

رؤية الجمهور للصورة النمطية التليفزيونية للإرهابيين واتجاهاته نحوها

"دراسة ميدانية"

د. أسماء الجيوشى

مدرس الإذاعة والتليفزيون
قسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة المنصورة

مقدمة:

تنبع أهمية التليفزيون من قدرته على احتواء أفراد المجتمع بجميع طبقاته وأطيافه فهو يقدم ما يريده الصغير وما يرغبه الكبير من الجنسين، فى أى مكان وزمان وهو يلبي أهداف النسق الاجتماعية السياسية والاجتماعية والترفيهية والتعليمية والصحية ويجمع الإعلام التليفزيونى بين الكلمة المسموعة والصورة المرئية مما يزيد من قوة تأثيره ويتميز بقدرته على جذب المشاهد وخاصة المراهقين وتحقيق درجة عالية من المشاركة من خلال ما يقدمه من مواد تعليمية وترفيهية إضافة إلى التأثير الاجتماعى الذى يقوم به ويتعامل مع المشاهد مباشرة. ويمارس التليفزيون دورا جليا فى تشكيل وتكوين آراء واتجاهات المجتمع نحو قضايا أو مشكلات وربما فئات أو قطاعات داخل المجتمع، وقد أبرزت القنوات التليفزيونية فى الفترة الحالية عدد من القضايا والمشكلات والصور الإعلامية المتعلقة بالقضايا المجتمعية الهامة والتحويلات الأكثر طرحا بها. ووقوع الضرد فريسة سهلة للمعلومات المغلوطة عن الإرهابيين، وأهمية التليفزيون كوسيلة اتصال فعالة تؤثر فى مجال التنشئة الاجتماعية والثقافية للجمهور زاد من دور الإعلام الأمنى وتأثيره فى الاتجاهات والقيم والسلوك الاجتماعى وبالتالي التوعية ونشر المعلومات. خاصة مع تزايد عدد البرامج التليفزيونية مؤخرا وما تلعبه من دور كبير كأحد المصادر الأساسية التى يعتمد عليها الجمهور فى استقاء معلوماتهم وتكوين آرائهم واتجاهاتهم وبالتالي قد يتغير سلوكهم الاجتماعى تبعا لما تعرضه لهم. خاصة وأن الإعلام قد أصبح مكونا للقوالب الثقافية والاجتماعية للجمهور العربى بصفة عامة.

مشكلة البحث:

تتمثل فى رصد وتحليل آراء واتجاهات الجمهور نحو صورة الإرهابيين بالتليفزيون والعوامل التى أدت إلى تشكيل هذه الصورة وأبعادها والعوامل المؤثرة فى تشكيلها خاصة مع تزايد تناولها للموضوعات والأحداث والمحتوى

البرامجى للإرهابيين والجمهور المستهدف لأعمال العنف والإرهاب.

أهداف البحث:

● التعرف على اتجاهات الجمهور نحو صورة الإرهابيين بالتليفزيون.

● رؤية الجمهور للعوامل التي أدت إلى الصورة المشاهدة للإرهابيين بالتلفزيون.

أهمية البحث:

١- قلة الدراسات المتعلقة بصورة الإرهاب والإرهابيين في وسائل الإعلام العربية.

٢- أن لوسائل الإعلام دور حيوى وكبير فى تكوين وترسيخ الصورة وتغييرها والتأثير فيها سلبا أو ايجابا وتكوين وصنع آراء واتجاهات ومواقف الأفراد تجاه القضايا.

٣- أكدت غالبية الدراسات التي اهتمت بالصورة الإعلامية على أن العلاقات السياسية الخارجية بين الدول تقوم بدور محورى فى ابراز وتأكيد صور معينة عن الدول الأخرى.

وهو ما دفع الباحثة إلى أهمية دراسة آراء واتجاهات الجمهور نحو صورة الإرهابيين بالتلفزيون خاصة مع زيادة تأثير البرامج المعروضة على القنوات الفضائية بمحتواها وما تقدمه ومضمونها ومدى مناسبة هذا المضمون للثقافة العربية ومدى استجابتها لاحتياجات الجمهور.

الدراسات السابقة:

قامت الباحثة بتقسيم التراث العلمى لمحورين لتأصيل البحث كالتالى:

أولا: الدراسات المتعلقة بالإرهاب:

دراسة غزلان عبد العزيز، مفهوم الأمن الجماعى فى تنظيمات الإقليمية الجديدة^(١) فهذه التنظيمات وضعت اطاراً لتحقيق الأمن الجماعى يختلف عنه فى نظيرتها التقليدية والذى اتسم بأنه نظاماً جامداً يفرض أقصى الجزاءات على المصادر المهتدة للسلم والأمن الدوليين. ودراسة عبید الله وحید الله، دور وسائل الاتصال فى تشكيل الصورة الذهنية لأفغانستان لدى الشباب المصرى^(٢) وتستند الدراسة لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ، التى تقوم على أساس أن المتغير الأساسى لفهم كيف، ومتى ولماذا تؤثر الوسائل الإعلامية فى معتقدات

الجمهور أو سلوكهم من خلال درجة اعتمادهم على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات. **ودراسة فؤاد الباشا،** سلطات الضبط والتحقيق فى الجرائم الإرهابية^(٣) وعرضت الأحكام العامة للجريمة الإرهابية، من خلال تعريف الارهاب والجهود المبذولة فى ذلك، وتمييز الارهاب عن غيره من الصور الأخرى، وخطة التشريعات الجنائية فى النص على جرائم الإرهاب. والاستدلال فى جرائم الإرهاب ومأمورى الضبط القضائى والطبيعة القانونية للإجراءات المنوطة بهم ، وسلطات مأمورى الضبط القضائى. **ودراسة أميرة عبد الحليم،** ظاهرة الإرهاب فى إطار العلاقات الأمريكية الأفريقية منذ سبتمبر ٢٠٠١ بالتركيز على شرق افريقيا^(٤) وتناولت الأبعاد والتداعيات الإقليمية والدولية للظاهرة من خلال عدة ابعاد اقليمية ودولية إلى جانب دراسة الواقع الداخلى واسباب ظهور الظاهرة فى هذه المنطقة. وتحليل تاريخى وقانونى لها وأبعادها السياسية والاقتصادية والاجتماعية. **ودراسة فايز النشوان،** دور المنظمات الدولية الإقليمية فى مكافحة الإرهاب: دراسة لدور جامعة الدول العربية^(٥) وركزت على تحليل بنود الاتفاقية العربية لمكافحة الإرهاب ١٩٩٨ بين الإرهاب من جهة وبين الكفاح المسلح المشروع من جهة أخرى ، **ودراسة محمد على^(٦)** أثر أحداث ١١ سبتمبر على الترتيبات الأمنية فى منطقة الخليج العربى ١٩٩٠-٢٠٠٧م وخلصت إلى أن أحداث الحادى من سبتمبر ٢٠٠١ كان لها تأثيرات جوهرية على الأمن فى الخليج وذلك فى ضوء تداعيات الحرب العالمية على الارهاب بكلفتها السياسية والمالية. **ودراسة أشرف كشك^(٧)** تطور الأمن الإقليمى الخليجى منذ عام ٢٠٠٣ دراسة فى تأثير استراتيجية حلف الناتو وتوصلت الى أنه على الرغم من محاولات التعاون الامنى التى يقدمها الناتو لدول مجلس التعاون الخليجى فإنها تظل بعيدة عن تحقيق أمن اقليمى شامل يضم دول الإقليم الثمانى. **ودراسة سعيد النقبي^(٨)** المواجهة الجنائية للإرهاب فى ضوء الاحكام الموضوعية والاجرائية للقانون

لحقوق الانسان. **ودراسة أحمد أبو مصطفى^(١٤) الإرهاب** ومواجهته جنائيا فمخاوف الأفراد والشعوب والدول من الإرهاب قد ازدادت وتضاعفت وذلك مع الاحساس بعدم الامان وخاصة بعد انتشار العمليات الارهابية على نطاق واسع فى الآونة الأخيرة. **ودراسة عبد الرحمن الظاهري^(١٥) الحرب على الإرهاب فى ضوء القانون الدولى المعاصر** ويتعلق السؤال البحثى بقانونية ومشروعية استعمال القوة فى الحرب على الارهاب فى ضوء القانون الدولى فينبغى للمرء ان يميز بين الارهاب والمقاومة المسلحة للاحتلال. **ودراسة نسرین عبدالله^(١٦) قضايا الإرهاب فى الخطاب الصحفى المصرى والخطاب الصحفى السعودى** وأتمت الدراسة تحليلا مقارنا لسمات الخطابين للوقوف على حقيقة المواقف الايديولوجية لجرائد ممثلة لهما، وتفسير دلالاتها وما يعكس مدى تأثيرها المحتمل بالخطاب السياسى الأمريكى خلال الفترة وتصديها للخلط القائم بين الارهاب ودلالة وصورة الانسان العربى والمسلم .

