2020@azhar.edu.eg](mailto:mediajournal2020@azhar.edu.eg)

● Issue 56 January 2021 - part 3

● Deposit - registration number at Darelkotob almasrya /6555

● International Standard Book Number "Electronic Edition" 2682- 292X

● International Standard Book Number «Paper Edition»9297- 1110

## Rules of Publishing

● Our Journal Publishes Researches, Studies, Book Reviews, Reports, and Translations according to these rules:

- Publication is subject to approval by two specialized referees.
- The Journal accepts only original work; it shouldn't be previously published before in a refereed scientific journal or a scientific conference.
- The length of submitted papers shouldn't be less than 5000 words and shouldn't exceed 10000 words. In the case of excess the researcher should pay the cost of publishing.
- Research Title whether main or major, shouldn't exceed 20 words.
- Submitted papers should be accompanied by two abstracts in Arabic and English. Abstract shouldn't exceed 250 words.
- Authors should provide our journal with 3 copies of their papers together with the computer diskette. The Name of the author and the title of his paper should be written on a separate page. Footnotes and references should be numbered and included in the end of the text.
- Manuscripts which are accepted for publication are not returned to authors. It is a condition of publication in the journal the authors assign copyrights to the journal. It is prohibited to republish any material included in the journal without prior written permission from the editor.
- Papers are published according to the priority of their acceptance.
- Manuscripts which are not accepted for publication are returned to authors.