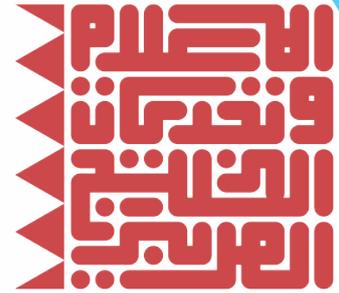


الجامعة الخليجية
GULF UNIVERSITY

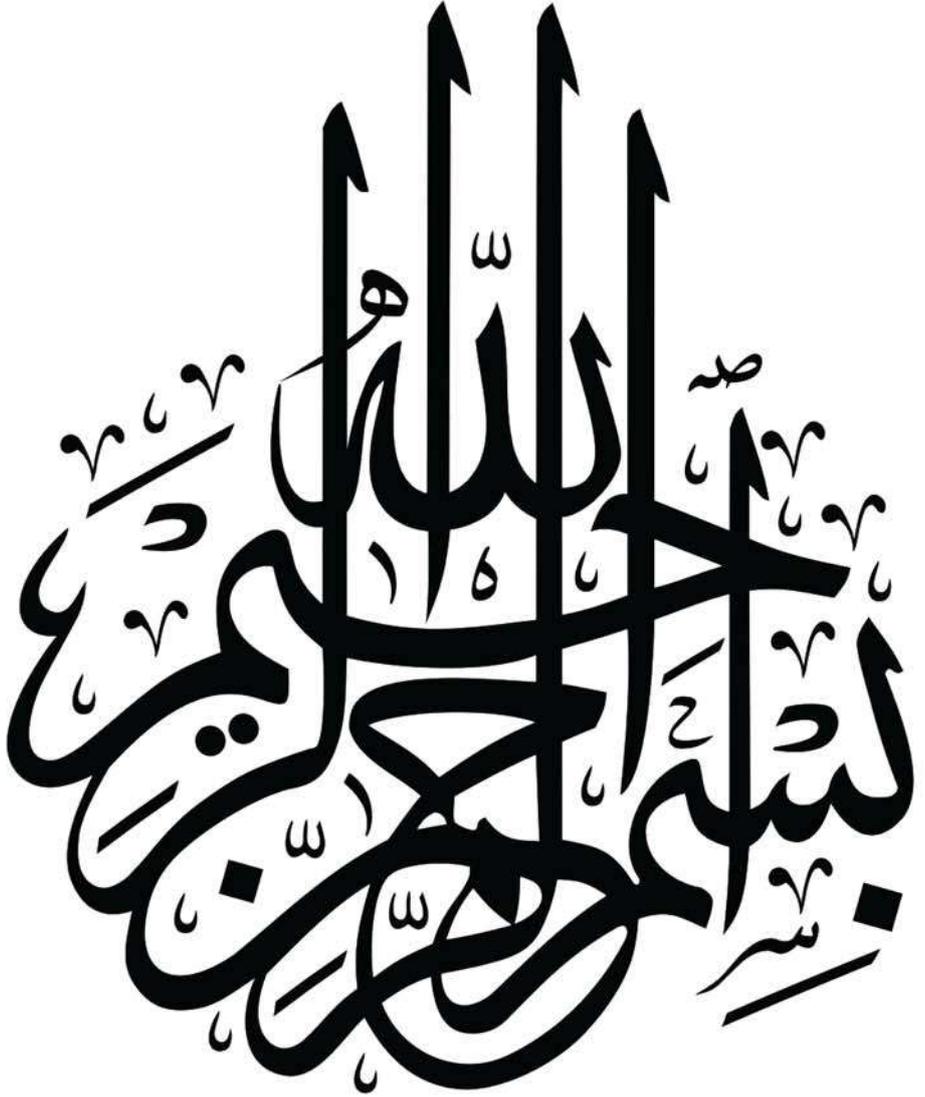


الإعلام وتحديات الخليج العربي

المؤتمر الدولي الاول

الاعلام وتحديات الخليج العربي

٣٠-٣١ اكتوبر ٢٠١٨





صاحب السمو الملكي
الأمير خليفة بن سلمان آل خليفة
رئيس مجلس الوزراء



حضرة صاحب الجلالة
الملك حمد بن عيسى آل خليفة
ملك مملكة البحرين



صاحب السمو الملكي
الأمير سلمان بن حمد آل خليفة
والي العهد نائب القائد الأعلى النائب الأول
لرئيس مجلس الوزراء

تمهيد

يمثل الخليج العربي بما يعكسه من ثروات نفطية ومواقع استراتيجية ومنجزات تنموية ضخمة وتاريخ عروبي أصيل نقطة ارتكاز لأي نهضة قائمة وقادمة في الوطن العربي، ولهذه الأهمية المتزايدة للخليج العربي كان من الطبيعي أن يواجه تحديات ومطامع عديدة خاصة على المستوى الأمني والمستوى الاقتصادي، وليس من قبيل المصادفة أن يرتبط التحدي الاقتصادي بالتحدي الأمني ارتباطاً وثيقاً، فالصراعات وأحداث الإرهاب تستنزف موارد اقتصادية باهظة وتؤثر على معدلات النمو والتنمية، كما أن انخفاض أسعار النفط وتراجع معدلات التنمية تعتبر أحد العوامل التي يستغلها المحرضون على التطرف والإرهاب، وفي كلتا الحالتين يمثل الإعلام - أيا كان مستواه - خليجياً وعربياً ودولياً قاسماً مشتركاً في تحديات الخليج العربي عامة والتحدي الأمني والاقتصادي خاصة، وأصبح معلوماً للعامة وللخاصة الأدوار المركبة والمزدوجة التي يقوم بها الإعلام سواء في تغذية التطرف والإرهاب أو في مواجهته والتصدي له، وينسحب الدور نفسه على التحدي الاقتصادي، حيث يمكن للإعلام أن يعرقل التنمية الاقتصادية كما يمكنه أن يدعم الاقتصاد الوطني والقومي في البلدان التي يصدر فيها.

ومن هنا تأتي أهمية هذا المؤتمر "الإعلام وتحديات الخليج العربي" والذي ولد من رحم الملتقى الإعلامي الأول الذي نظّمته الجامعة الخليجية في مايو 2017م حول الإعلام وتحديات الخليج العربي والذي شهد نجاحاً متميزاً بمشاركة عدد من خبراء الإعلام والاقتصاد والقانون في مملكة البحرين والعالم العربي وأسفر الملتقى إلى عدد من النتائج والتوصيات الهامة كانت محل تقدير عدد من الهيئات والوزارات الحكومية وعلى رأسها وزارة الخارجية البحرينية التي أدركت نتائج هذا الملتقى وأشادت بتوصياته حيث بعث الشيخ خالد بن أحمد آل خليفة وزير الخارجية خطاب شكر للجامعة الخليجية لما قدمته من توصيات عملية والتي أكدت على ضرورة بناء استراتيجية إعلامية خليجية موحدة على المستوى العربي والدولي للتعامل مع الإرهاب إعلامياً وفكرياً، وضرورة استفادة الإعلام من الإستراتيجية العربية لمكافحة الإرهاب سواء على مستوى وزراء الداخلية أو مجالس الوزراء وأهمية إعادة النظر في تناول الإعلام لأحداث الإرهاب، وتوظيف الكفاءات الخليجية والعربية في الخارج لدعم الخطاب الديني المعتدل وخدمة السلام والاستقرار بالخليج العربي .

على نفس الصعيد وانطلاقاً من دعم مجلس التعليم العالي في وزارة التربية والتعليم بمملكة البحرين للأنشطة البحثية والمجتمعية في ظل التطورات العلمية التي تشهدها المملكة لرسم سياسة البحث العلمي بما يسهم في بناء مجتمع المعرفة، وجعل البحث العلمي أداة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية ونقل المعرفة إلى

قطاعات الإنتاج والخدمات، تحرص الجامعة الخليجية على أن تكون جزء أصيل لا يتجزأ من مسار وتطور العملية التعليمية بالمملكة، وهي لا تقل جهداً في تنفيذ السياسات والأنشطة والفعاليات في خدمة رؤية البحرين الاستراتيجية في مجال التعليم ونقل المعرفة، وأن الجامعة الخليجية تتبنى منهجية علمية في تحليل واقع البحث العلمي وبيان التطلعات المستقبلية ومتطلبات التنمية الشاملة، التي تهدف إلى خلق اقتصاد معرفي قائم على تعزيز ثقافة الابتكار، وريادة الأعمال، وتبني البحوث التي تحقق تنمية اقتصادية، واجتماعية، وبيئية مستدامة في مملكة البحرين.

وبناء على توجيهات مجلس التعليم العالي فإن تدشين الجامعة للمؤتمر الدولي الأول تحت عنوان "الإعلام وتحديات الخليج العربي" يأتي نتيجة لما تمر به منطقتنا الخليجية من أحداث وأزمات وهو يسعى للمساهمة في حل المشكلات وتقديم الحلول العملية للخروج من هذه الأزمات وصولاً إلى استقرار منطقتنا الخليجية والعربية، ودفع عجلة التنمية والتقدم للأمام.

أهداف المؤتمر

يهدف المؤتمر لتحقيق ما يلي:

1. دعم القضايا والتحديات المشتركة في دول الخليج العربي وأهمها التحديات الأمنية والاقتصادية خاصة في ظل متغيرات سياسية واقتصادية وإعلامية على المستوى الإقليمي والدولي.
2. تفعيل دور الإعلام في دعم الاقتصاد الخليجي خاصة أثناء الأزمات، ومنها اقتصاد مملكة البحرين.
3. توطيد العلاقة بين المؤسسات الإعلامية والمؤسسات الأمنية والاقتصادية في دول الخليج العربي ومنها مملكة البحرين.
4. تدريب طلاب برنامج الإعلام والعلاقات العامة على تنظيم المؤتمرات العلمية واستقبال الضيوف والاحتكاك بالمصادر الإعلامية من المشاركين في المؤتمر والضيوف بما يحقق مهارات التخصص للبرنامج.
5. استشراف مستقبل كل من الأوضاع الأمنية والاقتصادية في ضوء متغيرات دولية وإقليمية متجددة.
6. تعزيز مفاهيم ومهارات وفعاليات البحث العلمي بأشكالها المختلفة في الجامعة الخليجية، وربطها بقضايا المجتمع المحلي والخليجي.
7. إكساب الطلاب مهارات التفكير العلمي والحوار والمناقشة ومعايشة فعاليات الأنشطة العلمية في بيئة مواتية.

محاوَر المؤتمَر

المحور الأول: الإعلام والتحدِي الأَمَنِي

- الإعلام والمجتمع الدولي في مواجهة التطرف والإرهاب .
- تجربة الخليج العربي في التصدي للإرهاب.
- الإعلام الجديد والإرهاب: المشكلة والحلول.

المحور الثاني: الإعلام الدولي وقضايا الخليج العربي

- النظام الإعلامي الدولي وعلاقته بمنطقة الخليج العربي .
- رؤية 2030م في منطقة الخليج والتحليل الإعلامي.. رؤى تحليلية .
- الأنظمة الدبلوماسية العربية وتحدياتها في ظل الانفتاح الإعلامي العالمي.. تجارب عالمية.

المحور الثالث: الإعلام العربي وصناعة المحتوى الإعلامي الرقمي

- الإعلام الرقمي في دول الخليج العربي الواقع والتحديات .
- مواثيق العمل الإعلامي الرقمي وتشريعاته رؤى تحليلية .
- الإعلام الرقمي وسيناريوهات المستقبل في التعامل مع الأزمات والقضايا الخليجية المعاصرة .
- أخلاقيات الإعلام الرقمي في ضوء المسؤولية الأخلاقية للإعلام الجديد.

توصيات المؤتمَر

1. دعوة حكومات دول الخليج العربي للعمل على تطوير الخطة الإستراتيجية لمكافحة الإرهاب والتي أقرت عام 1998 بما يتوافق مع المتغيرات التي حدثت في الوطن العربي.
2. تبني وسائل الاتصال الخليجية لسياسات تؤكد على وحدة الشعب واحترام المواطنة وتعزيزها.
3. تدعيم العلاقة بين المؤسسات الاتصالية الخليجية والجهات ذات الصلة بمكافحة الارهاب.
4. رفع الكفاءة المهنية للإعلاميين في مجال التغطية الإخبارية للعمليات الإرهابية وتدريب الناطقين الرسميين على التعامل مع وسائل الإعلام.
5. اعتماد برامج للتربية الإعلامية الرقمية تُقدم في المدارس والجامعات.
6. التوعية بمراقبة الأطفال والمراهقين عند استخدام وسائل الاتصال الحديثة لمحاربة غسيل الدماغ الإلكتروني.

7. ابتكار حملات إعلامية تهدف إلى تحسين الصورة الذهنية النمطية للمسلمين والعرب في وسائل الإعلام الأجنبية.
 8. صياغة مسودة قانون إعلامي يعمل على حماية حرية التعبير عن الرأي.
 9. تنقيح المناهج التعليمية من الفكر الإرهابي المتطرف ودعم استراتيجية تعليمية موحدة في الخليج العربي تدعم قيم التسامح والوسطية وتتفق معها.
 10. دعوة الباحثين لإنشاء قاموس عربي موحد لصياغة المصطلحات الإعلامية.
- دعوة الباحثين العرب من الدول المشاركة في المؤتمر من (السعودية- البحرين- العراق- السودان- اليمن- الأردن- الجزائر- فلسطين- مصر) لتكوين فريق بحثي لرصد وتحليل التحديات التي تواجه دول الخليج العربي.

الصفحة	عنوان الدراسة
1	اتجاهات الشباب العربي نحو تأثير الاعلام الجديد على دعم الامن الفكري - دراسة ميدانية (د سعيد بن صقر آل صقر) - عميد كلية الاعلام جامعة العلوم الحديثة - دبي - الامارات العربية المتحدة.
27	اتجاهات الصحفيين نحو تغريدات قادة الراي الخليجين على تويتر دراسة ميدانية على عينة من الصحفيين بالصحافة الرقمية الخليجية- (د. عفاف عبد الله احمد إسماعيل) - استاذ مشارك في الصحافة- المملكة العربية السعودية - جامعة جازان - قسم الصحافة والاعلام.
60	واقع استخدام الأكاديميين في الجامعات الخاصة البحرينية للنشر الالكتروني على شبكة الانترنت وتأثيره على النتاج العلمي (د. أحمد محمد طوالبه) - الجامعة الخليجية- مملكة البحرين.
97	أثر الإعلام المقروء على منظومة القيم في الوطن العربي (د. صابر حارص) - أستاذ الإعلام المشارك بالجامعة الخليجية.
119	أخلاقيات الإعلام الرقمي (د. مثنى حسن أبشر) جامعة العلوم الحديثة دبي (د. غادة محمد عثمان صالح) كلية الإمارات للعلوم والتكنولوجيا - أبو ظبي.
144	الارهاب عبر الاعلام الإلكتروني ووسائل التواصل ومدى تأثيرها على الشباب (د. استقلال دليل العازمي) أستاذ مساعد بقسم الإعلام الجامعة الخليجية- مملكة البحرين.
168	الأساليب الإعلامية لتجنيد الجماعات المتطرفة للشباب في دول الخليج وطرق مواجهتها دراسة تحليلية لمجلة دابق الإلكترونية (د. عبد الحليم موسى يعقوب).
209	الاسلاموفوبيا وصناعة الخوف (د. وميض فارس صعب) العراق- جامعة تكريت - كلية العلوم اسلامية.
225	الاعلام الجديد والارهاب.. المشكلة والحلول (أ.د مبارك يوسف محمد خير) استاذ الصحافة والاعلام جامعة جازان- السعودية.
244	الإعلام الجديد والإرهاب: آليات الدعاية وعناصر الإستقطاب - التجربة الكندية نموذجاً (د. فيصل فرحي) أستاذ مشارك بجامعة الملك خالد - السعودية.
255	الإعلام الحربي والإعلام الإرهابي المواجهة عبر الأناشيد الحربية في الأنترنت "دراسة تحليلية" (د. طارق علي حمود- م.م. أنمار غافل صيهود).
274	الإعلام الرقمي وإدارة الأزمات في منطقة الخليج العربي: القوة الكامنة في الأزمة (د. إيمان أحمد عزمي) عضو هيئة تدريس المعهد العالي للحاسب الآلي نظم المعلومات بالإسكندرية- جمهورية مصر العربية.
293	التحديات العشر للمنظومة الإعلامية الخليجية في ظل البيئة الدولية المتغيرة رؤية استشرافية لنظام إعلامي خليجي آفاق 2030 (د. اسعيداني سلامي) جامعة محمد يوضياف المسيلة الجزائر أستاذ مشارك بجامعة الملك خالد السعودية (د. ليلي فقيري) جامعة محمد يوضياف المسيلة الجزائر أستاذ مشارك بجامعة الملك خالد السعودية.
305	الرأي العام والإرهاب (د. محمد بن صقر) وزارة الداخلية - مركز ابحاث مكافحة الجريمة بالرياض- المملكة العربية السعودية.
323	آليات تعزيز المسؤولية الأخلاقية لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي ومكافحة الارهاب الرقمي (د. رسمية الشقران) جامعة جدارا - المملكة الاردنية الهاشمية.

الصفحة	عنوان الدراسة
343	إيجابيات وسلبيات المحتوى الاعلامي الدولي الوافد عبر وسائل الاتصال على الشباب السعودي (د. إباء أحمد التجاني عمر عوض) استاذ مساعد - جامعة الملك عبد العزيز - كلية الاتصال والاعلام.
365	Media Regulations in Gulf Cooperation Council Countries: A Global Perspective (Salaheldin M. Ibrahim Ali) Dean Faculty of Mass Communication University of Medical Science & Technology (UMST)
387	"تأثير النشاط الإعلامي على سرية التحقيق القضائي" (د. جواهر قوادري صامت) أستاذ محاضرة بكلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة حسبية بن بوعلوي الشلف- الجزائر.
408	تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على ترتيب اجندة اهتمامات الشباب العربي - العراق انموذجا (أ.د. هاشم حسن التميمي) عميد كلية الاعلام بجامعة بغداد.
426	تجربة الإعلام العراقي في مواجهة الإرهاب والتطرف (م. د. محمد جبار زغير) تدريسي في كلية الآمال الجامعة- رئيس مؤسسة صوت الطلبة الإعلامية.
456	تحديات الصياغة الإخبارية بين الصحف ووسائل التواصل الاجتماعي (د. عبد الله إبراهيم الطاهر) صحافي وأستاذ مساعد للصحافة في قسم الإعلام والعلاقات العامة بالجامعة الخليجية.
483	تصور مقترح لبرنامج اعلامي لمواجهة الارهاب من وجهة نظر الاعلاميين العرب: الاعلام يواجه الإرهاب (منال محمود القيسي) عضو هيئة تدريس كلية التنمية الاجتماعية والأسرية جامعة القدس المفتوحة
505	تغطية الصحافة الأردنية لأخبار الإرهاب (احداث محافظة الكرك نموذجا) (أ.د. عبد الرزاق الدليمي) أستاذ الدعاية الإعلامية كلية الاعلام جامعة البتراء
530	تقييم جودة المواقع الإلكترونية للصحف الخليجية (د. إيمان متولي محمد عرفات) أستاذ الصحافة المساعد بجامعة طيبة المدينة المنورة- المملكة العربية السعودية
549	دور الاعلام وكليات العلوم الاسلامية في بث الهوية الاسلامية والدعوة الى الوسطية ونبت التطرف والغلو (أ.د. احمد مناف حسن القيسي)
564	دور الإعلام في مواجهة التطرف والإرهاب (نحو نموذج اتصالي مطور) (د. محمد أحمد فياض) الأستاذ المشارك عميد كلية الإعلام والعلاقات العامة كلية الإمارات للتكنولوجيا/ أبو ظبي
587	دور القنوات الفضائية العربية في مكافحة ظاهرة الإرهاب في ضوء رؤية المملكة العربية السعودية 2030 - (دراسة ميدانية) (د. تحسين محمد أنيس حسن شراقة) الأستاذ المشارك رئيس قسم الصحافة والإعلام- جامعة الزرقاء- الأردن
606	ظاهرة بروز غسيل الدماغ الالكتروني مع ظهور التنظيمات الإرهابية (دراسة في توظيف تنظيم الدولة الاسلامية (داعش) للتقنيات الرقمية في تجنيد الشباب والمراهقين) (د. أكرم فرج الربيعي، د. سعد معن إبراهيم، نعم التميمي).
629	قضايا التنمية المستدامة في الصحافة الاقتصادية الإماراتية (دراسة تحليلية للمحققين الاقتصاديين في صحيفتي الاتحاد والخليج) د. عبد الملك ردمان الدناني أستاذ الإعلام المشارك كلية الإمارات للتكنولوجيا - أبو ظبي، د. خالد عبد الله أحمد درار أستاذ الإعلام المساعد كلية الإمارات للتكنولوجيا - أبو ظبي



الصفحة	عنوان الدراسة
659	مصادقية الاخبار الرقمية ومواجهة الشائعات (دراسة ميدانية) (فاتن يوسف الجابي) باحثة بكلية الإعلام والعلوم الإنسانية جامعة عجمان
679	معالجة الغلو والتطرف والإرهاب من منظور علم الاجتماع الديني (د. هيثم فيصل علي الاحبابي، د. سرمد جاسم محمد الخزرجي) جامعة تكريت كلية الآداب. قسم الاجتماع
702	الإعلام الرقمي في دول الخليج الواقع والتحديات (د. اخلاص مصطفى عمر التتي) جامعة الفجيرة

اتجاهات الشباب العربي نحو تأثير الاعلام الجديد على دعم الامن الفكري - دراسة ميدانية

د سعيد بن صقر آل صقر - عميد كلية الاعلام

جامعة العلوم الحديثة - دبي - الامارات العربية المتحدة

مقدمة

من الحقائق الثابتة أن وسائل الإعلام تؤثر في الأفراد والمجتمعات، بل إنها تؤثر في مجرى تطور البشر، خاصة بعد ظهور مصطلح الاتصال التفاعلي Interactive Communication بديلاً لمصطلح الاتصال التقليدي، حيث يتم وفقاً لنظام الاتصال عبر الإنترنت، والذي صنع مجتمعاً افتراضياً لكنه للمشاركين فيه قائماً بذاته، وقادر على أن يمددهم بانفعالات وآراء ومواقف، وقدمت للمستخدم تقنيات جديدة فظهرت مواقع التواصل الاجتماعي بكل تطبيقاتها، وكانت هذه التطبيقات من أول اهتمامات الباحثين في مختلف المجالات.

وفي تقرير صدر مؤخراً حول "حقائق وأرقام عن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لعام 2017" (1) توقع الاتحاد الدولي للاتصالات أن عدد مستخدمي الإنترنت في العالم سيصل إلى 4.3 مليار شخص، وذلك بنهاية العام 2017، وحوى التقرير تفصيلاً دقيقاً حول الفئات العمرية التي تستخدم الإنترنت، حيث جاء الشباب في مقدمة مستخدميهم بنسبة بلغت 830 مليون شاب حول العالم، أي ما يمثل 80% من الشباب في 104 بلداً، وأشارت التقديرات الواردة في التقرير، إلى أنّ معدلات استخدام شبكة الإنترنت في العالم العربي ستسجل ارتفاعاً ملحوظاً لتصل إلى 55% بحلول العام 2018، مقارنةً بـ 37.5% خلال العام 2014، متفوقة بـ 7% تقريباً على معدل النمو العالمي المتوقع والبالغ 3، 6 مليار مستخدم.

وقد قدمت العديد من الدراسات الدليل الأمبريقي على دور وسائل الاعلام الجديد في التأثير على مفهوم الامن والذي تعددت مجالاته لتشمل مفاهيم الامن الاقتصادي، و الامن البيئي، والامن الشخصي، و الامن الصحي وصولاً الي مفهوم الامن الفكري، والذي برز مؤخراً، خاصة في عصر السماوات المفتوحة والوسائط الالكترونية، حيث بات الفرد يتعرض لمضامين اتصالية وإعلامية سلبية يتم بثها عبر مختلف وسائل الإعلام الجديدة منها والتقليدية، مما يجعل هذا المتلقي قد يتأثر بأفكار وإيديولوجيات معينة، ويؤثر سلباً في منظومته الفكرية والقيمية، وتتولد لديه أفكاراً متطرفة، ويتبنى آراء دخيلة عن واقعه الثقافي والديني، وجميعها جوانب مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بمفهوم الامن الفكري للأفراد.

وتأسيساً على ما سبق، يسعى البحث الراهن الى رصد وتحليل اتجاهات الشباب نحو تأثير الاعلام الجديد على دعم مفاهيم الامن الفكري، تطبيقاً على عينة من الشباب العربي قوامها (600) مفردة، سعياً لتقييم ذلك الاتجاه، والكشف عن أسلوب تعامل الشباب العربي مع الواقع الافتراضي الذي تقدمه تلك

الوسائط، وتحديد الطرح المستقبلي له الخاص بذلك التأثير على مفاهيم الامن الفكري كما يراه الشباب العربي.

التأصيل النظري للدراسة:

يمكن عرض الطرح الخاص بتأثير الاعلام الجديد على دعم الامن الفكري من خلال المحاور التالية:

المحور الاول: الامن الفكري، (المفهوم والاهداف)

المحور الثاني: دور الإعلام في تعزيز الأمن الفكري

أولاً: مفهوم الامن الفكري:

نظراً لحدائثة مصطلح الأمن الفكري، فقد اختلفت عبارات الباحثين ووجهات نظرهم في تحديده، وضبط مفهومه، ومن تلك التعريفات أن الأمن الفكري هو أن يعيش الناس في بلدانهم وأوطانهم وبين مجتمعاتهم آمنين مطمئنين على مكونات أصالتهم، وثقافتهم النوعية، ومنظومتهم الفكرية (2)، ويعرف أيضاً انه سلامة فكر الإنسان وعقله وفهمه من الانحراف والخروج عن الوسطية، والاعتدال، في فهمه للأمور الدينية، والسياسية، وتصوره للكون بما يؤول به إلى الغلو أو إلى الإلحاد ، وهو كذلك الاطمئنان إلى سلامة الفكر من الانحراف الذي يشكّل تهديداً للأمن الوطني أو أحد مقوماته الفكرية، والعقدية، والثقافية، والأخلاقية، والأمنية. (3)

ويعرف أيضاً أنه طابع فكري يلزم أفراد المجتمع بالحفاظ على هويته الثقافية والأخلاقية، وقابليته للتسليم بتعدد الرؤى والاتجاهات والخبرات، دون صراع أو تسفيه أو انفعال يحدث انحرافاً وتفككاً يخرج المجتمع عن شخصيته الفكرية، كما يتحقق الأمن الفكري بانسجام أبعاده لدى المتعلم في كل المواقف والقضايا الفكرية التي تتطلب نشاطاً عقلياً، وتفكيراً مستقلاً واعتماداً على النفس Thinking on your self، وضبط الذات Self-discipline، والحرفية Craftsmanship في تناول هذه المواقف والقضايا (4)

وترجع أهمية الأمن الفكري الي ارتباطه بدين الأمة، وسبب مجدها وعزها، ومن غايته المتمثلة في سلامة العقيدة، واستقامة السلوك، وإثبات الولاء للأمة، وتصحيح الانتماء لها. كما ترجع أهمية الأمن الفكري إلى ارتباطه بأنواع الأمن الأخرى، وأنه الأساس لها، والركن الأهم في نظم بنائها. (5)

أهداف الأمن الفكري:

يحتل الأمن الفكري أهمية بالغة، باعتبار أنه يحقق أمن واستقرار المجتمع حيث يسعى للتصدي للمؤثرات والانحرافات الفكرية، ويمكن تحديد اهداف الامن الفكري على النحو التالي:

- توفير السلامة الوطنية ضد أية اعتداءات أو تجاوزات من شأنها أن تخلق وتشيع في المجتمع حالة من الفوضى والاضطراب. (6)
- تحقيق الوسطية والاعتدال فكريا وممارسة واحتواء الشباب فكريا واجتماعيا وسياسيا واقتصاديا، وتوظيف طاقاتهم وقدراتهم لخدمة الدين ثم الوطن.
- تحقيق أمن واستقرار المجتمع من خلال تصديده لمختلف المؤثرات والانحرافات الفكرية الناجمة عن الغزو الفكري السلبي. (7)

ثانيا: دور الإعلام في تعزيز الأمن الفكري:

لا شك ان الاعلام يلعب دورا هاما وفعالا في تعزيز الأمن الفكري لدى الشباب، وإبعادهم عن الإرهاب الفكري الذي تتعرض إليه هذه الفئة كثيرا، ويمكن تحديد دور الإعلام في التعزيز التأسيلي للأمن الفكري من خلال ما يلي:

- ربط الناس بربهم (الاعتصام بالله) مصدراً وغاية، فسلامة الناس وأمنهم من جميع النواحي مرتبط بخالفهم.
- إشاعة الوعي بأهمية المصادر: حيث أن ضبط مصادر المعرفة والتلقي أساس الأمن الفكري، فالاعتقاد والعمل وسلامته كل ذلك رهين بسلامة المصدر الذي أخذ عنه.
- ضبط منهج الفهم والاختلاف: فصحة الفهم، وحسن القصد، من سبل تحقيق الأمن الفكري، ومن جهة أخرى لا بُد أن يعتني الإعلام الموجّه بالاختلاف، ويضبط أمره.
- التوظيف الأمثل لوسائل الإعلام واستثمار وسائل الإعلام الجديدة لنشر الفكر الآمن والتحذير من الفكر المنحرف، على أن تأخذ في الاعتبار مراعاة ضوابط العمل الإعلامي ووسائله وتقنياته، بما يخدم سلامة النشأة الفكرية لأبناء البلاد وحياتهم من التأثيرات السلبية للفكر المنحرف بمختلف أشكاله. (8)
- ضبط وتقنين الإعلام الترفيهي ليسهم في بناء عقل سليم قائم على العمق وليس السطحية.

- الاستفادة من وسائل الإعلام الجديدة في نشر فكر الاعتدال وتأسيس مواقع تفاعلية في الجامعات والمؤسسات التربوية يقوم عليها مختصون تخاطب الشباب وتبني أفكارهم على أسس سليمة تعالج ما يطرأ من أفكار خاطئة.
- استقطاب الشباب إلى مواقع تختص بالإجابة على كل ما لديهم من أسئلة عامة وخاصة تدار من قبل متخصصين في شتى المجالات، وتتصدي للشائعات. (9)

مشكلة الدراسة وأهميتها:

شهدت الدول العربية في السنوات الأخيرة حقبة جديدة عنوانها النمو في عدد مستخدمي شبكة الإنترنت، ووفقاً لـ تقرير اقتصاد المعرفة العربي كان المتوقع أن يبلغ العدد نحو 226 مليون مستخدم بحلول العام 2018، وقد أسفر ذلك عن ظهور العديد من الأدوات والتطبيقات التي تستخدم شبكة الانترنت وفي مقدمتها وسائل الاعلام الجديد الالكترونية، والتي ساعدت على التواصل وتبادل الأفكار والخبرات من شتى الثقافات دون أي حواجز أو شروط، ومن هنا فقد كانت هذه التطبيقات من أول اهتمامات الباحثين في مختلف المجالات (10)

ومن الملاحظ ان الكثير من المختصين بنظرية الأمن الشامل أو الأمن التكاملي قد توسع في طرح دور المنظومة الأمنية لیتضمن كل ما يمس أمن المواطن واستقراره، وقد استلزم ذلك بالضرورة تطور المسؤولية؛ فلم تعد الأجهزة الأمنية وحدها هي المسؤولة عن الحفاظ على أمن المجتمع ومكتسباته وإن كان يقع عليها الجزء الأكبر من المسؤولية، بل أصبح تبعاً لذلك جميع مؤسسات المجتمع داخلاً ضمن مفهوم تحقيق الأمن الاجتماعي والوطني وتعزيزه، وامتد ذلك الى الأدوار المجتمعية لوسائل الاعلام في المجتمعات. (11)

ومن هنا تتحدد المشكلة البحثية وتسعي الدراسة الراهنة للتعرف على حدود وطبيعة اتجاهات الشباب العربي نحو تأثير الاعلام الجديد على دعم الامن الفكري تطبيقاً على عينة قوامها (600) مفردة من الشباب العربي، سعياً لتقييم ذلك التأثير، وتحديد الطرح المستقبلي لدور وسائل الاعلام الجديد في تعزيز مفهوم الامن الفكري.

وتتحدد أهمية الدراسة في عدة اعتبارات على النحو التالي:

- 1- ارتفاع معدل تعرض الشباب في الدول العربية لوسائل الاعلام الجديد، مع عدم وجود الوعي الكافي لدى هؤلاء الشباب بمخاطر هذه الوسائط.

- 2- توّظف الدراسة نظريات ثراء وسائل الإعلام Media Richness Theory، والحتمية التكنولوجية Technological Determinism بوصفهم المسار البحثي الأحدث في بحوث الإعلام الجديد، تطبيقاً على الفئة الأكثر استخداماً وهي الشباب.
- 3- تمثل الدراسة تدعيماً وإثراءً للاتجاه العام لمؤتمر الاعلام وتحديات الخليج العربي والذي يسعى لإعداد دراسات تهتم برصد كافة التحديات خاصة التحدي الامني.
- 4- تزداد أهمية الدراسة باعتبارها ستخلص لتقديم توصيات ونتائج تساعد على فهم واقع ومستقبل علاقة الشباب بوسائل الإعلام الجديد، ومن ثم وضع آلية لتعزيز تأثير الاعلام الجديد على دعم الامن الفكري بشكل إيجابي.

أهداف الدراسة:

يتحدد الهدف الرئيسي للبحث في التعرف على اتجاهات الشباب العربي نحو تأثير الاعلام الجديد على الامن الفكري، بهدف الوصول لوضع آلية لتعزيز مكونات الأمن الفكري، ويتحقق ذلك من خلال الأهداف الفرعية التالية:

- 1- رصد وتحليل وتقييم علاقة الشباب بقنوات الاعلام الجديد من خلال تحديد كثافة الاستخدام ودوافعه - طبيعة الاتجاه نحو أدوار الاعلام الجديد - نوع المضامين التي تحظى باهتمام الشباب ودرجة التبني لها.
- 2- قياس مستوي منظومة الامن الفكري لدى العينة من الشباب.
- 3- تحديد نوع المشاركة (الايجابية - السلبية) التي يقوم بها الشباب وحدود تأثيرها على مكونات الامن الفكري، لديهم.
- 4- وضع مقترح عملي لتعزيز مفاهيم الامن الفكري للشباب عبر وسائط الإعلام الجديد.

الدراسات السابقة

يمكن عرض الدراسات السابقة من خلال المحاور التالية:

- 1- الدراسات التي تناولت التأثير العام لوسائط الاعلام الجديد على الشباب.
- 2- الدراسات التي تناولت تأثير الاعلام الجديد على مفهوم الامن الفكري.

أولاً: الدراسات التي تناولت التأثير العام لوسائط الاعلام الجديد على الشباب

- 1- دراسة شيرلي كرامر (2017) التي استهدفت التعرف على واقع الأثر النفسي لمواقع التواصل الاجتماعي على فئة الشباب وتأثيرات الاستخدام المفرط لها، استخدمت الدراسة أداة الاستبيان تطبيقاً

على عينة قوامها 1500 شخص ممن تتراوح أعمارهم بين 14-24 عاما، وأكدت أن تطبيق "انستغرام" هو الأكثر إضرارا على الصحة النفسية، في حين أن الموقع الوحيد الذي كان له تأثير إيجابي هو "يوتيوب"، وثبت أن التأثير الإيجابي قد تمثل في عناصر الوعي، والتعبير عن الذات، والدعم العاطفي⁽¹²⁾

2- دراسة محمد مصطفى عزت (2017) التي استهدفت التعرف على اتجاهات الرأي العام الإلكتروني لمستخدمي الشبكات الاجتماعية نحو أحداث التحول الديمقراطي، استخدم الباحث الدراسة المسحية للجمهور تطبيقا على عينة قوامها 450 مبحوثا، بجانب عينة للدراسة المسحية للمضمون بلغ قوامها 1150 تعليقا تم تحليلهم عبر موقعي فيس بوك ويوتيوب. أكدت النتائج ان مواقع التواصل الاجتماعي متعددة ولكل موقع رواده وثبت أنه كلما زاد استخدام الشباب للمواقع الإخبارية كمصدر للمعلومات زاد مستوى المعرفة بالأحداث السياسية، وتبين عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في استخدام مصادر محددة من الشبكات الاجتماعية للمعلومات.⁽¹³⁾

3- دراسة سعود عيد العجمي (2016) حول دور شبكات التواصل الاجتماعي في بناء النقاش حول القضايا السياسية والاجتماعية بدولة الكويت، وسعت الدراسة إلى التعرف على أهم شبكات التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها الشباب الجامعي في دولة الكويت لتقصي المعلومات والتعبير من خلالها واعتمدت الدراسة على فروض نظرية المجال العام، وطرحت الدراسة فكرة إصدار قانون ينظم عمل شبكات التواصل الاجتماعي بالكويت في المستقبل.⁽¹⁴⁾

4- دراسة نصير بوعلي (2015) وسعت الدراسة إلى التعرف على العادات والأنماط المتعلقة باستخدام الشباب لوسائل الاعلام التقليدية ونماذج الاعلام الجديد، والاشباع المتحققة، تطبيقا على عينة من الشباب الجامعي قوامها 300 مفردة، وأكدت النتائج أن التأثيرات السلبية احتلت المركز الأول، حيث ثبت تدني المستوى المعرفي والفكري، وغياب الاهتمام بالفعاليات الأكاديمية.⁽¹⁵⁾

5- دراسة أسامة محمد عبد الرحمن (2014) حول دور الفيس بوك في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات، استخدمت الدراسة منهج المسح باستخدام أداة تحليل المضمون، واستمارة الاستبيان لقياس الوعي بقضايا الرأي العام تطبيقا على عينة عمدية من الشباب الجامعي من مستخدمي الفيس بوك قوامها (355 مفردة)، وخلصت الدراسة الى أن الفيس بوك في مقدمة مصادر معرفة أفراد العينة للحصول على المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وثبت وجود علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين زيادة اعتماد الشباب الجامعي عينة الدراسة على الفيس بوك وحصولهم على المعلومات حول القضايا.⁽¹⁶⁾

- 6- دراسة أحمد رفاعي (2014) حول العلاقة بين استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي واكتسابهم القيم السياسية، استخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي تطبيقاً على عينة عمدية من الشباب المصري مستخدمين مواقع التواصل الاجتماعي قوامها 366 مفردة. خلصت الدراسة لوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين زيادة اعتماد الشباب في الحصول على المعلومات عن القضايا عبر مواقع التواصل الاجتماعي واكتسابهم بعض القيم السياسية. (17)
- 7- دراسة Sebastian Valenzuela 2013 حول تأثير وسائط الاعلام الجديد على الشباب، وطرح مفهومًا جديدًا في مجال تأثير الشبكات الاجتماعية حيث قدمت الدراسة أدلة جديدة على دور ما يسمى بالمنصات الرقمية digital platforms، وقدمت الدراسة ثلاثة تفسيرات لهذا التأثير أولها الشبكات كمصدر للمعلومات (الشبكات الاجتماعية باعتبارها مصدراً للأخبار)، ثم الشبكات كوسيلة للتعبير عن الرأي (باستخدام الشبكات الاجتماعية للتعبير عن الآراء السياسية)، وأخيراً الشبكات كمحرك للسلوك. (18)
- 8- دراسة أحمد يونس (2013) حول دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب في القضايا المجتمعية، تطبيقاً على عينة حصصية غير احتمالية قوامها 410 مفردة من الشباب الفلسطيني للوقوف على شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالدور التنموي للشباب، وأكدت الدراسة أن شبكة الفيس بوك من أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداماً وتفاعلاً، ثم المحادثات (سكاي بي، والمانجر)، يتبعها مشاركة الفيديو (اليوتيوب)، وثبت وجود مهام مجتمعية للإعلام الجديد ومنها مراقبة البيئة المجتمعية بما يدور حولها من تطورات وأحداث، وفتح قنوات تواصل مباشرة مع المسؤولين وصناع القرار. (19)
- 9- دراسة غادة واكد (2013) حول استخدام طلاب الجامعة للكاريكاتير على موقع الفيس بوك وعلاقته بالوعي لديهم تطبيقاً على عينة عشوائية قوامها 400 مبحثاً من طلاب الجامعة، وخلصت الدراسة إلى اهتمام صفحات الكاريكاتير في تدعيم الحدث أو القضية المثارة على الفيس بوك، وثبت وجود علاقة دالة إحصائية بين معدل استخدام طلاب الجامعة للكاريكاتير على الفيس بوك ومستوى الوعي السياسي لديهم. (20)
- 10- دراسة (David Buckingham 2013) والتي عرضت لمشاركة الشباب الأمريكي في مواقع الشبكة الاجتماعية، وتناولت قضايا مثل الخصوصية وإدارة الانطباع privacy and impression management عبر مواقع الشبكات الاجتماعية، وطرحت الدراسة مفهومًا في وصف مستخدمي

الشبكات مثل ماي سبيس والفيسبوك الانترنت وهو "الجماهير الشبكية". Myspace and Facebook "serve as "networked publics." (21)

11-دراسة إيمان ضيا (2013) حول تأثير الكلمة الإلكترونية عبر مواقع الشبكات الاجتماعية على الشباب تطبيقا على عينة من 638 مفردة من مستخدمي مواقع الشبكات الاجتماعية (فيس بوك وتويتر). انتهت نتائج الدراسة الى وجود علاقة ارتباط بين أبعاد اتصالات الكلمة الإلكترونية واستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية للشباب. (22)

12-دراسة نها الأسوددي (2012) حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في إدراك الشباب الجامعي لحرية الرأي، تطبيقا على 400 مفردة من طلاب الجامعات، خلصت الدراسة الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مرتفعي ومنخفضي استخدام المواقع الاجتماعية وإدراك حرية الرأي على المواقع الاجتماعية لصالح الأكثر استخداما، وثبت وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات دوافع استخدام الشباب الجامعي للمواقع الاجتماعية على مقياس المشاركة. (23)

13- دراسة حمزة خليل (2012) حول استخدام الشباب لمواقع الشبكات الاجتماعية والإشباع المتحققة منها، تطبيقا على 400 مفردة من طلاب الجامعات، أكدت نتائج الدراسة الى أن استخدام الشباب مواقع الشبكات الاجتماعية والمواقع الإخبارية بشكل متوازن يأتي للمتابعة والمشاركة الإلكترونية في الأحداث الجارية. (24)

14- دراسة Steven Mintz، 2012 حول التواصل الإلكتروني عبر الشبكات الاجتماعية لدى الشباب وتأثيراته، أوضحت الدراسة ان صيغة مفهوم السلوك الأخلاقي تتضمن أبعادا تتصل بالأمانة، لذلك يجب على المعنيين بدراسة تأثير التواصل عبر الشبكات الاجتماعية ضرورة وضع مجموعة من المبادئ التوجيهية المنظمة للتواصل وذلك تجنباً لحدوث المشاكل الأخلاقية: (25)

15- دراسة M. Sisson 2011، C. Wiley وتناولت تأثير مواقع الشبكات الاجتماعية على الشباب الأمريكي، وأكدت ان التواصل عبر الشبكات قد أصبح أداة لقضاء الوقت، وجزءا من الأنشطة اليومية، وأفاد طلاب الجامعات الأميركية باستخدام الفيسبوك في المتوسط من 10 الى 30 دقيقة يوميا (26)

16- دراسة على ليلة (2009) حول تأثير "فيس بوك" على الثقافة السياسية والاجتماعية للشباب، وسعت الدراسة لفهم السلوكيات الاجتماعية التي انطلقت من "فيس بوك" لتحاول التأثير في الواقع الاجتماعي، وانتهت الدراسة إلى أن ثقافة الترفيه على صفحات "فيس بوك" تحيل مركزا متقدما في دوافع التعرض، وان الحوارات ليست جادة دائماً، وان الشباب يسعى لتطوير هوية افتراضية جديدة على

"الفييس بوك" أدت إلى تحرك المجموعات الشبابية المشاركة في "الفييس بوك" من موقع المتلقي إلى موقع المشارك. (27)

ثانياً: الدراسات التي تناولت تأثير الاعلام الجديد على مفهوم الامن الفكري

1- دراسة سحر عطية (2016) وسعت لرصد واقع الإسهامات المجتمعية التي تبذل لتحقيق الأمن الفكري لدى الشباب تطبيقاً على عينة قوامها 85 من العاملين بالمؤسسات المعنية بالشباب، وأكدت دور وسائل الاعلام في دعم الامن الفكري، وأوصت بتطوير البرامج المقدمة للشباب ومراقبة مضامين وسائل الاعلام للتصدي لمشكلة التطرف الفكري. (28)

2- دراسة سلمى الدوسري، جبريل العريشي (2015) حول تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى طلاب الجامعات السعودية على القيم والأمن الفكري، سعت الدراسة لبحث سبل تأمين الشباب الجامعي ضد مخاطر الانترنت، وكذا سبل تدعيم القيم المجتمعية الإيجابية لديهم، ودعم الامن الفكري باعتبارهم أهم فئات المجتمع وأكثرها استخداماً لشبكات التواصل الاجتماعي. تطبيقاً على عينة قوامها 585 من طلاب الجامعات السعودية وأكدت ضرورة نشر الوعي لدى فئة الشباب حول تأثير مواقع التواصل الاجتماعي لدعم الاستخدام الأمثل لمواقع التواصل الاجتماعي (29)

3- دراسة ريم عبد الله المعيزر (2015م) حول أثر شبكات التواصل الاجتماعي على الأمن الفكري لدى طالبات المستوى الجامعي، واستخدمت المنهج الوصفي تطبيقاً على عينة قوامها (297) طالبة، وأكدت الدراسة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الأمن الفكري، وأوصت بوضع ضوابط لاستخدام وسائل الاعلام الجديد، وضرورة دعم دور الجهات الحكومية في تعزيز الأمن الفكري ومواجهة الغلو. (30)

4- دراسة علي حسن عسيري (2014م) حول تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الأمن الفكري، وأكدت الدراسة أن وسائل التواصل الاجتماعي أثرت سلباً على مفهوم الأمن الفكري، وأنها لم تسهم بما يكفي في تحقيق الوسطية والتسامح والاعتدال بما يعزز الأمن الفكري، وأوصت بضرورة التحصين الفكري من خلال وسائل الاعلام، وتفعيل دور وسائل الإعلام الجديدة في تعزيز مجالات الأمن الفكري، التي تبين من نتائج الدراسة أن درجة إسهام الإعلام الجديد في تعزيزها كان متوسطاً أو ضعيفاً. (31)

5- دراسة عبد العزيز العمري (2009) وعرضت لطبيعة علاقة الإعلام بالأمن الفكري ومقارنتها بواقعها وخصوصاً في العالم العربي باستخدام الباحث المنهج الوصفي، وانتهت الدراسة الى ان وسائل الإعلام يمكن أن تكون أداة في أي صراع ويمكن استخدامها لزيادة الانقسام وإثارة الفتنة، وأن المجتمع

العربي مستهدف في أمنه الفكري وثوابته، وأوصت بالاهتمام بالإعلام، وتأكيد دوره في مواجهة الفساد الفكري. (32)

6- دراسة زيد زايد الحارثي (2008) والتي سعت لرصد دور الإعلام التربوي في تحقيق الأمن الفكري تطبيقاً على عينة الدراسة قوامها 166 مفردة من المشرفين التربويين، وأكدت الدراسة على أهمية دور الإعلام التربوي في تحقيق الأمن الفكري، وأوصت بدعم أسلوب الحوار، والتعاون مع رجال الأمن في نشر الثقافة الأمنية لدى الطلاب لتعزيز الأمن الفكري. (33)

تعقيب على الدراسات السابقة:

بمراجعة التراث العلمي السابق يتضح اتجاه العديد من الأبحاث الى دراسة تأثيرات الاعلام الجديد، وتحديدًا على فئة الشباب باعتبارها الأكثر استخدامًا، ومن جهة أخرى يتضح لنا قلة وحداثة الدراسات العربية التي تناولت تأثير الاعلام الجديد على دعم الامن الفكري رغم الحاجة لوضع استراتيجية للدفاع، وهو ما يسعى لتحقيقه البحث الراهن. وقد تمت الاستفادة من الدراسات السابقة في صياغة المشكلة البحثية وصياغة الفروض وقياس المتغيرات ومقارنة النتائج السابقة بنتائج الدراسة الحالية.

البناء النظري للدراسة

تحقق النظرية Theory للبحث العلمي وظائف الفهم والتفسير، والتنبؤ بتطور الظاهرة. وتعتمد الدراسة في بنائها النظري وصياغة فروضها على عدة أطر نظرية تتمثل في:

- نظرية ثراء وسائل الإعلام Media Richness Theory
- نظرية الحتمية التكنولوجية Technological Determinism
- مدخل الاستخدامات والإشباع: Uses and Gratification Approach

أولاً: نظرية ثراء وسائل الإعلام Media Richness Theory

نظرية ثراء وسائل الإعلام، والتي يشار إليها أحياناً بنظرية ثراء المعلومات، هي إطار لوصف وسائل الاتصال على حسب قدرتها على إنتاج المعلومات التي تنقل من خلالها. وقد قام بوضع هذه النظرية كل من ريتشارد دافت Richard L. Daft وروبرت لينجيل Robert H. Lengel، وقد عرف ثراء المعلومات على إنها "قدرة المعلومات على تغيير الفهم خلال فترة زمنية". (34)

وقد اتجهت تطبيقات نظرية ثراء وسائل الإعلام نحو وسائل الإعلام الجديد، وأصبحت تستخدم تجريبياً كأساس للدراسات التي تبحث عن تأثير وسائل الإعلام الحديثة، واتجهت لدراسة معايير الاختيار بين الوسائل الإعلامية التكنولوجية وفقاً لدرجة ثرائها المعلوماتي، وتوضح أن فعالية الاتصال يعتمد على

القدر الذي تستخدم به الوسيلة، وتركز بشكل أكبر على الأشكال التفاعلية للاتصال في اتجاهين بين القائم بالاتصال والجمهور المستقبل للرسالة، وطبقاً للنظرية فإن الوسائل الإعلامية التي توفر رجع صدى تكون أكثر ثراءً، فكلما قل الغموض كلما كان الاتصال الفعال أكثر حدوثاً، فثراء المعلومات يقوم بتخفيض درجة الغموض وإيجاد مساحة من المعاني المشتركة باستخدام وسيلة اتصالية معينة. وتفترض هذه النظرية فرضين أساسيين هما (35)

الفرض الأول: أن الوسائل التكنولوجية تمتلك قدراً كبيراً من المعلومات، فضلاً عن تنوع المضمون المقدم من خلالها وبالتالي تستطيع هذه الوسائل التغلب على الغموض والشك الذي ينتاب الكثير من الأفراد عند التعرض لها.