ثانياً: الدراسات المتعلقة بالصورة الإعلامية:

دراسة مرفت إسكندر^(١٧) صورة الذات والآخر لدى تلاميذ الحلقة الإعدادية بمصر: دراسة استطلاعية لدور التعليم فى تدعيم التماسك الاجتماعى وتوصلت إلى وضع خارطة على طريق المستقبل لتدعيم التماسك الاجتماعى لدى طلاب المرحلة الإعدادية. **ودراسة سارة محمد^(١٨) صورة الصحفى فى الأفلام الروائية السينمائية المصرية** خلال الفترة من ١٩٥٢ م حتى ٢٠٠٩ واستهدفت رصد آراء الخبراء فى مجال الصحافة والإعلام ومجال الكتابة الدرامية والنقد حول الصورة المقدمة للصحفى فى الأفلام للوقوف على آراء هذه النخبة فى أساليب تحسين وتطوير هذه الصورة. **ودراسة هيثم محمد^(١٩) صورة الآخر لدى طلاب المرحلة الثانوية العامة فى مصر** فى ضوء تحولات العولمة وتوصلت إلى لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية للصورة المدركة لصورتى الذات والآخر ومصادر تشكيل الصورة الذهنية وفقا لتغيرات الدراسة

الدولى والداخلى وتطور الدراسة حول المواجهة الجنائية للإرهاب ونشأة الارهاب ومفهوم الجريمة الارهابية وماهية الارهاب والطبيعة القانونية للجريمة الارهابية والبيان القانونى للجريمة الارهابية فى التشريع الاماراتى والمصرى. **ودراسة إبراهيم الزعابى^(٢٠) المواجهة التشريعية للإرهاب فى دولة الإمارات العربية المتحدة** وتتناول شرح قانون مكافحة الجرائم الارهابية فى دولة الامارات العربية المتحدة وتطوره التاريخى واستعراض عناصر العمل الرهابى والخصائص التى تتميز بها الجريمة الارهابية. **ودراسة شيماء محمد^(٢١) مقاومة الاحتلال بالجهاد الفكرى** وتتناول الدراسة كيفية مقاومة الفكر الغربى وتياراته المعاصرة من وجهة عالم ابن تيمية الذى عانى عصرة من ظروف فكرية شبيهة بعصرنا الحالى. وبعض الحلول المقترحة لمواجهة الاحتلال الفكرى وهى تفعيل دور علماء الدين. **ودراسة محمد العمار^(٢٢) الانتاج الفكرى الامنى السعودى المنشور: دراسة بيبليومترية والتخطيط لنظام استرجاع بيبليوجرافى** وتوصل إلى اعداد الاجهزة الامنية المعنية. والمؤسسات الوطنية السعودية بمختلف انواعها المعنية بنشر الانتاج الفكرى الامنى السعودى. واصدار ادوات الضبط البيبليوجرافى لهذا النمط من الانتاج. وتوزيع هذا الانتاج، زمنيا، وموضوعيا، ووعائيا، وجغرافيا، ولغويا. **ودراسة سلطان منيخز^(٢٣) دور وسائل الاتصال فى تشكيل معارف الجمهور السعودى** نحو قضايا الارهاب واعتمدت على نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام، واستخدمت منهجى المنتج وتحليل المضمون على عينة من ٢٠٠ مفردة وكذلك تحليل مضمون صحيفتى الرياض وعكاظ وبرامج النشرة الاخبارية فى القناة الاولى السعودية. **ودراسة أكرم فرحات^(٢٤) مكافحة الإرهاب** بعد أحداث ١١ سبتمبر فى ضوء احكام القانون الدولى لحقوق الانسان: دراسة لحالتى مصر والولايات المتحدة وحاولت وضع بعض المعايير والضمانات التى يمكن من خلالها الحكم على تجارب مكافحة الارهاب من منظور حقوق الانسان او من وجهه نظر القانون الدولى

حضر / ريف، تعليم عام / أزهرى، بنين / بنات. **ودراسة**
ياسمين أبوالعلا^(٢٠) صورة مصر فى الصحافة الإيرانية
وصورة إيران فى الصحافة المصرية: دراسة تحليلية
مقارنة على عينة من الصحف الإيرانية والمصرية الناطقة
باللغتين العربية والإنجليزية وذلك بالتطبيق على عينة من
الصحف الإيرانية والمصرية الصادرة باللغتين العربية
والإنجليزية باستخدام أدوات تحليل المضمون، القوى
الفاعلة والمقابلة الشخصية. **ودراسة فتحية**
سلامة^(٢١) صورة المرأة فى الروايات المعاصرة للكتابات
الليبية وتوصلت إلى أن مضامينها هى انعكاس واضح
وجلى للواقع الاجتماعى الذى تعيشه المرأة حيث أمنت
المرأة الروائية فى رؤية تلاوين شجن المرأة التى تصل
الذروة فى مناهضة الذكورة والمجتمع الأبوى والعادات
والتقاليد متجاوزة مطالباتها الأساسية، **ودراسة إبراهيم**
دهشى^(٢٢) العوامل المؤثرة فى بناء صورة مجلس الأمة لدى
المواطن الكويتى: تحليل نظرى ودراسة ميدانية وتناولت
طبيعة العلاقة بين السلطتين التشريعية و التنفيذية وحجم
التداخل الكبير بينهم الأمر الذى أدى سلباً إلى تعميق
عدم التعاون بينه. **ودراسة لميس الوزان^(٢٣)** صورة المرأة فى
إعلانات القنوات الفضائية العربية ودورها فى تشكيل
اتجاهات الشباب المصرى نحوها، وهدفت للتوصل إلى
الوصف التحليلى لصورة المرأة كما تقدمها إعلانات قناة
الحياة الحمراء، وذلك فى فترة محدودة زمنياً، لتحديد
نوعية و مدة كل الإعلانات التى تم بثها. **ودراسة عبير**
زهري^(٢٤) إدارة عملية تشكيل الصورة الذهنية للبورصة
الليبية: دراسة مسحية واستهدفت تحديد درجة كفاءة
عمليات تخطيط وتنفيذ وتقويم الاتصالات المعنية بعملية
تشكيل الصورة الذهنية للبورصة الليبية، وقياس درجة
تأثيرها على الجماهير الأساسية لها، وتحديد العوامل
المؤثرة على عملية إدارة صورة البورصة الليبية سلباً
وإيجابياً، وصولاً إلى تطوير السياسات والاتصالات
التسويقية والترويجية للبورصة الليبية.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

- ١- توظيفها فى تحديد مشكلة البحث والمتغيرات المؤثرة
بموضوع البحث من واقع النتائج التى توصلت إليها.
- ٢- تحاول الدراسة الحالية التوصل إلى نتائج فى
جوانب لم تتطرق لها الدراسات السابقة والمقارنة معها.
- ٣- التعرف على اتجاهات الجمهور نحو صورة
الإرهابيين بالتلفزيون لقلة الدراسات والبحوث الإعلامية
التي تناولتها.
- ٤- التأكيد على أن لوسائل الإعلام دور حيوى ومهم فى
تكوين وترسيخ الصورة لدى الأفراد.

الأطار النظرى للبحث:

أولاً: مدخل الصورة الإعلامية:

يعد مفهوم الصورة الإعلامية من أبرز المفاهيم الحديثة
المرتبطة بالدراسات الثقافية بوجه عام، والتي تفسر واقع
وسائل الإعلام فى تشكيل صور الجماعات الاجتماعية
والمؤسسات المختلفة، حيث تقدم هذه الصورة معانى كثيرة
متضمنة تكتسب مغزاهها ليس فقط من كونها تمثيلاً
مباشراً للواقع، وإنما باعتبارها بناء مباشر للواقع وبناء
أواعاد بناء للواقع أوبعض جوانبه، والصورة الإعلامية تعد
أداة أو طريقة ثرية لنقل المعلومات والآراء وفقاً لكل من
الوسيلة وسياساتها الإعلامية التى استخدمت فيه
بالإضافة إلى السياق المستخدم من جانب الوسيلة لتقديم
خصائص وصفات لشئ ما^(٢٥) وقد أوضحت معظم
الدراسات الإعلامية أنها ذات رؤية أحادية الجانب
للموضوع، ولم تناقش معظمها الجانب الآخر من القضية
فمع اتفاقنا على أهمية وسائل الإعلام فى تشكيل بعض
الصور، فإن دورها الأكبر من وجهة نظرنا يكمن فى نقل
الصور، فهى وسيلة لنقل صورة موجودة أصلاً فى المجتمع
أوهى مرآة عاكسة لهذه الصورة، فالمجتمع ينتج الصور
ووسائل الإعلام تعكسها فبالتالى فإن مهمة وسائل
الإعلام الأساسية هى عكس الصور لإنتاجها، ونقلها
لصناعتها^(٢٦) تقدم وسائل الإعلام صورة معينة لفئة
اجتماعية، فإنها بذلك تقول شيئاً ما عن هذه الفئة، حيث

