

جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا

كلية الآداب

قسم الإعلام

الإعلام العسكري الأردني ودوره في التوجيه المعنوي

"دراسة تحليلية لمجلة الأقصى العسكرية الشهرية من عام 2001 الى 2008 "

THE JORDANIAN MILITARY MEDIA AND ITS ROLE IN MORAL GUIDANCE

"AN Analytical Study Of Al- Aqsa Military Monthly Journal - From 2001_ 2008"

إعداد الطالب

خالد صالح ابوعواد

المشرف

الأستاذة الدكتورة حميدة سميسم

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام

آب 2009

نموذج تفويض

أنا الطالب خالد صالح ابوعواد أفوض جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا بتزويد نسخ من رسالتي

للمكتبات أو الهيئات أو الأشخاص عند طلبها

التوقيع :

التاريخ: ١٨/١١/٢٠١٩

ج

قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة الإعلام العسكري الأردني ودوره في التوجيه

المعنوي دراسة تحليلية لمجلة الأقصى العسكرية الشهرية من عام ٢٠٠١ الى ٢٠٠٨ "

وأجيزت بتاريخ ١٠ / آب / ٢٠٠٩

التوقيع

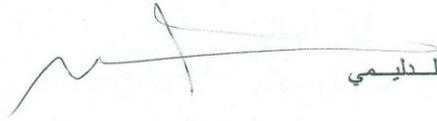
أعضاء لجنة المناقشة



الأستاذ الدكتور : حميدة سميسم رئيسا ومشرفا



الأستاذ الدكتور : عصام سليمان الموسى



الأستاذ الدكتور: عبد الرزاق الدليمي



الدكتور: عزت محمد حجاب

الإهداء

اهدي هذا الجهد المتواضع

الى والدي ووالدتي أطال الله في عمرهما

إلى زوجتي ورفيقة دربي

التي كانت عوناً لي في دراستي

إلى أبنائي

صخر، وسونيا، ولارا، ونغم

الباحث

خالد صالح ابوعواد

شكر وتقدير

الشكر لله سبحانه وتعالى الذي أعانني على إتمام هذا الجهد المتواضع ،
ويسر لي سبل النجاح والتوفيق لانجاز هذا العمل ، كما يسعدني في هذه

المناسبة أن أتقدم بجزيل الشكر وعظيم الامتنان والتقدير إلى مقام مولاي صاحب الجلالة الهاشمية الملك عبدالله الثاني بن الحسين القائد الأعلى للقوات المسلحة، الذي غرس فينا حب العلم والبحث والمعرفة، لما فيه خير ومصحة الوطن.

كما يسعدني أن أتقدم بالشكر الجزيل إلى عطوفة رئيس هيئة الأركان المشتركة الفريق أول الركن خالد جميل الصرايرة، وإلى زملائي في القوات المسلحة الأردنية درع الوطن وسياحه وسوطه وصوته .

ويسعدني وقد شارفت على انجاز هذه الرسالة أن أنسب الفضل لأهله، فأتقدم بالشكر الجزيل والعرفان للدكتورة الفاضلة حميدة سميسم التي كرمتني بالإشراف على رسالتي، ومدت لي يد العون فكانت نعم المعين، قدمت لي المساعدة بكثير كثير من الصبر وفيض من الخلق الرفيع، فلها مني جزيل الشكر والتقدير والامتنان .

والشكر موصول إلى الأستاذ الدكتور عبد الجبار البياتي، والأستاذ الدكتور غازي خليفة على ما قدماه لي من مساعدة كبيرة مكنتني من إنجاز هذه الرسالة فلهم جزيل الشكر وكل التقدير والامتنان، وكذلك أتقدم بالشكر إلى الصديق العزيز المقدم يزيد المراحلة على ما قدمه لي من مساعدة في أثناء إعدادي لهذه الرسالة .

الباحث

خالد صالح ابو عواد

الفهرس

الصفحة	الموضوع	
أ	عنوان الرسالة	
ب	نموذج التفويض	
ج	قرار اللجنة	
د- هـ	الإهداء	
د- هـ	شكر وتقدير	
و- ز	فهرس المحتويات	
	الملخص باللغة العربية	
	الملخص باللغة الأجنبية	
1	تمهيد مفهوم الإعلام العسكري	الفصل الأول / مدخل إلى الدراسة
3	مهام الإعلام العسكري	
6	جمهور الإعلام العسكري	
8	مفهوم الصحافة العسكرية	
9	أهمية الصحافة العسكرية	
12	أنواع الصحافة العسكرية	
13	مفهوم الإعلام العسكري الأردني	
15	مرتكزات الإعلام العسكري الأردني	
18	ثوابت الإعلام العسكري الأردني	
21	وسائل الإعلام العسكري الأردني	
33	مفهوم المعنويات	
34	المعنويات في القران والسنة	
35	المعنويات في المؤسسة العسكرية	
37	العوامل المؤثرة في المعنويات	
39	مفهوم التوجيه	
40	التوجيه المعنوي	
42	التوجيه المعنوي في المؤسسة العسكرية	
43	التوجيه المعنوي في القوات المسلحة الأردنية	

43	مديرية التوجيه المعنوي	
48	مشكلة الدراسة	
49	اهداف الدراسة	
49	اسئلة الدراسة	
50	فرضيات الدراسة	
51	اهمية الدراسة	
52	محددات الدراسة	
53	مصطلحات الدراسة	
68	نظريات الدراسة	الفصل الثاني/ الإطار النظري والدراسات السابقة
61	الدراسات السابقة	
68	منهجية الدراسة	الفصل الثالث الطريقة والإجراءات
69	مجتمع الدراسة	
69	عينة الدراسة	
70	أداة الدراسة	
77	نتائج الدراسة	الفصل الرابع
123	مناقشة النتائج والتوصيات	الفصل الخامس

الإعلام العسكري الأردني ودوره في التوجيه المعنوي

"دراسة تحليلية لمجلة الأقصى العسكرية الشهرية من عام 2001 . 2008"

إعداد الطالب:

خالد صالح ابوعواد

المشرف:

الدكتورة حميدة سميسم

الملخص

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على الدور الذي يقوم به الإعلام العسكري وتحديدًا مجلة الأقصى العسكرية في التوجيه المعنوي من خلال محاوره الخمسة الرئيسة وهي التوجيه الوطني، التوجيه الديني ، التوجيه العسكري، التوجيه السياسي، التوجيه النفسي، وذلك من خلال الإجابة على أسئلة الدراسة الآتية:

1. ما نسبة التوجيه الوطني من مجمل التوجيه المعنوي في مجلة الأقصى ؟ .
2. ما نسبة التوجيه الديني من مجمل التوجيه المعنوي في مجلة الأقصى ؟ .
3. ما نسبة التوجيه العسكري من مجمل التوجيه المعنوي في مجلة الأقصى ؟ .
4. ما نسبة التوجيه النفسي من مجمل التوجيه المعنوي في مجلة الأقصى ؟.

5. ما نسبة التوجيه السياسي من مجمل التوجيه المعنوي في مجلة الأقصى؟.

وقد تكون مجتمع الدراسة من جميع الأعداد لمجلة الأقصى العسكرية الشهرية الصادرة عن مديرية التوجيه المعنوي في القيادة العامة للقوات المسلحة الأردنية الصادرة في الفترة ما بين عام 2001 إلى عام 2008، أما عينة الدراسة فقد تم اختيار عديدين من كل عام من الثمانية أعوام فترة الدراسة، وذلك بأسلوب العينة العشوائية، والبالغ تعددها (16) عدداً، وقد تم اختيار العينة العشوائية لتحقيق أكبر قدر من الموضوعية، كما تم اختيار المواضيع الخاضعة للتحليل بأسلوب العينة القصدية، والبالغ تعدادها خمسة مواضيع في كل عدد تغطي المحاور الرئيسة للتحليل.

تم تصميم استمارة التحليل المكونة من خمس استمارات فرعية بعدد محاور التوجيه المعنوي الرئيسة بهدف رصد تكرارات ظهور فئات التحليل الفرعية في مضمون مجلة الأقصى العسكرية، ولكل محور على حدة، ومن ثم حساب النسبة المئوية لكل محور من محاور التوجيه.

توصلت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0,05 بين تكرارات محاور التوجيه المعنوي الخمسة الرئيسة وكانت لصالح محور التوجيه الوطني، وكذلك وجدت فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0,05 بين تكرارات الفئات الفرعية لكافة محاور التوجيه المعنوي.

أوصت الدراسة بإيجاد نوع من التوازن بين محاور التوجيه المعنوي الخمسة الرئيسة، كما أوصت

بإجراء دراسات على وسائل أخرى من وسائل الإعلام العسكري مثل إذاعة القوات المسلحة الأردنية.

THE JORDANIAN MILITARY MEDIA AND ITS ROLE IN MORAL GUIDANCE

"AN Analytical Study Of At- Aqsa Military Monthly Journal - From 1997_ 2008"

BY:

Khaled Saleh Abu awwad

Supervisor

DR.

Hamidah smaisem

The study was intended to identify the role which JAF military media plays and specifically the 'Al-Aqsa Magazine' in moral guidance throughout its five principal pillars: national guidance, religious guidance, military guidance, political guidance and psychological guidance by responding to the following five primary questions:

1. What is the ratio of national guidance within the relevant moral guidance found in the 'Al-Aqsa Magazine'?
2. What is the ratio of religious guidance within the relevant moral guidance found in the 'Al-Aqsa Magazine'?
3. What is the ratio of military guidance within the relevant moral guidance found in the 'Al-Aqsa Magazine'?

4. What is the ratio of psychological guidance within the relevant moral guidance found in the 'Al-Aqsa Magazine'?

5. What is the ratio of political guidance within the relevant moral guidance found in the 'Al-Aqsa Magazine'?

The study is based on all issues of the 'Al-Aqsa Magazine' published by the Directorate of Moral Guidance of the Jordanian GHQ between 2001 and 2008. Specifically, two editions of the magazine were used from each of those years, chosen randomly and totaling 16 issues. The random selection was performed as realistically as possible. Five subjects were chosen from each edition, using the 'aim analysis' methodology, covering all five pillars. An analytic application was designed, using five sub-applications, covering each one of the five pillars. The goal was to know exactly how many times the 'Al-Aqsa Magazine' covered one of the specific topics. Afterwards, the percentage mention of each pillar was calculated and it was found that the editions with national guidance exceeded the other topics by about 5%. The study recommends that a balance be found between all five principal pillars and that this type of study be applied to other media, such as JAF radio broadcasts.

الفصل الأول

مدخل إلى الدراسة

يتضمن هذا الفصل تمهيداً للدراسة واستعراضاً لمشكلة وأهداف وأسئلة وفرضيات الدراسة، بالإضافة إلى أهميتها ومحدداتها وحدودها ومصطلحاتها.

تمهيد:

يعيش العالم اليوم ثورة تكنولوجيا المعلومات، وأصبحت وسائل الاتصال تشكل ركيزة أساسية لتبادل الأفكار والمعلومات بين أفراد المجتمع، وبالتالي فقد أصبحت أساساً لما يجري في المجتمع من تفاعلات. وتعد وسائل الاتصال من الأدوات الرئيسة التي تربط أفراد المجتمع، من خلال الثقافة والمعارف والتأثيرات المتبادلة التي تشكل نسيجاً يوحد بين أفكار وميول وأنماط سلوك المجتمع، في عالم يمتاز بالتقدم التكنولوجي والتداخل الفكري والتأثير الإعلامي والإرشادي، ويشهد ثورة غير مسبوقة في تكنولوجيا الاتصال التي أدت إلى تسريع تدفق المعلومات.

ويأتي الإعلام العسكري من ضمن هذه المنظومة الإعلامية، حيث يشكل ضرورة بالغة باعتبار أنه مجال من مجالات الاعلام، وريدف لاستراتيجية الدولة، أولته الدول والجيوش اهتماماً خاصاً، يتصف بالدقة والالتزام، ويوجه للعسكريين والمدنيين على حد سواء، كما يوجه للداخل والخارج، ويهدف الإعلام العسكري إلى تثقيف وتوجيه وإرشاد الجمهور، لبناء الاتجاهات والقيم المرجوة.

وتبرز أهمية الإعلام العسكري في الأزمات، وتحديدًا حينما تتعقد الأزمات وتتحول إلى عمليات عسكرية، لأنه الذي يستطيع السيطرة على الميدان، وهو الذي يطلق المعلومات، وينشر الأخبار أو يحجبها لدواع تتعلق بأمن العمليات العسكرية، والأمن الوطني بشكل عام، كما تبرز أهمية الإعلام العسكري في عملية الإعداد المعنوي ورفع الروح المعنوية لمنسوبي القوات المسلحة، إذ يعد التوجيه

المعنوي العامل المخطط الواعي، والهادف إلى إعداد وبناء منسوبي القوات المسلحة إعداداً ذهنياً ونفسياً وسياسياً ومعنوياً جيداً، لذلك فإن الاعلام العسكري هو النشاط الذي يتعامل مع عقول ووجدان المقاتلين بصورة شفافة وبالغة الحساسية ، باعتباره يجري في مؤسسة مدججة بالأسلحة والمعدات التكتيكية الحربية، ويضطلع بالتوجيه السليم والمتقن لنشاط أبنائها نحو تحقيق البناء العسكري النوعي الحديث والمتطور ورفع مستوى جاهزيتها القتالية وصولاً إلى تعزيز القدرة الدفاعية للبلاد، ولا شك في أن الحالة النفسية والمعنوية للقوات تمثل العامل الفاعل وعنصر الحسم في ميادين القتال (الرقاد، 2006، ص:76).

ومن المعروف أن الإعلام يواجه تحديات كثيرة أهمها ما يمكن تسميته بالأمن الإعلامي، سواء ارتبط هذا الأمن بالإعلام العسكري بشكل خاص، أو بالأمن الإعلامي لإعلام الدولة في حالة الأزمات وغيرها بصورة عامة، ويبقى الإعلام العسكري وأمام مجال الحريات الإعلامية المفتوحة حريصاً على عدم حدوث أي انكشاف أمني من خلال مهماته وواجباته وبرامجه ، بحيث لا يؤثر على استراتيجية الأمن الوطني (ابوعواد والرقاد، 1996، ص:48).

مفهوم الإعلام العسكري

يعد الإعلام العسكري أحد المجالات المتخصصة للإعلام الشامل للدولة، وهو يمثل ركيزة هامة من ركائز بناء الأمن الوطني للدولة، من خلال إسهامه في بناء المواطن وفي إعداد قوى الشعب للدفاع، حيث يقوم الإعلام العسكري بتعريف الشعب بأهداف الحرب، وشرح أبعاد قضية الصراع، وغرس روح التضحية والبذل، والتهيئة النفسية والمعنوية، وخلق روح الانتماء للوطن.

يعرف اللواء حسن الجريدلي الإعلام العسكري بأنه: " تلك العملية التي يترتب عليها نشر الأخبار والمعلومات الدقيقة التي تركز على الصدق والصراحة، ومخاطبة الجماهير وعواطفهم السامية، والارتقاء بمستوى الرأي"(الجريدلي، 1997، ص:2) .

يقوم الإعلام العسكري من خلال وسائله الإعلامية المختلفة بدور مهم داخل المؤسسة العسكرية، يؤكد من خلاله على الانتماء الوطني، وعلى أهمية بناء قوات مسلحة قادرة على مواجهة التهديدات المختلفة و إبراز قدراتها وكفاءتها القتالية، حتى تتعرف جماهير الشعب على قدرات قواتهم المسلحة.

يرى الباحث أن الإعلام العسكري هو المرآة التي يرى فيها المواطن قواته المسلحة وما يدور داخلها بشكل واقعي، ويتعرف على طبيعة الدور الذي تؤديه، من خلال تقديم المعلومات الدقيقة والصادقة، والحقائق للجمهور الداخلي والخارجي، التي تساعده على إدراك ما يجري في المجال العسكري.

مهام الإعلام العسكري

من المعروف أن القوة الإعلامية بجانب القوة العسكرية والقوة الاقتصادية هي من أهم مقومات ودعائم أي دولة تنشد الأمن والاستقرار والتقدم، وتستطيع الدولة التي لديها قوة إعلامية السيطرة على المواجهة والانتصار دون الدخول في معركة عسكرية، حيث " إن وسائل الإعلام هي التي تقوم الان بمهمة الجيوش لأنها غدت احدى أدوات الحرب الباردة، أو الحرب النفسية." (طه، 1993، ص، 70).

ودور الإعلام العسكري من الناحية التاريخية لا يقتصر على زمن الحرب، بل يمتد دوره إلى زمن السلم كذلك، فالحرب ترتبط بالحاجة إلى الأمن الذي يتصدر الدوافع والحاجات الإنسانية، وبذلك تثير حركتها وتطورها ونتائجها مراكز الاهتمام الجمعي في الدولة، بجانب الاهتمام العام، فيدفع ذلك إلى البحث عن أدوات ووسائل المعرفة الخاصة بالاقتراب من حركة القوات وتطور المعارك، فيؤدي ذلك إلى نشاط أجهزة الإعلام العسكري من أجل تأدية دورها، أما وقت السلم فيتطلب ذلك إستراتيجية خاصة تعكس، استعداد القوات المسلحة لحماية وتأمين الدولة والشعب، ويعكس ذلك انتماء تلك القوات

لوطنها، ويُعطي صورة القدوة والمثل للشباب في سن التجنيد ويحفزهم على التقدم للجندية، (الجريدي، 1997، ص4-5) ودور الإعلام العسكري في زمن السلم والحرب يتمثل فيما يلي:

أولاً: دور الإعلام العسكري وقت السلم:

إن وجود حالة السلم لا يعني غياب دور القوات المسلحة، حيث إن وجودها في هذه المرحلة يتمثل في إعداد الدولة للدفاع " الحرب"، وتحديد المهام ومجالات العمل التي تواجه نوايا القوى المعادية وإيديولوجياتها، والتي تعد ركيزة أساسية عند وضع الفكر القتالي للقوات المسلحة والتي لا تتبدل بين زمني السلم والحرب، ففي زمن السلم تقوم وسائل الإعلام العسكري بأنواعها المختلفة بالمهام الاجتماعية التعليمية والثقافية والترفيهية، والمهام السياسية التي تملئها الاستراتيجية العامة للدولة، إذ يعد وسائل الإعلام العسكري الجسر الذي يربط المجتمع بحكومته والقيادة بأفراد الشعب بغية التعاون وتوطيد الأسس والركائز في استمرار وثبات السيادة الوطنية " (القحطاني، 1995، ص:58).

يقوم الإعلام العسكري بدور مهم زمن السلم يؤكد من خلاله على أهمية استعداد القوات وقوة انتمائها وتحفزها حتى لا يتحول زمن السلم إلى زمن استرخاء، فهو يقوم بدور مهم في حشد طاقات المجتمع المعنوية، من أجل تحقيق الأمن القومي للدولة، والإعلام العسكري في هذه المرحلة يقوم بدور إيجابي من خلال:

1. الإعداد الفكري من خلال غرس روح التضحية والبذل والعطاء والتهيئة النفسية والمعنوية.
2. الإعداد السياسي من خلال التعريف بأهداف الحرب وشرح أبعاد قضية الصراع.
3. توعية الشعب من خلال شرح أبعاد ومقتضيات الأمن الوطني والدفاع المدني بتقديم بعض المعلومات المدنية والحربية المرتبطة بالموقف.

5. الإعداد النفسي والمعنوي من خلال تأكيد الثقة المتبادلة بين الشعب والقوات المسلحة، وتذكير المواطنين بالأمجاد التاريخية للدولة، والعمل على إزالة الرهبة لدى المواطنين.

6. إبراز قيمة مشاركة الشعب وقواته المسلحة داخلياً، التي تمثل أحد أهداف الدولة وركائزها السياسية في الدفاع عن الحق وفرض السلام في ظل الشرعية الدولية (عبد العزيز، 2009، د.ص).

ثانياً: دور الإعلام العسكري وقت الحرب

مع تطور وسائل وأدوات الصراع المسلح، لم يعد مسرح العمليات مقصوراً على رقعة محددة من الأرض، بل أصبح يشمل كل أجزاء الدولة، ومن هنا كان على الإعلام العسكري عند اندلاع الحرب أن ينقل بالصوت والصورة كل ما يدور في مجال الصراع، سواء في ساحة القتال أو على الساحة السياسية والاقتصادية والاجتماعية، إذ أصبح الإعلام العسكري أداة مهمة من أدوات الحرب، وزاد حجم المهام الملقاة عليه فأصبح مسؤولاً عن نقل كل ما يدور من أحداث داخل مناطق الصراع سواء على الجبهة أو في عمق الدولة، (القحطاني، 1995، ص: 59).

ويمكن تحديد مهام الإعلام العسكري في زمن الحرب بما يلي:

1. استمرار العمل على رفع الروح المعنوية عن طريق بث الحماس في عقلية الفرد بكافة وسائل الإعلام العسكري، وزيادة التحام الشعب بالقوات المسلحة، وتحصين الشعب ضد الإشاعات.
2. تخفيف آثار العنف النفسي والاجتماعي لأفراد المجتمع من جراء الحرب لتثبيت مبادئه وعقائده الدينية، والاجتماعية والسياسية.
3. الإسهام في شن الحرب النفسية ضد العدو، وذلك من خلال خطط الخداع الاستراتيجي وخطط العمليات النفسية.
4. الالتزام بالمصادقية خلال إذاعة الموقف الفعلي للعمليات والدور الذي تقوم به القوات المسلحة، مع شرح تطورات الموقف الحربي بما لا يخل بالناحية الأمنية.

5. توجيه بيانات تحذيرية تهدف إلى تهديد العدو وردعه والنيل من الروح المعنوية لقواته.
6. حظر نشر أي معلومات حربية إلا من مصادرها المُعترف بها من الأجهزة العسكرية المختصة، وعند التصريح بنشرها، وذلك تحقيقاً لمقتضيات الأمن القومي (عبد العزيز، 2009، د.ص).

جمهور الإعلام العسكري

إن هدف وسائل الإعلام هو الوصول إلى الجمهور المتلقي لضمان نجاح الرسالة الإعلامية، وهذا الجمهور يكون عادة كبيراً ومتفرقاً، وبالتالي فهو غير متجانس، حيث تتفاوت مستويات أفراده الثقافية والاجتماعية والاقتصادية، وحتى تستطيع وسائل الإعلام الوصول إلى جمهورها لابد من معرفته وتحديد خصائصه التي تساعد في اختيار الوسيلة المناسبة له، كما يجب ان تتمتع الرسائل الإعلامية بمواصفات مختلفة كالوضوح والسلاسة والمصدقية (الموسى، 2003، ص77) من هنا عملت وسائل الإعلام العسكري على تحديد جمهورها الذي يمكن تقسيمه إلى قسمين هما:

1. الجمهور العام:

يضم الجمهور العام للإعلام العسكري كافة المواطنين الذين لا ينتسبون إلى المؤسسة العسكرية، وذلك لأن هدف الإعلام العسكري ليس نشر المعرفة بين صفوف منسوبي القوات المسلحة من جنود وضباط فقط، بل يسعى إلى نقل مضمون مادة الإعلام العسكري إلى عامة الشعب لخلق وعي عسكري وطني، وذلك لأن الجمهور العام لا بد أن يحصل على حد أدنى من المعلومات والثقافة العسكرية. (الجواهري، 1966، ص34-35).

يرى الباحث أنه لابد من دراسة الجمهور العام الذي يتمثل بالجمهور المدني دراسة متعمقة، وذلك كونه مختلف الطباع، ومتعدد المستويات، ومختلفاً كثيراً عن المجتمع العسكري، لكي يستطيع الإعلام العسكري من خلال مضمون رسائله الإعلامية بكافة وسائله من الوصول إليه والتأثير فيه.

2. الجمهور الخاص:

يصدر الإعلام العسكري من مجتمع عسكري وذلك من خلال أشخاص عسكريين امتهنوا الاعلام، وهو يخاطب مجتمعاً عسكرياً يتمثل بمنسوبي القوات المسلحة، فهدف الإعلام العسكري نشر العلم والمعرفة بين العسكريين، وتنمية الوعي القومي في أوقات الحرب والسلام بين منسوبيه، وكما يتمثل جمهور الإعلام العسكري في أفراد القوات المسلحة يتمثل أيضاً في أفراد المؤسسات الحكومية التي تربطهم بالمؤسسة العسكرية أهداف مشتركة، وبالتالي فإنه يمكن تصنيف الجمهور الخاص إلى ثلاث فئات هي:

أ. **الضباط وضباط الصف والأفراد:** تعتبر مرتبات القوات المسلحة الجمهور الرئيس للإعلام العسكري، وتعد البرامج الإعلامية الموجهة إلى هذا الجمهور على جانب كبير من الأهمية، فهي تعمل على غرس الثقة في نفوس المحاربين، وتنمي فيهم الولاء والإخلاص والتضحية، والإحساس بالمسؤولية الأخلاقية في كل تصرف يبديه المحارب في الحرب والسلام، القوات المسلحة (الكلباني، 2009، ص 62-64).

ب. **جمهور المدنيين العاملين في القوات المسلحة:** يقصد بهذا الجمهور جميع الأشخاص المدنيين الذين يقومون بأعمال إدارية داخل المؤسسة العسكرية التي تكمل عمل القوات المسلحة مثل، التموين، والصيانة، والمناقصات، وجميعها أعمال مهمة لا تستطيع المؤسسة العسكرية الاستغناء عنها.

اهتم الإعلام العسكري بهذا النوع من الجمهور وخصص البرامج الإعلامية الموجهة له، والتي تمثلت في توضيح أهمية الأعمال التي يقومون بها في تيسير مهمة المقاتلين في حماية الوطن، والمحافظة على سرية هذه الاعمال، وإثارة نوازح العزة والشعور بالأهمية، كي لا يتسرب إلى نفوسهم

شعور بأنهم مجرد أداة لا حول لها ولا قوة داخل هذه المؤسسة العسكرية الكبيرة (الحمود، 1984، ص:76).

ج. **مصابو الحروب والمتقاعدون:** إن الاهتمام بهذا الجمهور يعتبر دليلاً على درجة الوعي لدى الإعلام العسكري، وتأكيداً على الاعتراف بالفضل، وتقديراً للخدمات الجليلة التي قدمها هذا الجمهور للوطن والمواطن، ويأتي دور الإعلام العسكري من خلال تجلية الدور الذي قام به هذا الجمهور، وزرع الإحساس بمدى ما قدموه لوطنهم وأمتهم، وإبراز بطولاتهم (الكلباني، 2009، ص64-66).

مفهوم الصحافة العسكرية:

الصحافة العسكرية لا تتعدى كونها مهنة يمتنها بعض أفراد القوات المسلحة ممن لديهم الخبرة في جمع الأخبار والآراء، وجميع مكونات المضمون الأخرى التي غالباً ما تكون مواد عسكرية أو على الأقل ذات طابع عسكري، بما يحقق وظائف الصحافة، وبعد ذلك يقومون بنشر هذا المضمون في صحيفة تصدر عن المجتمع العسكري أو القوات المسلحة، وهي شكل من أشكال الصحافة وجزء لا يتجزأ منها.

وتعرف الصحافة العسكرية بأنها "كل مطبوع يصدر عن المجتمع العسكري باسم واحد وبصفة دورية في عدد كاف من النسخ، لنشره داخل أو خارج المجتمع، ويحقق من خلال المضمون الإعلام والتعليم ونشر الرأي والتسلية، ويجب أن يحررها عسكريون، أي يشرف على التحرير عسكريون، ولا يقلل من هذه الضرورة استكتاب المدنيين في بعض الموضوعات التي تضمها هذه الصحف" (عبدالحميد، 1982، ص:11).

ويعرفها (الكلباني، 2009) "بأنها نوع من الصحافة المتخصصة لكونها تصدر عن مؤسسات خاصة هي المؤسسات العسكرية، وتخطب جمهوراً معيناً هم العسكريون بمختلف فئاتهم ورتبهم

ومناصبهم، وتركز في مضمونها . بالدرجة الأولى - على العلوم والمعارف العسكرية، ويديرها ويحررها - في الغالب الأعم . عسكريون " (ص:16).

أهمية الصحافة العسكرية:

كانت هناك حاجة ماسة منذ القدم لنشر أخبار الجيوش والحروب، بين أفراد القوات المسلحة من جهة وبين عامة الشعب من جهة أخرى، حيث كانت وسائل النشر تتفق وطبيعة العصر، وبالرغم من اختلاف وسيلة التسجيل والنشر من حضارة إلى أخرى، ومن دولة إلى أخرى، إلا أن نية النشر والإعلان كانت موجودة، ولولا ذلك لما عرف الإنسان المعاصر تاريخ هذه الحروب ونتائجها وأثارها. ومن هنا جاء اهتمام اغلب جيوش العالم بالصحافة العسكرية، واعتبرتها مهنة خاصة داخل قواتها المسلحة، أفردت لها أشخاصاً عسكريين يشرفون عليها ويحررونها، مما أدى إلى انتشارها في معظم دول العالم، " لتقدم خدماتها المعرفية ليس فقط للعسكريين وإنما لجميع فئات وشرائح المجتمع، وفي مجالات شتى إلى جانب المجال العسكري الذي يعتبر من صميم اختصاصها" (الكلباني، 2009، ص:14).

وتتبع أهمية الصحافة العسكرية من حيث إنها الوعاء الذي يصب فيه العسكريون عصارة أفكارهم وتجاربهم وخبراتهم في المجال العسكري، وذلك من خلال الموضوعات التي ينشرونها فيها، من أجل تزويد قرائها من العسكريين، والمهتمين من خارج القوات لمسلحة بالمعارف العسكرية المختلفة، كما تعتبر الصحافة العسكرية المرآة التي تعكس الصورة الحقيقية عن القوات المسلحة، التي تعبر بلسانها، فبقدر ما تكون هذه الصورة واضحة جلية بقدر ما تكون اقرب إلى الواقع، وهذا يعني أن للصحافة العسكرية دوراً كبيراً في خلق وعي جديد قوامه حب الوطن، والدفاع عنه والموت في سبيله.

وقد كتب الكثير عن دور الصحافة العسكرية وأهميتها على مر العصور، فقد نقل عن القائد المسلم خالد بن الوليد قوله : عقول الرجال على أسنة أقلامهم قبل أن تكون على أسنة رماحهم، كما

قال القائد الألماني الفيلد مارشال هندميرج في حديث مع جنوده : لا أريد منكم أية معلومات ولكن أروني فقط صحفهم ومجلاتهم أحكم على رجالهم ومعداتهم (السلوم، 1986، ص:15).

يخلص الباحث من ذلك أن للصحافة العسكرية أهمية كبرى لمنسوبي المؤسسة العسكرية، كونها أكثر التصاقاً بهم ولأقرب إلى تخصصاتهم، ومناسبة أكثر لتوجهاتهم، فهي ترافقهم في مواقع عملهم وأماكن تدريبهم وراحتهم، لذا فإنها الأقدر من غيرها على نقل الأفكار والرسائل المختلفة إليهم، خاصة ما يتعلق منها بالثقافة العسكرية، والتوعية الفكرية، فهي مصدر أساسي وفعال من مصادر المعلومات، ووسيلة مهمة من وسائل التثقيف والتعليم للأفراد العسكريين.

لماذا تتعدد أنواع الصحافة العسكرية:

تتعدد أنواع الصحف العسكرية التي تصدرها الجيوش في معظم الدول ويعود هذا التعدد إلى عدة أسباب منها:

1. **تنظيم الجيوش وتعداد القوات التي تمثلها.** فهناك قوات برية، وبحرية، وجوية، وقوات خاصة...إلخ، من هنا نجد أنه في معظم جيوش العالم تقوم كل قوة من هذه القوات بإصدار مجلة خاصة بها ومن الأمثلة على ذلك مجلة القوات البرية التي كانت تصدر في مصر حتى عام 1977، كذلك التخصصات داخل كل قوة من هذه القوات التي كانت تصدر صحفاً خاصة بها " ففي الأسلحة البرية هناك المشاة، الدروع، المدفعية، الصيانة..إلخ" (الرقاد، 2006، ص:164)، ومثال ذلك مجلة المدفعية التي كانت تصدر عن مديرية سلاح المدفعية الملكي ومجلة اللاسلكي التي كان يصدرها سلاح اللاسلكي الملكي.

2. **التركيب التنظيمي للقوة البشرية التي تتكون منها الجيوش والقوات العسكرية.** فهناك "الضباط وضباط الصف والجنود"، حيث يوجد اختلاف في المستوى الفكري بين هذه الفئات ولذلك كانت الجيوش تصدر مجلات كل واحدة تخاطب فئة معينة فمثلاً كان هناك مجلة القائد المصرية التي

كانت توزع على القادة فقط، ومجلة النصر التي كان يقتصر توزيعها على الجنود (عبد الحميد، 1982، ص:13).

3. **التوزيع الجغرافي لوحدات القوات المسلحة ومدى انتشارها.** فكلما زادت مساحة انتشار القوات زاد عدد الصحف التي تصدرها وهذا نلاحظه في الدول التي تمتلك قوات عسكرية كبيرة ومنتشرة على مساحات واسعة (الكلباني، 2009، ص:34).

ويرى الباحث أن القوات المسلحة الأردنية بالرغم من صغر حجمها إلا أنها استخدمت مثل هذا النوع من الصحف من خلال مشاركة القوات المسلحة في قوات حفظ السلام الدولية، فقد أصدرت كتائب الحماية الأردنية العاملة في كرواتيا مجلات خاصة بمنتسبيها وهي مجلات عسكرية شهرية، أشرف على إصدارها وتحريرها ضباط وضباط صف أردنيون يعملون ضمن هذه القوات.

4. **اختلاف الهدف من إصدار الصحف العسكرية.** فمنها ما يصدر لنشر المعارف العامة، ومنها ما يقتصر على المعارف العسكرية كوسيلة من وسائل التدريب النظري للقوات، ومنها ما يصدر لنشر الوعي العسكري والثقافة العسكرية بين أفراد الشعب.

5. **الموقف العسكري للدولة التي تصدر جيوشها الصحف العسكرية.** ففي زمن السلم تتعدد الصحف العسكرية وتتنافس القيادات المختلفة والوحدات في إصدار هذه الصحف لكنها في وقت الحرب حيث لا يتسع الوقت للاهتمام بهذه الصحف فإنها تنكمش حتى تكاد تقتصر على الصحف المركزية التي تصدرها أجهزة القيادة العامة (عبد الحميد، 1982، ص:13-14).