الفرض الثاني: هناك أربعة معايير أساسية لترتيب ثراء الوسيلة مرتبة من الأعلى إلى الأقل من حيث درجة الثراء وهي سرعة رد الفعل، قدرتها على نقل الإشارات المختلفة باستخدام تقنيات تكنولوجية حديثة مثل: الوسائط المتعددة، والتركيز الشخصي على الوسيلة، واستخدام اللغة الطبيعية. (36)

ثانياً: نظرية الحتمية التكنولوجية Technological Determinism

الحتمية التكنولوجية أو الحتمية التقنية Technological Determinism هي نظرية اختزالية تفترض أن تكنولوجيا المجتمع تحدد تطور هيكله الاجتماعي وقيمه الثقافية. وهذا المصطلح وضعه ثورستين فييلبن (1857-1929)، عالم الاجتماع والاقتصادي الأمريكي.

وقد جاء أول تطور رئيسي لمنظور حتمي تكنولوجي من الفيلسوف والاقتصادي الألماني كارل ماركس، الذي كان إطاره النظري قائماً على منظور أن للتغيرات في التكنولوجيا، وبالتحديد التكنولوجيا الإنتاجية، تأثير أساسي على العلاقات الاجتماعية البشرية والتنظيمية وأن العلاقات الاجتماعية والممارسات الثقافية تدور في نهاية المطاف حول القاعدة التكنولوجية والاقتصادية لمجتمع معين. وقد أصبح موقف ماركس جزءاً لا يتجزأ من المجتمع المعاصر، حيث أن الفكرة القائلة بأن التكنولوجيات السريعة التغير تغير حياة البشر هي فكرة شائعة. (37)

وتقترح نظرية الحتمية التكنولوجية النظر إلى التكنولوجيا كعامل خارجي للعلاقات الاجتماعية، وكعامل يحدد توجه وتطور المجتمع في المستقبل، وتؤكد نظرية الحتمية التكنولوجية على قوة وسائل الاتصال الحديثة في التأثير على قولبة الفرد والمجتمع بأسره، كما تؤكد أن التكنولوجيا الاتصالية تحدد الرسائل وتؤثر على الفرد والمجتمع. (38)

مدخل الاستخدامات والإشباعات :Uses and Gratification Approach

ويؤكد المدخل أن استخدام وسائل الإعلام يأتي نتيجة لتفاعل الاهتمامات والحاجات لدى الأفراد ثم إدراك محتوى الإعلام واتخاذ قرار الاستخدام، وتناول النموذج تحديد ما يسمى بتأثيرات هذا الاستخدام. ويشير المدخل الي أن دوافع التعرض هما دوافع نفعية تستهدف التعرف على الذات، واكتساب المعلومات والمعرفة، ودوافع طقوسية وتستهدف قضاء وقت الفراغ، والهروب من المشكلات والصدقة والتسلية.

وقد اتجهت البحوث مؤخرًا لدراسة دوافع استخدامات الإنترنت كوسيط اتصالي، وكشفت الدراسات عن وجود عوامل يُمكن أن تؤثر على علاقة الجمهور بالوسيلة منها عوامل متعلقة بالأفراد (سماتهم العامة والاجتماعية) وعوامل متعلقة بالوسيلة (سمات الإنترنت كوسيط اتصالي) وعوامل تتعلق بسياق التعرض للوسيلة. وتم تصنيف جمهور وسائل الإعلام الجديد إلى جمهور سلبي يظل خاضعًا لتأثيرات الإنترنت السلبية، وجمهور نشط يستخدم الوسائل الجديدة بوعي لإشباع احتياجات محددة لديه. (39)

تساؤلات الدراسة:

1- ما كثافة استخدام الشباب العربي لشبكة الانترنت كوسيلة إعلامية؟ وما دوافع الاستخدام؟

2- ما وسائل الاعلام الجديد التي يستخدمها الشباب كمصدر للمعلومات؟ وما معدل استخدامها؟

3- ما الموضوعات التي تحرص العينة على متابعتها في وسائل الاعلام الجديد؟

4- ما مدى مشاركة الشباب مع الموضوعات المنشورة في وسائل الاعلام الجديد؟

5- ما طبيعة اتجاهات الشباب نحو تأثير وسائل الاعلام الجديد على الامن الفكري للشباب؟

6- ما مستوى الوعي بالأمن الفكري (المفهوم - الأهمية) لدى الشباب؟

فروض الدراسة:

الفرض الاول: توجد علاقة دالة إحصائيا بين كثافة استخدام وسائل الاعلام الجديد وطبيعة الاتجاه نحو تأثيره على الامن الفكري.

الفرض الثاني: هناك علاقة دالة إحصائيا بين كثافة استخدام وسائل الاعلام الجديد ومستوى الوعي بالأمن الفكري.

الفرض الثالث: توجد فروق دالة إحصائياً بين الذكور والإناث في استخدام وسائل الاعلام الجديد، وفي مستوى النشاط عبر وسائل الاعلام الجديد.

نوع الدراسة ومنهجها:

تتنمي الدراسة الي حقل الدراسات الوصفية تطبيقاً على علاقة الشباب العربي بوسائل الإعلام الجديد وتأثير ذلك على منظومة الامن الفكري، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح Survey Method، بأسلوبيه الكمي والكيفي، باعتباره أكثر المناهج ملاءمة للتعرف على السمات والملامح العامة، ورصد وتحليل أبعاد الظاهرة محل الدراسة.

مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في فئة الشباب من بعض دول الخليج العربي كنموذج للشباب العربي وتمثلها دول: الامارات العربية المتحدة، المملكة العربية السعودية، سلطنة عُمان، البحرين، تطبيقاً على عينة عشوائية متعددة المراحل، قوامها 600 مفردة من مستخدمي وسائل الاعلام الجديد من الذكور والاناث، وذلك في المرحلة العمرية من (18 - 35) سنة. واعتمدت الدراسة في جمع البيانات على أداة المسح الميداني من خلال تصميم استمارة استبيان الكتروني Online Questionnaire تم تطبيقها على عينة البحث.

المعالجات الإحصائية:

تم معالجة البيانات احصائياً باستخدام برنامج SPSS، لملاءمته لطبيعة الدراسة وامكانية تكوين جداول تكرارية بسيطة وجداول تكرارية توضح العلاقات الارتباطية بين المتغيرات، وتم استخدام الوسط الحسابي والانحراف المعياري، اختبار Independent Samples Test-rest، وذلك لاختبار تأثير المتغيرات المختلفة للدراسة والمحددة لتحديد اتجاهات الشباب العربي نحو تأثير الاعلام الجديد على دعم الامن الفكري.

متغيرات الدراسة:

المتغير التابع	المتغيرات الوسيطة	المتغير المستقل
الامن الفكري	كثافة الاستخدام. مستوي المشاركة (نشط-سلبى). المتغيرات الديموجرافية. (النوع - العمر - التوزيع الجغرافي - المهنة)	الاعلام الجديد

نتائج الدراسة ومناقشتها

خصائص عينة الدراسة

جدول (1)

خصائص عينة الدراسة

ت	إجمالي العينة		الفئات	المتغيرات
	%	التكرار		
2	44	264	ذكور	النوع
1	56	336	إناث	
2	15	90	الإمارات العربية المتحدة	التوزيع الجغرافي
1	76.33	458	المملكة العربية السعودية	
3	4.17	25	سلطنة عُمان	
4	4.50	27	البحرين	
2	34.50	207	من 18 - اقل من 25	الفئة العمرية
1	44	264	من 25 - اقل من 30	
3	21.50	129	من 30 - 35	
1	44.66	268	طالب	المهنة
2	34.66	208	موظف	
3	20.68	124	لا يعمل	

باستقراء بيانات الجدول السابق يتبين أنه وفقاً لتوزيع العينة وفقاً لمتغير النوع فقد احتلت فئة الإناث المركز الأول 336 مفردة بنسبة 56%، تليها فئة الذكور بنسبة 44%، وفيما يختص بفئة التوزيع الجغرافي فقد احتلت المملكة العربية السعودية المركز الأول بنسبة 76.33%، تليها الإمارات العربية المتحدة بنسبة 15%، ثم البحرين، وسلطنة عُمان بنسبة 4.17%، 4.50% على التوالي.

وبالنسبة لمتغير الفئة العمرية فقد احتلت الفئة (من 25 - اقل من 30) المركز الأول بنسبة 44% تليها الفئة (من 18 - اقل من 25) بنسبة 34.5%، وأخيراً كانت فئة (من 30 - 35) بنسبة 21.50%.

وأخيرا كان متغير المهنة، وقد احتلت فئة طالب المركز الأول بنسبة 44.66%، يليها فئة موظف بنسبة 34.66%، وأخيرا كانت فئة لا يعمل 20.68%.

كثافة استخدام الانترنت كوسيط اتصالي

جدول (2)

توزيع العينة وفقا لعدد أيام استخدام شبكة الانترنت أسبوعيا

ت	المجموع		الفترة الزمنية
	%	ك	
1	94	564	يومية
2	6	36	من 4 - 6 أيام
3	0	0	من 3 أيام - يومين
3	0	0	يوم واحد
3	0	0	وفقا للظروف
--	100	600	المجموع

تكشف بيانات الجدول السابق عن كثافة استخدام العينة للإنترنت، وقد تبين أن 94% من إجمالي العينة يستخدمون الانترنت يوميا، يلي ذلك فئة (من 4 - 6 أيام) بنسبة 6% فقط، ولم تحصل باقي الفئات على أية تكرارات. ولاشك ان النتيجة السابقة تؤكد ما انتهت اليه أحدث الدراسات من ارتفاع معدل استخدام الانترنت كوسيط اتصالي شائع.

وسائل الاعلام الجديد التي يستخدمها الشباب كمصدر للمعلومات

جدول (3)

توزيع العينة وفقا لوسائل الاعلام الجديد المستخدمة كمصدر للمعلومات

ت	المجموع		وسائل الاعلام الجديد
	%	ك	
1	93.66	562	الصحف الإلكترونية
2	86.33	581	المواقع الإلكترونية

ت	المجموع		وسائل الاعلام الجديد
	%	ك	
3	91.84	551	مواقع التواصل الاجتماعي
4	73.50	441	مواقع الراديو والتلفزيون
5	8.16	49	وكالات الانباء

لا شك أن الإعلام الجديد هو إعلام متعدد الوسائط، وتتمثل مميزاته في دمج له للوسائل المختلفة القديمة والمستحدثة في مكان واحد، على منصة الكمبيوتر وشبكاته، بما يسمح للفرد العادي نشر رسالته، فضلاً عن تبني هذا الإعلام للتكنولوجيا الرقمية وحالات التفاعلية والتشعبية وتطبيقات الواقع الافتراضي وتعددية الوسائط. (40)

وتشير بيانات الجدول السابق إلى أهم وسائل الاعلام الجديد التي يستخدمها الشباب كمصدر للمعلومات، وقد احتلت الصحف الإلكترونية المركز الأول بنسبة 93.66%، تليها مواقع التواصل الاجتماعي 91.84%، وجاءت المواقع الإلكترونية في المركز الثالث بنسبة 56.33% تليها في المركز الرابع مواقع الراديو والتلفزيون بنسبة 73.5%، بنسبة 17.5%، وأخيراً وكالات الانباء بنسبة 8.16%.

استخدام وسائط الاعلام الجديد

جدول (4)

توزيع العينة وفقاً لمعدل استخدام وسائط الاعلام الجديد

ت	المجموع		معدل الاستخدام
	%	ك	
1	91.84	551	نعم بانتظام
2	8.16	49	أحياناً
3	-	-	نادراً
3	-	-	لا استخدمها
--	100	600	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق إلى توزيع العينة وفقاً لمعدل استخدام وسائط الاعلام الجديد، وقد تبين أن معظم العينة بنسبة 91.84% أنهم يستخدمون وسائط الاعلام الجديد عبر الانترنت بانتظام، في حين

أشار 8.16% فقط إلى الاستخدام أحيانا، ولم تحصل فئتي (نادرا، لا) علي أي تكرارات، وهذا يؤكد دور وسائل الاعلام الجديد في التأثير على الشباب، وقد تمثلت أسباب المتابعة في العديد من العوامل منها خاصة التفاعل وفورية التغطية والتحديث المستمر للمعلومات، بجانب إمكانيات المواقع من نصوص وملفات للصوت وفيديو، وأخيرا مساحة حرية كبيرة.

الموضوعات التي تحرص العينة على متابعتها في وسائل الاعلام الجديد

جدول (5)

توزيع العينة وفقا لأهم الموضوعات تتابعها في وسائل الاعلام الجديد

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المجموع		الموضوعات
		%	ك	
2.6	3.4	41	246	السياسية
		83.84	503	الاجتماعية
		58.8	306	الثقافية
		15	90	الاقتصادية
		78.67	472	الفنية
		42.3	220	العلمية
		49.2	256	التعليمية
		23.34	140	الرياضية

وسعيا للتعرف على الموضوعات التي يحرص الشباب على متابعتها في وسائل الاعلام الجديد تشير بيانات الجدول السابق الي تعدد المضامين، وقد بلغ المتوسط الحسابي 3.4، والانحراف المعياري 2.6، واحتلت الموضوعات الاجتماعية المركز الأول وبنسبة 83.84%، وتليها الموضوعات الثقافية بنسبة 58.8%، ثم الموضوعات التعليمية بنسبة 49.2%، والعلمية بنسبة 42.3%. وتراجعت المضامين الرياضية والاقتصادية بنسبة 23.4%، 15% على التوالي.

مشاركات الشباب في شبكات التواصل الاجتماعي

توزيع العينة وفقا لمدى المشاركة مع الموضوعات المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي

ت	المجموع		مدى المشاركة
	%	ك	
1	80	480	نعم
2	20	120	لا
.	100	600	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق إلى مدى مشاركة الشباب في التواصل مع مضامين وسائل الاعلام الجديد، وقد أكد 80% أنهم يشاركون مقابل نسبة 20% لا تشارك، وبالتالي يتبين ان معدل المشاركة مرتفعاً للغاية، ويدعم ذلك قوه تأثير وسائل الاعلام الجديد في مقابل الاعلام التقليدي حيث كان الفرد غالباً مجرد متلقي للمعلومة من الصحف المطبوعة، في حين أن وسائل الاعلام الجديد تقدم خدمات متعددة ومنها إمكانية التعليق وإضافة مضمون والتجول في النص.

مقياس مستوى الوعي بالأمن الفكري (المفهوم - الأهمية)

جدول رقم (7) توزيع العينة وفقاً لمدى الوعي بالأمن الفكري

						العبارات	
معارض		محايد		موافق			
0	0	0	0	100	600	مفهوم الأمن الفكري	الامن الفكري هو أن يعيش الناس في بلدانهم وبين مجتمعاتهم آمنين.
0	0	0	0	100	600		الامن الفكري هو سلامة فكر الإنسان وعقله وفهمه من الانحراف
0	0	0	0	100	600		الأمن الفكري يتعلق بالعقل.
0	0	6	36	94	564		الأمن الفكري غاية استقامة المعتقد
0	0	0	0	100	600		مضامين الأمن الفكري لابد أن تكون مستمدة من ديننا ومن مصادره الصحيحة
0	0	10.8	65	89.1	535		أهمية الأمن الفكري تتبع من ارتباطه بالدين
0	0	0	0	100	600		يرتبط الأمن الفكري بأنواع الأمن الأخرى
0	0	0	0	100	600		الأمن الفكري حاجة ضرورية لا تستقيم الحياة بدون توفره
0	0	0	0	100	600		الأمن الفكري أحد مكونات الأمن بصفة عامة،
0	0	0	0	100	600		الأمن الفكري يتعلق بالمحافظة على الدين

معارض		محايد		موافق		العبارات
0	0	8.16	49	91.8	551	الإخلال بالأمن الفكري يؤدي إلى تفرق الأمة وتشرذمها شيعاً وأحزاباً

تعرض بيانات الجدول السابق لمقياس الوعي بالأمن الفكري (المفهوم - الأهمية)، وفيما يختص بمقياس الوعي بالتعريف فقد أكدت العينة على موافقتها على عبارات المقياس الخمس بنسبة وصلت في معظم العبارات الي 100% (الامن الفكري هو أن يعيش الناس في بلدانهم وبين مجتمعاتهم آمنين، الامن الفكري هو سلامة فكر الإنسان وعقله وفهمه من الانحراف، الأمن الفكري يتعلق بالعقل، مضامين الأمن الفكري لا بد أن تكون مستمدة من ديننا ومن مصادره الصحيحة).

وفيما يتعلق بالعبارات الستة لمحور الوعي بأهمية الامن الفكري فقد ارتفع معدل الوعي وحصلت معظم العبارات على نسبة موافقة 100% (يرتبط الأمن الفكري بأنواع الأمن الأخرى، الأمن الفكري حاجة ضرورية لا تستقيم الحياة بدون توفره، الأمن الفكري يتعلق بالمحافظة على الدين).

مستوى الوعي بالأمن الفكري

جدول (8)

توزيع العينة وفقاً لمستوى الوعي بالأمن الفكري

الانحراف المعياري	م	%	مستوى الوعي
3.3	35.4	91.9	مرتفع
		8.1	متوسط
		0	ضعيف
		100	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق والخاص بتوزيع العينة وفقاً لمستوى الوعي بالأمن الفكري، وتؤكد النتائج ان 91.9% من الشباب لديهم مستوى وعي مرتفع، ويليه في المركز الثاني مستوى الوعي المتوسط بنسبة 8.1%، ولم تحصل فئة مستوى الوعي الضعيف على أية تكرارات، وهذا يؤكد ارتفاع مستوى الوعي بالأمن الفكري لدي عينة الدراسة من الشباب العربي.

طبيعة الاتجاهات نحو تأثير وسائل الاعلام الجديد على الامن الفكري للشباب

جدول (9)

توزيع العينة وفقا لمستوى تأثير وسائل الاعلام الجديد على الامن الفكري

الانحراف المعياري	م	%	التكرار	مستوى التأثير
3.2	23.8	75.84	455	مرتفع 54- 42
		14.16	85	متوسط 41- 30
		10	60	ضعيف 29- 18
		100	600	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق إلى طبيعة اتجاه العينة نحو تأثير وسائل الاعلام الجديد على الامن الفكري، وقد تبين ان 75.84% لديهم اتجاه مؤيد لخطورة تأثير وسائل الاعلام الجديد على الامن الفكري، ويليه في المركز الثاني مستوى التأثير المتوسط بنسبة 14.16%، وتراجعت فئة مستوي التأثير الضعيف الي المركز الاخير وبنسبة 10% فقط، وقد بلغت قيمة المتوسط الحسابي 23.8، وقيمة الانحراف المعياري (3.2).

نتائج اختبارات الفروض

الفرض الاول: توجد علاقة دالة إحصائيا بين كثافة استخدام وسائل الاعلام الجديد وطبيعة الاتجاه نحو تأثيره على الامن الفكري.

جدول (10)

العلاقة بين كثافة استخدام وسائل الاعلام الجديد وطبيعة الاتجاه نحو تأثيره على الامن الفكري.

مستوي الدلالة	طبيعة الاتجاه		المتغيرات	كثافة الاستخدام
	مستوى المعنوية	قيمة بيرسون		
دالة	* 0.001	0.204	مرتفع	
دالة	*0.05	0.155	متوسط	
دالة	0.001	0.055	منخفض	

تشير بيانات الجدول السابق الي وجود علاقة ارتباطيه دالة بين كثافة استخدام وسائل الاعلام الجديد وطبيعة الاتجاه نحو تأثيره على الامن الفكري، وثبت ذلك عند مستوي الاستخدام المتوسط والمنخفض، وبذلك ثبت صحة الفرض الاول.

الفرض الثاني: هناك علاقة دالة إحصائيا بين كثافة استخدام وسائل الاعلام الجديد ومستوى الوعي بالأمن الفكري

جدول (11)

العلاقة بين كثافة استخدام وسائل الاعلام الجديد ومستوى الوعي بالأمن الفكري

مستوي الوعي بالأمن الفكري						المتغيرات	الاستخدام
ضعيف		متوسط		مرتفع			
مستوى	قيمة	مستوى	قيمة	مستوى	قيمة		
المعنوية	بيرسون	المعنوية	بيرسون	المعنوية	بيرسون	مرتفع	
*0.001	0.240	*0.055	0.168	*0.005	0.224	متوسط	
0.317	0.076	0.008	0.141	*0.001	0.240	منخفض	
0.009	0.148	0.001	0.245	0.033	0.151	ض	

تؤكد بيانات الجدول السابق وجود علاقة ارتباطيه دالة عند مستوى 0.005 بين كثافة الاستخدام المرتفع لوسائل الاعلام الالكتروني ومستوى الوعي المرتفع بالأمن الفكري، بمعنى أنه كلما زاد استخدام الشباب لوسائل الاعلام الالكتروني ارتفع مستوى الوعي بالأمن الفكري، حيث بلغت قيمة بيرسون لمستوى القيم الأخلاقية 0.224 عند مستوى معنوية 0.001، وبذلك ثبت صحة الفرض الثاني.

الفرض الثالث: توجد فروق دالة إحصائيا بين الذكور والإناث في استخدام وسائل الاعلام الجديد، وفي مستوى النشاط.

جدول (12)

اختبارات للمجموعات المستقلة لبيان الفرق بين الذكور والإناث

مستوى	درجة الحرية	قيمة ت	إناث		ذكور		المتغيرات
			ع	م	ع	م	
المعنوية	199	0.724	0.621	22.24	0.633	1.66	استخدام وسائل الاعلام الجديد

0.856	198	0.659	0.685	22.26	0.242	1.56	مستوى نشاط التواصل
-------	-----	-------	-------	-------	-------	------	--------------------

تشير نتائج الجدول السابق الي عدم وجود فروق دالة إحصائيا بين الذكور والإناث في استخدام وسائل الاعلام الجديد، ولا في مستوى النشاط..، وذلك عند مستوى معنوية 0.823، 0.856 علي التوالي، ويمكن تفسير ذلك نظرا لان تلك التقنيات والخدمات المقدمة عبر وسائل الإعلام الجديد تقدم دون التفرقة بين الجنسين، وبالتالي لم تثبت صحة الفرض الثالث.

خاتمة الدراسة وتوصياتها

انتهت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

1- ارتفاع معدل استخدام الشباب العربي للإنترنت، وقد تبين أن 94 % من إجمالي العينة يستخدمون الانترنت يوميا، وأكد معظم العينة بنسبة 91.84% أنهم يستخدمون وسائل الاعلام الجديد عبر الانترنت بانتظام.

2- تعددت وسائل الاعلام الجديد التي يستخدمها الشباب كمصدر للمعلومات، وقد احتلت الصحف الإلكترونية المركز الأول بنسبة 93.66%، تليها مواقع التواصل الاجتماعي 91.84%، وجاءت المواقع الإلكترونية في المركز الثالث بنسبة 56.33% تليها في المركز الرابع مواقع الراديو والتلفزيون بنسبة 73.5%، بنسبة 17.5%، وأخيرا وكالات الانباء بنسبة 8.16%.

3- وفي إطار رصد الموضوعات التي يحرص الشباب على متابعتها في وسائل الاعلام الجديد احتلت الموضوعات الاجتماعية المركز الأول بنسبة 83.84%، وتليها الموضوعات الثقافية بنسبة 85.8%، ثم الموضوعات التعليمية بنسبة 49.2%

4- أكد مقياس الوعي بالأمن الفكري (المفهوم - الأهمية) ان الشباب العربي علي درجة وعي كاف بالأمن الفكري وتبين ان 75.84 % من الشباب لديهم اتجاه مؤيد لخطورة تأثير وسائل الاعلام الجديد على الامن الفكري.

5- أكدت النتائج وجود علاقة ارتباطيه دالة بين كثافة استخدام وسائل الاعلام الجديد وطبيعة الاتجاه نحو تأثيره على الامن الفكري، وثبت ذلك عند مستوي الاستخدام المتوسط والمنخفض، وكذلك وجود علاقة ارتباطيه دالة عند مستوى 0.005 بين كثافة الاستخدام المرتفع لوسائل الاعلام الإلكتروني ومستوى الوعي المرتفع بالأمن الفكري وبذلك ثبت صحة الفرضين الأول والثاني.

6- لم تثبت وجود فروق دالة إحصائيا بين الذكور والإناث في استخدام وسائل الاعلام الجديد، ولا في مستوى النشاط..، وذلك عند مستوى معنوية 0.823، 0.856 علي التوالي، ولذلك لم تثبت صحة الفرض الثالث

التوصيات

في ضوء النتائج السابقة تقترح الدراسة:

- 1- الانتباه لخطورة تأثير وسائل الإعلام الجديد بإجراء المزيد من الأبحاث، خاصة وان التوقعات المستقبلية في ضوء النتائج العامة للدراسة تؤكد استمرار استخدامها والاعتماد عليها.
- 2- العمل على تفعيل دور وسائل الإعلام الجديدة في تعزيز مجالات الأمن الفكري، وحث الشباب على المشاركة في الندوات والحلقات العلمية ذات الصلة بالأدوار المجتمعية لوسائط الإعلام الجديد.
- 3- إجراء المزيد من البحوث حول فئة الشباب، وعلاقتهم بوسائل الإعلام الجديد، ورصد التأثيرات المحتملة لاعتمادهم عليها كمصدر للمعلومات.
- 4- إنشاء منظومة مفاهيمية إعلامية متفاعلة تختص بدعم مفاهيم الأمن الفكري في ظل التشوهات المعرفية والانحرافات الفكرية والثقافية والتحويلات الاجتماعية.
- 5- إتاحة المجال لتفعيل حوار بناء مع الشباب وبين الشباب أنفسهم، وتمكينهم للتعبير عن رؤيتهم كشركاء، وتعزيز ثقافة المشاركة والحوار.
- 6- إطلاق حملات توعية لزيادة درجة الوعي لدى المجتمع - والشباب خاصة - بمفهوم الأمن الفكري، وذلك من خلال كل الفاعلين في كل مؤسسات التنشئة الاجتماعية والمؤسسات التعليمية.
- 7- توعية الشباب العربي بكيفية الإبلاغ عن المضامين الخارجة عن الأدب والمسيئة للدين والوطن والمواد التي تدعو للفكر الضال والتعصب المنشورة على تطبيقات الإعلام الجديد.
- 8- توصي الدراسة بتكثيف الدراسات النظرية والعملية والميدانية لرصد ظاهرة إدمان الانترنت ومعرفة مدى انتشارها في المجتمع وآثارها على الشباب بشكل خاص.
- 9- توعية الإعلاميين عدم استخدام وسائل الإعلام الجديد للشعارات التحريضية التي تحض على العنف والتعصب والكراهية، وضرورة التحلي بالموضوعية والمهنية.
- 10- التوسع في دراسة نظرية الأمن الفكري في الإسلام والعمل على إيجاد وصف منهجي دقيق لمفهوم شامل للأمن الفكري يحد من سوء الفهم.

مراجع الدراسة

- 1 - وزارة الاتصالات وتقنية المعلومات WWW.MCIT.GOV.SA/AR/COMMUNICATION/PAGES
- 2- عبد الله بن عبد المحسن التركي: الأمن الفكري وعناية المملكة العربية السعودية به، مكة المكرمة، مطابع رابطة العالم الإسلامي، 1423، ص 18.
- 3- لمزيد من الايضاح راجع/
- عبد الرحمن السديس: الأمن الفكري، الرياض، جامعة نايف العربية، مركز الدراسات والبحوث، 2005، ص ص 9-21.
- ابن مسفر الوداعي: الأمن الفكري الإسلامي، مجلة الأمن والحياة، الرياض، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، مركز الدراسات والبحوث، العدد (187)، 1418، ص 25.
- 4- أسامة كمال الدين سالماني استراتيجية قائمة على الرمز لتنمية بعض عادات العقل ومهارات الأمن الفكري، مجلة دراسات في المناهج وطرق التدريس، القاهرة، العدد 194، 2013، ص 111.
- 5- إسماعيل عبد الفتاح: القيم السياسية في الإسلام، القاهرة، الدار الثقافية للنشر، 2001.
- 6- بن مرزوق عنتره ومعمر عمار: العولمة الثقافية والإعلامية وتأثيرها على الأمن الفكري العربي، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، الجزائر، العدد 9، 2014، ص 22.
- 7- غازي الحميدي العتيبي: دور مديري الأندية الصيفية في نشر الأمن الفكري من وجهة نظر المعلمين العاملين بها، مجلة رسالة التربية وعلم النفس، الرياض، العدد 43، 2013، ص 8.
- 8 عدنان محمد أمانة: التجديد في الفكر الإسلامي، جده، دار ابن الجوزي، 1424، ص 11.
- 9-ناصر العقل: الاتجاهات العقلية الحديثة، الرياض، دار الفضيلة، 2001، ص 28.
- 10- لمزيد من الايضاح راجع/
- James Petrik, Talgat Kilybayev, The internet, identity and intellectual capital: a response to Dreyfus's critique of e-learning, Ethics and Information Technology, Volume 16 Issue 4, December 2014, Pages 275-284
- تقارير وإحصائيات - وزارة الاتصالات وتقنية المعلومات، مرجع سابق.
- 11-فهد بن سلطان السلطان: التربية الأمنية ودورها في تحقيق الامن الوطني، الندوة العلمية "الأمن مسؤولية الجميع"، الرياض 14-11 /1/ 1429..
- 12orient-news.net/.../news
- 13- محمد مصطفى عزت: اتجاهات الرأي العام الإلكتروني لمستخدمي الشبكات الاجتماعية، رسالة دكتوراه (غير منشورة)، كلية الإعلام، جامعه القاهرة، 2017.
- 14- سعود عيد العجمي: دور شبكات التواصل الاجتماعي في بناء النقاش حول القضايا السياسية والاجتماعية بدولة الكويت، رسالة ماجستير (غير منشورة)، كلية الإعلام، جامعه القاهرة، 2016.

- 15- نصير بوعلي، الشباب بين وسائل الاعلام التقليدية ونماذج الإعلام الجديد، مجلة الباحث الإعلامي، كلية الاعلام، جامعة بغداد، العدد (27)، 2015.
- 16- أسامة محمد عبد الرحمن حسانين: دور الفيس بوك في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات، رسالة دكتوراه (غير منشورة)، جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، 2014.
- 17- أحمد محمد حسن رفاعي، العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي واكتسابهم بعض القيم السياسية، رسالة دكتوراه (غير منشورة)، جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، 2014.
- 18- Sebastián Valenzuela: Unpacking the Use of Social Media for Protest Behavior. Published online before print March 6, 2013. American Behavioral Scientist July 2013 vol. 57 no. 7 920-942
- 19- أحمد يونس محمد حمودة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية، رسالة ماجستير (غير منشورة)، جامعة الدول العربية، معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الدراسات الإعلامية، 2013.
- (20) غادة عطية واكد: استخدام طلاب الجامعة للكاريكاتير على موقع الفيس بوك وعلاقته بالوعي السياسي لديهم، رسالة ماجستير (غير منشورة)، جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، 2013.
- 21 - David Buckingham: YOUTH, IDENTITY, AND DIGITAL MEDIA, Harvard University, Social Science Electronic Publishing, Inc, 2013.
- 22- إيمان موسى ضيا: اتصالات الكلمة الالكترونية عبر مواقع الشبكات الاجتماعية ودورها في المشاركة السياسية، رسالة ماجستير (غير منشورة)، جامعة المنصورة كلية التجارة قسم اداره الاعمال، 2013.
- 23- نها نبيل الأسدودي: دور مواقع التواصل الاجتماعي في إدراك الشباب الجامعي لحرية الرأي ومشاركتهم السياسية، دراسة تحليلية ميدانية، رسالة ماجستير (غير منشورة)، جامعة المنصورة، كلية التربية النوعية، قسم الاعلام التربوي، 2012.
- 24- حمزة السيد حمزة خليل، استخدام الشباب مواقع الشبكات الاجتماعية المصرية والإشباع المتحققة منها-دراسة ميدانية، رسالة ماجستير (غير منشورة) جامعة طنطا، كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، 2012.
- 25- Steven Mintz. Ethics Sage: Social Media, 2013, www.ethicssage.com/social-media
- 26 - C. Wiley. M. Sisson: Ethics, accuracy and assumption: The use of Face book by students and employers, Paper presented at the Southwestern Ohio Council for Higher Education Special Topics Forum, Dayton, OH (2011, November
- 27- على ليلة: تأثير "الفيس بوك" على الثقافة السياسية والاجتماعية للشباب، القاهرة، المركز العربي لأبحاث الفضاء الالكتروني، مؤتمر الفيس بوك والشباب، يوليو 2009.
- 28- سحر بهجت عطية: الإسهامات المجتمعية لتحقيق الأمن الفكري لدى الشباب من منظور طريقة تنظيم المجتمع، مجلة الخدمة الاجتماعية الجمعية المصرية للأخصائيين الاجتماعيين، القاهرة، العدد22، 2016.
- 29- جبريل حسن العريشي، سلمى عبد الرحمن الدوسري: أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على القيم والأمن الفكري: مجلة دراسات في الخدمة الاجتماعية والعلوم الإنسانية، القاهرة، المجلد17، العدد2015، 38.

30-ريم عبد الله المعينر: أثر شبكات التواصل الاجتماعي على الأمن الفكري لدى طالبات المستوى الجامعي، مجلة التربية، جامعة الأزهر، المجلد2، العدد164، 2015.

31- علي حسن عسيري: تقييم استراتيجي لتأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الأمن الفكري، رسالة ماجستير (غير منشورة)، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، جدة، 2014.

32-عبد العزيز بن إبراهيم العُمري: الإعلام والأمن الفكري، المؤتمر الوطني الأول للأمن الفكري، الرياض، جامعة الملك سعود، الفترة 18 - 20 مايو 2009.

33-زيد زايد الحارثي: إسهام الإعلام التربوي في تحقيق الأمن الفكري، رسالة ماجستير (غير منشورة)، جامعة أم القرى، مكة المكرمة، 2008.

34-Daft, R.L.; Lengel, R.H. (1984). "Information richness: a new approach to managerial behavior and organizational design". Research in organizational behavior (Homewood, IL: JAI Press) 6: 191-233.

35-Lengel, Robert; Richard L. Daft. "The Selection of Communication Media as an Executive Skill". The Academy of Management Executive (1987-1989): 225-232(August 1989).

36-Dennis, A.R.; Kinney, S.T.. "Testing Media Richness Theory in New Media: The Effects of Cues, Feedback, and Task Equivocality". Information Systems Research 9 (3): 256-274

37-Meritt Roe & Leo. Does Technology Drive History? The Dilemma of Technological Determinism. The MIT Press (June 1994).

38- Kenix - Linda dean: And Comparison of Environmental Pollution Coverage in the Mainstream, African America, and other Alternative Press, Howard Journal of Communication. Vol. 16. No. 1. Jan. - Mar. 2005, PP. 49-70.

39-عباس مصطفى صادق، "الاعلام الجديد: دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة"، البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال، 2011م، ص9. نقلاً عن: Nicholas Negroponte، Being Digital. Publisher Vintage، USA. 1996. ، P37

40-عباس مصطفى صادق، "المرجع السابق، ص 21.

اتجاهات الصحفيين نحو تغريدات قادة الرأي الخليجيين على تويتر
دراسة ميدانية على عينة من الصحفيين بالصحافة الرقمية الخليجية

د. عفاف عبد الله احمد اسماعيل - استاذ مشارك في الصحافة

المملكة العربية السعودية - جامعة جازان - قسم الصحافة والاعلام

مقدمة

اظهرت الاحصائيات بانّ الانترنت ينمو بسرعة كبيرة حيث كل 11 ثانية يدخل شخص جديد حول العالم الى هذه الشبكة العالمية، مليون شخص يوميا يتعرف عليها لأول مرة في حياته. سنستعرض هنا على شكل نقاط عن تطور الانترنت خلال خمسة اعوام:

احصائيات عالمية

* مليون مستخدم جديد للإنترنت يوميا

* كل ثانية يبدأ 15 شخص جديد حول العالم استخدام الشبكات الاجتماعية.

* كل ثانية يبدأ 7 اشخاص حول العالم باستخدام الهواتف المحمولة. 6 منهم تكون هواتف ذكية.

* كل يوم يستخدم الشبكات الاجتماعية عبر الهواتف الذكية 1.5 مليون شخص لأول مرة. يعني بمعدل 18 شخص كل ثانية.

* عدد مستخدمي الانترنت 3.7 مليار شخص وفق ارقام يناير 2017، اي نصف البشرية على الانترنت.

* عدد مستخدمي الشبكات الاجتماعية عموما يصل الى 2.7 مليار مستخدم.

* عدد مستخدمي الهواتف المحمولة 4.9 مليار مستخدم.

* عدد مستخدمي الشبكات الاجتماعية عبر الهواتف المحمولة 2,5 مليار مستخدم

احصائيات الشرق الاوسط

* عدد مستخدمي الانترنت في الشرق الاوسط 147 مليون مستخدم بمعدل 60% من اجمالي عدد السكان البالغ عددهم 246 مليون نسمة.

* عدد مستخدمي الشبكات الاجتماعية النشطين في الشرق الاوسط 93 مليون مستخدم

* عدد مستخدمي الهواتف المحمولة في الشرق الاوسط 313 مليون مستخدم اي بنسبة 127% من عدد السكان

* عدد مستخدمي الشبكات الاجتماعية من الهواتف الذكية في الشرق الاوسط 83 مليون مستخدم

* معدل النمو السنوي في عدد مستخدمي الانترنت في الشرق الاوسط 15% اي دخول 19 مليون

مستخدم جديد سنويا

*معدل النمو في عدد مستخدمي الشبكات الاجتماعية في الشرق الاوسط 47% اي دخول 30 مليون مستخدم نشط جديد سنويا.

*معدل النمو في عدد مشتركى الهواتف المحمولة في الشرق الاوسط 5% سنويا اي 15 مليون مشترك جديد.

*معدل النمو في عدد مستخدمي الشبكات الاجتماعية في الشرق الاوسط من الهواتف الذكية 44% اي 25 مليون مستخدم جديد.

*يبلغ معدل انتشار الانترنت في الشرق الاوسط نسبة 60% من السكان والاعلى في امريكا الشمالية 88% من السكان والادنى افريقيا 29% من السكان.

*اعلى نسبة انتشار للإنترنت بين السكان في العالم هي الامارات بنسبة 99% وتأتي السعودية في المركز 17 بنسبة انتشار 70%

*اعلى متوسط لسرعة الانترنت في كوريا الجنوبية 26.3 ميغابايت في الثانية، والمتوسط العالمي هو 6.3 ميغابايت في الثانية. وفي الامارات 8.3 اعلى من المتوسط العالمي والسعودية 4,9 ميغابايت في الثانية اي أدنى من المتوسط العالمي (1)(2)

اذن بينت الاحصائيات على الاعتماد المتزايد على الانترنت في البحث عن المعلومات، والتسوق، والتواصل ، فقد تزايدت اهمية استخدامه مؤخرا واصبح ركيزة اساسية في المجتمع، وزادت معه قدراتنا المعلوماتية والتفاعلية، وتنوعت وسائل التواصل منها تويتر (بالإنجليزية) TWITTER احد اشهر شبكات التواصل الاجتماعية ووسائل التواصل الاجتماعي، ظهر الموقع في اوائل عام 2006 كمشروع تطوير بحثي اجرته شركة ODEO الاميركية في مدينة سان فرانسيسكو، وبعد ذلك اطلقت الشركة رسميا للمستخدمين بشكل عام في اكتوبر 2006. وبعد ذلك بدا الموقع في الانتشار كخدمة جديدة على الساحة

فقد اشار احصاء حديث لموقع "بزنس انسايدر" ان السعودية تصدرت دول العالم في نسبة المستخدمين النشطين لموقع تويتر الى اجمالي عدد مستخدمي الانترنت بنسبة بلغت 41%، كما جاءت الامارات في المرتبة الثانية على الصعيد العربي من حيث عدد المغردين النشطين على "تويتر" بنسبة 27% من مستخدمي

الانترنت في الدولة. ومع تصاعد نمو استخدام "العصفور الازرق" في الخليج عموما، والسعودية خصوصا يعتمد قادة الرأي على موقع "تويتر" كأداة اساسية لإيصال اخبارهم والاخبار ذات العلاقة بمناصبهم وافكارهم ومشاركة وجهات نظرهم في قضايا كثيرة متنوعة، فهناك قادة رأي في المجال السياسي والاقتصادي والاجتماعي والرياضي، اي في كافة المجالات، وتغريداتهم تمثل الشغل الشاغل لمختلف شرائح المجتمع، ما يدفع بالكثير للانضمام الى جمهور المغردين للحصول على الاخبار او لإبداء آرائهم في ذلك.

مشكلة الدراسة:

يعتبر لدور قادة الرأي الاهمية الكبرى في المجتمعات العربية الحالية، خصوصاً مع التحولات الاجتماعية التي تعرفها البلدان العربية بما فيها دول الخليج، حيث تراجعت مجموعة من الادوار التقليدية للتأثير في توجهات الناس، وبرز الاعلام كوسيلة مهمة للتنشئة الاجتماعية. مما يجعل الحاجة جد ملحة لقادة رأي ثقافت في مختلف المجالات وتغريداتهم عبر تويتر تمثل مصدراً للأخبار والمعلومات، وتبرز اهمية ذلك في ظل توفر مصادر للمعلومات، ومئات القنوات الاخبارية التي توفر للصحفيين العاملين في الصحف الالكترونية الرقمية الاخبار والمعلومات، هذا بالإضافة الى تعدد البدائل واحترافية القنوات الاعلامية التي تملك قدرة كبيرة على صنع المصادقية، من هنا تظهر مشكلة البحث حول مدى اعتماد الصحفيين على تغريدات قادة الرأي على تويتر كمصادر لتوفير المحتوى للصحف الرقمية، ومدى ثقتهم في هذه المعلومات.

اهمية الدراسة:

- تظهر اهمية هذه الدراسة في كونها تكشف عن اتساع نطاق استخدام تويتر وتزايد اعداد مستخدميه في منطقة الخليج.
- اتساع نطاق استخدامه كمصدر للأخبار في دول الخليج.
- تسليط الضوء على قادة الرأي المستخدمين لتويتر في تزويد الجمهور بالأخبار والمعلومات باعتباره الوسيلة الأكثر متابعة من قبل مواطني دول الخليج.
- رصد اتجاهات العاملين في الصحافة الرقمية الخليجية نحو تويتر.
- الكشف عن اتجاهات الصحفيين نحو استخدام قادة الرأي لتويتر باعتباره من اهم مواقع التواصل الاجتماعي.
- يعد البحث اضافة جديدة للمعرفة العلمية ويوفر معلومات جديدة للدارسين والمعنيين حول حجم الدور الذي تلعبه مواقع التواصل في جذب قادة الرأي اليها.

اهداف الدراسة

تهدف الدراسة بشكل رئيس الى التعرف على اهم اراء وتوجهات الصحفيين بالصحافة الرقمية الخليجية نحو استخدام قادة الرأي الخليجيين لتويتر لنشر الاخبار والافكار والآراء، ومدى استفادة الصحافة الرقمية منها وينبثق من الهدف الرئيسي الاهداف الفرعية الاتية:

1. التعرف على طبيعة وحجم استخدامات قادة الرأي بدول الخليج العربي لتويتر
2. رصد الصحفيين بالصحافة الرقمية الخليجية نحو استخدام قادة الرأي لتويتر.
3. رصد الاسباب والدوافع وراء استخدام قادة الرأي في دول الخليج لتويتر.

4. معرفة اثار اعتماد الصحافة الرقمية الخليجية على تصريحات قادة الرأي في تلك الدول في الفرد والمجتمع اجتماعيًا واقتصاديًا ونفسيًا.
5. رصد مدى وعي العاملين بالصحافة الرقمية بإيجابيات استخدام قادة الرأي لتويتر.

تساؤلات الدراسة.

وتسعى هذه الدراسة الى الاجابة عن التساؤلات الاتية:

1. ما اتجاهات العاملين بالصحافة الرقمية الخليجية نحو استخدام تطبيق تويتر كمصدر للأخبار؟
2. هل يمثل موقع "تويتر" بالنسبة لغالبية المستخدمين العرب ميدان منافسة على الشعبية وقوة الافكار ومدى نفاذها الى اذهان المتابعين الخليجيين؟
3. من هي الفئة من قادة الرأي في دول الخليج العربي الاكثر تاثيرا واستجابةً لاستخدام تويتر في نشر الاخبار والموضوعات المختلفة؟
4. هل انضم قادة الرأي الخليجيين واصحاب النفوذ الى "تويتر" يشجع مستخدمي الانترنت على الانضمام لاستخدام الموقع؟
5. هل بساطة موقع "تويتر" والية عمله، تجعل منه اداة أسهل وأكثر مرونة في مشاركة الجديد بالنسبة للخليجيين؟
6. هل أصبح موقع "تويتر" في دول الخليج وسيلة اتصال اساسية يعتمد عليه قادة الرأي؟
7. ما مدي استفادة الصحافة الرقمية الخليجية من الاخبار والمعلومات التي ينشرها قادة الرأي عبر تويتر؟
8. هل تساهم معلومات قادة الرأي في تطوير المجتمعات الخليجية؟
9. ما مدى اعتماد الصحافة الرقمية الخليجية على تويتر كمصدر للأخبار بصفة عامة وعلى تغريدات قادة الرأي؟
10. ماهي التحديات التي تواجه الصحافة الرقمية الخليجية لدى استخدامها لما يطلقه قادة الرأي عند عبر تويتر؟

منهج الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة الى الدراسات الوصفية (DESCRIPTIVE STUDIES) حيث يرتبط مفهوم البحث الوصفي بدراسة واقع الاحداث والظواهر والمواقف والآراء وتحليلها، وتفسيرها بغرض الوصول الى استنتاجات مفيدة، اما لتصحيح هذا الواقع، او تحديده، او استكماله، او تطويره، وتمثل هذه الاستنتاجات فهما للحاضر، يستهدف توجيه المستقبل. (3)

وستستخدم الباحثة منهج المسح لهذه الدراسة وهو أسلوب في البحث يتم من خلاله جمع المعلومات والبيانات عن ظاهرة ما أو حدث أو واقع وذلك بقصد التعرف على الظاهرة التي ندرسها وتحديد الوضع الحالي لها والتعرف على جوانب القوة والضعف فيها من أجل معرفة مدى صلاحية هذا الوضع أو مدى الحاجة لإحداث تغييرات جزئية أو أساسية فيه. (4)

أدوات الدراسة (استبانة):

من أجل تحقيق أهداف الدراسة سيتم استخدام استبانة وسيتم إعدادها بعد الاطلاع على الأدب النظري المتعلق بموضوع الدراسة تأثير تغريدات قادة الرأي في محتوى الصحافة الرقمية في دول الخليج سواء ما توفر منها في الكتب والمراجع والدراسات الدورية أو من المصادر الأخرى، وسيتم اختيار العينة من الصحفيين العاملين بالصحافة الرقمية بدول الخليج العربي. وعليه تم تقسيم البحث إلى الفصول التالية:

الفصل الأول: تعريف قادة الرأي والقيادة ومواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الأول: مفهوم وتعريف قادة الرأي والقيادة وعناصرها

المبحث الثاني: تعريف مواقع التواصل الاجتماعي وأنواعها

المبحث الثالث: استخدامات قادة الرأي لتطبيق تويتر

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية على عينة من الصحفيين العاملين بالصحافة الرقمية بدول الخليج

المبحث الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية

المبحث الثاني: تحليل البيانات

الفصل الأول: تعريف قادة الرأي والقيادة ومواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الأول: مفهوم وتعريف قادة الرأي والقيادة وعناصرها

المبحث الثاني: تعريف مواقع التواصل الاجتماعي وأنواعها

المبحث الثالث: استخدامات قادة الرأي لتطبيق تويتر

المبحث الاول: تعريف قادة الرأي والقيادة وعناصرها

قادة الرأي هم مجموعة من الافراد الذين لهم تأثير على سلوك الاخرين، نتيجةً لتمييزهم من نواح مختلفة مثل: شخصيتهم، مهاراتهم، او اطلاعهم على الشأن العام. وغالبا ما يكونون أكثر استخداما لوسائل الاتصال من غيرهم. (5)

يعتبر مصطلح قادة الرأي من المصطلحات الحديثة نسبياً في المجال التداولي العربي، اذ يتصور البعض انّ المقصود بقادة الرأي هم اهل السياسة ورؤساء الاحزاب وغيرهم من المسؤولين الحكوميين. لكن في حقيقة الامر، يمثل هؤلاء نمودجا واحدا فقط من نماذج قادة الرأي؛ حيث لا يرتبط المصطلح بالمجال السياسي. (1)

وعموما بانّ قادة الرأي من مفكرين وسياسيين وعلماء ورياضيين وادباء وكتاب. الخ، يعتبرون مصادر اساسية للمعلومات من خلال كتاباتهم وظهورهم عبر وسائل الاعلام بصفة عامة والاعلام الجديد بصفة خاصة

تعريف القيادة

قد عرّفت القيادة في الادارة الحديثة عدّة تعريفات، منها تعريف (اوردوي تيد)، الذي ذكر أنّها: "النشاط الذي يمارسه الشخص للتأثير في الناس، وجعلهم يتعاونون لتحقيق هدف يرغبون في تحقيقه" وهناك تعريف اخر على أنّها: "القدرة على التأثير في سلوك افراد الجماعة، وتنسيق جهودهم، وتوجيههم لبلوغ الغايات المنشودة". (6)

. وعرفها «باس» بأنّها: العملية التي يتم من خلالها اثارة اهتمام الاخرين وإطلاق طاقاتهم وتوجيهها في الاتجاه المرغوب. كما أنّها سلوك الفرد عند قيامه بتوجيه نشاطات الجماعة. وقد عرفها أحد الباحثين على أنّها: الجهود المبذولة للتأثير في سلوك الناس او تغييره للوصول الى اهداف المنظمة والافراد. انّ القيادة عملية تتضمن تفاعلا ديناميكيا بين الافراد. ويمكن النظر اليها - بشكل عام - على أنّها عملية يتأثر من خلالها الاخرون لتحقيق اهداف محددة في موقف معين

ينظر بعض الباحثين الى القيادة على أنّها (علم وفن). وفي ضوء هذا المفهوم، تعرف بأنّها: فن معاملة الطبيعة الانسانية، او فن التأثير في السلوك الانساني لتوجيه جماعة من الناس نحو هدف معين، بأسلوب او طريقة تضمن طاعتهم وولاءهم وتعاونهم واحترامهم. ولذلك يمكن القول انّ القيادة - وفقا لهذه النظرة - هي فن توجيه الناس والتأثير فيهم. وينظر الى القيادة من الزاوية النفسية على أنّها فن تعديل السلوك وتوجيهه في الاتجاه المرغوب. في حين ينظر علماء الاجتماع الى القيادة بأنّها: ظاهرة اجتماعية توجبها ظروف المجتمع ومتطلباته. فالوجود المشترك لشخصين او أكثر يولد الحاجة الى ضبط العلاقات وتنظيمها

في اثناء التفاعل المستمر بينهم، فيتولى أحدهم القيادة بشكل دائم او مؤقت. وعلى هذا الاساس تعد القيادة نوعا من أنواع التفاعل الاجتماعي الذي يتم بين القائد والمرؤوسين.