ذاتها، وإنما فيما يضيفه عليها الفرد من خصائص الاتصاف بدرجات من الموافقة أو المعارضة مع ضرورة الاهتمام بمعرفة شدة التأييد أو المعارضة^(٢٠) ويمكن أن يكون موضوع الاتجاه أى شئ له وجود فى حياة أى شخص وعلى هذا فإن الشخص قد يكون له اتجاهات عديدة نحو موضوعات مختلفة فى العالم المادى الذى يعيش فيه وكذلك العالم الاجتماعى الذى يتفاعل فيه مع الأشخاص الآخرين المحيطين والجماعات والمنظمات أو الاحداث السياسية والاقتصادية والاجتماعية (كصورة الإرهابى فى التلفزيون) كما يمكن أن نجد لكل فرد اتجاهات معينة نحو أوجه النشاط المختلفة^(٢١)

تساؤلات البحث:

- ١- ما مدى مشاهدة الجمهور للقنوات التلفزيونية الفضائية ؟
- ٢- ما حجم مشاهدة الجمهور لصورة الإرهابيين بالتلفزيون؟
- ٣- ما اتجاه الجمهور نحو صورة الإرهابى المقدمة بالتلفزيون؟
- ٤- ما رؤية الجمهور لعوامل تجاوز الصورة المقدمة للإرهابى بالتلفزيون للحدود المهنية؟
- ٥- ما رؤية الجمهور لسبيل ضبط وتنظيم صورة الإرهابى بالتلفزيون؟

فروض البحث:

الفرض الأول: يوجد علاقة للسماة الديموجرافية للجمهور بمعدل مشاهدتهم لصورة الإرهابيين بالتلفزيون.
الفرض الثانى: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين السماة الديموجرافية للجمهور واتجاهاتهم نحو صورة الإرهابيين بالتلفزيون.

نوع البحث:

ينتمى هذا البحث إلى الدراسات الوصفية التى تهدف إلى جمع الحقائق والبيانات عن الظاهرة ومحاولة تفسير هذه الحقائق بغية الوصول إلى تعميمات بشأن الظاهرة موضوع الدراسة. وتقوم على خطوات منظمة فى معالجة

تزودنا وسائل الإعلام بوجهة نظر بعينها نحو هذه الفئة أو غيرها، سواء كانت ما تخبرنا به وسائل الإعلام هو حقيقة أم لا فذلك شئ آخر، ولذلك فإن الصورة الإعلامية ما هى إلا انعكاس لثقافة المجتمع السائدة العامة المحيطة التى تعد الفنون الدرامية خير تعبير عنها، حيث ستظل الفنون الدرامية مرتبطة بالظروف الاجتماعية والثقافية والتطور وفقا لقوانينها أو على حد وصف "تردورون" أن المعنى الاتصالى لظروف المجتمع ويدل عليه بصورة ملموسة^(٢٢)

ثانيا: نظرية الغرس الثقافي:

وتهدف فى الأساس الى قياس نتيجة تعرض المشاهدين لوسائل الاعلام خاصة التلفزيون والسينما، وتأثير عمليات التكرار فى المشاهدة والتشابه فى المضامين المعروضة على ادراك المشاهدين للواقع الاجتماعى الحقيقى والواقع الصورى الذى يقدمه الاعلام ووسائله، ونظرية الغرس من النظريات التى تقيس تأثيرات الرسالة الاعلامية على الجمهور وتراعى النظرية كم من الاعتبارات الهامة. وتركزت أفكار النظرية على دراسة دور التلفزيون وباقى وسائل الاعلام فى غرس الثقافة عند الجمهور بشكل عام والفئات التى تجلس طويلا أمامه^(٢٣) والغرس يعنى كثافة التعرض للتلفزيون والتعلم من خلال ملاحظة الصورة عبر الاستخدام الانتقائى للرسائل، والتى تقود المشاهد إلى الاعتقاد بأن العالم الذى يشاهده على شاشة التلفزيون هو صورة من العالم الواقعى الذى يعيش فيه، والغرس يحدث عبر النقل المكثف للصورة الرمزية للاحداث، فتكون الثقافة التى هى ببساطة عبارة عن وعاء من الرموز والصور الذهنية التى تنظم العلاقات الاجتماعية والمواقف^(٢٤)

ثالثا: النموذج الشامل للاتجاه :

يعبر الاتجاه عن نسق أو تنظيم لمشاعر الشخص ومعارفه وسلوكه أى استعداده للقيام بأعمال معينة ويتمثل فى درجات من القبول أو الرفض لموضوعات الاتجاه وليس شيئاً يلاحظ يمثل علاقة مستمرة بين الذات وموضوعات محددة للاتجاه وهى وفق موضوعات ليس لها قيمة فى

أسلوب جمع البيانات:

استخدمت صحيفة استبيان لجمع البيانات، وقد تم تصميمها في ضوء أهداف وتساؤلات وفروض الدراسة، وقد طبقت الاستمارة على عينة عشوائية يراعى بها التمثيل النسبي للفئات المختلفة قوامها ٧٢٧ مفردة من الجمهور العام، وتم استبعاد ٢٧ استمارات لعدم تعاون المبحوثين الصادق، وقد روعي في اختيار الجمهور تمثيل النوع (الذكور والإناث) والفئات العمرية والمستويات التعليمية والاقتصادية والاجتماعية والتوزيع الجغرافي للمبحوثين.

إجراءات الصدق والثبات:

وقد تم إتباع الإجراءات التالية:
أ- الاتساق الداخلي: وهو دراسة إحصائية تجرى في تقنين الاختبار لبيان مدى اتساق جزء من أجزائه مع الدرجة الكلية له، بمعنى اتساق الجزء مع الكل وهذه خاصية تكون لازمة لأجزاء الاختبار منفردة للاطمئنان إلى أن هذه الأشياء تقيس شيئاً واحداً.

معامل ألفا كرونباخ الوارد ضمن النظام الإحصائي للعلوم الاجتماعية (spss)

$$\alpha = \frac{n-1}{n} \text{ (مج ٢ع ج)}$$

حيث ألفا معامل الثبات، ن= عدد مفردات الاختبار، مج ٢ع ج= مجموع تباينات درجات الأفراد في الأسئلة (لكل سؤال على حدة)، ٢ع تباين درجات الأفراد في الاختبار. واتضح أن كل جزء من أسئلة قياس البحث يتمتع بدرجة عالية من الثبات.

ب- عرض صحيفة الاستبيان قبل تطبيقها على المحكمين^(٣) لقياس صدقها كما تم إجراء التعديلات المطلوبة على الصحيفة بناء على آرائهم وتوجيهاتهم بحيث أصبحت تقيس بالفعل ما صممت لقياسه. وللتأكد من ثبات الصحيفة تم إعادة تطبيق ١٠٪ من إجمالي الصحف بعد ١٥ يوماً من تطبيق الاستبيان على أفراد العينة، وبعد إجراء الاستبيان تم إجراء اختبار الصدق على أسئلة كل

الظواهر والقضايا، ويستهدف هذا البحث دراسة ظاهرة معينة هي رؤية الجمهور للصورة النمطية التليفزيونية للإرهابيين واتجاهاته نحوها، وذلك من خلال جمع البيانات والحقائق عن هذه الظاهرة ومحاولة التعامل معها في سياق تحليلي تفسيري.

منهج البحث:

تستخدم الباحثة منهج المسح الإعلامي بأسلوب العينة حيث يهدف إلى جمع بيانات يمكن تصنيفها وتفسيرها وتعميمها للاستفادة منها في الأغراض العلمية باعتباره أنسب المناهج التي تساعد في توصيف الظاهرة محل البحث، ويعتبر منهج المسح من أبرز المناهج المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية، ويعتبر جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة الظواهر موضوع البحث.

مجتمع البحث:

يتحدد مجتمع البحث في القنوات التليفزيونية والجمهور المتابع لها.

عينة البحث:

عينة عشوائية من ٧٠٠ مفردة من الجمهور المصري العام ممن يتابعون ما يقدم عن الإرهابيين بالتليفزيون.