انواع الصحف العسكرية

مهما تعددت الصحف العسكرية وتنوعت إلا أنه يمكن إدراجها تحت إحدى الأنواع الآتية:

أولاً: الصحف العسكرية العامة:

وهي صحف تصدر عن القيادة العامة وتوزع على القوات ككل، حيث تخاطب هذه الصحف جميع المستويات، ويحتوي مضمونها بجانب الموضوعات العسكرية الموضوعات السياسية والاقتصادية، والاجتماعية، وغيرها من المواضيع، ومثال ذلك مجلة الأقصى العسكرية التي تصدرها مديرية التوجيه المعنوي في القيادة العامة للقوات المسلحة الأردنية، ومجلة الحرس الوطني السعودية التي تصدرها القوات المسلحة السعودية، ومجلة درع الوطن التي تصدرها القوات المسلحة في دولة الإمارات العربية المتحدة، وهناك العديد من هذه المجالات التي تصدر عن القيادات العامة للقوات المسلحة في معظم الدول العربية والأجنبية على حد سواء (الرقاد، 2006، ص: 165).

ثانياً: الصحف العسكرية الفنية:

هذا النوع من الصحف والمجلات ذات مستوى عالٍ وتحتوي على موضوعات متخصصة وجمهورها نوع معين من العسكريين، ربما يكون الضباط فقط، تحتوي على الدراسات ذات المستوى العالي، ويتم من خلالها نشر الأبحاث والدراسات، حيث تبحث في المواضيع الإستراتيجية والتكتيكية وتهدف إلى إثراء ثقافة الضباط وصقلها (الكلباني، 2009، ص: 35).

ويرى الباحث أن مجلة أبعاد التي كانت تصدر عن كلية الحرب وفيما بعد أصبحت مجلة كلية الدفاع عندما تحولت كلية الحرب إلى كلية الدفاع الملكية الأردنية تندرج تحت هذا النوع من الصحف، نظراً لما تحتويه من مواضيع عسكرية ودراسات استراتيجية.

ويمكن تقسيم الصحف العسكرية الفنية إلى الأقسام الآتية:

أ. **الصحف العسكرية الفنية العامة:** وهذا النوع من الصحف تصدره القيادة العامة أو إحدى وحدات القوات العسكرية سواء كانت البرية أو البحرية أو الجوية... الخ، حيث يسهم في إعدادها وتحريرها ضباط من هذه القوات ومن أمثلتها المجلة العسكرية في مصر التي تصدرها هيئة البحوث العسكرية، والمجلة العسكرية التي تصدرها الإدارة السياسية في الجيش السوري، والمجلة العسكرية في العراق (عبد الحميد، 1982، ص:15)

ب. **الصحف العسكرية الفنية الخاصة:** هذا النوع من المجلات والصحف تصدره وحدات القوات المسلحة وأسلحتها وإداراتها الفنية والإدارية باسمها، مثل مجلة المشاة، ومجلة الهندسة، ومجلة الدروع، وهي مجلات متخصصة تهتم بالموضوعات الخاصة التي تهتم الوحدة العسكرية الصادرة عنها، ويقوم الضباط أصحاب الصنف بكتابة مقالاتها لأنهم يعتبرون من أصحاب الاختصاص في مهنتهم، فضباط الدروع هم الأولى بالكتابة في مجلة الدروع على سبيل المثال (الكلباني، 2009، ص:36).

مفهوم الإعلام العسكري الأردني

منذ تكونت القوات المسلحة الأردنية أولت القيادة العامة الإعلام العسكري كل الاهتمام، فكان له الدور البارز في فتح آفاق جديدة من العلم والمعرفة في مجريات الحياة، وكانت الغاية منذ البداية تحسين حال الجندي والعسكري الإنسان، لتسمو به في آفاق ومراتب فكرية يستطيع من خلالها مسايرة روح العصر، والانطلاق في مجالات الإبداع والفهم وإدراك المعرفة الصحيحة التي تتييسر للعقل ليصل إلى اليقين وعلم الحقيقة.

يحتل منتسبو القوات المسلحة على اختلاف رتبهم النصيب الأكبر من اهتمام الإعلام العسكري لأنه يوجه إليهم بالدرجة الأولى، وذلك لرفع معنوياتهم وتنمية المعاني الوطنية في نفوسهم كما يعمل

الإعلام العسكري وبأساليبه ووسائله المختلفة على تحصينهم ضد وسائل وأساليب الإعلام المعادية وحرها النفسية.

تعود البدايات الأولى للإعلام العسكري الأردني إلى عام 1920 عندما أصدر جلاله المغفور له الملك عبد الله الأول نشرة " الحق يعلو " لتوزيعها على رجاله وجنده المشاركين في جيش الثورة العربية الكبرى في مخيمه الذي أقامه في معان، وهي أول صحيفة تحمل أخبار ومعارك جيوش الثورة العربية الكبرى، حيث كانت تطبع على الجلاتين وتحمل شعار (عربية ثورية) وصدر منها أربعة أعداد في معان وعددان في عمان (الموسى، 1998).

يرى الباحث أنه لا نستطيع إدراج صحيفة الحق يعلو ضمن الصحافة العسكرية، مع أنها قريبة جدً من هذا التصنيف وترجع أسباب قربها من الصحافة العسكرية إلى ما يأتي:

1. لم يكن في تلك الفترة فاصل بين الصحافة العسكرية والصحافة غير العسكرية.
2. كونها كانت نشرة تصدر في مخيم الملك عبدالله الأول، وتوزع على رجاله وجنوده.
3. كانت أول صحيفة تحمل أخبار الحروب ومعارك جيوش الثورة العربية الكبرى.
4. كانت مواضيع الصحافة في عهد الإمارة قريبة إلى مضمون الصحافة العسكرية، حيث كانت تهتم بالقضايا الوطنية، والوحدة العربية، وفي هذا الإطار يقول الموسى (1998) " إن الصحافة في عهد الإمارة والحق يقال قامت بدور فاعل في توعية المواطنين بالقضايا الوطنية، واستنهاض همهم لمحاربة الاستعمار والصهيونية والانتداب والاحتلال والتجزئة، ودعت إلى الوحدة الوطنية والعربية، والتزمت بالقضايا المحلية والوطنية والقومية"ص: (105).

وبالتالي فإن الباحث يرى أن البداية الحقيقية للإعلام العسكري الأردني الذي تمثل في ذلك الوقت بالإعلام المطبوع يعود إلى عام 1940 عندما صدر العدد الأول من مجلة الجيش العربي وهي

مجلة عسكرية شهرية . سوف نتطرق لها بالتفصيل خلال هذه الدراسة . وبعد ذلك بدأت الصحف العسكرية تتوالى بالظهور بشقيها العام والفني الخاص .

لم يقتصر الإعلام العسكري الأردني على الإعلام المطبوع بل واكب التطور في المجال الإعلامي وامتد ليشمل الإعلام المسموع منذ بداية ستينات القرن الماضي من خلال إذاعة المملكة الأردنية الهاشمية، إلى أن تم إنشاء محطة إذاعة خاصة بالقوات المسلحة باسم إذاعة القوات المسلحة الأردنية / الجيش العربي، وكذلك بدأ الاهتمام بالإعلام المتلفز من قبل القوات المسلحة الأردنية منذ بدايات تأسيس التلفزيون الأردني، حيث كان يقوم ببيت ونشر الأخبار والنشاطات والبرامج العسكرية بالتعاون والتنسيق مع مديرية التوجيه المعنوي في القيادة العامة للقوات المسلحة الأردنية، غير أن استخدام التلفزيون كوسيلة من وسائل الإعلام العسكري بدأ عام 1982 من خلال برنامج جيشنا العربي المتلفز (الرقاد، 2006، ص:236).

مرتكزات الإعلام العسكري الأردني:

يعتبر الإعلام العسكري الأردني في القوات المسلحة رديفاً للإعلام الرسمي في الدولة، ويقف معه في الخندق نفسه، ويسعى دائماً للتطابق مع وجهة نظر الإعلام الرسمي في جميع جوانبه، ويكون مكملاً له في بناء رأي عام محلي سواء على الصعيد العسكري أو الإسهام في بناء الرأي العام المحلي على الصعيد المدني كذلك، ويطبق الإعلام العسكري جميع القوانين والأنظمة والتعليمات الناظمة للإعلام الرسمي في حدود وإطار خصوصيته المستمدة من خصوصية القوات المسلحة، من هنا فإن الإعلام العسكري والإعلام الرسمي الأردني ينبثق عن نفس المرتكزات التي تتمثل بما يأتي:

أولاً. الدستور الأردني:

في عام 1952 صدر الدستور الأردني، والذي يعتبر الوثيقة المرجعية الأولى والأهم لإرساء قواعد الحياة الديمقراطية في المجتمع، ويعد صدور الدستور الأردني من أكثر المنعطفات أهمية في تاريخ الأردن الحديث بالنسبة لإتاحة الحريات العامة وفي طبيعتها حرية الرأي والتعبير، حيث يكفل الدستور حقوق المواطنين في حرية الرأي والتعددية السياسية، (عزالدين، 2005، ص:5)، وينص على أن الدولة:

- تكفل حرية الرأي، ولكل أردني أن يعبر بحرية عن رأيه بالقول والكتابة والتصوير وسائر وسائل التعبير بشرط أن لا يتجاوز حدود القانون.
- الصحافة والطباعة حرتان ضمن حدود القانون، وينظم القانون أسلوب المراقبة على موارد الصحف.
- لا يجوز تعطيل الصحف ولا إلغاء امتيازها إلا وفق أحكام القانون.
- يحدد الدستور بدقة الحالة التي يجوز فيها أن يفرض القانون الرقابة على الصحف والنشرات والمؤلفات بحيث تقتصر لدى إعلان الأحكام العرفية أو الطوارئ، وعلى أن تكون الرقابة محدودة في الأمور التي تتصل بالسلامة العامة وأغراض الدفاع الوطني (الدستور الأردني، 1952).

ثانياً. الميثاق الوطني:

في نهاية الثمانينات ومع استئناف الحياة الديمقراطية بدأت مرحلة جديدة في الحياة السياسية في الأردن حيث تم تبني برنامج للتنمية السياسية من خلال إصدار الميثاق الوطني عام 1990، وقد اكتسب هذا الميثاق موقعاً خاصاً في تنظيم الحياة السياسية الأردنية بما انطوى عليه من قواعد ومفاهيم، فأضحت

نصوصه تشكل مؤشرات وعلامات بارزة يستأنس بها المشرع ويرجع إليها أصحاب الرأي والعاملون في الحقل العام(الميثاق الوطني، 1990).

يعتبر الميثاق الوطني الوثيقة المرجعية الثانية بعد الدستور التي توصل للحياة الديمقراطية وتشكل انحيازاً واضحاً لخلق حالة تعلو فيها دولة القانون، وتصان فيها حقوق الإنسان، وتراعى فيها حرية التفكير والتعبير، كما يتم من خلالها التشجيع على تطوير آليات المشاركة السياسية عبر تشكيل الجمعيات والأحزاب السياسية التي تعكس طموح المواطن وتطلعاته (عزالدين، 2005، ص:6) "وقد كفل الميثاق الوطني الأردني حرية الفكر والرأي والتعبير والاطلاع واعتبرها حقاً للمواطن، كما هي حق للصحافة وغيرها من وسائل الإعلام والاتصال الوطنية شريطة أن تقوم رسالة الإعلام الأردني على مبادئ الحرية والمسؤولية الوطنية واحترام الحقيقة وقيم الأمة العربية والإسلامية"(الموسى، 1998، ص:167).

ثالثاً. وثيقة " الإعلام الأردني " رؤية ملكية:

تعتبر وثيقة الإعلام الأردني. "رؤية ملكية" المرجعية الأولى في تاريخنا المعاصر التي تركز على قضايا الإعلام بصورة شاملة وتدعو إلى بناء نظام إعلامي يعكس الرؤية الجديدة لبناء الأردن الحديث، حيث ركزت على شرح وإبراز المنظومة المتكاملة لأولويات التنمية السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والإدارية وذلك من خلال إظهار الرأي والرأي الآخر بصورة أكثر وضوحاً، وتستهدف هذه الوثيقة إنشاء حالة يتم من خلالها التعبير عن سياسات الأردن المختلفة في إطار تعددي ومهني وضمن سقف مرتفع من الحرية.

تدعو وثيقة الإعلام الأردني "رؤية ملكية" إلى تطوير رؤية جديدة للإعلام الأردني تأخذ بعين الاعتبار روح العصر، وتخدم أهداف الدولة الأردنية، وتعبّر عن ضمير الوطن وهويته بكافة فئاته

وأطرافه، وتعكس إرادته وتطلعاته وتتيح لوسائل الإعلام الأردنية القدرة على التنافس مع وسائل الإعلام الأخرى.

وتركز الرؤية الملكية على بناء إعلام الدولة الحديثة وذلك من خلال تشجيع التعددية، واحترام الرأي والرأي الآخر، وعرض وجهات النظر المختلفة في مناخ من الاستقلالية والحرية المسؤولة، مؤكدة على القيام بالتعبير عن الوطن بكافة فئاته وأطرافه وعكس إرادته وتطلعاته، داعية إلى ممارسة الأداء الإعلامي بصورة تقوم على المهنية والتميز والإبداع والحرية المسؤولة (عز الدين، 2005، ص: 12).

ثوابت الإعلام العسكري الأردني:

إن جميع المؤسسات العسكرية على اختلافها لديها ثوابت لا بد من مراعاتها لدى صياغة سياستها الإعلامية، كذلك فإن القوات المسلحة الأردنية تنطلق سياستها الإعلامية من عدد من الثوابت والتي هي أيضاً تعتبر ثوابت للإعلام الرسمي وهذه الثوابت هي:

1. العامل الديني:

المؤسسة العسكرية الأردنية مؤسسة متماسكة تم إنشاؤها وتأسيسها على قواعد ثابتة تستند إلى مبادئ الدين الإسلامي السمح، ويشكل اهتمام القوات المسلحة الأردنية/الجيش العربي في موضوع الدين والعقيدة جانباً مهماً من البناء العسكري الأردني، ويرعى هذا الجانب دائرة متخصصة وفاعلة هي مديرية الإفتاء العسكري في القوات المسلحة، حيث تتولى الوعظ والإرشاد الديني في جميع تشكيلات ووحدات القوات المسلحة، ويلمس المتابع لوسائل الإعلام العسكري في القوات المسلحة الأردنية مدى التركيز على هذا الجانب، سواء أكان في الصحافة العسكرية أم في البرامج المتلفزة (برنامج جيشنا العربي التلفزيوني) أم في الإذاعة (إذاعة القوات المسلحة الأردنية/الجيش العربي)، حيث تولي هذه

الوسائل العامل الديني عناية خاصة (الرقاد، 2006، ص:79).

2. العامل القومي:

من العناصر الثابتة بالنسبة لصياغة سياسات الأردن، التي يعكسها الإعلام بشقيه الرسمي والعسكري في مختلف المجالات، الانتماء إلى الوطن العربي بعمقه الإسلامي، من خلال التركيز على تعزيز الهوية الثقافية إعلامياً، فالهوية الثقافية قوة فاعلة، تقود إلى تماسك الأمة والحفاظ على كيانه، ودفع عجلة تقدمها والصمود أمام التحديات التي تجابهها، كما يسهم تعزيز الانتماء للأمة أيضاً في إتاحة المزيد من الفرص أمام تبلور أفكار متبصرة قابلة للتفاعل مع الثقافات الأخرى في إطار متوازن يحافظ على التراث ويجدده ويدعم عناصر الإبداع والتطوير والتقدم في المجتمع (عز الدين، 2005).

وتستند القوات المسلحة الأردنية/الجيش العربي على المبادئ التي قامت عليها الثورة العربية الكبرى، التي رسمها الشريف الحسين بن علي - الذي أعلن الثورة العربية الكبرى في التاسع من شعبان 1334 هـ الموافق للعاشر من حزيران 1916 التي قامت على مبادئ قومية تهدف إلى تحقيق الوحدة والحرية والحياة الفضلى الكريمة لأمة العرب.

ويرى المنتبع للدور الذي قام به الجيش العربي منذ قيام الثورة العربية الكبرى عام 1916، أنه كان دوراً قومياً، فقد قدم الشهداء في فلسطين عام 1948 وفي عام 1967، وفي معركة الكرامة الخالدة عام 1968 وعلى الأرض العربية في الجولان في سوريا عام 1973، حيث قدم الجيش العربي ما يقارب (3000) شهيد وكان الجيش العربي الأردني عوناً للأشقاء العرب يقدم لهم العون والمساعدة كلما طلبوها واحتاجوها (الرقاد، 2006، ص80-83).

3. العامل الوطني:

وبالإضافة إلى التركيز على ثوابت الأمة فإن للأردن أولوياته الوطنية التي يتم التعبير عنها بصورة تتمثل في أولوية الأردن، فالأردن أولاً في كل الاتجاهات، وهو فوق كل الاعتبارات والمصالح الشخصية والضيقة، من منطلق أن المصلحة الوطنية هي العليا، فالجندي الأردني يقدم روحه رخيصة في سبيل الذود والدفاع عن الحمى الأردني لأن ذلك مصلحة وطنية عليا، لذلك فإن الإعلام العسكري يضع ذلك على أولى درجات سلم أولوياته، والههم الأردني يأتي دائماً أولاً وعلى جميع الصعد السياسية والاقتصادية والاجتماعية والعسكرية والتقنية والمعلوماتية.

4. شرعية القيادة:

يتمثل هذا المرتكز في القيادة الهاشمية، فهو من الأهمية بمكان، حيث صنعت هذه القيادة الخطاب السياسي الأردني الذي تستند عليه العملية الإعلامية والخطاب الإعلامي الأردني بشكل عام، ومنه الخطاب الإعلامي العسكري في القوات المسلحة الأردنية/الجيش العربي، فجلالة الملك هو القائد الأعلى للقوات المسلحة بموجب الدستور، لذا فإن الخطاب الإعلامي العسكري يستمد انطلاقته الفاعلة من توجيهاته السامية، ويتحرك في إطارها الواسع المتميز بالنظرة الشمولية للمواقف والأحداث، وهنا فإن الإعلام العسكري الأردني يشكل حلقة متينة في سلسلة الخطاب الإعلامي للدولة الأردنية بشكل عام دون أن يخرج عن إطار اختصاصه العسكري.

ويذكر هنا بأن الخطاب الإعلامي العسكري يسعى باستمرار إلى تمثين جسور العلاقة ما بين المؤسسة العسكرية ومؤسسات الدولة المختلفة، ومع القطاعات الخاصة والشعبية، ولديه آليات تنفيذ متعددة يصل من خلالها إلى تحقيق دوره في إسناد هذه المؤسسات والقطاعات، فعلى الصعيد الرسمي

يتعاون الإعلام العسكري مع كافة المنظومات الإعلامية الرسمية وغير الرسمية في القطاع الخاص والقطاعات الشعبية المختلفة.

وسائل الإعلام العسكري الأردني:

أولاً: الصحافة العسكرية في الأردن.

"تعود بدايات الصحافة الأردنية إلى عام 1920 عندما أصدر جلاله المغفور له الملك عبد الله الأول نشرة " الحق يعلو " وهي أول صحيفة تحمل أخبار ومعارك جيوش الثورة العربية الكبرى حيث كانت تطبع على الجلاتين وتحمل شعار (عربية ثوروية) وصدر منها أربعة أعداد في معان ، وعددان في عمان ، وتولى تحريرها محمد الأنسي وعبد اللطيف شاكر وكانت تصدر كل أسبوع (الموسى، 2003، ص:262).

وصدرت بعد صحيفة الحق يعلو عدة صحف منها " الشرق العربي عام 1923 وكانت جريدة رسمية تصدر أسبوعية أو نصف شهرية، وفي عام 1927 ظهرت الصحف على يد القطاع الخاص فصدرت صحيفة جزيرة العرب لحسام الخطيب، والشريعة لكمال عباس ومحمود الكرمي " (المرجع السابق، 2003، ص:262).

بعد ذلك أخذت الصحافة تنشط في إمارة شرقي الأردن وبدأت تتبلور عملية الفصل بين الصحافة العامة والصحافة العسكرية، وأخذت المجالات العسكرية العامة بالظهور وهي:

1. **مجلة "الجيش العربي":** تعتبر مجلة الجيش العربي أول وسيلة إعلامية عسكرية، حيث كانت تنشر مواضيع علمية وعسكرية تهم رجال القوات المسلحة صدر العدد الأول منها في حزيران عام 1940، وهي مجلة شهرية أشرف على تحريرها الرائد عارف سليم، وقد استمرت في الصدور إلى عام 1949، إلى أن حلت محلها مجلة الوثبة (ابوعواد، و الرقاد، 1996، ص: 102).

2. **مجلة الوثبة:** "مجلة شهرية أصدرتها قيادة الجيش العربي في حزيران عام 1949 اهتمت بالمواضيع التي تعالج القضايا العسكرية الأردنية، توقفت عن الصدور في عام 1951، ثم عادت باسم وثبة الجيش بإشراف من المكتب الثقافي العسكري" (الرقاد، 2006، ص:200).

3. **مجلة وثبة الجيش:** صدرت مجلة وثبة الجيش في عام 1952 حيث اشرف عليها المكتب الثقافي العسكري، الذي كان في ذلك الوقت جزءاً من فرع العمليات الحربية، واشرف على إدارتها العقيد الركن أميل جمعان، وشارك في تحريرها المحامي عجاج نويهض وهو أحد المذيعين والإعلاميين في الإذاعة الأردنية في القدس آنذاك، وكانت مجلة شهرية ثقافية مصورة تطبع في مطابع دار الأيتام في القدس "وتصدر بقياس 25×25 وتباع بخمسة وأربعين فلساً" (نصار، 1992، ص:320) وقد توقفت عن الصدور.

4. **المجلة العسكرية:** صدر العدد الأول منها في شباط عام 1955 لتحل محل مجلة "وثبة الجيش" بعدد صفحات وصل إلى المائة بقياس (17×24) وكانت تطبع في مطابع الجيش العربي ونشرت مواضيع متنوعة وبشكل ربعي مرة كل ثلاثة أشهر، حيث لم تقتصر مواضيعها على الشؤون العسكرية، بل فتحت صفحاتها لكل حملة الأقلام من رجال الأدب والفكر في الوطن العربي وخاصة أبناء الأردن أمثال: وصفي التل، خليل السالم، سليمان الموسى، محمد سليم الرشدان، عيسى الناعوري، فدوى طوقان، ركس بن زايد العيزي، يعقوب العودات و محمود سيف الدين الإيراني، والشيخ إبراهيم قطان وآخرون، واستمرت بالصدور حتى أصبحت في عام 1982 مجلة ربعية تقتصر على الدراسات والأبحاث العسكرية واستمرت حتى عام 1986 (الرقاد، 2006، ص:2003) ثم عادت للصدور مرة أخرى في عام 2009 باسم مجلة قادة المستقبل .

5. **مجلة قادة المستقبل:** وهي مجلة عسكرية ثقافية سنوية، تحتوي على مواضيع متنوعة يبلغ عدد صفحاتها 96 صفحة ملونة، تطبع في المطابع العسكرية صدر العدد الأول منها عام 2009، كتب

افتتاحية العدد الأول العميد سمو الأميرة عائشة بنت الحسين مدير شؤون المرأة العسكرية، كما كتب الفريق أول الركن رئيس هيئة الأركان المشتركة مقالاً بعنوان قادة المستقبل، ويرأس تحريرها أمر الكلية العسكرية (مجلة قادة المستقبل، 2009).

6. **مجلة الأردن العسكرية: صدرت عن إدارة التوجيه المعنوي بمديرية التعبئة والعلاقات العامة** عام 1965 وهي تعنى بالأبحاث والدراسات العسكرية والمقالات الأدبية (ابوعواد، 1996، ص:104)، وكان توجه المجلة نحو نشر العلم والمعرفة، ونشر توجيهات القيادة العسكرية والسياسية ممثلة بنشر خطابات جلالة الملك، كذلك كانت تركز على النواحي الدينية من خلال مقالاتها المنشورة، وعلى المواضيع التي تبحث في الشؤون العسكرية والأبحاث العسكرية والدراسات العميقة، وكان أسلوب الكتابة فيها عالي المستوى يدلنا على ذلك مستوى الكتاب فيها أمثال الأستاذ كاظم الصلح من لبنان ولطفي ملحس كاتب صحفي في الأردن والدكتور عيسى المصور والشيخ نوح علي سلمان، وحسن البرقاوي وآخرون (الرقاد، 2006، ص:218).

7. **مجلة الجندي الأردني: صدرت عام 1965 كمجلة شهرية لمخاطبة الجندي بأسلوب مبسط** قريب إلى النفس . على عكس مجلة الأردن العسكرية . من خلال المواضيع والمقالات المتنوعة إلا أن حرب عام 1967 حتمت إيقافها وبقيت مجلة الأردن التي أوقفت فيما بعد (ابوعواد و الرقاد، 1996، ص:104)

8. **جريدة الأقصى: بعد حرب عام 1967 التي كان من نتائجها احتلال الضفة الغربية، وبعد** الحرب التي خاضتها القوات المسلحة الأردنية بعد أقل من عشرة أشهر في معركة الكرامة مع القوات الإسرائيلية في 21 آذار عام 1968، وأحرزت نصراً كبيراً عجزت عنه الدول العربية مجتمعة في عام 1967، حيث تمكنت من خلاله استرداد بعض ما فقدته الأمة العربية من كرامتها، في هذا الظرف كان من الطبيعي أن تأخذ الصحافة وتحديداً الصحافة العسكرية منحى آخر في معالجة الأخبار

والتحليلات ونقل أخبار الاشتباكات على الجبهة، لذا ارتأت القيادة العامة للقوات المسلحة أن تصدر صحيفة أسبوعية تنطق باسمها، وتتقل الأخبار للقراء العسكريين والمدنيين على حد سواء.

في 8 تشرين الثاني عام 1969 صدر العدد الأول من جريدة عسكرية أطلق عليها اسم الأقصى تشرف عليها وتحررها مديرية التوجيه المعنوي في القيادة العامة للقوات المسلحة الأردنية، حيث كان أول من ترأس تحريرها اللواء الركن معن أبو نوار مدير التوجيه المعنوي في تلك الفترة، وقد صدر العدد الأول في ثماني صفحات كانت تصدر بشكل أسبوعي وتطبع في مطابع القوات المسلحة، وتباع بمبلغ عشرة فلسات وقد زيد عدد صفحاتها فيما بعد إلى اثنتي عشرة صفحة (الرقاد، 2006، ص:219).

ركزت جريدة الأقصى على مقاومة الحرب النفسية التي كانت تشنها إسرائيل على الأردن وقواته المسلحة، كما ركزت من خلال مواضيعها على نشر التوعية الوطنية بين صفوف أبناء الجيش العربي وتنمية الروح المعنوية لديهم من أجل مواصلة التضحية وحضهم على الجهاد، وتذكي فيهم روح الإيمان، كما ركزت الصحيفة على زيارات جلالة الملك الحسين . طيب الله ثراه - التقديرية لوحدة الميدان أثناء التدريب والعمليات الحربية والاشتباكات على خط المواجهة.

كما قامت الصحيفة بتخصيص زوايا ثابتة منها زاوية تسمى زاوية أخبار المواجهة، وزاوية الشؤون الدينية وكان يكتبها الشيخ الطنطاوي، وزاوية اعرف عدوك، وزاوية سجل الخالدين تنشر فيها صور شهداء القوات المسلحة ومعلومات عنهم، وزاوية للشهداء من صحابة رسول الله، وزاوية للرياضة والشباب، وأفردت صحيفة الأقصى صفحة لأخبار العالم العربي تنشر من خلالها أخبار الوطن العربي العسكرية منها وغير العسكرية، وقامت بنشر الكاريكاتير في بعض أعدادها.

ومن المحررين الذين أشرفوا على تحريرها اللواء معن أبو نوار، والرائد عبد المجيد مهدي، والرائد أديب نفاع، بالإضافة إلى مديري التوجيه المعنوي الذين تعاقبوا على استلام هذه المسؤولية ومنهم اللواء المتقاعد صالح عبد الغني والعميد المتقاعد عثمان بدران، واللواء المتقاعد يوسف كعوش والعميد الركن المتقاعد فخري العقرباوي، ولم تكن الأقصى تكتب أسماء هيئة التحرير التي تشرف على تحريرها وإخراجها، ومن ابرز الذين كتبوا في جريدة الأقصى دولة السيد زيد الرفاعي، والأستاذ احمد العناني، والأستاذ فاروق جرار وآخرون(الرقاد، 2006، ص:220-222)

9. **مجلة الأقصى**: بقيت الأقصى تصدر بشكل جريدة أسبوعية لغاية العدد "372" ثم تحولت إلى مجلة الأقصى كمجلة أسبوعية صدر العدد الأول منها في 4 أيار عام 1977 تحت رقم 773، وطبع في مطابع الجمعية العلمية الملكية، بعد أن كانت تطبع صحيفة الأقصى في مطابع القوات المسلحة الأردنية، وكان يرأس تحريرها في تلك الفترة العقيد يحيى الرفاعي مدير التوجيه المعنوي، واستمرت مجلة الأقصى تصدر بشكل أسبوعي لغاية تاريخ الأول من كانون الثاني لعام 1984، حيث أصبحت تصدر بشكل نصف شهري وزيد عدد صفحاتها من 36 إلى 48 صفحة، وفي عام 1986 أصبحت مجلة الأقصى تصدر بشكل شهري، وبصفحات ملونة كاملة، وزيد عدد صفحاتها إلى "96"، وكانت طيلة هذه الفترات تصدر بصفحات قياس "27×20"، وكانت تصمم في مؤسسات خاصة للإخراج والتصميم إذ صممتها في البداية المؤسسة الأردنية للتصميم وبعد ذلك صممتها المؤسسة المتحدة للتصميم، وفي شهر آب عام 1995 تم تغيير قياس صفحاتها إلى "17×24" وزيد عدد صفحاتها ليصل في بعض الأحيان ما بين 144 صفحة إلى 160 صفحة " (الرقاد، 2006، 227)، عندما تصدر منها أعداد خاصة في مناسبات معينة مثل مناسبة ميلاد جلالة القائد الأعلى (أبوعواد، الرقاد، 1996، ص: 109).

عمل العديد من الضباط من ذوي الكفاءة كمديري تحرير لهذه المجلة ، نذكر منهم العميد الركن زكي المحادين، والعميد الركن حامد السواعي، والعميد الركن غسان شوقي ضياء، والعميد الركن شاكر ابوحمور، والعميد الركن علي الحوراني، والعميد الركن محمد عايد ابوعواد، والعميد الركن محمد الرقاد، والعميد محمد فتحي عياصره، والعميد عوده أرشيد الشديفات.

أما رئيس التحرير لمجلة الأقصى فكان يناط باستمرار بمن يستلم مهام مدير التوجيه المعنوي ومن رؤساء التحرير لمجلة الأقصى:

اللواء معن أبو نوار، اللواء يوسف كعوش، العميد عثمان بدران، العميد عمر المدني، العميد صالح عبد الغني، العميد فخري العقرباوي، العميد يحيى الرفاعي، العميد الركن حكم الخضرا، العميد الركن احمد محمود عبدالهادي، العميد عدنان الدغستاني، العميد عدنان الكيلاني، اللواء قاسم محمد صالح، اللواء عدنان عبيدات. (*)، العميد الركن احمد عيد المصاروة(الرقاد، 2006، ص 227-228)، العميد الركن محمد خلف الرقاد، وحالياً العميد مازن منصور كريشان.

يرى الباحث أن مجلة الأقصى إحدى قنوات الإعلام الرائدة في حمل رسالة الأردن، ونقل مبادئه السامية إلى المجتمع العسكري المتمثل بكافة منسوبي القوات المسلحة، والملحقيات العسكرية الأردنية، والجيوش الشقيقة والصديقة ، بالإضافة إلى المجتمع المدني المتمثل بكافة فئات الشعب الأردني وتحديدًا فئة الشباب في الجامعات والمعاهد والمدارس.

كما يرى الباحث أن مجلة الأقصى عملت طوال هذه السنين على إبراز دور القوات المسلحة الأردنية في مختلف الأصعدة سواء أكان ذلك في حماية الوطن ومنجزاته، أم في مجال التنمية الوطنية الشاملة، أم في مجال توثيق العلاقات بين المجتمع العسكري والمدني وذلك من خلال تأكيد الثقة المتبادلة بين الشعب وقواته المسلحة، وتذكير المواطنين بالأمجاد التاريخية وأثرها في تاريخ الدولة

(*) عمل الباحث سكرتير تحرير مجلة الأقصى عندما كان اللواء عدنان عبيدات مديرا للتوجيه المعنوي

المعاصر، كما دأبت مجلة الأقصى على توثيق الأحداث المهمة الخاصة بالوطن، والخطابات الملكية، وساهمت في تعزيز الانتماء والولاء في نفوس أبناء الشعب الأردني العسكريين منهم والمدنيين وغرس عقيدة التضحية والبذل والعطاء والتهيئة النفسية والمعنوية باعتبار أن التوعية بمفهومها الشامل، تعتبر ركيزة أساسية لتثبيت الروح القتالية، وكان لها دور فاعل في التأريخ للأردن وتوثيق الكثير من المواقف، كما عملت على نشر الثقافة العسكرية.

المجلات العسكرية المتخصصة في القوات المسلحة الأردنية:

هناك العديد من المجلات العسكرية المتخصصة التي صدرت عن الأسلحة والخدمات في القوات المسلحة الأردنية في الفترات السابقة، منها من أوقف عن الصدور ومنها ما زال يصدر إلى الآن وسوف يتم تقديم مبسط لهذه المجلات كنوع من التوثيق لهذه المجلات يرجع إليها من يرغب في معرفة واقع الصحافة العسكرية المتخصصة في الأردن وهي:

1. مجلة أبعاد: مجلة عسكرية سنوية صدرت في حزيران عام 1987 عن كلية الحرب الملكية الأردنية سابقاً، تبحث في المواضيع والدراسات الاستراتيجية العسكرية ومعظم مواضيعها عبارة عن دراسات أو ملخص لدراسات الضباط المشاركين في دورة كلية الحرب الملكية، وتألقت هيئة تحريرها من ضباط كلية الحرب الملكية ومن الضباط الدارسين في الكلية، طبعت في المطابع العسكرية، في العام 2003 تحولت كلية الحرب الملكية إلى مسمى كلية الدفاع الوطني الملكية الأردنية، وتوقفت مجلة أبعاد عن الصدور وعادت مرة أخرى بمسمى جديد هو مجلة كلية الدفاع.