عناصر القيادة

لعلّ معظم الدراسات التي تتناول معاني القيادة وشروطها، وصفات القادة - تتفق على أنّ الكاريزما من اهمّ صفات القادة، وهي دراسات تلقى سوفاً رائجاً في الشرق والغرب هذه الايام، وتقترن الى جوار كلمة (الكاريزما) صفات التأثير في العقول، واسر القلوب، وسحر النفوس، والحضور الجميل، والجاذبية الكبيرة، وهي في نظري صفة ايجابية للقائد، ترتبط بعنصر "الابهار الذاتي"، بمعنى الابهار في مخاطبة مشاعر الناس، ومداعبة ما يجول في ضمائرهم، او الابهار في القوة والنفوذ والاضواء والشهرة، وتأخذ دوراً مهماً في وظيفة الجذب والاقناع؛ فهي بالتأكيد من الصفات المُساندة في بناء شخصية القائد، وجلب الاحترام والمحبة له، ومن ثم اتباعه وتبني مواقفه (7)

الشروط التي ينبغي توافرها لتحقيق القيادة

(ا) وجود جماعة من الناس .

(ب) وجود شخص او عدة اشخاص من بين اعضاء الجماعة لديهم القدرة على التأثير الايجابي في سلوك الاعضاء الاخرين.

(ج) انّ يكون الاهداف من وراء عملية التأثير هو توجيه نشاط الجماعة، وبث روح التعاون بين افرادها، لتحقيق الهدف المشترك الذي تسعى اليه (8)

ومن التعاريف السابقة يتضح انّ القيادة تتكون من ثلاثة عناصر اساسية، هي:

1- وجود جماعة من الافراد.

2- وجود فرد بين المجموعة يؤثّر فيهم.

3- وجود اهداف مشتركة يسعون لتحقيقها. (9)

المبحث الثاني: تعريف مواقع التواصل الاجتماعي وأنواعها

مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي

لقد شهدت مواقع التواصل الاجتماعي على الانترنت انتشاراً واسعاً خلال السنوات الاخيرة وتعددت وتنوعت محاولة تقديم العديد من الخدمات وتحقيق مختلف الاشباعات ويأتي في مقدمتها موقع فيسبوك، تويتر، يوتيوب، وغيرها، وتعددت تعريفات مواقع التواصل الاجتماعي، وتختلف من باحث الى اخر، حيث يعرفها "بالاس" «BALAS» 2006 على " أنّها برنامج يستخدم لبناء مجتمعات على شبكة الانترنت اين يمكن للأفراد انّ يتصلوا ببعضهم البعض لعدد من الاسباب المتنوعة " .

وبالمثل يعم فيها "بريس" «preece» و مالوني كريشمار maloney krichmar (2005) مواقع التواصل الاجتماعيّ على أنّها مكانّ يلتقي فيه الناس لأهداف محددة وهي موجهة من طرف سياسات تتضمن عدد من القواعد والمعايير التي يقترحها البرنامج. وتعرّف على أنّها مواقع الانترنت التي يمكن للمستخدمين المشاركة والمساهمة في انشاء او اضافة صفحاتها وبسهولة. (10)

وفي تعريف اخر: باللغة الأتجليزية يطلق عليها «social media» لكن هذا المصطلح المتعارف عليه كما نجد مصطلح «social net-work» اي الترابط الشبكي الاجتماعيّ وهو ادق ومن حسن الحظ أنّ المصطلح العربي "مواقع التواصل الاجتماعيّ" ادق من ناحية الوصف.

ويظلّ السؤال ماذا نعني بمصطلح التواصل الاجتماعيّ؟ بشكل مبسط هي عملية التواصل مع عدد من الناس (اقارب، زملاء، اصدقاء)، عن طريق مواقع وخدمات الكترونية توفر سرعة توصيل المعلومات على نطاق واسع فهي مواقع لا تعطيك معلومات فقط بل تتزامن وتتفاعل معك اثناء امدادك بتلك المعلومات عن في نطاق شبكتك وبذلك تكون اسلوبا لتبادل المعلومات بشكل فوري عن طريق شبكة الانترنت (11)

مواقع التواصل الاجتماعيّ مثل المقهى المتواجد في قرية صغيرة حيث يجتمع الناس لتبادل المعلومات والاحبار، الفرق أنّك لا تستطيع حمل هذا المقهى بجيبك. (10) وتعرف على أنّها المواقع الالكترونية التي توفر فيها تطبيقات الانترنت خدمات لمستخدميها تتيح لهم انشاء صفحة شخصية معروضة للعامة ضمن موقع او نظام معين، وتوفر وسيلة اتصال مع معارف منشئ الصفحة او مع غيره من مستخدمي النظام، وتوفر خدمات لتبادل المعلومات بين مستخدمي ذلك الموقع او النظام عبر الانترنت.

وهي المواقع التي تسمح بإنشاء صفحات خاصة بالأشخاص والتواصل مع اصدقائهم ومعارفهم، مثل موقع "ماي سبيس"، "فيس بوك".

ويعرّفها "زايد" على أنّها تجمعات اجتماعية تظهر عبر شبكة الانترنت عندما يدخل عدد كافٍ من الناس في مناقشاتٍ عبر فترةٍ كافيةٍ من الزمن، يجمع بينهم شعور انسانيّ كافٍ، بحيث يشكلون مواقع للعلاقات الشخصية عبر الفضاء الالكتروني. وعرّفت ايضا على أنّها تلك المجتمعات الافتراضية وتجمعات اجتماعية تظهر عبر شبكة الانترنت، تشكلت في ضوء ثورة الاتصالات الحديثة، تجمع بين ذوي الاهتمامات المشتركة بحيث يتواصلون فيما بينهم ويشعرون كأنهم في مجتمع حقيقي.

كما تعتبر مواقع التواصل الاجتماعيّ منظومة من الشبكات الالكترونية عبر الانترنت تتيح للمستخدم فيها انشاء موقع خاص فيه ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعيّ الكتروني مع اعضاء اخرين لديهم نفس الاهتمامات او جمعه مع اصدقاء الجامعة او الثانوية او غير ذلك. وهو ايضا مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت ظهرت مع الجيل الثنائيّ "الويب"، الذي يتيح التواصل بين الافراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام او شبكات انتماء (بلد، جامعة، شركة)، كل هذا يتم

عن طريق خدمات التواصل المباشر من ارسال الرسائل او الاطلاع على الملفات الشخصية للاخريين ومعرفة اخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض. (12)

تقوم الفكرة الرئيسية للشبكات الاجتماعية على جمع بيانات الاعضاء المشتركين في الموقع و يتم نشر هذه البيانات بشكل علني حتى يجتمع الاعضاء ذوو المصالح المشتركة و الذين يبحثون عن ملفات او صور... الخ، اي انها شبكة مواقع فعالة تعمل على تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف و الاصدقاء، كما تمكن الاصدقاء القدامى من الاتصال ببعضهم البعض و بعد طول سنوات تمكنهم ايضا من التواصل المرئي و الصوتي و تبادل الصور وغيرها من الامكانيات التي توحد العلاقة الاجتماعية بينهم. (12)

وتعرف مواقع التواصل الاجتماعي ايضا على انها منظومة من الشبكات الالكترونية عبر الانترنت نتيج للمشارك فيها انشاء موقع خاص فيه ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع اعضاء اخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها. (13)

وتضع كلية "شريديان" التكنولوجية «cheridan» تعريفا اجرائيا للإعلام الجديد بأنه: " أنواع الاعلام الرقمي الذي يقدم في شكل رقمي وتفاعلي ويعتمد على اندماج النص والصورة والفيديو والصوت، فضلا عن استخدام الكمبيوتر كألية رئيسية له في عملية الانتاج والعرض، اما التفاعلية فهي تمثل الفارق الرئيسي الذي يميزه وهي اهم سماته. (14)

وتعرف على انها تلك المواقع الاجتماعية التي تتيج لمتصفحها امكانية مشاركة الملفات والصور وتبادل مقاطع الفيديو، وكذلك مكنتهم من انشاء المدونات الالكترونية، واجراء المحادثات الفورية، وارسال الرسائل، وتصدرت الشبكات الاجتماعية هذه ثلاثة مواقع هامة ورئيسية هي: "الفيس بوك" "تويتر"، وموقع مقاطع الفيديو "اليوتيوب". فقد اصبحت الوسيلة الاساسية لتبادل المعلومات والاخبار الفورية في متابعة مسار وتطورات الاحداث. (15)

نشأة مواقع التواصل الاجتماعي وتطورها

المرحلة الاولى:

بدأت مجموعة من المواقع الاجتماعية في الظهور في اواخر التسعينات مثل (كلاس ميتس) عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة، و موقع سكس (دجريس) عام 1997 حيث ركز الموقع على الروابط المباشرة بين الاشخاص، وكانت تقوم فكرته اساسا على فكرة بسيطة يطلق عليها -الدرجات الست للاتصال-، وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة ارسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الاصدقاء، وظهر ايضا عدة مواقع اخرى مثل "لايف جورنال" و موقع "كايورلد" الذي انشئ في كوريا سنة

1999، وكان ابرز ما ركزت عليه مواقع التواصل الاجتماعي في بدايتها خدمة الرسائل القصيرة والخاصة بالأصدقاء. (16) وهذا ما عرف بالمرحلة الاولى.

المرحلة الثانية:

ويشير الى مجموعة من التطبيقات على الويب (مدونات، مواقع المشاركة، الوسائط المتعددة وغيرها...) اهتمت بتطوير التجمعات الافتراضية مركزة على درجة كبيرة من التفاعل والاندماج والتعاون، ولقد ارتبطت هذه المرحلة بشكل اساسي بتطور خدمات شبكة الانترنت، وتعتبر مرحلة اكتمال الشبكات الاجتماعية، ويمكن ان نؤرخ لهذه المرحلة بانطلاقه موقع -ماي سبايس- وهو الموقع الامريكى المشهور، ثم موقع الفيسبوك.

وتشهد المرحلة الثانية من تطور الشبكات الاجتماعية على الاقبال المتزايد من قبل المستخدمين لمواقع الشبكات العالمية، ويتناسب ذلك مع تزايد مستخدمي الانترنت على مستوى العالم. حيث ظهرت بعد المحاولات الاخرى الا ان الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم كان مع بداية عام 2002، حيث ظهر موقع "فرندير friendster" الذي حقق نجاحا دفع "غوغل" الى محاولة شرائه سنة 2003، لكن لم يتم التوافق على شروط الاستحواذ، وفي النصف الثاني من نفس العام ظهر في فرنسا موقع "سكا يروك" تحقيق «skyrock» كمنصة للتدوين ثم تحول بشكل كامل الى شبكة اجتماعية سنة 2007، و قد استطاع موقع "سكا يروك" تحقيق انتشار واسع ليصل في جانفي 2008 الى المركز السابع في ترتيب المواقع الاجتماعية وفقا لعدد المشتركين.

ومع بداية 2005 ظهر موقع "ماي سبايس" الامريكى الشهير الذي تفوق على "غوغل" في عدد مشاهدات صفحاته، ويعتبر موقع "ماي سبايس" من اوائل الشبكات الاجتماعية واكبرها على مستوى العالم ومعه منافسه الشهير "فيسبوك facebook" والذي كان قد بدا في الانتشار المتوازي مع "ماي سبايس"، حتى قام "فيسبوك" في 2007 باتاحة تكوين تطبيقات للمطورين، وهذا ادى الى زيادة اعداد مستخدمي "فيسبوك" بشكل كبير، وعلى مستوى العالم، ونجح بالنفوق على منافسه اللدود "ماي سبايس" عام 2008، ايضا ظهرت عدة مواقع اخرى "twitter" "YouTube"، لتستمر ظاهرة مواقع الشبكات الاجتماعية في التنوع و التطور. (13)

اهم أنواع مواقع التواصل الاجتماعي:

انتشرت هذه المواقع انتشارا كبيرا في السنوات الاخيرة ولا زالت مستمرة في الانتشار، وتقدم تلك المواقع خدمات كثيرة لمستخدميها والتي تمكنهم من التواصل مع الاخرين وتبادل الافكار والآراء والمعلومات والملفات والصور والفيديوهات، ومن أشهر تلك المواقع:

• الفيس بوك Facebook:

تأسس موقع فيس بوك عام ٢٠٠٤ واسسه (مارك زوكربيرغ) بالاشتراك مع كل من داستين موسكوفيتز وكريس هيزو، ويقدم موقع الفيس بوك العديد من الخدمات لمستخدميه كالتواصل مع الآخرين والتفاعل معهم ومشاركتهم بالصور والفيديوهات والاحداث، ويضم الموقع حاليا أكثر من مليار مستخدم حول العالم، وتعتبر مصر هي الاولى في الشرق الاوسط استخداما للفيس بوك، ولا يمكن انكار الدور السياسي العظيم للفيس بوك اثناء ثورة ٢٥ يناير، حيث دعا الشباب من خلاله كل المصريين بالنزول الى شارع لإسقاط النظام.

• تويتر Twitter:

تأسس موقع تويتر عام ٢٠٠٦ وأصبح متوفر باللغة العربية منذ عام ٢٠١٢ يعد أحد أشهر شبكات التواصل الاجتماعيّ ويقدم خدمة التدوين المصغر والتي تسمح لمستخدميه بارسال " تغريدات " عن حالتهم او عن احداث حياتها او ابداء آرائهم بحد اقصى ١٤٠ حرف (17)، وتصدرت السعودية دول العالم في نسبة المستخدمين النشطين لموقع تويتر الى إجمالي عدد مستخدمي الانترنت بشكل عام حيث حصلت على نسبة ٤١٪ في حين ان الولايات المتحدة قد حصلت على ٢٣٪ وبلغت نسبة الصين نحو ١٩٪.

• اليوتيوب YouTube

تأسس موقع يوتيوب عام ٢٠٠٥، وهو موقع يسمح لمستخدميه برفه الفيديوهات مجاّنا ومشاهدتها عبر البث الحي بدل التنزيل ومشاركتها والتعليق عليها، وبحسب موقع اليكسا يوتيوب هو ثالث أكثر المواقع الشعبية في العالم بعد فيس بوك وجوجل، ونشرت احصائيات ٢٠١٦ أنّ الاردن تتصدر الدول العربية في مؤشر الاستخدام اليومي لشبكة تحميل ومشاركة الفيديوهات " يوتيوب ".

• المدونات الالكترونية Blogs:

هي صفحة الكترونية يمكن تحديثها بمحتوى يظهر فيها بشكل دوري وقد يكون هذا المحتوى نص او صورة او صوت او فيديو وقد يجمع بين كل ما سبق، وتحفظ هذه الصفحة بأرشفة الكتروني لكل ما تنشره فيها. وهي تطبيق من تطبيقات شبكة الانترنت، ويستطيع اي شخص من خلالها ان ينشر ويدون ما يقوم بكتابته بسهولة بالغة ويقوم بحفظها وتظهر كتاباته او كما يطلق عليه " مدونات " مرتبة ترتيبا زمنيا.

المبحث الثالث: مدى استخدام قادة الرأي لتويتر

قادة الرأي هؤلاء تغير نمطهم وشكلهم كثيرا في الاعلام الجديد، لم يعد لزاما ان يعرفهم الجمهور شخصيا كما كان سابقا، فيما باتوا هم انفسهم قادرين على اقتناص شرائح اوسع من الجمهور خارج حدود مدنهم

ودولهم. لقد أصبح اسمهم اليوم «مشاهير الاعلام الاجتماعي»، وكثير من المؤسسات والشركات والجمعيات اليوم تبحث عنهم وتتودد لهم، عل رسالتها الاعلامية تحظى بـ «ريتيوت» او «ريبوست» من قبلهم، وليس من المبالغة القول انّ بعضهم اصبحت اهمية حسابه على تويتر او انستغرام توازي او تفوق اهمية وسيلة اعلامية مهنية يعمل فيها عشرات الاعلاميين. وبالطبع فانّ حجم شريحة المتابعين لهؤلاء المشاهير من «قادة الرأي» الجدد تختلف باختلاف عدد مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي بين دولة واخرى، ومدى نشاط «قائد الرأي» ومتابعته لقضايا الساعة، ومصداقيته، وتفاعله مع متابعيه، كما يدعم ذلك كله ظهورهم التلفزيوني او امتلاكهم لمنبر ديني او اجتماعي او سياسي يخاطب الناس مباشرة عبره بين الفينة والاخرى. وما من شك انّ مواقع التواصل الاجتماعي الغت الحواجز الانسانية والجغرافية والعمرية والزمنية وجعلت الجميع يتواصلون مع بعضهم البعض في شتى انحاء العالم والاستفادة من آراء وافكار بعضهم بشكل كبير. وعلى عاتق «قادة الرأي» الجدد هؤلاء تقع مسؤولية كبيرة، في تثقيف المجتمع وتنويره، واعادة صياغة مختلف الرسائل الاعلامية الموجهة اليه او التعليق عليها بطريقة هادفة، فتشكيل الرأي العام والتأثير على فعل الجمهور عمل يومي مستمر توضع له النظريات والخطط الاستراتيجية طويلة المدى وتصرف لأجله ملايين الدولارات على قنوات تلفزيونية ومراكز دراسات وابحاث، فيما بإمكان نجم اعلام اجتماعي واحد او «قائد رأي جديد» القيام بدور كبير في هذا المجال. (18)

ويستخدم قادة الرأي كل مواقع التواصل الاجتماعي، ومن بينها تويتر، وقد أحدث تويتر هاشتقاته وجدل اجتماعي وقدم للباحثين والمراقبين مادة ثرية للدراسة والاستنتاج والتحليل، واستكشاف أنماط البشر وطرائق تفكيرهم، ودوافع صراعاتهم. أحدث تويتر تغييراً في المشهد الخليجي ساعدت طبيعة تويتر وسرعته في صناعة خطابه وحرية الخاصة وأصبح خلال أشهر معدودة من اقوى المؤثرات في توجيه الرأي العام وأصبح ميداناً تلتقي فيه مختلف وسائل الاعلام مع النخب الفكرية والاعلامية والدينية وجمهور واسع من مختلف شرائح المجتمع.. نعم غير تويتر الكثير في المشهد المحلي، وأصبح ميداناً تلتقي فيه مختلف وسائل الاعلام من صحف ومجلات وقنوات مع النخب الفكرية والاعلامية والدينية وجمهور واسع من مختلف شرائح المجتمع.

تويتر كان له أثر كبير في كسر الحواجز بين الناس على كل مستوياتهم، من كل الاتجاهات والتوجهات، فأصبحنا نرى التغطيات الاعلامية لكثير من الاحداث اعتبره الكثير مصدرا رئيسا لمعرفة الاحداث، الى درجة انّ الصحف الرسمية بدأت في النقل من تويتر، هذا التحول اعطى تويتر صبغة جادة ومصداقية وتأثيرا، فلم يعد يعتبر برنامج تواصل فقط، بل صائعا للأحداث. يعزو لهذا التغيير توافد المسؤولين الى تويتر ودخول الكثير من الشخصيات المعروفة الى تويتر وبدء تعاملهم معه كمنصة رئيسة لطرح آرائهم

حول القضايا التي تدور في المجتمع، وسرعة تناقل المعلومة وسهولة النقاش اعطى تويتر المزيد من الشعبية.

كما جعل تويتر الحديث في السياسة امرا مشروعا وكسر كذلك هيبة الاعلام التقليدي الذي كان يروج لشخصيات معينة ومحددة ومدعومة وأسقط حصانة الكثير من الاشخاص ذوي النفوذ والسلطة فأصبح التويتر لا يستثنى احدا دون اخر الا من خلال ما يطرحه فقط.

واصبح صانعا للحديث، الكثيرون من الوجاهاء في تويتر تنتقل تصريحاتهم منه الى الصحف والمجلات الورقية والالكترونية، وربما القنوات الفضائية، تويتر اجبر الاعلام على التعاطي معه كمنصة للتفاعل والاعخبار على الرغم من كونه لم يرق لان يصبح مصدرا موثوقا للمعلومة للبعض، وصار تويتر وسيلة اعلامية تنقل الاخبار والاحداث كما انها اداة لصنع الحدث فهي تتفاعل مع ابعاد الخبر الذي تنقله وتبعات هذه التفاعل وتصنع الاحداث وتبادر لها تحولت هذه الوسيلة الى اداة حية وحيوية يتبادل فيها الخليجيون الآراء ووجهات النظر، ويطرحون القضايا التي تهمهم ويعبرون فيها عن مواقفهم السياسية والاجتماعية والرياضية بشكل لم يسبق له مثيل من قبل.

الفصل الثالث: الدراسة الميدانية على عينة من الصحفيين

العاملين بالصحافة الرقمية بدول الخليج

المبحث الاول: الاجراءات المنهجية

المبحث الثاني: تحليل البيانات

المبحث الاول: الاجراءات المنهجية الميدانية

أ- نوع البحث ومنهجيته:

تتتمي هذه الدراسة الى الدراسات الوصفية (Descriptive Studies) حيث يرتبط مفهوم البحث الوصفي بدراسة واقع الاحداث والظواهر والمواقف والآراء وتحليلها، وتفسيرها بغرض الوصول الى استنتاجات مفيدة، اما لتصحيح هذا الواقع، او تحديثه، او استكمالها، او تطويره، وتمثل هذه الاستنتاجات فهما للحاضر، يستهدف توجيه المستقبل. (3)

وقد استخدمت الباحثات منهج المسح لهذه الدراسة وهو اسلوب في البحث يتم من خلاله جمع المعلومات والبيانات عن ظاهرة ما او حدث او واقع وذلك بقصد التعرف على الظاهرة التي ندرسها وتحديد الوضع الحالي لها والتعرف على جوانب القوة والضعف فيها من اجل معرفة مدى صلاحية هذا الوضع او مدى الحاجة لإحداث تغييرات جزئية او اساسية فيه. (4) والمنهج المسحي هو المنهج المناسب لدراستنا هذه حيث يمكننا من الوصول الى كشف البيانات والمعلومات الخاصة ، ومعرفة اتجاهات الصحفيين بالصحف

الرقمية الخليجية نحو تغريدات قادة الرأي الخليجيين عبر تويتر، والرضا المحقق لديهم من جراء متابعتهم لهؤلاء القادة.

ب- تحديد عينة البحث:

جدول (1)

يبين نوع العينة

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
68.9%	42	ذكر
31.1%	19	انثى
100%	61	المجموع

شمل هذا البحث عينة عشوائية بلغ حجمها ب(61) صحفي من دول الخليج وعاملين بالصحافة الرقمية الذين تفاعلوا من الاستبيان الذي تم وضعه على google forum، حيث كان 68.9% ذكور و31.1% من الاناث.

المجال البحث المكاني:

منطقة الخليج المملكة العربية السعودية، الامارات، البحرين، سلطنة عمان، الكويت.

جدول (2)

يوضح الدول التي ينتمي اليها افراد العينة

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
11.5%	7	الامارات
4.9%	3	البحرين
73.8%	45	السعودية
6.6%	4	سلطنة عمان
3.3%	2	الكويت
100%	61	المجموع

اوضح الجدول رقم (2) بانّ معظم افراد العينة من المملكة العربية السعودية 73.8%، اما من بقية الدول الاخرى بلغت 26.2% وهذا يدل على انّ السعوديين أكثر تفاعلا مع الاعلام الجديد ووسائله المختلفة.

الصفات الديموغرافية لعينة البحث

جدول (3)

يوضح اعمار المبحوثين

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
65.6%	40	40-20
31.1%	19	60-41
3.3%	2	80-61
100%	61	المجموع

تراوحت اعمار ال (20 - 80 عام) حيث كان المبحوثين من الفئة العمرية (40-20) 65.6%، اما من (60-41) 31.1% ، اما ما بين (61 - 80) حوالي 3.3%. وهذا يدل ان معظم افراد العينة من الشباب حيث ان الصحافة الرقمية تجذب للعمل فيها هذه الفئة العمرية.

جدول (4)

يوضح وظائف المبحوثين

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
13.1%	8	رئيس تحرير
6.6%	4	مدير تحرير
9.8%	6	رئيس قسم
55.7%	34	محرر
8.2%	5	مصور
4.9%	3	سكرتير تحرير
0.0%	0	مستشار تحرير
100%	61	المجموع

جدول رقم (4) بين ان معظم المبحوثين من المحررين وذلك بنسبة 55.7%، ورؤساء تحرير 13.1% ورؤساء اقسام 9.8% مصورين 8.2% ، ومديري تحرير 6.6% وسكرتيري تحرير 4.9%.

جدول (5)

المستوى التعليمي للمبحوثين

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
3.3%	2	ثانوي
3.3%	2	دبلوم
80.3%	49	بكالوريوس
13.1%	8	فوق الجامعي
100%	61	المجموع

بين الجدول بانّ اغلبية المبحوثين من حملة البكالوريوس بنسبة 80.3% وفوق الجامعي 13.1% اما من حملة الدبلوم والثانوي بلغت نسبتهم 3.3%.

جدول (6)

طبيعة العمل بالصحيفة

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
27.9%	17	موظف
50.8%	31	متعاون
21.3%	13	متعاقد
100%	61	المجموع

وضح الجدول رقم (6) معظم افراد العينة المتعاملين مع الصحف الالكترونية متعاونين بنسبة 50.8% أما البقية تراوحت طبيعة عملهم بالصحيفة ما بين موظف ومتعاقد.

جدول (7)

سنوات الخبرة العملية لأفراد العينة

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
59.0%	36	اقل من 10 سنوات
24.6%	15	10-20
11.5%	7	21-30
4.9%	3	31 فأكثر
100%	61	المجموع

حيث كانت خبرة العينة الاغلبية اقل من 10 سنوات بنسبة 59%، اما الاكثر من 10 سنوات 41%

المبحث الثاني: تحليل البيانات اولا: اداة الدراسة (استبانة):

من اجل تحقيق اهداف الدراسة تم اعداد استبانة بعد الاطلاع على الادب النظري المتعلق بموضوع الدراسة سواء ما توفر منها في الدوريات او من الكتب والمراجع والدراسات الاخرى وقد تكونت الاستبانة من جزئين الجزء الاول: ويشتمل على فقرات تقيس مدى ودوافع اتجاهات الصحفيين بالصحف الرقمية نحو تغريدات قادة الرأي الخليجيين على تويتر. والجزء الثاني من الاستبيان يشتمل على المعلومات الديموغرافية لعينة مجتمع الدراسة (المستوى التعليمي، العمر، الجنس، الخ)

جدول 1

يوضح امتلاك افراد العينة لحساب في مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
93.4%	57	نعم
6.6%	4	لا
100%	61	المجموع

بين الجدول (1) بانّ 93.4% من افراد العينة يمتلكون حسابات في مواقع التواصل الاجتماعي بينما 6.6% فقط لا يمتلكون حسابات ويدل ذلك على اهتمام الصحفيين بمواقع التواصل الاجتماعي.

جدول 2

يبين مدى متابعة المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
75.4%	46	دائما
23.0%	14	احيانا
1.6%	1	لا اتابع
100%	61	المجموع

يوضح الجدول رقم (2) بانّ المبحوثين يتابعون مواقع التواصل الاجتماعي دائما وظهر ذلك بنسبة 75.4% بينما بلغت نسبة الذين يتابعون احيانا 23%، بينما بلغت نسبة الذين يتابعون 1.6% ، معنى ذلك بانّ 98.4% من الصحافيين العاملين في الصحف الرقمية الخليجية يتابعون مواقع التواصل بصفة مستمرة.

جدول 3

يوضح مواقع التواصل الاجتماعي مصدر لمحتوى الصحف الرقمية

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
38.3%	23	فيسبوك
80.3%	49	تويتر
50.8%	31	واتس اب
29.5%	18	انستجرام
19.7%	12	أخرى
100%	133	المجموع

بين الجدول رقم (3) بأن أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتبرها افراد العينة مصدرا لمحتوى الصحف الالكترونية تويتر بنسبة 80.3%، يليه الواتس بنسبة 50.8%، والانستجرام بنسبة 29.5% اما بقية المواقع بلغت نسبتها 19.7%، نتوصل من ذلك بأن تطبيق تويتر اكثر مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة من قبل الصحفيين العاملين بالصحف الرقمية الخليجية من اجل الحصول على المحتوى.

جدول 4

يبين المدة التي يقضيها المبحوثين في متابعة مواقع التواصل الاجتماعي يوميا

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
19.7%	12	اقل من ساعتين
32.8%	20	ما بين (2-4) ساعات
47.5%	29	أكثر من 4 ساعات
100%	61	المجموع

جدول رقم (4) بأن المدة التي يقضيها المبحوثين في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي لمدة أكثر من 4 ساعات 47.5%، اما الذين متابعتهم ما بين (2 - 4) ساعات بنسبة 32.8%، بينما الاقل من ساعتين بأن 19.7%. ومن ذلك يتبين ان معظم الصحفيين العاملين بالصحف الالكترونية يتابعون مواقع التواصل الاجتماعي يوما أكثر من 4 ساعات.

جدول (5)

يوضح المدة يقضيها المبحوثين في تصفح تويتر يوميا

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
60.7%	37	اقل من ساعتين
29.5%	18	ما بين (2-4) ساعات
9.8%	6	أكثر من ذلك
100%	61	المجموع

يوضح الجدول رقم (5) بأن أفراد العينة يقضون اقل من ساعتين وذلك بنسبة 60.8% بينما الذين يقضون بين (2-4) ساعات يوميا حوالي 29.5% بينما يقضي 9.8% اكثر من 4 ساعات في تصفح تويتر، لكن الجدول السابق وضع العدد الاكبر من افراد العينة يقضون اكثر من 4 ساعات في تصفح مواقع التواصل الاجتماعيّ معنى ذلك بأنّ زمنهم موزع ما بين مواقع التواصل الاجتماعيّ لهذا ظهرت نسبة المتابعة لكل مواقع التواصل الاجتماعيّ اكثر من 4 ساعات

جدول 6

يبين ما مدى متابعة المبحوثين لتغريدات قادة الرأي عبر تويتر

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
34.4%	21	دائما
45.9%	28	احيانا
19.7%	12	لا اتابع
100%	61	المجموع

بين الجدول رقم (6) بأنّ الصحفيين بالصحف الرقمية الخليجية يتابعون تويتر كانت 80.3% مقسمة ما بين الذين يتابعون احيانا بنسبة 45.9%، بينما الذين يتابعون بصفة دائمة 34.4%، اما الذين لا يتابعون بلغت نسبتهم 19.7%، ويتضح من السياق السابق بأنّ نسبة متابعة الصحفيين لتويتر بلغت 80.3%.

جدول 7

يوضح ثقة المبحوثين بتغريدات قادة الرأي الخليجيين على تويتر

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
23.0%	14	اثق بدرجة كبيرة

32.8%	20	اثق بدرجة قليلة
32.8%	20	محايد
6.6%	4	لا اثق بها
4.9%	3	لا اثق بها بشدة
100%	61	المجموع

يوضح الجدول رقم (7) بأنه تساوت نسبة الذين يتقون في تغريدات قادة الرأي بدرجة كبيرة 23% اما من يتقون بدرجة اقل والمحايدين 32.8% ، ويبين ذلك بأن الذين يتقون 55.8% حيث بلغت نسبة الذين لا يتقون 11.5 ، نتوصل من ذلك بأن الصحفيين موضع الدراسة العاملين بالصحافة الرقمية الخليجية يتقون في تغريدات قادة الرأي عبر تويتر .

جدول 8

طبيعة تعامل افراد العينة مع قادة الرأي عبر تويتر

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
60.7%	37	متابعة الاخبار
29.5%	18	متابعة افكارهم وآرائهم
0.0%	0	التواصل معهم كالأصدقاء
9.8%	6	الترفيه والتسلية
100%	61	المجموع

يبين الجدول (8) بأن افراد العينة يتابعون قادة الرأي عبر تويتر من اجل الحصول على الاخبار وظهر ذلك بنسبة 60.7% بينما 29.5 يتابعون افكار واء قادة الرأي و9.8% بغرض الترفيه والتسلية، ولا يتواصل افراد العينة مع قادة الرأي عبر تويتر كأصدقاء.

جدول 9

يوضح مدى اعتماد على تغريدات قادة الرأي كمصدر للأخبار

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
24.6%	15	اعتمد دائما
41.0%	25	اعتمد احيانا
18.0%	11	محايد
11.5%	7	لا اعتمد عليها

لا اعتمد مطلقا	3	4.9%
المجموع	61	100%

يوضح الجدول (9) بأن 65.6% يعتمدون على تغريدات قادة الرأي كمصدر للأخبار و16.4% لا يعتمدون عليها كمصدر للأخبار بينما كان 18% اجاباتهم محايدة.

جدول (10)

يحدد اتجاه افراد العينة نحو تعزيز تغريدات قادة الرأي لمصادقية الصحافة الرقمية

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
21.3%	13	اوافق بشدة
47.5%	29	اوافق
19.7%	12	لا رأي لي
9.8%	6	لا اوافق
1.6%	1	لا اوافق بشدة
100%	61	المجموع

ويعتبر افراد العينة تغريدات قادة الرأي كمصدر لأخبار تعزز مصداقية الصحافة الالكترونية وظهر ذلك بنسبة 68.8% حيث الذين يوافقون 47.5% اما الذين يوافقون بشدة 21.3% وذلك ما اوضحه الجدول رقم (10) اما الجدول رقم (11) بين بأن المبحوثين يرون ان تغريدات قادة الرأي تمثل اخبارا ذات قيمة عالية وذلك بنسبة 77% بينما يرى 11.4% يرون انها غير ذات فائدة

جدول (11)

يوضح اتجاه المبحوثين نحو تشكيل تغريدات قادة الرأي اخبارا ذات قيمة عالية

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
29.5%	18	اوافق بشدة
47.5%	29	اوافق
11.5%	7	لا رأي لي
9.8%	6	لا اوافق
1.6%	1	لا اوافق بشدة
100%	61	المجموع

جدول (12)

يوضح مخاطبة قادة الرأي عبر تويتر تحقق السبق الصحفي

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
34.4%	21	اوافق بشدة
39.3%	24	أوافق
18.0%	11	لا رأي لي
8.2%	5	لا أوافق
0.0%	0	لا اوافق بشدة
100%	61	المجموع

ولكن يعتقد افراد العينة بانّ تويتر يمثل تحديا للصحافة الرقمية فيما يتصل بالسبق الصحفي حيث وافق على ذلك 39.3% ووافق بشدة 34.4%، اذن الذين يوافقون على ذلك 73.7% اما الذين يرون أنّها لا تمثّل تحديا بلغت نسبتهم 8.2%. بل يرى المبحوثين انّ تغريدات قادة الرأي العام عبر تويتر تساعد في الاطلاع على الاحداث حيث بين الجدول رقم (13) حيث وافقوا 47.55% والوافقوا بشدة 41% اذن الموافقون على ذلك 88.5%

جدول (13)

يوضح مساعدة تغريدات قادة الرأي في الاطلاع على الاتباء والاحداث

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
41.0%	25	اوافق بشدة
47.5%	29	اوافق
6.6%	4	لا رأي لي
3.3%	2	لا اوافق
1.6%	1	لا اوافق بشدة
100%	61	المجموع

يوافق 47.5% من المبحوثين بانّ تغريدات قادة الرأي تساعد الصحفيين في الاطلاع على الاتباء والاحداث بينما 41% يوافقون على ذلك بشدة وبدل ذلك على انّ 88.5% من افراد العينة يرون انّ تويتر يساعدهم في الاطلاع على الاتباء والاحداث في حين انّ الذين لا يوافقون على هذا الرأي 4.9% من المبحوثين اما المحايدون 6.6%.

مدى ثقة عينة الدراسة في تغريدات قادة الرأي:

بينت الدراسة بأن الصحفيين العاملين في الصحافة الالكترونية في الخليج يعتمدون على تغريدات قادة الرأي على تويتر ومن خلال الدراسة وقفت الباحثة على مدى ثقتهم في هذه التغريدات والى اي مدى تتمتع التغريدات بالمصداقية

جدول 14

يوضح اتجاه المبحوثين نحو مصداقية تغريدات قادة الرأي

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
16.4%	10	اوافق بشدة
41.0%	25	اوافق
27.9%	17	لا رأي لي
9.8%	6	لا اوافق
4.9%	3	لا اوافق بشدة
100%	61	المجموع

يبين الجول رقم (14) بأن المبحوثين يصدقون في تغريدات قادة الرأي الخليجيين بنسبة 41% بينما 16.4% يوافقون بشدة اذن مجموع الذين يصدقون في تغريدات قادة الرأي 57.4% بينما الذين لا يصدقون 14.7% يتضح من ذلك ان الصحفيين الذين يعملون بالصحف الرقمية الالكترونية يصدقون تغريدات القادة.

جدول 15

يبين اتجاه المبحوثين نحو ضرورة التأكد من صحة مواقع القادة الخليجيين

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
47.5%	29	اوافق بشدة
32.8%	20	اوافق
13.1%	8	لا رأي لي
4.9%	3	لا اوافق
1.6%	1	لا اوافق بشدة
100	61	المجموع

الجدول رقم (14) يبين بانّ 47.5% يوافقون بشدة على ضرورة التأكد من صحة مواقع القادة الخليجيين و32.8% يوافقون، 80.3% يؤكدون على ضرورة التأكد من مواقع قادة الراي الخليجيين بينما 6.5% لا يوافقون

جدول 16

حدد اتجاه المبحوثين عدم نشر المعلومات عند الارتياح في صحتها

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
54.1%	33	اوافق بشدة
27.9%	17	أوافق
11.5%	7	لا راي لي
4.9%	3	لا أوافق
1.6%	1	لا اوافق بشدة
100%	61	المجموع

ويري المبحوثين بانّه في حالة الارتياح من المعلومات الواردة من قادة الراي عبر تويتر يجب عدم نشرها حيث وافق على ذلك بشدة 54.1% ووافق 27.9% على ذلك اذن مجموع الموافقين على ذلك 82% من افراد العينة بينما 6.5% لا يوافقون.

تغريدات قادة الراي الخليجيين ومحتوى الصحافة الالكترونية

المتابع لتغريدات قادة الراي على تويتر يجدها تشمل جميع المجالات السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية والرياضية حيث وجدت الباحثة بانّه في كل مجال يوجد قادة راي يبين الجدول رقم (17) بانّ 52.5% من افراد العينة تشدهم التغريدات السياسية، ثم الاجتماعية بنسبة 29.5% ثم الاقتصادية ثم بقية اأنواع التغريدات. وعموما يرى المبحوثين كما اوضح الجدول رقم (17) بانّ تغريدات قادة تحتوي على موضوعات تسحق المتابعة حيث وافق على ذلك 49.2% والموافقون بشدة 24.6% مما يعني انّ مجموع الموافقين 73,8% بينما 11.4% لا يوافقون والذين لا راي لهم 14.8%.

جدول 17

يبين نوع التغريدات التي تشد انتباه افراد العينة

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
3.3%	2	رياضية
29.5%	18	اجتماعية
9.8%	6	اقتصادية
52.5%	32	سياسية
4.9%	3	أخرى
100%	61	المجموع

ويوضح الجدول رقم (18) بأن 49.2% من المبحوثين بأن تغريدات قادة الرأي على تويتر تحتوي على موضوعات تستحق المتابعة بينما 24.6% يوافقون بشدة بذلك وجدت الباحثة 73.3% من افراد العينة يوافقون على انّ التغريدات تحتوي على موضوعات تستحق المتابعة بينما الذين لا يوافقون 11.4% و 14.8% لا راي لهم

جدول 18

ويرى المبحوثين بأن تغريدات قادة الرأي تحتوي على مواضيع تستحق المتابعة

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
24.6%	15	اوافق بشدة
49.2%	30	اوافق
14.8%	9	لا راي لي
9.8%	6	لا اوافق
1.6%	1	لا اوافق بشدة
100%	61	المجموع

ويبين الجدول رقم (19) انّ 72.1% افراد العينة من الصحفيين العاملين بالصحف الرقمية الخليجية استفادوا من تغريدات قادة الرأي، وذكر 24.6% بأن الاستفادة كانت الى حد ما و 3.3% لا يستفيدون بل بين

الجدول رقم (20) بانّ 78.7% بانّ تغريدات قادة الرأي الخليجيين لها تأثير في محتوى الصحافة الرقمية الالكترونية. أضاف الى ذلك أنّ 73.8% كما يوضح الجدول رقم (21) أنّ آراء وافكار هؤلاء القادة الخليجيين تؤثر في محتوى الصحافة الالكترونية.

جدول 19

رأي المبحوثين في مدى استفادة الصحافة الرقمية من تغريدات قادة الرأي

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
72.1%	44	نعم
24.6%	15	الى حد ما
3.3%	2	لا
100%	61	المجموع

جدول 20

يحدد اتجاه المبحوثين تأثير تغريدات قادة الرأي في محتوى الصحافة الرقمية الخليجية

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
26.2%	16	اوافق بشدة
52.5%	32	أوافق
11.5%	7	لا رأي لي
3.3%	2	لا أوافق
6.6%	4	لا اوافق بشدة
100%	61	المجموع

جدول 21

يوضح اتجاه المبحوثين نحو تأثير افكار و آراء قادة الرأي الخليجيين في محتوى الصحافة الرقمية

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
21.3%	13	اوافق بشدة
52.5%	32	أوافق
19.7%	12	لا رأي لي

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
%4.9	3	لا اوافق
%1.6	1	لا اوافق بشدة
%100	61	المجموع

العوامل التي ساعدت على انتشار استخدام تويتر في الخليج

جدول (22)

تحديد المبحوثين للعوامل التي ساعدت على انتشار استخدام تويتر في الخليج

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
%63.9	39	سهولة انتقال المعلومة
%62.3	38	سرعة الوصول للخبر دون تعقيدات
%16.4	10	غياب الرقابة على نشر الاخبار
%42.6	26	اعتبار تويتر الاكثر استخداما من قادة الرأي
%23.0	14	التنوع وتعدد الاستعمالات
%34.4	21	حاضنة لشخصيات مؤثرة ونافذة
%36.1	22	استخدام الهاشتاج #
%100	170	المجموع

يرى المبحوثين بأن هنالك العديد من العوامل التي ساعدت على انتشار استخدام تويتر في دول الخليج على حسب درجة اهميتها

1. سهولة انتقال المعلومة
2. سرعة الوصول للخبر دون تعقيدات
3. اعتبار تويتر الاكثر استخداما من قادة الرأي
4. استخدام الهاشتاج #
5. حاضنة لشخصيات مؤثرة ونافذة
6. التنوع وتعدد الاستعمالات
7. غياب الرقابة على نشر الاخبار

جدول 23

يحدد اتجاه المبحوثين نحو تحقيق التغريدات للترابط والتقارب ما بين الصحفيين والقادة

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
31.1%	19	اوافق بشدة
50.8%	31	اوافق
11.5%	7	لا راي لي
1.6%	1	لا اوافق
4.9%	3	لا اوافق بشدة
100%	61	المجموع

بين الجدول رقم (21) أنّ تغريدات قادة الرأي قد حققت التقارب بين قادة الرأي والصحفيين وظهر ذلك بنسبة 50.8% و 31.1% اذن والموافق على ذلك 81.9% من المبحوثين والذين لا يوافقون 6.5%.

جدول 24

يوضح اتجاه افراد العينة نحو تسهيل تويتر للصحفيين الوصول لقادة الرأي في دول الخليج

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
37.7%	23	اوافق بشدة
41.0%	25	اوافق
16.7%	10	لا راي لي
3.3%	2	لا اوافق
1.6%	1	لا اوافق بشدة
100%	61	المجموع

يوضح الجدول (22) حيث وافق 41% من افراد العينة على أنّ تويتر يسهل من عملية وصول الصحفيين بالصحف الرقمية الى قادة الرأي و 37.7% وافق بشدة اذن 78.7% يرون أنّ تويتر يسهل ووصول الصحفيين لقادة الرأي بينما 4.9% يرون غير ذلك.

جدول 25

يبين اتجاه أفراد العينة نحو زيادة تغريدات قادة الرأي من حصيلة الصحفيين المعرفية

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
21.3%	13	اوافق بشدة
36.1%	22	أوافق
19.7%	12	لا راي لي
19.7%	12	لا أوافق
3.3%	2	لا اوافق بشدة
	61	المجموع

الجدول رقم (23) يبين بأنّ تغريدات قادة الرأي عبر تويتر قد زادت من حصيلة افراد العينة من حصيلتهم المعرفية وظهر ذلك بنسبة 36.1% و 21.3% يوافقون بشدة اي 57.4% بينما 23% لا يوافقون على ذلك و 19.7% لا راي لهم.

الخاتمة

أولاً: النتائج الوصفية

1. أنّ حجم شريحة المتابعين لهؤلاء المشاهير من «قادة الرأي» الجدد تختلف باختلاف عدد مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعيّ بين دولة واخرى.
2. أحدث تويتر هاشتقاته وجدل اجتماعيّ وقدم للباحثين والمراقبين مادة ثرية للدراسة والاستنتاج والتحليل.
3. أحدث تويتر تغييراً في المشهد الخليجي ساعدت طبيعة تويتر وسرعته في صناعة خطابه وحرية الخاصة وأصبح خلال أشهر معدودة من اقوى المؤثرات في توجيه الرأي العام واصبح ميداناً تلتقي فيه مختلف وسائل الاعلام مع النخب الفكرية والاعلامية والدينية وجمهور واسع من مختلف شرائح المجتمع
4. تويتر كان له أثر كبير في كسر الحواجز بين الناس على كل مستوياتهم ورغم اختلاف توجهاتهم
5. اصبحت التغطيات الاعلامية لكثير من الاحداث اعتبره الكثير مصدرا رئيسا لمعرفة الاحداث.

6. دخول الكثير من الشخصيات المعروفة الى تويتر وبدء تعاملهم معه كمنصة رئيسة لطرح آرائهم حول القضايا التي تدور في المجتمع، وسرعة تناقل المعلومة وسهولة النقاش اعطى تويتر المزيد من الشعبية.
7. اعتبر الكثير تويتر مصدرا رئيسا لمعرفة الاحداث، الى درجة ان الصحف الرسمية بدأت في النقل من تويتر
8. وكسر كذلك هيبة الاعلام التقليدي الذي كان يروج لشخصيات معينة ومحددة ومدعومة وأسقط حصانة الكثير من الاشخاص ذوي النفوذ والسلطة
9. تويتر اجبر الاعلام على التعاطي معه كمنصة للتفاعل والاطلاع على الرغم من كونه لم يرق لان يصبح مصدرا موثوقا للمعلومة للبعض.
10. تحول تويتر الى اداة حية وحيوية يتبادل فيها الخليجيون الآراء ووجهات النظر، ويترجون القضايا التي تهمهم ويعبرون فيها عن مواقفهم السياسية والاجتماعية والرياضية بشكل لم يسبق له مثيل من قبل.

اولا: النتائج الكمية

1. معظم العاملين بالصحافة الرقمية من الشباب حيث بلغت نسبتهم 65.6%
2. اغلبية المبحوثين من حملة البكالوريوس بنسبة 80.3% وفوق الجامعي 13.1% اما من حملة الدبلوم والثانوي بلغت نسبتهم 3.3%.
3. % من افراد العينة يمتلكون حسابات في مواقع التواصل الاجتماعي بينما 6.6% فقط لا يملكون حسابات ويدل ذلك على اهتمام الصحفيين بمواقع التواصل الاجتماعي
4. ان 98.4% من الصحافيين العاملين في الصحف الرقمية الخليجية يتابعون مواقع التواصل بصفة مستمرة.
5. أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتبرها افراد العينة مصدرا لمحتوى الصحف الالكترونية تويتر بنسبة 80.3%
6. بان الصحفيين بالصحف الرقمية الخليجية يتابعون تويتر كانت 80.3% مقسمة ما بين الذين يتابعون احيانا بنسبة 45.9%، بينما الذين يتابعون بصفة دائمة 34.4%
7. الذين يتقنون في تغريدات قادة الرأي بدرجة كبيرة 23% اما من يتقنون بدرجة اقل والمحايدين 32.8%، ويبين ذلك بان الذين يتقنون 55.8%

8. الذين يصدقون تغريدات قادة الرأي 57.4% بينما الذين لا يصدقون 14.7% يتضح من ذلك أنّ الصحفيين الذين يعملون بالصحف الرقمية الالكترونية يصدقون تغريدات القادة.
9. بأنّ افراد العينة يتابعون قادة الرأي عبر تويتر من اجل الحصول على الاخبار وظهر ذلك بنسبة 60.7%.
10. ويعتبر افراد العينة تغريدات قادة الرأي كمصدر للأخبار تعزز مصداقية الصحافة الالكترونية وظهر ذلك بنسبة 68.8%
11. وجدت الباحثة 73.3% من افراد العينة يوافقون على أنّ التغريدات تحتوي على موضوعات تستحق المتابعة.
12. يعتقد افراد العينة بأنّ تويتر يمثل تحديا للصحافة الرقمية فيما يتصل بالسبق الصحفي بنسبة 73.7%.
13. أنّ 88.5% من افراد العينة يرون أنّ تويتر يساعدهم في الاطلاع على الاتباء والاحداث.
14. 80.3% يؤكدون على ضرورة التأكد من مواقع قادة الرأي الخليجيين.
15. 78.7% بمن افراد العينة يرون أنّ تغريدات قادة الرأي الخليجيين لها تأثير في محتوى الصحافة الرقمية الالكترونية
16. بأنّ افراد العينة تشدهم التغريدات السياسية 52.5% ثم الاجتماعية بنسبة 29.5% ثم الاقتصادية ثم بقية أنواع التغريدات
17. حيث بين افراد العينة من الصحفيين العاملين بالصحف الرقمية الخليجية حيث بين 72.1% استفادتهم من تغريدات قادة الرأي
18. أنّ تغريدات قادة الرأي قد حققت التقارب بين قادة الرأي والصحفيين وظهر ذلك بنسبة 50.8% و 31.1% اذن والموافق على ذلك 81.9%
19. 78.7% يرون أنّ تويتر يسهل ووصول الصحفيين لقادة الرأي
20. بأنّ تغريدات قادة الرأي عبر تويتر قد زادت من حصيلة افراد العينة من حصيلتهم المعرفية وظهر ذلك بنسبة 36.1% و 21.3% يوافقون بشدة اي 57.4%

ثانياً: التوصيات

1. ضرورة التأكد من صحة المعلومات الواردة عبر تغريدات قادة الرأي عبر تويتر.
2. الاستفادة من تغريدات قادة الرأي عبر تويتر كمصدر للأخبار ولكن يجب أنّ الا يكون ذلك على حساب المصادر الاخرى.