أسلوب اختيار العينة:

المتغير	القيمة	النسبة %
النوع	ذكر	54.3
	أنثى	45.7
	تلفات العمرية	17.1
تلفات العمرية	20-25 سنة	52.6
	26-45 سنة	24.3
	أكثر من 65 سنة	5.7
المنطقة الجغرافية	ريف	52.9
	حضر	47.1
	المستوى الاقتصادي	30
المستوى الاقتصادي	منخفض	65.7
	متوسط	4.3
	مرتفع	31
المستوى التعليمي	أقل من متوسط	34.3
	متوسط	18.6
	متوسط جامعي	20
	ماجستير وكثيره	27.1

٣- قربت المسافات الجغرافية والنفسية بين المواطنين العرب وقلصت الحدود والحواجز بين أقطار الوطن العربي حيث أصبح بإمكان المشاهد العربي أن يتقل بين العواصم العربية، بل وأصبح يشاهد الحروب التي تشن على البلدان العربية والجرحي وهم ينقلون إلى المستشفيات وكأنه في موقع الحدث، وبالتالي سدّت فراغاً كبيراً من حيث تدفق المعلومات كان يعاني منه المواطن العربي والذي كان يمكن أن تسده وسائل الإعلام الأجنبية، فكسرت بذلك حاجز الاحتكار والتبعية بصفة نسبية، مما ساعد المشاهد العربي على أن يشاهد العالم بعيون عربية .

ثانياً: مشاهدة الجمهور لصورة الإرهابي بالتلفزيون :

أشارت نتائج الدراسة إلى أن ٩٦% يشاهدون صورة الإرهابي بالتلفزيون، إلا أن ٩, ١٤% منهم فقط يشاهدون صورة الإرهابي بالتلفزيون بصفة منتظمة، في حين أن ٨١, ١% من أفراد العينة يشاهدون صورة الإرهابي أحياناً أو بصفة غير منتظمة، إما انتظاراً للمادة الإعلامية التي سيتم عرضها بعد صورة الإرهابي أو لأنهم يملون صورة الإرهابي لتكرارها وكثرة قطع المواد الإعلامية التي يفضلونها لعرض صورة الإرهابي أو اقحامها بها، في حين ذكر ٤, ٤% أنهم يعزفون عن مشاهدة صورة الإرهابي تماماً بالتلفزيون إما لأنهم مشغولون ولا يشاهدون التلفزيون إلا لفترة محدودة وبشكل سريع أو لأنهم يتركون صورة الإرهابي تعرض وينشغلون بشئ آخر، أو يحولون إلى قناة أخرى لا يوجد فيها مواد إعلامية تقدم صورة الإرهابي إلا نادراً، أو لأن تزايد عدد القنوات أدى إلى تحكم المشاهد فيما يراه وقيامه بالتهرب من مشاهدة صورة الإرهابي وهو ما سيكون له نتائج مدمرة بالنسبة للإرهابيين، حيث يفترض أن الجمهور قد تحول مع انتشار الفضائيات إلى جمهور نشيط يختار البرامج والقنوات التي يود مشاهدتها في الوقت الذي يريده وليس كما كان فرداً سلبياً ملتزماً بمشاهدة القنوات المحدودة المتاحة له ومجبر على مشاهدة صورة الإرهابي المقدمة له بهذه القنوات.

ولاشك أن النتائج تشير إلى انخفاض نسبة من يحرص

صحيفة بفحص إجابات كل مبحوث وتحديد مدى الاتفاق بين إجاباته على الأسئلة المرتبطة، وبناء على ذلك تم استبعاد بعض الصحف التي افتقدت إجابات المبحوثين فيها للمصداقية المطلوبة، ثم تم تحليل الصحف المتبقية من صحف الاستبيان.

نتائج البحث:

أولاً: مشاهدة الجمهور للقنوات التلفزيونية الفضائية:

توصلت الدراسة الميدانية إلى أن جميع أفراد العينة يشاهدون القنوات الفضائية، وهو ما لم يتوفر لوسيلة إعلامية أخرى (صحف-مجلات-قنوات أرضية-انترنت-سينما... الخ) مما يؤكد على أن الفضائيات أصبحت جزءاً لا يستهان به في الآلة الإعلامية العربية التي أصبح لها تأثيرها وحضورها الواضح والملموس لدى المواطن العربي، ولعل ذلك مرده إلى أنها:

١- تلبى جميع الاحتياجات في آن واحد، لاسيما بعد أن أصبح التلفزيون هو الذي يبحث عن المشاهد وليس المشاهد كما كان ، فبإمكان المشاهد متابعة قناة تحصر اهتمامها في مجال الرياضة أو الأفلام وغيرها، حتى غدت القنوات المتخصصة تمثل ملاذاً لأولئك الذين لا يجدون حاجتهم في المادة التلفزيونية المقدمة في القناة التلفزيونية العامة التي كانت تجتمع حولها العائلة كما كان سائداً من قبل.

٢- وفقت في ترويج خطاب تلفزيوني ثري وجاد وقادر على المنافسة وجذب الانتباه ومواجهة متطلبات جمهور يزداد وعياً بتنوع المصادر الإعلامية والمضامين الثقافية والفنية، وذلك من خلال متابعتها للحدث أينما كان والتعليق عليه وتحليله وإتاحة الفرصة للمتخصصين للتعبير عن آرائهم وتقديم الرأي والرأي الآخر- رغم ما يحدث داخل بعض البرامج في بعض الأحيان من خروج على المعقول والمقبول - مما ساهم في إرساء حرية التعبير وطرح قضايا سياسية واقتصادية واجتماعية طالما تجنّب طرحها، كما ساهم في كسر قاعدة المحرمات التي كانت سائدة في القنوات الحكومية.

وتتمثل أسباب اختلاف اتجاهات الباحثين نحو الصورة المقدمة للإرهابى بالتليفزيون فيما يلى:

1- أن الإعلام يصبح شريكاً فى تأصيل شهرة الإرهابى إذا ما أوغل فى الكثافة والتغطية ويصبح متواطئاً، وربما من حيث لا يقصد، إذا ما بالغ فى ملاحقة الخبر الإرهابى واستمرراً أن تكون بيانات التنظيم سبقاً إعلامياً فهناك فارق جوهري بين السبق للمسبق والإثارة من أجل لفت الانتباه والاستثارة. فيصبح الإرهابى المطارد فى صدارة العناوين الأولى من نشرات الأخبار.

2- الرسالة الخاطئة التى يبثها الإعلام بفعل هذه الممارسة ليست بأكثر من ترسيخ وتكثيف لصورة الإرهابى كبطل خاصة حين تستقبل الأجيال المراهقة هذا التمييز فى العمل الإعلامى وهم فى فترة وزمن عمرى شغوف جداً بالشهرة والانتشار وتسويق الاسم، فيظهر الإرهابى بيئة مثالية للانتشار والظهور. ويصبح الإرهابى المطارد الخفى أكثر انتشاراً وشعبية وشهرة.

3- أن الإرهاب كفعل والإرهابى كإسم يتحولان مع كثافة التعرض للإعلام ومرور الوقت إلى استمراء اجتماعى أقرب إلى الصورة اليومية المتكررة التى يعتاد عليها الجمهور. ويقوم الإعلام بتحديث للإرهاب ورموزه، بالصور والبيانات والرسائل والأخبار أو مقاطع الفيديو مختلفة.

4- أنه لا توجد فى الأفق أية معايير للتعامل الإعلامى مع الفعل الإرهابى، رمزاً كان هذا الفعل أو حركة. فيطلق لقب فضيلة الشيخ على الإرهابى فى النشرة الرسمية للأخبار، والسماح بمرور هذا اللقب فى البرامج الحوارية، على اعتبار أن هذا رأى الضيف أو المتصل أو الشاهد لا رأى الوسيلة الإعلامية. حين يمررون هذه الرسالة البالغة الخطورة. ليصبح اسمى أيمن الظواهري وشيخ الأزهر مسبقين تماماً بذات اللقب ثم يقف الإعلام نفسه متفرجاً على هذا المنهج الإعلامى الخفى⁽³⁾ مما يبرهن على القدرة العالية للتليفزيون فى توطين الفكرة السيكلوجية لصورة الإرهابى عند الجمهور.

على مشاهدة صورة الإرهابى بالتليفزيون للأسباب التالية:

- تلعب بعض دوائر الإعلام وقنواته ووسائله دور المتحدث الرسمى لمنظومة الإرهاب.
- تصنع بعض وسائل الإعلام صورة الإرهابى.
- يصنع الإرهابى حجم ونفوذ الوسيلة الإعلامية.
- تجرى بعض وسائل الإعلام إلى أخبار الإرهاب وبياناته باعتبار ذلك سبقاً صحفياً بغض البصر عن حجم الكارثة الثقافية حينما يصبح الإعلام ناقلاً رسمياً للشفرة الإرهابية.

ثالثاً: اتجاه الجمهور نحو صورة الإرهابى المقدمة بالتليفزيون:

جدول (1)

فئة الاتجاه	سلبى	ايجابى	محايد	الإجمالي
رؤية الجمهور	605	20	75	700
النسبة المئوية	86.5	2.9	10.6	100

يتضح من الجدول السابق أن اتجاهات الغالبية العظمى من الجمهور تجاه صورة الإرهابى تتسم بالسلبية 86,5% وأن القليل من هذه الاتجاهات يتسم بالحيادية 10,6% فى حين لم تتجاوز الاتجاهات الايجابية نسبة 2,9% فإذا كانت القنوات الفضائية قد استحوذت على أعلى نسبة استقبال عرفت لوسيلة إعلامية - فى حدود إطلاع الباحث - إضافة إلى إمكانية صياغة رسالة إعلامية تصل إلى الجماهير كافة فى مجتمعات الشرق الأوسط المختلفة، إلا أنها لم تستحوذ بعد على قلب وعقل الجمهور كله فى تقديمها لصورة الإرهابى.