2. مجلة الركن: مجلة سنوية تصدرها كلية القيادة والأركان الملكية الأردنية، صدر العدد الأول منها عام 1960، تطبع في المطابع العسكرية، وهيئة تحريرها من ضباط كلية القيادة والأركان ومن الضباط الدارسين في الكلية، تتضمن مقالات لهيئة التوجيه والطلاب ووصف لفعاليات ونشاطات دورات كلية القيادة والأركان السنوية، وما زالت مستمرة في الصدور.

3. **مجلة اللاسلكي:** وهي مجلة ثقافية علمية عسكرية سنوية، صدرت عن مديرية سلاح اللاسلكي الملكي، صدر العدد الأول منها في عام 1995، وطبعت في المطابع العسكرية ملونة على ورق مصقول قياس "24×17" كانت معظم مواضيعها في مجال الاتصالات، وقد توقفت عن الصدور.
4. **مجلة فرسان مؤتة:** مجلة سنوية تصدر عن الجناح العسكري في جامعة مؤتة، صدر العدد الأول منها عام 1988، تهتم بالموضوعات العسكرية والشرطية، وما زالت مستمرة بالصدور.
5. **مجلة النسور:** مجلة سنوية تصدرها كلية الملك حسين الجوية صدر العدد الأول منها عام 1980، تعنى بأمور الطيران، ومتابعة الجديد فيه (ابوعواد و الرقاد، 1996، ص ص 109-110)
6. **مجلة الآفاق:** مجلة سنوية تبحث في المواضيع الاستراتيجية، صدرت عن كلية القيادة والأركان الجوية، صدر العدد الأول منها عام 1992، وقد أوقفت عن الصدور لانضمام كلية الأركان الجوية إلى كلية القيادة والأركان الملكية الأردنية.
7. **مجلة المدفعية:** مجلة سنوية علمية فنية ثقافية صدرت عن مديرية سلاح المدفعية الملكي، صدر العدد الأول منها عام 1970 وقد توقفت عن الصدور 0
8. **مجلة نور الثقافة العسكرية:** مجلة سنوية أصدرتها مديرية التربية والتعليم والثقافة العسكرية، صدر العدد الأول منها في أيار عام 1973، تهتم بالقضايا التربوية والتعليمية لمدارس القوات المسلحة، صدر منها خمسة أعداد ثم توقفت عن الصدور.
9. **مجلة سلاح الصيانة:** مجلة سنوية أصدرتها مديرية سلاح الصيانة الملكي، أوقفت عن الصدور.
10. **مجلة سلاح الهندسة:** مجلة سنوية أصدرتها مديرية سلاح الهندسة، أوقفت عن الصدور.

11. **مجلة الخدمات الطبية الملكية:** وهي مجلة علمية محكمة أصدرتها مديرية الخدمات الطبية الملكية، صدر العدد الأول منها عام 1994، تهتم بالمواضيع الطبية، وتنتشر موضوعات طبية لكبار الأطباء في القوات المسلحة الأردنية، أوقفت عن الصدور.

12. **مجلة التذكرة:** هي مجلة شهرية تصدرها مديرية الإفتاء في القيادة العامة للقوات المسلحة الأردنية، تعنى بالتوجيه الديني، صدر العدد الأول منها في عام 1971، تركز من خلال مواضيعها على تعزيز الثقافة الدينية والفتاوى، وتتناول مختلف الجوانب الدينية التي تهتم المسلم، وهي موجهة بالدرجة الأولى إلى المجتمع العسكري الأردني، وتعتبر مرجعية في الكثير من مواضيعها لغير العسكريين أيضاً (الرقاد، 2006، ص ص: 230-233).

13. **مجلة الكرامة:** هي مجلة نصف سنوية تصدرها مديرية التربية والتعليم والثقافة العسكرية / دائرة التعليم الجامعي، موجهة إلى طلبة الجامعات الأردنية، وبخاصة الذين يدرسون مادة العلوم العسكرية، حيث تفتح المجلة أبوابها لأقلام الطلبة يكتبون فيها بمختلف المواضيع، ويرأس تحريرها مدير التربية والتعليم والثقافة العسكرية، ومدير تحريرها رئيس دائرة التعليم الجامعي، وتوزع على الطلبة مجاناً (*).

إذاعة القوات المسلحة الأردنية / الجيش العربي

يُعد الإعلام المسموع من الوسائل الإعلامية العسكرية المهمة، باعتباره أحد عوامل الجذب الإعلامي الذي ينقل بالصوت الأحداث الهامة على أرض الواقع، وبالتالي فإن القيادة العامة للقوات المسلحة وعت لهذا الدور منذ ستينات القرن الماضي، وكان للقوات المسلحة الأردنية برنامج أسبوعي مدته نصف ساعة، يبث من خلال إذاعة المملكة الأردنية الهاشمية قبل إنشاء إذاعة خاصة للقوات المسلحة، حيث كان يعده منذ ستينات القرن الماضي إعلاميون مدنيون من الإذاعة الأردنية ومنهم

(*) عمل الباحث سكرتير تحرير لمجلة الكرامة من عام 2007-2009

إبراهيم السمان، وسليمان المشيني، وجودت مرقة، وجبر حجات، وتركي نصار، وكانت فلسفة البرنامج تقوم على طرح القيم الوطنية والعسكرية، ويهدف إلى تعزيز الروح المعنوية وقيم الانتماء (ابوعواد والرقاد، 1996، ص 118)

في نهاية السبعينات من القرن الماضي أخذت مديرية التوجيه المعنوي على عاتقها إعداد وتقديم هذا البرنامج، وقد شارك في إعداده عدد من ضباط القوات المسلحة نذكر منهم الرائد علي الزعبي والرائد غازي رابعة، والملازم محمد ابوعواد، وفي بداية عام 1996 وبتوجيهات من جلالة المغفور له الملك الحسين بن طلال . طيب الله ثراه . أقرت القيادة العامة للقوات المسلحة الأردنية خطة لإنشاء محطة إذاعة وتلفزة، وعهد إلى مديرية التوجيه المعنوي بتنفيذ هذه الخطة تحت اسم محطة إذاعة وتلفزيون صوت النهضة (الرقاد، 1996، ص:123).

في الساعة الخامسة من مساء يوم الأحد الموافق الأول من آذار عام 1998 انطلق صوت القوات المسلحة عبر إذاعة القوات المسلحة الأردنية / الجيش العربي، من خلال الموجة المتوسطة بتردد(612) كيلو هيرتس وهي إحدى موجات الإذاعة الأردنية، وبواقع ساعة بث واحدة يومياً، تم زيادتها بعد عام إلى ساعتين بث يومياً، وتم إطلاق اسم صوت النهضة إذاعة القوات المسلحة الأردنية، (الشوبكي، مقابلة شخصية، 2009).

بتاريخ 1999/11/13 افتتح جلالة القائد الأعلى للقوات المسلحة الملك عبدالله الثاني بن الحسين الإذاعة رسمياً، وأطلق عليها اسم إذاعة القوات المسلحة الأردنية / الجيش العربي، ووجه من استوديوهاتها في القيادة العامة / مديرية التوجيه المعنوي كلمة سامية بثت إلى الشعب الأردني قال فيها " لقد أصبح الإعلام ووسائل الإعلام الاتصال في هذا العصر سلاحاً فعالاً في أيدي الأمم

والشعوب، وستكون إذاعتكم هذه بإذن الله سلاحاً إلى جانب أسلحتكم وقوة إلى جانب قوتكم، ومعلماً أردنياً نعتز به جميعاً، ونحرص على أن يكون متميزاً" (*).

وفي تقدير الباحث أن إذاعة القوات المسلحة الأردنية/الجيش العربي منبرٌ حرٌّ للكلمة الصادقة، هدفت منذ تأسيسها إلى إبراز دور القيادة الهاشمية عبر التاريخ، وعملت على تعزيز وتعميق روح الولاء والانتماء للوطن وقيادته الهاشمية، وتنمية الروح المعنوية لدى المواطن الأردني بشكل عام، ومنسوبي القوات المسلحة الأردنية/الجيش العربي بشكل خاص، إضافة إلى تنمية وتعزيز روح المهنية والاحتراف العسكري لدى منسوبي القوات المسلحة.

كما عملت إذاعة القوات المسلحة /الجيش العربي على إبراز إنجازات القوات المسلحة الأردنية وتغطية نشاطاتها المختلفة والتمارين العسكرية والمؤتمرات العلمية التي لها علاقة بها (دينية، سياسية، عسكرية، اجتماعية وثقافية)، إضافة إلى التعريف بدور القوات المسلحة الأردنية/الجيش العربي على الصعيد المحلي والإقليمي والعالمي، وإبراز بطولات رجالها وتضحياتهم والتعريف بشهادتها الأبرار، والتعريف بالتاريخ العسكري العربي الإسلامي والعالمي، وتنقيف أبناء القوات المسلحة من خلال متابعة الأحداث الجارية وتحليلها وبيان انعكاساتها على الأمن الوطني، كما ساهمت في بناء الشخصية الوطنية وصلتها والتركيز على البناء النفسي والمعنوي للعسكريين من خلال تقديم الجرعات المتنوعة والمتواصلة من الثقافة العسكرية.

برنامج جيشنا العربي/المتلفز

يعتبر التلفزيون من أهم الوسائل الإعلامية على الإطلاق، باعتباره أحد عوامل الجذب الإعلامي الذي ينقل بالصوت والصورة الأحداث المهمة على أرض الواقع، كما أن انتشاره في العالم، يعتبر انتشاراً كاملاً، ونسبة مشاهدته تفوق أي نسبة لوسيلة إعلام أخرى، حيث يمكن أن تشاهده كافة

(* الكلمة السامية لجلالة القائد الأعلى الملك عبدالله الثاني في افتتاح إذاعة القوات المسلحة الأردنية / الجيش العربي

طبقات المجتمع وعلى اختلاف اتجاهاتها وميولها، وهذا ما حدا بالقيادة العامة للقوات المسلحة أن تهتم بالإعلام المتلفز منذ بدايات تأسيس التلفزيون الأردني، الذي كان يقوم على بث ونشر الأخبار والنشاطات والبرامج العسكرية عبر شاشة التلفزيون الأردني بالتعاون والتنسيق مع مديرية التوجيه المعنوي.

بدأ استخدام التلفزيون كوسيلة من وسائل الإعلام العسكري من خلال برنامج جيشنا العربي المتلفز، الذي بدأ في عام 1982 عبر شاشة التلفزيون الأردني في القنال العام، وبمعدل نصف ساعة كل أسبوع، حيث قام بإعداده وتقديمه عدد من العاملين في التلفزيون، إذ قام بإعداده لفترة طويلة طه الهبابية، وأخرجه خلال هذه الفترة المخرج محمد الرجوب، والمخرج محمد العبدالات، وعصام مشريش، وشارك في تقديمه المذيعة ليلى مشريش.

منذ عام 1983 اخذ إعداد وتقديم البرنامج منحى جديدا، فأعداده وتقديمه، وتصويره، وكامل متطلباته تتم بإمكانات عسكرية محترفة، ومن قبل مرتبات مديرية التوجيه المعنوي، حيث أشرف على إعداده وتقديمه وأخرجه عدد من الضباط ممن يحملون شهادات علمية في مجال الإعلام ومجال الإخراج المتلفز،، وذلك حسب سياسة القوات المسلحة على طريق الاكتفاء الذاتي من الكفاءات في كافة المهن الإعلامية.

كما شمل الإعلام العسكري في القوات المسلحة من خلال التلفزيون إعداد وتقديم البرامج الخاصة في الأعياد والمناسبات الوطنية، مثل يوم الجيش، وذكرى الثورة العربية الكبرى، وعيد الاستقلال، وذكرى معركة الكرامة. وميلاد جلالة القائد الأعلى، وكافة المناسبات الوطنية والدينية.

ومن الأساليب التي استخدمها الإعلام العسكري من خلال التلفزيون إقامة الندوات العسكرية المتلفزة، التي تبين التاريخ العسكري للقوات المسلحة، وذكر بطولات شهداء القوات المسلحة وتضحياتهم دفاعاً عن المقدسات، والتركيز على دور القوات المسلحة في الحروب العربية مع

إسرائيل. كما اهتم الإعلام العسكري المتلفز بالأخبار والتقارير العسكرية، من خلال بث وإعداد التقارير المتلفزة عن نشاطات الجيش العربي (الرقاد، 2006، ص: 236-240).

مفهوم المعنويات:

تحتل المعنويات أهمية كبيرة في حياة الأفراد والجماعات، إذ من خلالها تحقق أهدافها وتبلغ غاياتها، " فضلاً عن أثرها في وحدة الجماعة وتماسكها ومبلغ تعاونها واتحادها في مواجهة التحديات الخارجية التي يتعرض لها، وللروح المعنوية آثار قوية على شعور أفراد الجماعة بالولاء للجماعة ولفلسفتها وقيمها ومثلها ومعاييرها ومبادئها وقواعدها ونظمها السياسية والاجتماعية والاقتصادية، وثقافتها وأيدولوجيتها. (العيسوي، 1999، ص: 125).

تعرف الروح المعنوية في علم النفس بأنها: " الحالة العقلية للفرد في وقت معين، وتحت تأثير ظروف معينة" (محفوظ، 1976، ص: 251). فحالة الفرد العقلية التي تحركه في هذا الوقت أو ذلك إلى السلوك المتمسم بالقوة أو الضعف والمتصف بالسعادة والشقاء تسمى بالروح المعنوية، فالفرد في وقت معين وتحت تأثير ظروف معينة قد نجده شجاعاً قوياً ممثلاً بالحماسة، وفي وقت آخر وتحت ظروف أخرى نجده متردداً متخاذلاً فاقد النشاط.

ويعرفها الزغول، (2004) بقوله: " إن الروح المعنوية هي بمثابة حالة نفسية داخلية تنطوي على الشعور الذاتي من قبل كل فرد من أفراد الجماعة بأهمية الجماعة التي ينتمي إليها والأهداف التي تسعى إلى تحقيقها، ومدى الحاجة إلى العمل لمواجهة كافة التحديات التي تحول دون تحقيق الأهداف" (ص: 76).

وتعرف الروح المعنوية بأنها "القوى الكامنة في صلب الإنسان، التي تكسبه القابلية على الاستمرار في العمل والتفكير بعزم وشجاعة، مهما اختلفت الظروف المحيطة به" (خطاب، 1969، ص: 132).

يخلص الباحث من خلال هذه التعاريف إلى أن الروح المعنوية هي حالة من الانسجام بين الفرد والجماعة التي يعمل معها، وهذا الانسجام يرتبط بعوامل نفسية تحت الفرد على الانجذاب إلى الجماعة والعمل بروح الفريق، من أجل تحقيق أهداف الجماعة التي ينتمي إليها، يدفعه إلى ذلك الشعور بالولاء والانتماء إلى هذه الجماعة، التي من خلالها سوف يحقق أهدافه الشخصية.

المعنويات في القرآن الكريم والسنة:

أن أساس الإعداد المعنوي للأمة الإسلامية يعتمد على القرآن الكريم، وسنة رسول الله (صلى الله عليه وسلم)، حيث تمكنت الأمة الإسلامية في عهد الرسول (صلى الله عليه وسلم) وفي عهد الخلفاء الراشدين من بعده، من قهر أعظم دولتين في الأرض حينذاك وهما (دولة الفرس) و(دولة الروم)، وذلك على الرغم من أنهم لم يعرفوا من شؤون الحرب إلا القليل، وكانوا قلة في العدد والعتاد، ولكن بقوة الإيمان انتصروا، لأن إعدادهم المعنوي كان مرتبطاً برفع كلمة لا إله إلا الله، ولأن القرآن كان يملأ نفوسهم ثباتاً وقلوبهم إيماناً، والآيات والأحاديث التي جاءت في فضل القتال والمقاتلين، وفي منزلة الشهداء عند الله، وبيان ما أعده لهم من الفضل والتكريم، كلها تشحن القلوب وترفع المعنويات، يقول الله تعالى:

(وَأَعِدُّوا لَهُمْ مَا اسْتَطَعْتُمْ مِنْ قُوَّةٍ وَمِنْ رِبَاطِ الْخَيْلِ تُرْهِبُونَ بِهِ عَدُوَّ اللَّهِ وَعَدُوَّكُمْ) (الأنفال، 60).

وكان الرسول صلى الله عليه وسلم يشحذ الهمم ويشعل الحماس، وهو في ميدان المعركة، مؤكداً لصحابته - رضوان الله عليهم - ضرورة الإقبال لملاقاة الأعداء وما يترتب عليه من فضل عظيم، ومثوية كبيرة، فكان مما قاله عليه الصلاة والسلام في معركة بدر مخاطباً صحابته -رضوان الله عليهم- في الحديث الذي رواه أنس بن مالك - رضي الله عنه - " لا يقاتلهم اليوم رجل فيقتل صابراً محتسباً مقبلاً غير مدبر إلا أدخله الله الجنة " (مسلم، 1901، ص: 1510).

إن هذه الروح المعنوية العالية التي أَرادها الرسول صلى الله عليه وسلم لصحابته الكرام، ما كان لها أن تتوفر لولا وجود الإيمان في النفوس، وحول هذا المعنى يقول وجدي (1993): "وهذا الإيمان الذي نفثه محمد صلى الله عليه وسلم في روع جماعته، فجعلهم يتلقفون ما يلقي إليهم بلهف عظيم، فتتكيف به نفسياتهم، ويصبح حالاً لها كأنها ولدت مفطورة عليه" (ص: 196).

ولقد استطاع عليه الصلاة والسلام باهتمامه بهذا الجانب من الإعداد المعنوي، أن يصل إلى درجة عالية من الإعداد جعلت هؤلاء العرب قوّة خطيرة انطلقت في كل اتجاه ترفع كلمة الله تعالى وتُعلي راية التوحيد، لقد استطاع الرسول صلى الله عليه وسلم أن يجعل من القلة كثرة، ومن الضعف قوة، ومن الفتيان الصغار قادة وأساتذة، ومن الأسلحة الهزيلة الخفيفة أسلحة مؤثرة ومحققة لأهداف حاملها (زايد، د.س، ص: 209).

وخاض المسلمون معارك كثيرة واجهوا فيها أعداءً يفوقونهم في العدد والعدة، فانحصروا عليهم، هذا بفضل الله تعالى أولاً، ثم بسبب المعنويات العالية التي يتمتع بها المسلمون الأوائل، والتي بثت في نفوس العدو مهابتهم.

يرى الباحث أن النهج الذي اتبعه الرسول صلى الله عليه وسلم كان يعتمد على الكيف وليس الكم، الكيف بمعنى القدرة التي يتمتع بها المقاتل، من خلال إيمان الجند بأحقية الهدف الذي يدافعون من أجله، والذي يدفعهم إلى تحقيق النصر على أعدائهم، وإيقاع قدر من الخسائر في صفوفه، وليس على الكم الذي يعني العدد الذي يرصد لهذه الحرب وهم المشتركون في القتال لمواجهة العدو وما يتبع ذلك من سلاح وعتاد، وقد أدرك المسلمون هذا المنهج من قوله تعالى: (كَمْ مِّن فِئَةٍ قَلِيلَةٍ غَلَبَتْ فِئَةً كَثِيرَةً بِإِذْنِ اللَّهِ وَاللَّهُ مَعَ الصَّابِرِينَ) (البقرة: 249).

المعنويات في المؤسسة العسكرية:

تعد المعنويات ذات أهمية كبرى للقوات المسلحة في مختلف جيوش العالم، " إذ إن القوة المادية بدونها لا تساوي شيئاً، وهي عامل النصر الحاسم الرئيس " (الدباغ، 2007، ص:41).

ومن أجل ذلك تعتني الدول والجيوش أشد العناية بوضع النظم التي تستهدف بناء الروح المعنوية لرجالها، وأصبح التركيب التنظيمي للجيش يضم أجهزة متخصصة في هذا المجال، يحشد فيها الخبراء العسكريون مع علماء النفس، والاجتماع، والإعلام، وأطباء الأمراض العصبية والنفسية وغيرهم (محموظ، 1976، ص:252)، ويطلق على هذه الأجهزة اسم (التوجيه المعنوي).

ويحتل العامل المعنوي مكاناً مهماً في زمن الحرب والسلم، ففي زمن السلم تعد الروح المعنوية العالية من أهم الدوافع إلى الإخلاص، والايجابية، والحماس في العمل في مجالات الاستعداد والتدريب وغيرها من أسباب إعداد القوة المادية، التي هي أيضاً مطلب للنصر في الحرب، أما في زمن الحرب فإن الروح المعنوية تعتبر من أهم عوامل النصر في الحرب، لأنها الباعث الأساسي لإرادة القتال، وهي مستودع القوة والقدرة على مواجهة مشاق المعركة وأهوالها والتغلب عليها والتصميم على إحراز النصر على العدو مهما كانت التضحيات. (المرجع السابق، 1976، ص:262).

إن للقوة المعنوية في الحياة أهمية عظيمة، بل هي من أخطر الموضوعات داخلياً وخارجياً، وتتمثل هذه القوة بغرس الرغبة الأكيدة لدى الجند في الصمود والثبات في ميدان القتال وتحمل أعباء الحرب والاستهانة بجميع ما يحدث من أضرار مما يجعل الروح المعنوية عالية.

لقد أدرك القادة في الميدان أهمية الروح المعنوية في إحراز النصر وأولوها جل اهتمامهم، يذكر محموظ (1976): "يعبر الفيلد مارشال مونجمري عن أهمية العامل المعنوي فيقول : إن أعظم عامل من العوامل المؤدية إلى تحقيق النجاح هو روح المقاتل، إنه لأمر هام وجوهري أن يفهم المرء أن المعارك إنما تكتسب أولاً وقبل كل شيء في قلوب الرجال" (ص:252).

كما اهتم نابليون بالعامل المعنوي لدى جنوده من خلال إثارة حماسهم، ولم يترك فرصة من الفرص تفلت منه لإثارة كبريائهم وثقتهم، وزيادة إيمانهم وتبديد مخاوفهم لزيادة ثقتهم بأنفسهم، وبهذا الشكل كان يحول الجندي الحذر المتشكك إلى مقاتل يملك إرادة التضحية بحياته في سبيل قضيته، يرى نابليون أن "القوة المعنوية هي التي تقرر النصر أكثر من القوة العددية" (ديري، 1981، ص:65)، ويقول أيضاً " ليس عدد الجنود هو الذي يصنع قوة جيش من الجيوش، وإنما الذي يصنع قوته هو إخلاصهم ومزاجهم الطيب " (ديري، 1981، ص:65).

ويحتل العامل المعنوي مكاناً بارزاً في التخطيط الاستراتيجي في كل جيوش العلم إذ قد يصبح هو العامل الذي يحكم إصدار القرارات ببدء العمليات العسكرية أو تأجيلها أو التخلي عنها، وكذلك أصبح " تدمير الروح المعنوية " من أهم الأهداف الإستراتيجية التي تسعى الجيوش المتصارعة إلى تحقيقها فتضع الخطط " للضربات " التي تستهدف تدمير المعنويات سواء بأعمال القتال أو بالحرب النفسية. (الخفاجي، د.س، د.ص).

العوامل المؤثرة في المعنويات:

هناك العديد من العوامل التي تؤثر في الروح المعنوية للأفراد، لاسيما الأفراد العاملين في القوات المسلحة، ومن أهم هذه العوامل مايلي:

عامل الإيمان:

يعد الإيمان من أكثر العوامل أهمية في إثارة الروح المعنوية، لدى أفراد أي جماعة أو تنظيم، وينطوي مفهوم الإيمان على وجود عقيدة، أو مجموعة مبادئ أو قيم تؤمن بها الجماعة، التي من شأنها أن تزيد من مستوى الروح المعنوية لديهم، فالعقيدة تعمل على زيادة مستوى الصمود والمواجهة

والتحدي، وتحمل الشدائد في سبيل الحفاظ على سلامة الجماعة (الزغول، 2004، ص:79).
 إن إيمان المسلمين بالعبقيدة الإسلامية، ومبادئها عزز عندهم مفهوم تماسك الجماعة، وزاد في
 شدة حرصهم على الحفاظ عليها ونشر أهدافها، وهذه العبقة التي تمسك بها المسلمون، ودافعوا عنها
 تفسر لنا روح الفتوح الإسلامية العظيمة التي امتدت خلال سنوات طويلة (النعنع، 2007، ص:26).

العامل المرتبط بإشباع الحاجات:

مما لا شك فيه أن لدى الإنسان العديد من الحاجات يسعى جاهداً لتحقيقها، والمعروف أن الروح
 المعنوية للفرد والجماعة ترتفع إذا تحققت هذه الحاجات، وتم إشباعها، سواء كانت حاجات مادية
 كالمأكل والمشرب والمأوى والملبس والجنس، أو كانت حاجات نفسية كالحاجة إلى النجاح والاستقرار
 والأمن والأمان والانتماء والقبول الاجتماعي (العيسوي، 1999، ص:127).

العامل المرتبط بالقيادة:

ترتبط الروح المعنوية لدى الأشخاص بدرجة اقتناعهم بقدرات وإمكانات قادتهم الشخصية، ففي
 الغالب تنخفض الروح المعنوية لدى الأفراد في حال إدراكهم بأن قادتهم غير مؤهلين للقيام بأعباء هذا
 المنصب، وترتفع معنويات الأفراد عندما يمتلك قادتهم صفات قيادية جيدة، فقد كانت معنويات
 المقاتلين المسلمين عالية بسبب أن قادتهم كانوا يمتازون بخصائص و صفات إنسانية فريدة، ولعل
 أهمها أنهم كانوا يتقدمون صفوف المقاتلين دوماً (الزغول، 2004، ص:82).

يرى الباحث أن وجود القادة في الأمام، بين جنودهم خلال المعارك يعد من أهم عوامل النصر
 في المعركة، فهو الذي يحفز الطاقات ويرفع المعنويات ويثبت المقاتلين عند ملقاة الأعداء، وخير
 شاهد على ذلك معركة الكرامة الخالدة التي خاضها الجيش العربي بقيادة جلاله الملك الحسين . طيب

الله ثراه . في 21 آذار 1968، الذي حقق خلالها الجيش العربي نصراً مؤزراً كسر شوكة الجيش الذي لا يقهر .

إن تواجد جلالة الملك الحسين . طيب الله ثراه . في ميدان المعركة إلى جانب جنوده، كان له الأثر الكبير في رفع معنويات المقاتلين، ونمى فيهم الثبات ومواجهة الصعاب، وغرس فيهم معنى الجندية والانتماء وحب الوطن، فكان النصر .

عامل التدريب:

إن شعور الأفراد وإدراكهم بأن لديهم قدرات وإمكانات تؤهلهم لتنفيذ المهام المطلوبة منهم، من شأنه أن يعزز الثقة لديهم بالنفس، ويرفع الروح المعنوية ويبدد الخوف والقلق لديهم، وبالتالي فإنه كلما ارتفع مستوى التدريب الفني والتقني للأفراد ارتفعت معنوياتهم (المرجع السابق، 2004، ص:83).

مفهوم التوجيه:

إن التوجيه بشكله المجرد بعيداً عن أي إضافة هو " الوظيفة الثالثة من وظائف الإدارة بعد التخطيط والتنظيم، فهو ملازم لعملية التنفيذ، ويأتي بعده دور الرقابة ومن هنا تأتي أهمية التخطيط" (السلطان، 1997، ص:121). وفي هذا الإطار العام يعرف التوجيه بأنه " العمل أثناء التنفيذ ذاته لمواجهة أي مشكلات، ولضمان سير العمل بالمستوى المطلوب الذي يضمن دوماً التحقيق المتكافئ للأهداف" (المنيف، 1403هـ، ص:33).

ويعرف التوجيه بأنه: "عملية تتطوي على كل الأنشطة التي صممت لتشجيع المرؤوسين على العمل بكفاءة وفاعلية على المدى القريب والبعيد، كما ينظر إليه على أنه مهمة مستمرة لصنع القرارات وتسجيلها في أوامر وتعليمات سواء كانت هذه الأوامر وتلك التعليمات عامة أو خاصة "

(<http://ar.wikipedia.org/wiki>) .

ويعد التوجيه جزءاً رئيساً من عملية القيادة، والتي تتطلب من الرئيس أن يقضي بعض الوقت مع الأفراد من أجل الاستماع والإنصات والملاحظة، ثم تقديم النصح والإرشاد والتعليمات اللازمة التي تيسر مواجهة المواقف الصعبة أثناء أدائهم لأعمالهم، والذي يؤدي إلى ظهور صورة من الحماس وحب العمل وإجادته في نفس الوقت.

من هنا يرى الباحث أن التوجيه عملية مستمرة في المجتمع، يحتاج إليه الفرد باستمرار وفي جميع مراحل حياته، لذا يجب علينا الاهتمام بهذا الجانب لأنه استثمار في الكادر البشري، الذي يعد أفضل الاستثمارات على الإطلاق.

التوجيه المعنوي:

عندما يقترن التوجيه بكلمة أخرى، يصبح هناك أنواع أخرى من التوجيه مثل التوجيه النفسي، والتوجيه المهني، والتوجيه الديني، والتوجيه المعنوي إلى آخر هذه المصطلحات التي تميز توجيهاً عن آخر، وهي بالتالي تقترب أو تبتعد في مفهومها من المفهوم العام للتوجيه كأحد وظائف الإدارة، لكنها تتفق جميعها على ما يلي:

1. إنها عملية تفاعلية بين طرفين وفي هذا الإطار يقول: حافظ(1964) في تقديمه لكتاب ميرال السن إن التوجيه عملية تفاعلية قيادية بين طرفين احدهما المؤجّه والآخر المؤجّه تستهدف التعاون على استنصاء طبيعة الموقف بقصد التوصل إلى معرفة أمثل الحلول الممكنة، والاضطلاع بمسؤولية التنفيذ(ص:15).

2. "إنها مجموعة من الإرشادات المتكررة في ميادين التوجيه لتكوين قناعة وصحة اعتقاد وعزيمة على فعل شيء واتباع مذهب أو طريقة ثابتة نحو أمر أو فعل معين" (يالجن، 1973، ص:59)

أما فيما يتعلق بمفهوم التوجيه المعنوي بشكل خاص فيعرفه محفوظ،(1994)، في دراسة له " بأنه اتخاذ التدابير ووسائل التأثير على العواطف والسلوك الإنساني لبناء الروح المعنوية لدى الأفراد

على النحو الذي يدفعهم لتقديم أقصى طاقاتهم لتحقيق أقصى درجات الكفاءة في الأداء" (ص:77).

فالتوجيه المعنوي يهتم بحفز الطاقات، وبناء الروح وتماسكها، وتعاهد الأفكار والمعتقدات الصحيحة بالبناء والتنمية، ومحاربة الأفكار المنحرفة والضالة، وتعديل السلوك إلى الأفضل، ومساعدة الفرد على أن يتقدم وينمو في سلم العطاء والأداء، ويتعلم التضحية والإخلاص في العمل.

ويرتبط التوجيه المعنوي في جانبه السلوكي بمنحى تعديل السلوك وهو نوع خاص من أنواع التأثير على السلوك، بهدف الحد من المعاندة الإنسانية وتحسين الأداء الإنساني، وأساليبه عموماً تهدف إلى تحسين الضبط الذاتي وتطويره من حيث تحسين مهارات الفرد وقدرته ومستوى استقلاليته وإحداث تغيير جوهري ومفيد في السلوك الإنساني ذي الأهمية الاجتماعية (الخطيب، 1990، ص:17-19).

ويعرف تعديل السلوك بأنه _ " تعليم محدد البنين يتعلم فيه الفرد مهارات جديدة وسلوكاً جديداً، ويقفل من الاستجابات والعادات غير المرغوبة، وتزداد فيه الدافعية للتغيير المرغوب " (مليكه، 1990، ص:12)

كما يعرف تعديل السلوك بأنه: "مفهوم عام ومنهج علمي يعتمد على مجموعة من الإجراءات العلمية التي ثبتت صحتها من خلال التجريب على سلوكيات بشرية غير مرغوبة، حيث تم تعديلها بواسطة هذه الإجراءات المستمدة أساساً من قوانين ونظريات التعلم التي تصف العلاقات الوظيفية بين المتغيرات البيئية المختلفة والسلوك " (عبد الهادي والعزة، 1999، ص:25).

التوجيه المعنوي في المؤسسة العسكرية:

اهتمت المؤسسة العسكرية في مختلف أنحاء العالم بالتوجيه المعنوي، الذي يعتبر العامل المخطط الواعي والهادف إلى إعداد وبناء منتسبي القوات المسلحة، إعداداً ذهنياً ونفسياً وسياسياً ومعنوياً جيداً، فالتوجيه المعنوي يهتم بحفز الطاقات، وبناء الروح وتماسكها وتعاهد الأفكار والمعتقدات الصحيحة بالبناء والتنمية، ومحاربة الأفكار المنحرفة والضالة من أجل تعديل السلوك إلى الأفضل، ومساعدة الفرد على أن يتقدم وينمو في سلم العطاء والأداء، ويتعلم التضحية والإخلاص في العمل، من هنا نخلص إلى أن التوجيه المعنوي "نشاط يتعامل مع عقول ووجدان المقاتلين بصورة شفافة وبالغة الحساسية باعتباره يجري في أوساط مؤسسة مدججة بالأسلحة والمعدات التكتيكية الحربية، ويضطلع بالتوجيه السليم والمتقن لنشاط أبنائها نحو تحقيق البناء العسكري النوعي الحديث والمتطور ورفع مستوى جاهزيتها القتالية وصولاً إلى تعزيز القدرة الدفاعية للبلاد " (المسيلي، 2007، ص:37).

ويرى الباحث أن التوجيه المعنوي هو حجر الزاوية في بنیان المؤسسة العسكرية، ومن دونه تفتقد المؤسسة صواب الرؤية ووضوح الهدف، وبالتالي تتبعثر القدرات وتضيع الجهود ويختل الأداء، فتوافر الإمكانيات المناسبة للجيش من عتاد وسلاح، إضافة إلى التنظيم الجيد والتدريب الاحترافي المتخصص والإدارة السليمة، هي عوامل لا بد منها للوصول إلى الكفاءة القتالية المطلوبة، لكن هذه العوامل تبقى غير كافية إذا لم تواكب بتنشئة وطنية وتوجيه معنوي فاعلين، يشكلان الإطار الشامل الذي يكفل استخدام مختلف هذه الطاقات بالطرق الفضلى التي تؤدي إلى تحقيق أهداف الجيش ومصالح أوطانها على حد سواء.