3. ضرورة الاهتمام بتغريدات قادة الرأي في كافة المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والرياضية.
4. يجب ان يعمل الصحفيين العاملين في الصحافة الالكترونية من اجل القضاء على المظاهر السالبة الناتجة من استخدام بعض قادة الرأي بطريقة خاطئة.
5. اهمية التعامل بحذر مع هذه التغريدات والتأكد من نوايا من يطلقونها.
6. على الصحفيين اخذ الآراء والافكار التي تؤدي الى تنمية المجتمع الخليجي وتطوره والابتعاد عن الافكار الهدامة.
7. يمكن الاستفادة من تويتر في تقريب وجهات النظر ما بين القادة والجمهور.
8. يجب اجراء بحوث ودراسات للوقوف على ما يريده الجمهور الخليجي من قادة الرأي ومعرفة رأيهم حمل ما يطلقونه من تغريدات.

المراجع والمصادر

1. [متصل] <http://nama-center.com/ActivitieDatials.aspx?id=345>.
2. [متصل] <https://www.linkedin.com/pulse/digital-2017-global-overview-simon-kemp>.
3. محمد منير حجاب. اساليب البحوث الاعلامية والاجتماعية. ط2. القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003. صفحة 87.
4. ذوقان عبيدات و اخرون، واخرون، البحث العلمي مفهومه وادواته واساليبه. الطبعة السادسة. عمان : دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، 1998م. صفحة 237.
5. شاهيناز طلعت، وسائل الاعلام والتنمية الاجتماعية. (تنسيق رقمي). ميتشيغان : جامعة ميتشيغان، 2006. صفحة 29.
6. سعود محمد النمر و اخرون. الادارة العامة: الاسس والوظائف. صفحة 316.
7. [متصل] <http://www.alukah.net/culture/0/49952/#ixzz50tbYQgmw>.
8. [متصل] <https://ar.wikipedia.org/wiki>.
9. [متصل] <http://www.alukah.net/culture/0/26591/#ixzz50ta0NgfO>.
10. علي محمد بن فتح محمد. مواقع التواصل الاجتماعي واثارها الاخلاقية والقيمية مذكرة تخرج ماجستير قسم الدعوة والثقافة الاسلامية. الصفحات 24، 25.
11. خالد غسان يوسف المقدادي. ثورة الشبكات الاجتماعية. ط1. الاردن : دار النفائس للنشر، 2013. صفحة 24.
12. ليلي احمد جرار. الفيسبوك والشباب العربي. مكان غير معروف : مكتبة الفلاح، 2012. الصفحات 37، 38.
13. استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي. زاهر رامي. 15، عمان : جامعة عمان الاهلية، 2003، مجلة التربية، صفحة 23.
14. عباس مصحفى صادق. الاعلام الجديد. مكان غير معروف : البوابة العربية لعلوم الاعلام والاتصال، 2011. صفحة 09.
15. محمد المنصور. "تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين"، رسالة ماجستير في الاعلام والاتصال. مكان غير معروف : مجلس كلية الاداب و التربية، الاكاديمية العربية في الدنمارك، 2012.
16. عادل امينة و هبة خليفة. الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على الاخصائي و المكتبة، دراسة شاملة للتواجد و الاستخدام لموقع http://eleagpt.com/downloads/2009/amina_heba.doc.2013/1/3. [متصل]



17. ويكيبيديا الموسوعة الحرة. [متصل]

18. [متصل] <http://www.alayam.com/Article/alayam-article>

واقع استخدام الأكاديميين في الجامعات الخاصة البحرينية للنشر الإلكتروني على شبكة الانترنت

وتأثيره على النتاج العلمي

د. أحمد محمد طوالبه

الجامعة الخلية - مملكة البحرين

أولاً: المقدمة

بات البحث العلمي الركيزة الأساسية لقياس تقدم أي دولة أو أي مؤسسة، وهو من أهم المعايير الذي يقاس بها مدى التقدم والتطور فب المجتمعات، فأصبحت الدول المتقدمة هي التي تحتل مركز الريادة في مجال الأبحاث العلمية، فمن يملك معلومة أولاً يكون هو المسيطر، خاصة في المجتمع الحالي أو البيئة التي نعيشها والتي تتميز بالسرعة والدقة والحدثة والتجديد المستمر، إذ أصبحت الأبحاث والاختراعات تظهر بسرعة فائقة تقدر بالثواني، ما جعل البحث العلمي يتغير وتتغير متطلباته ومقوماته. (عميمور: 2012، ص. 149)

إن ظهور ما يعرف بالبيئة الإلكترونية الرقمية، أدى إلى تغيير الكثير في جوانب الحياة اليومية، حيث أصبح التعامل مع الرقميات أمر ضروري وحتمي لقضاء حوائجنا في جميع المجالات .

ومن يشكل النشر الإلكتروني رافداً مهماً من روافد المعلومات التي تلبي احتياجات الباحثين الأكاديميين تستخدم في البحث العلمي

جاءت هذه الدراسة للتعرف على دور النشر الإلكتروني على شبكة الانترنت ومساهمتها في تعزيز النتاج العلمي لدى الأكاديميين في الجامعات الخاصة في مملكة البحرين من طرف الأكاديميين الباحثين، والوقوف على مدى استعمالها والعوامل المثرة في هذا الاستخدام

من خلال هذه الدراسة حاول الباحث تسليط الضوء على واقع ودور النشر الإلكتروني على شبكة الانترنت ومعرفة، ومدى استفادة الأكاديميين منه في اعداد بحوثهم في تعزيز المكتبات الجامعية في البيئة الإلكترونية، وكذلك معرفة مدى استفادة الباحثين من هذه المكتبات في إعداد بحوثهم والتعرف على كيفية مساهمة هذه المكتبات في إثراء البحث العلمي وتطويره بالإضافة إلى معرفة السبل التي من شأنها تمكين هذه المكتبات من المحافظة على مكانتها ودورها في خدمة البحث العلمي في البيئة الإلكترونية .

ثانياً: مشكلة الدراسة

في ظل التطورات المتسارعة في المجال تقنيات المعلومات الذي يشهده عالمنا الحالي حتم على الأكاديمي مواصلة التعلم والتطوير المهني والتدريب واكتساب المزيد من المهارات التعليمية لمواكبة التغيرات والمستجدات التي تطراً على العمل الأكاديمي عن طريق التدريس او البحث العلمي أو التعلم الذاتي.

وتأتي مشكلة الدراسة في التحقق من مدى استخدام الأكاديميين في الجامعات الخاصة البحرينية للنشر الإلكتروني وتأثير ذلك الاستخدام على النتاج العلمي الأكاديمي بوصفه ركيزة أساسية في المخرج التعليمي

تاسعاً: تساؤلات الدراسة

- 1- مدى استخدام الأكاديميين في الجامعات الخاصة البحرينية للنشر الإلكتروني العلمي على شبكة الإنترنت.
- 2- دوافع استخدام الأكاديميين في الجامعات الخاصة البحرينية للنشر الإلكتروني على شبكة الانترنت.
- 3- أنماط استخدام الأكاديميين في الجامعات الخاصة البحرينية لمصادر النشر الإلكتروني المختلفة على شبكة الانترنت.
- 4- معوقات استخدام الأكاديميين في الجامعات الخاصة البحرينية للمكتبة الإلكترونية عبر الإنترنت.
- 5- أسباب عدم استخدام الأكاديميين للنشر الإلكتروني على شبكة الانترنت لغايات البحث العلمي.
- 6- تأثير استخدام النشر الإلكتروني على شبكة الانترنت على النتاج العلمي.
- 7- مدى مساهمة الجامعات الخاصة البحرينية في توفير النشر الإلكتروني للأكاديميين.

ثالثاً: اهداف الدراسة

سعت الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- معرفة مدى استخدام الأكاديميين للمنشورات الإلكترونية (الكتب والدوريات العلمية والصحف.. الخ) المتاحة على شبكة الإنترنت.
- معرفة مدى استفادة الأكاديميين في الجامعات الخاصة البحرينية من الدراسات والأبحاث العلمية الإلكترونية العليا من الخدمات التي تقدمها المكتبة الإلكترونية عبر الإنترنت.
- معرفة أسباب استخدام الأكاديميين في الجامعات الخاصة البحرينية للمنشورات الإلكترونية على شبكة الانترنت.
- معرفة أنماط ودوافع استخدام الأكاديميين في الجامعات الخاصة البحرينية في الاطلاع على المصادر العلمية المختلفة على شبكة الانترنت.
- معرفة العقبات والصعوبات التي تحول دون استخدام الأكاديميين في الجامعات الخاصة البحرينية للمكتبة الإلكترونية عبر الإنترنت.
- معرفة العلاقة بين مستوى الخبرة ومدى استخدام الأكاديميين في الجامعات الخاصة البحرينية للمنشورات الإلكترونية على شبكة الانترنت.
- معرفة العلاقة بين مستوى الخبرة وتأثيره على النتاج العلمي

رابعاً: أهمية الدراسة

تأتي أهمية الدراسة ومبررات اختياره من عد أسباب وهي:

- الوقوف على الدور الذي يلعبه النشر الإلكتروني في خدمة البحث العلمي
- الحاجة الى دراسات تبرز معوقات ومشكلات استخدام النشر الإلكتروني على الانترنت في البحث العلمي
- نتائج الدراسة قد ستساعد الباحثين والقائمين على البحث العملي في مؤسسات التعليم العالي على التعرف المعوقات والصعوبات التي تواجه الأكاديميين بهدف وضع الحلول وتحسين الخدمات البحثية المقدمة لهم

خامساً: منهج الدراسة

اعتمد الباحث المنهج الوصفي التحليلي لملاءمته طبيعة هذه الدراسة وأغراضها .

سادساً: مفاهيم والتعريفات الإجرائية للدراسة

النشر الإلكتروني: كل شكل من اشكال توفير المعلومات العلمية بشكل الإلكتروني وفوري وتم وبثها على شبكة الإنترنت.

النتاج العلمي: ويقصد به نتيجة مجهود ذهني فكري منظم يقوم به عضو هيئة التدريس في الجامعات الخاصة، يهدف الى دراسة الظواهر والمشكلات وتفسيرها باستخدام المنهج العلمي بغية تنمية المجتمعات وتطويره.

الأكاديميين: ويقصد بهم كل من حصل على درجة علمية من مستوى الماجستير او الدكتوراه من الذكور او الاناث ممن ينتمون الى جنسيات وثقافات مختلفة، ويقومون بالتدريس في إحدى الجامعات الخاصة البحرينية ضمن الحدود الزمنية لأجراء الدراسة.

سابعاً: الدراسات السابقة

1. دراسة أثر استخدام الكتب الإلكترونية على تنمية التفكير الإبداعي والاتجاه نحو استخدام

الحاسوب في تعلم الأحياء لدى طلاب الصف الثاني ثانوي بمدينة الرياض- مجلة جامعة صنعاء

للعلوم التربوية والنفسية. (الشائع، شينان 2009)²

2. دراسة العيد (2008) بعنوان (مدى استفادة طالبات الدراسات العليا من المكتبة الإلكترونية

لتعزيز البحث العلمي)³

تهدف الدراسة الى التعرف على مدى استفادة طالبات الدراسات العليا من مصادر المعلومات كالكتب والدوريات العلمية والصحف والمنشورة عبر الانترنت كذلك مدى الاستفادة من الخدمات التي تقدمها المكتبات الإلكترونية والصعوبات التي تحول دون استخدام الطالبات للمعلومات التي تقدمها المكتبات

الإلكترونية عبر الأنترنت. وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي عن طريق تطبيق الاستبانة حيث اقتصرت عينة الدراسة على طالبات كليات العلوم الانسانية في الجامعة والبالغ عددهن (1250) طالبة منتظمة) وقد خلصت الدراسة الى عدد من النتائج من أهمها:
ان معظم طالبات الدراسات العليا بجامعة الملك سعود استقن من الخدمات التي تقدمها المكتبة الإلكترونية عبر الإنترنت بنسبة 70.8%. كذلك بينت الدراسة وجود علاقة طردية بين مستوى الخبرة في استخدام الحاسب الآلي ومدى استخدام طالبات الدراسات العليا للمكتبة الإلكترونية حيث كلما زادت الخبرة في استخدام الحاسب الآلي كلما زاد استخدام المكتبة الإلكترونية.

3. دراسة رزيقة (2015) بعنوان (استخدام الأنترنت في البحث العلمي لدى الطالب الجامعي)⁴
هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى " استخدام الأنترنت في البحث العلمي لدى الطالب الجامعي " من خلال دراسة العادات ودوافع الاستخدام ثم الاشباعات المحققة من هذا الاستخدام وقد طبقت الدراسة على عينه من الطلبة تمثلت في 35 طالب من تخصص البيولوجيا أولى ماستر إجمالي 140 طالب و 48 طالب أولى ماستر من تخصص تكنولوجيا الاتصال الحديثة من إجمالي 193 طالب وكانت عينة الدراسة قصديه وتم أخذ نسبة 25 بالمائة من كل تخصص الدراسة واستخدم الباحث في هذه الدراسة منهج البحث الميداني والمنهج المقارن حيث خلصت الدراسة الى عدداً من النتائج من أهمها:

• إن ما نسبته 71.1% من طلبة التخصصين في العينة يستخدمون الأنترنت بدافع إنجاز بحوثهم العلمية، ويفسر الاستخدام الكبير لهذه الوسيلة في البحث العلمي هو الكم الهائل الذي توفره من المعلومات لطلبة مع اختلاف المصادر وتعددتها.

4. دراسة عميمور (2012) بعنوان "المكتبات الجامعية ودورها في تطوير البحث العلمي في ظل البيئة الإلكترونية".⁵

تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على دور المكتبات الجامعية في البيئة الإلكترونية ومعرفة مدى استفادة هذه المكتبات منها في إعداد بحوثهم بالإضافة إلى التعرف على كيفية مساهمة هذه المكتبات في اثراء البحث العلمي وتطويره ومعرفة أهمية هذه المكتبات بالنسبة للباحثين ومدى استعمالهم لمواردها واعتمادهم عليها في إعداد بحوثهم العلمية . وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي حيث طبقت الدراسة على عينة من الأساتذة الباحثين في جامعة جيجل حيث قدر عدد الباحثين بـ 217 أستاذ باحث موزعين حسب تخصصاتهم. وقد خلصت الدراسة الى عدد من النتائج من اهمها: مساهمة المكتبات الجامعية في تطوير البحث العلمي في ظل البيئة الإلكترونية من خلال ما يقدمه المكتبي من خدمات . بالإضافة الى عدم إدخال تكنولوجيا المعلومات في جميع الأنشطة والخدمات في المكتبات الجامعية .

5. دراسة كاظم ومصحب (2013) بعنوان "النشر الإلكتروني ودوره في تطوير البحث العلمي".⁶

تهدف الدراسة الى التعرف على استخدام النشر الإلكتروني لدى طلبة كلية العلوم في الجامعة المستنصرية وما هي اشكال مصادر المعلومات التي يستخدمها الطلبة في مشاريعهم البحثية. وقد استخدم الباحثان الدراسة المنهج المسحي لطلبة المرحلة الرابعة والبالغ عددهم 426 طالب وطالبة استخدم العينة الطبقية التناسبية كأداة لجمع البيانات وزع على 223 طالب وطالبة. وخلصت الدراسة الى عدد من النتائج نذكر منها تباين اراء الطلبة في استخدامهم لصادر المعلومات الإلكترونية بأن الكتب العلمية تعد من اهم مصادر النشر الإلكتروني وبلغت 32,27% اما التقارير بلغت 31,39%. كذلك فقد شكلت نسبة استخدام حاسباتهم الشخصية 24,19% تليها مراكز ومقاهي الانترنت وأصت الدراسة الى قضيتين مهمتين وهما:

- ضرورة العمل على توفير تقنيات النشر الإلكتروني في المكتبات الجامعية كالحواسيب تقنية الاقراص المكتنزة الوسائط المتعددة لغرض استخدامها.
- تدريب طلبة الجامعات والمعاهد على كيفية استخدام قواعد البيانات ومصادر المعلومات الإلكترونية.

6. دراسة بركات (2008) بعنوان واقع استخدام اعضاء هيئة التدريس في الجامعات الفلسطينية.⁷ هدفت الدراسة التعرف إلى واقع استخدام شبكة الانترنت العالمية من أجل البحث العلمي لدى أعضاء هيئة التدريس في بعض الجامعات الفلسطينية، لهذا الغرض تم توزيع استبانة من إعداد الباحث بعد التأكد من صدقها وثباتها، على عينة مكونة من (166) عضو هيئة تدريس في عدد من الجامعات الفلسطينية وهي: جامعة النجاح الوطنية، وجامعة القدس المفتوحة، وجامعة القدس، وجامعة بيرزيت، والجامعة العربية الأمريكية - جنين، ولدى تحليل النتائج باستخدام التوزيع التكراري والنسب المئوية توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج كان من أهمها: حول الصعوبات التي تواجه افراد الدراسة عند استخدام الانترنت جاءت استجابات أفراد العينة لهذه الصعوبات مرتبة كالآتي: صعوبة استخدام التقنية، صعوبة متعلقة باللغة، صعوبة الوصول للمعلومة، بطء الاتصال أو انقطاعه، صعوبة متعلقة بنوعية الأجهزة نفسها، صعوبات مالية حول أسباب عدم استخدام أفراد الدراسة للإنترنت من أجل البحث العلمي: وقد جاءت هذه الأسباب مرتبة تبعاً لأهميتها كالآتي: أن المواقع العربية غير مفيدة، صعوبة اللغة، عدم توفر الخدمة في البيت والمكتب، التعود على الطريقة التقليدية، عدم المعرفة لاستخدام

الانترنت، صعوبة التقنية، عدم الحاجة إليه .

7. دراسة على (2010) بعنوان واقع استخدام شبكة المعلومات العالمية (الانترنت) في التعليم

والبحث العلمي لدى أعضاء هيئة التدريس بكليات التربية بالجامعات اليمنية.⁸

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على واقع استخدام شبكة المعلومات العالمية (الانترنت) في التعليم والبحث العلمي لدى أعضاء هيئة التدريس بكليات التربية بالجامعات اليمنية، وذلك من حيث التعرف على واقع استخدامهم لها في التعليم والبحث العلمي، وقد تكونت عينة الدراسة من جميع أعضاء هيئة التدريس بكليات التربية الرئيسة بالجامعات اليمنية في الفصل الدراسي الثاني من العام الجامعي (٢٠٠٨ - ٢٠٠٩م)، (والبالغ عددهم) ٦٨٢ (عضواً، في الكليات الرئيسة بالجامعات اليمنية، وعددها ثمان كليات ، وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي، وأداة الاستبانة كأداة رئيسة لجمع المعلومات والبيانات في الدراسة، إلى جانب أداة المقابلة في نطاق ضيق وقد توصلت الدراسة إلى النتائج من أهمها : إن معظم أعضاء هيئة التدريس بكليات التربية بالجامعات اليمنية لا يستخدمون الإنترنت في التعليم حيث بلغت نسبة (68%) ، بينما هم يستخدمونها في البحث العلمي حيث بلغت نسبة المستخدمين (83.4%) من بين أفراد عينة الدراسة . إن أهم أغراضهم من استخدام الإنترنت في البحث العلمي البحث عن دراسات وبحوث سابقة، وجديدة متعلقة باهتماماتهم البحثية. إن أبرز معوقات الاستخدام عند أعضاء هيئة التدريس تتمثل في قلة التمويل اللازم للاستخدام، وعدم اتصال معظم الكليات بخدمة الإنترنت وضعف اشتراك العضو في الدوريات والمكتبات الرقمية، وغياب الربط الشبكي بين الجامعات اليمنية

8- دراسة كداوة وعلاهم (2014) استخدام الباحثين لتكنولوجيات المعلومات والاتصالات في

البحث العلمي بالمكتبة الجامعية المركزية لجامعة الجزائر.⁹

تهدف هذه الدراسة للتعرف على واقع استخدام الباحثين بالمكتبة الجامعية المركزية لجامعة الجزائر -بن يوسف بن خده - لتكنولوجيات المعلومات والاتصالات المتاحة بالمكتبة عبر شبكة الانترنت من فهارس آلية وقواعد البيانات على الخط المباشر . وذلك من اجل تقديم صورة واضحة عن مدى استغلال هذه اماكنيات من قبل الباحثين ومدى وملاءمتها لاحتياجاتهم .وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي في الدراسة وجمع المعلومات اللازمة من خلال استبيان وزع على عينة عشوائية (13% من الباحثين المسجلين بالمكتبة _طلبة ما بعد التخرج و الاساتذة وقد خلصت الدراسة الى عدد من النتائج من ابرزها : أن الدافع الأساسي لاستخدام قواعد البيانات هو القيام بالبحوث الأكاديمية (مذكرة الماجستير - أطروحة الدكتوراه) وهذا بنسبة (42.25%) ، وهذا ناتج عن ندرة المصادر المطبوعة أو صعوبة الحصول عليها إضافة إلي كونها تفتقد للحدث في معظم الأحيان

التعليق على الدراسات السابقة

بعد مراجعة واستعراض الدراسات السابقة توصل الباحث الى مجموعة من الاستنتاجات والملاحظات على تلك الدراسات تمثلت في الاتي:

1. ندرة الدراسات حسب علم الباحث التي تناولت استخدامات الأكاديميين للإنترنت في الجامعات البحرينية.

ثامناً: الإطار المعرفي

1. مفهوم النشر الإلكتروني

تعددت تعريفات مصطلح النشر الإلكتروني فقد عرفه عبد الرحمن على انه: "ذلك النوع من النشر الذي يتم فيه نقل المعلومة أو الرسالة من المصدر (المؤلف) إلى المتلقي (المستفيد) اعتماداً على التقنيات والتكنولوجيات الحديثة كالحاسبات الآلية وما يرتبط من وسائط اختزان وشبكات المعلومات والاتصالات وعلى رأسها شبكة الشبكات (الإنترنت) وما يمكن أن يستجد من تكنولوجيات أخرى في المستقبل لتسجيل هذه المعلومة ثم تجهيزها وأخيراً بثها". (عبد الرحمن: 2015، ص، 10(37)

اما كاظم ومصحب فقد عرفا النشر الإلكتروني بأنه توفير مصادر المعلومات بشكل الكتروني وفوري وعليه يمكن تعريف اخر للنشر الإلكتروني على انه استخدام الحاسوب في عمليات انتاج ومعالجة ونشر المعلومات وتقديمها للمستفيدين. (كاظم ومصحب: 2013، ص 11(935)

هو مرحلة يستطيع فيها الكاتب ان يسجل مقاله على احدى وسائل تجهيز الكلمات ثم يقوم ببثه الى محرر المجلة الإلكترونية، الذي يقوم بالتالي بجعله متاحاً في تلك الصورة الإلكترونية في مجلته كما ان النشر الإلكتروني يعني نشر المعلومات التقليدية عبر تقنيات جديدة تستخدم الحاسبات وبرامج النشر الإلكتروني في طباعة المعلومات وتوزيعها ونشرها (حفيظي وتبينه: 2015، ص 156)¹²

ويرى عبد الرحمن هناك خلط بين النشر الإلكتروني Electronic Publishing والنشر المكتبي Desk Top Publishing ويكمن الخلط في استخدام الانظمة الإلكترونية في كل منهما ويرى عبد الرحمن ان الفرق بينهما يكمن في ان النشر المكتبي يستخدم الحاسب الشخصي مع مجموعة محددة من البرامج، بالإضافة إلي طباعة صغيرة تعمل بالليزر، بحيث تشكل تلك العناصر في مجموعها أداة شاملة للقيام بأعمال النشر ومهامه ، وكذلك لإنتاج الوثائق دون ثمة حاجة للرجوع إلي إحدى دور صف الحروف أو استوديوهات التوضيب الفني. (عبد الرحمن: 2015، ص، 38)¹³

من العرض السابق لمفهوم النشر الإلكتروني لاحظت الباحثة ان استخدام الحاسبات الإلكترونية في

نظام النشر لا يشكل الا نسبة محدودة جدا في من مراحل النشر بأطرافه الثلاث (المؤلف، الطابع، الموزع) أما النشر الإلكتروني فإن جميع مراحلها تتم بواسطة الحاسبات والوسائط الإلكترونية ، حيث يتمثل دور الحاسبات والوسائط الإلكترونية في كافة عمليات النشر، بدءاً من عمليات الصف والجمع والتتصيد والتخزين ، ثم إنتاج النسخة الأصلية إلكترونياً ، إلي أن نصل إلي مرحلة تفرغ نسخ التوزيع من تلك النسخ الأصلية من خلال الوسائط الإلكترونية كالأقراص الليزرية ، أو بثها من خلال شبكات المعلومات . (عبد الرحمن: 2015، ص، 38)

أما الحاج فيرى ان الفرق بين النشر الإلكتروني والنشر المكتبي هو ان النشر الإلكتروني يعني بنشر المعلومات العلمية التقليدية الورقية عبر تقنيات جديدة تستخدم الحاسبات وبرامج النشر العلمي الإلكتروني في طباعة المعلومات العلمية وتوزيعها ونشرها بينما يعني النشر المكتبي في استخدام التقنيات الحديثة في الصف الإلكتروني للمعلومات ومعالجتها تمهيداً لطباعتها ورقياً. (الحاج:2013، ص. 170)¹⁴

2. مزايا النشر الإلكتروني في البحث العلمي :

يوفر الأنترنت للباحث مميزات كثيرة نذكر منها :

- الخروج من محيط البلد الضيق إلى مساحة العالم الرحبة: لا يقتصر محيط البحث عند حول البلد او الجامعة بل يتعدى ذلك الى مختلف دول العالم، حيث يتيح النشر الإلكتروني على شبكة الأنترنت للباحث على الحصول على المعلومات من مختلف أنحاء العالم.
- تعدد المصادر والتحديث المستمر: تسمح شبكة الأنترنت للباحث الاطلاع على المصادر وقواعد المعلومات العديدة والمختلفة سواء كانت كتب او دوريات او أبحاث ودراسات مما يساعد في تدعيم البحث العلمي وبيثريه.
- سهولة الوصول للمعلومة، وتوفير وقت للباحث: إن تواجد محركات البحث المتعددة والمتطورة بما من القدرة العالية على البحث، التصفح، تمكن أي باحث من البحث دون مساعدة أحد، إضافة إلى تعدد هذه المحركات والانتقال من محرك إلى آخر عند عملية البحث يؤدي إلى استحضار المعلومة المطلوبة من أكثر من مكان في وقت قليل مقارنة بالوسائل التقليدية الأخرى .
- حداثة المعلومات: ولعل أهم ما يميز النشر الإلكتروني على شبكة الأنترنت هو القدرة على تحديث المعلومات للكتب في وقت قياسي .
- عدم التقيد بساعات محددة أو أماكن بعينها: حيث إن المادة معروضة مدة أربع وعشرين ساعة، ويمكن الحصول عليها في أي مكان .

• المساعدة على التعلم "التعاون الجماعي": ويمكن أن نسميها "مجتمع الباحثين" إن جاز التعبير، حيث تقدم الأنترنت إمكانية الوصول على الباحثين والمتابعين في مختلف أنحاء العالم، بل تمنح الأنترنت فرصة للتواصل مع العلماء والباحثين والمفكرين المتخصصين والحصول على آرائهم وتوجيهاتهم، وهذا أمر ولا شك مهم وأساسي في احتياجات الباحث العلمية، كما تسمح بتداول الحوار العلمي بين المختصين، وهو ما يثري البحث العلمي ويطوره .

• حرية المعلومات ومنع الاحتكار: فلا تحتكر المعلومة لصالح جهة ما أو مكان واحد، وهذا كله يسهم بدوره في حرية التفكير، ويمنح الباحث فرصة الاطلاع على كافة الآراء والأقوال فيما يبحث فيه دون قيد سياسي أو فكري أو معلوماتي. (رزيقة: 2015، ص. 28)¹⁵

• إمكانيات الوسائط المتعددة: حيث أتاح سبل تفاعل جديدة تفوق مجرد النص المكتوب والجداول والاشكال والرسوم.

• الصلات الداخلية والخارجية: حيث أتاحت النصوص الفائقة Hypertext والوسائط المتعددة Hypermedia إمكانية الربط فيما بين الأجزاء المختلفة التي يتكون منها النص، وإمكانية الربط فيما بين الفقرات التي يتكون منها النص الواحد ببعضها البعض، وأخيراً الربط فيما بين هذا النص ككل وغيره من مصادر المعلومات الإلكترونية الأخرى التي ترتبط به موضوعياً، كما يمكن تحقيق الاتصال فيما بين المؤلفين والناشرين وجماعات البحث المختلفة عن طريق الروابط البريدية الإلكترونية، هذا فضلاً عن إمكانية حصول المستفيدين على ما يريدونه من معلومات بشتى طرق التصفح.

• التي تتيحها الروابط الإلكترونية. (عبد الرحمن: 2015، ص، 55)¹⁶

3. تحديات ومعوقات استخدام النشر العلمي الإلكتروني في البحث العلمي

يواجه استخدام النشر العملي الإلكتروني في البحث العلمي العديد من التحديات والمعوقات والتي تقف امام عملية الانتقال من النشر التقليدي الورقي الى النشر بشقيه المكتبي والإلكتروني وقد حدد الباحث مجموعة من هذه التحديات تمثلت في صعوبات ومعوقات بشرية وتقنية وأخرى مادية من أبرزها:

1. انتهاكات حقوق الملكية الفكرية للباحثين: ويرى الحاج انه بالرغم من ظهور التقنيات الحديثة في الحماية الإلكترونية الا ان سهولة نسخ المحتوى الإلكتروني للبحوث يشكل العقبة الرئيسية امام النشر العلمي. (الحاج:2013، ص. 177)¹⁷

2. تحديات ناتجة عن التطبيقات التكنولوجية: حيث يعاني العديد من الباحثين صعوبات مهمة ذات علاقة بتطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، والتي تعكس سلبيات على إنجازهم لبحوثهم

العلمية ونشرها، وقد لخصها الحفظي وتبينه في الصعوبات من أهمها: (حفيظي وتبينه: 2015، ص 161)¹⁸

- الامية التكنولوجية والتي يعاني منها الكثير من الباحثين العرب والتي تتمثل في عدم قدرتهم على استخدام تقنيات الحاسوب والانترنت بشكل يزيد في فاعليتهم في عملية البحث العملي.
- التقليدية ومقاومة التغيير: إذا لا يزال بعض الباحثين يفضلون الوسائل والطرق التقليدية في البحث العملي مبررين ذلك بعدم حاجتهم الى المصادر الإلكترونية لتوفرها بشكلها التقليدي المطبوع.
- ضعف معرفة الباحثين بقواعد البيانات المتاحة: في الوقت الذي يحتاج فيه الباحثين العرب الى تنوع في مصادر وقواعد البيانات والمعارف المتخصصة وتوفرها الا ان غالبيتهم لا يعرفون عن هذه القواعد أو محتوياتها.
- حاجز اللغة: حيث ان اللغة المستخدمة في المواقع البحثية المشهورة هي باللغة الإنجليزية وبالتالي من لا يجدي اللغة الإنجليزية يجد صعوبة في الاستفادة من محتويات تلك المواقع وقيمتها العلمية (علي: 2010)¹⁹

تاسعاً: تساؤلات الدراسة

- 1- ما مدى استخدام الأكاديميين في الجامعات الخاصة البحرينية للمنشورات الإلكترونية العلمية (الكتب والدوريات العلمية والصحف.. الخ) المتاحة على شبكة الإنترنت.
- 2- ما مدى استفادة الأكاديميين في الجامعات الخاصة البحرينية من الدراسات والأبحاث العلمية الإلكترونية والمتاحة عبر الإنترنت.
- 3- ما هي أسباب ودوافع استخدام الأكاديميين في الجامعات الخاصة البحرينية للمنشورات الإلكترونية على شبكة الإنترنت.
- 4- ما هي أنماط ودوافع استخدام الأكاديميين في الجامعات الخاصة البحرينية في الاطلاع على المصادر العلمية المختلفة على شبكة الإنترنت.
- 5- ما هي العقبات والصعوبات التي تحول دون استخدام الأكاديميين في الجامعات الخاصة البحرينية للمكتبة الإلكترونية عبر الإنترنت.

عاشراً: حدود الدراسة

- الحدود البشرية: الأكاديميين في مختلف التخصصات العلمية من حملة شهادات الماجستير والدكتوراه
- الحدود المكانية: الجامعات الخاصة في مملكة البحرين
- الحدود الزمنية: يمتد البحث خلال العام الدراسي 2017-2018

- الحدود الموضوعية: ينحصر موضوع البحث في التعرف على واقع استخدام الأكاديميين في الجامعات الخاصة البحرينية للنشر الإلكتروني على شبكة الانترنت وأثره على النتاج العلمي

الثاني عشر: الدراسة الإحصائية مجتمع الدراسة:

تألف مجتمع هذه الدراسة من أعضاء هيئات التدريس في مختلف التخصصات في الجامعات الخاصة في مملكة البحرين والتي يبلغ عددها أحد عشر وهي: جامعة القدس المفتوحة (منطقة طولكرم التعليمية)، جامعة النجاح الوطنية، جامعة القدس (أبو ديس)، وجامعة بير زيت والجامعة العربية الأمريكية في جنين، والذين يقومون بالتدريس في الفصل الدراسي الثاني للعام الدراسي (2007\2008) عينة الدراسة:

عينة الدراسة فقد تكونت من (252) عضو هيئة تدريس تم اختيارهم بطريقة عشوائية متبصرة من أساتذة الجامعات الخاصة والذين يحملون درجة الدكتوراة، والماجستير وهم موزعين تبعاً لمتغيرات الجنس والجامعة كما هو مبين في الجدول الآتي :

اسم الجامعة	عدد أعضاء الهيئة التدريسية	الذكور	الاناث	جنسية عربية	جنسية اجنبية	حملة درجة الدكتوراه	حملة درجة الماجستير
الجامعة الاهلية	198	120	78	187	11	136	62
الجامعة الخليجية	28	18	10	23	5	24	4
الجامعة العربية المفتوحة	23	11	12	14	9	17	6
الجامعة الملكية للبنات	34	16	18	24	10	28	6
جامعة أما الدولية	77	44	33	32	45	61	16
جامعة البحرين الطبية (كلية الجراحين الأيرلندية)	53	27	26	18	41	43	10
جامعة العلوم التطبيقية	114	93	21	108	6	96	20
جامعة المملكة	42	31	11	32	10	38	4
كلية البحرين الجامعية	15	7	8	4	11	10	5
كلية طلال أبو غزاله الجامعية للأعمال	12	9	3	10	2	7	5
معهد البحرين للدراسات المصرفية والمالية	21	14	7	17	4	16	5

عينة الدراسة

تكونت عينة الدراسة من (252) أستاذاً من أساتذة الجامعات الخاصة بمملكة البحرين، تم اختيارهم بطريقة عشوائية، حيث يوضح الجدول التالي خصائص هذه العينة:

جدول (1): توزيع العينة حسب متغيرات الدراسة

المتغير	الفئات	العدد	النسبة المئوية
النوع	ذكر	156	61.9%
	أنثى	96	38.1%
العمر	من 25 سنة إلى أقل من 35 سنة	45	17.9%
	من 35 سنة إلى أقل من 45 سنة	100	39.7%
	من 45 سنة إلى أقل من 55 سنة	86	34.1%
	55 سنة فأكثر	21	8.3%
الجنسية	بحرينية	67	26.6%
	عربية	137	54.4%
	اجنبية	48	19.0%
الرتبة العلمية	محاضر	44	17.5%
	أستاذ مساعد	133	52.8%
	أستاذ مشارك	58	23.0%
	أستاذ	17	6.7%
المنصب الإداري في الجامعة	لا يوجد	157	62.3%
	يوجد	95	37.7%
عدد سنوات الخبرة	أقل من 5 سنوات	32	12.7%
	من 5-10 سنوات	76	30.2%
	أكثر من 10 سنوات	144	57.1%
معدل النتاج العلمي السنوي	لا شيء	45	17.9%
	بحث واحد	85	33.7%
	بحثين	87	34.5%
	ثلاثة أبحاث	16	6.3%
	أربعة وأكثر	19	7.5%
دورات تدريبية في النشر الإلكتروني ومهارات البحث في الانترنت	لم أحصل	140	55.6%
	دورة تدريبية واحدة	53	21.0%
	دورتان	35	13.9%

المتغير	الفئات	العدد	النسبة المئوية
	ثلاث دورات تدريبية	11	4.4%
	أكثر من ثلاث دورات	13	5.2%
	المجموع	252	100 %

مؤشرات صدق وثبات المقياس

صدق الاتساق الداخلي

للتحقق من صدق الاتساق الداخلي للمقياس قام الباحث إلى حساب العلاقة بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمحور من خلال معاملات ارتباط بيرسون كما هو موضح في الجداول التالية:

جدول رقم (2): قيم معاملات ارتباط بيرسون كمؤشرات صدق الاتساق الداخلي لعبارات محور دوافع استخدام الأكاديميين للنشر الإلكتروني على شبكة الانترنت لغايات البحث العلمي

الرقم	العبارة	معامل ارتباط بيرسون
1	يوفر النشر الإلكتروني احتياجاتي من المعلومات على شبكة الانترنت	.781(**)
2	اعتمد كلياً على النشر الإلكتروني لإنجاز أبحاثي	.738(**)
3	يوفر النشر الإلكتروني الوقت في البحث	.803(**)
4	يطور النشر الإلكتروني من مهارتي في البحث العلمي	.813(**)
5	ساعد النشر الإلكتروني على العمل الجماعي في البحث العلمي	.703(**)
6	يسهل النشر الإلكتروني التواصل بمراكز المعلومات ذات العلاقة	.708(**)
7	يوفر النشر الإلكتروني نصوصاً كاملة للأبحاث المتعلقة بموضوع بحثي	.735(**)
8	يوفر النشر الإلكتروني مصادر علمية حديثة ذات علاقة ببحثي	.777(**)
9	يساعد النشر الإلكتروني في مقارنة نتائج أبحاثي مع مثيلاتها على المستوى الدولي بسهولة	.741(**)

* الارتباط دال إحصائياً عند $(\alpha = 0.05)$.

** الارتباط دال إحصائياً عند $(\alpha = 0.01)$.

يتبين نتائج من الجدول السابق أن قيم معاملات ارتباط بيرسون لجميع العبارات كانت ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$ ، وهذه لقيم تعد مؤشرات على أن العبارات ذات صدق الاتساق الداخلي مقبول لأغراض الدراسة الحالية.

جدول رقم (3): قيم معاملات ارتباط بيرسون كمؤشرات صدق الاتساق الداخلي لعبارات محور

المعوقات التي تواجه الأكاديميين عند استخدام النشر الإلكتروني لغايات البحث العلمي

الرقم	العبارة	معامل ارتباط بيرسون
1	يتطلب استخدامي لها قدرات شخصية تقنية عالية.	.589(**)
2	يتطلب استخدامي لها قدرات في اللغة الانجليزية	.505(**)
3	يصعب على المطالعة الالكترونية	.741(**)
4	يصعب الحصول على الأبحاث العلمية بنصوصها الكاملة	.549(**)
5	غالباً ما تكون الروابط وهمية	.773(**)
6	تتطلب بعض المواقع اشتراك مدفوع	.280(**)
7	تعيق سرعة الانترنت من عملي في البحث عن المعلومات	.653(**)
8	يفتقد النشر الإلكتروني إلى حماية الملكية الفكرية	.680(**)
9	يصعب الحصول على المواقع البحثية لنشر أبحاثي	.587(**)

* الارتباط دال إحصائياً عند $(\alpha = 0.05)$.

** الارتباط دال إحصائياً عند $(\alpha = 0.01)$.

يتبين نتائج من الجدول السابق أن قيم معاملات ارتباط بيرسون لجميع العبارات كانت ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$ ، وهذه لقيم تعد مؤشرات على أن العبارات ذات صدق الاتساق الداخلي مقبول لأغراض الدراسة الحالية.

جدول رقم (4): قيم معاملات ارتباط بيرسون كمؤشرات صدق الاتساق الداخلي لعبارات محور أسباب عدم استخدام الأكاديميين للنشر الإلكتروني على شبكة الانترنت لغايات البحث العلمي

الرقم	العبارة	معامل ارتباط بيرسون
1	أفضل الطرق التقليدية في استقاء المعلومات	.794(**)
2	لا أثق بالمراجع المنشورة على شبكة الانترنت	.917(**)
3	تفتقد بعض الأبحاث إلى التوثيق العلمي الصحيح (اسم الباحث، تاريخ ومكان النشر). (الخ)	.827(**)
4	أخشى من انتقال الفيروسات إلى جهازي عند تحميل الملفات	.787(**)
5	لا أجيد المهارات التكنولوجية للحاسب والانترنت	.838(**)

* الارتباط دال إحصائياً عند $(\alpha = 0.05)$.

** الارتباط دال إحصائياً عند $(\alpha = 0.01)$.

يتبين نتائج من الجدول السابق أن قيم معاملات ارتباط بيرسون لجميع العبارات كانت ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$ ، وهذه لقيم تعد مؤشرات على أن العبارات ذات صدق الاتساق الداخلي مقبول لأغراض الدراسة الحالية.

جدول رقم (5): قيم معاملات ارتباط بيرسون كمؤشرات صدق الاتساق الداخلي لعبارات محور تأثير استخدام النشر الإلكتروني على شبكة الإنترنت على النتاج العلمي

الرقم	العبارة	معامل ارتباط بيرسون
1	زاد النشر الإلكتروني من عدد أبحاثي المنشورة	.745(**)
2	ساهم النشر الإلكتروني في تحسين جودة أبحاثي العلمية	.832(**)
3	أطلعني النشر الإلكتروني على تجارب مختلفة في البحث العلمي	.836(**)
4	أثرى النشر الإلكتروني قائمة مراجعي	.738(**)
5	أتاح النشر الإلكتروني الفرصة للحصول على دراسات سابقة متنوعة	.826(**)

* الارتباط دال إحصائياً عند $(\alpha = 0.05)$.

** الارتباط دال إحصائياً عند $(\alpha = 0.01)$.

يتبين نتائج من الجدول السابق أن قيم معاملات ارتباط بيرسون لجميع العبارات كانت ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$ ، وهذه لقيم تعد مؤشرات على أن العبارات ذات صدق الاتساق الداخلي مقبول لأغراض الدراسة الحالية.

جدول رقم (6): قيم معاملات ارتباط بيرسون كمؤشرات صدق الاتساق الداخلي لعبارات محور مدى مساهمة الجامعات الخاصة البحرينية في توفير النشر الإلكتروني للأكاديميين العاملين لديها

الرقم	العبارة	معامل ارتباط بيرسون
1	توفر الجامعة خدمة الاتصال السريعة بالإنترنت	.615(**)
2	توفر الجامعة الاشتراكات المدفوعة في المكتبات الإلكترونية العالمية	.865(**)
3	توفر الجامعة مصادر معلومات إلكترونية حديثة	.897(**)
4	توفر الجامعة حاسبات حديثة ومتطورة	.871(**)
5	توفر الجامعة دورات تقنية تساعد في التعامل مع النشر الإلكتروني على شبكة الإنترنت	.872(**)
6	تشجعتني الجامعة على نشر أبحاثي على شبكة الإنترنت	.698(**)

* الارتباط دال إحصائياً عند $(\alpha = 0.05)$.

** الارتباط دال إحصائياً عند $(\alpha = 0.01)$.

يتبين نتائج من الجدول السابق أن قيم معاملات ارتباط بيرسون لجميع العبارات كانت ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$ ، وهذه لقيم تعد مؤشرات على أن العبارات ذات صدق الاتساق الداخلي مقبول لأغراض الدراسة الحالية.

ثبات الاتساق الداخلي للمقياس

قام الباحث بحساب مؤشرات ثبات الاتساق الداخلي للمقياس من خلال معادلة كرونباخ- ألفا، وتراوحت قيمها ما بين $(0.83-0.89)$ ، وهي قيمة مقبولة لأغراض الدراسة الحالية. إحصاءات الدراسة:

استخدمت الدراسة الحالية الإحصاءات التالية للإجابة عن أسئلة الدراسة:

- معاملات ارتباط بيرسون.
- معادلة كرونباخ ألفا.
- التكرارات والنسب المئوية.
- المتوسطات الحسابية.
- الانحرافات المعيارية
- اختبارات.
- اختبار ف.
- اختبار شافيه.

نتائج الدراسة:

تم التوصل إلى هذه النتائج بعد تحليل البيانات باستخدام برنامج الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS:

المحور الأول: مدى استخدام الأكاديميين في الجامعات الخاصة البحرينية للنشر الإلكتروني على شبكة الانترنت

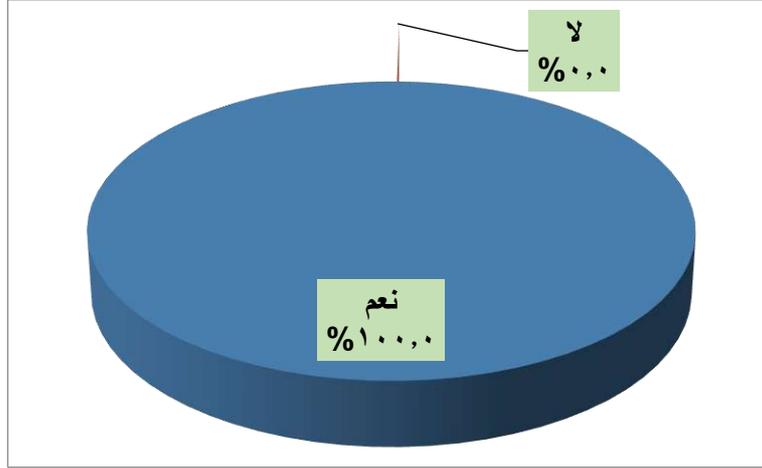
1. استخدام شبكة الانترنت في الاطلاع على المنشورات العلمية:

تم حساب التكرارات والنسب المئوية، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (7): التكرارات والنسب المئوية لاستخدام شبكة الانترنت في الاطلاع على المنشورات العلمية

الرقم	الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
1	نعم	252	100%
2	لا	0	0.0%
	المجموع	252	100.0%

يتبين من الجدول السابق أن جميع أفراد عينة الدراسة وبنسبة (100%) يستخدمون شبكة الانترنت في الاطلاع على المنشورات العلمية.



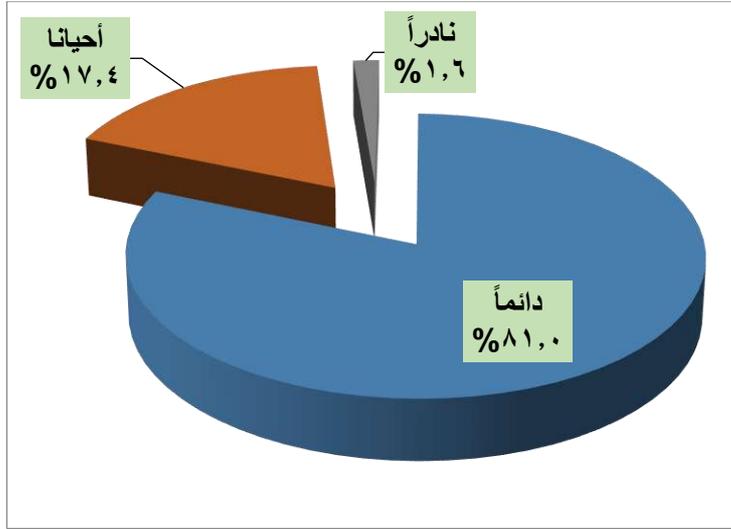
2. مدى استخدام شبكة الانترنت في الاطلاع على المنشورات العلمية:

تم حساب التكرارات والنسب المئوية، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (8): التكرارات والنسب المئوية لمدى استخدام شبكة الانترنت في الاطلاع على المنشورات العلمية

الرقم	الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
1	دائماً	204	81.0%
2	أحياناً	44	17.4%
3	نادراً	4	1.6%
	المجموع	252	100.0%

تظهر نتائج الجدول السابق أن غالبية عينة الدراسة تستخدم دائماً شبكة الانترنت في الاطلاع على المنشورات العلمية وبنسبة بلغت (81.0%)، وما نسبته (17.4%) من عينة الدراسة تستخدم أحياناً شبكة الانترنت في الاطلاع على المنشورات العلمية، في حين أن فئة قليلة جداً من عينة الدراسة تستخدم نادراً شبكة الانترنت في الاطلاع على المنشورات العلمية وبنسبة بلغت (1.6%).



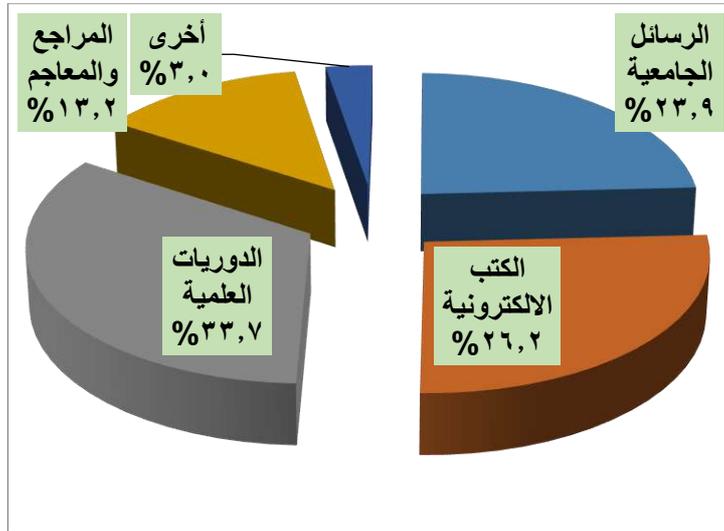
3. طبيعة المنشورات العلمية التي تبحث عنها العينة على شبكة الانترنت (يمكن اختيار أكثر من بديل):

تم حساب التكرارات والنسب المئوية، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (9): التكرارات والنسب المئوية لطبيعة المنشورات العلمية التي تبحث عنها العينة على شبكة الانترنت

الرقم	الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
1	الرسائل الجامعية	145	57.5%
2	الكتب الإلكترونية	159	63.1%
3	الدوريات العلمية	204	81.0%
4	المراجع والمعاجم	80	31.7%
5	أخرى	18	7.1%

يتبين من الجدول السابق أن أكثر المنشورات العلمية التي تبحث عنها العينة على شبكة الانترنت هي "الدوريات العلمية" بنسبة (81.0%)، تلاها في المرتبة الثانية "الكتب الإلكترونية" بنسبة (63.1%)، وجاء بعدها في المرتبة الثالثة "الرسائل الجامعية" بنسبة (57.5%)، ثم في المرتبة الرابعة "المراجع والمعاجم" بنسبة (31.7%).