ولعل أبرز العوامل التى أدت إلى ذلك هو أن صورة الإرهابى لم ترق بعد إلى المستوى الذى يرضى طموح المشاهد لاسيما وأن القوضى تسيطر على سياسات القنوات الفضائية مما أدى إلى فقدان صورة الإرهابى لمصداقيتها وبالتالي جذبها وتأثيرها على الجمهور.

عمرا نحو صورة الإرهابى فى الفضائيات العربية هى الأشد سلبية من التى تليها، فقد بلغت نسبة الاتجاهات السلبية لدى الفئة العمرية أكثر من ٦٥ سنة نسبة ٩٤,٢٪ كما أنها لا ترى فى صورة الإرهابى فى الفضائيات العربية أى سمة أخلاقية ايجابية تذكر، يليها فئة الـ٦٦-٦٥ سنة " بنسبة ٨٩,٥٪ ثم فئة الـ٢٦-٤٥ سنة بنسبة ٨٦,٩٪ بينما جاءت فئة الـ٢٠-٢٥ سنة فى المرتبة الأخيرة بنسبة ٧٨,٢٪ ولعل ذلك مرده إلى الخبرة التى تراكمت لديهم بتقدم العمر، إضافة إلى مقارنتهم للمشهد الإعلامى الحالى والذى تأثر قطعاً بالعمولة الإعلامية والثقافية وما ترتب على ذلك من تخطى ما هو ممنوع أو غير مقبول بالمرّة، بما كان سائداً فى الماضى والذى يعتبرونه "الزمن الجميل".

جدول(4)

الاتجاه النوع	الإيجابي		المحايد		السلبى		الإجمالى	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
ذكور	12	3	38	10	175	83.7	210	30
إناث	9	2.8	36	11.3	402	87.7	459	65.7
الإجمالى	21	2.9	74	10.6	26	86.2	31	4.3

تشير نتائج الدراسة إلى تقارب اتجاهات الجمهور تبعاً للمستوى الاجتماعى الاقتصادى المنخفض والمتوسط بالنسبة للاتجاهين الإيجابى والسلبى، فى حين لا يرى الجمهور من المنتمين للمستوى الاقتصادى الاجتماعى المرتفع فى صورة الارهابى بالفضائيات العربية أية سمة ايجابية.

جدول(5)

الاتجاه المنطقة	الإيجابي		المحايد		السلبى		الإجمالى	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
ريف	8	2.1	313	84.6	49	13.3	370	52.9
حضر	12	3.8	292	88.5	26	7.6	330	47.1

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن الاتجاهات السلبية

٥- أن بعض القنوات التليفزيونية تقوم بتسويق وترويج صورة الجماعات الإرهابية وهى بذلك لا تساهم فقط فى خلق صورة مستساغة للإرهاب كرمز أو تنظيم أو فعل، بل إنها تزيد الأمر خطورة كصناعة إعلامية للعمل الإرهابى فى ظل غياب اليقظة الاجتماعية والأمنية الى حد ما(34). وهنا يتحول التليفزيون إلى واجهة للإرهاب.

٦- أن نشر حوار مع عنصر بارز بتنظيم إرهابى يعتبره بعض الجمهور ترويجاً للتنظيم الإرهابى وأفكاره رافضين هذه النوعية من المواد الإعلامية، بينما ينظر إليه آخرون على أنه مقبولاً فى إطار السبق والتنافس الإعلامى فليس كل ما ينشر حول الإرهابيين يعد ترويجاً لها إنما يتوقف على نوعية الطرح والتناول.

جدول(2)

الاتجاه النوع	الإيجابي		المحايد		السلبى		الإجمالى	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
ذكور	12	3	38	10	331	86.9	381	54.3
إناث	9	2.8	36	11.3	274	85.9	319	45.7
الإجمالى	21	2.9	74	10.6	605	86.5	700	100

توضح بيانات الجدول السابق أن هناك تطابقاً أو تقارباً كبيراً بين اتجاهات الذكور والإناث نحو صورة الإرهابى بالتليفزيون ، مما يدل على عدم تأثير النوع على اتجاه الجمهور نحو صورة الإرهابى .

جدول(3)

الاتجاه الفئة العمرية	الإيجابي		المحايد		السلبى		الإجمالى	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
25-20 سنة	5	3.7	21	18.1	94	78.2	120	17.1
26-45 سنة	11	2.6	38	10.5	319	86.9	368	52.6
46-65 سنة	6	3.8	12	6.6	153	89.5	171	24.3
أكثر من 65 سنة	-	-	3	5.9	38	94.2	41	5.7

يتضح من بيانات الجدول السابق أنه كلما تقدم العمر كلما كان الاتجاه سلبياً فقد كانت اتجاهات الفئات الأكبر

للجمهور في الحضر جاءت بنسبة " ٨٨,٥٪ والإيجابية بنسبة ٣,٨٪ معا في المقدمة، ولعل ذلك مرده إلى معرفة الجمهور في الحضر بالضوابط المهنية في موثيق الشرف الاعلامية التي ينبغي أن يلتزم بها الإعلام العربي وذلك بحكم تعدد روافد المعرفة المجتمعية والثقافية المتنوعة في المدن والمراكز بالمناطق الحضرية أكثر من الريفية.

جدول(6)

الاتجاه التعليم	الاجابي		السلبي		المحايد		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
أقل من متوسط	3	1.2	196	81.8	41	16.9	240	34.3
مؤهل متوسط	6	4.3	111	85.7	13	9.7	130	18.6
مؤهل جامعي	5	3.3	125	89.5	10	6.9	140	20
ماجستير ودكتوراه	7	3.7	172	90.4	11	5.9	190	27.1

تشير بيانات الجدول السابق إلى أنه جاء الاتجاه السلبي للجمهور من حملة الماجستير والدكتوراه في المقدمة بنسبة ٩٠,٤٪ تلاه بفارق ضئيل الاتجاه السلبي للجمهور ذوى المؤهلات الجامعية بنسبة ٨٩,٥٪ ثم الجمهور من ذوى المؤهلات المتوسطة بنسبة ٨٥,٧٪ بينما كان اتجاه ذوى المؤهلات دون المتوسطة في المرتبة الأخيرة بنسبة ٨١,٨٪ ويمكن إرجاع ذلك إلى وجود وضوح للرؤية بشكل أكبر لدى الجمهور الحاصلين على دراسات عليا وماجستير ودكتوراه والتي انعكست على اتجاههم حيث كانوا أكثر سلبية من ذوى المؤهلات الجامعية، وطبيعة النمط التعليمي الذي انعكس على رأى المؤهلات المتوسط ، فكانت رؤيتهم أكثر سلبية من نظرائهم في المؤهلات دون المتوسطة.

رابعا: رؤية الجمهور لعوامل تجاوز الصورة المقدمة للإرهابي بالتلفزيون للحدود المهنية:

جدول(7)

الاتجاه الاجابي		الاتجاه للمحايد		الاتجاه السلبي		الإجمالي	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
32	4.6	88	12.6	580	82.8	700	100

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن الغالبية العظمى من الجمهور، ٨٢,٨٪ لديهم اتجاهات سلبية نحو صورة الإرهابي بالتلفزيون ويرون أن هناك تجاوزات إعلامية بتلك الصورة وأن العوامل التي أدت إلى الانفلات الإعلامي المشاهد لصورة الإرهابي عبر الفضائيات العربية تتمثل فيما يلي:

- ١- غياب الرقابة الحكومية وترك الحبل على الغارب للإعلاميين والفضائيات لفضل أى شئ.
- ٢- تعدد الدول التي تبث منها القنوات الفضائية وبث بعضها من خارج الوطن العربي.
- ٣- الزيادة المضطربة في أعداد الفضائيات تدفعها لقبول أى سبق إعلامي لتوفير الموارد اللازمة.
- ٤- ظهور الفضائيات التجارية التي لا يعنىها إلا جذب المشاهدين لتحقيق الأرباح.

٥- الغزو الإعلامي الغربي الذي يحمل قيما غريبة لا تلائم مجتمعا، وتقليد الإعلام العربي له.

٦- وجود حالة من الاستهواء لدى بعض فئات الجمهور وانسياقهم وراء أى شئ.

٧- عدم وعى الإعلاميين بأبعاد العملية الإعلامية لصورة الإرهابي ورغبتهم في جذب المشاهدين بأي شكل.