التوجيه المعنوي في القوات المسلحة الأردنية / الجيش العربي:

أدركت القوات المسلحة الأردنية / الجيش العربي، كما هو حال الجيوش الأخرى أهمية التوجيه المعنوي، " الذي أصبح ظاهرة ضرورية في عالم تتقاطع وتتصارع فيه أيديولوجيات وأفكار ومفاهيم مختلفة " (مارديني، 2003، ص:23)، إذ يقوم التوجيه المعنوي بتعميق المبادئ القومية والدينية لمنسوبي القوات المسلحة، و تنمية وتعزيز الروح المعنوية، التي تعد أهم الدعائم لتحقيق النصر في المعركة، وإحراز التقدم والنمو في مجال التنمية على مستوى الدولة".

ولأهمية الدور الذي يقوم به التوجيه المعنوي فقد خصصت، القيادة العامة في القوات المسلحة جهازاً خاصاً ليقوم بهذا الدور منذ فترة طويلة، هو مديرية التوجيه المعنوي، التي تتمحور مهمتها في إدارة الإعلام العسكري بالوسائل المتاحة للتأثير فيمن حولها، وتعزيز وتنمية الروح المعنوية وإرادة الصمود وإشاعة البعد الإنساني لدى منسوبي القوات المسلحة / الجيش العربي، وتحصينهم ضد الإشاعات والدعايات المغرضة، والمساهمة في إدارة العمليات النفسية بالتعاون مع الجهات ذات الاختصاص.

مرت مديرية التوجيه المعنوي في القوات المسلحة الأردنية، منذ تأسيسها إلى الآن بعدة مراحل من التطور والتحديث، وذلك لمواكبة التطور العالمي في هذا المجال، ولأهمية عمل هذه المديرية بموضوع الدراسة سوف يتناول الباحث بشيء من التفصيل مراحل تشكيلها، وتنظيمها، وواجباتها في هذه الدراسة:

مديرية التوجيه المعنوي:

مرت مديرية التوجيه المعنوي في القوات المسلحة الأردنية بعدة مراحل منذ تشكيلها، فقد بدأت الفكرة بإنشاء جهاز توجيه معنوي في الجيش العربي عندما استحدث المكتب الثقافي العسكري وصدرت أول وسيلة إعلام عسكرية عنه هي (مجلة الجيش العربي) عام 1940، وتطور هذا المكتب

إلى أن شكلت مديرية العلاقات العامة لتنهض بدور إعلامي ومعنوي للجيش العربي في 12 حزيران 1961.

في 20 كانون الثاني 1962 أنشئت مديرية التعبئة والعلاقات العامة وارتبطت بالثقافة العسكرية وصدر عنها مجلة الأردن ومجلة الجندي الأردني عام 1965.

في عام 1968 أنشئت مديرية التوجيه المعنوي لتمارس مهامها الإعلامية العسكرية، وكان أول ثمارها إصدار جريدة الأقصى التي تحولت فيما بعد إلى مجلة الأقصى موضوع الدراسة. حيث بدأت المديرية بشعبتين هما شعبة الإعلام وشعبة الدراسات والحرب النفسية، وهي الآن تنفذ المهام الإعلامية العسكرية والعمليات النفسية لتحقيق استراتيجيات وأهداف القوات المسلحة/الجيش العربي في وقت الحرب والسلم، وتوجهها إلى كافة الشرائح المعنية، وتضع الخطط اللازمة للإشراف على تنفيذ هذه المهام والواجبات وفق المرجعيات والقوانين والأنظمة والأوامر والتعليمات الصادرة عن القيادة العامة للقوات المسلحة الأردنية، من خلال الشعب الآتية:

أولاً. شعبة الإعلام:

أفردت مديرية التوجيه المعنوي في تنظيمها شعبة للإعلام العسكري، تنفذ واجباتها الكثيرة وعلى مدار الساعة من خلال أربعة أقسام هي:

أ. قسم الصحافة العسكرية.

ب. قسم الإذاعة والتلفزيون.

ج. قسم التصوير التلفزيوني والفتوغرافي.

د. قسم المسارح والمعارض.

يدير ويشرف على هذه الأقسام عدد من الضباط وضباط الصف والأفراد والمصورين والفنيين

في الشعبة، حيث يتوفر في الشعبة لانجاز الأعمال المناطة بها الأجهزة الفنية اللازمة لتنفيذ العمل

مثل كاميرات التصوير التلفزيوني والفتوغرافي والفيديو وأجهزة ترميز وطبع الأفلام الفوتوغرافية العادية والرقمية " ديجيتال "، وستوديو خاص للتصوير الفوتوغرافي مزود بكاميرات تصوير رقمية وأجهزة ترميز وطبع الأفلام الفوتوغرافية العادية والرقمية (ديجتال)، كما يوجد في الشعبة وحدة مونتاج تلفزيوني يتم من خلالها القيام بجميع العمليات الفنية لإنتاج وإخراج برنامج جيشنا العربي والبرامج العسكرية الخاصة في المناسبات المختلفة، ويقوم قسم التصوير التلفزيوني بتغطية المناسبات العسكرية المختلفة من خلال كاميرات تصوير تلفزيونية حديثة عادية ورقمية.

تقوم شعبة الإعلام العسكري بإصدار مجلة الأقصى وتغطية نشاطات القوات المسلحة وإعداد وتقديم برنامج جيشنا العربي التلفزيوني، وإقامة المعارض العسكرية في المناسبات الوطنية وعند الطلب، وكذلك إقامة القاعات الهاشمية في مختلف محافظات المملكة وإعداد وإنتاج الأفلام الوثائقية، والقيام بجميع أغراض التصوير المتلفز والفيديو والفتوغرافي إضافة إلى الاتصال والتنسيق مع جميع وسائل الإعلام المحلية والأجنبية في الداخل والخارج. (الشديفات، مقابلة شخصيه، 2009م)

ثانياً. **شعبة الدراسات والحرب النفسية:** تسهم شعبة الدراسات في أداء دور إعلامي يتداخل مع شعبة الإعلام العسكري من خلال نشاطاتها وواجباتها التي تتمثل فيما يلي:

أ. تتبع مستوى الروح المعنوية بين صفوف القوات المسلحة، وإجراء عمليات التقييم

الملائمة لنقاط الضعف بالتنسيق مع شعبة الإعلام العسكري.

ب. التعاون مع شعبة الإعلام العسكري لاستخدام وسائل الإعلام ضمن خطط العمليات

النفسية.

ج. متابعة الأحداث الجارية في الصحف ووسائل الإعلام المختلفة وأرشفتها، وإعداد

الأبحاث والدراسات حولها.

د. إعداد وإعطاء المحاضرات المتعلقة بالحرب النفسية، وتطور القوات المسلحة والمعارك الإسلامية.

هـ. إصدار النشرات والكتب عن معارك القوات المسلحة ودور القوات المسلحة في الحرب.

و. إعداد الكراسات والنشرات التي تتعلق بالمعنويات والإعلام وعلم النفس العسكري والعلاقات العامة (الشويكي، مقابلة شخصية، 2009).

ثالثاً. شعبة الميدان:

تقوم شعبة الميدان من خلال أركانيتها التوجيه المعنوي في التشكيلات العسكرية بتنفيذ سياسة الإعلام العسكري بمختلف أشكالها، واستخدام وسائلها المختلفة، وبالتعاون مع الشعب الأخرى لخدمة الهدف المسند لمديرية التوجيه المعنوي بشكل عام، حيث يتواجد في كل تشكيل من تشكيلات القوات المسلحة مكتب للتوجيه المعنوي يديره ضابط من مرتب مديرية التوجيه المعنوي (الكعابنه، مقابلة شخصية، 2009).

مهمة مديرية التوجيه المعنوي:

إن العمل الإعلامي في المجال العسكري يحتاج إلى حذر وبقية، وإلى تفكير جاد وتركيز حاد، ذلك لأن الإعلام بشكل عام يتعامل مع المعلومة، فكيف بإعلام يتعامل مع المعلومة العسكرية، لذا لا بد من توافر قدر كبير من الاتزان والتوازن ما بين أداء الواجب الإعلامي العسكري تجاه القوات المسلحة وتحقيق أهدافه خدمة لها، وبين المحافظة على أمن المعلومة وبخاصة العسكرية التي يؤدي ذكرها وكشفها من خلال وسائل الإعلام العامة إلى تأثير على الأمن الوطني والأمن العسكري، من

هنا تأتي أهمية المهمة المناطة بمديرية التوجيه المعنوي نظراً للبيئة السياسية والإعلامية التي ستتطلب للعمل في إطارها، وذلك استناداً إلى نقطتين مهمتين هما:

1. الصبغة العسكرية للمهمة.
 2. العلاقة ما بين هذه المهمة العسكرية واستراتيجية الدولة السياسية والإعلامية (الرقاد، 2008).
- حيث تتمحور مهمة مديرية التوجيه المعنوي كما يراها العميد مازن منصور كريشان مدير التوجيه المعنوي بالآتي:

1. إدارة العملية الإعلامية العسكرية والعمليات النفسية بالوسائل والإمكانات والكفاءات المتاحة للتأثير فيمن حولها (أصدقاء، حلفاء، محايدون، أعداء مفترضون، مواطنون، أجنب، وغيرها) مع ضرورة التواصل مع المجتمع المحلي والاهتمام بكافة القضايا الوطنية التي تهم المواطن الأردني الذي طلع منه العسكري (الضابط والفرد).
2. الانفتاح على منظومات الإعلام الوطنية والإقليمية والدولية العام منها والخاص في الحدود التي تهم القوات المسلحة الأردنية / الجيش العربي.
3. توطيد أركان العلاقة مع منظومات الإعلام العسكري العربية والعالمية، والانفتاح على دوائر الإعلام والتوجيه المعنوي في الدول الشقيقة والصديقة للاستفادة من خبراتها.
4. تعزيز وتنمية الروح المعنوية وإرادة الصمود أمام كل الصعوبات والتحديات التي قد تواجه القوات المسلحة الأردنية والمملكة الأردنية الهاشمية
5. إشاعة البعد الإنساني لدى كافة منسوبي القوات المسلحة وتحصينهم ضد الإشاعات والدعايات المغرضة، والإسهام بفاعلية في وضع أسس وقواعد لعمليات نفسية بالتعاون مع كل الجهات ذات الاختصاص في الدولة.

6. إيلاء موضوع التاريخ العسكري اهتماماً خاصاً وإجراء البحوث وإعداد الدراسات اللازمة لتوثيق التاريخ العسكري والبطولات الفردية والجماعية التي تحلى بها أبطال الجيش العربي في المعارك التي خاضها دفاعاً عن الأردن والمقدسات الإسلامية والأرض العربية.

7. توثيق الدور الهاشمي في هذا التاريخ وبخاصة منذ قيام الثورة العربية الكبرى مروراً بتأسيس إمارة شرق الأردن ومرحلة استقلال المملكة وبناء القوات المسلحة الأردنية وتوثيق تاريخ وتطور التشكيلات والوحدات العسكرية في العهود الهاشمية الأربعة ولغاية التاريخ الحالي (كريشان مقابلة شخصية، 2009).

مشكلة الدراسة:

1. يقوم الاعلام العسكري بدور هام داخل المؤسسة العسكرية ، اذ يعتبر مكملاً للقوة العسكرية في الدولة ، من هنا جاء اهتمام معظم الدول بهذا المجال من مجالات الاعلام ، وفي القوات المسلحة الاردنية اولت القيادة العامة للقوات المسلحة الاردنية الاعلام العسكري أهمية قصوى ، ولكن بالرغم من هذا الاهتمام الا ان المكتبة العسكرية الاردنية افتقرت الى الدراسات التي تبحث في الاعلام العسكري وتحديداً الاردني ، من هنا رغب الباحث في دراسة الاعلام العسكري الاردني وأفرد له تقديم موسع ، كون هذه الدراسة هي الدراسة العلمية الاولى في الاردن التي تبحث في الاعلام العسكري الاردني.

2. يأتي العامل المعنوي للمقاتلين قادة وضباطاً وضباط صف وجنوداً في مقدمة العوامل التي تقاس بها موازين القوى للدول المتصارعة ، لأنه يحفز الطاقات، ويحارب الأفكار المنحرفة والضالة ويعدل السلوك إلى الأفضل، ويساعد الفرد على أن يتقدم وينمو في سلم العطاء والأداء ويتعلم التضحية والإخلاص في العمل، وفي ضوء ذلك تحدد مشكلة الدراسة في تبيان دور الإعلام العسكري الأردني

في التوجيه المعنوي من خلال تبيان دوره في الجوانب الاتية:

- أ- تبيان الدور الذي يقوم به الإعلام العسكري في التوجيه الوطني.
- ب- تبيان الدور الذي يقوم به الإعلام العسكري في التوجيه الديني.
- ت- تبيان الدور الذي يقوم به الإعلام العسكري في التوجيه العسكري.
- ث- تبيان الدور الذي يقوم به الإعلام العسكري في التوجيه السياسي.
- ج- تبيان الدور الذي يقوم به الإعلام العسكري في التوجيه النفسي.

أهداف الدراسة:

في ضوء المشكلة التي تتعامل معها الدراسة والإطار النظري الذي تستند إليه فإنها تسعى إلى

تحقيق الأهداف الآتية:

1. التعرف على الدور الذي يقوم به الإعلام العسكري في التوجيه الوطني من خلال مجلة الأقصى العسكرية.
2. تسليط الضوء على دور الإعلام العسكري في التوجيه الديني ممثلاً بمجلة الأقصى العسكرية.
3. التعرف على الدور الذي يقوم به الإعلام العسكري في التوجيه العسكري ممثلاً بمجلة الأقصى العسكرية.
4. التعرف على الدور الذي يقوم به الإعلام العسكري في التوجيه السياسي ممثلاً بمجلة الأقصى العسكرية.
5. التعرف على الدور الذي يقوم به الإعلام العسكري في التوجيه النفسي ممثلاً بمجلة الأقصى العسكرية.

أسئلة الدراسة:

تسعى الدراسة الحالية إلى الإجابة على الأسئلة الآتية:

1. ما نسبة التوجيه الوطني من مجمل التوجيه المعنوي في الإعلام العسكري الأردني ممثلاً بمجلة الأقصى؟.
 2. ما نسبة التوجيه الديني من مجمل التوجيه المعنوي في الإعلام العسكري الأردني ممثلاً بمجلة الأقصى؟.
 3. ما نسبة التوجيه العسكري من مجمل التوجيه المعنوي في الإعلام العسكري الأردني ممثلاً بمجلة الأقصى؟.
 4. ما نسبة التوجيه النفسي من مجمل التوجيه المعنوي في الإعلام العسكري الأردني ممثلاً بمجلة الأقصى؟.
 5. ما نسبة التوجيه السياسي من مجمل التوجيه المعنوي في الإعلام العسكري الأردني ممثلاً بمجلة الأقصى؟.
- فرضيات الدراسة:

الفرضية الأولى: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$ بين

تكرارات محاور التوجيه المعنوي الخمسة الرئيسية (الفئات الرئيسية) وهي: التوجيه الوطني، التوجيه الديني، التوجيه العسكري، التوجيه النفسي، التوجيه السياسي.

الفرضية الثانية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$ بين

تكرارات الفئات الفرعية لمحور التوجيه الوطني وهي: التوعية، الوطنية والمواطنة، الولاء والانتماء، المسؤولية، التعبئة المعنوية والنفسية.

الفرضية الثالثة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$ بين تكرارات الفئات الفرعية لمحور التوجيه الديني وهي: التوعية، الوطنية والمواطنة، الولاء والانتماء، المسؤولية، التعبئة المعنوية والنفسية.

الفرضية الرابعة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$ بين تكرارات الفئات الفرعية لمحور التوجيه العسكري وهي: التوعية، الوطنية والمواطنة، الولاء والانتماء، المسؤولية، التعبئة المعنوية والنفسية.

الفرضية الخامسة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$ بين تكرارات الفئات الفرعية لمحور التوجيه السياسي وهي: التوعية، الوطنية والمواطنة، الولاء والانتماء، المسؤولية، التعبئة المعنوية والنفسية.

الفرضية السادسة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$ بين تكرارات الفئات الفرعية لمحور التوجيه النفسي وهي: التوعية، الوطنية والمواطنة، الولاء والانتماء، المسؤولية، التعبئة المعنوية والنفسية..

الفرضية السابعة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$ بين تكرارات الفئات الفرعية في كل محور من محاور التوجيه المعنوي الخمسة الرئيسية.

أهمية الدراسة:

أولاً: الأهمية العلمية : تكمن أهمية هذه الدراسة العلمية بالآتي:

1. تأتي أهمية الدراسة من أهمية الإعلام بشكل عام والإعلام العسكري بشكل خاص، في التوجيه المعنوي عبر المحتوى الإعلامي لوسائل الإعلام العسكري، التي تعمل على تثقيف وتوجيه الجمهور لبناء الاتجاهات والتعليم.

2. يأمل الباحث أن تسهم هذه الدراسة في استنباط دراسات جديدة تتناول خصائص ومميزات الإعلام العسكري، ودوره في توجيه الأفراد الوجهة السليمة.

3. قد تمثل هذه الدراسة إسهاماً متواضعاً في إثراء المكتبة العسكرية، حيث تفتقر المكتبة العسكرية بشكل عام، والمكتبة العسكرية الأردنية بشكل خاص إلى مثل هذه الدراسات التي تبحث في الإعلام العسكري.

4. قد تكشف هذه الدراسة عن نقص التوجيه في بعض محاور التوجيه المعنوي الرئيسية وهي: التوجيه الوطني، والتوجيه الديني، والتوجيه العسكري، والتوجيه النفسي، والتوجيه السياسي.

ثانياً: الأهمية العملية تكمن أهمية هذه الدراسة العملية بالآتي:

1. يمكن أن تقدم هذه الدراسة نتائج وتوصيات واليات تنفيذ تفيد متخذي القرار فيما يخص الإعلام العسكري وتحديداً مديرية التوجيه المعنوي في القيادة العامة للقوات المسلحة الأردنية كونها هي الجهة المسؤولة عن الإعلام العسكري الأردني.

2. مساهمة التوصيات والنتائج التي سوف تخلص بها هذه الدراسة في تطوير بعض الجوانب لمجلة الأقصى العسكرية.

محددات الدراسة وحدودها:

1. **الإطار الزمني للدراسة:** تغطي هذه الدراسة من خلال أسلوب تحليل المضمون مجلة الأقصى العسكرية الشهرية من عام 2001 إلى عام 2008 بواقع عديدين من كل عام.

2. اقتصرت هذه الدراسة على مجلة الأقصى العسكرية، الصادرة عن مديرية التوجيه المعنوي في القيادة العامة للقوات المسلحة، عمان، الأردن، وبالتالي فإن تعميم نتائج هذه الدراسة يتحدد بنوع عينة الدراسة.

3. استمارة تحليل المضمون من إعداد الباحث وتطويره، وتتحدد النتائج بدلالات صدقها وثباتها.

مصطلحات الدراسة:

ورد في الدراسة الحالية بعض المصطلحات التي يمكن تعريفها كما يلي:

الإعلام في اللغة: " علم علماً بالكسر، أي عرفه وعلمه، ويقال رجل عالم وعليم والجمع علماء

وإعلام، وعلمه العلم تعليماً وعلماً، وعلمه إياه فتعلمه " (الفيرزأبادي، 1987، ص:1471).

الإعلام في الاصطلاح: "نشاطات وفعاليات مارسها الإنسان منذ القدم من خلال وسائل وأساليب

لنقل المعلومات ونشر المعارف وتحليل الأحداث، وإبراز الظواهر والأحداث الاجتماعية، والسياسية،

والاقتصادية، والثقافية لتوجيه المجتمع، والمشاركة في توجيه الرأي العام وصنع

القرار" (بدر، 1997، ص:21).

الإعلام العسكري: هو جمع وتحليل ومعالجة البيانات، والمعلومات والصور والحقائق والرسائل

والتعليمات، من كافة المصادر عن أنشطة القوات المسلحة والتأكد من مصداقيتها، ونشرها محلياً

وخارجياً باستخدام كافة وسائل الإعلام، وذلك بهدف تزويد الشعب والقوات المسلحة بالمعلومات

الصحيحة، وإحباط نوايا الحملات المضادة التي تهدف إلى إضعاف الروح المعنوية، أو التأثير على

التلاحم بين الشعب والجيش مع التأكيد على الولاء والانتماء للوطن (عبد العزيز، 2009، د.ص).

دور في اللغة: "دار يدور دوراً، والدور هو النوبة أو المناوبة التي يقوم بها الفرد" (مصطفى

وأخرون، 1960، ص: 303)

دور في الاصطلاح: هو "سلوك الفاعل في علاقته مع آخرين إذا ما نظرنا إلى هذا السلوك في

سياق أهمية الوظيفة للنسق الاجتماعي(احمد، 1979، ص:204).

ويعرف الدور: أيضاً بأنه " المهمة التي يقوم بها فرد أو مجموعة أفراد يشغلون مكانة معينة في

الحياة" (فرج، 1980، ص:316)

التوجيه: يعرف التوجيه بأنه " اتخاذ التدابير ووسائل التأثير على العواطف والسلوك الإنساني،

لبناء الروح المعنوية لدى الأفراد، على النحو الذي يدفعهم لتقديم أقصى طاقاتهم لتحقيق أقصى درجات

الكفاءة في الأداء " (محفوظ، 1976، ص:77).

التوجيه المعنوي: يعرف بأنه " عملية تفاعل قيادية بين طرفين أحدهما الموجّه والآخر الموجّه،

تستهدف التعاون على استنصاء طبيعة الموقف بقصد التوصل إلى معرفة أمثل الحلول الممكنة

بغرض معاونة الموجّه على مساعدة نفسه باختيار الحل الذي يلائمه، والاضطلاع بمسؤولية تنفيذه"

(اليحيا، 2006، ص:24).

التوعية: تعرف التوعية بأنها " تفهيم وتدريب وتوضيح الإسلام، أو جوانب منه ومسائل فيه"

(اللوحيق، 1406هـ، ص:3).

الوطنية: تعرف الوطنية بأنها " تلك العواطف القوية التي يحس بها المواطن نحو وطنه، وتلك

الروابط الروحية المتينة التي تشده إليه" (الحقيل، 1417هـ، 1996م، ص:30).

كما تعرف بأنها " كيان معنوي يبنيها الأفراد الصالحون من خلال التضحيات التي يقدمونها من

أجل إصلاح المجموع وسلامته، وهذه التضحيات تتعاضد لتبلغ التضحية بالحياة

نفسها" (بكار، 1421هـ، 200م، ص:164).

المواطنة: يشير المصطلح في الاجتماع إلى التزامات متبادلة حقوقاً وواجبات بين أفراد المجتمع

وجماعاته، وبين النظام السياسي القائم المتمثل في الدولة، وذلك بأن تتأسس العلاقة وتنظم على حقوق

وواجبات واضحة ومحددة، يتساوى فيها جميع المواطنين أمام منظومة مقننة تعطي ضمانات للجميع

بالحماية والفعلية والمشاركة (غيث، 1995، ص:56).

الولاء لغة: "الولاية بفتح الواو وكسرهما تعني النصره يقال: هم على ولاية أي مجتمعون في النصره، ووليتك أي من كان بينك وبينه سبب يجعله يواليك وتواليه أي تحبه وتتصره" (ابن منظور، 1994، 410-411) كما قال تعالى (الله ولي الذين امنوا يخرجهم من الظلمات إلى النور)(البقرة:257).

الولاء شرعاً: " هو حُبُّ الله تعالى ورسوله ودين الإسلام وأتباعه المسلمين، ونُصرةُ الله تعالى ورسوله ودين الإسلام وأتباعه المسلمين (الشريف، 2004، ص:6)، قال تعالى (إنما وليكم الله ورسوله والذين امنوا)(المائدة:55).

الانتماء لغة: يعني "انتمى إليه أي انتسب إليه، وفلان ينتمي إلى حسب وينتمي إليه أي يرتفع إليه، ويقال أنمى فلان إلى فلان إذا ارتفع إليه في النسب" (ابن منظور، 1994، ص:342)

الانتماء اصطلاحاً: "هو النزعة التي تدفع الفرد للدخول في إطار اجتماعي فكري معين بما يقتضيه هذا من التزام بمعايير وقواعد هذا الإطار وبنصرته والدفاع عنه في مقابل غيره من الأطر الاجتماعية والفكرية الأخرى" (راتب، 1999 ص 57)

المسؤولية: تعرف المسؤولية بأنها " تحمل الشخص نتيجة التزاماته وقراراته واختياراته العملية، من الناحية الايجابية والسلبية، أمام الله في الدرجة الأولى، وأمام ضميره في الدرجة الثانية، وأمام المجتمع في الدرجة الثالثة " (يالجن، 1392هـ، 1973، ص:331).

وتعرف أيضا بأنها ظاهرة اجتماعية أيًا كانت الصور التي تبدو فيها، ويبدو فيها ما تؤدي إليه من جزاء، وظواهر المسؤولية والجزاء تأتي في صور كثيرة منها قسم يتصل بالقوانين الوضعية للأمة، ومنها قسم يتصل بالنظم الدينية للأمة، ومنها قسم يتصل بالنظم الأخلاقية (وافي، 1403هـ، 1983، ص:3-1).

التعبئة لغة: "من عبأ الأمر عبئاً: عبأه: هياه. وعبأت الجيش عبأً، وعبأتهم تعبئةً. وعبيتهم: أي رتبتهم في مواضعهم وهيأتهم للحرب" (ابن منظور، 1994، ص:118).

أما التعبئة في الاصطلاح فهي: "إدارة القتال في ميدان المعركة" (البيطار، 2003 م، ص53).

وهي أيضاً: "دعوة الرجال لحمل السلاح في حالة دخول دولة في حالة حرب، وتكون جزئية إذا دعيت طبقات معينة، وتكون عامة إذا دعيت رجالها جميعاً" (عبد الله، 1941 م، ص: 110).

التعبئة المعنوية والنفسية: تعرف بأنها "خلق حالة نفسية مؤهلة للقتال، فهي إيجاد الروح العالية لدى الأفراد على جميع الأصعدة والمحاور، وعلى مدار الأزمنة، لبقاء الأمة في أعلى درجات التأهب إذا ما حصل حاصل ضدها، أو مجرد تفكير عدوها بها" (الكيالي، دس: ص 67).

وتعرف كذلك بأنها "تهيئة وتعبئة جميع قوى الدولة ومواردها البشرية والمادية والفكرية والمعنوية، وإعدادها إعداداً صحيحاً لتحويلها من حالتها السلمية إلى حالة الحرب بالنسبة لمقتضيات الظروف" (امين، دس، ص:112).

الصحافة: تعرف الصحافة بأنها "صناعة إصدار الصحف، وذلك باستقاء ونشر المقالات، بهدف الإعلام والنشر والتعليم والتسلية، كما أنها واسطة تبادل الآراء والأفكار بين أفراد المجتمع وبين الهيئة الحاكمة والهيئة المحكومة" (بدوي، 1994، ص:124).

الصحيفة العسكرية: هي كل مطبوع يصدر عن المجتمع العسكري باسم واحد وبصفة دورية في عدد كاف من النسخ، لنشره داخل أو خارج المجتمع، ويحقق من خلال المضمون، الإعلام، والتعليم، ونشر الرأي والتسلية (الرقاد، محمد، 2006، ص:162).

الصحافة العسكرية: مهنة عسكرية يمتنها عسكريون، يقومون بجمع الأخبار والآراء، وكافة صور المضمون الذي يحقق وظائف الصحافة والنشر في صحيفة تصدر عن المجتمع العسكري أو القوات المسلحة العسكرية (عبد الحميد، 1982، ص 9).

الروح المعنوية: إن اصطلاح الروح المعنوية يصف شعوراً متصلاً بالروح أو الحماس وإذا استخدم المصطلح بالنسبة لمجموعة من العمال، فإنه يشير إلى الجو العام المحيط بالعمل، كما يمكن النظر إلى الروح المعنوية من وجهة نظر فردية، تصف مشاعر الفرد تجاه عمله، ومدى رضاه عن هذا العمل، ويرتبط هذا المفهوم بحاجات الفرد وقدرته على التكيف مع عمله (الشنواني، 1999، ص: 22).

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

يتضمن هذا الفصل النظريات الإعلامية التي تدعم دور الإعلام العسكري في التوجيه المعنوي ، كما يتضمن الدراسات السابقة المرتبطة بموضوع الدراسة وفيما يلي توضيح لكل منهما:

نظريات الدراسة:

يتضمن هذا المبحث بعض النظريات الإعلامية، التي تفسر أهمية وسائل الإعلام في عملية التوجيه المعنوي، التي يمكن أن تسهم بصورة فعالة في تدعيم دور الإعلام العسكري في التوجيه المعنوي، وأهم هذه النظريات ما يلي:

1. نظرية حارس البوابة الإعلامية:

يعود الفضل إلى عالم النفس النمساوي الأصل، الأمريكي الجنسية (كورت لوين) في تطوير ما أصبح يعرف بنظرية حارس البوابة الإعلامية، واعتبر لوين أن جميع أصحاب القرار، في كل مفصل ونقطة رئيسية، وعلى مدار رحلة المادة الإعلامية هم حراس البوابة الإعلامية، حيث يتمتع أولئك الحراس بالحق في أن يفتحوا البوابة أو يغلقوها أمام أي رسالة تأتي إليهم، كذلك من حقهم إجراء أي تعديلات يرونها مناسبة على الرسالة التي ستمر من خلال البوابة، والمعلوم أن هناك دائماً أخباراً أكثر مما يمكن نشرها أو إرسالها، لذلك لابد في النهاية من الاختيار بين هذه المواد (رشتي، 1978، ص:56).

وقد أتت فكرة هذه النظرية من عمل الحارس الذي يقف على البوابة، فيدخل من يشاء ويمنع من يشاء حسب الاعتبارات الشخصية في قرار هذا الحارس، وعلى هذا الأساس فالأشخاص العاملون في وسائل الإعلام يتحكمون فيما يصل إلى الناس من مواد إعلامية.

ويعد رجل الإعلام الذي يتحكم في تدفق المواد الإعلامية للجمهور بمثابة حارس (بوابة الجماهير)، فهو بهذا الدور يحدد للمتلقين ما يجب أن يشاهد أو ما يجب أن يقرأ، ودور حارس البوابة الإعلامية مؤثر في الجمهور من ناحيتين هما:

أ. من خلال ما يعرضه عليهم بناء على اعتبارات شخصية بحتة، قد ترجع إلى اعتبارات شخصية سياسية إعلامية مقصودة يراد من خلالها إحداث تغيير ثقافي أو اجتماعي بالجمهور المستهدف، أو قد تكون تلك الاعتبارات ناشئة عن وجهة نظر أملتها تنشئة ثقافية واجتماعية معينة لحارس البوابة.

ب. من خلال ما يحجبه عنهم من رسائل إعلامية، قد يكونون بحاجة إليها أكثر من تلك التي عرضت عليهم (الحضيف، 1998، ص. ص 26.24).

هناك العديد من الاعتبارات والضغوطات التي تواجه حارس البوابة في اختيار المضمون الإعلامي منها:

أ. النظام الاجتماعي بما يمثله من قيم ومبادئ لا يستطيع الإعلامي تجاهلها.

ب. الأهداف الأساسية للمجتمع تدفع الإعلامي أن يسقط بعض المعلومات التي لا تتفق وهذا الاعتبار.

ج. القوانين والسياسات الإعلامية للمؤسسة التي يعمل بها، التي تدفعه إلى حجب بعض المعلومات التي لا تتفق مع هذه السياسة.

د. الضغوطات الذاتية التي يفرضها الإعلامي على نفسه مثل الاعتبارات الثقافية والسياسية.

هـ. ضغوطات الجمهور، التي تتمثل بنظرة الجمهور إلى الإعلامي وما يتوقعه منه (الموسى، 2003، ص: 91).

عندما يرفض حارس البوابة تمرير بعض الأخبار أو المعلومات، فإنه بذلك يمارس أقصى درجات المسؤولية والوعي الكامل، فاختيار الإعلامي للأخبار والمعلومات من هذا الكم الهائل الذي يرد إليه من المعلومات، يعني أن الإعلامي يمارس عملاً له أثر كبير في حياة الناس وأذواقهم، مما يستدعي أن يكون الإعلامي، واسع الأفق والثقافة، يدفع الجمهور إلى الثقة به (المرجع السابق، 2003).

2. نظرية الغرس الثقافي:

تعود جذور هذه النظرية إلى العالم الأمريكي جورج جرينر، والذي قام بدراسة تأثير وسائل الاتصال الجماهيري على البيئة الثقافية من خلال مشروعه الخاص بالمؤثرات الثقافية حيث ركز من خلال المشروع على ثلاث قضايا هي:

- أ. دراسة ما تعكسه وسائل الإعلام من رسائل وقيم.
- ب. دراسة المؤثرات على إنتاج الرسائل الإعلامية.
- ج. دراسة المشاركة المستقلة للرسائل الجماهيرية على إدراك الجمهور للواقع (إسماعيل، 2003، ص ص: 164. 265).

وتنص نظرية الغرس الثقافي على "أن مداومة التعرض للتلفزيون - ولفترات طويلة ومنتظمة- تنمي لدى المشاهد اعتقاداً بأن العالم الذي يراه على شاشة التلفزيون، إنما هو صورة من العالم الواقعي الذي يحياه." (رشتي 1978، ص: 159).