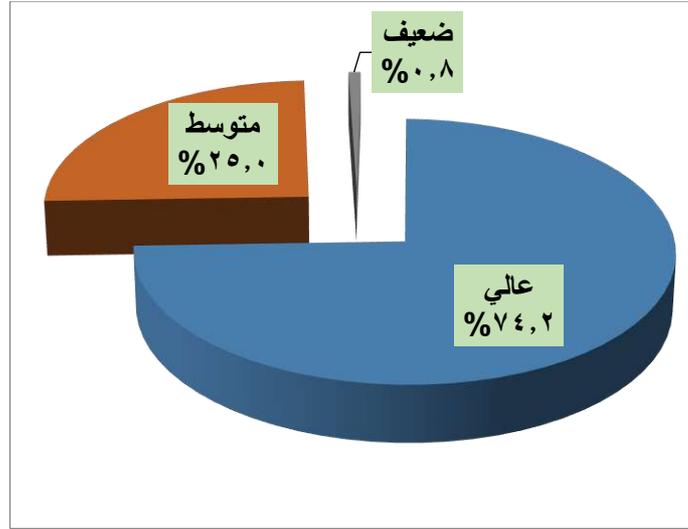
4. مستوى مهارات العينة في البحث عبر شبكة الانترنت:

تم حساب التكرارات والنسب المئوية، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (10): التكرارات والنسب المئوية لمستوى مهارات العينة في البحث عبر شبكة الانترنت

الرقم	الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
1	عالي	187	74.2%
2	متوسط	63	25.0%
3	ضعيف	2	0.8%
	المجموع	252	100.0%

تظهر نتائج الجدول السابق أن غالبية عينة الدراسة أكدت أن مستوى مهاراتها في البحث عبر شبكة الانترنت عالي وبنسبة بلغت (74.2%)، وما نسبته (25.0%) من عينة الدراسة أكدت أن مستوى مهاراتها في البحث عبر شبكة الانترنت متوسط، في حين أن فئة قليلة جدا من عينة الدراسة أكدت أن مستوى مهاراتها في البحث عبر شبكة الانترنت ضعيف وبنسبة بلغت (0.8%).



5. لغات المنشورات العلمية التي تبحث عنها العينة في شبكة الانترنت (يمكن اختيار أكثر من
بديل):

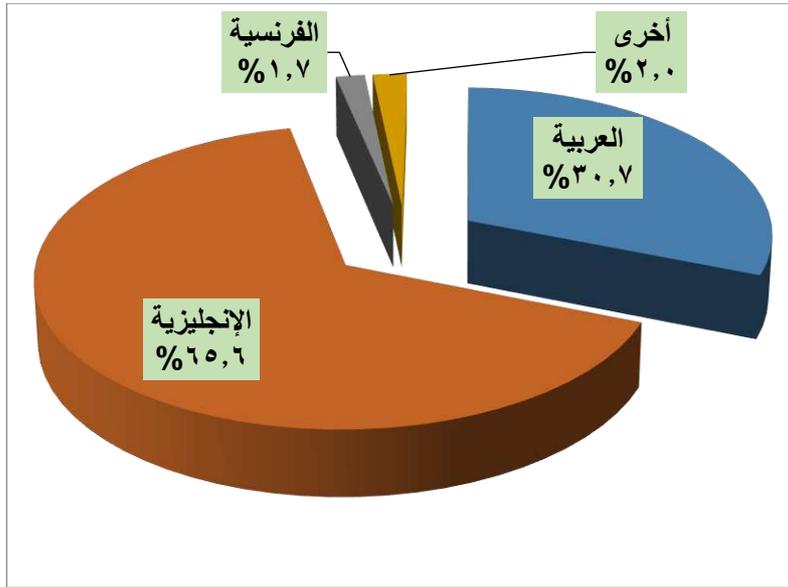
تم حساب التكرارات والنسب المئوية، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (11): التكرارات والنسب المئوية للغات المنشورات العلمية التي تبحث عنها العينة في شبكة

الانترنت

الرقم	الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
1	العربية	111	44.0%
2	الإنجليزية	237	94.0%
3	الفرنسية	6	2.4%
4	أخرى	7	2.8%

يتبين من الجدول السابق أن لغات المنشورات العلمية التي تبحث عنها العينة في شبكة الانترنت تركزت
في اللغة الانجليزية في المرتبة الأولى بنسبة (94.0%)، واللغة العربية في المرتبة الثانية بنسبة
(44.0%).



المحور الثاني: دوافع استخدام الأكاديميين للنشر الإلكتروني على شبكة الانترنت لغايات البحث العلمي:
تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات العينة، كما هو موضح في الجدول
التالي:

جدول (12): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدوافع استخدام الأكاديميين للنشر
الإلكتروني على شبكة الانترنت لغايات البحث العلمي

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبرة	الرقم
1	0.600	4.448	يوفر النشر الإلكتروني احتياجاتي من المعلومات على شبكة الانترنت	1
9	0.933	3.770	اعتمد كلياً على النشر الإلكتروني لإنجاز أبحاثي	2
4	0.649	4.329	يوفر النشر الإلكتروني الوقت في البحث	3
3	0.714	4.357	يطور النشر الإلكتروني من مهارتي في البحث العلمي	4
7	0.797	4.135	ساعد النشر الإلكتروني على العمل الجماعي في البحث العلمي	5
6	0.754	4.298	يسهل النشر الإلكتروني التواصل بمراكز المعلومات ذات العلاقة	6
8	0.809	3.940	يوفر النشر الإلكتروني نصوصاً كاملة للأبحاث المتعلقة بموضوع بحثي	7
2	0.696	4.381	يوفر النشر الإلكتروني مصادر علمية حديثة ذات علاقة ببحثي	8
5	0.660	4.306	يساعد النشر الإلكتروني في مقارنة نتائج أبحاثي مع مثيلاتها على المستوى الدولي بسهولة	9
	0.553	4.218	الدرجة الكلية	



تظهر نتائج الجدول السابق أن دوافع استخدام الأكاديميين للنشر الإلكتروني على شبكة الانترنت لغايات البحث العلمي جاءت بمتوسط حسابي (4.218) وانحراف معياري (0.553) وبدرجة كبيرة.

وتظهر نتائج الجدول السابق أن أكثر دوافع استخدام الأكاديميين للنشر الإلكتروني على شبكة الانترنت لغايات البحث العلمي كانت "يوفر النشر الإلكتروني احتياجاتي من المعلومات على شبكة الانترنت" بمتوسط حسابي (4.448) وانحراف معياري (0.600)، تلاها في المرتبة الثانية "يوفر النشر الإلكتروني مصادر علمية حديثة ذات علاقة ببحثي" بمتوسط حسابي (4.381) وانحراف معياري (0.696)، ثم في المرتبة الثالثة "يطور النشر الإلكتروني من مهارتي في البحث العلمي" بمتوسط حسابي (4.357) وانحراف معياري (0.714)، وجاءت في المرتبة الرابعة "يوفر النشر الإلكتروني الوقت في البحث" بمتوسط حسابي (4.329) وانحراف معياري (0.649)، ثم في المرتبة الخامسة "يساعد النشر الإلكتروني في مقارنة نتاج أبحاثي مع مثيلاتها على المستوى الدولي بسهولة" بمتوسط حسابي (4.306) وانحراف معياري (0.660).

كما تظهر نتائج الجدول السابق أن أقل دوافع استخدام الأكاديميين للنشر الإلكتروني على شبكة الانترنت لغايات البحث العلمي كانت "اعتمد كلياً على النشر الإلكتروني لإنجاز أبحاثي" بمتوسط حسابي (3.770) وانحراف معياري (0.933).

المحور الثالث: أنماط استخدام شبكة الانترنت في البحث العلمي

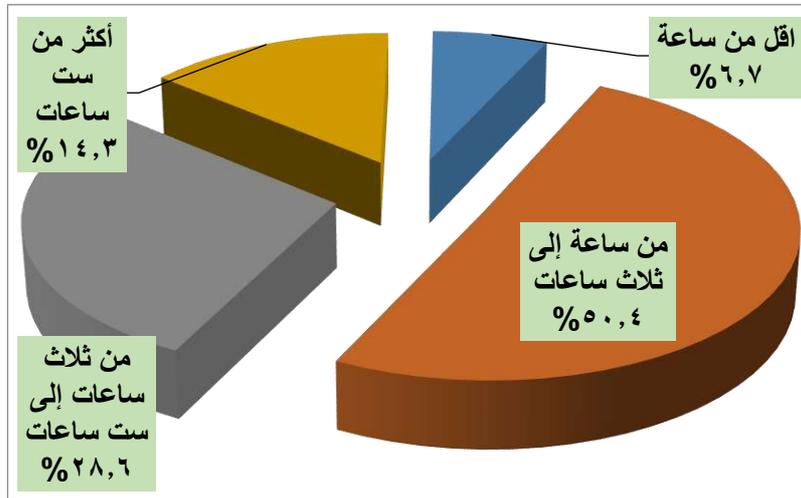
1. متوسط الوقت الذي تستغرقه العينة في استخدام الانترنت:

تم حساب التكرارات والنسب المئوية، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (13): التكرارات والنسب المئوية لمتوسط الوقت الذي تستغرقه العينة في استخدام الانترنت

الرقم	الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
1	اقل من ساعة	17	6.7%
2	من ساعة إلى ثلاث ساعات	127	50.4%
3	من ثلاث ساعات إلى ست ساعات	72	28.6%
4	أكثر من ست ساعات	36	14.3%
	المجموع	252	100.0%

يتبين من الجدول السابق أن ما نسبته (50.4%) من عينة الدراسة تستخدم الانترنت من ساعة إلى ثلاث ساعات يومياً، وما نسبته (28.6%) منهم يستخدمون الانترنت من ثلاث ساعات إلى ست ساعات يومياً، في حين أن (14.3%) من العينة يستخدمون الانترنت أكثر من ست ساعات يومياً، ونسبة قليلة بلغت (6.7%) يستخدمون الانترنت اقل من ساعة يومياً.



2. المكان المفضل لاستخدام الانترنت لغايات البحث العلمي:

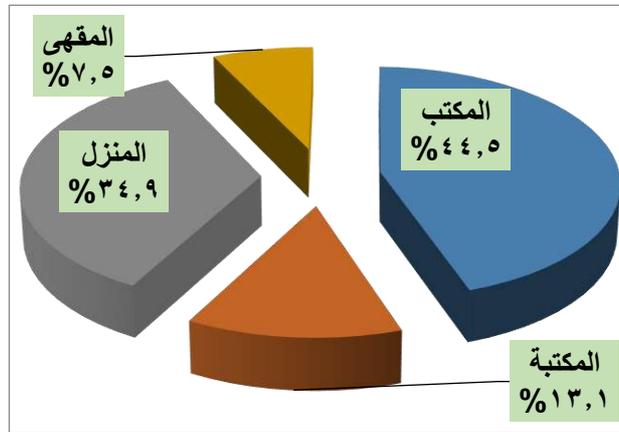
تم حساب التكرارات والنسب المئوية، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (14): التكرارات والنسب المئوية للمكان المفضل لاستخدام الانترنت لغايات البحث العلمي

الرقم	الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
1	المكتب	112	44.5%

الرقم	الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
2	المكتبة	33	13.1%
3	المنزل	88	34.9%
4	المقهى	19	7.5%
	المجموع	252	100.0%

يتبين من الجدول السابق أن المكان المفضل لاستخدام الانترنت لغايات البحث العلمي هو "المكتب" بنسبة (44.5%)، ثم "المنزل" بنسبة (34.9%)، وجاءت "المكتبة" بنسبة (13.1%)، ثم "المقهى" بنسبة (7.5%).



3. الفترات المفضلة لدى العينة لاستخدام الانترنت لغايات البحث العلمي:

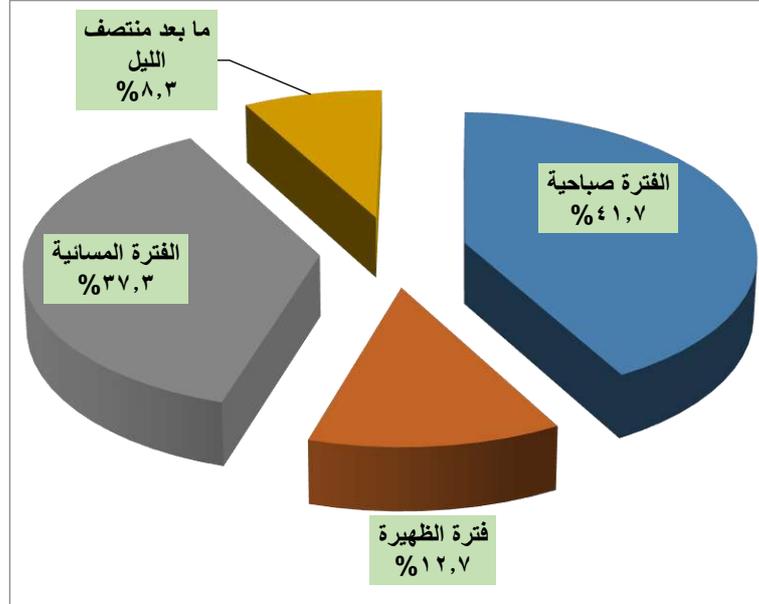
تم حساب التكرارات والنسب المئوية، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (15): التكرارات والنسب المئوية للفترات المفضلة لدى العينة لاستخدام الانترنت لغايات البحث

العلمي

الرقم	الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
1	الفترة صباحية	105	41.7%
2	فترة الظهر	32	12.7%
3	الفترة المسائية	94	37.3%
4	ما بعد منتصف الليل	21	8.3%
	المجموع	252	100.0%

يتبين من الجدول السابق أن الفترة المفضلة لدى العينة لاستخدام الانترنت لغايات البحث العلمي هي "الفترة صباحية" بنسبة (41.7%)، ثم "الفترة المسائية" بنسبة (37.3%)، وبلغت نسبة تفضيل "فترة الظهيرة" (12.7%)، وفترة ما بعد منتصف الليل (8.3%).

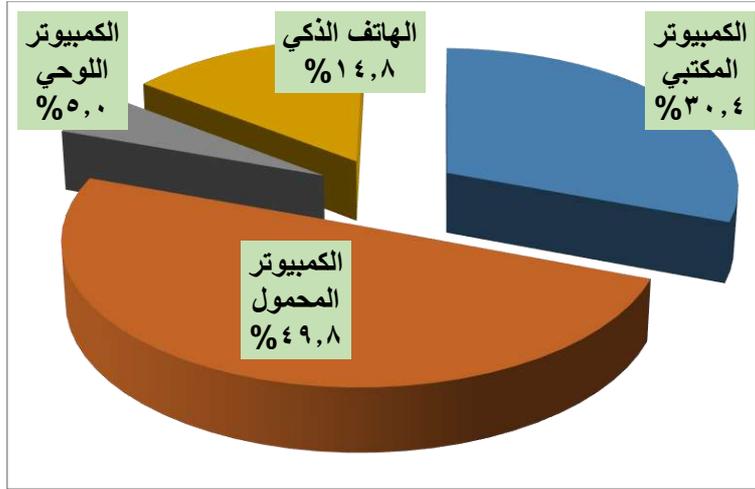


4. الجهاز الذي تستخدمه العينة في تصفح شبكة الانترنت لغايات البحث العلمي (يمكن اختيار أكثر من بديل):

تم حساب التكرارات والنسب المئوية، كما هو موضح في الجدول التالي:
جدول (16): التكرارات والنسب المئوية للجهاز الذي تستخدمه العينة في تصفح شبكة الانترنت لغايات البحث العلمي

الرقم	الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
1	الكمبيوتر المكتبي	115	45.6%
2	الكمبيوتر المحمول	188	74.6%
3	الكمبيوتر اللوحي	19	7.5%
4	الهاتف الذكي	56	22.2%

يتبين من الجدول السابق أن الكمبيوتر المحمول هو أكثر جهاز تستخدمه العينة في تصفح شبكة الانترنت لغايات البحث العلمي وبنسبة بلغت (74.6%)، تلاها "الكمبيوتر المكتبي" بنسبة (45.6%)، ثم "الهاتف الذكي" بنسبة (22.2%)، ثم "الكمبيوتر اللوحي" بنسبة (7.5%).

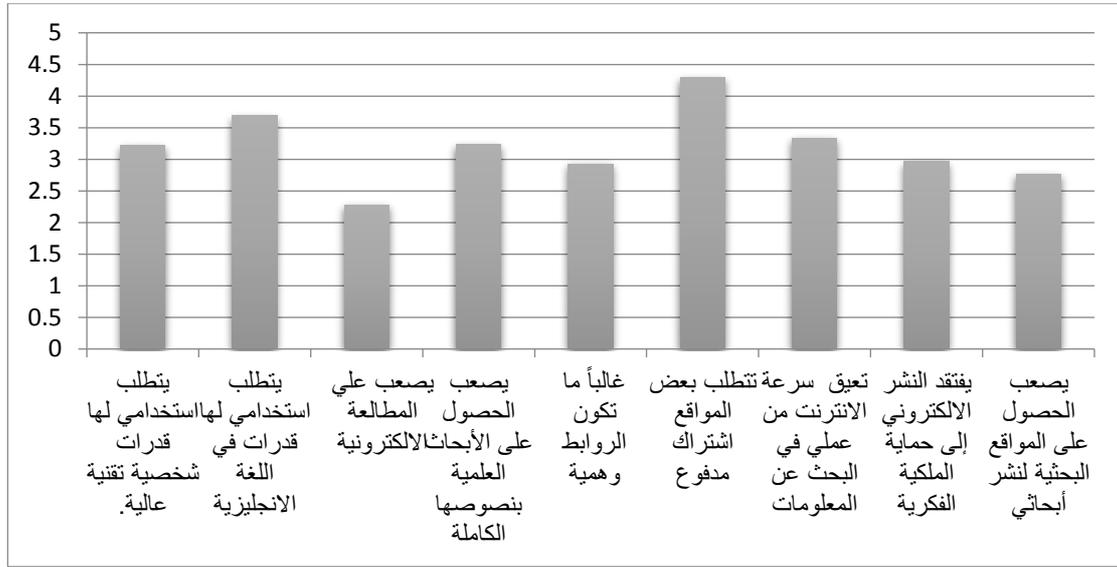


المحور الرابع: المعوقات التي تواجه الأكاديميين عند استخدام النشر الإلكتروني لغايات البحث العلمي.

تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات العينة، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (17): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للمعوقات التي تواجه الأكاديميين عند استخدام النشر الإلكتروني لغايات البحث العلمي

الرقم	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
1	يتطلب استخدامي لها قدرات شخصية تقنية عالية.	3.218	1.148	5
2	يتطلب استخدامي لها قدرات في اللغة الانجليزية	3.690	1.146	2
3	يصعب على المطالعة الإلكترونية	2.278	1.168	9
4	يصعب الحصول على الأبحاث العلمية بنصوصها الكاملة	3.234	1.124	4
5	غالباً ما تكون الروابط وهمية	2.925	1.036	7
6	تتطلب بعض المواقع اشتراك مدفوع	4.294	0.737	1
7	تعيق سرعة الانترنت من عملي في البحث عن المعلومات	3.337	1.202	3
8	يفتقد النشر الإلكتروني إلى حماية الملكية الفكرية	2.964	1.192	6
9	يصعب الحصول على المواقع البحثية لنشر أبحاثي	2.762	1.153	8
	الدرجة الكلية	3.189	0.669	



تظهر نتائج الجدول السابق أن المعوقات التي تواجه الأكاديميين عند استخدام النشر الإلكتروني لغايات البحث العلمي جاءت بمتوسط حسابي (3.189) وانحراف معياري (0.669) وبدرجة متوسطة.

وتظهر نتائج الجدول السابق أن أكثر المعوقات التي تواجه الأكاديميين عند استخدام النشر الإلكتروني لغايات البحث العلمي كانت "تتطلب بعض المواقع اشترك مدفوع" بمتوسط حسابي (4.294) وانحراف معياري (0.737)، تلاها في المرتبة الثانية "يتطلب استخدامي لها قدرات في اللغة الانجليزية" بمتوسط حسابي (3.690) وانحراف معياري (1.146)، ثم في المرتبة الثالثة "تعيق سرعة الانترنت من عملي في البحث عن المعلومات" بمتوسط حسابي (3.337) وانحراف معياري (1.202)، وجاءت في المرتبة الرابعة "يصعب الحصول على الأبحاث العلمية بنصوصها الكاملة" بمتوسط حسابي (3.234) وانحراف معياري (1.124)، ثم في المرتبة الخامسة "يتطلب استخدامي لها قدرات شخصية تقنية عالية" بمتوسط حسابي (3.218) وانحراف معياري (1.148).

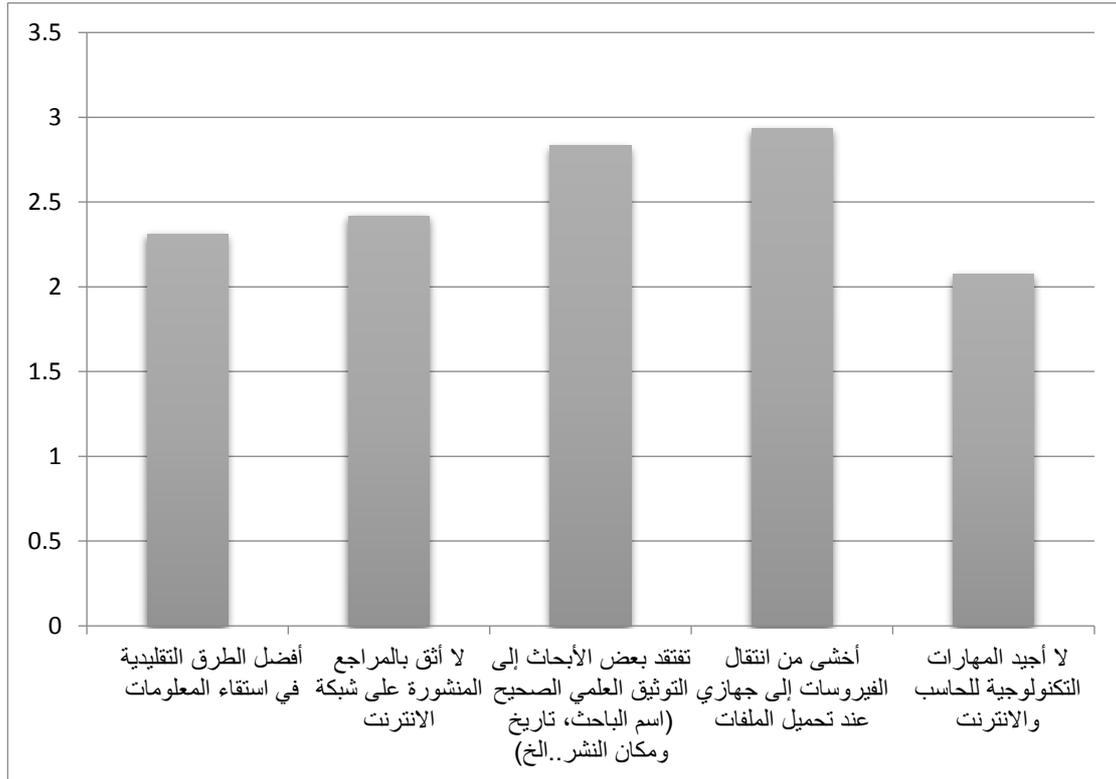
كما تظهر نتائج الجدول السابق أن أقل المعوقات التي تواجه الأكاديميين عند استخدام النشر الإلكتروني لغايات البحث العلمي كانت "يصعب على المطالعة الإلكترونية" بمتوسط حسابي (2.278) وانحراف معياري (1.168).

المحور الخامس: أسباب عدم استخدام الأكاديميين للنشر الإلكتروني على شبكة الانترنت لغايات البحث العلمي.

تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات العينة، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (18): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأسباب عدم استخدام الأكاديميين للنشر الإلكتروني على شبكة الانترنت لغايات البحث العلمي

الرقم	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
1	أفضل الطرق التقليدية في استقاء المعلومات	2.313	1.049	4
2	لا أثق بالمراجع المنشورة على شبكة الانترنت	2.417	1.092	3
3	تفتقد بعض الأبحاث إلى التوثيق العلمي الصحيح (اسم الباحث، تاريخ ومكان النشر. الخ)	2.833	1.199	2
4	أخشى من انتقال الفيروسات إلى جهازي عند تحميل الملفات	2.933	1.348	1
5	لا أجيد المهارات التكنولوجية للحاسب والانترنت	2.075	1.067	5
	الدرجة الكلية	2.514	0.956	



تظهر نتائج الجدول السابق أن أسباب عدم استخدام الأكاديميين للنشر الإلكتروني على شبكة الانترنت لغايات البحث العلمي جاءت بمتوسط حسابي (2.514) وانحراف معياري (0.956) وبدرجة متوسطة.

وتظهر نتائج الجدول السابق أن أكثر أسباب عدم استخدام الأكاديميين للنشر الإلكتروني على شبكة الانترنت لغايات البحث العلمي كانت "أخشى من انتقال الفيروسات إلى جهازي عند تحميل الملفات"

بمتوسط حسابي (2.933) وانحراف معياري (1.348)، تلاها في المرتبة الثانية "تفتقد بعض الأبحاث إلى التوثيق العلمي الصحيح (اسم الباحث، تاريخ ومكان النشر. الخ)" بمتوسط حسابي (2.833) وانحراف معياري (1.199).

كما تظهر نتائج الجدول السابق أن أقل أسباب عدم استخدام الأكاديميين للنشر الإلكتروني على شبكة الانترنت لغايات البحث العلمي كانت "لا أجد المهارات التكنولوجية للحاسب والانترنت" بمتوسط حسابي (2.075) وانحراف معياري (1.067).

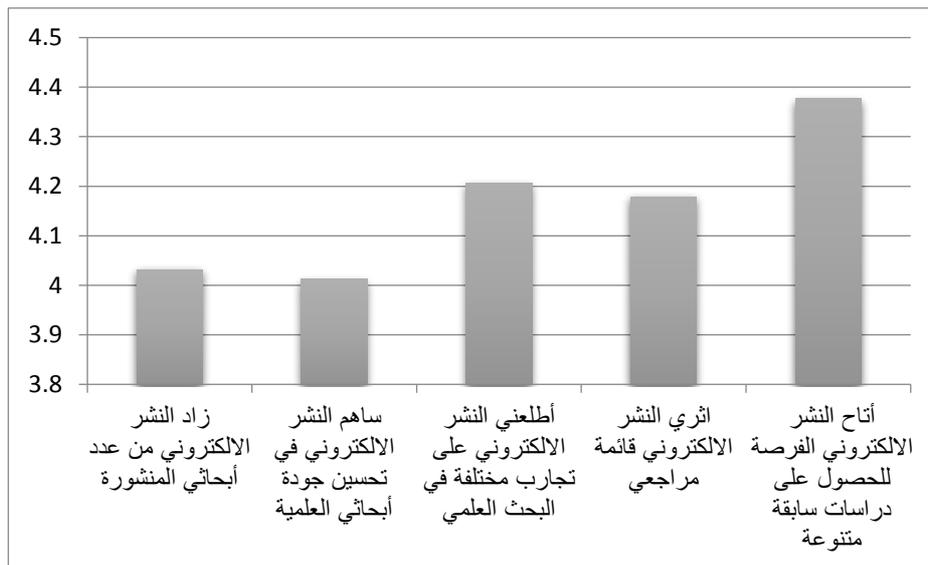
المحور السادس: تأثير استخدام النشر الإلكتروني على شبكة الانترنت على النتاج العلمي.

تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات العينة، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (19): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتأثير استخدام النشر الإلكتروني على شبكة

الانترنت على النتاج العلمي

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبرة	الرقم
4	0.702	4.032	زاد النشر الإلكتروني من عدد أبحاثي المنشورة	1
5	0.770	4.012	ساهم النشر الإلكتروني في تحسين جودة أبحاثي العلمية	2
2	0.654	4.206	أطلعني النشر الإلكتروني على تجارب مختلفة في البحث العلمي	3
3	0.776	4.179	أثرى النشر الإلكتروني قائمة مراجعي	4
1	0.689	4.377	أتاح النشر الإلكتروني الفرصة للحصول على دراسات سابقة متنوعة	5
	0.570	4.161	الدرجة الكلية	



تظهر نتائج الجدول السابق أن تأثير استخدام النشر الإلكتروني على شبكة الانترنت على النتاج العلمي جاءت بمتوسط حسابي (4.161) وانحراف معياري (0.570) وبدرجة كبيرة.

وتظهر نتائج الجدول السابق أن أكثر تأثيرات استخدام النشر الإلكتروني على شبكة الانترنت على النتاج العلمي كانت "أتاح النشر الإلكتروني الفرصة للحصول على دراسات سابقة متنوعة " بمتوسط حسابي (4.377) وانحراف معياري (0.689)، تلاها في المرتبة الثانية "أطلعني النشر الإلكتروني على تجارب مختلفة في البحث العلمي" بمتوسط حسابي (4.206) وانحراف معياري (0.654)، ثم في المرتبة الثالثة "اثر النشر الإلكتروني قائمة مراجعي" بمتوسط حسابي (4.179) وانحراف معياري (0.776)، وجاءت في المرتبة الرابعة "زاد النشر الإلكتروني من عدد أبحاثي المنشورة" بمتوسط حسابي (4.032) وانحراف معياري (0.702)، ثم في المرتبة الخامسة "ساهم النشر الإلكتروني في تحسين جودة أبحاثي العلمية" بمتوسط حسابي (4.012) وانحراف معياري (0.770).

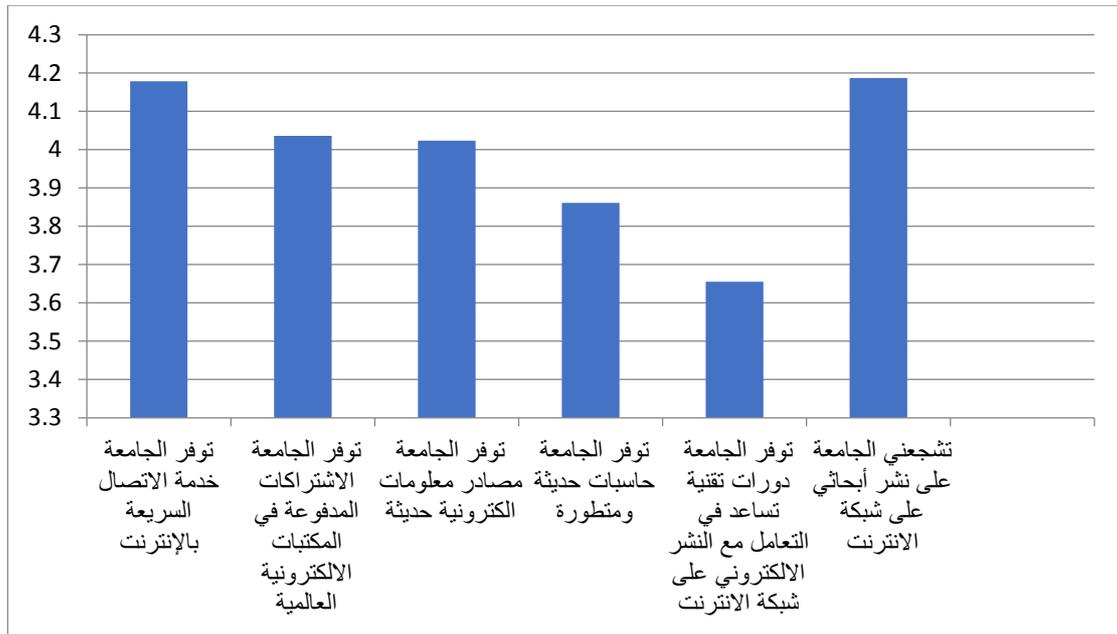
المحور السابع: مدى مساهمة الجامعات الخاصة البحرينية في توفير النشر الإلكتروني للأكاديميين العاملين لديها

تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات العينة، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (20): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمدى مساهمة الجامعات الخاصة البحرينية

في توفير النشر الإلكتروني للأكاديميين العاملين لديها

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارة	الرقم
2	0.963	4.179	توفر الجامعة خدمة الاتصال السريعة بالإنترنت	1
3	0.999	4.036	توفر الجامعة الاشتراكات المدفوعة في المكتبات الإلكترونية العالمية	2
4	0.944	4.024	توفر الجامعة مصادر معلومات إلكترونية حديثة	3
5	1.026	3.861	توفر الجامعة حاسبات حديثة ومتطورة	4
6	1.131	3.655	توفر الجامعة دورات تقنية تساعد في التعامل مع النشر الإلكتروني على شبكة الانترنت	5
1	0.828	4.187	تشجعي الجامعة على نشر أبحاثي على شبكة الانترنت	6
	0.794	3.990	الدرجة الكلية	



تظهر نتائج الجدول السابق أن مستوى مساهمة الجامعات الخاصة البحرينية في توفير النشر الإلكتروني للأكاديميين العاملين لديها جاءت بمتوسط حسابي (3.990) وانحراف معياري (0.794) وبدرجة متوسطة.

وتظهر نتائج الجدول السابق أن أكثر ما يعبر عن مساهمة الجامعات الخاصة البحرينية في توفير النشر الإلكتروني للأكاديميين العاملين لديها كانت "تشجعي الجامعة على نشر أبحاثي على شبكة الانترنت" بمتوسط حسابي (4.187) وانحراف معياري (0.828)، تلاها في المرتبة الثانية "توفر الجامعة خدمة الاتصال السريعة بالإنترنت" بمتوسط حسابي (4.036) وانحراف معياري (0.963)، ثم في المرتبة الثالثة "توفر الجامعة الاشتراكات المدفوعة في المجلات الإلكترونية العالمية" بمتوسط حسابي (4.024) وانحراف معياري (0.999)، وجاءت في المرتبة الرابعة "توفر الجامعة مصادر معلومات إلكترونية حديثة" بمتوسط حسابي (4.024) وانحراف معياري (0.944)، ثم في المرتبة الخامسة "توفر الجامعة حاسبات حديثة ومتطورة" بمتوسط حسابي (3.861) وانحراف معياري (1.026).

كما تظهر نتائج الجدول السابق أن أقل ما يعبر عن مساهمة الجامعات الخاصة البحرينية في توفير النشر الإلكتروني للأكاديميين العاملين لديها كانت "توفر الجامعة دورات تقنية تساعد في التعامل مع النشر الإلكتروني على شبكة الانترنت" بمتوسط حسابي (3.655) وانحراف معياري (1.131).

الإجابة على فروض الدراسة

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين استخدام الأكاديميين في الجامعات الخاصة البحرينية للنشر الإلكتروني على شبكة الانترنت وإنتاجهم العلمي.

تم التحقق من صحة الفرض من خلال معامل ارتباط بيرسون، كما هو موضح في الجدول التالي:
جدول (12): دلالة العلاقة الارتباطية بين استخدام الأكاديميين في الجامعات الخاصة البحرينية للنشر

الإلكتروني على شبكة الانترنت وإنتاجهم العلمي

قيمة معامل الارتباط	ن	مستوى الدلالة
0.18(**)	252	0.01

* الارتباط دال إحصائياً عند $(\alpha = 0.05)$.

** الارتباط دال إحصائياً عند $(\alpha = 0.01)$.

يتبين من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين استخدام الأكاديميين في الجامعات الخاصة البحرينية للنشر الإلكتروني على شبكة الانترنت وإنتاجهم العلمي (قيمة معامل الارتباط=0.18)، فكلما زاد استخدام الأكاديميين في الجامعات الخاصة البحرينية للنشر الإلكتروني على شبكة الانترنت زاد مستوى إنتاجهم العلمي.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين استخدام الأكاديميين في الجامعات الخاصة البحرينية للنشر الإلكتروني على شبكة الانترنت والعمر.

تم التحقق من صحة الفرض من خلال معامل ارتباط بيرسون، كما هو موضح في الجدول التالي:
جدول (22): دلالة العلاقة الارتباطية بين توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين استخدام الأكاديميين في الجامعات الخاصة البحرينية للنشر الإلكتروني على شبكة الانترنت والعمر

قيمة معامل الارتباط	ن	مستوى الدلالة
0.21(**)	252	0.01

* الارتباط دال إحصائياً عند $(\alpha = 0.05)$.

** الارتباط دال إحصائياً عند $(\alpha = 0.01)$.

يتبين من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين استخدام الأكاديميين في الجامعات الخاصة البحرينية للنشر الإلكتروني على شبكة الانترنت والعمر (قيمة معامل الارتباط=0.21)، فكلما زاد عمر الأكاديميين زاد مستوى استخدامهم للنشر الإلكتروني على شبكة الانترنت.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين استخدام الأكاديميين في الجامعات الخاصة البحرينية للنشر الإلكتروني على شبكة الانترنت ورتبهم العلمية.

تم التحقق من صحة الفرض من خلال معامل ارتباط بيرسون، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (23): دلالة العلاقة الارتباطية بين توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين استخدام

الأكاديميين في الجامعات الخاصة البحرينية للنشر الإلكتروني على شبكة الانترنت ورتبهم العلمية

قيمة معامل الارتباط	ن	مستوى الدلالة
0.16(**)	252	0.01

* الارتباط دال إحصائياً عند $(\alpha = 0.05)$.

** الارتباط دال إحصائياً عند $(\alpha = 0.01)$.

يتبين من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين استخدام الأكاديميين في الجامعات الخاصة البحرينية للنشر الإلكتروني على شبكة الانترنت ورتبهم العلمية (قيمة معامل الارتباط = 0.16)، فكلما زادت الرتبة العلمية للأكاديميين زاد مستوى استخدامهم للنشر الإلكتروني على شبكة الانترنت.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين استخدام الأكاديميين في الجامعات الخاصة البحرينية للنشر الإلكتروني على شبكة الانترنت وسنوات الخبرة.

تم التحقق من صحة الفرض من خلال معامل ارتباط بيرسون، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (24): دلالة العلاقة الارتباطية بين توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين استخدام

الأكاديميين في الجامعات الخاصة البحرينية للنشر الإلكتروني على شبكة الانترنت وسنوات الخبرة

قيمة معامل الارتباط	ن	مستوى الدلالة
0.04	252	غير دال

* الارتباط دال إحصائياً عند $(\alpha = 0.05)$.

** الارتباط دال إحصائياً عند $(\alpha = 0.01)$.

يتبين من الجدول السابق عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين استخدام الأكاديميين في الجامعات الخاصة البحرينية للنشر الإلكتروني على شبكة الانترنت وسنوات الخبرة.

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين استخدام الأكاديميين في الجامعات الخاصة البحرينية للنشر الإلكتروني على شبكة الانترنت وعدد الدورات التدريبية في النشر الإلكتروني الحاصلين عليها.

تم التحقق من صحة الفرض من خلال معامل ارتباط بيرسون، كما هو موضح في الجدول التالي:
جدول (25): دلالة العلاقة الارتباطية بين توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين استخدام
الأكاديميين في الجامعات الخاصة البحرينية للنشر الإلكتروني على شبكة الانترنت وعدد الدورات
التدريبية في النشر الإلكتروني الحاصلين عليها

مستوى الدلالة	ن	قيمة معامل الارتباط
0.01	252	0.42(**)

* الارتباط دال إحصائياً عند $(\alpha = 0.05)$.

** الارتباط دال إحصائياً عند $(\alpha = 0.01)$.

يتبين من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين استخدام الأكاديميين في الجامعات
الخاصة البحرينية للنشر الإلكتروني على شبكة الانترنت وعدد الدورات التدريبية في النشر الإلكتروني
الحاصلين عليها (قيمة معامل الارتباط = 0.42)، فكلما زاد عدد الدورات التدريبية في النشر الإلكتروني
الحاصلين عليها الأكاديميين في الجامعات الخاصة البحرينية زاد مستوى استخدامهم للنشر الإلكتروني على
شبكة الانترنت.

الفرض السادس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى استخدام الأكاديميين في الجامعات
الخاصة البحرينية للنشر الإلكتروني على شبكة الانترنت تعزى لمتغير النوع.
تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واستخدام اختبار ت، كما هو موضح في الجدول
التالي:

جدول (26): دلالة الفروق في مستوى استخدام الأكاديميين في الجامعات الخاصة البحرينية للنشر

الإلكتروني على شبكة الانترنت حسب متغير النوع

النوع	المتوسطات الحسابية	الانحرافات المعيارية	قيمة ت	درجات الحرية	مستوى الدلالة
ذكر	4.200	0.586	1.382	250	0.168
أنثى	4.098	0.541			

يتبين من الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية $(\alpha \leq 0.05)$ في مستوى استخدام
الأكاديميين في الجامعات الخاصة البحرينية للنشر الإلكتروني على شبكة الانترنت تعزى لمتغير النوع.

الفرض السابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى استخدام الأكاديميين في الجامعات
الخاصة البحرينية للنشر الإلكتروني على شبكة الانترنت تعزى لمتغير المنصب الإداري في الجامعة.

تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واستخدام اختبار ت، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (27): دلالة الفروق في مستوى استخدام الأكاديميين في الجامعات الخاصة البحرينية للنشر الإلكتروني على شبكة الانترنت حسب متغير المنصب الإداري في الجامعة

المنصب الإداري في الجامعة	المتوسطات الحسابية	الانحرافات المعيارية	قيمة ت	درجات الحرية	مستوى الدلالة
لا يوجد	4.171	0.650	0.342	250	0.732
يوجد	4.145	0.410			

يتبين من الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha \leq 0.05$) في مستوى استخدام الأكاديميين في الجامعات الخاصة البحرينية للنشر الإلكتروني على شبكة الانترنت تعزى لمتغير المنصب الإداري في الجامعة.

الفرض التاسع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى استخدام الأكاديميين في الجامعات الخاصة البحرينية للنشر الإلكتروني على شبكة الانترنت تعزى لمتغير الجنسية. تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واستخدام اختبار ف، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (28): دلالة الفروق في مستوى استخدام الأكاديميين في الجامعات الخاصة البحرينية للنشر الإلكتروني على شبكة الانترنت تعزى لمتغير الجنسية

الجنسية	المتوسطات الحسابية	الانحرافات المعيارية	قيمة ف	درجات الحرية	مستوى الدلالة
بحرينية	3.985	0.384	5.533	2	0.004
عربية	4.260	0.675			
اجنبية	4.125	0.375			

يتبين من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha \leq 0.05$) في مستوى استخدام الأكاديميين في الجامعات الخاصة البحرينية للنشر الإلكتروني على شبكة الانترنت تعزى لمتغير الجنسية، وتبين من نتائج اختبار شافيه أن الفروق كانت بين الجنسية البحرينية والجنسية العربية لصالح الجنسية العربية. الثالث عشر: توصيات الدراسة

1. تكثيف دورات الانترنت وتكنولوجيا المعلومات للأكاديميين العاملين في الجامعات الخاصة في مملكة البحرين

2. وضع ادلة وقوائم متخصصة للمواقع البحثية المهمة في مجالات التخصص
3. اعداد الجامعات لأدلة خاصة بمواقع وقواعد البيانات ومكتبات الانترنت التي تلبي احتياجات الأكاديميين وتعزز عملية البحث العلمي في العملية التعليمية وتوفير ملخصات لرسائل الماجستير والدكتوراه والبحوث والدراسات المهمة في مواقع الجامعة لخدمة الطلاب والباحثين ولسد حاجاتهم المعلوماتية والبحثية.
4. اشتراك الجامعات في المكتبات الانترنت العالمية وتوفيرها للأكاديميين العاملين في هذه الجامعات بشكل مجاني
5. الاستفادة من خبرات وتجارب الجامعات الأخرى في استخدام النشر الإلكتروني في البحث العلمي

الرابع عشر: المصادر والمراجع

- 1 - عميور، سهام (2012). المكتبات الجامعية ودورها في تطوير البحث العلمي في ظل البيئة الإلكترونية، رسالة ماجستير، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة منتوري، الجزائر.
- 2- الشايع، فهد بن سلمان وشينان، علي بن سعود. (2009). دراسة أثر استخدام الكتب الإلكترونية على تنمية التفكير الإبداعي والاتجاه نحو استخدام الحاسوب في تعلم الأحياء لدى طلاب الصف الثاني ثانوي بمدينة الرياض - مجلة جامعة صنعاء للعلوم التربوية والنفسية. مجلة جامعة صنعاء للعلوم التربوية والنفسية، المجلد (7) العدد (1)، يناير - يونيو.
- 3 - العيد، نداء بنت محمد. (2008). مدى استفادة طالبات الدراسات العليا من المكتبة الإلكترونية لتعزيز البحث العلمي، رسالة ماجستير، كلية التربية، جامعة الملك سعود، للملكة العربية السعودية.
- 4 - رزيقة، هاجر (2015). استخدام الأنترنت في البحث العلمي لدى الطالب الجامعي، رسالة ماجستير، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرياح، ورقلة، الجزائر.
- 5 - عميور، سهام (2012). المكتبات الجامعية ودورها في تطوير البحث العلمي في ظل البيئة الإلكترونية، رسالة ماجستير، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة منتوري، الجزائر.
- 6 - كاظم، هناء عبد الحكيم ومصحب، سناء شمال. (2013). النشر الإلكتروني ودوره في تطوير البحث العلمي. مجلة جامعة بابل/ العلوم الانسانية. المجلد 21، العدد 3، العراق.
- 7 - بركات، زياد (2008). واقع استخدام اعضاء هيئة التدريس في الجمعات الفلسطينية، ورقة علمية مقدمة للمؤتمر الدولي الرابع لجامعة القاهرة 18-16 / 2008/12. متاح على شبكة الانترنت بتاريخ 14 يناير 2017.
- 8 - علي، عز الدين سلطان (2010). واقع استخدام شبكة المعلومات العالمية (الانترنت) في التعليم والبحث العلمي لدى أعضاء هيئة التدريس بكليات التربية بالجامعات اليمنية. رسالة ماجستير، كلية التربية الدراسات العليا، قسم المناهج وطرق التدريس، جامعة ام القرى، المملكة العربية السعودية.
- 9 - كداوة، عبد القادر - علام، رايح (2014). استخدام الباحثين لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في البحث العلمي بالمكتبة الجامعية المركزية لجامعة الجزائر، مجلة RIST، مجلد 20، العدد 1 ص. 101-81، الجزائر

- 10 - عبد الرحمن، فردوس عمر (2015). النشر الإلكتروني والشبكات والمكتبة الإلكترونية والانترنت، السودان. متاح على شبكة الإنترنت بتاريخ 16 يناير 2017 <http://www.wku.edu.sd/ar/images/books/book1.pdf>
- 11 - كاظم، هناء عبد الحكيم ومصعب، سينا شمال. (2013). النشر الإلكتروني ودوره في تطوير البحث العلمي. مجلة جامعة بابل/ العلوم الانسانية. المجلد 21، العدد 3، العراق.
- 12 - حفيظي، نور الدين. تبينه، رواية (2015). النشر بين الاهمية العلمية والصعوبات الواقعية، ورقة علمية مقدمة للمتلقى العلمي المشترك الاول مع المكتبة الوطنية الجزائرية بعنوان تمثين ادبيات البحث العلمي، الجزائر 29 ديسمبر 2015.
- 13 - عبد الرحمن، فردوس عمر (2015). النشر الإلكتروني والشبكات والمكتبة الإلكترونية والانترنت، السودان. متاح على شبكة الإنترنت بتاريخ 16 يناير 2017 <http://www.wku.edu.sd/ar/images/books/book1.pdf>
- 14 - الحاج، أكرم محمد احمد. (2013). تحديات النشر العلمي الإلكتروني - مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية - جامعة الوادي، العدد الثاني - نوفمبر 2013
- 15 - رزيقة، هاجر (2015). استخدام الأنترنت في البحث العلمي لدى الطالب الجامعي، رسالة ماجستير، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرياح، ورقلة، الجزائر.
- 16 - عبد الرحمن، فردوس عمر (2015). النشر الإلكتروني والشبكات والمكتبة الإلكترونية والانترنت، السودان. متاح على شبكة الإنترنت بتاريخ 16 يناير 2017 <http://www.wku.edu.sd/ar/images/books/book1.pdf>
- 17 - الحاج، أكرم محمد احمد. (2013). تحديات النشر العلمي الإلكتروني - مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية - جامعة الوادي، العدد الثاني - نوفمبر 2013
- 18 - حفيظي، نور الدين. تبينه، رواية (2015). النشر بين الاهمية العلمية والصعوبات الواقعية، ورقة علمية مقدمة للمتلقى العلمي المشترك الاول مع المكتبة الوطنية الجزائرية بعنوان تمثين ادبيات البحث العلمي، الجزائر 29 ديسمبر 2015.
- 19 - علي، عز الدين سلطان (2010). واقع استخدام شبكة المعلومات العالمية (الانترنت) في التعليم والبحث العلمي لدى أعضاء هيئة التدريس بكليات التربية بالجامعات اليمنية. رسالة ماجستير، كلية التربية الدراسات العليا، قسم المناهج وطرق التدريس، جامعة ام القرى، المملكة العربية السعودية.

أثر الإعلام المقروء على منظومة القيم في الوطن العربي

د. صابر حارص

أستاذ الإعلام المشارك بالجامعة الخليجية

تسعى هذه الورقة بعد ضبط مفاهيمها وتحديد العوامل المتداخلة مع متغيراتها والإشارة إلى طبيعتها المنهجية الإجابة على أربعة تساؤلات رئيسية:

- كيف يمكن قياس أثر الإعلام المقروء على منظومة القيم بالوطن العربي في ضوء خفوت الأثر المباشر لذلك، واعتماد الدراسة مداخل تأثير غير مباشرة يمكن للصحافة التعامل معها باعتبارها من مظاهر ومكونات القيم وهي (الدوافع، الاحتياجات، الاتجاهات، العادات والتقاليد، الأعراف، المعتقدات، السلوك، الثقافة)

- كيف يمكن رصد خريطة القيم التقليدية والحديثة في الوطن العربي.