٨- إقصاء الإعلاميين للمعارضة المجتمعية بالتلفزيون مما قلص من تغطيته للممارسات الخاطئة للإعلام.

٩- غياب الرقابة الشعبية الحقيقية الفاعلة لمتابعة التجاوزات الإعلامية المهنية.

خامسا: رؤية الجمهور لسبل ضبط وتنظيم صورة الإرهابي بالتلفزيون:

توصلت النتائج إلى أن هناك شبه إجماع بين الجمهور على ضرورة وجود الضوابط الأخلاقية والمهنية التالية لتنظيم صورة الإرهابي والقضاء على الفوضى والحد من التجاوزات الأخلاقية لهذه الصورة بالتلفزيون وهي:

- وجود ميثاق شرف إعلامي عربي مفصل ودقيق ينظم عملية تناول صورة الإرهابي بالتلفزيون.

- وجود هيئة عربية فاعلة تعمل على مراقبة صورة

الإرهابى التى تقدم بالتلفزيون.

- إلزام الإعلامى المتجاوز للمعايير المهنية فى تناوله لصورة الإرهابى بتصحيح تجاوزاته وتوضيحها للجمهور .

- فرض عقوبات مالية كبيرة على الإعلاميين والوسيلة الإعلامية إذا تجاوزت فى تناولها لصورة الإرهابى الضوابط الأخلاقية الإعلامية .

- فرض عقوبات تأديبية على الإعلاميين الذى يروجون للإرهاب من خلال تناولهم لصورة الإرهابى بالتلفزيون، مما يلحق ضررا بالغا بالجمهور والمجتمع.

- توعية الجمهور بأساليب الغزو الثقافى من خلال وسائل الإعلام، وحثمية مقاطعة الجمهور للقنوات التليفزيونية التى تقوم بغرس الميول الإرهابية فى تناولها الإعلامى لصورة الإرهابى.

اختيار فروض البحث:

الفرض الأول: يوجد علاقة للمسمات الديموجرافية للجمهور بمعدل مشاهدتهم لصورة الإرهابيين بالتلفزيون.

أثبتت الدراسة الميدانية عدم وجود فروق دالة بين " النوع -العمر -المستوى الاقتصادى الاجتماعى" ومعدل مشاهدة الجمهور لصورة الإرهابى بالتلفزيون ، بينما توجد فروق بين " التوزيع الجغرافى -المستوى التعليمى " و معدل مشاهدتهم لصورة الإرهابى بالتلفزيون ، وذلك على النحو التالى:

● لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع ومشاهدة صورة الإرهابيين بالتلفزيون حيث بلغت (كا) 21.0 عند مستوى معنوية .

● لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين العمر ومشاهدة صورة الإرهابى حيث بلغت (كا) 1.65 عند مستوى معنوية . 0.64

● لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادى الاجتماعى للجمهور ومشاهدة صورة الإرهابى بالتلفزيون حيث بلغت (كا) 0.724 عند مستوى معنوية 0.696

● توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين التوزيع الجغرافى للجمهور ومشاهدة صورة الإرهابى بالتلفزيون لصالح المشاهدة العالية حيث بلغت (كا) 6.44 عند مستوى معنوية 0.011

● توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى التعليمى للجمهور ومشاهدة صورة الإرهابى بالتلفزيون لصالح المشاهدة العالية حيث بلغت (كا) 9.19 عند مستوى معنوية 0.027

الفرض الثانى: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المسمات الديموجرافية للجمهور واتجاهاتهم نحو صورة الإرهابيين بالتلفزيون.

أثبتت الدراسة الميدانية عدم وجود تأثير لـ"النوع - المستوى الاقتصادى الاجتماعى -المستوى التعليمى" على اتجاهات الجمهور نحو صورة الإرهابى بالتلفزيون، بينما يوجد تأثير لـ" العمر -التوزيع الجغرافى" على اتجاهاتهم، وذلك على النحو التالى:

● لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع (ذكور- إناث) للجمهور والاتجاه نحو صورة الإرهابى بالتلفزيون حيث بلغت قيمة (كا) 0.3 عند مستوى معنوية 0.58

● توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الفئات العمرية للجمهور والاتجاه نحو صورة الإرهابى بالتلفزيون لصالح الاتجاه السلبى حيث بلغت (كا) 8.99 عند مستوى معنوية 0.029.

● لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادى الاجتماعى للجمهور والاتجاه نحو صورة الإرهابى بالتلفزيون ، حيث بلغت (كا) 2.09 عند مستوى معنوية 0.350

● توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين التوزيع الجغرافى للجمهور والاتجاه نحو صورة الإرهابى بالتلفزيون لصالح الاتجاه السلبى حيث بلغت (كا) 4.72 عند مستوى معنوية 0.03 فمتوسط اتجاهات الجمهور فى الحضر أعلى من متوسط اتجاه الجمهور فى الريف.

● لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى التعليمي للجمهور والاتجاه نحو صورة الإرهابي بالتلفزيون حيث بلغت قيمة (كا) 9.86 عند مستوى معنوية . 0.020

مناقشة نتائج البحث:

١- يرى المبحوثون أن صورة الإرهابي بالتلفزيون يتم تأطيرها من خلال الأساليب الإعلامية التالية:
- التحيز الإعلامي: ويحدث عندما تنحاز وسائل الإعلام لوجهة نظر معينة في صورة الإرهابي وتطرحها على الرأي العام بوصفها وجهة نظر موضوعية محايدة .
- الكذب الإعلامي: ويحدث عندما تتعمد وسائل الإعلام نشر أخبار أو معلومات عن صورة الإرهابي وتعلم مسبقاً أنها خاطئة مستهدفة بذلك تضليل الرأي العام .
- الترويج الإعلامي: ويحدث عندما تروج وسائل الإعلام لآراء وأخبار عن صورة الإرهابي وتعلم مسبقاً أنها تعبر فقط عن وجهة نظر السلطة السياسية، وتصورها على أنها تعكس وجهة نظر الأغلبية مفترضة بذلك غباء الجمهور وعدم نضجهم السياسي.

٢- أتاحت تكنولوجيا الاتصال الحديثة إمكانية مراقبة أداء وسائل الإعلام ووضوح تحيزاتها بواسطة الأفراد العاديين الذين يمكنهم الآن التحقق من مدى مصداقية الأخبار والمعلومات عن صورة الإرهابي التي تبثها القنوات الفضائية بسهولة عن طريق نشر المعلومات المناقضة مدعمة بالأرقام والصور عبر شبكة الإنترنت .

٣- إن صورة الإرهابي اليوم سادت وهيمنت على كل القنوات الفضائية بل وعلى وسائل الاتصال الأخرى، بحيث أصبح لتلك الصورة الإيجابية ببعض القنوات أثراً تراكمياً قوياً وفعالاً، تدخل بلا استثناء في كل مكان، متحدي المنع والمقاومة، فالصورة المقدمة للإرهابي البطل تملك سحراً خاصاً أزداد يوماً بعد يوم وخاصة بعد النضوج التقني، ثم جاءت مواقع التواصل الاجتماعي لتزيدها قوة على قوة، فوقف الجمهور أمام صورة الإرهابي محاوراً ومتلقياً ومندهباً وصامتاً وفعالاً

ومستسلماً وسلبياً في آن واحد .

٤- إن صورة الإرهابي في بعض الممارسات الاعلامية لبعض القنوات التلفزيونية خلقت تأثيرات سلبية كبيرة في خلق مفاهيم جديدة على كافة الأنشطة الثقافية والمعارف الإنسانية. وتشكيل للفكر والإحساس لدى الجماهير.

٥- أننا نواجه ثورة بلا حدود، وتحديات لمستقبل مجهول المعالم، فقد أصبحت صورة الإرهابي من أبرز مصادر المعلومات نظراً لتأثير التلفزيون الذي يمكن أن يخلق صورة نمطية عامة للمتلقى بثقافة واحدة موجهة أو ثقافات شتى، وهذا يعني أنها أصبحت أداة تقنية نافذة في خدمة من يتوسع في استثمارها وتوجيهها .

٦- يرى المبحوثون أن هناك علاقة متبادلة بين بعض الممارسات التلفزيونية وصورة الإرهابي ويرون أن هذه العلاقة أصبحت تقوم بصنع الحدث والأخرى تسوقه ، فهما يوفران للعمل الإرهابي الديمومة والحصول على التمويل اللازم ويقومان بتلميع صورة القائمين بالفعل الإرهابي مما يضمن حصول التأييد وتأمين تجنيد مقاتلين جدد إلى التنظيمات الارهابية، وذلك من خلال التغطية المجانية التي تقدمها القنوات للعمليات الارهابية والعمل على تقليديها من قبل الجمهور .