وتفترض النظرية أن الأشخاص الذين يشاهدون كميات ضخمة من البرامج التلفزيونية (كثيفو المشاهدة) يختلفون في إدراكهم للواقع الاجتماعي عن أولئك الذين يشاهدون كميات قليلة من البرامج أو

لا يشاهدون (قليلو المشاهدة)، ذلك أن كثيفي المشاهدة سيكون لديهم قدرة أكبر على إدراك الواقع المعاش بطريقة متسقة مع الصور الذهنية التي ينقلها عالم التلفزيون. و يرى واضعو النظرية أن وسائل الاتصال الجماهيرية تحدث آثاراً قوية على إدراك الناس للعالم الخارجي، خاصة هؤلاء الذين يتعرضون لتلك الوسائل لفترات طويلة ومنتظمة (مكاوي والسيد، 1998)

ونظرية الغرس الثقافي تفيد بأن الأفراد كثيفي المشاهدة بانتظام يميلون إلى رؤية العالم كما يصوره التلفزيون مقارنة بغيرهم ممن هم قليلو المشاهدة، فالعرض المتكرر يشكل الآراء و يبيي المواقف. كذلك المشاهدة المتكررة تخلق ثقافة موحدة للحقيقة والاعتقادات التي توجد عليها الأشياء في العالم.

ثانياً. الدراسات السابقة:

لقد اطلع الباحث على عدد من الدراسات السابقة ذات العلاقة بموضوع الدراسة، وقام الباحث

بتصنيفها إلى نوعين هما:

1. الدراسات العربية.

2. الدراسات الأجنبية.

أولاً. الدراسات العربية:

ومن أولى هذه الدراسات دراسة قدور (2000)، بعنوان "أثر وسائل الإعلام في تكوين الرأي

العام" تناولت فيها الباحثة مفهوم الإعلام والرأي العام بالإضافة إلى وسائل الإعلام العالمية، ودورها

في تكوين الرأي العام على المستوى العالمي وعلى المستوى العربي، باعتبار أن ذلك يشكل ضرورة

حيوية في المجتمع العربي، الذي يتوجب عليه أن يسعى جاهداً لتحقيق تنمية شاملة تؤهله للاقترب من

ركب التطور العلمي والتقني الذي قطع أشواطاً كبيرة خلال فترات.

وتركز هذه الدراسة على تحديد أثر وسائل الإعلام في تكوين الرأي العام وبيان نوعية العلاقة بين وسائل الإعلام والمجتمع، ووظائفها وعوامل الترابط بين هذه الوسائل ومحاولة صياغة رؤية واضحة عن طبيعة هذا المضمون والقيم التي يعكسها وكيفية تقويمها بما يحقق أقصى درجات التأثير والفعالية في توظيف وسائل الإعلام في خدمة المجتمع.

ونفذ الحواتمة (2004) دراسة "بعنوان دور الإعلام في التنشئة السياسية مع دراسة لحالة الإعلام الأردني كنموذج" تعرض فيها الباحث إلى دور وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمطبوعة في التنشئة السياسية، هدفت الدراسة إلى البحث في الدور المؤثر لوسائل الإعلام في التنشئة السياسية والتفاعل بين الأفراد المتلقين ووسائل الإعلام.

واعتمدت الدراسة على المنهج التحليلي التاريخي والإحصائي، والمنهج الوصفي التحليلي، وتوصلت الدراسة إلى نتائج عديدة، من أهمها أن الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في تنشئة الأفراد تنشئة سياسية هو دور متداخل، ما بين الايجابية والسلبية، أما الايجابية فتتم عندما يتم استخدام هذه الوسائل للتنشئة السياسية استخداماً سليماً وصحيحاً، بينما تتم السلبية بالاستخدام غير الصحيح وفي غير الاتجاه الذي تصب فيه مصلحة الفرد والوطن.

دراسة السعادية، (2006) بعنوان "الإعلام الرسمي الأردني ودوره في ترسيخ قضايا الدفاع الوطني"، هدفت الدراسة إلى دراسة تطور الإعلام الوطني، ودوره في التأثير على الرأي العام، وتحليل واقع الإعلام الرسمي الأردني ودوره في ترسيخ وبيان أثر الإعلام الرسمي في توجيه الرأي العام الأردني.

وبينت الدراسة أن الإعلام الوطني يلعب دوراً مهماً في التعبير عن ثوابت الدولة الأردنية، وقضايا الدفاع الوطني وقيمها وتعزيز أمنها من خلال العمل على ترسيخ الوحدة الوطنية، وتشجيع ودفع التجربة الديمقراطية ومجابهة التحديات الداخلية والخارجية، والتعبير عن الأولويات

الوطنية، وتعزيز الانتماء الوطني والقومي ببعديه العربي والإسلامي، حيث تركز السياسة الإعلامية الوطنية على مجموعة من المبادئ والقواعد التي توجه المؤسسات الإعلامية، بما يتلاءم مع أيديولوجية الدولة الأردنية.

دراسة اليحيا (2006) بعنوان "التوجيه المعنوي ودوره في رفع مستوى الأداء دراسة ميدانية على منسوبي حرس الحدود" حيث تمثلت مشكلة الدراسة في عدم معرفة واقع التوجيه المعنوي لمنسوبي حرس الحدود ، وفق محاور التوعية الإسلامية والمسؤولية الفردية والجماعية والتوعية الوطنية في ظل عملهم في مناطق نائية ، بعيداً عن أنواع كثيرة من النشاطات المجتمعية الايجابية وما لها من أثر في التربية والتوجه، وتأتي أهمية هذه الدراسة من حيث إنها تعنى بفئة مهمة من قوى الأمن وركيزة أساسية في محاربة الجريمة وهم كوادر حرس الحدود.

هدفت هذه الدراسة إلى مايلي:

- أ. التعرف على واقع التوجيه المعنوي لمنسوبي حرس الحدود.
- ب. التعرف على دور التوجيه المعنوي بحرس الحدود في رفع الأداء وضبط السلوكيات لدى منسوبي حرس الحدود من وجهة نظر المبحوثين.
- ج. التعرف على الآثار التي يخلفها نقص التوجيه المعنوي لدى منسوبي حرس الحدود من وجهة نظر المبحوثين.
- د. تحري أساليب التوجيه المعنوي المناسبة للتطبيق في حرس الحدود.

خلصت الدراسة إلى أن واقع التوجيه المعنوي لمنسوبي حرس الحدود بشكل عام جيد ، مع ملاحظة قصور في بعض الجوانب، كما أن تقويم دور الجهود المبذولة للتوجيه المعنوي بحرس الحدود من وجهة نظر المبحوثين بشكل عام عالية، وأبرزت الدراسة أهم الآثار التي يخلفها نقص التوجيه المعنوي

لدى منسوبي حرس الحدود، وأهم أساليب التوجيه المعنوي المناسبة للتطبيق في حرس الحدود من وجهة نظر المبحوثين.

دراسة أبوفودة (2006) بعنوان "دور الإعلام التربوي في تدعيم الانتماء الوطني لدى الطلبة الجامعيين في محافظات غزة"، هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور الإعلام التربوي في تدعيم الانتماء الوطني، حيث استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، وخلصت الدراسة إلى أن أنشطة الإعلام التربوي تعكس صورة إيجابية عن الجامعة، وكذلك يمتلك الإعلام التربوي القدرة على بث القيم الوطنية بين الطلبة الجامعيين في الجامعات الفلسطينية بمحافظات غزة

دراسة الرشيد (2008) بعنوان "معالجة الصحافة السعودية لظاهرة الانحراف الفكري" تحاول الدراسة التعرف على مفهوم الانحراف الفكري، ودوافعه ومواقف الإسلام منه وانعكاساته على الأمن الوطني، إضافة إلى التعرف على مفهوم الصحافة السعودية وأهميتها وانعكاساتها على الرأي العام. وهدفت الدراسة إلى تقديم صورة واقعية حول مدى إسهام الصحافة السعودية في معالجة ظاهرة الانحراف الفكري والوقوف على كل من إيجابيات وسلبيات المعالجة الإعلامية لهذه الظاهرة.

دراسة هيلات (2008) بعنوان "أثر الخطاب الإعلامي الرسمي على تشكيل الرأي العام في الأردن"، تهدف هذه الدراسة إلى معرفة دور الخطاب الإعلامي للحكومة، كونه يعبر عن الخطاب الرسمي في تكوين الرأي العام، وكذلك التعرف على آليات تناول وسائل الإعلام الأردنية للخطاب الرسمي، وعلاقتها بالحريات الإعلامية.

وبينت الدراسة أن أهمية الرأي العام في المجتمعات الحديثة تنبع من معرفة الأنظمة السياسية لدور القضايا التي تهم الدولة، وسلامتها والحفاظ على التماسك الاجتماعي وخاصة انه لا يمكن تجاهله سواء على مستوى الأفراد اما الحكومات التي تسعى للتوافق معه واستمالته لصالحها.

دراسة النعنع (2007) " بعنوان **التعبئة المعنوية في القرآن الكريم** "، حيث ركزت الرسالة على

التعبئة المعنوية وعناية القرآن الكريم بهذا الجانب المهم والخطير .

كما تحدثت الدراسة عن آثار التعبئة المعنوية في القرآن الكريم، وعن عناصر تحقيق الإرادة

القوية وأصولها فيه، وتناولت الدراسة مفهوم الحرب النفسية والوسائل التي تستخدم لصالح هذه

الحرب، بالإضافة إلى أهمية وأهداف هذه الحرب وتأثيرها على النفوس.

دراسة العامري (2008) بعنوان "**العلاقة بين الصحافة والأمن الوطني**"، بينت الدراسة أن الأمن

الوطني يتطلب التنسيق بشكل جيد بين عناصره الأساسية في مختلف المجالات وفي المجال العسكري

والأمني، ويجب أن تعمل الدولة على بناء قوات مسلحة قادرة على حماية القيم الحيوية فيها، وفي

مقدمتها أمن الدولة الداخلي والخارجي، وتشمل القوة العسكرية إطاراً عاماً يوفر الأمن والحماية لقدرات

الدولة، كي تتمكن من النمو والتطور، وتحقيق أهداف الأمن الوطني بمفهومه الشامل.

وهدفت الدراسة إلى قياس مدى حرية الصحافة في الأردن تبعاً لآراء الصحفيين، والتعرف على

العلاقة بين حرية الصحافة ومتغيرات، الجنس، السن، المستوى العلمي، التخصص العلمي، سنوات

الخبرة، المسمى الوظيفي، والتعرف على العلاقة بين الصحافة الأردنية والأمن الوطني.

دراسة ال سعيد (1427 هـ) بعنوان "**علاقة الضغوط النفسية ببعض متغيرات الشخصية لدى**

الطلاب المستجدين بكلية الملك خالد العسكرية " حيث تعنى هذه الدراسة بمشكلة الضغوط النفسية

التي تواجه طلاب كلية الملك خالد العسكرية خاصة الطلاب المستجدين وبالتحديد أثناء فترة الاستجداد

التي تؤثر تأثيراً كبيراً على الطلاب، وفي نفس الوقت على أدائهم أثناء فترة الاستجداد في الكلية.

هدفت الدراسة إلى:

أ. التعرف على علاقة الضغوط النفسية، ومستواها التي يشعر بها الطلاب المستجدون

في الكلية.

ب. التعرف على علاقة الضغوط النفسية بالسيطرة و بالشعور بالمسؤولية لدى الطلاب
المستجدين في الكلية، وكذلك التعرف على علاقة الضغوط النفسية بالدافعية لدى الطلاب
المستجدين في الكلية.

ثانياً. الدراسات الأجنبية:

دراسة لـ جون.د. سنايدر (John.B. Snyder) بعنوان:

"SEEING THROUGHT THE CONFLICT: MILITARY MEDIA RELATION".

"الرؤية من خلال النزاع: العلاقة بين وسائل الإعلام والقوات المسلحة"

تهدف هذه الدراسة إلى التحقق من العلاقة التاريخية بين وسائل الإعلام، والقوات المسلحة،
وكذلك قدمت هذه الدراسة بعض التوصيات التي تهدف إلى تحسين العلاقة المستقبلية بين الجيش
والمراسلين من رجال الإعلام، كما تبين الدراسة أن الصراع والخلاف بين المراسلين الصحفيين والجيش
ليست ظاهرة جديدة، وهي تدور حول قضية الرقابة على وسائل الإعلام.

دراسة مارك.د. فيلمان (MARC.D. FELMAN) بعنوان:

"THE MILITARY MEDIA CLASH AND THE NEW PRINCIPLE OF WAR":

(MEDIA SPIN)

الإعلام العسكري والصدام مع مبدأ الحرب الجديد.

(دورة الإعلام)

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل ودراسة الاصطدام بين القوات المسلحة والإعلام، مركزة على
حالة الحرب في فيتنام، وأن الاعتبار الأهم في هذه الحالة هو ما يؤسسه القادة الحربيون على هذا
المبدأ الجديد وهو دورة الإعلام، وتبين الدراسة أنه منذ ستينات القرن الماضي أصبح بمقدورنا، مشاهدة
الحروب في قاعة المعيشة من خلال نشرات الأخبار عبر التلفزيون، وكان لهذه الوسيلة في نقل
الحروب التأثير الكبير في بناء السياسات.

ما يميز الدراسة عن الدراسات السابقة

تحدثت الدراسات العربية السابقة عن الإعلام ودوره في تكوين الرأي العام، وكذلك دوره في التنشئة السياسية، كما بينت أهمية الإعلام في ترسيخ قضايا الدفاع الوطني وركزت على الإعلام الأردني، كما بينت أهمية القوات المسلحة في حماية القيم الحيوية في المجتمع، ومع أن هذه المواضيع تفيد الباحث في بعض جوانب رسالته إلا أن هذه الدراسات لم تتطرق إلى الإعلام العسكري الذي هو الموضوع الرئيس في هذه الدراسة ، أما الدراسات الأجنبية فقد تطرقت إلى الإعلام ومدى اختلافه مع القوات المسلحة، وقدمت التوصيات التي تحد من هذا الخلاف وهي بالتالي مفيدة في المجال الذي يبحث فيه الباحث.

الفصل الثالث

الطريقة والإجراءات

يتضمن هذا لفصل استعراضاً لمنهجية الدراسة ومجتمع الدراسة وعينتها، بالإضافة إلى أداة التحليل والمعالجة الإحصائية، وفيما يلي عرض لذلك:

منهجية الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة على الاستنتاجات القبلية بناءً على خبرة الباحث وملاحظته من خلال عمله في مجلة الأقصى العسكرية ، والتي من خلالها استطاع الباحث تحديد المحاور الرئيسة للتوجيه المعنوي في هذه الدراسة ، كما اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي بأسلوب تحليل المضمون للكشف عن الدور الذي يقوم به الإعلام العسكري من خلال مجلة الأقصى في عملية التوجيه المعنوي، وقد اختار الباحث أسلوب تحليل المضمون لأنه الأسلوب الأنسب للدراسة، ولما يتميز به من الإيجابيات منها "أن عملية تحليل المضمون المتبعة في هذه الدراسة أضحت تمثل في عصرنا الراهن خطوة أكثر تقدماً فهو أسلوب يرمي ليس فقط إلى اكتشاف المقصود من العبارات والرموز والألفاظ التي تعبر بها الحقيقة البشرية عن مفاهيمها، وإنما أن يكون الاكتشاف بأسلوب علمي يسمح بأن يجعل لمدلول الاكتشاف محدد العناصر، والأوزان بغض النظر عن شخص الباحث، أو عن ذلك الذي يسعى لتحقيق عملية الاكتشاف"(سميسم، 2002، ص:67).

يُعد أسلوب تحليل المضمون من مناهج الدراسات الوصفية، الذي يصنف ضمن طرق التحليل الكمي وهي الطرق التي تقدمت في الربع الأخير من القرن العشرين، وكان هدفها استكمال الطرق التقليدية في البحث، وتتميز بغلبة الموضوعية على العامل الذاتي في تحليل النصوص(جابر، 2000، ص:369).

يعرف منهج تحليل المضمون بأنه " أسلوب للبحث العلمي يمكن أن يستخدمه الباحثون في مجالات بحثية متنوعة، وعلى الأخص في مجال الإعلام لوصف المحتوى الظاهر والمضمون الصريح للمادة الإعلامية المراد تحليلها من حيث الشكل والمضمون، تلبية للاحتياجات البحثية المصاغة في تساؤلات البحث أو فرضيات الدراسة " (طعيمه، 2004، ص:24).

يقوم منهج تحليل المضمون على مراحل يتم من خلالها تحويل محتوى الإعلام إلى وحدات قابلة للعد والقياس وهو ما يطلق عليه في الأدبيات العلمية التي تناولت هذا المنهج بترميز بيانات التحليل وتتضمن خطة الترميز ثلاث قرارات هي:

- تصنيف المحتوى وتحديد فئاته.
- تحديد وحدات التحليل.
- تصميم استمارة جمع البيانات (عبد الحميد، 1979، ص ص 111 -112).

مجتمع الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من جميع الأعداد من مجلة الأقصى العسكرية الشهرية الصادرة عن مديرية التوجيه المعنوي في القيادة العامة للقوات المسلحة الأردنية الصادرة في الفترة ما بين عام 2001 إلى عام 2008.

عينة الدراسة:

تم اختيار عديدين من كل عام من الثمانية أعوام فترة الدراسة، وذلك بأسلوب العينة العشوائية، والبالغ عددها (16) عدداً، وقد تم اختيار العينة العشوائية لتحقيق أكبر قدر من الموضوعية، كما تم اختيار المواضيع الخاضعة للتحليل بأسلوب العينة القصدية، والبالغ عددها خمسة مواضيع في كل عدد تغطي المحاور الرئيسية للتحليل وهي:

- محور التوجيه الوطني.

- محور التوجيه الديني.
- محور التوجيه العسكري.
- محور التوجيه السياسي.
- محور التوجيه النفسي.

وقد تم اعتماد أسلوب العينة القصدية لضمان تغطية المواضيع المختارة للتحليل للمحاور الخمسة الرئيسة للتوجيه المعنوي.

أداة الدراسة:

تعتبر مجلة الأقصى العسكرية هي المجلة الوحيدة الصادرة عن مديرية التوجيه المعنوي في القيادة العامة للقوات المسلحة، والمعنية بتوجيه أفراد وضباط صف وضباط القوات المسلحة الأردنية والمواطنين الأردنيين.

ولما كان تحليل المضمون أسلوباً بحثياً وصفيّاً (موضوعياً وعلمياً)، فإنه ينظر إلى تحليل المضمون في الصحافة المدنية والعسكرية كعملية تشخيص علاجي يقود إلى تطوير هذا المضمون، ولكن عملية تحليل المضمون الصحافي ليست عملية عشوائية، بل لا بد أن تستند على أداة تبنى على قاعدة من الصدق والثبات، لتكون النتائج صادقة (طعيمة، 2004ص:25).

ولتحقيق هذه الشروط، قام الباحث بتصميم أداة تتلاءم مع الأسلوب الكمي لتحليل المضمون، وذلك وفق الإجراءات والخطوات الآتية:

1. دراسة تحليل المضمون كمنهج علمي بحثي يتبع في تحليل المضمون الإعلامي، وذلك بهدف

التعرف على فئاته ووحداته وخطوات تحليله وطرق تصميم استمارته

Holsti, 1969,

(. pp1-20)

2. الاطلاع على مجموعة من الدراسات التي تناولت أسلوب تحليل المحتوى الإعلامي (علونة، 2006، ص: 212).

3. تحديد وحدة التحليل وفئاتها، إذ لابد من وجود وحدات يعتمد عليها الباحث في حساب كم هذه الوحدات، والفئات في مجلة الأقصى العسكرية.

لقد تعددت وحدات التحليل في المراجع التي رجع إليها الباحث، وتنوعت من حيث وحدة الكلمة، وحدة الجملة، وحدة المفردة، وحدة الشخصية، وحدة مقياس المساحة والزمن، ووحدة الفقرة.

وقد تم اختيار وحدة الجملة، في ضوء الهدف من هذه الدراسة، والمتمثل بدور الإعلام العسكري الأردني في التوجيه المعنوي، مما يتطلب حصر العبارات، والأفكار الدالة على مدى ممارسة الإعلام العسكري الأردني وتحديدًا في مجلة الأقصى العسكرية لدوره في التوجيه المعنوي، وتعرف وحدة الجملة بأنها عبارة تتضمن الفكرة التي يدور حولها موضوع التحليل، وتكون محددة تتضمن مجموعة من الأفكار التي يحتوي عليها موضوع التحليل (حسين، 1996، ص: 71).

ويقصد بفئات التحليل، الفئات الرئيسية أو الفرعية أو كليهما، التي بواسطتها يتم تصنيف وحدة التحليل، وقد استخدم الباحث الفئات التي تساعد في الإجابة على أسئلة الدراسة واختبار فرضياتها، وحتى تكون عملية تحليل مضمون مجلة الأقصى العسكرية دقيقة وعلمية وموضوعية، استخدم الباحث فئات تحليل رئيسة تمثل محاور التوجيه المعنوي وهي:

- التوجيه الديني.
- التوجيه الوطني.
- التوجيه العسكري.
- التوجيه السياسي.
- التوجيه النفسي.

وفئات فرعية هي:

- التوعية.
- الوطنية والمواطنة.
- المسؤولية.
- الولاء والانتماء.
- التعبئة المعنوية والنفسية.

4. **تصميم استثمارة التحليل:** وهي عبارة عن خمس استمارات فرعية بعدد محاور التوجيه المعنوي

وهي: التوجيه الوطني، التوجيه الديني، التوجيه العسكري، التوجيه السياسي، التوجيه النفسي، وذلك بهدف

رصد تكرارات ظهور فئات التحليل الفرعية في مضمون مجلة الأقصى العسكرية، ولكل محور على

حدة، ومن ثم حساب النسبة المئوية لكل محور من محاور التوجيه (مرفق "أ" استمارات التحليل)..

وقد تضمنت كل استثمارة من الاستثمارات الخمس العناصر الآتية:

أ. نوع الجملة وفئاتها المختلفة على المحور الأفقي للاستثمار، ولكل موضوع من

موضوعات المحور المقصود.

ب. خانات رصد بيانات التحليل عدداً ونسبة مئوية، أمام كل موضوع من موضوعات

المحور.

ج. نوع الجملة وفئاتها المختلفة على المحور العمودي للاستثمار والخاصة بكل موضوع.

5. **صدق محتوى استمارة التحليل:** تم تعريف وحدة التحليل وفئاتها الرئيسية والفرعية تعريفاً إجرائياً، لغرض التأكد من الصدق الظاهر لأداة التحليل المتبعة (Budd, 1967, p62) وهذه التعريفات على النحو الآتي:

أ. **التوجيه الوطني:** يقصد به إجرائياً في هذه الدراسة توعية أفراد المجتمع بالقضايا الوطنية، وغرس الإيمان بالوحدة الوطنية بين كافة أفراد المجتمع والقضاء على الشائعات المغرضة التي تهدف إلى زعزعة الوحدة الوطنية، التي تخدم أعداء الوطن، وذلك من خلال مضمون مجلة الأقصى العسكرية.

ب. **التوجيه الديني:** يقصد به إجرائياً تنمية القيم والمبادئ الإسلامية، واستثمار الوسائل والطرق العلمية المناسبة لتوظيف وتأصيل تلك المبادئ والأخلاق الإسلامية وترجمتها إلى ممارسات سلوكية تظهر في جميع تصرفات الفرد من خلال مضمون مجلة الأقصى العسكرية.

ج. **التوجيه السياسي:** يقصد به إجرائياً في هذه الدراسة بأنه نشر الثقافة السياسية وترسيخ الإيمان في هذه السياسية في وقت السلم ووقت الحرب لدى فئات المجتمع من خلال المقالات والتحليلات السياسية، والتوعية بدور وواجبات المواطن في التنمية السياسية وتوعيته بالقضايا السياسية المهمة من خلال مجلة الأقصى العسكرية.

د. **التوجيه العسكري:** يقصد به إجرائياً في هذه الدراسة تنمية الثقافة العسكرية لدى الجمهور بشكل عام من حيث تعريفه على هذه الثقافة، والجمهور العسكري بشكل خاص من حيث حب الجندية وتطبيق مبادئ الضبط والربط العسكري وتنمية اعتزاز الجندي بسلاحه وقواته.

- هـ. **التوجيه النفسي:** يقصد به إجرائياً اعتماد برنامج توجيهي واضح يستند إلى مبررات تساعد المقاتل على تقبل الهدف الذي أعد من أجله، ويتضمن فقرات مهياً ومعدة بصورة منظمة ترفد استعداد الجنود والمواطنين و تحصن دفاعاتهم النفسية، وترقى بمعنوياتهم إلى أعلى مستوى من التكامل، وكذلك توجيه نشاط مكثف من أجل الحد من قوة الخصم.
- و. **التوعية:** المقصود بالتوعية في هذه الدراسة هي كل جملة وردت في محتوى مجلة الأقصى العسكرية تشير إلى إلهام الجمهور وتبصيره، وإرشاده بالجوانب المختلفة والمحيطية بمحاور التوجيه الرئيسة وهي: التوجيه الوطني، و الديني، والسياسي، والعسكري و النفسي.
- ز. **الوطنية والمواطنة:** المقصود بالوطنية والمواطنة في هذه الدراسة هي كل جملة وردت في مضمون مجلة الأقصى العسكرية تدل على حب الأفراد لوطنهم، والإخلاص له، والعمل على رفعته.
- ح. **الولاء والانتماء:** يقصد بالولاء والانتماء في هذه الدراسة كل جملة في مضمون مجلة الأقصى تشير إلى نصره دين الإسلام، والدفاع عنه، والحرص على أمنه، والإخلاص للقيادة الهاشمية، وإطاعة أولي الأمر.
- ط. **المسؤولية:** يقصد بها في هذه الدراسة، كل جملة وردت في مضمون مجلة الأقصى تشير إلى استشعار الفرد لعظم الأمانة المكلف بها من خلال ما يؤديه من أعمال، وبالتالي عليه أن يقوم بهذه الأعمال الموكلة إليه على أكمل وجه.
- ي. **التعبئة المعنوية والنفسية:** يقصد بها إجرائياً في هذه الدراسة كل جملة وردت في مضمون مجلة الأقصى تشير إلى استنهاض الهمم والطاقات للأفراد، واستغلال كافة الفعاليات والقوى المادية والمعنوية للتصدي للعدوان، وتحسينهم ضد الممارسات النفسية المختلفة.

6. تم التأكد من التصنيف الذي وضعه الباحث للموضوعات المختارة من مجلة الأقصى العسكرية حسب محاور التوجيه المعنوي، بعرض ذلك التصنيف على مجموعة من المحكمين من ذوي الاختصاص في الإعلام، وعلم النفس، وعلم الاجتماع في الجامعات الأردنية الحكومية والخاصة، وذلك للتأكد من موضوعية التصنيف الذي استخدمه الباحث لموضوعات محاور التوجيه الرئيسية.

7. القيام بتحليل الموضوعات المختارة من مجلة الأقصى العسكرية تحليلاً دقيقاً بناءً على وحدة التحليل المتبعة، وفئاتها الرئيسية والفرعية وتعريفاتها الإجرائية، باستخدام استمارة التحليل التي تم تصميمها ولكل محور على حدة، كما تم توضيحه سابقاً.

8. **معامل ثبات استمارة التحليل:** تم تحديد ثبات تحليل الموضوعات المختارة باختيار موضوع واحد من كل محور وتحليله من قبل الباحث، وطلب من باحث آخر تكرار عملية التحليل لتلك الموضوعات بعد تزويده بالتعريفات الإجرائية.

لقد بلغ عدد فئات التحليل حسب الاستثمارات الفرعية المصممة (25) فئة، بواقع خمس فئات لكل محور من محاور التوجيه المعنوي لمجلة الأقصى العسكرية، اتفق الباحثان على (19) فئة منها في مضمون مجلة الأقصى العسكرية، وبتطبيق معادلة هولستي (Holsti، 1969)، الآتية:

$$R.C = \frac{N1 + N2}{2M}$$

حيث:

R : تمثل معامل الثبات (الاتفاق).

M : تمثل عدد الفئات التي تم الاتفاق عليها بين الباحثين.

N1: تمثل عدد الفئات التي تم تحليلها من الباحث الأول.

N2: تمثل عدد الفئات التي تم تحليلها من الباحث الثاني.

بلغ معامل ثبات استمارة تحليل المضمون لمجلة الأقصى العسكرية بمحاور التوجيه الخمسة الرئيسة (76%) لإجراء هذه الدراسة، حيث يرى (Gellert) إذا كانت نسبة الاتفاق (الثبات) أقل من 70%، فإن الثبات في هذه الحالة يعتبر منخفضاً، أما إذا كانت نسبة الاتفاق 85% فأكثر فإن ثبات التحليل مرتفعاً (المفتي، 1988).

ونظراً لأن تحليل مجلة الأقصى العسكرية كان من أجل التعرف على دور الإعلام العسكري الأردني في التوجيه المعنوي، وبما أن عينة التحليل لم تكن شاملة لمضمون مجلة الأقصى العسكرية، فقد استخدم الباحث أساليب التحليل الإحصائي للمقارنة بين نسب محاور التوجيه كما كشف عنها تحليل المضمون للمجلة.

9. الوسائل الإحصائية.

بغرض اختبار فرضيات الدراسة وتحقيق أهدافها تم استخدام الوسائل الإحصائية الآتية:

أ. الإحصاء الوصفي مثل التكرارات والنسب المئوية من أجل العرض الوصفي لتحليل محتوى مجلة الأقصى ودورها في التوجيه المعنوي.

ب. تحليل التباين اللامعلمي كروسكال (Kruskal-Wallis Test) لاختبار الفروق بين تكرارات محاور التوجيه المعنوي في مجلة الأقصى العسكرية.

ج. اختبار كاي تربيع لعقد المقارنات الثنائية بين محاور التوجيه الوطني والفئات الفرعية

لمعرفة لصالح من كانت الفروق (البياتي، 1985)

الفصل الرابع

نتائج الدراسة

يهدف هذا الفصل بشكل رئيسي إلى عرض نتائج التحليل الإحصائي التي تم التوصل

إليها من خلال استخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية **SPSS**، كما يأتي:

النتائج المتعلقة بالجانب الوصفي لتحليل محتوى مجلة الأقصى ودورها في التوجيه المعنوي،

وتم عرض النتائج على النحو الآتي:

أولاً: النتائج المتعلقة بمحاور التوجيه المعنوي الرئيسة الخمسة.

تم استخراج التكرارات والنسب المئوية لمحاور التوجيه المعنوي المتضمنة في مجلة

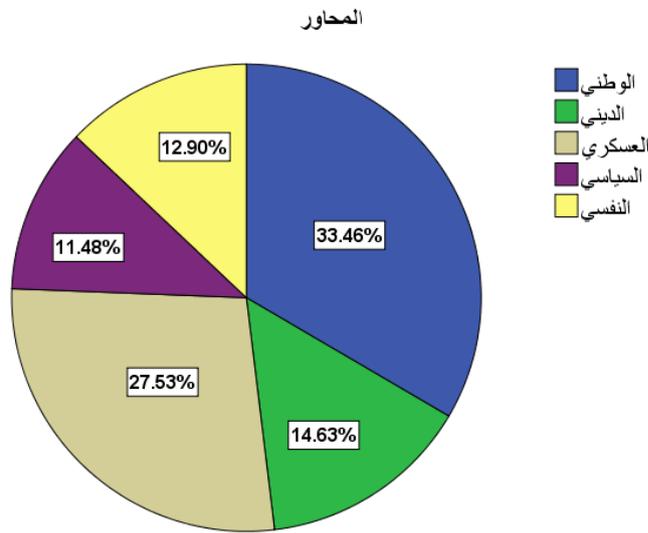
الأقصى والجدول (1) يبين تلك التكرارات والنسب.

الجدول (1)

التكرارات والنسب المئوية لمحاور التوجيه المعنوي الرئيسة المتضمنة في مجلة الأقصى

النسبة المئوية	التكرارات	المحور
33.5	446	الوطني
14.6	195	الديني
27.5	368	العسكري
11.5	152	السياسي
12.9	172	النفسي
100.0	1334	المجموع

يشير الجدول (1) إلى أن محور التوجيه الوطني حصل على أعلى تكرارات إذ بلغت (446) وبنسبة مئوية بلغت (33.5)، وحصل محور التوجيه العسكري على الرتبة الثانية من حيث التكرارات (368) وبنسبة (27.5)، في حين حصل محور التوجيه الديني على الرتبة الثالثة من حيث التكرارات (195) وبنسبة (14.6)، وحصل محور التوجيه النفسي على الرتبة الرابعة من حيث التكرارات (172) وبنسبة (12.9)، وحصل محور التوجيه السياسي على الرتبة الخامسة والأخيرة من حيث التكرارات (152) وبنسبة (11.5)، والشكل (1) يبين تلك المحاور ونسبها.



شكل (1)

النسب المئوية لمحاور التوجيه المعنوي الخمسة في مجلة الأقصى

ثانياً: النتائج المتعلقة بالفئات الفرعية لمحاور التوجيه المعنوي الرئيسية وهي: التوجيه

الوطني، التوجيه الديني، التوجيه العسكري، التوجيه السياسي، التوجيه النفسي:

أولاً: محور التوجيه الوطني:

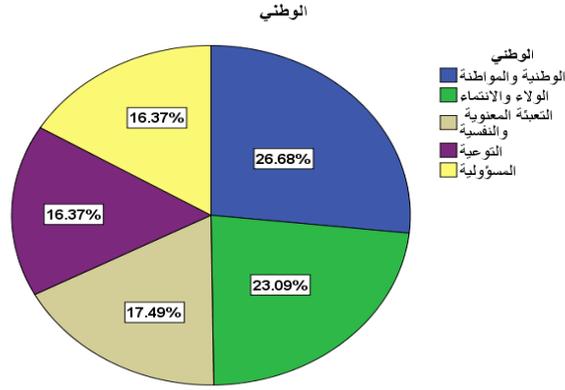
تم استخراج التكرارات والنسب المئوية للفئات الفرعية لمحور التوجيه الوطني المتضمنة في مجلة الأقصى والجدول (2) يبين تلك التكرارات والنسب.

الجدول (2)

التكرارات والنسب المئوية للفئات الفرعية لمحور التوجيه الوطني المتضمنة في مجلة الأقصى

النسبة المئوية	التكرار الملاحظ	الفئة الفرعية للمحور
16.4	73	التوعية
26.7	119	الوطنية والمواطنة
23.1	103	الولاء والانتماء
16.4	73	المسؤولية
17.5	78	التعبئة المعنوية والنفسية
100.0	446	المجموع

يشير الجدول (2) إلى أن فئة الوطنية والمواطنة حصلت على أعلى تكرارات إذ بلغت (119) وبنسبة مئوية بلغت (26.7)، وحصلت الولاء والانتماء على الرتبة الثانية من حيث التكرارات (103) وبنسبة (23.1)، في حين حصلت التعبئة المعنوية والنفسية على الرتبة الثالثة من حيث التكرارات (78) وبنسبة (17.5)، وحصلت التوعية والمسؤولية على الرتبة الرابعة من حيث التكرارات (73) وبنسبة (16.4) والشكل (2) يبين فئات المحور الوطني ونسبها.