- ما هي مظاهر تأثر القيم بالإعلام المقروء في الوطن العربي، بدءاً من عملية تشكيل القيم وإكسابها ضمن عملية التنشئة الاجتماعية، ومروراً بإحداث الصراع القيمي على مستوى الأفراد والمجتمعات، وانتهاءً بعملية تغيير القيم ونشر القيم الجديدة.

- نماذج لقيم أكثر تأثراً بوسائل الإعلام في الوطن العربي بالمرحلة الراهنة.

أولاً: الإطار المفاهيمي والمنهجي للورقة

خمس متغيرات يجب ضبطها أولاً لكي تسير هذه الورقة على نحو علمي، تُحدد هذه المتغيرات أولاً المفاهيم الواردة بها، وتوضح المتغيرات المتداخلة مع منظومة القيم من جانب ومع الإعلام المقروء من جانب آخر، وتفصل في شبهة التأثير من عدمه بالنسبة للإعلام المقروء على منظومة القيم، وتُبرز القيم الأكثر تأثراً في المرحلة الراهنة.

1- فالمفاهيم الجديدة التي ربما لم تنتشر بعد على نطاق واسع في أدبيات وسائل الإعلام المقروء يجب أن تراعي امتداد مفهومه إلى المضمون الإلكتروني أيضاً وليس الورقي فقط، وإلى المنتظم منه في الصدور بشكل دوري وبشكل مؤقت أيضاً، خاصة أن مراعاة هذه الضوابط تُحقّق إلى حد ما شمولية المفهوم وتتناسب مع منظومة القيم بالوطن العربي، ووفقاً لذلك فإن الإعلام المقروء يعني مجموعة الجرائد والمجلات، والسلاسل الصحفية من الكتب والكتيبات، والنشرات والملصقات والمطويات والمنشورات التي تصدر بصفة دورية ومنتظمة أو بصفة غير دورية وغير منتظمة سواء كانت عامة أو مُتخصصة في مضمونها وجمهورها، وسواء كانت على مستوى القطر الواحد أو معظم الأقطار العربية) بالإضافة إلى



مواقع الصحف الورقية على الانترنت وما يتناقله أفراد ومواقع التواصل الاجتماعي من أخبار منشورة بهذه الصحف.

- أما منظومة القيم في الوطن العربي فتعني: مجموعة المبادئ والمعايير التي تعمل في الوطن العربي ويتمسك بها المجتمع العربي أو أغلبه سواء صراحة أو ضمناً وتعطي للإنجازات معنى، ويتميز المجتمع العربي بطراز من الثقافة يلائمه، كما تتطوى كل ثقافة على عدد من القيم التي ترسم للناس حدود التفكير والسلوك والعمل، ومن ثم فإن القيم معايير اجتماعية لما يجب أن تكون عليه حياة المجتمع أو الفرد أو الجماعة، ومقاييس يُقدر بها مدى بعد الفعل الإنساني أو قربه من هذا المقياس (1) وبصيغة المفرد فإن القيمة هي الحكم الذي يصدره الإنسان على شيء ما مهتدياً بمجموعة المبادئ والمعايير التي وضعها المجتمع الذي يعيش فيه، والذي يحدد المرغوب فيه والمرغوب عنه من السلوك (2)

ويطلق الوطن العربي: أو العالم العربي كمصطلح سياسي على منطقة جغرافية ذات تاريخ ولغة وثقافة ودين مشترك تمتد من المحيط الأطلسي غرباً إلى بحر العرب والخليج العربي شرقاً، شاملاً الدول التي تضمها جامعة الدول العربية في غرب آسيا وشمال أفريقيا وشرقها (3)، ومع بداية الثمانينات شهد الوطن العربي ظهور تكتلات مثل مجلس التعاون الخليجي الذي يضم ست دول و هي السعودية و الكويت و عمان و قطر و البحرين و الإمارات، تتشابه في عمق الروابط التاريخية و الدينية و الاجتماعية و الثقافية بين سكان المنطقة والرقعة الجغرافية المنبسطة ذات البيئة الصحراوية، وتطلعات أبناء المنطقة من اجل الوحدة الإقليمية، ومواجهة دول المنطقة لتحديات الأمن و التنمية، كما ظهر اتحاد المغرب العربي في 1989 من خمس دول هي : المغرب و الجزائر و تونس و ليبيا و موريتانيا لعوامل تاريخية وثقافية وحضارية ودينية متشابهة، كما ظهر ايضاً بنفس العام مجلس التعاون العربي الذي ظهر قبل الغزو العراقي للكويت وانتهى معه وكان يضم العراق ومصر واليمن والأردن، ثم جاء عام 2011 فقسم الوطن العربي إلى تيارات سياسية وأيدولوجية ومذهبية لا تزال الأمة تعاني من تداعياتها (4)

2- متغيرات الدراسة: يُمثل الإعلام المقروء في هذه الورقة متغير مستقل، وقيم الوطن العربي متغير تابع، غير أن الضبط المنهجي والعلمي يتطلب الإشارة إلى أن الإعلام المقروء لا يعمل بمفرده في التأثير على منظومة القيم العربية، ولكنه يعمل جنباً إلى جنب مع عوامل أخرى إعلامية وغير إعلامية منها: الإعلام المسموع والمرئي والإعلام الجديد والإعلام التقليدي والاتصال المباشر، والمؤسسات الأسرية والدينية والتعليمية والسياسية والاقتصادية والثقافية إضافة إلى الواقع والمناخ العام وخاصة درجة أو معدل الاستقرار السائد بالمجتمع (5)، والأهم من ذلك هو الإشارة إلى وجود عوامل أخرى تتداخل مع منظومة القيم، من أهمها: العادات والتقاليد والأعراف والمعتقدات والاتجاهات وأنماط السلوك والمعلومات



والمعارف، وهي عوامل تتأثر جميعها بالقيم وتؤثر فيها، فالقيم هي التي تُحدد الاتجاهات وأنماط السلوك والتفكير، كما أن القيم تتأثر بالمعلومات والمعارف والعادات والتقاليد والأعراف، وهذا هو مدخل تأثير الإعلام عليها، لأن الإعلام يمارس تأثيره على القيم بطريقة غير مباشر عبر نشر المعلومات والمعارف والمستحدثات التي تهيئ المناخ لتغيير القيم أو يناقش العادات والتقاليد ويحولها إلى قضايا رأي عام يختلف الناس حولها.

3- ويشتهه على الباحث غير المتخصص أو حتى المتخصص من الوهلة الأولى عدم وضوح العلاقة بين الإعلام المقروء والقيم في الدول النامية عامة نتيجة لعوامل عديدة من أهمها: تزايد نسب الأمية، وانخفاض المستوى الاقتصادي الذي لا يسمح بشراء الجرائد والمجلات، وصعوبة وصول الصحف إلى معظم مناطق البادية والريف وشراؤها من المدينة⁽⁶⁾، وتراجع عادات القراءة بشكل عام لصالح ثقافة الصورة والتواصل الاجتماعي، وانتشار الأطباق الفضائية والانترنت في الوطن العربي ووصولها إلى البادية والريف، غير أن الدراسات القديمة التي أجريت قبل ظهور الفضائيات وانتشارها أظهرت وجود تأثير للصحافة في تغيير القيم الاجتماعية بمناطق شبه حضرية⁽⁷⁾ إضافة إلى كما تبين من المقابلات الجماعية أيضاً أن هناك بروز قوي لقيم الحرية والديموقراطية والمشاركة السياسية بمختلف صورها وقيمة الحوار والمحاورة والمناظرة والجدل في الشأن العام والقضايا والأحداث السياسية والاقتصادية والاجتماعية والدينية الجارية.

4- ثمة بروز لقيم عربية بعد عام 2011 أصبحت محل اهتمام الإعلام والرأي العام بفعل السيولة السياسية والإعلامية التي أغرقت المجتمع العربي كله على مستوى الكلام والفعل كالحرية والحوار والمشاركة والمواطنة والانتماء بمستوياته المتعددة والعدالة الاجتماعية والمساواة وسيادة القانون، وقيم أخرى كالتحيز والصراع والتعصب والتطرف.

5- والأهم من ذلك هو نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين والتي خلصت إلى أن المعلومات والأفكار تنتقل من الوسائل إلى قادة الرأي ومنهم إلى عامة الجماهير⁽⁸⁾ ثم ظهور نماذج أخرى عديدة تتعلق بتأثيرات وسائل الإعلام على السلوك والثقافة والمجتمع والقيم والرأي العام أثبتت أن التأثير الإعلامي يمكن أن يتم على مراحل متعددة وليس مرحلتين فقط، ووفقاً لنماذج دائرية وليست خطية⁽⁹⁾ ومن ثم فإن هذه الورقة تدفع باتجاه البحث في أثر الإعلام المقروء على منظومة القيم العربية سواء كان تأثير الإعلام المقروء قائماً بالفعل أو تأثيراً محتملاً مرهوناً بطبيعة الدور الذي يقوم به، وسواء كان تأثيراً مباشراً من الصحافة إلى المتعلمين والمتقنين عامة أو تأثيراً غير مباشر تنتقل فيه المعلومات من الصحافة إلى

الفئات المتعلمة ومنها إلى الأميين على مراحل متعددة ودائرية، وسواء كان ذلك تأثيراً باتجاه القيم الإيجابية أو القيم السلبية.

ثانياً: مداخل تأثير الإعلام المقروء في القيم

لا تتم عملية تأثير الإعلام المقروء على منظومة القيم العربية بشكل مباشر نتيجة ارتباط المجتمع العربي أكثر بعادات وتقاليد وأعراف وثقافة واتجاهات تميل إلى المحافظة وترفض التجديد أو تتقبله بصعوبة، ولذلك يجب على الباحث الإعلامي أن يتحرى مداخل عديدة لتأثير الإعلام في منظومة القيم العربية منها ما هو يؤثر في القيم ذاتها كالثقافة والواقع والمجتمع الذي يتأثر مباشرة بوسائل الإعلام، وتوجد العديد من الدراسات التي تؤكد التأثير المتعاظم لوسائل الإعلام في الثقافة إلى الحد الذي توصف به ثقافة المجتمعات بأنها ثقافة إعلامية، إضافة إلى تداخل الواقع مع الإعلام إلى الحد الذي يعتقد فيه البعض أن خطاب الإعلام هو خطاب الواقع رغم ما بينهما من تباين يصل إلى حد اتهام الإعلام بتزييف خطاب الواقع.

كما يمكن أن تتأثر القيم بوسائل الإعلام من جانب آخر يشمل مكونات هذه القيم ومظاهرها، فالعادات والتقاليد والأعراف والاتجاهات والاهتمامات والدوافع والحاجات هي مظاهر أو مكونات للقيم، وبالتالي فإن تأثرها بوسائل الإعلام ينعكس بالضرورة على منظومة القيم، وفيما يلي: عرضاً لهذه المداخل حتى يتسنى للباحث الإعلامي قياس أثر الإعلام المقروء على منظومة القيم في الوطن العربي عبر مداخل واضحة ومتعددة.

- مدخل القيم والحاجات: يستعين الفرد في عملية تحقيق أو إشباع احتياجاته بالقيم لتُحدد له نسق اختياراته والمفاضلة بين اختيار نوعية الاحتياجات وأساليب إشباعها أو تحققها (10).

- مدخل القيم والدوافع: الدافع حالة شعورية تدفع الإنسان أو الكائن الحي عامة نحو هدف أو سلوك معين (ضغوط لتوجيه السلوك سواء كان مناسب أو غير مناسب)، ولكنه لم يحمل رؤية أو تصور لتبرير هذا السلوك أو الحكم عليه كما هو الحال في القيم التي تمدنا بالمعيار الذي يُقِيم أو يحكم على سلوك الناس أو الأشياء أو الأحداث (11)

مدخل القيم والاهتمامات: يرتبط مفهوم الاهتمامات بالتفضيلات والاختيارات التي قد تترتب على اتجاهات أو قيم بعينها، وليست بالضرورة أن تكون الاهتمامات مثالية أو معيارية أو تتفق مع معايير تُحدد ما ينبغي أو ما لا ينبغي، لأنها (الاهتمامات) تأتي كمظاهر وليست كمعايير (12).



بين أعضائه ويعوق استقرارهم وتقدمهم (22)، ومن هنا فقد تكمن أهمية العادات الاجتماعية ودورها الوظيفي في أنها جزء هام من دستور المجتمع غير المكتوب، ودعامة جوهرية من دعائم تراثه الثقافي، وعاملاً مهماً من عوامل الاستقرار الاجتماعي والمحافظة على كيان المجتمع وتماسكه (23).

وعندما تقوى العادات وتشتد نتيجة تكرر الممارسة وشدة الشيوع فإنها تتحول إلى تقاليد، والتقاليد هي مجموعة من الأنماط السلوكية الجمعية الموروثة والتي تنتقل من السلف إلى الخلف، وبذلك فهي ذات أثر كبير في نشاط الجماعة وتفاعل أفرادها وتعتبر متغيراً أساسياً من المتغيرات التي توجه علاقة الأفراد بعضهم ببعض الآخر (24)، وبهذا تعد التقاليد بجانب القيم مصدراً أساسياً من مصادر الإلزام والتشريع في الجماعة باعتبارها أساس للقاعدة والقانون والحكم على السلوك وترابطها بالقيم علاقة تبادلية (25).

- مدخل القيم والأعراف: العرف هو ما درج الناس على إتباعه من قواعد معينة في شئون حياتهم وشعورهم بضرورة احترامها، وهي معايير جامدة حازمة تتحكم في السلوك الأخلاقي والديني (26) وبالتالي فهي أقرب للقيم من العادات والتقاليد، ووسيلة مهمة وأساسية في الضبط الاجتماعي ورعاية القيم الروحية والخلاقية، ويرتبط العرف بالناحية العقائدية والعقلية، بينما ترتبط العادات في معظمها بأفعال وأعمال، ويخضع العرف للتطور شأنه شأن العادات غير أن تطوره بطيء وفي حدود ضيقة، وتختلف الأعراف عن القيم في أنها قد لا تكون معايير مثالية وتختلف من منطقة لأخرى وسريعة التشكيل بخلاف القيم، والقيم ترتبط بالأعراف لأن الأعراف هي عادات وتقاليد وأفكار وقوانين وما شابه ذلك وخاصة عندما تحوى حكماً، وينحصر نطاق العرف في طبقات أو مجموعات معينة داخل المجتمع العربي كما هو الحال ببعض القرى ومناطق البدو (27).

وبذلك فالعرف هو اتفاق الناس على أتباع خطة معينة في مختلف ألوان النشاط الاجتماعي مع إحساسهم بضرورة هذه الخطة كقاعدة قانونية تستخلص من واقع حياة المجتمع، وما من شأنه خلق تجانس في التفكير والآداب والمعتقدات وأنماط السلوك بين الأفراد (28).

- مدخل القيم والسلوك: يرى البعض أن القيم الحقيقية تظهر فيما يقوله الناس ويفعلونه في آن واحد (29) وأن دراسة وتحليل القيم يمكن من خلال الأنشطة السلوكية التي يصدرها الفرد في المواقف الاجتماعية استناداً إلى تعريف محمود عودة بأنها "تلك الأحكام المعيارية التي توجه السلوك الإنساني الانتقائي والتي تحسم الاختيار في مواقف بعينها" (30) لأن الاتجاهات والسلوك محصلة للتوجهات القيمية (31) وعلى الرغم من أن القيم تُعد من أهم دوافع ومحددات وموجهات الاتجاه والسلوك معاً إلا أنه لا يمكن اعتبار سلوك الفرد أو اتجاهه مؤشراً أو عاكساً لقيمة في كل المواقف الاجتماعية، وكثيراً ما يأتي سلوك الفرد انعكاساً لظروف محيطة بالفرد أو لطبيعة الدور الذي يقوم به وتجعله سلوك غير متسق مع القيم التي يؤمن بها (32).

مدخل القيم والثقافة: الثقافة هي مصدر القيم، والقيم هي لب الثقافة ومفتاح فهمها، ولا ينبغي فهم القيم ودراساتها إلا من خلال الإطار الثقافي للمجتمع⁽³³⁾ لأن لكل ثقافة نسق من القيم خاص بها يختلف عن نسق القيم السائد في الثقافات الأخرى، وبالتالي فإن الأحكام على الأنساق القيمية تتوقف على بقية العناصر والمكونات الثقافية الأخرى في ضوء الأوضاع والظروف السائدة وليس بمعزل عنها، وهو ما يُشير إلى الدور الذي يلعبه المجتمع في تشكيل القيم⁽³⁴⁾، وهو ما يجعل هذه الورقة تراعي القيم البارزة والراهنة والمشاركة في الوطن العربي.

ثالثاً: الخريطة التقليدية والحديثة للقيم في الوطن العربي:

تبرز القيم الإلزامية في المجتمع العربي أكثر من المجتمعات الغربية نتيجة ارتباط الحياة العربية بالعرف بجوار القانون، وترتبط هذه النوعية من القيم بتنظيم سلوك الفرد من الناحية الاجتماعية والخلقية والدينية وتسعى إلى الاستقرار والتكافل الاجتماعي، ويرعى المجتمع تنفيذها بقوة وحزم ويُعاقب من يتخلى عنها مثل القيم التي تنظم العلاقة بين الجنسين وتتصل بقوانين وتقاليد الزواج والطلاق وغيرها⁽³⁵⁾.

كما تبرز القيم التفضيلية أيضاً في المجتمع العربي نتيجة ميله القوية إلى التجانس والتوافق أكثر من المجتمعات الغربية، بالإضافة إلى أنها قيماً ذاتية يتوقف تنفيذها حسب إرادة الفرد وثقافة المجتمع، فصلة الرحم ورعاية الجار وإكرام الضيف والزواج المبكر والترقي في الحياة العملية والمجاملات في العلاقات الرسمية كلها قيم رغم أهميتها الكبيرة إلا أن التخلي عنها لا يستوجب العقاب، وإنما يفضل التمسك بها والتشجيع عليها وتحظى باهتمام الثقافة العربية، وتتأثر بالتكنولوجيا عامة وتكنولوجيا الاتصال والمعلومات خاصة نتيجة تزايد التعرض العربي لهذه التكنولوجيا بشكل مضطرد⁽³⁶⁾.

وتتراجع القيم المثالية في الوطن العربي، لأنها قيماً غائبة وتحققها بصورة كاملة أمر مستحيل كالمساواة والعدل والإحسان والتسامح وغيرها، وهي قيم يعجز الفرد عن التمسك بها ولكن تأثيرها بالغ القوة على توجيه سلوك الأفراد واستقرار المجتمعات⁽³⁷⁾

ومن القيم الحديثة أو الجديدة التي تتأثر بها القرية وخاصة بفعل وسائل الإعلام هي القيم العابرة التي تظهر في فترة معينة وتزول أو تتبدل وتتصل بالشكليات ويتفاوت التأثير بها من فرد إلى آخر مثل القيم المرتبطة بالموضة والملابس والموديلات والأزياء وأنواع الموسيقى والغناء التي يستمتع إليها⁽³⁸⁾، ويتأثر بهذه القيم الشباب من الجنسين وخاصة فترة المراهقة.

وقد رصدت مجموعة من الدراسات الحديثة القيم الأساسية للشخصية العربية بشكل عام في: التدين، المحافظة (احترام العادات والتقاليد والقديم والدين)، الاعتدال، الوسطية، الواقعية، السلبية، الطاعة والخضوع للسلطة، العنف في مواجهة الأعداء، الترابط العائلي، الاستقرار، السلبية واللامبالاة والانسحاب، الازدواجية بين الرأي والسلوك، القدرية، المرح والفكاهة، السخرية، الصبر، العمل، التوكل على الله،

التضخيم والتهويل، (39)

إضافة إلى قيم أخرى حديثة ايجابية وسلبية معا مثل: قيم الإنجاز (الطموح والنجاح والتفوق والاعتماد على الذات)، وقيم الاقتصاد كالنزوع نحو الربح والملكية والاستهلاك، التمسك بالمؤسسات والنصوص الرسمية)، والقيم العمودية في التسلسل والتعالي والمكانة والوجاهة بدلاً من القيم الأفقية في الزمالة والصدقة والأخوة، والنزوع نحو التنافس والرغبة في فرض النفوذ، وقيم اللذة والمتعة والرفاهية، الاقتباس، واستحداث طرق الاقتناء (40).

وهناك قيم مشتركة من ثقافات مختلفة كالصين وأوروبا وكندا وأمريكا وغيرها لها جذورها في الثقافة العربية والإسلامية وأعيد إنتاجها حديثاً بالدول المتقدمة وتشمل العدل والمساواة والرحمة، واحترام الحوار العقلاني، احترام السلطة الصالحة أو المناسبة، كبح الذات وكبح الأنانية، الولاء والإخلاص، استقلالية الفكر، الاستعداد لحل النزاعات دون اللجوء للعنف، الأمن، الراحة، الذكاء، البهجة، الكفاءة، الفاعلية، الدقة، المحاسبة، الديمقراطية، المشاركة، النصيحة، المواطنة، التعاون والتكاتف، وكذلك القيم الوطنية التي تبدو في اهتمامات حب الوطن والإخلاص له والتضحية في سبيله (41).

وكذلك قيم الإحسان كالإحساس بالغير والتسامح والصدقة الحقيقية، وقيم الولاء، الوسطية، العدالة، السلام، الحكمة، حماية البيئة، الوطنية، الانتماء، الرومانسية، تقدير الذات، المكانة الاجتماعية، الحرية، الإبداع، السلام الداخلي، القيم الإنسانية كاحترام آدمية الإنسان وحقوقه، وقيم الفردية، الخصوصية، المساواة بين المرأة والرجل، القبول الاجتماعي، التقدم. (42)

رابعاً: مظاهر تأثر القيم بالإعلام المقروء في الوطن العربي

1- الإعلام المقروء أحد عوامل تغير القيم

للتغير القيمي مفهوم ضيق يقتصر على بعض التغيرات في العادات والتقاليد أو التغيرات المتتابعة والسريعة في الطرائق الشعبية، وقد يتسع المفهوم لدى البعض ليشمل كل التحولات السريعة في القيم الثقافية للمجتمع (43)، ومن المعروف أن بعض أجزاء النسق القيمي سرعان ما يلحقها الفطور نتيجة ظروف اجتماعية واقتصادية متجددة ما لم يعيد المجتمع تجديدها وتحديثها (44) وتتميز وسائل الإعلام المقروء بأنها تأخذ زمام المبادرة في طرح وإثارة العادات والتقاليد التي لم تعد مناسبة للعصر مما يؤدي إلى مناقشة هذه العادات في وسائل الإعلام الأخرى، وبذلك تتحول موضوعات العادات والتقاليد إلى قضايا خلافية يثور حولها الجدل والنقاش وتصبح محل اهتمام الرأي العام ويلقى تغييرها قبولاً لدى اتجاهات عديدة من فئات المجتمع.. أما فيما يتعلق بالفطور الذي يلحق بأجزاء من النسق القيمي فإن وسائل الإعلام المقروء هي التي تعمل أولاً كسجل لرصد التغيرات الاقتصادية والاجتماعية ونقلها إلى النخب والمتقنين والإعلاميين ثم تصبح منتدى يعرض آراء النخب والكتاب وتقارير البحوث والدراسات التي تُشير إلى وجود

مؤشرات ومظاهر فتور في بعض أجزاء النسق القيمي للمجتمع، كما أن تغير القيم لا يعني تلاشيها من حيز الوجود بل قد يعني فقط انخفاض أهميتها في البناء القيمي عند أفراد المجتمع أو عدم احتكام فئات من المجتمع إليها (45)

وقابلية القيم للتغير تتم ببطء في المجتمع العربي نتيجة بطء التغير الحضاري والصناعي نفسه فيميل الفرد إلى الالتزام بقيم الجماعة والتقيدها بقواعدها السلوكية(46)، ومن ثم فإن دور وسائل الإعلام بشكل عام يتزايد أهميته في عملية التغير القيمي نتيجة غياب المؤثرات المستقلة أو الأولية في التغير والتي تتعلق بالمتغير الصناعي وهو ما أكدته الدراسات التي أجريت على المجتمعات التي دخلتها الصناعة والمصانع(47) وبالتالي فإن إمكانية التغير في بناء القيم يقوم على التفاعل بين المرء بإمكاناته وسماته الشخصية وبعض المتغيرات الخارجية أو البيئية داخل البناء الاجتماعي وهو ما يسمح للإعلام المقروء باعتباره أحد مكونات الثقافة والتعبير عنها وعن الواقع الاجتماعي أن يؤثر في البناء القيمي للفرد والجماعة معاً خاصة في ضوء نسبية القيم وعدم ثباتها لاختلافها باختلاف الثقافات وباختلاف الأزمان في المجتمع الواحد ووفقاً لثقافته الفرعية، وحتى اختلافها من شخص إلى شخص آخر ومن مكان إلى مكان، فضلاً عن أنها مكتسبة من الجماعة المرجعية في سياق عملية التنشئة الاجتماعية التي يعتبر الإعلام بشكل عام أحد أهم مكوناتها في عالمنا المعاصر(48) ولذلك ترتبط عملية سرعة التغير القيمي بمدى تعقد المجتمعات ذاتها، فيكون التغير القيمي أقل بالمجتمعات العربية البسيطة نظراً لتضاؤل مجالات التأثير والتأثر مع المتغيرات البيئية والتي من ضمنها وسائل الإعلام، وبقل التأثير والتأثر في المجتمعات العربية بشكل واضح مع الإعلام المقروء نتيجة لما أشارت إليه دراسات عديدة من انخفاض معدلات القراءة بها، بينما يتسارع التغير القيمي بالمجتمعات المركبة لاتساع مجالات التأثير والتأثر فيها وخاصة مع وسائل الإعلام(49).

ويعتبر الإعلام قاسماً مشتركاً في أساليب التغير القيمي سواء تم ذلك عن طريق الفرض وهو الأسلوب الذي تُلميه الدولة بوسائلها التشريعية والإدارية وتعتمد في ذلك على وسائل الإعلام لتهيئة المواطنين لتقبل ذلك، أو أسلوب الإقناع الذي يعتمد بشكل مباشر على وسائل الإعلام ومؤسسات التنشئة الاجتماعية(50).

كما يعتبر الإعلام ومن ضمنه المقروء قاسماً مشتركاً أيضاً مع كل العوامل المؤثرة على منظومة القيم: فالتغيرات القيمية والاجتماعية التي حدثت بالوطن العربي بفعل مرحلة النفط في الخليج العربي أو التوجهات الاقتصادية "الخصخصة" وانتشار ظواهر التقليد لشكليات الثقافة الغربية والتباهي بها مرت جميعها عبر وسائل الإعلام وانعكست عليها ومن ضمنها الجرائد والمجلات(51)، كما أن التأثيرات التي يحدثها نظام سياسي جديد أو مختلف عما قبله على القيم السائدة وخاصة في التوجهات السياسية

المتصلة بالحريات أو قمعها وكتبها، أو بطبيعة ونوعية الأفكار السياسية ما إذا كانت مدنية أو بوليسية أو دينية ما كان لها أن تسود إلاّ عبر وسائل إعلام تتبنى ذلك وتركز عليه⁽⁵²⁾ أما التغيرات القيمية التي تنشأ بفعل العوامل الثقافية باعتبارها المنشأ لكل القيم الاجتماعية والاقتصادية فإنها تعتمد بالدرجة الأولى على وسائل الاتصال بشكل عام ومن بينها الكتب والمجلات الثقافية والاحتكاك بالآخر والانفتاح عليه، فضلاً عن الدور السلبي لوسائل الإعلام كآليات للغزو الفكري والاختراق الثقافي الذي يساهم في إحلال قيم غريبة أو حديثة بدلاً من القيم الأصيلة والقديمة ويخلق ما يسمى بالصراع القيمي لدى البعض وتغيير الهوية لدى البعض الآخر فيما تعرض الورقة له بالتفصيل لاحقاً⁽⁵³⁾.

2- الإعلام المقروء يُشكل القيم وينقلها ويرتبها

يرتبط الفرد بعملية تعلم وتحصيل القيم الاجتماعية من وسائل الإعلام منذ مرحلة الطفولة وطوال عملية التنشئة الاجتماعية وتلعب القصص والمجلات المتخصصة للشباب والأطفال بالإضافة إلى البرامج والقنوات المتخصصة دوراً من خلال المضامين المتعددة التي تنشرها في نقل القيم وإكسابها لفئات الشباب والأطفال خاصة⁽⁵⁴⁾ ، وقد أبرزت دراسات عديدة حديثة وقديمة أدوار لصحافة الطفل أو قصصه في عملية تشكيل القيم لدى الأطفال، كما أظهرت الدراسات أيضاً اهتماماً خاصاً من جانب الأباء والأمهات بشراء واقتناء قصص الأطفال سواء الاجتماعية أو الدينية وتشجيع الأبناء على قراءة هذه النوعية من القصص من منطلق علاقتها الوثيقة بالقيم الإيجابية للأطفال أفضل من القيم التي تزرعها برامج الأطفال بالتلفزيون⁽⁵⁵⁾

كما تساهم وسائل الإعلام المقروء في نقل القيم من جماعة إلى أخرى داخل المجتمع، ومن مجتمع أو ثقافة إلى مجتمع وثقافة أخرى، ومن جيل إلى جيل داخل المجتمع الواحد، وذلك من خلال عمليات التثقيف والانتشار التي تقوم بها عبر الكتب والصحف والقصص التاريخية خاصة في المكتبات العامة أو المدرسية وما توفره من صحف وقصص ومسابقات تنافسية بين التلاميذ⁽⁵⁶⁾

وتبرز الدراسات أن ترتيب القيم يختلف بين الأفراد وفقاً للأولويات التي يعطونها لكل قيمة، كما تتغير الأولوية التي يعطيها الفرد للقيم وفقاً للظروف التي يتعرض لها، ونفس الأمر بالنسبة لنظام القيم في الجماعات والمجتمع، حيث يختلف ترتيب القيم من مجتمع لآخر ومن فترة زمنية لأخرى داخل المجتمع الواحد، وأن لوسائل الإعلام المقروء دور في ذلك، حسبما أشارت إليه دراسات عديدة لنظرية ترتيب الأولويات "الأجندة" أظهرت أن وسائل الإعلام ومن بينها الصحافة تقوم بوضع الأجندة، وأن هذا الترتيب يشمل الاهتمام بالموضوعات والقضايا التي تركز عليها الصحافة وطريقة إدراكها وفهمها والإمام بمعلومات عنها، كما يشمل أحياناً الاتجاهات التي يتبناها، ومن ثمّ يمكن قيامها بترتيب القيم التي

تتضمنها هذه الموضوعات ذاتها باعتبار أن إدراك موضوع القيمة أو مضمونها والافتتاح به يمثل مكونات القيم التي تحملها باستثناء المكون السلوكي (57).

ووسائل الإعلام ومن بينها المقروء بإمكانها إعادة الترتيب القيمي للجماهير عبر تجاهل بعض القيم وتكثيف النشر حول قيم معينة وإبرازها ووضعها في مكان الصدارة، إضافة إلى نشر قيم جديدة تحل محل قيم قديمة مقابلة لها في السلم القيمي (58).

وتدخل وسائل الإعلام ومن ضمنها المقروء وسيطاً مشتركاً مع كل آليات ومؤسسات التنشئة القيمية: حيث لا تلعب الأسرة دورها في غرس قيم محددة في نفوس الأبناء من فراغ ولكن ذلك يتم في إطار حضاري وثقافي واجتماعي تساهم وسائل الإعلام في صنعه بشكل أساسي، إضافة إلى ما يكتسبه الأطفال والمراهقين بدون وعي وبشكل ضمني من وسائل الإعلام مباشرة خاصة في ضوء قضاء الأطفال مساحة كبيرة من الوقت مع وسائل الإعلام ومن ضمنها قصص الأطفال، وما يعتقد علماء النفس من وصول الأطفال إلى نسق قيمي ثابت مع بلوغ سن العاشرة (59) كما أن التفاعل بين جماعات الأصدقاء سواء نقل قيماً متميزة أو مخالفة لقيم الأسرة أو رسّخ قيماً سائدة، فإن وسائل الإعلام تُعتبر مصدراً أساسياً من مصادر جماعات الأصدقاء أو الرفاق في تبادل الأفكار والمعلومات والسلوكيات التي تنعكس بشكل مباشر على منظومة القيم لدى الطفل أو الشاب (60)، وغالباً ما يُنسب إلى الكتب والقصص قيماً متميزة بينما تتخوف الأسرة من القيم التي يحملها الأبناء من الفضائيات والانترنت، فيما أشارت البحوث إلى أهمية الخبرات الدراسية بالمدرسة أو الجامعة في نضوج القيم كمرجعية حاكمة للسلوك والاتجاه عبر التعبير الصريح للمعلمين والأساتذة عن قيمهم داخل وخارج حجرات الدرس والذي يتأثر بشكل مباشر بالمضامين والمعلومات والآراء والمعالجات التي يطالعونها بالصحف والكتب ووسائل الإعلام الأخرى (61) كما أشارت بحوث الإعلام الإسلامي إلى أهمية وسائل الإعلام ومن ضمنها الصفحات الدينية في تزويد أئمة المساجد ورجال الدين بالكنيسة بالمعلومات وفتاوى كبار العلماء ومؤسسات دور العبادة التي تنعكس بدورها على مستمعي الخطب والدروس الدينية (62)

وبشكل عام يتباين دور وسائل الإعلام وخاصة المقروء في تشكيل قيم الأفراد وترتيبها وإكسابهم قيماً جديدة أو التخلي عن قيم قديمة من مجتمع إلى مجتمع آخر، حيث تتجه القيم في مجتمعات محافظة لأن تكون أكثر استقراراً وأقل احتمالاً للتأثر والتغيير نتيجة اعتمادها أكثر على مؤسسات التنشئة التقليدية (الأسرة والمدرسة ودور العبادة)، بينما تتجه القيم إلى التغيير وإعادة الترتيب بسرعة في مجتمعات تعتمد على مؤسسات التنشئة المعاصرة كوسائل الإعلام (63).

3- الإعلام المقروء أحد عوامل الصراع القيمي

يعني الصراع عامة موقف يتضمن نوعاً من المنافسة تكون أطرافه على وعي وإدراك بما بينها من تغير وتضاد، ورغبة كل طرف في الهيمنة على الآخر، أما الصراع القيمي فيُراد به وجود عدم اتساق وانسجام داخل النسق القيمي للمجتمع ينتج عنه تضارب القيم مع بعضها، وتضاربها على مستوى الاتجاه والسلوك لدى الفرد الواحد⁽⁶⁴⁾ حيث يقوم الإعلام بوسائله المختلفة بنشر أفكار وقيم من الخارج لا تتلاءم مع نظائرها في منظومة القيم المحلية، وتُقدّم وسائل الإعلام مضامين خيالية ومريضة تصطمم بالواقع والحقيقة مما يؤدي إلى تعارض القيم مع بعضها ومع الثقافة من جانب آخر، وهو الأمر الذي أدى إلى تزايد تأثير الإعلام في القيم الصريحة المُعلنة أكثر من القيم الضمنية، حيث يكون من السهل التأثر على مستوى الكلام فقط بينما يأتي السلوك مغايراً أثناء الأزمات والمواقف، وكثيراً ما ينطق شخص أو جماعة بقيم معينة، ولكن ما يبدو عملياً في سلوك هذا الشخص أو هذه الجماعة يتنافى مع هذه القيم، ولذلك يُصح باتباع المرونة في عملية تغيير القيم حتى لا يحدث نوع من الضغوط الأخلاقية والنفسية التي قد يتعرض لها الأفراد في مرحلة الانتقال من النمط القديم إلى نمط آخر من موجّهات السلوك الجديد⁽⁶⁵⁾

وهي تناقضات واضحة في سلوك الشباب خاصة بعد استخدامه للانترنت وتنامي قيم التعصب بعد الثورات والأزمات، وتعكس صراعاً بين ثقافة وقيم أصيلة وثقافة وقيم مستحدثة ووافدة، صراع بين التقليد والتجديد، بين الأصالة والمعاصرة، بين التراث والحداثة يظهر مضمونه بوضوح على القيم الدينية والقيم المرتبطة بالهوية والتفريط في اللغة العربية وإعلاء قيم الشكل على المضمون، وقيم الترفيه على الجدية، وقيم السطحية على العمق، والمعايير الخاصة على العامة، وتفضيل الأنا على الوطن، والماديات على الأدبيات والمعنويات، وتشير الدراسات إلى أن الثقافة العربية عامة تعاني من جمود في بنيتها وتوجهاتها وآليات اشتغالها بتمجيدها للماضي وإعلانها لتقاليد غير عقلانية رسختها رواسب الزمن في العقل والثقافة⁽⁶⁶⁾

خامساً: نماذج لقيم تأثرت بالإعلام المقروء بعد 2011

ومع تفاوت قوة الأحداث عام 2011 وتداعياتها من مجتمع لآخر، شهدت معها بعض البلدان سيولة سياسية وإعلامية غير مسبوقه في التاريخ، واحتجاجات ومظاهرات، وحالة شديدة من الاستقطاب السياسي التي لم تفلح الانتخابات وصناديق الاقتراع في التخفيف من حدتها، وأيضاً انفلات أمني وأحداث عنف وإرهاب مستمرة حتى الآن، وصاحب ذلك كله إعلام تجاوز الحرية إلى الفوضى وإنكفاء الصراع السياسي والاجتماعي والديني، وقد امتدت هذه الأجواء وانتقلت من مجتمع لآخر، وكان نتيجة لذلك بروز قيم بعينها تأثرت بفعل السيولة الصحفية والإعلامية التي تشهدها البلاد سواء في اتجاه واحد أو اتجاهات متعددة، بدت هذه القيم سياسية من الدرجة الأولى غير أنها انتقلت إلى الحياة الاجتماعية وتركت آثارها



- التربوية والنفسية بشكل عام، ويمكن رصدها على النحو التالي:-
- قيمة التسامح في مقابل قيمة التعصب: تحمل المجتمعات العربية بطبيعتها قيم التعصب والميل إلى النفاخر القبلي والعائلي حتى بين أجزاء العائلة الواحدة، ويظهر ذلك في الخلافات والمناسبات الاجتماعية، وقد انعكس هذا على التعصب السياسي أثناء الصراعات الحزبية والأيدولوجية والمذهبية في ضوء بيئة إعلامية تشجع على ذلك، ولعبت الصحف بعناوينها و"مانشيتاتها" دوراً في تغذية هذا التعصب عبر الفئات المثقفة وأصبحت المادة الصحفية بعناوينها المثيرة موضع جدال ونقاش بين قادة الرأي والمثقفين والإعلاميين وشبكات التواصل الاجتماعي.
 - قيمة الوسطية والموضوعية والتوازن والاعتدال في مقابل قيمة التطرف والغلو والمبالغة: واستكمالاً لقيم التعصب والتفاخر والتباهي الاجتماعي وتداعياته السياسية برزت قيم أخرى كالتطرف والغلو والمبالغة في تأييد أو معارضة الأفكار والشخصيات والجماعات والتيارات والطوائف المذهبية وتراجعت قيم الاعتدال والوسطية، ليس فقط نتيجة وجود التربة المناسبة لزراعة هذه القيم، ولكن لوجود المناخ الإعلامي والصحفي المناسب لنموها أيضاً، خاصة وأن المجتمعات العربية تضم تيارات متعددة من ذوي الانتماءات المذهبية وخاصة المدنية والعلمانية في مقابل الدينية والعسكرية.
 - قيمة الحوار والمناقشة في مقابل قيمة الجدل والمناورة: حيث تلقت الشعوب العربية ولا تزال جرعات إعلامية زائدة من الانحراف بمسار الحوار إلى مسار الجدل والمناورة وخاصة من برامج الحواريات ومقالات وتقارير الصحف التي تحولت إلى أدوات صراع بين القوى السياسية.
 - قيمة الحرية السياسية والتعبير عن الرأي في مقابل الخوف والكمب: ، وتعتبر قيمة الحرية السياسية من أكثر القيم تحقيقاً ووضوحاً في المجتمع العربي خاصة بعد 2011 التي وفرت الثقة للمواطنين لتناول كل الموضوعات والأشخاص والمؤسسات بما فيها التي كان محظوراً وممنوعاً، وذلك عبر التنوع والتعدد الصحفي والإعلامي وحرية التعبير التي توافرت لصغار الصحفيين والإعلاميين قبل كبارهم، والحرية السياسية هي تلك التي تخول الفرد المشاركة في إدارة شئون الحكم عن طريق الانتخاب والتصويت والاستفتاء والترشيح، ولا يمكن ممارستها بغير تنظيم يحميها من اعتداء الآخرين ويمنع الآخرين من الاعتداء على حرية الفرد باعتبار أن الحريات في الفكر الإنساني ليست مطلقة، غير أن قيمة الحرية بشكل عام تشمل أنواعاً أخرى كالحرية الشخصية وحرية الملكية وحرية الرأي والعقيدة والاجتماع والإبداع، ونظراً لتحول هذه القيمة من الحرية إلى الفوضى فقد تعرضت للضبط والتنظيم في بعض المجتمعات وإلى الكبت والقهر في مجتمعات أخرى، بل وتحولت إلى انفلات أمني وحروب طائفية في مجتمعات ثالثة.

- قيمة المشاركة في مقابل قيمة الانسحاب والمقاطعة واللامبالاة والسلبية: وتظهر المشاركة السياسية في المجتمعات العربية بكل صورها بدءاً من متابعة الشأن السياسي والاهتمام به وإدراك أهميته والتفاعل مع الآخرين والبيئة المحيطة، ومروراً بحضور الندوات والمشاركة بالفعاليات السياسية وممارسة التصويت أو الترشح في الانتخابات، وبتفق العلماء على أن الصحافة والكتب بما تملكه من مخاطبة الشخصيات المؤثرة ووسائل الإعلام الأخرى هي التي يمكنها خلق وبلورة هذه القيمة (المشاركة) وأن الاحتكاك بوسائل الإعلام والمعلومات وقراءة الصحف باعتبارها مصدراً رئيسياً للمعلومات والمعارف والرؤى السياسية من أهم عوامل المشاركة السياسية، كما أن وسائل الإعلام وخاصة الصحافة تساعد الأفراد على الحراك والتفاعل عبر مستويات أفقية ورأسية ودائرية بين بعضهم البعض وبين النخب والنظام السياسي، وهناك الكثير من الدراسات القديمة والحديثة التي أظهرت دور وسائل الإعلام ومن بينها الصحافة في مراحل عملية المشاركة السياسية والانتخابية.

- قيمة المواطنة والعدل والمساواة في مقابل قيمة التمييز والظلم: وقد تزايدت هذه القيم نسبياً نتيجة لتركيز الصحافة ووسائل الإعلام وكثير من الندوات والمحاضرات التي تنظمها مراكز وجمعيات مجتمع مدني ومجمعات إعلامية تركت أثراً إيجابياً وأصبح العرب مدركون لهذه القيمة وأهميتها في الحياة الاجتماعية بشكل عام أكثر من أي وقت مضى ، وظهر ذلك في صور عديدة من التسامح الديني والعلاقة مع جهاز الشرطة والمرور والمحليات وغيرها من مؤسسات الدولة، وتؤكد الكتابات المتخصصة أن العدالة هي أقوى ضمان لحماية الحقوق والحريات، لأنها تصون الحريات وتحمي ممارستها من أي زلل أو شطط، وهو ما يتفق مع ما جاء به الإسلام من إعلاء قيمة العدالة لتكون القيمة العليا في المجتمع الإسلامي والإنساني⁽⁶⁷⁾.

- قيمة الفوضى في مقابل قيمة الالتزام والمحاسبة: تباينت المجتمعات العربية بحالة اللامعيارية والخروج على القانون والتعديات في الشارع نتيجة للمناخ الإعلامي والصحفي الذي كان يعكس ذلك فيما تم تسميته بحالة الفوضى والانفلات الإعلامي.

- قيمة الانتماء السياسي في مقابل الانتماء الوطني: تراجعت قيم الانتماء للوطن على حساب قيم الانتماء السياسي والأيديولوجي والطائفي، خاصة وأن قيم الانتماء الوطني بالمجتمع العربي كانت أفضل نسبياً قبل 2011، بل كانت الدولة تعتمد بشكل أساسي على هذه القيم المستقرة في مواجهة المعارضين لسياساتها وقراراتها، ولا شك أن تراجع قيم الانتماء الوطني على حساب الانتماء السياسي واحدة من نتائج معالجات صحفية وإعلامية قامت على الاستقطاب والصراع السياسي بشكل مكثف طال المثقفين والمهتمين بالشأن السياسي، وطال أيضاً الشباب والأطفال الذين باتوا يرددون مقولات سياسية ترتبط بجماعات أو شخصيات وتعبر عن مواقف سياسية في ذات الوقت.



- وقد انعكست هذه القيم على سلوكيات واتجاهات المواطن العربي ولا تزال، منها على سبيل المثال: الصراع في مقابل الاستقرار، التماسك والعصبية في مقابل التفكك والفردية، الثقة والولاء السياسي في مقابل الكفاءة والخبرة، الديمقراطية في مقابل الاستبداد والديكتاتورية، الثورية في مقابل القانونية والدستورية، الازدواجية في مقابل الاتساق، التسلط والتعالي في مقابل الأخوة والزمالة، كبح الذات في مقابل التحيز والهوى والغرضية، النصيحة في مقابل الفضيحة، الإبداع في مقابل التقيد والحجر الفكري، الالتزام والضبط في مقابل التحلل والتحرر، التجرؤ على السلطة وانتقادها في مقابل احترامها أو الخضوع والخنوع لها، التذليل والتزييف في مقابل التنوير والمصادقية، الطموح والتناؤل في مقابل اليأس والإحباط والتشاؤم، الحفاظ على الخصوصية في مقابل التشهير والتجريح، الأمن والأمان في مقابل الخوف والاضطراب، الإقصاء في مقابل قبول الآخر، التقدير والاحترام في مقابل السخرية والاستهزاء، التناثر والتباعد في مقابل التقارب والترابط.

الخاتمة (النتائج والتوصيات)

- ندرة البحوث والدراسات الحديثة التي تتصدى لأثر الإعلام المقروء في منظومة القيم العربية سواء على المستوى النظري أو المستوى التطبيقي، وغياب شبه كامل لأي مؤشرات علمية تظهر الأوزان النسبية لدور الصحافة أو الإعلام المقروء في تشكيل عملية القيم أو تغييرها في مقابل توفر العديد من الدراسات النظرية والتطبيقية المتصلة بالفرضيات والبث المباشر والانترنت، الأمر الذي يجعل هذه الورقة أساساً لأبحاث تطبيقية ونظرية لقياس دور الصحافة وسبل تفعيله وتنميته إزاء منظومة القيم العربية، وتحمل في الوقت ذاته رؤية لمداخل التأثير ومظاهره فيما يمكن انعكاس الدراسة على المؤسسات الصحفية والهيئات الثقافية المتصلة بالكتب وقصص الأطفال.

- تزايد أهمية الدور الذي يمكن أن يقوم به الإعلام المقروء في التأثير على القيم العربية نتيجةفاعلية ونشاط وسائل الإعلام الأخرى وخاصة في ضوء ظاهرة التزاوج الواضح بين الصحافة والإعلام الجديد، بحيث أصبحت معالجة الموضوعات والقضايا السياسية محل تكامل ومشاركة، كما أن الدور الذي تلعبه الصحافة في نقد الفرضيات والتعليق على موضوعاتها وبرامجها، وتناول الصحافة ما يدور في مواقع التواصل الاجتماعي وإعادة تداوله والتعليق عليه بمواقع الصحافة الإلكترونية أدى أيضاً إلى تزايد أثر الصحافة في منظومة القيم العربية، وأصبحت الصحافة الآن جامعة لأهم ما يثار في وسائل الإعلام الأخرى.

- يجب التفكير جدياً في البحث عن صيغة صحفية تلائم مكانة القيم وخطورتها في المجتمع العربي، وحجم ونوع الرسالة الصحفية التي يتم بها مخاطبة الرأي العام العربي ومعالجة مشكلاته والتركيز على تزويد الفئات المتعلمة والمتقفة وصاحبة التأثير بشكل عام بالمعارف والأفكار التي تدعم

القيم الإيجابية ومحاصرة القيم السلبية خاصة بعدما أكدت الدراسات أن الرسائل الإعلامية تنتقل من الصحافة إلى هذه الشخصيات المؤثرة ومنها إلى الآخرين سواء على مرحلتين أو في شكل خطوط دائرية، وفي هذا الإطار يمكن للصحافة أن ترعى ملف منظومة القيم رعاية شاملة تتصل بمناقشة كل مكونات القيم ومظاهرها كالعادات والتقاليد والأعراف واهتمامات الشرائح الاجتماعية وثقافتهم واتجاهاتهم باعتبارها المداخل الأساسية للتأثير في منظومة القيم، وفي هذا الإطار تقترح الدراسة تبني أسلوب الحملات الإعلامية التي تثيرها الصحافة بشكل مُخطط وتُحفز وسائل الإعلام الأخرى على المشاركة فيها باستخدام أسلوب إثارة الجدل حول قيم وتقاليد وأعراف بعينها تتصل بمقومات أو معوقات النهوض بالمجتمع العربي.

- دعوة المؤسسات الاجتماعية الأخرى بالمجتمعات العربية وخاصة دور العبادة لممارسة دورها في النقد والتصدي للفضائيات وشبكات التواصل الاجتماعي في ترويجها لقيم عابرة لها تداعياتها على الهوية والثقافة واستقرار المجتمع بشكل مباشر.

- يساهم الإعلام المقروء وخاصة الصحف والكتب وقصص الأطفال في عملية التأثير على منظومة القيم عبر أكثر من آلية أو مظهر من أهمها: عملية تغيير القيم بشقيها الإيجابي والسلبي، إحداث صراع قيمي داخل الأفراد والمجتمعات بحيث ينتج عنه تضارب القيم مع بعضها البعض وتضاربها لدى الفرد الواحد بين اتجاهه وسلوكه، تشكيل قيم جديدة أو المساهمة في إكساب النشء قيم المجتمع، نقل القيم من جيل إلى جيل ومن جماعة إلى جماعة ومن مجتمع إلى مجتمع، وضع أجندة القيم عبر التركيز على قيم معينة وتهميش قيم أخرى فيما يفضي إلى إعادة ترتيب القيم بالشكل الذي تستهدفه وسائل الإعلام بقصد أو بدون قصد، والأهم من ذلك كله هو دور الوسيط الذي تقوم به الصحافة مع كافة المؤسسات الأخرى المعنية بعملية تشكيل القيم والتأثير فيها سواء كانت الأسرة أو المدرسة أو دور العبادة أو المؤسسات الاقتصادية والسياسية والثقافية السائدة، حيث تتأثر هذه المؤسسات بوسائل الإعلام وتؤثر فيها، كما أنها في الغالب تعمل كأداة لتحقيق أغراضها أو تدخل كطرف في الصراع الدائر بينها، إضافة إلى ما تقوم به من تهيئة المناخ للقوانين والقرارات السياسية والاقتصادية التي تحمل قيماً جديدة في المجتمع، ودورها كمعبر لنقل الأفكار والاتجاهات الجديدة ومحاولة إقناع المواطنين بها.