النتائج العامة للدراسة:

١- أن الإعلام يتحول لمروج للجماعات الإرهابية حين يقدم عناصرها كأبطال، أو يصور أفعالهم على أنها إنجاز، فلا بد ألا يكون التناول الإعلامي لصورة الإرهابي تجميلياً، بل يأتي في إطار البحث عن تفسيرات ودلائل وعرض الحقائق على الرأي العام. الذي هو بحاجة ماسة لمعلومات مفصلة ومشروحة عن التنظيم الإرهابي، حتى يكون على إحاطة وعلم بحقيقة ما يحدث، ووجهة نظر الإرهابيين ومبرراتهم التي يقدمونها لحالات القتل والاعتصاب واللعب برؤوس القتلى وكافة الجرائم التي يرتكبونها، فذلك يفيد أكثر ما يضر وعلى العكس من

التخوفات من أنه قد يروج للتنظيم الإرهابي إلا أنه قد يخلق مزيداً من الكراهية تجاهه.

٢- أن عدم تعامل الإعلام العربي مع صورة الإرهابي يعطى فرصة للإعلام الغربي ليصور لنا الحقائق حولها كما يريد ويجعلها مبهمة في نظر الجمهور ولكن التناول الإعلامي للجماعات الإرهابية يكون مرفوضاً إذا كان يحمل في مضمونه تحريضا على الإرهاب. من خلال غرس أفكارهم والإستراتيجية التي سيبتدعونها في المستقبل لتنفيذ هذه الأفكار.

٣- أن التنظيمات الإرهابية وهي تقوم بالتخطيط لتنفيذ هجماتها تأخذ بالحسبان دور الإعلام باعتباره المنفذ الذي تطل من خلال مؤسساته، وعلى رأسها التلفزيون، للتعريف بما تقوم به. لذلك فهناك قلق بالغ من المبحوثين من أن تحفز التغطية الإعلامية لصورة الإرهابي على القيام بالمزيد من أعمال العنف بهدف توجيه الأنظار إليهم طلباً للشهرة وللتعريف بهم ولتكوين وسيلة للضغط والتخويف لغرض الاستجابة لطلباتهم، فالتغطية الإعلامية المكثفة والمستمرة للإرهابي تخلف ارهاباً وارهائيين أكثر، حيث أن تأثير التغطية التلفزيونية للإرهاب هو حافز يولد استجابة.

٤- أن التلفزيون يمتلك إمكانات مهمة يستطيع من خلالها التأثير على الجمهور المتلقى، فهو يستطيع تكوين قناعات جديدة لصورة الإرهابي وتنفيذ أخرى قائمة واضفاء الشرعية على أمر ما من خلال الاقتناع وحشد الطاقات باتجاهه، كما أن التلفزيون يستطيع أن يخلق نوعاً معيناً من الجمهور يؤمن بما يطرحه في صورة الإرهابي حتى وإن كان يخالف قناعاته حيث أن الاتساق بين ما يطرح وتكراره يرسخان الفكرة المطروحة ويجعلانها مقبولة للتصديق والايان بها من قبل الجمهور المستهدف.

٥- أن التلفزيون يساهم في التأثير المتدرج على المتلقى لصورة الإرهابي من حيث تكوين فكره السياسى والتقاطى من خلال امداده بالمعلومات والمعارف وصولاً إلى تشكيل آراءه ومعتقداته واتجاهاته ومن ثم سلوكه داخل المجتمع

محاكاة لصورة الإرهابي التي استقاها من التلفزيون.

٦- أن التلفزيون قد لا ينقل الحقيقة كاملة في صورة الإرهابي أو يقدم صورة مخالفة للواقع ولكنه في كل ما يعرضه يوفر عنصر التشويق ويقترب من الاقتناع من خلال الواقع الجديد الذي ينقله عن الحدث الإرهابي ويسوقه للجمهور، بالإضافة إلى أن الافراط في التغطية الإعلامية تجعل الحدث الإرهابي مهماً وحقيقة قائمة، وما دام ما يقدم ويعرض هو الحقيقة في نظر الجمهور المتلقى أو أنه الأقرب إليها، فإنه ليس على المتلقين، خاصة إذا كانوا أميين أو أنصاف متعلمين إلا أن يصدقوا ما ينقله التلفزيون من صور للإرهابيين بسيناريو محكم ومضمون معقول بل ويستطيع أن يجمع آراء هؤلاء المتلقين حول تلك الصورة الإرهابية وربما تعاطفهم معها.

٧- تلقى صورة الإرهابي في المضمون الإعلامي الأكثر جدية ووضوحاً وبعداً التجاوب الأكبر من قبل الجمهور خاصة وأن هذا الجمهور لا يتلقى معلومات منافسة قد تنقص من مصداقية ما يشاهده، كما أنه لا توجد لهذا الجمهور مصلحة في مقاومة أو رفض ما يعرض عليه إذا كان لا يستهدف تغيير المواقف والقناعات والآراء. خاصة وأن التلفزيون قد تجاوز عائق الأمية لدى الأفراد وأصبح قاسماً مشتركاً لجميع فئات المجتمع على اختلاف مداركهم وثقافتهم وانتماءاتهم.

توصيات البحث:

أولاً : مقترحات عامة:

- توصى الدراسة بضرورة قيام وزراء إعلام الدول العربية ووزراء الداخلية العرب بوضع ميثاق شرف إعلامى أمنى ملزم يحتوى على المبادئ العامة التالية:
- الاحترام الكامل لمبادئ المناقسة الإعلامية العادلة والحرية والشريفة دون اللهث وراء السبق المزيف والمروج لأفكار هدامة أو تنظيمات ارهابية.
- الحفاظ على السمعة الحسنة لصناعة الإعلام وعدم تلوينها برؤوس غسيل أموال سياسية أو ارهابية مشبوهة.
- الالتزام بالأمانة والصدق والنزاهة والمعايير المهنية

الإعلامية الصحيحة.

● توحى الحرص الكامل فيما يقدم من مواد وصور إعلامية موجهة للأطفال.

● مراعاة وسائل الإعلام للذوق السليم الراقى فى الإخراج الفنى والتركيبية الفنية والفكرية للصورة الإعلامية .

● صياغة المواد الإعلامية بلغة عربية سليمة ومفهومة لعامة الجمهور دون اسفاف او ابتذال .

● تصحيح الأخطاء السلوكية وربط الصور الإعلامية ومادتها بالقيم الاجتماعية العربية وليس بقيم تقليد الغرب.

● تجنب صنع نماذج البطولة والشهرة والثراء للخارجين عن القانون وخاصة الإرهابيين.

● عدم عرض الأساليب الاجتماعية الخاطئة وخروجها عن سيطرة الدول والحكومات وانتصارهم عليها .

● عدم الإساءة إلى أى مهنة أو عمل شريف مهما كان بسيطاً ، وعدم المساس بأى شخص بسبب لونه أو جنسه أو عقيدته أو مهنته أو وضعه فى موضع يستثير السخرية أو اللمز أو الاحتكار فيسمى المشاعر الارهابية .

● تدعيم حق المواطن فى التعرف على مصدر تمويل الوسيلة الإعلامية لإعطائه الحق فى اختيار مشاهدتها .

● توجيه الرسالة الإعلامية لتحقيق حماية حقوق الإنسان الصحية والثقافية والبيئية والأمن الثقافى والاجتماعى .

● ضرورة وضع مواصفات ومعلومات صحيحة وصادقة وكافية على كافة الصور الإعلامية بحيث يتاح للجمهور حق الاختيار فى تصديقها وتبنى وجهة نظرها بناءً على معايير موضوعية .

● أن يكون التوجه العام الأصيل لوسائل الإعلام المختلفة فى قالب يخدم التنمية البشرية والمجتمعية ويحقق التوعية الأمنية ، وليس فقط بهدف تحقيق عائد مادى .

ثانياً: مقترحات تتعلق بنتائج البحث:

● تأصيل الإحساس بالمسئولية الإعلامية الأمنية تجاه الجمهور والمجتمع. والعمل على تخفيف منابع التطرف الدينى الموجودة حالياً فى عدد من وسائل الاعلام الرسمى والخاص .

● تبنى استراتيجية اعلامية موحدة تتوجه الى المتلقى العربى بعيداً عن هيمنة اعلام القطب الدولى الواحد وتكون هذه الإستراتيجية واضحة الأهداف وغايتها تحقيق التوازن فى التدفق الاعلامى والمعلوماتى وبما يصحح موقف العرب فى أن يكونوا لاعبين أساسيين وليسوا مجرد مستهلكين .

● تجنب المواد الإعلامية التى تخدش الحياء العام أو تمس الدين أو تسيء إلى المعتقدات الدينية أو تروج للعنف والإرهاب والرذيلة والمحرمات المتعارف عليها دولياً .

● عدم إذاعة الصور الإعلامية التى تحتوى على شرب الخمر والمشروبات الكحولية الأخرى والتدخين والمشاهد الخارجة عن الآداب العامة .