شكل (2)

النسب المئوية للفئات الفرعية لمحور التوجيه الوطني

ثانياً: محور التوجيه الديني:

تم استخراج التكرارات والنسب المئوية للفئات الفرعية لمحور التوجيه الديني المتضمنة في مجلة

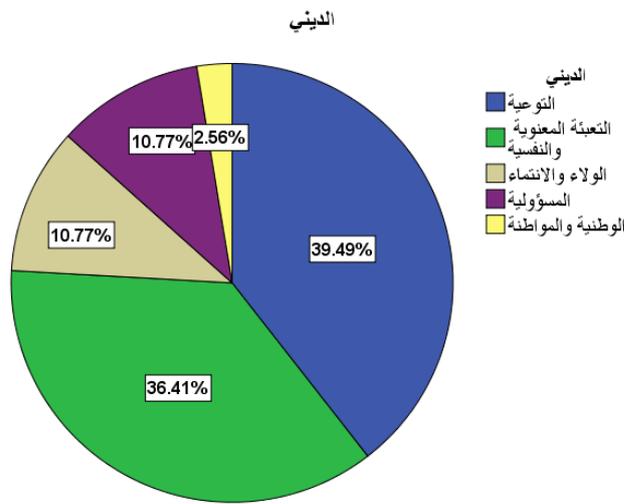
الأقصى والجدول (3) يبين تلك التكرارات والنسب.

الجدول (3)

التكرارات والنسب المئوية للفئات الفرعية لمحور التوجيه الديني المتضمنة في مجلة الأقصى

النسبة المئوية	التكرار الملاحظ	الفئة الفرعية للمحور
39.5	77	التوعية
2.6	5	الوطنية والمواطنة
10.8	21	الولاء والانتماء
10.8	21	المسؤولية
36.4	71	التعبئة المعنوية والنفسية
100.0	195	المجموع

يشير الجدول (3) إلى أن فئة التوعية حصلت على أعلى تكرارات إذ بلغت (77) وبنسبة مئوية بلغت (39.5)، وحصلت التعبئة المعنوية والنفسية على الرتبة الثانية من حيث التكرارات (71) وبنسبة (36.4)، في حين حصلت الولاء والانتماء والمسؤولية على الرتبة الثالثة من حيث التكرارات (21) وبنسبة (10.8)، وحصلت الوطنية والمواطنة على الرتبة الرابعة من حيث التكرارات (5) وبنسبة (2.6) والشكل (3) يبين فئات المحور الديني ونسبها.



شكل (3)

النسب المئوية للفئات الفرعية لمحور التوجيه الديني

ثالثاً: محور التوجيه العسكري:

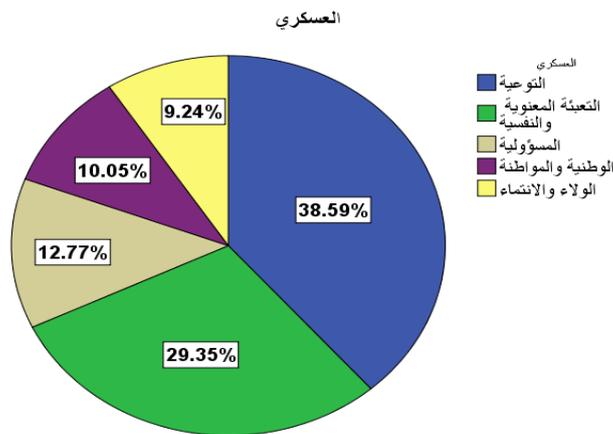
تم استخراج التكرارات والنسب المئوية للفئات الفرعية لمحور التوجيه العسكري المتضمنة

في مجلة الأقصى والجدول (4) يبين تلك التكرارات والنسب.

الجدول (4) التكرارات والنسب المئوية للفئات الفرعية لمحور التوجيه العسكري

النسبة المئوية	التكرار الملاحظ	الفئة الفرعية للمحور
38.6	142	التوعية
10.1	37	الوطنية والمواطنة
9.2	34	الولاء والانتماء
12.8	47	المسؤولية
29.3	108	التعبئة المعنوية والنفسية
100.0	368	المجموع

يشير الجدول (4) إلى أن فئة التوعية حصلت على أعلى تكرارات إذ بلغت (142) ونسبة مئوية بلغت (38.6)، وحصلت التعبئة المعنوية والنفسية على الرتبة الثانية من حيث التكرارات (108) ونسبة (29.3)، في حين حصلت المسؤولية على الرتبة الثالثة من حيث التكرارات (47) ونسبة (12.8)، وحصلت الوطنية والمواطنة على الرتبة الرابعة من حيث التكرارات (37) ونسبة (9.2) وحصلت الولاء والانتماء على الرتبة الخامسة من حيث التكرارات (34) ونسبة (10.1) والشكل (4) يبين فئات المحور العسكري ونسبها.



شكل (4) النسب المئوية للفئات الفرعية لمحور التوجيه العسكري

رابعاً: محور التوجيه السياسي:

تم استخراج التكرارات والنسب المئوية للفئات الفرعية لمحور التوجيه السياسي المتضمنة في مجلة الأقصى والجدول (5) يبين تلك التكرارات والنسب.

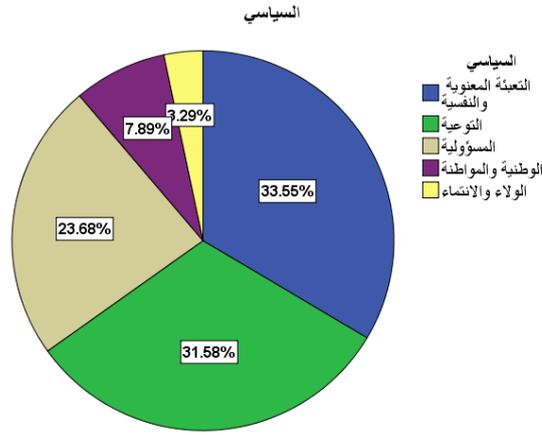
الجدول (5)

التكرارات والنسب المئوية للفئات الفرعية لمحور التوجيه السياسي المتضمنة في مجلة الأقصى

النسبة المئوية	التكرار الملاحظ	الفئة الفرعية للمحور
31.6	48	التوعية
7.9	12	الوطنية والمواطنة
3.3	5	الولاء والانتماء
23.6	36	المسؤولية
33.6	51	التعبئة المعنوية والنفسية
100	152	المجموع

يشير الجدول (5) إلى أن فئة التعبئة المعنوية والنفسية حصلت على أعلى تكرارات إذ بلغت (51) وبنسبة مئوية بلغت (33.6)، وحصلت التوعية على الرتبة الثانية من حيث التكرارات (48) وبنسبة (31.6)، في حين حصلت المسؤولية على الرتبة الثالثة من حيث التكرارات (36) وبنسبة (23.7)، وحصلت الوطنية والمواطنة على الرتبة الرابعة من حيث التكرارات (12) وبنسبة (7.9)، وحصلت المسؤولية على الرتبة الثالثة من حيث التكرارات (36) وبنسبة (23.7)، وحصلت

الولاء والانتماء على الرتبة الخامسة من حيث التكرارات (5) ونسبة (3.3)، والشكل (5) يبين فئات المحور السياسي ونسبها.



شكل (5)

النسب المئوية للفئات الفرعية للمحور السياسي

خامساً: محور التوجيه النفسي:

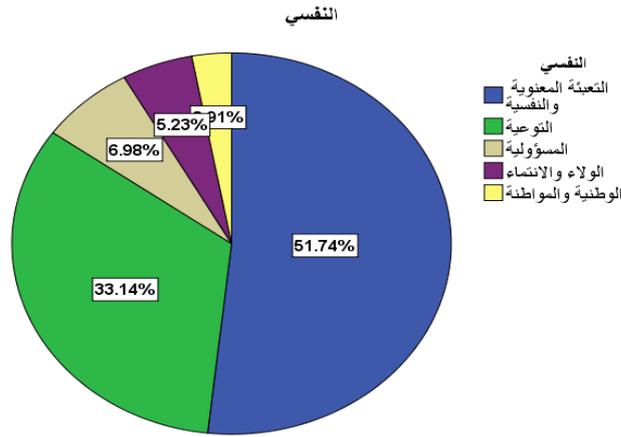
تم استخراج التكرارات والنسب المئوية للفئات الفرعية لمحور التوجيه النفسي المتضمنة في مجلة الأقصى والجدول (6) يبين تلك التكرارات والنسب.

الجدول (6)

التكرارات والنسب المئوية للفئات الفرعية لمحور التوجيه النفسي المتضمنة في مجلة الأقصى

النسبة المئوية	التكرار الملاحظ	الفئة الفرعية للمحور
33.1	57	التوعية
2.9	5	الوطنية والمواطنة
5.2	9	الولاء والانتماء
7.0	12	المسؤولية
51.7	89	التعبئة المعنوية والنفسية
100.0	172	المجموع

يشير الجدول (6) إلى أن فئة التعبئة المعنوية والنفسية حصلت على أعلى تكرارات إذ بلغت (89) وبنسبة مئوية بلغت (51.7)، وحصلت التوعية على الرتبة الثانية من حيث التكرارات (57) وبنسبة (33.1)، في حين حصلت المسؤولية على الرتبة الثالثة من حيث التكرارات (12) وبنسبة (17.5)، وحصلت الولاء والانتماء على الرتبة الرابعة من حيث التكرارات (9) وبنسبة (5.2)، وحصلت الوطنية والمواطنة على الرتبة الخامسة من حيث التكرارات (5) وبنسبة (2.9)، والشكل (6) يبين فئات المحور النفسي ونسبها.



شكل (6)

النسب المئوية للفئات الفرعية لمحور التوجيه النفسي

ثالثاً: النتائج المتعلقة بمحاور التوجيه المعنوي ضمن كل فئة من الفئات الفرعية:

أولاً: التوعية:

تم استخراج التكرارات والنسب المئوية لمحاور التوجيه المعنوي الخمسة المتضمنة في مجلة

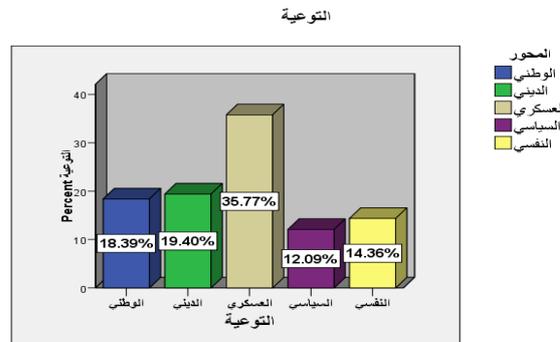
الأقصى في فئة التوعية والجدول (7) يبين تلك التكرارات والنسب.

الجدول (7)

التكرارات والنسب المئوية لمحاور التوجيه المعنوي الخمسة المتضمنة في مجلة الأقصى في فئة التوعية

النسبة المئوية	التكرار الملاحظ	المحاور
18.4	73	الوطني
19.4	77	الديني
35.8	142	العسكري
12.1	48	السياسي
14.4	57	النفسي
100.0	397	المجموع

يشير الجدول (7) إلى أن المحور العسكري حصل على أعلى تكرارات إذ بلغت (142) وبنسبة مئوية بلغت (35.8)، وحصل المحور الديني على الرتبة الثانية من حيث التكرارات (77) وبنسبة (19.4)، وحصل المحور الوطني على الرتبة الثالثة من حيث التكرارات (73) وبنسبة (18.4)، وحصل المحور النفسي على الرتبة الرابعة من حيث التكرارات (57) وبنسبة (14.4)، وحصل المحور السياسي على الرتبة الخامسة من حيث التكرارات (48) وبنسبة (12.1)، والشكل (7) يبين تكرارات محاور التوجيه الوطني في فئة التوعية ونسبها.



شكل (7)

النسب المئوية لمحاور التوجيه المعنوي في فئة التوعية

ثانياً: الوطنية والمواطنة

تم استخراج التكرارات والنسب المئوية لمحاور التوجيه المعنوي الخمسة المتضمنة في مجلة الأقصى في فئة الوطنية والمواطنة والجدول (8) يبين تلك التكرارات والنسب.

الجدول (8)

التكرارات والنسب المئوية لمحاور التوجيه المعنوي الخمسة المتضمنة في مجلة الأقصى في فئة الوطنية والمواطنة

النسبة المئوية	التكرار الملاحظ	المحاور
66.9	119	الوطني
2.8	5	الديني
20.8	37	العسكري
6.7	12	السياسي
2.8	5	النفسي
100.0	178	المجموع

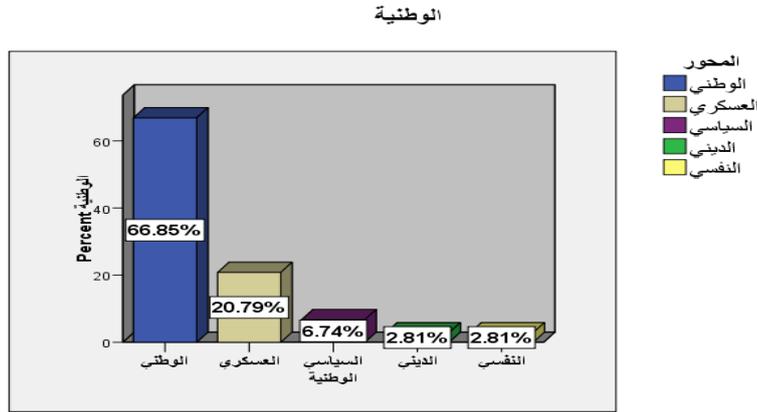
يشير الجدول (8) إلى أن المحور الوطني حصل على أعلى تكرارات إذ بلغت (119)

وبنسبة مئوية بلغت (66.9)، وحصل المحور العسكري على الرتبة الثانية من حيث التكرارات (37)

وبنسبة (20.8)، وحصل المحور السياسي على الرتبة الثالثة من حيث التكرارات (12) وبنسبة

(6.7)، وحصل المحوران النفسي والديني على الرتبة الرابعة من حيث التكرارات (5) وبنسبة (2.8)،

والشكل (8) يبين تكرارات محاور التوجيه الوطني في فئة الوطنية والمواطنة ونسبها.



شكل (8)

النسب المئوية لمحاور التوجيه المعنوي في فئة الوطنية والمواطنة

ثالثاً: الولاء والانتماء

تم استخراج التكرارات والنسب المئوية لمحاور التوجيه المعنوي الخمسة المتضمنة في مجلة

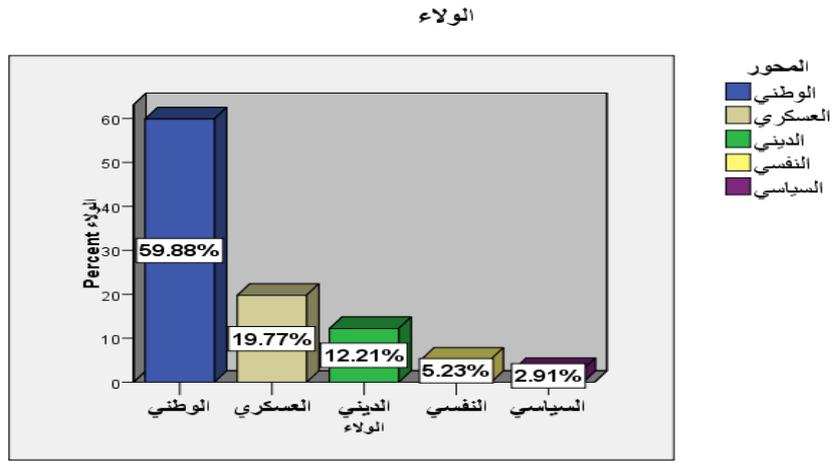
الأقصى في فئة الولاء والانتماء والجدول (9) يبين تلك التكرارات والنسب.

الجدول (9)

التكرارات والنسب المئوية لمحاور التوجيه المعنوي الخمسة المتضمنة في مجلة الأقصى في فئة الولاء والانتماء

النسبة المئوية	التكرار الملاحظ	المحاور
59.9	103	الوطني
12.2	21	الديني
19.8	34	العسكري
2.9	5	السياسي
5.2	9	النفسي
100.0	172	المجموع

يشير الجدول (9) إلى أن المحور الوطني حصل على أعلى تكرارات إذ بلغت (103) وبنسبة مئوية بلغت (59.9)، وحصل المحور العسكري على الرتبة الثانية من حيث التكرارات (34) وبنسبة (19.8)، وحصل المحور الديني على الرتبة الثالثة من حيث التكرارات (21) وبنسبة (12.2)، وحصل المحور النفسي على الرتبة الرابعة من حيث التكرارات (9) وبنسبة (5.2)، وحصل المحور السياسي على الرتبة الخامسة من حيث التكرارات (5) وبنسبة (2.9)، والشكل (9) يبين تكرارات محاور التوجيه الوطني في فئة الولاء والانتماء ونسبها.



شكل (9)

النسب المئوية لمحاور التوجيه المعنوي في فئة الولاء والانتماء

رابعاً: المسؤولية

تم استخراج التكرارات والنسب المئوية لمحاور التوجيه المعنوي الخمسة المتضمنة في مجلة

الأقصى في فئة الولاء والانتماء والجدول (10) يبين تلك التكرارات والنسب.

الجدول (10)

التكرارات والنسب المئوية لمحاور التوجيه المعنوي الخمسة المتضمنة في مجلة الأقصى في فئة المسؤولية

المحاور	التكرار الملاحظ	النسبة المئوية
الوطني	73	36.4
الديني	21	10.8
العسكري	47	23.7
السياسي	36	18.2
النفسي	12	6.1
المجموع	198	100.0

يشير الجدول (10) إلى أن المحور الوطني حصل على أعلى تكرارات إذ بلغت (73)

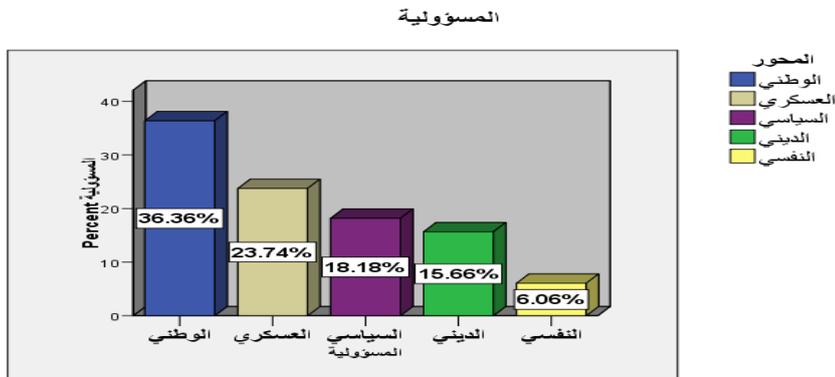
وبنسبة مئوية بلغت (36.4)، وحصل المحور العسكري على الرتبة الثانية من حيث التكرارات (47)

وبنسبة (23.7)، وحصل المحور السياسي على الرتبة الثالثة من حيث التكرارات (36) وبنسبة

(18.2)، وحصل المحور الديني على الرتبة الرابعة من حيث التكرارات (21) وبنسبة (10.8)،

وحصل المحور النفسي على الرتبة الخامسة من حيث التكرارات (12) وبنسبة (6.1)، والشكل (10)

يبين تكرارات محاور التوجيه المعنوي في فئة المسؤولية ونسبها.



شكل (10)

النسب المئوية لمحاور التوجيه المعنوي في فئة المسؤولية

خامساً: التعبئة المعنوية والنفسية

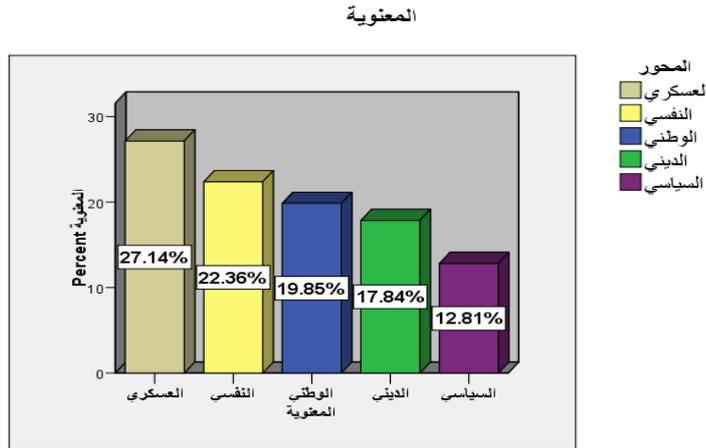
تم استخراج التكرارات والنسب المئوية لمحاور التوجيه المعنوي الخمسة المتضمنة في مجلة الأقصى في فئة الولاء والانتماء والجدول (11) يبين تلك التكرارات والنسب.

الجدول (11)

التكرارات والنسب المئوية لمحاور التوجيه المعنوي الخمسة المتضمنة في مجلة الأقصى في فئة التعبئة المعنوية والنفسية

النسبة المئوية	التكرار الملاحظ	المحاور
19.8	78	الوطني
17.8	71	الديني
27.1	108	العسكري
12.8	51	السياسي
22.4	89	النفسي
100.0	397	المجموع

يشير الجدول (11) إلى أن المحور العسكري حصل على أعلى تكرارات إذ بلغت (108) وبنسبة مئوية بلغت (27.1)، وحصل المحور النفسي على الرتبة الثانية من حيث التكرارات (89) وبنسبة (22.4)، وحصل المحور الوطني على الرتبة الثالثة من حيث التكرارات (78) وبنسبة (19.8)، وحصل المحور الديني على الرتبة الرابعة من حيث التكرارات (71) وبنسبة (17.8)، وحصل المحور السياسي على الرتبة الخامسة من حيث التكرارات (51) وبنسبة (12.8)، والشكل الآتي يبين تكرارات محاور التوجيه المعنوي في فئة التعبئة المعنوية والنفسية ونسبها.



شكل (11)

النسب المئوية لمحاور التوجيه المعنوي في فئة المعنوية

النتائج المتعلقة باختبار فرضيات الدراسة

أولاً: النتائج المتعلقة بالفرضية الأولى:

تنص الفرضية الأولى على ما يأتي: لا يوجد فروق عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) بين

تكرارات محاور التوجيه الرئيسية الخمسة وهي: التوجيه الوطني، التوجيه الديني، التوجيه العسكري،

التوجيه السياسي، التوجيه النفسي.

لاختبار هذه الفرضية تم حساب التكرارات والنسب المئوية لكل محور من المحاور كما تم

استخدام تحليل التباين اللامعلمي كروسكال (**Kruskal-Wallis Test**) للتعرف على الفروق بين

تكرارات محاور التوجيه الخمسة، والجدول (12) يبين ذلك.

الجدول (12)

نتائج تحليل التباين اللامعلمي كروسكال (Kruskal-Wallis Test) لاختبار الفروق بين تكرارات محاور التوجيه المعنوي في مجلة الأقصى العسكرية

المحور	التكرارات	النسبة المئوية	متوسط الرتب	درجة الحرية	قيمة كاي تربيع	مستوى الدلالة
الوطني	446	33.5	651.46	4	17.720	0.001
الديني	195	14.6	666.23			
العسكري	367	27.5	626.07			
السياسي	153	11.5	706.08			
النفسي	172	12.9	760.74			
المجموع	1334	100.0				

يلاحظ من الجدول (12) أن قيمة كاي تربيع المحسوبة بلغت (17.720) عند

مستوى دلالة (0.001) مما يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($0.05 \geq \alpha$) بين تكرارات

محاور التوجيه الرئيسية الخمسة وهي: التوجيه الوطني، التوجيه الديني، التوجيه العسكري، التوجيه

السياسي، التوجيه النفسي، وبهذه النتيجة يتم رفض الفرضية الصفرية الأولى التي تنص على: لا يوجد

فرق عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) بين تكرارات محاور التوجيه الرئيسية الخمسة وهي: التوجيه

الوطني، التوجيه الديني، التوجيه العسكري، التوجيه السياسي، التوجيه النفسي. كما تم تطبيق اختبار

كاي تربيع بين محاور التوجيه المعنوي لمعرفة لصالح من كانت الفروق والجدول (13) يبين تلك

النتائج

الجدول (13)

نتائج اختبار كاي تربيع لدلالة الفروق بين محاور التوجيه المعنوي

مستوى الدلالة	قيمة كاي تربيع	الباقى	التكرار المتوقع	التكرار الملاحظ	المحور	المقارنة
0.000	98.285	125.5	320.5	446	الوطني	الأولى
		-125.5	320.5	195	الديني	
0.006	7.677	39.5	406.5	446	الوطني	الثانية
		-39.5	406.5	368	العسكري	
0.000	143.321	146.5	299.5	446	الوطني	الثالثة
		-146.5	299.5	152	السياسي	
0.000	121.482	137.0	309.0	446	الوطني	الرابعة
		-137.0	309.0	172	النفسي	
0.000	52.641	-86.0	281.0	195	الديني	الخامسة
		86.0	281.0	367	العسكري	
0.024	5.069	21.0	174.0	195	الديني	السادسة
		-21.0	174.0	152	السياسي	
0.230	1.441	11.5	183.5	195	الديني	السابعة
		-11.5	183.5	172	النفسي	
0.000	88.069	107.0	260.0	367	العسكري	الثامنة
		-107.0	260.0	152	السياسي	
0.000	70.547	97.5	269.5	367	العسكري	التاسعة
		-97.5	269.5	172	النفسي	
0.292	1.111	-9.5	162.5	152	السياسي	العاشرة
		9.5	162.5	172	النفسي	

يلاحظ من الجدول (13) أن قيمة كاي تربيع المحسوبة بلغت (98.285) عند مستوى دلالة

(0.000) مما يدل على وجود فرق ذي دلالة إحصائية ($\alpha \geq 0.05$) بين تكرارات المحور الوطني،

والمحور الديني، وكان لصالح المحور الوطني إذ بلغت التكرارات (446) وهو أعلى من تكرارات المحور الديني التي بلغت (195). كما بلغت قيمة كاي تربيع المحسوبة للمقارنة بين المحورين الوطني والعسكري (7.677) عند مستوى دلالة (0.007) مما يدل على وجود فرق ذي دلالة إحصائية ($0.05 \geq \alpha$) بين تكرارات المحور الوطني، والمحور العسكري، وكان لصالح المحور الوطني إذ بلغت التكرارات (446) وهو أعلى من تكرارات المحور العسكري التي بلغت (368). كما بلغت قيمة كاي تربيع المحسوبة للمقارنة بين المحورين الوطني والسياسي (143.321) عند مستوى دلالة (0.000) مما يدل على وجود فرق ذي دلالة إحصائية ($0.05 \geq \alpha$) بين تكرارات المحور الوطني، والمحور السياسي، وكان لصالح المحور الوطني إذ بلغت التكرارات (446) وهو أعلى من تكرارات المحور السياسي التي بلغت (152). كما بلغت قيمة كاي تربيع المحسوبة للمقارنة بين المحورين الوطني والنفسي (121.482) عند مستوى دلالة (0.000) مما يدل على وجود فرق ذي دلالة إحصائية ($0.05 \geq \alpha$) بين تكرارات المحور الوطني، والمحور والنفسي، وكان لصالح المحور الوطني إذ بلغت التكرارات (446) وهو أعلى من تكرارات المحور النفسي التي بلغت (172). كما بلغت قيمة كاي تربيع المحسوبة للمقارنة بين المحورين الديني والعسكري (52.641) عند مستوى دلالة (0.000) مما يدل على وجود فرق ذي دلالة إحصائية ($0.05 \geq \alpha$) بين تكرارات المحور الديني، والمحور العسكري، وكان لصالح المحور الديني، والمحور العسكري، وكان لصالح المحور الديني إذ بلغت التكرارات (368) وهو أعلى من تكرارات المحور الديني التي بلغت (195). كما بلغت قيمة كاي تربيع المحسوبة للمقارنة بين المحورين الديني والسياسي (5.069) عند مستوى دلالة (0.024) مما يدل على وجود فرق ذي دلالة إحصائية ($0.05 \geq \alpha$) بين تكرارات المحور الديني، والمحور السياسي، وكان لصالح المحور الديني إذ بلغت التكرارات (195) وهو أعلى من تكرارات المحور السياسي التي بلغت (152). كما بلغت قيمة كاي تربيع المحسوبة للمقارنة بين المحورين الديني والنفسي (1.441) عند مستوى دلالة

(0.230) مما يدل على عدم وجود فرق ذي دلالة إحصائية ($0.05 \geq \alpha$) بين تكرارات المحور الديني، والمحور النفسي، كما بلغت قيمة كاي تربيع المحسوبة للمقارنة بين المحورين العسكري والسياسي (88.069) عند مستوى دلالة (0.000) مما يدل على وجود فرق ذي دلالة إحصائية ($\alpha \geq 0.05$) بين تكرارات المحور العسكري، والمحور السياسي، وكان لصالح المحور العسكري إذ بلغت التكرارات (368) وهو أعلى من تكرارات المحور السياسي التي بلغت (152)، كما بلغت قيمة كاي تربيع المحسوبة للمقارنة بين المحورين العسكري والنفسي (70.547) عند مستوى دلالة (0.000) مما يدل على وجود فرق ذي دلالة إحصائية ($0.05 \geq \alpha$) بين تكرارات المحور العسكري، والمحور النفسي، وكان لصالح المحور العسكري إذ بلغت التكرارات (368) وهو أعلى من تكرارات المحور النفسي التي بلغت (172)، كما بلغت قيمة كاي تربيع المحسوبة للمقارنة بين المحورين السياسي والنفسي (1.441) عند مستوى دلالة (0.230) مما يدل على عدم وجود فرق ذي دلالة إحصائية ($\alpha \geq 0.05$) بين تكرارات المحور السياسي، والمحور النفسي.

ثانياً: النتائج المتعلقة بالفرضية الثانية:

تنص الفرضية الثانية على ما يأتي: لا يوجد فروق عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) بين تكرارات الفئات الفرعية الخاصة بمحور التوجيه الوطني وهي: .التوعية، الوطنية والمواطنة، الولاء والانتماء، المسؤولية، والتعبئة المعنوية والنفسية.

لاختبار هذه الفرضية تم حساب التكرارات والنسب المئوية لكل فئة فرعية خاصة

بمحور التوجيه الوطني كما تم استخدام اختبار كاي تربيع للتعرف على الفروق بين تكرارات الفئات

الفرعية الخاصة وعلى النحو الآتي:

الجدول (14)

التكرارات والنسب المئوية وقيمة كاي تربيع للفئات الفرعية لمحور التوجيه الوطني

مستوى الدلالة	قيمة كاي تربيع	درجات الحرية	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار الملاحظ	الفئة الفرعية للمحور
0.001	19.381	4	89.2	16.4	73	التوعية
			89.2	26.7	119	الوطنية والمواطنة
			89.2	23.1	103	الولاء والانتماء
			89.2	16.4	73	المسؤولية
			89.2	17.5	78	التعبئة المعنوية والنفسية
			89.2	100.0	446	المجموع

يلاحظ من الجدول (14) أن قيمة كاي تربيع المحسوبة بلغت (19.381) عند مستوى دلالة (0.001) مما يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($0.05 \geq \alpha$) بين تكرارات الفئات الفرعية لمحور التوجيه الوطني، وتم عقد المقارنات بين كل فئتين لمعرفة لصالح من كانت الفروق والجدول (15) يبين النتائج.

الجدول (15)

نتائج اختبار كاي تربيع لدلالة الفروق بين فئات محور التوجيه الوطني

مستوى الدلالة	قيمة كاي تربيع	الباقى	التكرار المتوقع	التكرار الملاحظ	الفئة	المقارنة
0.001	11.021	-23.0-	96.0	73	التوعية	الأولى
		23.0	96.0	119	الوطنية والمواطنة	
0.024	5.114	-15.0-	88.0	73	التوعية	الثانية
		15.0	88.0	103	الولاء والانتماء	
1.000	0.000	.0	73.0	73	التوعية	الثالثة
		.0	73.0	73	المسؤولية	
0.684	0.166	-2.5-	75.5	73	التوعية	الرابعة
		2.5	75.5	78	التعبئة المعنوية والنفسية	
0.283	1.153	8.0	111.0	119	الوطنية والمواطنة	الخامسة
		-8.0-	111.0	103	الولاء والانتماء	
0.001	11.021	23.0	96.0	119	الوطنية والمواطنة	السادسة
		-23.0-	96.0	73	المسؤولية	
0.003	8.533	20.5	98.5	119	الوطنية والمواطنة	السابعة
		-20.5-	98.5	78	التعبئة المعنوية والنفسية	
0.024	5.114	15.0	88.0	103	الولاء والانتماء	الثامنة
		-15.0-	88.0	73	المسؤولية	
0.063	3.453	12.5	90.5	103	الولاء والانتماء	التاسعة
		-12.5-	90.5	78	التعبئة المعنوية والنفسية	
0.684	0.166a	-2.5-	75.5	73	المسؤولية	العاشرة
		2.5	75.5	78	التعبئة المعنوية والنفسية	

يلاحظ من الجدول (15) وجود فرق ذي دلالة إحصائية ($0.05 \geq \alpha$) بين تكرارات الفئات الفرعية لمحور التوجيه الوطني استناداً إلى قيم كاي تربيع إذ كانت دالة إحصائياً في معظم المقارنات وكانت الفروق لصالح الوطنية والمواطنة، والولاء والانتماء عند مقارنتهم مع التوعية، ولصالح الوطنية والمواطنة عند مقارنتها مع المسؤولية، والتعبئة المعنوية والنفسية، ولصالح الولاء والانتماء عند مقارنتها مع المسؤولية. أما بقية المقارنات مثل: المقارنة بين كل من التوعية، والولاء والانتماء، والمسؤولية مع التعبئة المعنوية والنفسية، وكذلك مقارنة الوطنية والمواطنة مع الولاء والانتماء فكانت غير دالة إحصائياً لأن قيم كاي تربيع غير دالة عند مستوى ($0.05 \geq \alpha$).