- أن عملية تقدير الوزن النسبي لأثر الصحافة والإعلام المقروء عامة في منظومة القيم، وتباين هذه الأوزان من مجموعة قيم لمجموعة قيم أخرى، وكذلك تفاوت مظاهر التأثير بها من تشكيل القيم إلى تغييرها يتوقف على عوامل أخرى وسيطة كالأسرة والمؤسسة التعليمية ودور العبادة وعوامل مستقلة أيضاً كالثقافة والواقع المجتمعي، وعلى الباحث الإعلامي عند دراسته لذلك مراعاة تداخل هذه العوامل

كمتغيرات وسيطة، ولذا تقترح الدراسة تناول الموضوع على المستوى التطبيقي في إطار الاتصال التقليدي والجديد معاً.

- وتتماشى مع دراسة علاقة القيم بوسائل الاتصال التقليدي والجديد مجموعة نظريات بحثية في مقدمتها نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، نظرية وضع الأجندة "ترتيب الأولويات"، نظرية الغرس الثقافي، نظريات ونماذج التحديث والإقناع، نظرية التهيئة المعرفية، نظريات التأثير الثقافي الدولي، نظرية تأثيرية الشخص الثالث، نظريات الثنائية الاجتماعية والإزدواجية الثقافية، نظرية الصراع، بالإضافة إلى المداخل الأيدولوجية نتيجة نسبة القيم وتغيرها باختلاف العامل الحضاري والديني والاجتماعي.

- وتعتبر دراسة القيم وخاصة في إطارها التطبيقي الذي يتطلب قياس تأثيرها بوسائل الإعلام، وسبل تأثير وسائل الإعلام فيها أقرب إلى دراسة الاتجاهات خاصة وأن كثيراً من الدراسات ترى أن القيم تحتوى على ثلاثة عناصر مثلها مثل الاتجاهات: فهي معرفية من حيث الوعي بما هو جدير بالترفضيل والإدراك لموضوع القيمة وتميزه وتذكره وتصوره، ووجدانية من حيث شعور الفرد حيالها شعوراً عاطفياً أو انفعالياً أو وجدانياً بالميل إلى موضوع القيمة أو النفور منه بدرجة ما، وهي سلوكية من حيث كونها تظهر في سلوك أو مجهود حركي ظاهري لبلوغ هدف معين أو معيار محدد للسلوك، وترتبط في الوقت ذاته بمتغيرات الفروق الفردية وظاهرة انتقال المعلومات على مراحل، خاصة بعدما تأكد علمياً من أن الأفراد أعضاء في جماعات يتفاعلون مع بقية أفرادها وليسوا معزولين، وأن التفاعل مع الرسائل الإعلامية ليس مباشراً وأنياً ولكنه من خلال وسائط ويتأثر بالمجتمع والثقافة، كما أن الأفراد ليسوا متساويين في تعاملهم مع الرسائل الإعلامية وتتباين أدوارهم في عملية الاتصال فمنهم النشط الذي يستقبل وينقل لغيره ومنهم الذي يعتمد على آخرين.

المراجع والهوامش

(1) أنظر - Peter H. Martorella: Elementary social studies, Canada, Little Brown and Company, 2005 , p 199 السيد عبد العاطي السيد ومحمد أحمد بيومي: علم الاجتماع الاقتصادي، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 2004، ص152.

(2) أنظر: عبد الفتاح إبراهيم حسن: الإدمان وتغير نسق القيم، دراسة ميدانية على عينة من الشباب بجامعة الزقازيق، مجلة كلية الآداب، العدد الثامن عشر، جامعة الزقازيق -1997- ص303.

(3) أنظر: موقع اتحاد الوطن العربي، <https://sites.google.com/site/vavaro01/assignments>.

(4) أنظر: موقع الجزيرة نت: www.aljazeera.net/specialfiles/pages/eef66135-59af-42eb-bc44-5d23324b1be1



- توفيق السيد وسعدالدين ابراهيم وآخرون، مستقبل الإسلام السياسي في الوطن العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، ط1، 2014، المقدمة.
- (5) أنظر: نسرين صلاح مصطفى، تغير القيم في الريف المصري: دراسة ميدانية بقرية مصرية على تغير القيم في ضوء تصنيع الريف، كلية الآداب - جامعة جنوب الوادي، 2005، ص22-24.
- (6) أنظر: عبد الفتاح إبراهيم عبد النبي، دور الصحافة في تغيير القيم الاجتماعية: دراسة ميدانية في منطقة شبه حضرية، كلية الإعلام-جامعة القاهرة، 1987، ص87.
- (7) أنظر: المرجع السابق.
- (8) أنظر: على عوجة ورأس الجمال وآخرون، مقدمة في وسائل الاتصال، ط1(جدة: مكتبة مصباح، 1989) ص ص 26-29.
- Nojin Kwak, The Role of The Media and Mediate Opinion Leadership in The Public Opinion Process, in Gazette, Vol.16, N.2, 1999, pp.175-176, +
- (9) أنظر:
- Everett Rogers, and James Dearing, Agenda-Setting Research: Where is it going? in James Anderson"ed", Communication Yearbook, No.11 Newbury Park, London, New Delhi, Sage Publication,1988, 5-7
- (10) أنظر: معتز سيد عبد الله وعبد اللطيف محمد خليفة، علم النفس الاجتماعي (القاهرة: دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، 2001) ص356-358.
- (11) أنظر: Diana Kendall: Sociology in our Times, U.S.A, Wadsworth, adivision of Thomson learning. Inc, 2003, p 82.
- (12) أنظر: عصام الدين هلال، التربية البيئية (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب) 2007، ص185.
- (13) أنظر: عبد اللطيف محمد خليفة، ارتقاء القيم: دراسة نفسية، سلسلة عالم المعرفة، العدد (160)، الكويت، المجلس الأعلى للثقافة، 1992، عصام الدين هلال، مرجع سابق، ص185.
- (14) أنظر: أمل محمد توفيق عليوة: البث التلفزيوني المباشر وأثره على القيم الاجتماعية لدى الأسرة المصرية، ص ص 83-84. أميرة محمد إبراهيم النمر: أثر التعرض للقنوات الفضائية على النسق القيمي للمراهقين من طلاب المرحلة الثانوية، ص 29.
- (15) أنظر: حسين عبد الحميد رشوان: علم الاجتماع النفسي "المجتمع- الثقافة- الشخصية" (الإسكندرية: مؤسسة شباب الجامعة، 2005) ص 59.
- (16) أنظر: Margaret L. Andersen and Howard F. Taylor, Sociology, Second Edition, U.S.A, Wadsworth, adivision of Thomson learning. Inc, 2003, p 43.
- (17) أنظر: السيد الشحات: الصراع القيمي لدى الشباب، ومواجهته من منظور التربية الإسلامية (القاهرة: دار الفكر العربي، د.ت) ص 56. عبد اللطيف محمد خليفة، ارتقاء القيم: دراسة نفسية، مرجع سابق، ص16.



- حامد عبد العزيز الفقي: سيكولوجية الفرد في المجتمع، الكويت، دار القلم، 1984، ص ص 49-111.
- (18) أنظر: محمود فتحي عكاشة ومحمد شفيق، مدخل إلى علم النفس الاجتماعي (الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، د.ت) ص 239. عصام الدين هلال، مرجع سابق، ص 182-183.
- (19) أنظر: أميرة محمد إبراهيم النمر: أثر التعرض للقنوات الفضائية على النسق القيمي للمراهقين من طلاب المرحلة الثانوية-دراسة تطبيقية، رسالة دكتوراه، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة، 2004، ص 29.
- (20) أنظر: سلوى على سليم: الإسلام والضبط الاجتماعي، القاهرة، دار الكتب المصرية، 1985، ص ص 42-48.
- (21) أنظر: المرجع السابق، ص 43-44.
- (22) حسين عبد الحميد رشوان: الدين والمجتمع- دراسة في علم الاجتماع الديني (الإسكندرية، مركز الإسكندرية للكتاب، 2004) ص 135.
- (23) أنظر: المرجع السابق نفسه.
- (24) أنظر: فؤاد البهي السيد وسعد عبد الرحمن: علم النفس الاجتماعي- رؤية معاصرة، (القاهرة، دار الفكر العربي، 2006) ص 51.
- (25) أنظر: جلال مدبولي: دراسات في الثقافة والمجتمع مرجع سابق، ص 36.
- (26) أنظر:
- Margaret L. Andersen and Howard F. Taylor, Sociologie, op, cit, p 43.
- (27) أنظر: حسين عبد الحميد رشوان: الدين والمجتمع، مرجع سابق، ص 135-136.
- (28) أنظر: غريب محمد سيد أحمد: علم الاجتماع ودراسة المجتمع، ص 443.
- (29) أنظر: عبد الودود مكرم، القيم في الفكر الغربي: رؤية وتحليل، ط1 (القاهرة: دار الفكر العربي، 2005) ص 197.
- (30) أنظر: محمود عودة، مشكلات منهجية في دراسة القيم في المجتمع القروي المصري، في لويس مليكة: قراءات في علم النفس الاجتماعي في الوطن العربي-المجلد الثالث (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1979) ص 55.
- (31) أنظر: عبد اللطيف محمد خليفة: ارتقاء القيم- دراسة نفسية، مرجع سابق، ص 51.
- (32) أنظر: سماح محمد محمدي، القيم المتضمنة في إعلانات المجلات النسائية العربية وعلاقتها باتجاهات المرأة نحو الإعلان، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام-جامعة القاهرة، 2005، ص 63-64.
- (33) أنظر: إنعام عبد الجواد، النسق القيمي في الريف المصري بين قيم الإنتاج والاستهلاك: دراسة ميدانية في قرية مصرية (القاهرة: المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، 1998) ص 32.
- سماح محمد محمدي، مرجع سابق، ص 67.
- (34) أنظر: سماح محمد محمدي، مرجع سابق، ص 67.
- محمد عبتس إبراهيم، الثقافة والشخصية (الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 2009) ص 134-135.



- (35) أنظر: عصام الدين هلال، مرجع سابق، ص207.
- حسن على حسن، سيكولوجية المجارة، الضغوط الاجتماعية تغير القيم (القاهرة: دار غريب للطباعة والنشر، 1998) ص 149.
- (36) أنظر: عبد الهادي الجوهري: دراسات في علم الاجتماع، ص74 حسن على حسن، مرجع سابق، ص149.
- (37) أنظر: فوزية دياب، القيم والعادات الاجتماعية مع بحث ميداني لبعض العادات الاجتماعية (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 2003) ص85. حسن على حسن، مرجع سابق، ص149.
- (38) أنظر: على ليلة: البنائية الوظيفية في علم الاجتماع والأنثروبولوجيا، المفاهيم والقضايا، القاهرة، دار المعارف- 1982- ص134. فوزية دياب، مرجع سابق، ص95.
- (39) أنظر: - محمود عودة، التكيف والمقاومة: الجذور الاجتماعية والسياسية للشخصية المصرية (القاهرة: المجلس الأعلى للثقافة، 1995) ص143-144.
- جمال حمدان، شخصية مصر: دراسة في عبقرية المكان (القاهرة: عالم الكتب، 1980) ص523.
- أحمد زايد، المصري المعاصر: مقارنة نظرية وأمبيريقية لبعض أبعاد الشخصية المصرية (القاهرة: المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، 1990) ص55-56.
- (40) أنظر: محمد عباس ابراهيم، مرجع سابق، ص135-136.
- (41) أنظر: عبد الودود مكرم، مرجع سابق، 191، 283.
- Janes W. Neulier, Intercultural Communication- Contextual Approach, New York, Houghton Mifflin Company, 2000, pp.50-57.
- (42) أنظر: أسامة عبد الرحيم على، تأثير الواقع الثقافي على بناء القيم التربوية في صحافة الأطفال: دراسة تحليلية مقارنة لعينة من مجلات الأطفال في مصر والسعودية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأزهر: كلية اللغة العربية، 1997، 13-14.
- Janes W. Neulier, Op-Cit, pp, 47-97.
- (43) أنظر: عيد الناصر عبد الله نصير، العلاقة بين التعليم والتغير القيمي، دراسة ميدانية في منطقة البداري، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أسيوط: كلية التربية، 1996، ص72.
- (44) أنظر: محمد أحمد بيومي: ظاهرة التطرف الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 2002، ص 20.
- (45) أنظر: حسن على حسن، مرجع سابق، ص188.
- (46) أنظر: رندة محمد رشدي حسن: دور التلفزيون في تشكيل القيم الاجتماعية لدى الشباب، مرجع سابق، ص 30-31.
- (47) أنظر: نسرین صلاح مصطفى، تغير القيم في الريف المصري: دراسة ميدانية بقرية مصرية على تغير القيم في ضوء تصنيع الريف، جامعة جنوب الوادي: كلية الآداب، 2005.
- (48) أنظر: أحمد عبد الرحيم حسين، الانترنت وأثره في تغير القيم الاجتماعية: دراسة ميدانية على مستخدمي شبكة الانترنت بمدينة أسيوط، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أسيوط: كلية الآداب، 2011، ص95-96.

- رندة محمد رشدي حسن، مرجع سابق، ص ص 32- 33.
- (49) أنظر: عبد الناصر عبد الله نصير، مرجع سابق، 76،
أحمد عبد الرحيم حسين، مرجع سابق، ص95.
- (50) أنظر: محمد أحمد بيومي واسماعيل على سعد، القيم وموجهات السلوك الاجتماعي: دراسات تطبيقية (الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية، د.ت) ص81.
- عبد الناصر عبدالله نصير، مرجع سابق، 84.
- (51) أنظر: محمد على سلامة، الانفتاح الاقتصادي وآثاره الاجتماعية على الأسرة (الاسكندرية: دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر، 2003)
- Ronald Inglehart, et al, "Human Behiefs and Values A cross-cultural sourcebook based on the 1999-2002 va;ues surveys" Mexico, Siglo Vientiuno editors, 2002,p.7.
- (52) أنظر:
- Gheorghhe Fuiga, "Social change And Political Culture" Belgeque, Editulg, 2005, p.19.
- (53) أنظر: محمد على سلامة، البناء الطبقي في الريف المصري بين التاريخ وعلم الاجتماع (الاسكندرية: دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر، 2000) ص143.
- سيد جاب الله السيد، إشكالية القيم لدى الشباب الجامعي بين ثقافة العولمة والثقافة التقليدية، مجلة كلية الآداب، جامعة طنطا، العدد (16)، يناير 2003، ص493.
- أحمد أنور، الانفتاح وتغير القيم في مصر (القاهرة: دار مصر العربية للنشر والتوزيع، 1993) ص
- (54) أنظر: صابر سليمان عسران، القيم التي تعكسها أفلام ومسلسلات الكارتون في قناة Space Toon وعلاقتها بالهوية العربية الإسلامية، المؤتمر العلمي السنوي العاشر، لجامعة القاهرة: كلية الإعلام "الإعلام المعاصر والهوية العربية"، 4-6مايو 2004، ص268.
- (55) أنظر: عادل فهمي البيومي، علاقة مضمون القيم لدى الشباب الجامعي بالتعرض للإذاعة والتلفزيون، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد (4)، أكتوبر 2000.
- (56) أنظر: صابر سليمان عسران، مرجع سابق، 268.
- محمد مصطفى حبشي: القيم الاجتماعية وآثارها في التنمية الريفية- دراسة ميدانية
في قرية كرداسة بمحافظة الجيزة، رسالة دكتوراه، جامعة أسيوط، كلية الآداب، قسم
الاجتماع، 1982، ص 30.
- (57) أنظر: بسيوني حمادة، الاتجاهات الحديثة في وضع الأجندة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ديسمبر 1998 ،ص323.



- (58) أنظر: سماح محمد محمدي، مرجع سابق، ص 73.
- (59) أنظر: زكريا عبدالعزيز، التلفزيون والقيم الاجتماعية للشباب والمراهقين (الاسكندرية: مركز الاسكندرية للكتاب، 2002) ص39.
- (60) أنظر: سماح محمد محمدي، مرجع سابق، ص72-73.
- (61) أنظر: المرجع السابق، ص73.
- (62) أنظر: منير حجاب، نظريات الإعلام الإسلامي (القاهرة: دار الفجر، 2009) ص172.
- (63) أنظر: عادل فهمي البيومي، مرجع سابق، 79.
- (64) أنظر: السيد الشحات أحمد حسن، الصراع القومي لدى الشباب ومواجهته من منظور التربية الإسلامية (القاهرة: دار الفكر العربي، د.ت) ص81-82.
- (65) أنظر: محمد أحمد بيومي واسماعيل على سعد، مرجع سابق، ص82، 90.
- (66) أنظر:
- Martin J Gunnel, " Global Cultural Values Change and the Relationship with Telecommunication Change: a Longitudinal Analysis" (Ph.D) Capella University, United Ststes, 2007, P.2, [http\proquest.umi.com\](http://proquest.umi.com)
- (67) أنظر: حسني درويش عبد الحميد، القضاء حصن الحريات، القاهرة، دار المعارف، سلسلة اقرأ، العدد، (529)، 1986، ص 26، 27.

أخلاقيات الإعلام الرقمي

د. مثاني حسن أبشر
جامعة العلوم الحديثة - دبي

د. غادة محمد عثمان صالح
كلية الإمارات للعلوم والتكنولوجيا - أبو ظبي

مقدمة:

ظهرت وسائل الإعلام الرقمي كمصطلح واسع النطاق في الجزء الأخير من القرن العشرين ليشمل دمج وسائل الإعلام التقليدية مثل الأفلام والصور والموسيقى والكلمة المنطوقة والمطبوعة، مع القدرة التفاعلية للكمبيوتر وتكنولوجيا الاتصالات، وتطبيقات الثورة العلمية التي شهدتها مجال الاتصال والإعلام، حيث ساهمت الثورة التكنولوجية في مجال الاتصال في التغلب على الحيز الجغرافي والحدود السياسية.

المبحث الأول: الإطار النظري

مشكلة الدراسة:

لقد جاءت وسائل الإعلام الرقمي لتحل سيطرة مركزية وسائل الإعلام التقليدية المركزية، وأصبح بإمكان الأفراد والمؤسسات مخاطبة الجميع مباشرة وبتكلفة معقولة. إن قوة وسائل الإعلام الرقمي لا تقتصر على مجرد خاصية التفاعل التي تتيحها والتي تسمح لكل من المرسل والمستقبل بتبادل أدوار العملية الاتصالية، ولكن تلك الوسائل أحدثت أيضاً ثورة نوعية في المحتوى الاتصالي متعدد الوسائط والذي يشتمل على النصوص والصور وملفات الصوت ولقطات الفيديو. ونحن هنا بصدد الوقوف على مدى تطبيق أخلاقيات العمل الإعلامي، ذلك لأن وسائل الاعلام الرقمي لها أهمية كبرى في حياة الناس حيث كثر التعامل معها لتلقي الأخبار والموضوعات وكل ما هو جديد في الساحة.

أهمية الدراسة:

تأتي أهمية هذه الدراسة من أهمية الدور الذي يؤديه الإعلام الرقمي وانتشاره في الوقت الراهن وتطوره نتيجة للتطور الذي يشهده العالم في مجال التطورات التكنولوجية والتقنية. هذا الانتشار الواسع وكسره لكل الحواجز وتأثيره الواضح على السلوك والآراء والثقافات ولذلك كان لابد من الوقوف للتعرف على الأخلاقيات التي تحكم الأداء الإعلامي خاصة مع انتشار بعض الممارسات اللا أخلاقية والبعيدة عن أخلاقيات وسلوكيات الإعلامي المسؤول اجتماعياً والتي جعلت الكثير من المهنيين يطالبوا بوضع هذه التشريعات والأخلاقيات لتنظيم العمل الإعلامي.



أهداف الدراسة:

- 1- التعرف على أخلاقيات الاعلام الرقمي.
- 2- الوقوف على واقع تطبيق أخلاقيات الإعلام الرقمي.
- 3- معرفة الرقابة وموثيق الشرف في الإعلام الرقمي.
- 4- التعرف على امكانية تطبيق الأخلاقيات الخاصة بالإعلام التقليدي في مجال الإعلام

الرقمي؟

منهج الدراسة:

الدراسة من نوع الدراسات التي تعتمد على المنهج الوصفي الذي يهتم بدراسة الحقائق حول الظواهر والأحداث والأوضاع القائمة، وذلك بجمع البيانات والمعلومات وتفسيرها وتحليلها، لاستخلاص دلالاتها، أو إصدار تعميمات بشأنها.

تساؤلات الدراسة:

- 1- ما مفهوم الإعلام الرقمي؟
- 2- ما إيجابيات وسلبيات الإعلام الرقمي؟
- 3- ما أنواع الإعلام الرقمي؟
- 4- ما الأخلاقيات الإعلامية في مجال الإعلام الرقمي
- 5- ما الواجبات التي يجب أن يلتزم بها الإعلامي في الإعلام الرقمي؟
- 6- هل نحتاج في الإعلام الرقمي إلى تشريعات وقوانين أم أخلاق ومبادئ؟

الدراسات السابقة:

1. دراسة ولاء عبد الرحمن، 2017، تتمثل مشكلة البحث في تحليل أطر التناول الإعلامي للتشريعات الجديدة للإعلام والاجراءات التنظيمية للرقابة على الإعلام في مصر والوقوف على التحديات الحالية والمستقبلية التي تواجهها كما تحدها المواقع الإلكترونية لوسائل الإعلام المصرية، يعتمد هذا البحث على منهج المسح وتم تطبيق التحليل الكيفي للأطر الإعلامية للتشريعات الجديدة للإعلام على عينة مما تم نشره في المواقع الإلكترونية لوسائل الاعلام المصرية. ويتمثل مجتمع البحث من جميع المواقع



الالكترونية لوسائل الاعلام المصرية. كما تتمثل عينة البحث في ثلاثة مواقع الكترونية لوسائل الاعلام المصرية متمثلة في موقع جريدة الاهرام وموقع جريدة المصري اليوم وموقع قناة صدى البلد، وذلك في الفترة من يناير 2016 وحتى يونيو 2017، ويمكن ان نستخلص من خلال التحليل الكيفي للأطر التي قدمتها المواقع الالكترونية لوسائل الاعلام المصرية ما يلي:

- أن هناك اتساق جزئي بين الأطر الخبيرة للتشريعات ومبادئ نظرية المسؤولية الاجتماعية.
- اتسمت المعالجة الاعلامية لوسائل الإعلام بالتنوع في المعالجات وعكست تنوع الآراء خاصة موقعي جريدة الأهرام وصدى البلد.
- التزمت في بعض منها بالمعايير المهنية لنقل المعلومات مثل الحقيقة والدقة والموضوعية والتوازن.
- تنوعت القوالب الاعلامية التي استخدمتها المواقع الالكترونية لوسائل الاعلام المصرية ما بين الخبر والتحقيق والتعليق والحوار والمقابلات الخاصة. (1)

2. دراسة سليمان صالح، 2016، تحددت مشكلة الدراسة في كيفية تطوير أخلاقيات الاتصال عبر وسائل الاتصال الجديدة (الرقمية) لتساهم في تحقيق التوازن بين حق الاتصال والحقوق الأخرى مثل حق الحصول على المعرفة ونشرها والحقوق الأخرى للأفراد والمجتمع، وأوضحت الدراسة أهمية تطوير الأخلاقيات الإعلامية كمدخل لتنظيم النشاط الإعلامي والاتصالي بشكل عام وعبر الانترنت بشكل خاص، حيث أنه من الصعب أن يتم التنظيم بواسطة القانون، ومن ضمن توصيات الدراسة: تشجيع الباحثين المسلمين على العمل على تعزيز المنظومة الإعلامية الإسلامية للاتصال. وتشجيع الروابط المهنية الإسلامية في مجال الإعلام على إصدار مواثيق أخلاقية تتحول بها المبادئ التي يتضمنها الميثاق العام إلى توجيهات وإرشادات. (2)

3. دراسة بخيتة أحمد محمد الحسن، 2016، تهدف الدراسة على تسليط الضوء على المعايير المهنية لإنتاج البرامج السياسية بقناة الشروق الفضائية للتعرف على مدى يتم تطبيق المعايير المهنية لإنتاج البرامج السياسية، وتوضيح المعوقات التي تعترض إنتاج البرامج السياسية ويسعي البحث للإجابة على التساؤل التالي: كيف توظف المعايير المهنية لإنتاج البرامج السياسية بقناة الشروق الفضائية؟ وقد استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي وأدوات الملاحظة والمقابلة وتحليل المضمون. وخرج البحث بعدد من النتائج منها: أن الدراسة أكدت على تميز البرامج السياسية بقناة الشروق الفضائية بقوة مواضيعها ومواكبتها لما يدور في الساحة المحلية والعالمية، ويتوقف



نجاح البرامج السياسية على مدى تطبيقها للمعايير المهنية. وقد أوضحت الدراسة أن معوقات إنتاج البرامج السياسية تشمل التشريعات الإعلامية. (3)

4. دراسة عمر سليمان ملكاوي، 2016، تتمثل المشكلة البحثية في التعرف على أبرز أخلاقيات العمل الاعلامي وذلك وفق منهج - الاعلام الاسلامي - من خلال تحديد القواعد والضوابط والاخلاقيات العامة التي ينبغي ان تقوم عليه العملية الاعلامية في جانب عمل المرأة وظهورها الاعلامي، وعمل المراسل والمندوب الصحفي بعد الاشارة الى ماهية - الاعلام الاسلامي - . وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية في بحوث الاعلام كما وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الاستقرائي والذي يقوم على تتبع جزئيات الموضوع من أجل الوصول الى حكم عام حوله. ومن أبرز نتائج الدراسة: بالنسبة لمفهوم الاعلام الاسلامي لا يمكن لنا ابدًا ان نجزم بوجود هذا الشكل من الاعلام إلا من خلال بناءه على نحو برهاني رصين وعلى اسس وقواعد ثابتة تبين الملامح العامة، من منطلق الدراسة الكافية لمبادئ الاعلام ونظرياته، ودراسة ذلك من بعده وفق فلسفة الدين الاسلامي، وذلك للخروج من مغبة الاجتهادات الشخصية والتي في معظمها لا تمثل الا وجهة نظر واحدة قد تكون بعيدة كل البعد عن الاحاطة بكل جوانب الموضوع. هناك تشابه كبير في الاخلاقيات والمبادئ العامة والتي تتبع في معظمها من موثيق الشرف الصحفي على اختلافها وتنوعها، ونستطيع ان نطبق كافة تلك الاخلاقيات على كل من يمارس المهنة الصحفية والاعلامية. ركزت معظم الاخلاقيات الاعلامية من منطلق فلسفة _الاعلام الاسلامي_ وموثيق الشرف على قضايا وقواعد هامة من مثل، الصدق، الموضوعية، التيقن من صدق الخبر ومصادر المعلومات، البعد عن الرشوة والهدايا... الخ. (4)

5. دراسة شريف درويش اللبان، 2015، تشير الدراسة إلى أن الإعلام البديل يمثل جرس إنذار لوسائل الإعلام التقليدية للشك في مصداقيتها وصعوبة الوصول إليها وعدم المشاركة في صياغة رسائلها الإعلامية. إلا أن الإعلام البديل يعاني من مجموعة مشكلات قد تجعله أكبر خطراً على المنظومة الثقافية للأمة العربية إلا أنه يتسم بمجموعة من السمات مثل الاندماج والمشاركة والانفتاح وغياب الحدود والنمو الكبير لمواقع الشبكات الاجتماعية. وتسعى الدراسة للإجابة على تساؤل رئيس وهو ما الضوابط الأخلاقية والتشريعية التي يجب أن تلتزم بها شبكات التواصل الاجتماعي. اعتمدت الدراسة منهج المسح منهجاً لها وذلك بمسح التقنية للعاملين في الإعلام الجديد من جهة، ومسح الممارسات المهنية لاستخلاص أهم الأسس المهنية التي يجب أن يقوم عليها الإعلام الجديد من



جهة أخرى، كما تم توظيف هذا المنهج لمسح الجوانب الأخلاقية للإعلام الجديد المتمثلة في مواثيق الشرف الإعلامية⁽⁵⁾

6. دراسة، 2016، Francisco Segado-Boj، Jesús Díaz-Campo، خلصت الدراسة إلى أن الصحافة تواجه قضايا أخلاقية جديدة بسبب ظهور الإنترنت وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وفي هذه الدراسة تم تناول كيف تم تحديث مدونات الأخلاق الصحفية لمعالجة هذا الواقع الجديد، ويتم استكشاف ثلاث أسئلة بحثية من خلال تحليل منهجي من 99 بند (أخلاقيات إعلامية من جميع أنحاء العالم وتبين من خلال النتائج أنه من بين العينة التي تم تحليلها أن 9 فقط منها تتضمن إشارات إلى الإنترنت وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وتختتم الدراسة بمقترحات لتغيير القوانين التي من شأنها أن تساعد الصحفيين على حل هذه القضايا الأخلاقية.⁽⁶⁾

7. دراسة مجدي محمد سليمان، جاءت هذه الدراسة لتكشف عن الدور الذي يمكن أن تقوم به وسائل الإعلام الجديد في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب، حيث تساهم تكنولوجيا المعلومات الجديدة في إعادة تشكيل عميق للثقافة السياسية، كما يعتمد المجتمع المدني في القرن ال 21 على الإنترنت ووسائل الاتصال الأخرى في بنيته التحتية وفي الحصول على ملاذ رقمي يمكن فيه إدارة الثقافات المدنية والسياسية. وقد تمثلت مشكلة الدراسة في التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في تناولها للقضايا السياسية ودورها في تنمية وتعزيز الوعي السياسي عند الشباب. وهو من الدراسات الوصفية واعتمدت على منهج المسح بالعينة في جمع البيانات (استمارة استبيان). ومن نتائج الدراسة: أن طلاب الجامعات يتعرضون بشكل دائم لوسائل التواصل الاجتماعي بنسبة (54.9%) مقارنة بالقنوات الفضائية (16.26%) والمجلات والصحف (15.36%).⁽⁷⁾

8. دراسة، 2014، Jhumur Ghosh، أخلاقيات تناول الأخبار في وسائل الإعلام (الهند): الانحرافات ومستقبل التحديات، تستكشف هذه الدراسة مفهوم أخلاقيات وسائل الإعلام مع إشارة خاصة إلى وسائل الإعلام الهندية. كانت أخلاقيات الإعلام في الهند مرتبطة بوسائل الإعلام التقليدية. ولكن مع التطور في التكنولوجيا ومجيء الإنترنت فإن معيار الممارسات الأخلاقية تواجه تحدياً مستمراً. وتناقش هذه الدراسة محاور وسائل الإعلام التقليدية - الصحافة والتلفزيون - حيث انحرفت عن الأخلاق الراسخة والمبادئ والقواعد الصحفية التي تمارسها وسائل الإعلام الهندية عادة. وتستكشف



- الدراسة الانحرافات وتحلل المبادئ الأخلاقية لوسائل الإعلام الإخبارية التي لديها وخلصت الدراسة الى نموذج بشأن مستقبل أخلاقيات وسائل الإعلام في الهند. (8)
9. دراسة Lea-Sophie Borgmann 2012 تحدثت عن المبادئ الأخلاقية العالمية لوسائل الإعلام: بالتطبيق على جنوب أفريقيا وألمانيا، أدت العولمة المتزايدة لوسائل الإعلام والصحافة إلى مراجعة الأخلاق والمعايير، لإيجاد القيم الأخلاقية العالمية التي تنطبق في عالم لا حصر له من الثقافات المختلفة. تحاول هذه الدراسة إجراء مقارنة بين جنوب أفريقيا وألمانيا في موضوع أخلاقيات وسائل الإعلام. وهي دراسة استقصائية عبر الإنترنت أجريت للطلاب بين ألمانيا وجنوب أفريقيا، وتوصلت الدراسة الى أنه يوجد نظريات عالمية ومبادئ أخلاقية ثقافية محددة في الصحافة. الا أنه يظهر مفهوم العالمية وتفسير المبادئ الأخلاقية، بشكل مختلف في الثقافتين وتصنيف القيم الثقافية الخاصة بأخلاقيات وسائل الإعلام ضمن الإطارين الثقافيين لألمانيا وجنوب أفريقيا. وأن هنالك اختلافات كبيرة في ترتيب المبادئ الأخلاقية لوسائل الإعلام. (9)
10. دراسة Z. Buzasi, Đ. Nadrljanski, M. Nadrljanski, 2011، الهدف من الدراسة دراسة ظاهرة الأخلاق في وسائل الإعلام، وذلك لزيادة الوعي بالتجاوزات التي تحدث في الإعلام الرقمي وآثاره. وتأتي أهمية الدراسة في تحديد تأثير وسائل الإعلام على السلوك، للوقوف على أمثلة من التجاوزات الأخلاقية في مجال الإعلام الرقمي، ودراسة آراء مستخدميها، وتحديد أوجه التشابه والاختلاف بين الموظفين (بالإشارة إلى الصحفيين والمحررين) والتعرف على أخلاقيات وسائل الإعلام والتفكير حول موضوع الأخلاقيات لتوفير بعض المعلومات للدراسات لاحقة، استخدم البحث الملاحظات الشخصية والمناقشات كأدوات للدراسة، فضلا عن تفسيرات لهذه الظاهرة من قبل مختلف المؤلفين الذين كتبوا عن ذلك. (10)
11. دراسة، Andrew Limo، 2010، تناولت الدراسة أخلاقيات الإعلام ووسائل الإعلام الجديدة: التحديات والفرص في قطاع التعليم في كينيا: أصبحت الإنترنت منذ عقد من أشكال قنوات الوسائط الرقمية في كل مكان من وسائل الاتصال والترفيه في كينيا. وتأثيره العميق وخاصة بين الشباب. إن مستخدمي وسائل الإعلام الجديد يجدون أنفسهم ينتمون الى مجموعة تقليدية، حيث كان نشر المعلومات فناً ملتزماً بأخلاقيات المجتمع، بعكس الإعلام الرقمي في عصر الإنترنت لا يبدو أن أحدا مسؤولاً أو يهتم به. وتناقش هذه الدراسة الوضع والتحديات والفرص في تدريس أخلاقيات الاعلام في



كينيا. وهي تدرس على وجه التحديد تأثير التكنولوجيات الجديدة الناشئة في مجال وسائط الإعلام مثل الإنترنت والهواتف المحمولة والتلفزيون الرقمي على الشباب والتحديات والفرص التي تأتي مع هذه التكنولوجيات. (11)

12. دراسة عبد الله الزين الحيدري، 2009، تتناول هذه الدراسة موضوع الإعلام الجديد كظاهرة شمولية بدأت في الاتساع منذ ما يزيد من عقدين من الزمن، وتناقش إشكالية النظام والفوضى التي بدت لنا بمثابة السمة البارزة للإعلام الجديد. فحالة النظام تكشف عنها مظاهر التطور التقني الذي ساعد على ظهور فاعلين جدد في مجال الإعلام والاتصال، كما ساعد على نمو قطاع الأعمال والخدمات وتطوره في المجتمع. أما حالة الفوضى فهي من صنفين، صنف تعرب عنه نزعة التخلي عن التقاليد الإعلامية المعمول بها في الإعلام الجماهيري التقليدي، وتجاوز الضوابط السائدة في صناعة المضامين الإعلامية والاتصالية. وصنف آخر متمثل في تدفق غير مسبوق للمفاهيم والمصطلحات التي بدأت تحدث نوعاً من التلوث المفاهيمي في المجال. وهو ما أدى إلى ظهور ما يعرف بصحافة المواطن التي قلبت منظومة الإعلام الجماهيري وحولتها إلى من إعلام الضبط إلى إعلام الاستقطاب. ومن أبرز مستخلصات الدراسة، أن الظواهر الإعلامية لا يمكن فهمها من الداخل دون اللجوء إلى اعتماد الحقول المعرفية الأخرى في العلوم الانسانية والاجتماعية والعلوم الفيزيائية والرياضية كمدخل لإدراك حقيقة الحدث الإعلامي والفعل الاتصالي، ولابد من إعادة النظر في أساليب التعليم والتدريب للإعلاميين. (12)

التعليق على الدراسات السابقة: تناولت الدراسات السابقة، موضوع الإعلام الجديد وأخلاقيات وضوابط ممارسة الإعلام الجديد كما ركزت بعض الدراسات على أخلاقيات الاتصال عبر الإنترنت من منظور إسلامي، وأطر معالجة المواقع الالكترونية المصرية للإشكاليات الخاصة بالتشريعات الجديدة للإعلام وغيرها من الموضوعات التي تتحدث عن تشريعات وأخلاقيات الإعلام في بعض دول العالم.

المنهج والعيّنات:

استخدمت الدراسات السابقة عدد من المناهج، منها المنهج المسحي، والوصفي التحليلي، ومنهج المسح الإعلامي والمنهج الاستقرائي والمنهج المقارن، كما ركزت الدراسات على التجاوزات الأخلاقية في مجال الاعلام الرقمي وأخلاقيات المهنة الاعلامية وفقاً للمسؤولية الاجتماعية وصعوبة تطبيق الرقابة عليها.



ما يميز هذه الدراسة:

بالمقارنة مع الدراسات السابقة فإن هذه الدراسة تختلف عن الدراسات السابقة بتركيزها على أخلاقيات الإعلام الرقمي وشرح بعض الضوابط المهنية والأخلاقية الإعلامية التي نادى بها المختصون واستعرضت الدراسة واجبات وحقوق الإعلاميين في الإعلام الرقمي مقارنة بالإعلام التقليدي وتطرقت الدراسة للرقابة في الإعلام الرقمي وصعوبة تطبيقها وركزت على موائيق الشرف في الإعلام الرقمي وكانت المفاضلة في الدراسة بين القانون والحرية والأخلاق الإعلامية.

مصطلحات الدراسة:

نقصد بذلك مفاهيم ومدلولات المصطلحات التي تناولتها الدراسة وستتكرر والتي تتناسب وتتفق مع أهداف البحث وذلك لأنها تلخص المصطلحات الأساسية في الدراسة بعبارات واضحة وتؤكد على معاني معينة وتوضح المعنى المقصود وهي:

الأخلاق لغة: جمع خلق وهو السجية والطبع والطبع والعادة وتستعمل مفرداً أو جمعاً للدلالة على صفة أو صفات في الشخص محمودة ومذمومة، وهي شكل من أشكال وعي الإنسان يقوم على ضبط وتنظيم سلوك الإنسان في كافة مجالات الحياة الاجتماعية بدون استثناء، وهي المبادئ والقواعد المنظمة للسلوك الإنساني. (13)

آداب وأخلاقيات المهنة: يقصد بها مجموعة من القواعد والأصول المتعارف عليها عند أصحاب المهنة الواحدة بحيث تكون مراعاتها محافظة على المهنة وشرفها. (14)

الأخلاقيات المهنية مجموعة القيم والمعايير التي يعتمدها أفراد مهنة ما للتمييز بين ما هو مقبول أو غير مقبول في السلوك المهني، ولتحقيق ذلك يتم وضع ميثاق يبين هذه القيم والمعايير والمبادئ وقواعد السلوك والممارسة. ومن فوائدها أنها توفر إحساساً بالذاتية المهنية، وتشير إلى نضج المهنة. كما أنها تسهم في تشكيل صورة واضحة عن ممارسي المهنة، وتحدد ما يتوقعه منهم المجتمع. (15)

أخلاقيات الإعلام: هي الأخلاقيات المتعلقة بمهنة الصحافة والإعلام بشتى أنواعها و أنماطها وهي تشمل واجبات الصحفيين وحقوقهم وطبيعة أعمالهم وبعبارة أخرى هي عبارة عن القواعد والأسس التي تقوم وتدافع عن مهنة الصحافة والإعلام إلى الأمام وتدفع بها وتتناول المبادئ التي يجب على القائمين بالعمل الإعلامي

الالتزام بها ومراعاتها عند ممارسة العملية الإعلامية والصحفية وهي عبارة عن موثيق ومدونات الشرف تدافع عن المجتمع من جهة والمؤسسات الإعلامية والعاملين بها (16)

ولذلك فالأخلاقيات هي الاختيار الطوعي لما لا يمكن فرضه بالقوة، مؤكداً أهمية أن يصدر الالتزام الأخلاقي للصحافي منه لا بقوة القانون بل انطلاقاً من قناعات الصحافي نفسه والأطر والمعايير الأخلاقية التي يضعها الصحافيون لمهنتهم. (17)

المبحث الثاني: الاعلام الرقمي... نظرة عامة

في ظل التطور التكنولوجي الذي شهده العالم اليوم تطورت ممارسات الاعلام وانتقل من الاعلام الذي يعتمد على المرسل والمتلقي الى اعلام يعتمد على التدفق الحر للمعلومات مستخدماً في ذلك شبكة الانترنت التي تتميز بالسرعة الفائقة وقلة التكلفة وادى ذلك لظهور مصطلح الإعلام الرقمي وفيما يلي نتعرض لمفهوم الاعلام الرقمي وخصائصه وأبرز ايجابياته وسلبياته وأقسامه.

أولاً: مفهوم الإعلام الرقمي وخصائصه:

تدل الأسماء المتعددة للتطبيقات الإعلامية المستحدثة، على أرضية جديدة لهذا الإعلام، فهو الإعلام الرقمي وهو الإعلام التفاعلي أيضاً هو الإعلام الشبكي وإعلام المعلومات، والإعلام الجديد، وإعلام الوسائط التشعبية، وإعلام الوسائط المتعددة، كما يطلق عليه البعض مصطلح الإعلام البديل. أو صحافة المواطن. ويعد الاعلام الجديد هو العملية الاتصالية الناتجة من اندماج ثلاثة عناصر هي الكمبيوتر والشبكات والوسائط المتعددة.

يعرف قاموس الإنترنت الموجز تعبير الإعلام الجديد بأنه أجهزة الإعلام الرقمية عموماً أو صناعة الصحافة على الإنترنت، بينما تعرف موسوعة ويب أو بيديا الإعلام الجديد بأنه: "مصطلح يشير إلى العديد من الأشكال المستحدثة من نظم الاتصال الإلكتروني المختلفة والتي أصبحت ممكنة من خلال استخدام تقنيات الحاسب الآلي (18)



وهو مصطلح يضم كافة تقنيات الاتصال والمعلومات الرقمية التي جعلت من الممكن إنتاج ونشر واستهلاك وتبادل المعلومات التي نريدها في الوقت الذي نريده وبالشكل الذي نريده من خلال الأجهزة الالكترونية المتصلة أو غير المتصلة بالإنترنت، والتفاعل مع المستخدمين الآخرين في أي مكان.

خصائص الإعلام الرقمي:

مع أن الإعلام الرقمي يتشابه مع الإعلام التقليدي في بعض جوانبه، إلا أنه يتميز عنه بالعديد من السمات التي يمكن إيجازها بما يأتي:

1. التحول من النظام التماثلي إلى النظام الرقمي.
2. التفاعلية: وتطلق هذه السمة على الدرجة التي يكون فيها للمشاركين في عملية الاتصال تأثير في أدوار الآخرين وباستطاعتهم تبادلها، ويطلق على ممارستهم الممارسة المتبادلة أو التفاعلية.
3. تفتيت الاتصال: وتعني أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتوجه إلى فرد واحد أو إلى جماعة معينة وليس إلى جماهير ضخمة كما كان في الماضي. وتعني أيضاً درجة تحكم في نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستهلكها.
4. اللا تزامنية وتعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم، ولا تتطلب من المشاركين كلهم أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه. (19)
5. الحركية: تتجه وسائل الاتصال الجديدة إلى صغر الحجم مع إمكانية الاستفادة منها في الاتصال من أي مكان إلى آخر في أثناء تحرك مستخدمها، ومثال هذا أجهزة التلفاز ذات الشاشة الصغيرة التي يمكن استخدامها في السيارة مثلاً أو الطائرة.
6. قابلية التحويل: وهي قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسيط إلى آخر، كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة وبالعكس.
7. قابلية التوصيل: تعني إمكانية توصيل الأجهزة الاتصالية بأنواع كثيرة من أجهزة أخرى وبغض النظر عن الشركة الصانعة لها أو البلد الذي تم فيه الصنع. ومثال على ذلك توصيل جهاز التلفاز بجهاز الفيديو.
8. الشبوع والانتشار: ويعني به الانتشار المنهجي لنظام وسائل الاتصال حول العالم وفي داخل كل طبقة من طبقات المجتمع.

9. الكونية: البيئة الأساسية الجديدة لوسائل الاتصال هي بيئة عالمية دولية حتى تستطيع المعلومات أن تتبع المسارات المعقدة. (20)

ثانياً: سلبيات وإيجابيات الإعلام الرقمي:

من سلبيات الإعلام الرقمي أنه يفتقد إلى أخلاقيات الممارسة الإعلامية والعمل الصحفي والقيم المهنية التي تحكم طبيعة العمل، وخاصة المصادقية والموضوعية للموضوعات التي يتناولها. إن حرية الدخول والخروج من دون تحديات ومراقبة على المواطنين الموجودين على شبكة الإنترنت ساعد في ظهور مصالح تجارية خبيثة وعمليات إجرامية، بالإضافة إلى التدوين المزيف الذي يروج للشائعات والأخبار الكاذبة، والذي أسهم في تشكيل المواقف الخاطئة وصناعتها تحت مظلة المواطن الصحفي. إن الافتقار إلى أي سند تشريعي يحدد مفهوم العاملين في الإعلام البديل، ويسمح لأي فرد أن يطلق على نفسه "مواطناً صحفياً وعين المواطنين من دون الرجوع إلى مرجعية معينة. (21)

ايضاً من سلبيات الإعلام الرقمي انتحال الشخصية. الذم والتحقير والإهانة عبر الشبكة. النصب والاحتيال في المعلوماتية. انتهاك البيانات الشخصية الإلكترونية. التحرش والمضايقة عبر برامج أنشطة الاعتداء علي الخصوصية وهي تتعلق بجرائم الاختراق. تشكل أحد وسائل غسيل الأموال. تتيح تشكيل منصات مواقع إلكترونية إباحية، سهولة إخفاء معالم الجريمة الإلكترونية وصعوبة تتبع مرتكبيها.

أما إيجابيات الإعلام الرقمي فقد حققت وسائل الإعلام الرقمية إيجابيات ربما لم تستطع أن تقدمها وسائل الإعلام التقليدية بسبب محدودية الوسيلة والتفاعلية، ومنها:

- لا يتطلب تكاليف مادية كبيرة (جهاز كمبيوتر، وخط إنترنت).
- أعطى الناس فرصة للتعبير عن أنفسهم وتقديم تقرير عن عالم كان لا يمكن تصوره حتى وقت قريب جداً. (حرية الاعلام الجديد)
- انتشار وجهات النظر مختلفة وحقائق منعت من قبل .
- جعلت الناس أكثر ثقة في استخدام التكنولوجيا.
- مساعدة الأفراد الذين يفتقرون إلى الثقة في بناء العلاقات الاجتماعية المباشرة، ليشرع بمقابلة الأصدقاء والاتصالات عن بعد.



- عزز التضامن بين الجماعات وأصحاب القضايا المشتركة.
- ساعد على التغلب على "طغيان المسافة" في مجال الاتصالات، على سبيل المثال: المغتربين وأهليهم.
- يساعد الصحفيين في معرفة اتجاهات الرأي العام.
- ساعد القوى وحركات التحرر على التواصل واستخدمه كمنصة إخبارية في البلدان السلطوية.
- أدوات الإعلام الاجتماعي على حد سواء تنوعا ومرونة.
- تمكن أي فرد من إنشاء المحتوى الخاص به ومشاركته مع الآخرين بسهولة.
- تقوم بوظائف الإعلام (الإخبار، الترفيه، التسويق) (22).

ثالثاً: أهم مميزات الإعلام الرقمي:

1. تكنولوجيا الإعلام الرقمي غيرت أيضاً بشكل أساسي من أنماط السلوك الخاصة بوسائل الاتصال من حيث طلبها لدرجة عالية من الانتباه فالمستخدم يجب أن يقوم بعمل فاعل (active) يختار فيه المحتوى الذي يريد الحصول عليه.
2. تكنولوجيا الإعلام الرقمي أدت أيضاً إلى اندماج وسائل الإعلام المختلفة والتي كانت في الماضي وسائل مستقلة لا علاقة لكل منها بالأخرى بشكل ألعيت معه تلك الحدود الفاصلة بين تلك الوسائل.
3. جعلت من حرية الإعلام حقيقة لا مفر منها. فالشبكة العنكبوتية العالمية مثلاً جعلت بإمكان أي شخص لديه ارتباط بالإنترنت أن يصبح ناشراً وأن يوصل رسالته إلى جميع أنحاء العالم بتكلفة لا تذكر.
4. الإعلام الجديد هو إعلام متعدد الوسائط حيث أنه أحدث ثورة نوعية في المحتوى الاتصالي الذي يتضمن على مزيج من النصوص والصور وملفات الصوت ولقطات الفيديو. هذا المحتوى متعدد الوسائط انتشر بشكل هائل خلال السنوات الماضية بشكل خاص عبر ما يعرف بصحافة المواطن وكان له تأثيرات اجتماعية وسياسية وتجارية كبيرة تستلزم التدبر والدراسة
5. تقنيات الجماهير: ويقصد بذلك زيادة وتعدد الخيارات أمام مستهلكي وسائل الإعلام والذين أصبح وقتهم موزعاً بين العديد من الوسائل مثل المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعية والهواتف الذكية وألعاب الفيديو الإلكترونية بجانب الوسائل التقليدية من صحف وإذاعة وتلفزيون.
6. غياب التزامنية: ويقصد به عدم الحاجة لوجود المرسل والمتلقي في نفس الوقت، فالمتلقي بإمكانه الحصول على المحتوى في أي وقت يريده.