● أن يقوم الاعلام بدور أساسى فى بناء الهوية الثقافية الوطنية بعيداً عن خصوصيات سياسية أو دينية .

مراجع البحث

- ١- غزلان عبدالعزيز، مفهوم الأمن الجماعى فى تنظيمات الإقليمية الجديدة: دراسة لحالتى رابطة دول جنوب شرقى آسيا، وتجمع دول جنوب آسيا للتعاون الإقليمى، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، قسم العلوم السياسية، ٢٠١٢
- ٢- عبيد الله وحيد الله، دور وسائل الاتصال فى تشكيل الصورة الذهنية لأفغانستان لدى الشباب المصرى: دراسة تحليلية ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٢
- ٢- فؤاد الباشا، سلطات الضبط والتحقيق فى الجرائم الإرهابية: دراسة مقارنة، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الحقوق، قسم القانون الجنائى، ٢٠١٢
- ٤- أميرة عبدالحليم، ظاهرة الارهاب فى إطار العلاقات الأمريكية الأفريقية منذ سبتمبر ٢٠٠١ بالتركيز على شرق أفريقيا، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: معهد البحوث والدراسات الأفريقية، قسم النظم

17- مرفت إسكندر، صورة الذات والآخر لدى تلاميذ الحلقة الإعدادية بمصر: دراسة استطلاعية لدور التعليم في تدعيم التماسك الاجتماعي، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، معهد الدراسات والبحوث التربوية، قسم أصول التربية، (2014)

18- سارة عبد العزيز، صورة الصحفي في الأفلام الروائية السينمائية المصرية خلال الفترة من 1952 حتى 2009: دراسة تحليلية ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، (2013)

19- هيثم محمد، صورة الآخر لدى طلاب المرحلة الثانوية العامة في مصر في ضوء تحولات العولمة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، معهد الدراسات والبحوث التربوية، قسم أصول التربية والتعليم الكبار، (2013)

20- ياسمين محمد محمود أبو العلا ، صورة مصر في الصحافة الإيرانية و صورة إيران في الصحافة المصرية : دراسة تحليلية مقارنة على عينة من الصحف الإيرانية والمصرية الناطقة باللغتين العربية والإنجليزية ، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، قسم الصحافة ، 2013)

21- فتحية سلامة، صورة المرأة في الروايات المعاصرة للكاتبات الليبيات، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية دار العلوم، قسم الدراسات الأدبية، (2013)

22- إبراهيم دشتي، العوامل المؤثرة في بناء صورة مجلس الأمة لدى المواطنين الكويتي، تحليل نظري ودراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، قسم العلوم السياسية، (2013)

23- لميس الوزان، صورة المرأة في إعلانات القنوات الفضائية العربية ودورها في تشكيل اتجاهات الشباب المصري نحوها، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، (2013)

24- عبير زهرى، إدارة عملية تشكيل الصورة الذهنية للبورصة الليبية: دراسة مسحية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان، (2013)

25- Barbic, Zeliz, technology through retrospect Eye: Image practices between & beyond, Journal of communication, vol. z, no, 1995, p. 4-8.

26- أيمن ندا، وسائل الإعلام وعلاقتها بظاهرة "توهم المعرفة" في استطلاعات الرأي العام في مصر، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الثالث، الرابع، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، (2002)، ص. 120-121

27- عادل يحيى، الواقع والدراما في السينما والتلفزيون (القاهرة: الهيئة العامة للكتاب، (2011) ص. 71

28- وسام راضى، دور القنوات الفضائية الإخبارية في تشكيل الصورة الإعلامية والسياسية عن العراق، دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الإعلام، (2008)

29 - Ran Wei, Ven-Hwei Lo & Hung-Yi Lu, Reconsidering the Relationship Between the Third-Person Perception and Optimistic Bias, Communication Research December 2007; vol. 34, 6.

السياسية، 2008،

5- فايز النشوان، دور المنظمات الدولية الإقليمية في مكافحة الإرهاب، دراسة لدور جامعة الدول العربية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، قسم العلوم السياسية، (2010)

6- محمد علي، أثر أحداث 11 أيلول على الترتيبات الأمنية في منطقة الخليج العربي، (2007-1990) رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، قسم العلوم السياسية، (2010)

7- أشرف كشك، تطور الأمن الإقليمي الخليجي منذ عام 2003: دراسة في تأثير استراتيجية حلف الناتو، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، قسم العلوم السياسية، (2009)

8- سعيد النقيب، المواجهة الجنائية للإرهاب في ضوء الأحكام الموضوعية والاجرائية للقانون الدولي والداخلي، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الحقوق، قسم القانون الجنائي، (2009)

9- إبراهيم الزعابي، المواجهة التشريعية للإرهاب في دولة الإمارات العربية المتحدة وفقا للمرسوم بقانون اتحادي رقم (1) لسنة 2004، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الحقوق، قسم القانون الجنائي، (2009)

10- شيماء عويس، مقاومة الاحتلال بالجهاد الفكري: خيرة ابن تيمية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، قسم العلوم السياسية، (2009)

11- محمد العمار، الانتاج الفكري الامنى السعودى المنشور: دراسة ببيومترية والتخطيط لنظام استرجاع ببيولوجرافى، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الآداب، قسم المكتبات والوثائق والمعلومات، (2009)

12- سلطان بن منيخردور وسائل الاتصال في تشكيل معارف الجمهور السعودي نحو قضايا الارهاب: دراسة مسحية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان، (2008)

13- أكرم فرحات، مكافحة الإرهاب بعد أحداث 11 أيلول في ضوء احكام القانون الدولي لحقوق الانسان: دراسة لحالتى مصر والولايات المتحدة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، قسم العلوم السياسية، (2008)

14- أحمد أبو مصطفى، الإرهاب ومواجهته جنائيا، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الحقوق، قسم القانون الجنائي، (2007)

15- عبدالرحمن الظاهري، الحرب على الإرهاب في ضوء القانون الدولي المعاصر، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، قسم العلوم السياسية، (2007)

16- نسرين عبدالله، قضايا الإرهاب في الخطاب الصحفي المصري والخطاب الصحفي السعودي: دراسة تحليلية في الفترة من 2000-2004، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، (2007)

30 - Oseph B.Walther,Eleste L.Slovacek Isa C.Tidwell, aPicture Worth a Thousand Words? Otophographic Images in Long – Term and Sort Term Computer – Mediated Communication , Communication Research ,Vol,28,No,1 February 2001.

31 - Jahanvash Karim ,Robert Weisz,Cross-Cultural Research on the Reliability&Validity of the Mayer-Salovey-Caruso Emotional Intelligence Test(MSCEIT),Cross-Cultural Research, November 2010;vol.44,4,first published on August 2,2010

٣٢- أسماء السادة المحكمين طبقاً للترتيب الأبجدي:

أ.د/ أحمد خطاب: أستاذ العلاقات العامة المساعد بإعلام القاهرة.
د/ أكرم زيدان: مدرس علم النفس والاحصاء بأداب المنصورة.
د/ إنجي أبو سريع: مدرس العلاقات العامة بإعلام القاهرة.
أ/ أيمن يوسف: مذيع بالفضائية المصرية .
أ.د/ ثروت الديب: أستاذ علم الاجتماع السياسي بأداب المنصورة.
أ.د/ خالد صلاح الدين: أستاذ الإذاعة والتلفزيون بإعلام القاهرة.
اللواء طيار/ سيد خضر: الخبير السياسي والأمني وأمين حزب المؤتمر.
اللواء / عادل القلا: الخبير العسكري ورئيس حزب مصر العربي.
أ.د/ عادل عبد الغفار: أستاذ الإذاعة والتلفزيون بإعلام القاهرة .
أ/ علاء بسيوني: رئيس القناة الفضائية المصرية.
الرائد/ كريم توفيق: الباحث بالدراسات العليا إعلام والمحاضر بإكاديمية الشرطة.

أ.د/ محمود يوسف: وكيل كلية الإعلام جامعة القاهرة وأستاذ العلاقات العامة بالكلية وإكاديمية الشرطة.

اللواء د/ مصطفى أبوسديرة: الخبير الاستراتيجي والعسكري.
أ.د.م/ محمد عتران: أستاذ العلاقات العامة المساعد بإعلام القاهرة.
أ/ محمود معروف: نائب رئيس تحرير جريدة الجمهورية.
أ/ ممدوح يوسف: رئيس القناة الثانية بالتلفزيون المصري.
أ.د.م/ مهدي القصاص: أستاذ علم الاجتماع المساعد بأداب المنصورة.
أ.د.م/ نرمين خضر: أستاذ العلاقات العامة المساعد بإعلام القاهرة.
أ/ ناجي العيسوي: مخرج بالتلفزيون المصري.

٣٣- وسام راضى، مرجع سابق، ص. 142

٣٤- سلطان بن منيخر، مرجع سابق، ص. 195