ثالثاً: النتائج المتعلقة بالفرضية الثالثة:

تنص الفرضية الثالثة على ما يأتي: لا يوجد فروق عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) بين الفئات الفرعية الخاصة بمحور التوجيه الديني وهي: التوعية، الوطنية والمواطنة، الولاء والانتماء، المسؤولية، والتعبئة المعنوية والنفسية.

لاختبار هذه الفرضية تم حساب التكرارات والنسب المئوية لكل فئة فرعية خاصة بمحور التوجيه الديني كما تم استخدام اختبار كاي تربيع للتعرف على الفروق بين تكرارات الفئات الفرعية الخاصة على النحو الآتي:

الجدول (16)

التكرارات والنسب المئوية وقيمة كاي تربيع للفئات الفرعية لمحور التوجيه الديني

مستوى الدلالة	قيمة كاي تربيع	درجات الحرية	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار الملاحظ	الفئة الفرعية للمحور
0.000	109.538	4	39.0	39.5	77	التوعية
			39.0	2.6	5	الوطنية والمواطنة
			39.0	10.8	21	الولاء والانتماء
			39.0	10.8	21	المسؤولية
			39.0	36.4	71	التعبئة المعنوية والنفسية
				100.0	195	المجموع

يلاحظ من الجدول (16) أن قيمة كاي تربيع المحسوبة بلغت (109.538) عند

مستوى دلالة (0.000) مما يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($0.05 \geq \alpha$) بين تكرارات

الفئات الفرعية لمحور التوجيه الديني، وتم عقد المقارنات بين كل فئتين لمعرفة لصالح من كانت

الفروق والجدول رقم (17) يبين النتائج:

الجدول (17)

نتائج اختبار كاي تربيع لدلالة الفروق بين فئات محور التوجيه الديني

مستوى الدلالة	قيمة كاي تربيع	الباقى	التكرار المتوقع	التكرار الملاحظ	الفئة	المقارنة
0.000	62.588	26.0	51.0	77	التوعية	الأولى
		-46.0-	51.0	5	الوطنية والمواطنة	
0.000	32.000	28.0	49.0	77	التوعية	الثانية
		-28.0-	49.0	21	الولاء والانتماء	
0.000	32.000	28.0	49.0	77	التوعية	الثالثة
		-28.0-	49.0	21	المسؤولية	
0.622	.243	3.0	74.0	77	التوعية	الرابعة
		-3.0-	74.0	71	التعبئة المعنوية والنفسية	
0.002	9.846	-8.0-	13.0	5	الوطنية والمواطنة	الخامسة
		8.0	13.0	21	الولاء والانتماء	
0.002	9.846	-8.0-	13.0	5	الوطنية والمواطنة	السادسة
		8.0	13.0	21	المسؤولية	
0.000	57.316	-33.0-	38.0	5	الوطنية والمواطنة	السابعة
		33.0	38.0	71	التعبئة المعنوية والنفسية	
1.000	0.000	.0	21.0	21	الولاء والانتماء	الثامنة
		.0	21.0	21	المسؤولية	
0.000	27.174	-25.0-	46.0	21	الولاء والانتماء	التاسعة
		25.0	46.0	71	التعبئة المعنوية والنفسية	
0.000	27.174b	-25.0-	46.0	21	المسؤولية	العاشرة
		25.0	46.0	71	التعبئة المعنوية والنفسية	

يلاحظ من الجدول (17) وجود فرق ذي دلالة إحصائية ($0.05 \geq \alpha$) بين تكرارات

الفئات الفرعية لمحور التوجيه الديني استناداً إلى قيم كاي تربيع إذ كانت دالة إحصائياً في معظم

المقارنات وكانت الفروق لصالح التوعية عند مقارنتها مع الوطنية والمواطنة، والولاء والانتماء، والمسؤولية، ولصالح الولاء والانتماء عند مقارنتها مع الوطنية والمواطنة، ولصالح الولاء والانتماء عند مقارنتها مع الوطنية والمواطنة. ولصالح المسؤولية والتعبئة المعنوية والنفسية عند مقارنتها مع الوطنية والمواطنة ولصالح التعبئة المعنوية والنفسية عند مقارنتها مع الوطنية والمواطنة، و الولاء والانتماء، و المسؤولية، أما المقارنة بين التوعية، مع التعبئة المعنوية والنفسية، فكانت غير دالة إحصائياً لأن قيم كاي تربيع غير دالة عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$.

رابعاً: النتائج المتعلقة بالفرضية الرابعة:

تنص الفرضية الرابعة على ما يأتي: لا يوجد فروق عند مستوى الدلالة $(\alpha \geq 0.05)$ بين الفئات الفرعية الخاصة بمحور التوجيه العسكري وهي: التوعية، الوطنية والمواطنة، الولاء والانتماء، المسؤولية، والتعبئة المعنوية والنفسية.

لاختبار هذه الفرضية تم حساب التكرارات والنسب المئوية لكل فئة فرعية خاصة بمحور التوجيه العسكري كما تم استخدام اختبار كاي تربيع للتعرف على الفروق بين تكرارات الفئات الفرعية الخاصة على النحو الآتي:

الجدول (18)

التكرارات والنسب المئوية وقيمة كاي تربيع للفئات الفرعية لمحور التوجيه العسكري

مستوى الدلالة	قيمة كاي تربيع	درجات الحرية	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار الملاحظ	الفئة الفرعية للمحور
0.000	128.766	4	73.6	38.6	142	التوعية
			73.6	10.1	37	الوطنية والمواطنة
			73.6	9.2	34	الولاء والانتماء
			73.6	12.8	47	المسؤولية
			73.6	29.3	108	التعبئة المعنوية والنفسية
				100.0	368	المجموع

يلاحظ من الجدول (18) أن قيمة كاي تربيع المحسوبة بلغت (128.766) عند

مستوى دلالة (0.000) مما يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($0.05 \geq \alpha$) بين تكرارات

الفئات الفرعية لمحور التوجيه العسكري، وتم عقد المقارنات بين كل فئتين لمعرفة لصالح من كانت

الفروق والجدول (19) يبين النتائج:

الجدول (19)

نتائج اختبار كاي تربيع لدلالة الفروق بين فئات محور التوجيه العسكري

مستوى الدلالة	قيمة كاي تربيع	الباقى	التكرار المتوقع	التكرار الملاحظ	الفئة	المقارنة
0.000	60.007	46.3	95.7	142	التوعية	الأولى
		-58.7-	95.7	37	الوطنية والمواطنة	
0.000	66.273	54.0	88.0	142	التوعية	الثانية
		-54.0-	88.0	34	الولاء والانتماء	
0.000	47.751	47.5	94.5	142	التوعية	الثالثة
		-47.5-	94.5	47	المسؤولية	
0.032	4.624	17.0	125.0	142	التوعية	الرابعة
		-17.0-	125.0	108	التعبئة المعنوية والنفسية	
0.722	0.127	1.5	35.5	37	الوطنية والمواطنة	الخامسة
		-1.5-	35.5	34	الولاء والانتماء	
0.275	1.190	-5.0-	42.0	37	الوطنية والمواطنة	السادسة
		5.0	42.0	47	المسؤولية	
0.000	34.766	-35.5-	72.5	37	الوطنية والمواطنة	السابعة
		35.5	72.5	108	التعبئة المعنوية والنفسية	
0.149	2.086	-6.5-	40.5	34	الولاء والانتماء	الثامنة
		6.5	40.5	47	المسؤولية	
0.000	38.563	-37.0-	71.0	34	الولاء والانتماء	التاسعة
		37.0	71.0	108	التعبئة المعنوية والنفسية	
0.000	24.006	-30.5-	77.5	47	المسؤولية	العاشرة
		30.5	77.5	108	التعبئة المعنوية والنفسية	

يلاحظ من الجدول (19) وجود فرق ذي دلالة إحصائية ($0.05 \geq \alpha$) بين تكرارات الفئات

الفرعية لمحور التوجيه العسكري استناداً إلى قيم كاي تربيع إذ كانت دالة إحصائياً في معظم المقارنات وكانت الفروق لصالح التوعية عند مقارنتها مع الوطنية والمواطنة، والولاء والانتماء، والمسؤولية، والتعبئة المعنوية والنفسية، ولصالح التعبئة المعنوية والنفسية عند مقارنتها مع الوطنية والمواطنة والمسؤولية، أما بقية المقارنات مثل: المقارنة بين كل من التوعية، مع التعبئة المعنوية والنفسية، وكذلك مقارنة الوطنية والمواطنة مع الولاء والانتماء والمسؤولية، ومقارنة الولاء والانتماء مع المسؤولية فكانت غير دالة إحصائياً لأن قيم كاي تربيع غير دالة عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$.

خامساً: النتائج المتعلقة بالفرضية الخامسة:

تنص الفرضية الخامسة على ما يأتي: لا يوجد فروق عند مستوى الدلالة $(\alpha \geq 0.05)$ بين الفئات الفرعية الخاصة بمحور التوجيه السياسي وهي: التوعية، الوطنية والمواطنة، الولاء والانتماء، المسؤولية، والتعبئة المعنوية والنفسية.

لاختبار هذه الفرضية تم حساب التكرارات والنسب المئوية لكل فئة فرعية خاصة بمحور التوجيه السياسي كما تم استخدام اختبار كاي تربيع للتعرف على الفروق بين تكرارات الفئات الفرعية الخاصة على النحو الآتي:

الجدول (20)

التكرارات والنسب المئوية وقيمة كاي تربيع للفئات الفرعية لمحور التوجيه السياسي

مستوى الدلالة	قيمة كاي تربيع	درجات الحرية	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار الملاحظ	الفئة الفرعية للمحور
0.000	57.539	4	30.4	31.6	48	التوعية
			30.4	7.9	12	الوطنية والمواطنة
			30.4	3.3	5	الولاء والانتماء
			30.4	23.7	36	المسؤولية
			30.4	33.6	51	التعبئة المعنوية والنفسية
				100.0	152	المجموع

يلاحظ من الجدول (20) أن قيمة كاي تربيع المحسوبة بلغت (57.539) عند

مستوى دلالة (0.000) مما يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($0.05 \geq \alpha$) بين تكرارات

الفئات الفرعية لمحور التوجيه السياسي، وتم عقد المقارنات بين كل فئتين لمعرفة لصالح من كانت

الفروق والجدول (21) يبين النتائج:

الجدول (21)

نتائج اختبار كاي تربيع لدلالة الفروق بين فئات محور التوجيه السياسي

مستوى الدلالة	قيمة كاي تربيع	الباقى	التكرار المتوقع	التكرار الملاحظ	الفئة	المقارنة
0.000	25.459	11.0	37.0	48	التوعية	الأولى
		-25.0-	37.0	12	الوطنية والمواطنة	
0.000	34.887	21.5	26.5	48	التوعية	الثانية
		-21.5-	26.5	5	الولاء والانتماء	
0.190	1.714	6.0	42.0	48	التوعية	الثالثة
		-6.0-	42.0	36	المسؤولية	
0.763	0.091	-1.5-	49.5	48	التوعية	الرابعة
		1.5	49.5	51	التعبئة المعنوية والنفسية	
0.090	2.882	3.5	8.5	12	الوطنية والمواطنة	الخامسة
		-3.5-	8.5	5	الولاء والانتماء	
0.001	12.000	-12.0-	24.0	12	الوطنية والمواطنة	السادسة
		12.0	24.0	36	المسؤولية	
0.000	24.143	-19.5-	31.5	12	الوطنية والمواطنة	السابعة
		19.5	31.5	51	التعبئة المعنوية والنفسية	
0.000	23.439	-15.5-	20.5	5	الولاء والانتماء	الثامنة
		15.5	20.5	36	المسؤولية	
0.000	37.786	-23.0-	28.0	5	الولاء والانتماء	التاسعة
		23.0	28.0	51	التعبئة المعنوية والنفسية	
0.108	2.586	-7.5-	43.5	36	المسؤولية	العاشرة
		7.5	43.5	51	التعبئة المعنوية والنفسية	

يلاحظ من الجدول (21) وجود فرق ذي دلالة إحصائية ($0.05 \geq \alpha$) بين تكرارات الفئات الفرعية لمحور التوجيه السياسي استناداً إلى قيم كاي تربيع إذ كانت دالة إحصائياً في معظم المقارنات وكانت الفروق لصالح التوعية عند مقارنتها مع الوطنية والمواطنة، والولاء والانتماء، ولصالح المسؤولية والتعبئة المعنوية والنفسية عند مقارنتها مع الولاء والانتماء، أما بقية المقارنات مثل: المقارنة بين كل من التوعية مع المسؤولية والتعبئة المعنوية والنفسية، وكذلك مقارنة الوطنية والمواطنة مع الولاء والانتماء، ومقارنة المسؤولية مع التعبئة المعنوية والنفسية فكانت غير دالة إحصائياً لأن قيم كاي تربيع غير دالة عند مستوى ($0.05 \geq \alpha$).

سادساً: النتائج المتعلقة بالفرضية السادسة:

تنص الفرضية السادسة على ما يأتي: لا يوجد فروق عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) بين الفئات الفرعية الخاصة بمحور التوجيه النفسي وهي: التوعية، الوطنية والمواطنة، الولاء والانتماء، المسؤولية، والتعبئة المعنوية والنفسية.

لاختبار هذه الفرضية تم حساب التكرارات والنسب المئوية لكل فئة فرعية خاصة بمحور التوجيه النفسي كما تم استخدام اختبار كاي تربيع للتعرف على الفروق بين تكرارات الفئات الفرعية الخاصة على النحو الآتي:

الجدول (22)

التكرارات والنسب المئوية وقيمة كاي تربيع للفئات الفرعية لمحور التوجيه النفسي

مستوى الدلالة	قيمة كاي تربيع	درجات الحرية	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار الملاحظ	الفئة الفرعية للمحور
0.000	159.977	4	34.4	33.1	57	التوعية
			34.4	2.9	5	الوطنية والمواطنة
			34.4	5.2	9	الولاء والانتماء
			34.4	7.0	12	المسؤولية
			34.4	51.7	89	التعبئة المعنوية والنفسية
				100.0	172	المجموع

يلاحظ من الجدول (22) أن قيمة كاي تربيع المحسوبة بلغت (159.977) عند

مستوى دلالة (0.001) مما يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($0.05 \geq \alpha$) بين تكرارات

الفئات الفرعية لمحور التوجيه النفسي، وتم عقد المقارنات بين كل فئتين لمعرفة لصالح من كانت

الفروق والجدول رقم (23) يبين النتائج:

الجدول (23)

نتائج اختبار كاي تربيع لدلالة الفروق بين فئات محور التوجيه النفسي

مستوى الدلالة	قيمة كاي تربيع	الباقى	التكرار المتوقع	التكرار الملاحظ	الفئة	المقارنة
0.000	71.417	6.7	50.3	57	التوعية	الأولى
		-45.3-	50.3	5	الوطنية والمواطنة	
0.000	34.909	24.0	33.0	57	التوعية	الثانية
		-24.0-	33.0	9	الولاء والانتماء	
0.000	29.348	22.5	34.5	57	التوعية	الثالثة
		-22.5-	34.5	12	المسؤولية	
0.008	7.014	-16.0-	73.0	57	التوعية	الرابعة
		16.0	73.0	89	التعبئة المعنوية والنفسية	
0.285	1.143	-2.0-	7.0	5	الوطنية والمواطنة	الخامسة
		2.0	7.0	9	الولاء والانتماء	
0.090	2.882	-3.5-	8.5	5	الوطنية والمواطنة	السادسة
		3.5	8.5	12	المسؤولية	
0.000	75.064	-42.0-	47.0	5	الوطنية والمواطنة	السابعة
		42.0	47.0	89	التعبئة المعنوية والنفسية	
0.513	0.429	-1.5-	10.5	9	الولاء والانتماء	الثامنة
		1.5	10.5	12	المسؤولية	
0.000	65.306	-40.0-	49.0	9	الولاء والانتماء	التاسعة
		40.0	49.0	89	التعبئة المعنوية والنفسية	
0.000	58.703	-38.5-	50.5	12	المسؤولية	العاشرة
		38.5	50.5	89	التعبئة المعنوية والنفسية	

يلاحظ من الجدول (23) وجود فرق ذي دلالة إحصائية ($0.05 \geq \alpha$) بين تكرارات الفئات الفرعية لمحور التوجيه السياسي استناداً إلى قيم كاي تربيع إذ كانت دالة إحصائياً في معظم المقارنات وكانت الفروق لصالح التوعية عند مقارنتها مع الوطنية والمواطنة، والولاء والانتماء، والمسؤولية، ولصالح التعبئة المعنوية والنفسية عند مقارنتها مع التوعية، والوطنية والمواطنة، والولاء والانتماء، والمسؤولية، أما بقية المقارنات مثل مقارنة الوطنية والمواطنة مع الولاء والانتماء والمسؤولية، ومقارنة الولاء والانتماء مع المسؤولية فكانت غير دالة إحصائياً لأن قيم كاي تربيع غير دالة عند مستوى ($\alpha \geq 0.05$).

سابعاً: النتائج المتعلقة بالفرضية السابعة:

تنص الفرضية السابعة على ما يأتي: لا يوجد فروق عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) بين الفئات الفرعية للتوجيه المعنوي في كل محور من المحاور الخمسة الرئيسية. لاختبار هذه الفرضية تم حساب التكرارات والنسب المئوية لكل فئة فرعية من فئات التوجيه المعنوي لكل محور من المحاور الخمسة الرئيسية كما تم استخدام اختبار كاي تربيع للتعرف على الفروق بين تكرارات الفئات الفرعية الخاصة بكل محور وذلك على النحو الآتي:

الجدول (24)

التكرارات والنسب المئوية وقيمة كاي تربيع لمحاوَر التوجيه الوطني في فئة التوعية

المحاوَر	التكرار الملاحظ	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	درجات الحرية	قيمة كاي تربيع	مستوى الدلالة
الوطني	73	18.4	79.4	4	68.680	0.000
الديني	77	19.4	79.4			
العسكري	142	35.8	79.4			
السياسي	48	12.1	79.4			
النفسي	57	14.4	79.4			
المجموع	397	100.0				

يلاحظ من الجدول (24) أن قيمة كاي تربيع المحسوبة بلغت (68.680) عند مستوى دلالة

(0.000) مما يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($0.05 \geq \alpha$) بين تكرارات محور التوجيه

الوطني في فئة التوعية، كما تم تطبيق اختبار كاي تربيع بين محاوَر التوجيه المعنوي في فئة التوعية

لمعرفة لصالح من كانت الفروق والجدول رقم (25) يبين تلك النتائج:

الجدول (25)

نتائج اختبار كاي تربيع لدلالة الفروق بين محاور التوجيه المعنوي في فئة التوعية

مستوى الدلالة	قيمة كاي تربيع	الباقي	التكرار المتوقع	التكرار الملاحظ	المحور	المقارنة
0.744	0.107	-2.0	75.0	73	الوطني	الأولى
		2.0	75.0	77	الديني	
0.000	22.144	-34.5	107.5	73	الوطني	الثانية
		34.5	107.5	142	العسكري	
0.023	5.165	12.5	60.5	73	الوطني	الثالثة
		-12.5	60.5	48	السياسي	
0.161	1.969	8.0	65.0	73	الوطني	الرابعة
		-8.0	65.0	57	النفسي	
0.000	19.292	-32.5	109.5	77	الديني	الخامسة
		32.5	109.5	142	العسكري	
0.009	6.728	14.5	62.5	77	الديني	السادسة
		-14.5	62.5	48	السياسي	
0.000	68.978	14.5	62.5	77	الديني	السابعة
		-14.5	62.5	48	النفسي	
0.000	36.307	42.5	99.5	142	العسكري	الثامنة
		12.0	45.0	57	السياسي	
0.000	36.307	42.5	99.5	142	العسكري	التاسعة
		-42.5-	99.5	57	النفسي	
0.000	44.275	-14.5	62.5	48	السياسي	العاشرة
		20.7	36.3	57	النفسي	

يلاحظ من الجدول (25) وجود فرق ذي دلالة إحصائية ($0.05 \geq \alpha$) بين محاور التوجيه المعنوي في فئة التوعية استناداً إلى قيم كاي تربيع إذ كانت دالة إحصائياً في معظم المقارنات وكانت الفروق لصالح المحور الوطني عند مقارنته مع المحور السياسي والنفسي، ولصالح المحور العسكري عند مقارنته مع المحاور: الوطني، الديني، النفسي، السياسي، ولصالح المحور الديني عند مقارنته مع المحور النفسي والسياسي، ولصالح المحور النفسي عند مقارنته مع المحور السياسي، أما بقية المقارنات مثل مقارنة التوجيه الوطني مع التوجيه الديني، ومقارنة التوجيه الوطني مع التوجيه النفسي، فكانت غير دالة إحصائياً لأن قيم كاي تربيع غير دالة عند مستوى ($0.05 \geq \alpha$).

ثانياً: الوطنية والمواطنة

الجدول (26)

التكرارات والنسب المئوية وقيمة كاي تربيع لمحاور التوجيه المعنوي في فئة الوطنية والمواطنة

المحاور	التكرار الملاحظ	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	درجات الحرية	قيمة كاي تربيع	مستوى الدلالة
الوطني	119	66.9	35.6	4	263.685	0.000
الديني	5	2.8	35.6			
العسكري	37	20.8	35.6			
السياسي	12	6.7	35.6			
النفسي	5	2.8	35.6			
المجموع	178	100.0	35.6			

يلاحظ من الجدول (26) أن قيمة كاي تربيع المحسوبة بلغت (263.685) عند

مستوى دلالة (0.000) مما يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($0.05 \geq \alpha$) بين تكرارات

محور التوجيه المعنوي في فئة الوطنية والمواطنة، كما تم تطبيق اختبار كاي تربيع بين محاور

التوجيه المعنوي في فئة الوطنية والمواطنة لمعرفة لصالح من كانت الفروق والجدول رقم (27) يبين تلك النتائج.

الجدول (27)

نتائج اختبار كاي تربيع لدلالة الفروق بين محاور التوجيه المعنوي في فئة الوطنية والمواطنة

مستوى الدلالة	قيمة كاي تربيع	الباقى	التكرار المتوقع	التكرار الملاحظ	المحور	المقارنة
.000	104.806	57.0	62.0	119	الوطني	الأولى
		-57.0	62.0	5	الديني	
.000	43.103a	41.0	78.0	119	الوطني	الثانية
		-41.0	78.0	37	العسكري	
.000	87.397a	53.5	65.5	119	الوطني	الثالثة
		-53.5	65.5	12	السياسي	
.000	104.806a	57.0	62.0	119	الوطني	الرابعة
		-57.0	62.0	5	النفسي	
.000	24.381a	-16.0	21.0	5	الديني	الخامسة
		16.0	21.0	37	العسكري	
.090	2.882a	-3.5	8.5	5	الديني	السادسة
		3.5	8.5	12	السياسي	
.090	2.882a	-3.5	8.5	5	الديني	السابعة
		3.5	8.5	12	النفسي	
.000	12.755a	12.5	24.5	37	العسكري	الثامنة
		-12.5	24.5	12	السياسي	
.000	24.381a	16.0	21.0	37	العسكري	التاسعة
		-16.0	21.0	5	النفسي	
.090	2.882a	3.5	8.5	12	السياسي	العاشرة
		-3.5	8.5	5	النفسي	

يلاحظ من الجدول (27) وجود فرق ذي دلالة إحصائية ($0.05 \geq \alpha$) بين محاور التوجيه المعنوي في فئة الوطنية والمواطنة استناداً إلى قيم كاي تربيع إذ كانت دالة إحصائياً في معظم المقارنات وكانت الفروق لصالح المحور الوطني عند مقارنته مع المحور السياسي والنفسي، ولصالح المحور العسكري عند مقارنته مع المحاور: الوطني، الديني، النفسي، السياسي، ولصالح المحور الديني عند مقارنته مع المحور النفسي والسياسي، ولصالح المحور النفسي عند مقارنته مع المحور السياسي، أما بقية المقارنات مثل مقارنة التوجيه الديني مع السياسي، والنفسي، وكذلك مقارنة التوجيه السياسي مع النفسي فكانت غير دالة إحصائياً لأن قيم كاي تربيع غير دالة عند مستوى ($\alpha \geq 0.05$).

ثالثاً: الولاء والانتماء

الجدول (28)

التكرارات والنسب المئوية وقيمة كاي تربيع لمحاور التوجيه المعنوي في فئة الولاء والانتماء

المحاور	التكرار الملاحظ	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	درجات الحرية	قيمة كاي تربيع	مستوى الدلالة
الوطني	103	59.9	34.4	4	185.907	0.000
الديني	21	12.2	34.4			
العسكري	34	19.8	34.4			
السياسي	5	2.9	34.4			
النفسي	9	5.2	34.4			
المجموع	172	100.0				

يلاحظ من الجدول (28) أن قيمة كاي تربيع المحسوبة بلغت (185.907) عند

مستوى دلالة (0.000) مما يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($0.05 \geq \alpha$) بين تكرارات محور التوجيه المعنوي في فئة الولاء والانتماء، كما تم تطبيق اختبار كاي تربيع بين محاور التوجيه المعنوي في فئة الولاء والانتماء لمعرفة لصالح من كانت الفروق والجدول رقم (29) يبين تلك النتائج:

الجدول (29)

نتائج اختبار كاي تربيع لدلالة الفروق بين محاور التوجيه المعنوي في فئة الولاء والانتماء

المقارنة	المحور	التكرار الملاحظ	التكرار المتوقع	الباقي	قيمة كاي تربيع	مستوى الدلالة
الأولى	الوطني	103	62.0	41.0	54.226	0.000
	الديني	21	62.0	-41.0-		
الثانية	الوطني	103	68.5	34.5	34.752	0.000
	العسكري	34	68.5	-34.5-		
الثالثة	الوطني	103	54.0	49.0	88.926	0.000
	السياسي	5	54.0	-49.0-		
الرابعة	الوطني	103	56.0	47.0	78.893	0.000
	النفسي	9	56.0	-47.0-		
الخامسة	الديني	21	27.5	-6.5-	3.073	0.080
	العسكري	34	27.5	6.5		
السادسة	الديني	21	13.0	8.0	9.846	0.020
	السياسي	5	13.0	-8.0-		
السابعة	الديني	21	15.0	6.0	4.800	0.028
	النفسي	9	15.0	-6.0-		
الثامنة	العسكري	34	19.5	14.5	21.564	0.000
	السياسي	5	19.5	-14.5		
التاسعة	العسكري	34	21.5	12.5	14.535	0.000
	النفسي	9	21.5	-12.5		
العاشرة	السياسي	5	7.0	-2.0	1.143	0.285
	النفسي	9	7.0	2.0		

يلاحظ من الجدول (29) وجود فرق ذي دلالة إحصائية ($0.05 \geq \alpha$) بين محاور

التوجيه المعنوي في فئة الولاء والانتماء استناداً إلى قيم كاي تربيع إذ كانت دالة إحصائياً في معظم

المقارنات وكانت الفروق لصالح المحور الوطني عند مقارنته مع المحاور: الديني، والعسكري، والسياسي والنفسي، ولصالح المحور الديني عند مقارنته مع المحاور: السياسي، والنفسي، ولصالح المحور العسكري عند مقارنته مع المحور السياسي، والنفسي، أما مقارنة التوجيه السياسي مع التوجيه النفسي فكانت غير دالة إحصائياً لأن قيم كاي تربيع غير دالة عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$.

رابعاً: المسؤولية

الجدول (30)

التكرارات والنسب المئوية وقيمة كاي تربيع لمحاور التوجيه المعنوي في فئة المسؤولية

المحاور	التكرار الملاحظ	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	درجات الحرية	قيمة كاي تربيع	مستوى الدلالة
الوطني	73	36.4	39.6	4	49.323	0.000
الديني	21	15.7	39.6			
العسكري	47	23.7	39.6			
السياسي	36	18.2	39.6			
النفسي	12	6.1	39.6			
المجموع	189	100.0				

يلاحظ من الجدول (30) أن قيمة كاي تربيع المحسوبة بلغت (49.323) عند

مستوى دلالة (0.000) مما يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية $(\alpha \geq 0.05)$ بين تكرارات

محور التوجيه الوطني في فئة المسؤولية، كما تم تطبيق اختبار كاي تربيع بين محاور التوجيه

المعنوي في فئة المسؤولية لمعرفة لصالح من كانت الفروق والجدول الآتي يبين تلك النتائج

الجدول (31)

نتائج اختبار كاي تربيع لدلالة الفروق بين محاور التوجيه المعنوي في فئة المسؤولية

المقارنة	المحور	التكرار الملاحظ	التكرار المتوقع	الباقي	قيمة كاي تربيع	مستوى الدلالة
----------	--------	-----------------	-----------------	--------	----------------	---------------

0.022	5.252	12.5	59.5	73	الوطني	الأولى
		-12.5-	59.5	47	الديني	
0.022	5.252	12.5	59.5	73	الوطني	الثانية
		-12.5-	59.5	47	العسكري	
0.001	12.000	18.0	54.0	73	الوطني	الثالثة
		-18.0-	54.0	36	السياسي	
0.000	42.857	30.0	42.0	73	الوطني	الرابعة
		-30.0-	42.0	12	النفسي	
0.070	3.282	-8.0-	39.0	21	الديني	الخامسة
		8.0	39.0	47	العسكري	
0.541	0.373	-2.5-	33.5	21	الديني	السادسة
		2.5	33.5	36	السياسي	
0.004	8.395	9.5	21.5	21	الديني	السابعة
		-9.5-	21.5	12	النفسي	
0.227	1.458	5.5	41.5	47	العسكري	الثامنة
		-5.5-	41.5	36	السياسي	
0.000	20.763	17.5	29.5	47	العسكري	التاسعة
		-17.5-	29.5	12	النفسي	
0.001	12.000	12.0	24.0	36	السياسي	العاشرة
		-12.0-	24.0	12	النفسي	

يلاحظ من الجدول (31) وجود فرق ذي دلالة إحصائية ($0.05 \geq \alpha$) بين محاور

التوجيه المعنوي في فئة المسؤولية استناداً إلى قيم كاي تربيع إذ كانت دالة إحصائياً في معظم

المقارنات وكانت الفروق لصالح المحور الوطني عند مقارنته مع المحاور: الديني، والعسكري،

والسياسي والنفسي، ولصالح المحور الديني عند مقارنته مع المحور النفسي، ولصالح المحور

العسكري عند مقارنته مع المحور النفسي، ولصالح المحور السياسي عند مقارنته مع المحور

النفسي، أما بقية المقارنات مثل مقارنة التوجيه الديني مع التوجيه العسكري والسياسي، وكذلك مقارنة التوجيه العسكري مع التوجيه السياسي فكانت غير دالة إحصائياً لأن قيم كاي تربيع غير دالة عند مستوى $(0.05 \geq \alpha)$.

خامساً: العينة المعنوية والنفسية

الجدول (32)

التكرارات والنسب المئوية وقيمة كاي تربيع لمحاور التوجيه المعنوي في فئة العينة المعنوية والنفسية

المحاور	التكرار الملاحظ	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	درجات الحرية	قيمة كاي تربيع	مستوى الدلالة
الوطني	78	19.8	79.6	4	22.452	0.000
الديني	71	17.8	79.6			
العسكري	108	27.1	79.6			
السياسي	51	12.8	79.6			
النفسي	89	22.4	79.6			
المجموع	397	100.0				

يلاحظ من الجدول (32) أن قيمة كاي تربيع المحسوبة بلغت (22.452) عند

مستوى دلالة (0.000) مما يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية $(0.05 \geq \alpha)$ بين تكرارات

محور التوجيه الوطني في فئة العينة المعنوية والنفسية، كما تم تطبيق اختبار كاي تربيع بين محاور

التوجيه المعنوي في فئة التعبئة المعنوية والنفسية لمعرفة لصالح من كانت الفروق والجدول رقم

(33) يبين تلك النتائج

الجدول (33)

نتائج اختبار كاي تربيع لدلالة الفروق بين محاور التوجيه المعنوي في فئة التعبئة المعنوية والنفسية

مستوى الدلالة	قيمة كاي تربيع	الباقى	التكرار المتوقع	التكرار الملاحظ	المحور	المقارنة
0.514	0.427c	4.0	75.0	78	الوطني	الأولى
		-4.0-	75.0	71	الديني	
0.034	4.497	-14.5-	93.5	79	الوطني	الثانية
		14.5	93.5	108	العسكري	
0.014	6.031	14.0	65.0	78	الوطني	الثالثة
		-14.0-	65.0	51	السياسي	
0.440	.595d	-5.0-	84.0	78	الوطني	الرابعة
		5.0	84.0	89	النفسي	
0.006	7.648	-18.5-	89.5	71	الديني	الخامسة
		18.5	89.5	108	العسكري	
0.070	3.279d	10.0	61.0	71	الديني	السادسة
		-10.0-	61.0	51	السياسي	
0.155	2.025d	-9.0-	80.0	71	الديني	السابعة
		9.0	80.0	89	النفسي	
0.000	20.434d	28.5	79.5	108	العسكري	الثامنة
		-28.5-	79.5	51	السياسي	
0.176	1.832d	9.5	98.5	108	العسكري	التاسعة
		-9.5-	98.5	89	النفسي	
0.001	10.314d	-19.0-	70.0	51	السياسي	العاشرة
		19.0	70.0	89	النفسي	

يلاحظ من الجدول (33) وجود فرق ذي دلالة إحصائية ($0.05 \geq \alpha$) بين محاور التوجيه المعنوي في فئة التعبئة المعنوية والنفسية استناداً إلى قيم كاي تربيع إذ كانت دالة إحصائياً في معظم المقارنات وكانت الفروق لصالح المحور الوطني عند مقارنته مع المحور السياسي ولصالح المحور العسكري عند مقارنته مع المحاور: الوطني، الديني، النفسي، السياسي، ولصالح المحور الديني عند مقارنته مع المحور السياسي، ولصالح المحور النفسي عند مقارنته مع المحور السياسي، أما بقية المقارنات مثل مقارنة التوجيه الوطني مع كل من الديني والنفسي، ومقارنة التوجيه الديني مع كل من العسكري والسياسي، والنفسي، وكذلك مقارنة التوجيه العسكري مع النفسي فكانت غير دالة إحصائياً لأن قيم كاي تربيع غير دالة عند مستوى ($0.05 \geq \alpha$).

الفصل الخامس

- مناقشة نتائج الدراسة والتوصيات
- مناقشة النتائج المتعلقة بالفرضية الأولى
- مناقشة النتائج المتعلقة بالفرضية الثانية
- مناقشة النتائج المتعلقة بالفرضية الثالثة
- مناقشة النتائج المتعلقة بالفرضية الرابعة
- مناقشة النتائج المتعلقة بالفرضية الخامسة
- مناقشة النتائج المتعلقة بالفرضية السادسة
- مناقشة النتائج المتعلقة بالفرضية السابعة
- التوصيات

يهدف هذا الفصل بشكل رئيسي إلى مناقشة نتائج التحليل الإحصائي التي تم التوصل إليها،

وكما يلي:

أولاً: النتائج المتعلقة بالفرضية الأولى:

تنص الفرضية الأولى على ما يأتي: لا يوجد فروق عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) بين

تكرارات محاور التوجيه المعنوي الرئيسة الخمسة وهي: التوجيه الوطني، التوجيه الديني، التوجيه العسكري، التوجيه السياسي، التوجيه النفسي.

أشارت نتائج التحليل الإحصائي إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($0.05 \geq \alpha$) بين

تكرارات محاور التوجيه الرئيسة الخمسة وهي: التوجيه الوطني، التوجيه الديني، التوجيه العسكري، التوجيه السياسي، التوجيه النفسي، وكانت الفروق لصالح المحور الوطني، عند مقارنته مع بقية المحاور الأخرى، وكانت الفروق لصالح محور التوجيه العسكري عند مقارنته مع محور التوجيه الديني، ومحور التوجيه السياسي، وكانت الفروق لمحور التوجيه الديني عند مقارنته مع محور التوجيه النفسي، ويمكن أن يعود سبب تغلب محور التوجيه الوطني على بقية محاور التوجيه الأخرى إلى كون محور التوجيه الوطني يشتمل ضمناً على محاور التوجيه الأربعة الأخرى، كما يمكن أن يعود السبب إلى أن معظم المقالات والدراسات التي تتضمنها مجلة الأقصى تركز في الأساس على محور التوجيه الوطني، باعتباره المحور الأساسي الذي ينبغي ان يتصف به بالدرجة الأولى رجال القوات المسلحة.

أما تغلب محور التوجيه العسكري على محوري التوجيه الديني والسياسي، فهذا يعتبر طبيعياً كون مجلة الأقصى هي مجلة عسكرية بالدرجة الأولى، فضلا عن الكتابة في محور التوجيه العسكري الذي يكاد يقتصر على الكتاب العسكريين الذين هم يمثلون أغلبية كتاب مجلة الأقصى، إضافة إلى أنه يمكن أن يكون هناك سبب آخر لتغلب محور التوجيه العسكري على محور التوجيه الديني، وهو وجود

جهة أخرى تعنى بالتوجيه الديني وهي مديرية الإفتاء العسكري في القوات المسلحة الأردنية، التي تصدر مجلة تعنى بالتوجيه الديني هي مجلة التذكرة.

أما تغلب المحور الديني على المحور النفسي فيمكن أن يعود إلى وضوح الكتابة في المحور الديني أكثر من المحور النفسي، الذي قد يخضع للاجتهاد أكثر من محور التوجيه الديني الذي يعتبر محوراً واضحاً ومحددًا، هذا فضلاً على أنه ربما تحتاج الكتابة في المواضيع النفسية إلى كتاب من ذوي الاختصاص في الجوانب النفسية، أما تغلب محور التوجيه الديني على محور التوجيه السياسي فيمكن أن يعود إلى احتمال إدخال بعض المقالات السياسية في مجال محور التوجيه الوطني ، ولذلك برز المحور الديني أكثر وضوحاً، كما أن المحور السياسي تغطيه بشكل أكبر وسائل إعلام أخرى في الدولة.

النتائج المتعلقة بالفرضية الثانية:

تنص الفرضية الثانية على ما يأتي: لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) بين تكرارات الفئات الفرعية لمحور التوجيه الوطني وهي: التوعية، الوطنية والمواطنة، الولاء والانتماء، المسؤولية، والتعبئة المعنوية والنفسية.

أشارت نتائج التحليل الإحصائي إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($0.05 \geq \alpha$) بين تكرارات الفئات الفرعية لمحور التوجيه الوطني، وكانت الفروق لصالح الوطنية والمواطنة، عند مقارنتها مع التوعية، والمسؤولية، والتعبئة المعنوية والنفسية، ولصالح الولاء والانتماء عند مقارنتها مع التوعية والمسؤولية.

ويمكن أن يعزى تفوق فئة الوطنية والمواطنة في محور التوجيه الوطني على بقية الفئات الفرعية الأخرى وهي، التوعية، والمسؤولية، والتعبئة المعنوية والنفسية، إلى كون محور التوجيه الوطني يركز بالدرجة الأولى على حب الأفراد لوطنهم، والإخلاص له، والعمل على رفعتهم، وهذه المفاهيم وغيرها

تصب في الوطنية والمواطنة، والتي تعتبر أساساً لبقية الفئات الفرعية الأخرى في محور التوجيه الوطني، أما تفوق فئة الولاء والانتماء على فئتي التوعية والمسؤولية فيمكن أن يعزى إلى أن محور التوجيه الوطني يركز على مفهوم الولاء والانتماء، الذي يعد ركيزة أساسية في هذا المحور، حيث إن الولاء والانتماء للدين والوطن والقيادة يولد لدى الفرد الوعي الوطني، ويجعله قادراً على تحمل مسؤوليته تجاه دينه ووطنه وقيادته، وهذا ما يدعو إليه محور التوجيه الوطني من خلال فئاته الفرعية.

النتائج المتعلقة بالفرضية الثالثة:

تنص الفرضية الثالثة على ما يأتي: لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) بين تكرارات الفئات الفرعية لمحور التوجيه الديني وهي: التوعية، الوطنية والمواطنة، الولاء والانتماء، المسؤولية، والتعبئة المعنوية والنفسية.

أشارت نتائج التحليل الإحصائي إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($0.05 \geq \alpha$) بين تكرارات الفئات الفرعية لمحور التوجيه الديني، وكانت الفروق لصالح التوعية والتعبئة المعنوية والنفسية عند مقارنتهما مع الوطنية والمواطنة، والولاء والانتماء، والمسؤولية، ولصالح الولاء والانتماء، والمسؤولية عند مقارنتهما مع الوطنية والمواطنة.

وربما يعود سبب تفوق فئة التوعية والتعبئة المعنوية والنفسية على فئات الوطنية والمواطنة، والولاء والانتماء، والمسؤولية في محور التوجيه الديني إلى أن الكتابة في المواضيع الدينية من خلال مجلة الأقصى تهدف إلى إفهام جمهورها وتوعيته بالأمور الدينية في المقام الأول، وكذلك تعبئته معنوياً ونفسياً من خلال رفع الروح المعنوية للأفراد وتحسينهم ضد العوامل النفسية المضادة، وذلك من خلال الوازع الديني الذي يبيت في نفوس الأفراد عبر المواضيع الدينية المنشورة على صفحات مجلة الأقصى، أما تفوق فئة الولاء والانتماء، والمسؤولية على فئة الوطنية والمواطنة فقد يعزى إلى كون التوجيه الديني يعتبر الوطنية والمواطنة من الأمور البديهية المتضمنة في الولاء والانتماء فالفرد

الذي يتمتع بالولاء والانتماء لدينه ووطنه وقيادته، ويتحمل مسؤوليته لا بد ان يكون لديه وطنية ومواطنة.

النتائج المتعلقة بالفرضية الرابعة:

تنص الفرضية الرابعة على ما يأتي: لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) بين تكرارات الفئات الفرعية لمحور التوجيه العسكري وهي: .التوعية، الوطنية والمواطنة، الولاء والانتماء، المسؤولية، والتعبئة المعنوية والنفسية.

أشارت نتائج التحليل الإحصائي إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($0.05 \geq \alpha$) بين تكرارات الفئات الفرعية لمحور التوجيه العسكري، وكانت الفروق لصالح التوعية عند مقارنتها مع الوطنية والمواطنة، والولاء والانتماء، والمسؤولية، والتعبئة المعنوية والنفسية، ولصالح التعبئة المعنوية والنفسية عند مقارنتها مع الوطنية والمواطنة والمسؤولية.

وربما يعود سبب تفوق فئة التوعية في محور التوجيه العسكري على فئات الوطنية والمواطنة، والولاء والانتماء، والمسؤولية، والتعبئة المعنوية والنفسية، إلى أن فلسفة مجلة الأقصى تعتمد بالدرجة الأولى في محور التوجيه العسكري على غرس الوعي العسكري لدى جمهورها، وتحديدًا الجمهور العسكري إيماناً منها بأن الوعي العسكري هو الخطوة الأولى لبقية الفئات الفرعية الأخرى، وهذا ليس غريباً حيث تعتبر مجلة الأقصى مجلة عسكرية في المقام الأول وبالتالي لا بد ان تركز على توعية جمهورها بالأمور العسكرية المختلفة، كما ان تغلب فئة التعبئة المعنوية والنفسية على الوطنية والمواطنة، والمسؤولية ربما يعود كذلك إلى فلسفة المجلة التي تهدف إلى تعبئة الأفراد معنوياً من خلال العمل على رفع الروح المعنوية لديهم إيماناً منها بأن الروح المعنوية العالية هي العامل المهم في النصر، كذلك تهدف إلى تحصين الأفراد ضد العوامل النفسية وهذا طبيعي في مجلة عسكرية كمجلة الأقصى.

النتائج المتعلقة بالفرضية الخامسة:

تنص الفرضية الخامسة على ما يأتي: لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) بين تكرارات الفئات الفرعية لمحور التوجيه السياسي وهي: التوعية، الوطنية والمواطنة، الولاء والانتماء، المسؤولية، والتعبئة المعنوية والنفسية.

أشارت نتائج التحليل الإحصائي إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($0.05 \geq \alpha$) بين تكرارات الفئات الفرعية لمحور التوجيه السياسي، وكانت الفروق لصالح فئات التوعية، المسؤولية، التعبئة المعنوية والنفسية، عند مقارنتهم مع الوطنية والمواطنة، والولاء والانتماء.

يمكن أن يعزى تفوق فئات التوعية، المسؤولية، التعبئة المعنوية والنفسية، على الوطنية والمواطنة، والولاء والانتماء إلى كون محور التوجيه السياسي يركز بالدرجة الأولى على إكساب قراء مجلة الأقصى سواء كانوا مدنيين أو عسكريين قدرًا من التوعية السياسية التي تشكل لدى الأفراد رؤية واضحة للقضايا المحلية والقومية والعالمية ذات التأثير على الوطن، وكذلك تعمل على تعبئة الأفراد معنويًا ونفسيًا والتي تولد لديهم مسؤولية تجاه أوطانهم.

النتائج المتعلقة بالفرضية السادسة:

تنص الفرضية السادسة على ما يأتي: لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) بين تكرارات الفئات الفرعية لمحور التوجيه النفسي وهي: التوعية، الوطنية والمواطنة، الولاء والانتماء، المسؤولية، والتعبئة المعنوية والنفسية.

أشارت نتائج التحليل الإحصائي إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($0.05 \geq \alpha$) بين تكرارات الفئات الفرعية لمحور التوجيه النفسي، وكانت الفروق لصالح التوعية عند مقارنتها مع الوطنية والمواطنة، والولاء والانتماء، والمسؤولية، ولصالح التعبئة المعنوية والنفسية عند مقارنتها مع التوعية، والوطنية والمواطنة، والولاء والانتماء، والمسؤولية.

ويمكن أن يعزى سبب تغلب فئة التعبئة المعنوية والنفسية في محور التوجيه النفسي على فئات، التوعية، والوطنية والمواطنة، والولاء والانتماء، والمسؤولية إلى أن مواضيع هذا المحور هي في الأساس موضوعات نفسية القصد منها تعبئة القراء سواء كانوا عسكريين أو مدنيين معنوياً ونفسياً، من خلال رفع الروح المعنوية لديهم، وتحصينهم ضد مختلف أساليب الحرب النفسية، كما يعزى تفوق فئة التوعية في هذا المحور على فئات الوطنية والمواطنة، والولاء والانتماء، والمسؤولية ربما إلى التوعية التي تُعد الخطوة الأولى في رفع الحس الوطني والمسؤولية لدى الأفراد.

النتائج المتعلقة بالفرضية السابعة:

تنص الفرضية السابعة على ما يأتي: لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) بين تكرارات الفئات الفرعية في كل محور من محاور التوجيه المعنوي الخمسة الرئيسية. ويتم مناقشة نتائج هذه الفرضية على النحو الآتي:

أولاً: التوعية:

أشارت نتائج التحليل الإحصائي إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($0.05 \geq \alpha$) بين تكرارات محاور التوجيه المعنوي في فئة التوعية، وكانت الفروق لصالح المحور الوطني عند مقارنته مع المحور السياسي والنفسي، ولصالح المحور العسكري عند مقارنته مع المحاور: الوطني، الديني، النفسي، السياسي، ولصالح المحور الديني عند مقارنته مع المحور النفسي والسياسي، ولصالح المحور النفسي عند مقارنته مع المحور السياسي.

ويمكن ان يعزى تفوق فئة التوعية في محور التوجيه العسكري على بقية محاور التوجيه الأخرى الى كون محور التوجيه العسكري يهتم بالدرجة الأولى بالتوعية العسكرية للأفراد ، وهذا ليس غريباً إذ إن المجلة هي بالأساس عسكرية تهدف إلى توعية قرائها وإرشادهم بالجوانب المختلفة للنواحي العسكرية ، كما يمكن أن يعود سبب تفوق فئة التوعية في محوري التوجيه الوطني والديني على محوري التوجيه

السياسي والنفسي إلى اهتمام مجلة الأقصى بالجانب الوطني الذي احتل الرتبة الأولى بين محاور التوجيه المعنوي ، وكذلك اهتمامها بالتوعية الدينية .

ثانياً: الوطنية والمواطنة

أشارت نتائج التحليل الإحصائي إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($0.05 \geq \alpha$) بين تكرارات محاور التوجيه المعنوي في فئة الوطنية والمواطنة وكانت الفروق لصالح المحور الوطني عند مقارنته مع المحاور: السياسي، العسكري، النفسي، والديني، وكانت الفروق لصالح المحور العسكري عند مقارنته مع المحاور: الوطني، الديني، النفسي، السياسي، ، أما بقية المقارنات مثل مقارنة التوجيه الديني مع السياسي، والنفسي، وكذلك مقارنة التوجيه السياسي مع النفسي فكانت غير دالة إحصائياً لأن قيم كاي تربيع غير دالة عند مستوى ($0.05 \geq \alpha$) .

وقد يعزى تفوق فئة الوطنية والمواطنة في محور التوجيه الوطني على بقية المحاور إلى أن هذه الفئة تحديداً هي الفئة الأساسية في هذا المحور باعتبارها هي التي تبين مدى حب الأفراد لأوطانهم ومدى إخلاصهم وتفانيهم في خدمة أوطانهم ، وكون هذه الفئة هي التي تعبر عن ذلك فقد ارتفعت في محور التوجيه الوطني الذي يعنى بذلك، كما يمكن ان يعزى تفوق فئة الوطنية والمواطنة في محور التوجيه العسكري على محاور التوجيه،الديني، النفسي، السياسي ، إلى فلسفة المجلة التي تُعمق هذا الجانب من خلال المواضيع العسكرية التي تنمي لدى الأفراد الوطنية والمواطنة.

ثالثاً: الولاء والانتماء

أشارت نتائج التحليل الإحصائي إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($0.05 \geq \alpha$) بين تكرارات محاور التوجيه المعنوي في فئة الولاء والانتماء وكانت الفروق لصالح المحور الوطني عند

مقارنته مع المحاور: الديني، والعسكري، والسياسي والنفسي، ولصالح المحور الديني عند مقارنته مع المحاور: السياسي، والنفسي، ولصالح المحور العسكري عند مقارنته مع المحور السياسي، والنفسي. وقد يعود السبب في تفوق فئة الولاء والانتماء لمحور التوجيه الوطني على بقية المحاور إلى أن هذا المحور يعتبر أن الولاء والانتماء ركيزة أساسية للمواطن المنتمي والمخلص لدينه ووطنه وقيادته وبالتالي ليس مستغرباً تركيز هذا المحور على هذه الفئة، أما تركيز محوري التوجيه الديني والعسكري على هذه الفئة فربما يعود إلى أن هذه الفئة تُعد الأساس لبقية الفئات الأخرى في كلا المحورين.

رابعاً: المسؤولية

أشارت نتائج التحليل الإحصائي إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($0.05 \geq \alpha$) بين تكرارات محاور التوجيه المعنوي في فئة المسؤولية، وكانت الفروق لصالح المحور الوطني عند مقارنته مع المحاور: الديني، والعسكري، والسياسي والنفسي، ولصالح المحور الديني عند مقارنته مع المحور النفسي، ولصالح المحور العسكري عند مقارنته مع المحور النفسي والسياسي، ولصالح المحور السياسي عند مقارنته مع المحور النفسي.

ويمكن أن يعزى تفوق فئة المسؤولية في محور التوجيه الوطني على بقية المحاور الأخرى إلى كون محور التوجيه الوطني يقوم أساساً على مبدأ تحمل الأفراد لمسؤولياتهم تجاه دينهم ووطنهم وقيادتهم، وبالتالي عليهم أن يقوموا بواجباتهم على أكمل وجه أمام الله وأمام المجتمع، أما تغلب فئة المسؤولية في محوري التوجيه العسكري والديني على المحور النفسي فهذا أمر طبيعي كون المحور الديني يقوم بالأساس على مسؤولية العبد أمام ربه وهذا بالتالي يعمق مفهوم المسؤولية لدى الأفراد، وكذلك المحور العسكري الذي يقوم على فلسفة أن للأفراد حقوقاً وعليهم واجبات مسؤولين عن تنفيذها على أكمل وجه.

خامساً: التعبئة المعنوية والنفسية

أشارت نتائج التحليل الإحصائي إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($0.05 \geq \alpha$) بين تكرارات فئة التعبئة المعنوية والنفسية لصالح المحور العسكري عند مقارنته مع المحاور: الوطني، الديني، النفسي، السياسي، ولصالح المحور النفسي والوطني عند مقارنتهما مع المحور السياسي .

وقد يعزى تفوق فئة التعبئة المعنوية والنفسية في محور التوجيه العسكري على بقية المحاور إلى ان تعبئة الأفراد ورفع معنوياتهم وتحديداً العسكريين منهم هي من أهم الأهداف التي يسعى هذا المحور لتحقيقها ، باعتبار أن الروح المعنوية العالية هي السبب الرئيس في تحقيق النصر على الأعداء ، كما تعتبر هذه الفئة مهمة بالنسبة إلى محوري التوجيه الوطني والنفسي باعتبار أن التعبئة النفسية تعتبر مهمة لكلا المحورين.

التوصيات

خلصت الدراسة إلى التوصيات التالية:

1. توصلت الدراسة إلى نتائج مفاجئة بالنسبة إلى تفاوت النسب بين محاور التوجيه المعنوي الخمسة الرئيسية التي تؤكد عليها مجلة الأقصى العسكرية ، وعليه توصي الدراسة أن يكون هناك توازن بين محاور التوجيه المعنوي الرئيسية في مجلة الأقصى العسكرية .
2. لقد تناولت هذه الدراسة خمسة محاور رئيسة للتوجيه المعنوي اقترحها الباحث ، وفي الإمكان القيام بدراسات أخرى تتناول محاور إضافية تتطرق لها مجلة الأقصى لم تتناولها هذه الدراسة مثل محور التوجيه القومي .
3. تبين من خلال هذه الدراسة تركيز محور التوجيه الديني على التوعية ، وتوصي هذه الدراسة على أن يتم تركيز المواضيع الدينية المنشورة في مجلة الأقصى على الجانب الوطني من الناحية الدينية .
4. أظهرت الدراسة ضعفاً في محور التوجيه النفسي ، ولذلك توصي الدراسة باستكتاب ذوي الاختصاص في المجال النفسي ، وذلك لأهمية هذا الجانب في جميع محاور التوجيه المعنوي .
5. أظهرت الدراسة ضعفاً في محور التوجيه السياسي ، وبالتالي توصي الدراسة بالاهتمام بهذا الجانب الذي يكسب الأفراد تشئة سياسية صحيحة ، وذلك من خلال زيادة المواضيع المنشورة التي تغذي هذا المحور .
6. اقتصرت هذه الدراسة على مجلة الأقصى ، وتوصي الدراسة بإجراء دراسات لوسائل الإعلام العسكري الأخرى غير المطبوعة ، وهي إذاعة القوات المسلحة الأردنية / الجيش العربي ، وكذلك البرامج التلفزيونية العسكرية .

7. تؤكد الدراسة على الاهتمام بجمهور المدنيين العاملين في القوات المسلحة، وذلك من خلال نشر المواضيع التي تبين أهمية الأعمال التي يقومون بها، وحثهم على المحافظة على سرية هذه الأعمال.

المصادر والمراجع

القران الكريم.

أولاً: الكتب العربية.

1. ابن منظور، أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم، (1414هـ، 1994). لسان العرب. ط3، بيروت: دار صادر.
2. ابو عواد محمد، والرقاد، محمد، (1996). مدخل في الإعلام العسكري في القوات المسلحة الأردنية، مديرية التوجيه المعنوي، عمان.
3. احمد، سمير نعيم، (1978). النظرية في علم الاجتماع ط2، القاهرة: دار المعارف.
4. أمين، فتحي (د.س). قاموس المصطلحات العسكرية، (د.ط)، (د.ن).
5. بدر، عبد المنعم محمد، (1970). تطوير الإعلام الأمني العربي، الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.
6. البيطار، فراس، (2003). الموسوعة السياسية والعسكرية، عمان: دار أسامة.
7. البياتي، عبد الجبار، (1985). التحليل الإحصائي في البحوث التربوية والنفسية والاجتماعية، الطرق اللامعلمية، ط2، الكويت: مؤسسة الكويت للتقدم العلمي.
8. جابر، سامية محمد، (2000). منهجيات البحث الاجتماعي والإعلامي، مصر: دار المعرفة الجامعية.
9. الجواهري، محمود محمد، (1966). الصحافة والحرب، القاهرة: المجلس الأعلى لرعاية الفنون والآداب والعلوم الاجتماعية.

10. الحقييل، سليمان عبد الرحمن، (1417هـ - 1995م). **الوطنية ومتطلباتها في ضوء تعاليم الإسلام**، ط3، الرياض: (د.ن).
11. حسين، سمير محمد، (1996). **تحليل المضمون**، ط2، القاهرة.
12. الحضيف، محمد بن عبد الرحمن، (1998). **كيف تؤثر وسائل الإعلام**، ط2، الرياض: مكتبة العبيكان.
13. خطاب، محمد شيت، (1389هـ - 1969م). **الوحدة العسكرية العربية**، ط3، بيروت: دار الإرشاد للطباعة والنشر والتوزيع.
14. الخطيب، جمال، (1410هـ - 1990م). **تعديل السلوك " القوانين والإجراءات"**، ط2، الرياض: مكتبة الصفحات الذهبية للنشر والتوزيع.
15. الدباغ، فخري، (1982). **مقدمة في علم النفس**، الموصل: مطابع مديرية دار الكتب للطباعة والنشر، جامعة الموصل.
16. الدباغ، مصطفى، (2007). **المرجع في الحرب النفسية**، عمان: دار الفاروق للنشر والتوزيع.
17. راتب، نجلاء عبد الحميد، (1999). **الانتماء الاجتماعي للشباب المصري، دراسة سوسيولوجية في حقبة الانفتاح**، القاهرة: مركز المحروسة للنشر.
18. رشتي، جيهان، (1978). **الأسس العلمية لنظريات الإعلام**، ط2، القاهرة: دار الفكر العربي.
19. الرقاد محمد، (2006). **الإعلام العسكري الأردني "الاستراتيجيات والسياسات والوسائل" القوات المسلحة الأردنية الجيش العربي**، عمان.

20. زايد، عبد اللطيف (د.س). اقتباس النظام العسكري في عهد النبي صلى الله عليه وسلم، (د.ط)، (د.ن).
21. الزغول عماد، (2004). علم النفس العسكري، عمان: دار الشروق.
22. سعدون، سعيد محمد، (1998). مرجع الاعلام في القوات المسلحة، هيئة البحوث العسكرية، وزارة الدفاع.
23. السلطان، فهد صالح، (1418هـ-1997م). النموذج الإسلامي في الإدارة منظور شمولي للإدارة العامة، ط2، الرياض.
24. السلوم، يوسف إبراهيم، (1986). مدخل إلى العلوم العسكرية، الرياض: د ن.
25. سميسم، حميدة، (2002). الرأي العام وطرق قياسه، ط1 عمان: دار مكتبة الحامد.
26. شلبي، احمد، (1976). تاريخ التشريع الإسلامي وتاريخ النظم القضائية في الإسلام، مكتبة النهضة المصرية.
27. الشنوناني، صلاح، (1999). إدارة الأفراد والعلاقات الإنسانية، مؤسسة شباب الجامعة الإسكندرية.
28. طعيمة، رشدي، (2004). تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية، القاهرة: دار الفكر.
29. طه، رياض، (1973). الاعلام العسكري والمعركة، بيروت: دار النهار.
30. عبدالله، احمد عطية، (1941). القاموس السياسي، ط1، مكتبة النهضة المصرية.
31. عبد الحميد، محمد، (1979). تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.

32. عبد الحميد، محمد، (1982)، **الصحافة العسكرية في مصر**، مصر: مركز الدراسات السياسية والإستراتيجية.
33. عبد الهادي، جودت، والعزة، عزت،، (1999). **التوجيه المهني ونظرياته**، عمان: مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع.
34. العيسوي عبد الرحمن، (1999). **علم النفس العسكري**، بيروت: دار الراتب الجامعية.
35. غيث، محمد عاطف، (1995). **قاموس علم الاجتماع**، الاسكندرية: دار المعارف الجامعية.
36. فرج، محمد سعيد، (1980). **البناء الاجتماعي والشخصية**، الإسكندرية: الهيئة المصرية العامة للكتاب.
37. الفيروز آبادي، مجد الدين محمد بن يعقوب، (1987). **القاموس المحيط**، ط2، بيروت مؤسسة الرسالة.
38. القحطاني، عبد الرحمن بن محمد، (1995). **الاتصال والإعلام العسكري**، الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية.
39. الكاباني، علي بن عبدالله، (2009). **الصحافة العسكرية**، القاهرة: دار الكتاب العربي، بيروت: دار الكتاب العربي.
40. الكيالي، عبد الوهاب، (د.س). **الموسوعة السياسية**، دار الهدى.
41. اللويحق، معلا معيض، (1406هـ). **دروس في التوعية الإسلامية ومعلومات أولية** **تهم كل مسلم**، الرياض: مطابع القوات المسلحة.

42. محفوظ محمد جمال الدين، (1976). **المدخل إلى العقيدة العسكرية الإسلامية، الهيئة المصرية للكتاب.**
43. مسلم، ابوالحسن مسلم بن الحجاج النيسابوري، (1413هـ - 1993م). **صحیح مسلم، (تحقيق محمد فؤاد عبد الباقي)، ط1، دار إحياء المكتبة العربية.**
44. مصطفى، إبراهيم وآخرون، (1960). **المعجم الوسيط، استانبول: المكتبة الإسلامية.**
45. المفتي، محمد أمين، (1988). **منهجية مهارة صياغة وإلقاء الأسئلة، القاهرة: مركز التربية البشرية والمعلومات.**
46. مكاوي، حسن عماد، والسيد، ليلي حسين، (1998). **الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.**
47. مليكة، لويس كامل، (1410هـ، 1990م). **العلاج السلوكي وتعديل السلوك، ط1، الكويت: دار القلم للنشر والتوزيع.**
48. المنيف، إبراهيم، (1403). **نموذج العملية الإدارية، الرياض: معهد الإدارة العامة.**
49. موسى، عصام، (1998). **تطور الصحافة الأردنية 1920—1997، عمان: منشورات لجنة تاريخ الأردن.**
50. . موسى، عصام، (2003). **المدخل في الاتصال الجماهير، اريد: مكتبة الكتاني للنشر والتوزيع.**
51. نصار، تركي، (1992). **تاريخ الإعلام الأردني "دراسة تاريخية وصفية، عمان.**
52. نوفل، احمد، (1985). **الحرب النفسية، عمان: دار الفرقان.**
53. وافي، علي عبد الواحد، (1403هـ، 1983م). **المسؤولية والجزاء، ط1، الرياض، الدمام. شركة مكتبات عكاظ للنشر والتوزيع.**

54. وجدي، محمد فريد، (1413هـ-1993م). *المسيرة المحمدية تحت ضوء العلم والفلسفة*، ط1، الدار المصرية اللبنانية.

55. يالجن، مقداد، (1973). *الاتجاه الأخلاقي في الإسلام، دراسة مقارنة*، ط1، مصر: مكتبة الخانجي.

ثانيا: كتب مترجمة:

1. ج.ف.س، فولو، (1981). *إدارة الحرب من عام 1789 إلى أيامنا هذه* (تعريب وتعليق أكرم ديربي)، ط2، بيروت: المؤسسة العربية للدراسات والنشر.

2. اولسن، ميرال، (1964). *حافظ، محمد علي، من تقديمه لكتاب التوجيه فلسفته وأأسسه ووسائله*. (ترجمة عثمان لبيب فرج، ومحمد نعمان صبري، مراجعة محمد عبد الخالق علام) د.ط، القاهرة: دار النهضة العربية.

3. كلاوزفيتز، كارول فون، (1974). *الوجيز في الحرب*. (ترجمة، أكرم ديربي والهيثم الأيوبي)، بيروت: المؤسسة العربية للدراسات والنشر.

4. هارت، ليدل، (1978). *مذكرات ليدل هارت*. (ترجمة بسام العسلي)، بيروت: المؤسسة العربية للدراسات والنشر.

5. يونج بيتر، جيسر بيتر، (2003). *الإعلام والمؤسسة العسكرية، ابوضبي: مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية*.

ثالثاً: كتب أجنبية:

1. Holsti, OLE.(1969), Content Analysis for the Social Sciences and Humanities. London: Addison-Wesley Publishing Compan,pp.
2. Budd, Richard W, (1967), Content, Analysis of Communication. New York. Macmillan company.

رابعاً: الرسائل العلمية:

1. الحمود، محمد بن عبد الرحمن(1404/1405هـ).، الصحافة العسكرية في المملكة العربية السعودية.(رسالة ماجستير غير منشورة)، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض،السعودية.
2. النعنع، علام عبد القادر(2007). التعبئة المعنوية في القران الكريم، (رسالة ماجستير منشورة) جامعة النجاح، فلسطين.
3. علاونة، حاتم سليم (2006). اتجاهات الصحافة الاردنية إزاء العدوان الاسرائيلي على لبنان (دراسة تحليلية مقارنة) منشورة في مجلة الجامعة الاردنية الاردنية المجلد 35 العدد 2
4. اليحيا، عثمان بن إبراهيم (1427 - 2006). التوجيه المعنوي ودوره في رفع مستوى الأداء، "دراسة ميدانية على منسوبي حرس الحدود"، (رسالة ماجستير)، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.

خامسا: الأبحاث:

1. الخلفي، عبد الرحمن بن سلمان، (1425هـ - 2004). "وظيفة العلماء والدعاة في احتواء السلوك الإرهابي"، المؤتمر العالمي عن موقف الإسلام من الإرهاب.
2. حسن الجريدلي، (1997). "دور الإعلام العسكري زمن الحرب"، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

3. عبد العزيز، خالد بن سلطان، (2009). "الإعلام الحربي" موسوعة مقاتل الصحراء (<http://www.moqatel.com/openshare/indexf.html>).
4. علاونه، حاتم سليم (2006). اتجاهات الصحافة الأردنية ازاء العدوان الاسرائيلي على لبنان (دراسة تحليلية مقارنة) منشورة في مجلة دراسات الجامعة الاردنية المجلد 35 العدد 2.

5. الخفاجي السيد احمد (د.س). "المعنويات في الجيش الإسلامي".
 6. عزالدين، إبراهيم (2005). مرتكزات الإعلام الأردني "الإطار التاريخي، المرجعيات، الرؤية المستقبلية" المجلس الأعلى للإعلام، عمان.
- سادساً : مجلات:

1. مرتضى سمير، (2003). تاريخ الصحافة العسكرية في الوطن العربي، مجلة الحرس الوطني، العدد 256، أكتوبر. 2003.
2. محفوظ، محمد جمال الدين، (1414هـ، 1994م). "التوجيه المعنوي دعامة الكفاءة القتالية للقوات المسلحة"، مجلة الحرس الوطني، العدد 139.
3. المسيلبي، عبد الكريم، (2007). "التوجيه المعنوي دور فاعل في إعداد وبناء القوات المسلحة"، مجلة 26 سبتمبر، العدد، 1327.

4 مارديني، ميسون احمد، (2003). "إعداد الدولة للدفاع"، مجلة الدفاع، العدد 130، نيسان.

6. فخري، ناديا متى، (2002). "الحرب النفسية وتأثيرها على مستقبل الدول"، مجلة الجيش، العدد، 210، كانون أول.

سابعاً: محاضرات:

1. الرقاد، محمد، (2008). "منهجية الخطاب الإعلامي العسكري ودوره في التوجيه الوطني"، مديرية التوجيه المعنوي.

2. السوداني حسن، (د.س) "الصحافة المتخصصة رقم 2"، الأكاديمية العربية المفتوحة.

ثامناً: المقابلات:

1. كريشان، مازن، مدير التوجيه المعنوي/القيادة العامة للقوات المسلحة الأردنية، مقابلة شخصية، عمان، 13 تموز 2009.

2. الشوبكي، نايف، رئيس شعبة إذاعة القوات المسلحة الأردنية / الجيش العربي، عمان، 14 حزيران 2009.

3. الشوبكي، حنان رئيس شعبة الدراسات والحرب النفسية/مديرية التوجيه المعنوي، عمان 14 حزيران 2009.

4. الشديفات، عوده، رئيس شعبة الإعلام/مديرية التوجيه المعنوي، عمان 12، حزيران 2009.

5. الكعابنة، محمد، رئيس شعبة الميدان / مديرية التوجيه المعنوي، عمان، 13 حزيران
2009.

تاسعاً. المواقع الالكترونية:

1. (<http://ar.wikipedia.org/wiki>)