7. الانتشار وعالمية الوصول: ويقصد بالانتشار شيعوه ووصوله إلى جميع شرائح المجتمع تقريبا، إضافة إلى عالميته وقدرته على تجاوز الحدود الجغرافية.
8. قابلية التواصل بصرف النظر عن مواصفات ومقاييس المنشئ للمحتوى⁽²³⁾.

رابعاً: أقسام الإعلام الرقمي :

يمكن تقسيم الإعلام الرقمي إلى الأقسام الأربعة الآتية :

- 1- الإعلام الرقمي القائم على شبكة الانترنت Online وتطبيقاتها، وهو جديد كلياً بصفات، وميزات غير مسبوقة، وهو ينمو بسرعة وتتوالد عنه مجموعة من تطبيقات لا حصر لها.
- 2- الإعلام الرقمي القائم على الأجهزة المحمولة، بما في ذلك أجهزة قراءة الكتب والصحف، وهو أيضاً ينمو بسرعة وتتسأ منه أنواع جديدة من التطبيقات على الأدوات المحمولة المختلفة ومنها أجهزة الهاتف والمساعدات الرقمية الشخصية وغيرها.
- 3- نوع قائم على منصة الوسائل التقليدية مثل الراديو والتلفزيون التي أضيفت إليها ميزات جديدة مثل التفاعلية والرقمية والاستجابة للطلب.
- 4- الإعلام الرقمي القائم على منصة الكمبيوتر ويتم تداول هذا النوع إما شبكياً أو بوسائل الحفظ المختلفة مثل الاسطوانات الضوئية، وما إليها ويشمل العروض البصرية واللعاب الفيديو والكتب الالكترونية وغيره⁽²⁴⁾
- 5- كما يتضمن الصحافة الإلكترونية -المدونات -تحرير الصور -صحافة المواطن- الشبكات الاجتماعية.

المبحث الثالث: أخلاقيات الإعلام الرقمي:

ان موضوع الأخلاقيات المهنية من أكثر الموضوعات التي تحظى بدرجة كبيرة من الأهمية وقد تناولها الكثير من الدارسين بالنقاش والجدل متفقين أو مختلفين، خاصة في مجال الإعلام الرقمي الذي شهد تجاوزات أخلاقية في الممارسة المهنية نتيجة لامتهان معظم أفراد المجتمع لمهنة الاعلام وأصبح الجمهور مرسلأ دون أي حدود أو ضوابط مهنية أو أخلاقية وفي هذا المبحث تتناول الدراسة أخلاقيات وضوابط الإعلام الرقمي.



إن أخلاقيات العمل الاعلامي في وسائل الاعلام الحديثة لا تختلف عن وسائل الاعلام التقليدية الا في درجة أهميتها فإنها أكثر أهمية بسبب احتوائها على الوسائل الاعلام التقليدية واتصالها بعدد أكبر من الناس وبسبب مميزاتها التي قد تقلل من درجة دقتها ومصداقيتها، وكذلك وجود معلومات قد ينسخها الفرد وينسبها اليه وهذه من أخطر السلوكيات التي يتعرض لها الناشر كل ذلك بسبب الحرية المطلقة التي يتمتع بها الانترنت لذلك كان لابد من ايجاد هذه الاخلاقيات يأخذ كل من الناشر أو العامل في المجال الاعلامي في ارسال الرسالة الاعلامية، والمستقبل ايصال المعلومة اليه⁽²⁵⁾

أولاً: الضوابط المهنية والأخلاقية:

هنالك بعض الضوابط المهنية والأخلاقية والإعلامية التي نادى بها المتخصصون في مجال الإعلام وأكادوا على ضرورة مراعاتها عند الاستخدام أو النشر في وسائل الإعلام الجديد أو الرقمي ومنها:

1. **المسؤولية:** وتعني التزام المصدقية والموضوعية والحياد فيما تكتب لتكسب ثقة الرأي العام.
2. **حرية الإعلام والصحافة:** وذلك بالدفاع عنها فلا تقلل من شأن مهنتك، ولا تصفها بالسوء عطفاً على تعامل وسلوكيات بعض الأفراد ممن يعملون بها
3. **عدم الانحياز:** أكتب بموضوعية وافصل بين رأيك وعاطفتك من جهة وما تكتب هـ من جهة أخرى فأنت ناقل للخبر ولست مصلحاً اجتماعياً أو طبيياً نفسياً، والحيادية في نظر الإعلام الجديد تعني الملل وعدم القدرة على جذب القراء وعادة ما ينحاز الإعلامي في الإعلام الجديد الى جانب معين أو رأي سياسي ويرفض أن يغطي الموضوع من طرفين وتعتبر قيود ومبادئ الإعلام التقليدي رقابة غير مرغوب فيه ويرفضها تماماً.
4. **المحافظة على حقوق الآخرين:** حافظ على حقوق الآخرين ولا تتعدى أو تتجاوز على حرياتهم وتكشف أسرار بيوتهم مالم تكن قضية تعني المجتمع كالجرائم، وأيضاً تحرى كتابة القصة الخبرية بإنصاف بحيث تذكر أقوال جميع الأطراف وحيادية تامة ولك الحق في إبداء وجهة نظرك الخاصة ورأيك الشخصي مع إيضاح أنه رأي شخصي وخاص بك ولا يمثل رأي الجريدة أو الموقع الذي تتبع له وما يعبر عنه في الإعلام الجديد يعكس وجهة نظر كاتبه عكس الإعلام التقليدي الذي يجبر الإعلامي أن يخضع لمبادئ وأخلاقيات المهنة⁽²⁶⁾

5. **الالتزام بخدمة الجمهور:** فيجب أن يدرك الصحفي الإلكتروني أن أي التزام عدا خدمة الجمهور من شأنه إضعاف الثقة والمصداقية، ويعمل على توفير قدر كبير من المعلومات تمكن الجمهور من اتخاذ قرار.
6. **الحقيقة:** السعي بإصرار للحصول على الحقيقة وتقديم الأخبار بدقة وفي سياقها، وعلى أكمل وجه. فيعمل قدر المستطاع على تناول الحقيقة ويقاوم التشويهات التي تبهم أهمية الأحداث.
7. **الكشف عن المصدر:** يكشف عن مصدر المعلومات بوضوح ويشير إلى كافة المواد المأخوذة عن وسائل إعلامية أخرى، ويعرف مصدر المعلومات كلما أمكن ذلك، ويمكن استخدام المصادر السرية أن كانت ستضر بالمصدر أو المصلحة العامة.
8. **عدم التلاعب:** على الصحفي الإلكتروني ألا ينقل أي شيء كذب أو غير صحيح، وألا يتلاعب بالصور والأصوات بأي طريقة مضللة وأن لا يسرق مواد صحفية لغيره، وأن ينوه عند عرض أي صور أو معلومات سبق عرضها.
9. **الإنصاف والعدل:** عرض الأخبار بإنصاف وحيادية وإضافة قيمة أساسية على ما هو مهم، يجب أن يتعامل مع موضوعات التغطية الإخبارية باحترام وصدق وينقل التنوع في الآراء والأفكار.
10. **الصدق:** يجب تقديم الأخبار بصدق، واجتناب تضارب المصالح أو ما يمكن أن يؤثر على المعلومات.
11. **الترفع عن الإغراء من الجانبين/** ألا يقبل مالا يدفعه لتغيير الحقائق، أو أن يدفع مالا لمصدر المعلومة ليبدلي بمعلومات خاصة به، وألا يقبل هدايا أو خدمات تعويضية عما بنشرة.
12. **الاستقلالية:** يجب على الصحفيين أن يدافعوا عن استقلاليتهم عن الذين يسعون للتأثير والسيطرة على مضمون الأخبار. (27)
13. **الشجاعة:** يجمع وينقل الأخبار دون خوف أو تفضيل، ويقاوم من يؤثر على مضمون الأخبار، ولا يخضع المادة إلا للجهاز التحريري فقط في المؤسسة.
14. **المحاسبية:** يجب على الصحفيين الإلكترونيين أن يدركوا أنهم معرضون للمحاسبة على أعمالهم أمام الجمهور والمهنة وأنفسهم.
15. **التبني للأخلاق:** يشجع جميع الصحفيين ومالكي المؤسسات الإعلامية لتبني هذه المعايير



يستجيب لهموم الجمهور، ويحقق في شكاوهم، ويستمع بتأن لك من يقدم تعديلات أخلاقية، ويوفر فرص لتدريب الموظفين على صناعة قرار أخلاقي⁽²⁸⁾

ثانياً: واجبات الإعلاميين في الإعلام الرقمي:

تتطبق الواجبات المفروضة على العاملين في الإعلام التقليدي على العاملين في الإعلام الرقمي أيضاً، إلا أن ثمة صعوبات في تطبيق بعضها، كما يتخذ بعضها الآخر أشكالاً مختلفة فضلاً عن وجود العديد من التساؤلات التي لا تزال تحتاج إلى إجابات لتوضيح كيفية الالتزام بهذه الواجبات في الإعلام الرقمي.

فالإعلاميون العاملون في المؤسسات الإعلامية التقليدية التي لها مواقع إلكترونية ينتمون مهنيًا إلى هذه المؤسسات أكثر من الانتماء إلى الكيانات الإلكترونية، ومن ثم لا يزالون يستندون في التزاماتهم المهنية إلى البيئة الإعلامية التقليدية وليس الإلكترونية بالرغم من تغير طبيعة هذه الالتزامات، ومن بينها ضرورة الدفاع عن حرية التعبير الإلكتروني، والحق في ممارسة المهنة الإعلامية الإلكترونية، وعدم التعدي على حقوق المواقع الأخرى، أو تعطيلها عن أداء عملها، أو تحرير مواد أو فيروسات أو روابط قد تؤثر في مصداقيتها وسير العمل بها، والعمل على صياغة موائيق مهنية تتناسب مع الطبيعة الإلكترونية للعمل الإعلامي، والحرص على تنقية المهنة ممن لا يحترمون ضوابطها الأخلاقية وعدم الربط بمواقعهم، وعدم التعدي على أسماء الحقوق الخاصة بالآخرين أو التمسح بها، وعدم استغلال المميزات التي توفرها تكنولوجيا البيئة الإلكترونية في الانتقاص من حقوق الآخرين أو مضايقاتهم، أو إزعاجهم أو التعدي على ممتلكاتهم أو خصوصياتهم، وعلى تجنب صراع المصالح، سواء بين الأعمال الخاصة والعمل الإلكتروني الإعلامي، وعدم استغلال الإمكانيات الخاصة بالمؤسسات الإعلامية التقليدية في تصميم مواقع إعلامية خاصة.⁽²⁹⁾

إن مجمل الحقوق التي يتمتع بها أو يطالب بها الإعلاميون في البيئة التقليدية، تتطبق بشكل أو بآخر على الإعلاميين العاملين في البيئة الإلكترونية الجديدة، سواء أكانت حقوق مهنية أو سياسية أو ثقافية أو مادية أو معنوية أو غيرها، حيث يحق للإعلاميين في البيئة الإلكترونية الجديدة التمتع بهذه الحقوق، إضافة إلى ما تضيفه عليهم البيئة الجديدة من حقوق لا يتمتع بها الإعلاميون في البيئة التقليدية، مثل حرية التعبير، وحرية الوصول إلى مصادر المعلومات، والحق في التواصل التفاعلي والفوري مع جمهورهم،



إلا أن هذه الحقوق تحتاج إلى صياغتها في شكل موثيق وبروتوكولات لضمان تمتع هؤلاء الإعلاميون به⁽³⁰⁾

وأخلاقيات الإعلام الرقمي يجب أن تضمن كيفية تعامل الإعلامي المحترف مع الإعلام الرقمي في البحث عن المعلومات والأخبار وفي نشر الموضوعات الإعلامية وما هو المدى المسموح به في الحصول على الصور والموضوعات التي توفرها البيئة الرقمية.

حيث أصبح الإعلام الرقمي ثورة حقيقية تستوجب تغييرات في أسس ومبادئ العمل الإعلامي لأن بيئة الإعلام الرقمي تتميز بالفوضى، لذلك نحن في حاجة الى مبادئ وأخلاقيات تتناسب المواطن الهاوي والإعلامي المحترف الذي يقوم عمله على الدقة في جمع المعلومات والتدقيق قبل البث والحياد وحراسة الدوابة بينما يعتمد الإعلام الرقمي على السرعة وامكانية التصحيح بعد البث والشفافية وعدم الحياد أحياناً.

ثالثاً: الرقابة والإعلام الرقمي:

في ظل الثورة الجديدة للتقنيات الحديثة التي شهدتها كافة حقول المعرفة منها الحقل الإعلامي، بدأت بعض الأنماط من الرقابة تفقد فاعليتها بسبب التطور التكنولوجي السريع وازدياد الاهتمام بحقوق الإنسان وحرياته وبالتالي أصبحت الرقابة في نظر الكثيرين انتهاكا لحق التعبير نفسه، ولمبدأ المساواة في التمتع بالحرية المختلفة.

وتواجه وسائل الإعلام الجديد الرقابة بعدد من الإجراءات والممارسات تتمثل في توفير برامج مجانية لاختراق الرقابة على الشبكة العالمية للمعلومات وتمكين الأفراد العاديين من امتلاكها.

يضاف إلى ذلك تطور قدرات المستخدمين العاديين والمحترفين في اختراق الرقابة بتطورات تقنية تعجز الجهود المؤسسية أحيانا كثيرة عن مسايرتها، كذلك؛ فقد أسهم تمكين أي مواطن لأن يمارس مسؤوليته إعلاميا في عرقلة فرض الرقابة عليه وبالتالي قدرته على نشر ما وثقه.

ولكن ومع التطور التكنولوجي في ميدان الاتصال قد أسهم في تعزيز الحريات الإعلامية، إلا أن وسائل السيطرة والمراقبة قد تطورت أيضا على مستوى الواقع بصيغ أخرى مختلفة، ويذكر أن الجدل حول الرقابة في الإعلام سيظل متواصلاً، فليس هناك من حسم نهائي يضمن انتصار طرف على آخر، وإن كان منسوب أو حدة هذه الرقابة تراجعت كثيرا بفعل وسائط الإعلام الجديد.⁽³¹⁾



وهذا يقودنا للحديث حول الأخلاقيات المهنية والالتزام بها في عصر الأجهزة الذكية، عصر انتقاء الخصوصية. فإن غالبية المواثيق الأخلاقية الإعلامية يقوم بصياغتها الإعلاميون أنفسهم، من خلال تجمعاتهم المهنية المختلفة، وذلك لتحسين نوعية المضمون الذي تقدمه وسائل الإعلام، ولمواجهة أزمة المصادقية، ولتجنب إصدار قوانين تؤثر على حرية الإعلام، ولتحسين صورة وسائل الإعلام أمام الجمهور.

غير أن تلك المواثيق لا يلتزم بها كثير من الإعلاميين، ولذلك تظل مجرد نصوص جامدة، لأنه ليس هناك عقوبات يتعرض لها الإعلامي الذي لا يلتزم بهذه الأخلاقيات والمواثيق أو ينتهكها، ولذلك توصف المواثيق الأخلاقية بأنها (بدون أنياب)، وأنها قليلة الأهمية، وبالرغم من المحاولات التي بُذلت للبحث عن وسائل لتوقيع عقوبات على عدم الالتزام بالأخلاقيات، تبقى عقوبات لا قيمة لها، ولا تؤدي إلى الالتزام بالأخلاقيات. (32)

وميثاق الشرف هو مجموعة من القوانين والمبادئ التي تحكم مجتمع ما بالاستناد الي ما يميز الخلق في المجتمع من قوانين وافكار. واستخدام ميثاق الشرف يعتمد على الاعتقاد بان الناس (في مجتمع معين) يمكن الوثوق بهم ليتصرفوا بشرف. والذين يخالفون هذا العهد قد يعرضوا إلى عقوبات متعددة بما في ذلك التعرض الي الطرد من المؤسسة. (33)

ويعد مفهوم اخلاقيات الصحافة او مواثيق الشرف مفهوماً حديثاً نوعاً ما إذ يرجع ظهوره "الى عام 1916 في السويد حيث تشكلت البدايات الأولى، ثم انتقلت الفكرة إلى فرنسا، حيث سعت إلى وضع ميثاق لأخلاقيات المهنة الصحفية بعد لحرب العالمية الأولى، وكانت هناك محاولات اخرى في جميع أنحاء العالم ويرتكز مفهوم أخلاقيات ومواثيق الشرف الإعلامية على معادلة طرفاها الحرية والمسؤولية الاجتماعية والإعلامية والأساس تحقيق التوازن بين طرفي المعادلة. (34)

وقد جاءت مواثيق الشرف وأخلاقيات الإعلام من خلال نمطين:

- 1- مواثيق إجبارية أو إلزامية: وفي هذه الحالة تحمل العقاب لمن يخالف ما جاء بها من سلوك مهني.
- 2- مواثيق اختيارية: وهي بمثابة تنظيم ذاتي ورغبة من العاملين في المهنة بحيث تترتب على موافقتهم والتزامهم بتنفيذ ما جاء بها أثناء ممارستهم للعمل. (35)

والاخلاق الاعلامية او اخلاقيات الإعلام تعتبر من الاساسيات للعمل الصحفي والإعلامي لأنها تضبط العمل الاعلامي، وبذلك فهي التي تهذب العملية الإعلامية وتحقق اهداف الإعلام في خدمة الصالح العام ونشر الحقائق

رابعاً: المواثيق الأخلاقية في الاعلام الرقمي:

يري بعض العاملين في الإعلام الإلكتروني أنه لا يوجد مجال لوضع ميثاق شرف يلتزمون به، ويرى القلة منهم أن الحل هو أن يكون هناك تكتلات تلتزم ببعض القواعد، وأن يكون هناك آليات عند المتلقي يستطيع عن طريقها التعامل مع الآراء المتعددة ويتجاهل منها ما يسيء إليه. وما يثير إشكالية ضرورة التوصل إلى ميثاق شرف العاملين في الإعلام الإلكتروني هو عدد من المظاهر التي يمكن أن نرصدها في الإعلام الإلكتروني ومنها الشك في مصداقيته، ومجهولية مصدر الأخبار والتعليقات المنشورة بها، واستخدام لغة غير مهذبة لا تراعي الذوق العام، والإساءة إلى الشخصيات العامة بالسب والقذف من دون أسباب محددة (36)

وقد يصل الأمر إلى إهانة الشخصيات العامة وازدراء الأديان، ومن بين الحلول التي تم اقتراحها للتنظيم بين السلطة والعاملين في الإعلام الرقمي، التنظيم الذاتي، سواء على شكل اتحاد عربي للعاملين في الإعلام الإلكتروني، أو اتحاد محلي (داخل كل دولة عربية على حدة) لهم، ومن المعتقد أن هذا التنظيم هو من الأمور المفيدة للتغلب على الفوضى القائمة نتيجة استخدام وسائل الإعلام الرقمي. فإذا لم يقم العاملون في الإعلام الرقمي بتنظيم أنفسهم ذاتياً، فسوف يتم فرض هذا التنظيم عليهم من قبل الدولة التي لن تسمح باستمرار هذه الفوضى، وبالتالي فمن الأجدى عدم رفض هذا الاقتراح الذي يعتبر مبادرة للحفاظ على سقف الحرية الذي وصلوا إليه. (37)

خامساً: القانون والحرية والأخلاق الإعلامية:

أسهم التطور التكنولوجي في ميدان الاتصال في تعزيز الحريات الإعلامية، إلا أن وسائل السيطرة والمراقبة تطورت هي الأخرى بصيغ مختلفة، وسيظل الجدل بشأن الرقابة في الإعلام متواصلاً، فليس هناك من حسم نهائي يضمن انتصار طرف على آخر، وإن كان منسوب أو حدة هذه الرقابة تراجعت كثيراً بفعل وسائل الإعلام الجديد.



إن العناصر الثلاثة: القانون والحرية والأخلاق الإعلامية، ليست متماثلة في الأهمية، لكن غياب أحدها يهدد رسالة الإعلام وحسن سير عمله. فمن دون حرية يصبح مضمون الإعلام بيانات رسمية، ومن دون قوانين تصبح المهنة مشرعة الأبواب وغير محمية وعرضة للتجاذبات، ومن دون أخلاق يصبح الإعلام فاسداً، فتتراجع الضوابط ويتهدد دور الإعلام الرئيسي المراقب والناقد. (38)

ومن الإشكاليات التي يركز عليها النظام الإعلامي الرقمي القائم على المنافسة الشرسة في نجاحه على السبق الصحافي والإثارة. لذلك نرى المنافسة مستعرة بين الوكالات والفضائيات بشكل خاص، وغالباً على حساب أخلاقيات المهنة والمستوى.

ويتجلى هذا في تعمد وسائل الإعلام، في تنافسها، على نشر صور القتلى والجرحى في مختلف الحوادث، واستغلال مآسي الناس بحثاً عن السبق الإعلامي، ولجوء المحطات التلفزيونية إلى البث (المباشر) لتغطية أحداث غير مهمة الهدف منها إثارة اهتمام الناس. (39)

كما تعمد بعض وسائل الإعلام إلى الأخبار المزيفة والتي تعتبر نوع من الصحافة الصفراء أو الدعاية التي تهدف إلى التضليل المتعمد أو الخداع عبر وسائل الإعلام التقليدية أو وسائل الإعلام الجديدة، وغالباً ما تتم كتابة الأخبار المزيفة ونشرها، تحت عناوين مثيرة أو مبالغ فيها أو كاذبة لكي تستحوذ على اهتمام الجمهور وذلك من أجل الحصول على مكاسب مالية أو سياسية.

وقد منحتها ثورة الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي (الإعلام الرقمي) أبعاداً جديدة، حيث أصبح من السهل على الأفراد والجماعات الصغيرة تصنيعها ونشرها على نطاق واسع وفي زمن قصير للغاية، ما يهدد صدقية صناعة الأخبار وثقة الجمهور في ما يقدمه الإعلام وظهرت الأخبار المزيفة أو الكاذبة من خلال بعض وسائل الإعلام التقليدية والمواقع الإخبارية التي تقتصر إلى المهنية والتدقيق، علاوة على وسائل التواصل الاجتماعي. (40)

من هنا فإن السؤال الذي يشغل الإعلاميين والباحثين والسياسيين هو كيف نتجنب أو نمنع الأخبار المزيفة؟ لا بد من الاعتراف بأنه لا يوجد حل أو حلول نهائية، لأن انتشار الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي خلق بيئة صالحة لانتشار الأخبار الكاذبة والمزيفة.

ولذلك يجب ان نعمل على خلق المتلقي النشط والمستنير وذلك من خلال التغيير في طريقة استخدام المواطن الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي بحيث لا يستسلم لوسيلة واحدة أو موقع واحد يستمد منه



معلوماته، وإنما عليه أن يبحث بين عدد من المواقع ووسائل الإعلام، ويحاول أن يدرب نفسه على ضرورة معرفة آراء الآخرين المختلفين معه في الرأي والاتجاه. (41)

الخاتمة

تأتي أهمية الاتصال الرقمي من الدور المهم في نقل المعلومات بسرعة فائقة، ولمساحة الحرية التي يجدها القائم بالاتصال، إلا أنه ورغم أهميته بالنسبة للمجتمعات فقد أصبح تواجهه الكثير من التحديات التي تؤدي إلى عدم ممارسته بشكل جيد وذلك نتيجة للتجاوزات التي قد تحدث في كثير من الأحيان نتيجة لعدم الالتزام الأخلاقي للقائم بالاتصال. فالإعلام الرقمي لا شك في الوقت الراهن أصبح عاملاً مؤثراً في نقل الرسالة الإعلامية لارتباطه بالتكنولوجيا، والتي أصبحت تشكل عامل مهم في العملية الإعلامية في العصر الحديث، وكل ذلك يفرض على العاملين في المؤسسات الإعلامية وخاصة ممن يعمل في مجال الإعلام الرقمي. الاهتمام بموضوع أخلاقيات المهنة الإعلامية وذلك لظهور اتجاهات خاطئة وممارسات لا تمت لأخلاقيات العمل الإعلامي بصلة. هذه الأخلاقيات والمواثيق هي التي توجه عمل الإعلامي نحو الطريق السليم في ممارسة مهنته. وعدم الالتزام بها قد يحول المهنة إلى نوع من الفوضى.

نتائج الدراسة:

من خلال الاستعراض السابق يمكننا أن نستخلص ما يلي:

- 1- المسؤولية، حرية الإعلام والصحافة، المحافظة على حقوق الآخرين، الالتزام بخدمة الجمهور والكشف عن المصدر والصدق والدقة، والمهنية، عدم الانحياز، والرقابة الذاتية، والمسؤولية الاجتماعية، من أهم المبادئ والضوابط الأخلاقية التي يجب أن يلتزم بها من يعمل في مجال الإعلام الرقمي وهذه النتيجة تتفق مع دراسة ولاء عبد الرحمن حيث التزمت عينة الدراسة في بعض منها بالمعايير المهنية لنقل المعلومات مثل الحقيقة والدقة والموضوعية والتوازن.
- 2- إن التدريب والتأهيل من أهم الأمور التي يجب أن تهتم بها المؤسسات الإعلامية وذلك لخلق إعلامي مسؤول، وملتزم بأخلاقيات المهنة ويراعي الضوابط والمواثيق في كل ما ينشره للجمهور.
- 3- أتاح الإعلام الرقمي للمواطن الفرصة بأن يصبح إعلامي ينشر ويبث ما يريد دون أن تكون هنالك مواثيق شرف أو أخلاقيات تحكم عمله مع ظهور تدني في ممارسة المهنة الإعلامية من حيث المصداقية والدقة والموضوعية واختراق الخصوصية.

4- يتيح الإعلام الرقمي فرصة تدفق المعلومات وأحياناً انحرافها مما يخلق نوع من الفوضى مما يجعل هنالك جدل وأصوات تنادي بضرورة وضع أسس وأخلاقيات وضوابط للمهنة حيث أشارت دراسة، Francisco Segado-Boj، Jesús Díaz-Campo، في تحليل منهجي من 99 بند اخلاقيات إعلامية من جميع أنحاء العالم وتبين أنه من بين العينة التي تم تحليلها أن 9 فقط منها تتضمن إشارات إلى الإنترنت وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

5- هنالك صعوبة لوضع ميثاق شرف يلتزم به، من يعمل في مجال الإعلام الرقمي، وذلك لأن هنالك مساحات للحرية والتعبير. وإن وضع موثيق أو أخلاقيات لا يستطيع أن يلاحق من يعمل في مجال الإعلام الرقمي إذ إنه مع التطور التكنولوجي قد يستطيع أي فرد أن يدخل باسم وهمي ويعلق بما يشاء وتستكشف دراسة، Jhumur Ghosh الانحرافات وتحلل المبادئ الأخلاقية لوسائل الإعلام الإخبارية التي لديها ثم خلصت الى وضع نموذج بشأن مستقبل أخلاقيات وسائل الإعلام في الهند.

التوصيات:

ومن خلال الاستعراض السابق نتوصل للتوصيات التالية:

1. ضرورة وضع ميثاق شرف للعاملين في الإعلام الرقمي يتفق مع القيم الأخلاقية والجوانب الدينية والثقافية للمجتمع، وأن يكون هنالك دافع ذاتي ورغبة من العاملين في المهنة تترتب على موافقتهم والتزامهم بتنفيذ بما جاء به أثناء ممارستهم للعمل حيث يظل الإعلامي مسؤولاً عما ينشره سواء كان ذلك في الإعلام التقليدي أم الإعلام الرقمي وذلك من واقع الالتزام بأخلاقيات المهنة. وذلك لأن التزام الإعلامي بالأخلاقيات المهنية في الإعلام الرقمي هو امتداد لالتزامه بها في الإعلام التقليدي.
2. على وسائل الاتصال توعية المتلقي بالآليات التي يستطيع عن طريقها التعامل مع الآراء المتعددة ويتجاهل منها ما يسيء إليه.
3. ضرورة الاهتمام بتدريب وتأهيل العاملين في مجال الإعلام الرقمي فيما يتعلق بالمسؤولية الاجتماعية والأخلاقيات المهنية.
4. ضرورة الوقوف على إيجابيات الإعلام الرقمي والعمل على تطويرها والاستفادة منها ورصد السلبيات ومحاولة التقليل من تأثيراتها.



5. يفتح هذا البحث الباب مشرعاً أمام الباحثين لطرق وسبر أغوار بحوث الإعلام الرقمي وأخلاقياته والاشكالات الناتجة عن الممارسات الخاطئة واختراق الخصوصية ونقل الأخبار المزيفة في الاعلام الرقمي.

المراجع:

- 1- ولاء عبد الرحمن، أطر معالجة المواقع الالكترونية المصرية للإشكاليات الخاصة بالتشريعات الجديدة للإعلام، دراسة تحليلية، (بحث مقدم للمشاركة في المؤتمر السنوي السادس لكلية الاعلام جامعة الاهرام الكندية بالقاهرة، 11، 12 سبتمبر 2017
- 2- سليمان صالح، (أخلاقيات الاتصال عبر الانترنت من منظور إسلامي، كتاب أبحاث المؤتمر الدولي للإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي والتسويق الإلكتروني - جامعة جدارا - مايو 2016. ص 311
- 3- بخيتة أحمد محمد الحسن: توظيف المعايير المهنية في إنتاج البرامج السياسية التلفزيونية جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا (دراسة لنيل درجة الماجستير في علوم الاتصال قسم الإذاعة والتلفزيون، 2016)
- 4- عمر سليمان ملكاوي، أخلاقيات العمل الإعلامي - دراسة في منهج الإعلام الإسلامي، 2016، ماجستير في الإعلام / جامعة اليرموك الأردنية- شبكة ضياء للمؤتمرات والدراسات
- 5- شريف درويش اللبان. (الضوابط الأخلاقية والتشريعية لشبكات التواصل الاجتماعي)، 2015، <http://www.acrseg.org/36569>.
- 6- Journalism ethics in a digital environment: How journalistic codes of ethics have been adapted to the Internet and ICTs in countries around the world (Telematics and Informatics 32 (2015) 735-744.
- 7- مجدي محمد سليمان، دور الإعلام الجديد في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي في مصر بعد ثورة يناير 2011- 2013 مواقع التواصل الاجتماعي نموذجاً المجلة العربية لبحوث الإعلام، دورية علمية محكمة تصدر عن كلية الإعلام، (جامعة القاهرة، العدد 52 يوليو - سبتمبر 2015) ص 508
- 8- ETHICS OF INDIAN NEWS MEDIA: ABERRATIONS AND FUTURE CHALLENGES ,Jhumur Ghosh,(Article – 3 Global Media Journal-Indian Edition،2014)p1
- 9- Graduate Section:Universal Principles of Media Ethics:South African and German Perspectives.Lea-Sophie Borgmann، Vol.2 No.2 Autumn/Winter 2012 www.globalmediajournal.de
- 10- M. Nadrijanski، Đ. Nadrijanski، Z. Buzasi، New Media – Ethical Issues (INFuture2011: “Information Sciences and e-Society”) p317
- 11- INFORMATION ETHICS AND THE NEW MEDIA: CHALLENGES AND OPPORTUNITIES FOR Kenya Presentation ، Directorate of e-Government،KENYA’S EDUCATION SECTOR By Andrew Limo 6-7th September 2010، University of Botswana،at the African Information Ethics Conference
- 12- عبد الله الزين الحيدري الإعلام الجديد: النظام والفضى (أبحاث المؤتمر الدولي الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة.. لعالم جديد 2009 ابريل 7-9 جامعة البحرين، منشورات جامعة البحرين 2009)



- 13- (بسام عبد الرحمن المشاقبة، أخلاقيات العمل الإعلامي، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2011م) ص 61.
- 14- المرجع السابق، ص، 67
- 15- الأخلاقيات والمواثيق في ظل بيئة الإعلام الرقمي تم النشر في 13 ديسمبر، 2016 <https://ae.linkedin.com>
- 16- بسام عبد الرحمن المشاقبة، المرجع السابق، ص، 70
- 17- محاضرة للدكتور عبد الكريم الزباني بعنوان: أخلاقيات العمل الصحفي في الصحافة الإلكترونية، بمركز تسهيلات البحرين للإعلام الثقافي، 967258، <http://www.alwasatnews.com/news/967258>
- 18- حسنين شفيق، علم نفس الإعلام الجديد، (القاهرة: دار فكر وفن للطباعة والنشر، ط 1، 2013) ص131.
- 19- المرجع نفسه، ص151.
- 20- مها ساق الله مها فالح ساق الله، "تقرير عن: ماهية الإعلام الجديد" (ضمن مساق موضوع خاص في برنامج ماجستير الصحافة)، الجامعة الإسلامية- غزة، كلية الآداب، قسم الصحافة والإعلام، 2013 http://mahasaqallah.blogspot.com.eg/2013/10/blog-post_3286.html
- 21- شريف درويش اللبان الضوابط المهنية والأخلاقية والقانونية للإعلام الجديد مجلة رؤى استراتيجية، يوليو 2014، ص117
- 22- مها ساق الله مها فالح ساق الله مصدر سابق
- 23- حسنين شفيق، مرجع سابق، ص، 136
- 24- نسرين حسونة، "الإعلام الجديد.. المفهوم والوسائل والخصائص والوظائف"، مدونة الصحافية نسرين حسونة <http://blog.amin.org/nisreenhassouna/2014>
- 25- وسام فاضل راضي، مهند حميد التميمي الإعلام الجديد، تحولات اتصالية ورؤى معاصرة، (العين: دار الكتاب الجامعي، 2017) ص 131
- 26- مركز هردو لدعم التعبير الرقمي، أخلاقيات ومبادئ العمل الصحفي والإعلامي، (القاهرة، 2016) ص6
- 27- سوؤد فؤاد الأوسى، كتاب أيديولوجيا صحافة الإنترنت، ط1، 2012، ص 54.
- 28- د. فيصل أبو عيشة، الإعلام الإلكتروني، مرجع سابق، ص 172-269
- 29- درويش اللبان، الضوابط المهنية والاخلاقية والقانونية للإعلام الجديد، مجلة رؤى استراتيجية مرجع سابق، ص، 119
- 30- وسام فاضل راضي، مهند حميد التميمي مرجع سابق، ص 124
- 31- فطافطة، محمود (2004): علاقة الإعلام الجديد بحرية الرأي والتعبير في فلسطين، الفيسبوك نموذجاً، المركز الفلسطيني للتمية والحريات الاجتماعية، بالرجوع الى مها فالح ساق الله، تشريعات الاعلام الجديد الجامعة الإسلامية -غزة، كلية الآداب قسم الصحافة الدراسات العليا -2013
- 32- <https://ae.linkedin.com> مرجع سابق
- 33- <https://ar.wikipedia.org/wiki>
- 34- بسام المشاقبة، اخلاقيات العمل الاعلامي، مرجع سابق، ص 71
- 35- بسام المشاقبة، المرجع السابق، ص 92
- 36- وسام فاضل، مهند التميمي، مرجع سابق، ص130
- 37- درويش اللبان، ص 122

38- -العرب صحيفة يومية عربية الاثنين 29 يناير/كانون الثاني 2018، العدد: 10884

<http://alarab.co.uk>

<http://www.alhayat.com/Opinion/Writers/24456948/> -40 -محمد شومان

41-المرجع السابق.

الارهاب عبر الاعلام الإلكتروني ووسائل التواصل ومدى تأثيرها على الشباب

د. استقلال دليل العازمي

أستاذ مساعد بقسم الإعلام الجامعة الخليجية - مملكة البحرين

مقدمة:

ما بين الاعلام التقليدي والاعلام الجديد، ثورة الانترنت، الاداة الجديدة في نشر وتداول الاخبار أصبح اليوم ساحة حرب افتراضية على الويب تنتشر الالاف من الصفحات تصنف على قائمة الارهاب الالكترونية، بسبب انفتاح المعلومات وسرعة تدفقها وعدم ارتباطها بدولة معينة، او حدود او جغرافية تنظم العمل الالكتروني.

بات للإرهاب مقر مع تطور وسائل التواصل الاجتماعي، فهذا العالم الافتراضي يقود تنسيقها وتنظيمها وتتأثر فيها العقول الشبابية، حيث عمدت العديد من المواقع على تجنيد العقول الشبابية محاولة استمالتهم وزرع افكار متطرفة في عقولهم مما اتاح الفرصة ليستغلوا في العديد من العمليات الارهابية، للإرهاب الالكتروني اليوم يستقطب حماس الشباب من خلال عرض اخبار متطرفة في اتجاه تخريبي يتأثر فيه المتلقي وهو شاب لا يملك المعلومات ويجهل في كثير من القضايا ويكتفي بما يشاهده في هذا الفضاء الالكتروني،

يحاول المجتمع الدولي السيطرة على الفضاء الالكتروني، من خلال سن القوانين الدولية ومحاربة هذه الانتهاكات والانشطة غير المشروعة عبر شبكات الانترنت.

الارهاب الالكتروني يطرح تحديات على المستوى المحلي والخارجي للدول، وصعوبة في تحديد المفاهيم الجديدة مع التطور التكنولوجية التواصل، صعوبة تحديد هوية المستخدم، الاعلام الجديد، الالكتروني يرتبط برسالته ببناء المجتمع، ويتأثر متأثرا مباشرا في الأوضاع الثقافية والاجتماعية والسياسية في ذلك المجتمع، ويتم اختيار المادة الاعلامية بتوافق مع متطلبات المرحلة.

تركت التطورات الحديثة في مجال الاتصال أثارا كبيرة على مجمل جوانب الحياة، وجعلت العالم كأمه قرية صغيرة، ومن الصعوبة وقف تدفق المعلومات ومشتقاتها، ومما يتطلب بحثا عميقا في تلك الآثار وتداعياتها، ووقفا على مسارها الايجابي والسليبي، وبخاصة بين فئة الشباب، والذي يطمح كثيرون إلى استقطابها والتأثير في مواقفها.

المشكلة البحثية وتساولات الدراسة:

بدأت مشكلة البحث في ذهن الباحث حول الدور الذي تلعبه التنظيمات الارهابية عبر الفضاء الالكتروني مستغلة وسائل التواصل الاجتماعي لتأثير على عقول الشباب. إن الاشكالية المتعلقة بمدى الوعي لدى

وسائل الاعلام الاللكترونية وقدرتها على صد الافكار المتطرفة التي تلوث عقول الشباب وتستههدف استخدامهم معول هدم لمجتمعاتهم وتصل لهم عن طريق التواصل الالجماعي.

إن علماء العصر يجمعون على أن التطور الإلكتروني، كان واحدا من ثلاث تطورات تكنولوجية أساسية، لحقت بالعصر الحالي، وستبقى تخلف على مدى عصور قادمة أثارا مدمرة، وهي تطور العلوم التطبيقية والتكنولوجية المتعلقة بالبيولوجيا، وتطور الابحاث المتعلقة بالفضاء والتطور الإلكتروني، المتعلق بالاتصال والإعلام.

تكمن المشكلة البحثية في " معرفة مدى الأثر الذي لعبته تكنولوجيا المعلومات الاعلامية والمواقع الالجماعية على فئة الشباب وتوجيه عقولهم لارتكاب عمليات ارهابية ومتطرفة"

كما يمكن تحديد التساؤلات الفرعية للمشكلة:

- ماهية ظاهرة الارهاب في الاعلام الاللكتروني وتطورها وأسبابها؟
- كيف أثرت وسائل التواصل الالجماعي على عقول الشباب وقادتهم الى التطرف الفكري؟
- ما هي طبيعة الارهاب عبر الاعلام الاللكتروني مع تطور وسائل التواصل الالجماعي؟
- كيف يجابه المجتمع الافكار الهدامة التي استغلت عقول الشباب وتمكنت منه؟

أهمية الدراسة:

تعالج الدراسة كيفية ردع الافكار المتطرفة المستهدفة فئة الشباب من الهجمات الاللكترونية الارهابية، وحدود الترابط ما بين التكنولوجيا المعلومات والاعلام مع استخدام التواصل الالجماعي لأطراف ارهابية تقتنص فكر الشباب.

حادثة موضوع البحث حيث يسعى الباحث لرصد وتحليل الهجمات الفكرية المتطرفة على عقول الشباب عبر شبكات التواصل في ظل تكنولوجيا المعلومات على مستوى العمل والممارسة وصناعاتها واستخلاص القواعد والعبر والاسهام في صناعة وعي شبابي للتعامل مع حادثة الثورة المعلوماتية.

هذه الدراسة استكشافية تسعى إلى رصد ظاهرة الارهاب الاللكتروني وتحديد معالمها لإبراز الدور الهام الفاعل في مكافحة ارهاب العقول الشبابية.

توفير مادة علمية حول الارهاب عبر الاعلام الاللكتروني ودور وسائل التواصل الالجماعي ومدى تأثيره على عقول الشباب، تكون قاعدة بيانات تخدم الدول والجماعات والأفراد في مجال البحث والدراسة.

الإطار العام للدراسة:

يأتي الاعلام الإلكتروني ليعبر عن مرحلة من مراحل التطور التكنولوجي في وسائل الاتصال التي تعتمد على الوسائط الإلكترونية في تزويد الجماهير بالأخبار والمعلومات، ويعبر عن المجتمع الذي يصدر منه ويتوجه اليه طبقا لما حدده الألماني (أوتو جروت) لمفهوم الاعلام بانه: "التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير وروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت، فهو يشترك مع الاعلام بشكل عام في الاهداف والمبادئ العامة، بيد انه يتميز باعتماده على وسائل تكنولوجية جديدة".

ويعد التحول الإلكتروني في الاصدار الصحفي ثوره بالمعني المتكامل، فاذا كان مصطلح ثورة يعني التحول من حاله الي حاله أخرى، فان الصحيفة تشهد هذه الوضعية بالضبط في الوقت الحاضر، حيث بدأت الصحيفة تتحول من منتج مطبوع الي منتج يتم استقباله على شاشة، فاذا كان من الشائع تقسيم وسائل الاعلام الي وسائل الكترونية ووسائل مطبوعة فان الصورة الحاضرة الان في مجال تكنولوجيا الاتصال تضع كافة الوسائل الاتصالية في إطار تكنولوجي واحد حيث تصبح جميعا وسائل الإلكترونية.

ومن نافلة القول إن هناك تأثيرا واضحا لوسائل التواصل الاجتماعي على الشباب، والتي أصبحت مصدرا لتلقي المعلومات ونقل الأخبار، وبرزت ظاهرة العولمة وتجلياتها من تقنيات الاتصالات الحديثة، وتسارع حركة الأموال، وسهولة التنقل، ورخص تكلفته، على تجاوز الجريمة الحدود الوطنية. ويمكن تناول تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الجريمة والارهاب من خلال النقاط التالية.

أولا: أنواع المواقع الإلكترونية:

يمكن تقسيم المواقع الإلكترونية، على شبكة الإنترنت من زاوية المحتوي والمضمون الذي يتم بثه عليها، كما يلي:

مواقع تجارية: وتقوم هذه المواقع بما يلي:

- أ) دعم المنتج الذي تصنعه او تبيعه الشركة التي ترعي الموقع.
- ب) الاعلام عن المنتج الذي تقوم الشركة او المؤسسة بإنتاجه.
- ج) المساعدة على بيع المنتج الذي تقوم الشركة صاحبت الموقع بإنتاجه من خلال عمليات التسويق الشبكي.

د) لا تحتوي هذه المواقع على مواد صحفية سواء اخبارية او معلوماتية، ولا تستخدم غالبا قوالب اعلامية او صحفية وتقتصر على التعريف بالشركة او المؤسسة والتعريف بالسلع والخدمات التي تقدمها، وربما

تقوم بعرض منتجات لشركات اخري وغالبا ما تعمل اعلانات تجارية للسلع والخدمات التي تدخل في تخصص الشركة التجاري.

هـ) لا تعتمد هذه المواقع على هياكل ادارية كبيرة، وغالبا ما يتم متابعتها من خلال شركات متخصصة تقوم بتحديث بيانات الشركة او اضافة الاعلانات المطلوبة، وربما يتم تدريب بعض الموظفين في المؤسسة او الشركة للقيام بمهمة التحديث.

مواقع تفاعلية:

تركز هذه المواقع على عملية التفاعل مع الزوار من خلال:

(ا) المنتديات وساحات الحوار المفتوحة.

(ب) غرف الدردشة.

(ج) الحوارات الصوتية التفاعلية.

(د) المجموعات البريدية.

ولا تعتمد مثل هذه المواقع على هياكل ادارية كبيرة، وتقتصر في الغالب علي عملية المتابعة والمراقبة من خلال مشرفي المجموعات البريدية او مشرفي ساحات الحوار ولا تشترط هذه المواقع كفاءة او خبرة فنية اعلامية او صحفية للمشاركين فيها او المشرفين عليها، ولكنها تحتاج الي توفر مهارات النقاش والتفاعل الشخصي مع الزوار لدي مشرفي الموقع.

مواقع تعريفية:

تقوم هذه المواقع بالتعريف بأنشطة وفعالية المؤسسات التي اسستها، وهي غالبا ما تكون مؤسسات غير ربحية، مثل المؤسسات الخيرية والعلمية والفكرية والثقافية. وغالبا ما تكتفي مثل هذه المواقع بنشر الفعاليات الخاصة بالمؤسسة دون الاهتمام بالتغطيات الصحفية والاعلامية، أو حتى الاستعانة بمتخصصين لتغطية انشطتها وفعاليتها، وقد تقدم بعض من الخدمات المعرفية او المعلوماتية للمهتمين، الا انها تنسم في الغالب بتباعد مدة التحديث للموقع.

مواقع صحفية:

هذه المواقع أنشئت من خلال مؤسسات تجارية، ولم تنشأ كمكاملة لمؤسسات اعلامية، ولكنها تأسست لتقوم بدور صحفي منذ البداية وتتميز هذه المواقع بالآتي:

أ) تعتمد على هياكل ادارية منتظمة.

ب) تعتمد على محترفين في المجال الصحفي.

ج) تركز على تقديم مواد صحفية في قوالب صحفية.

ثانيا: مميزات النشر الإلكتروني:

مر النشر الإلكتروني بعدة مراحل اسهمت في تطوره وهي كالتالي:

المرحلة الأولى: وهي استخدام الحاسوب لإصدار المنشورات البسيطة واستخدام المعلومات، لاخراج الناتج على الورق، والقدرة على تخزين المعلومات على شكل نصوص وصور، فضلا عن معالجة تلك المعلومات واسترجاعها بأقل جهد وبأسرع وقت.

المرحلة الثانية: وشهدت هذه المرحلة تطورا في صناعة الحاسبات، ونظم الاتصالات، وإدخال تحسينات على عمليات النشر، وبذلك اصبحت التكنولوجيا جاهزة لإتمام عملية النشر الإلكتروني كاملة، وليست فقط المساعدة في الطباعة الورقية، وكان أبرز تطور في هذا المجال هو امكانية ربط المعلومات بخطوط الاتصالات مباشرة، وتمكين المستخدم من الحصول على المعلومات مطبوعة دون متاعب.

المرحلة الثالثة: وشهدت احلال النشر الإلكتروني محل النشر التقليدي بجميع انواعه وأشكاله، خاصة في ظل ظهور شبكة الانترنت وتعدد خدمات الاتصال، وتكنولوجيا الوسائط المتعددة، وكان هذا بمثابة قلب لموازين النشر المعروفة.

أما سمات النشر الإلكتروني فقد كانت على النحو التالي:

- 1) الجماهيرية: حيث يمكن توجيه النشر الإلكتروني الي فرد او مجموعة معينة من الافراد.
- 2) اللاتزامنية: اذ يمكن عن طريق النشر الإلكتروني القيام بنشاط اتصالي في الوقت المناسب للفرد دون الارتباط بالأفراد الاخرين او الجماعات الأخرى.
- 3) الحركية: وتعني امكانية نقل المعلومات عن طريق النشر الإلكتروني من مكان الي اخر بكل يسر وسهولة.
- 4) القابلية لتحويل: أي القدرة على نقل المعلومات عن طريق النشر الإلكتروني من وسيط الي اخر.
- 5) الشبوع والانتشار: بمعنى الانتشار حول العالم وداخل كل طبقة من طبقات المجتمع.
- 6) العالمية او الكونية: على اساس أن البيئة الاساسية الجديدة للنشر الإلكتروني ووسائل الاتصال والمعلومات اصبحت بيئة عالمية.
- 7) القضاء على مركزية وسائل الاعلام والاتصال: اذ تستعمل الاقمار الصناعية للقضاء على المركزية في نشر المعلومات والبيانات، ولن ترتبط الناس بوسائل الاعلام من خلال المسافات الجغرافية فقط، وانما يرتبطون من خلال اهتماماتهم المشتركة.

ثالثا: الانتهاكات عبر الانترنت: وتتمثل في الصور التالية

1) انتهاكات خصوصية الأفراد:

أ) البريد الإلكتروني: والذي يعتبره البعض خطابا مغلفا ومكتوبا، بينما هو في الواقع اشبه (post card) الذي يري الناس خلفيته ويقرؤونه ويعرفون ما به، بل ويمكن ان يتدخل شخص ثالث في صيغته ويحورها، فان تسرب عنوانك الإلكتروني الي الاخرين يمكن ان يجعل بريدك حافلا بالرسائل التي قد تؤذيك.

ب) الكعكات: وهي إحدى الطرق التي تستخدم لتسهيل عملية التفاعل عبر الشبكة، حيث تعد من أقوى طرق جمع المعلومات عنك، واقتفاء اثرك عبر المواقع، ومعرفة خطواتك الإلكترونية.

ت) طريقة (Click through): يتم في هذه الطريقة تعقب كل الخطوات على الموقع، وحتى الخروج منه، فاذا وضعت المؤشر على الموقع او على الصورة، يتم رصد هذه الحركة، بل ولو حلقت على اللافتة التي بأعلى صفحة الموقع، فإنك تحت اعين اجهزة المتابعة.

د) طريقة (Spam): يتم من خلالها وصولك كميات اعلانية كثيرة عبر البريد الإلكتروني، وقد تعيق استخدامك لبريدك بالشكل الذي تريده.

2) انتهاكات الحقوق الخصوصية:

أ- نظام الخصوصية المتفوقة (pretty Good privacy): ويعرف اختصارا بنظام (pGp) وهو يعد أحد طرق التشفير المشهورة التي تمكن مستخدمي الانترنت من ارسال بريد اليكتروني يتمتع بالخصوصية الحقة، ويحمي رسائلهم من عيون المتطفلين، ويتميز هذا النظام بعدم سماحة لأي شخص بقراءة الرسائل إذا لم تكن موجهة له. وقد اثار هذا النظام استياء الحكومة الامريكية التي لم تشعر بارتياح تجاهه، بل واخذت اجراءات قانونية ضد مبتكر هذا البرنامج phil Zimmerman.

ب- نظام تفضيلات الخصوصية (platform for privacy preferences) واختصارها p3p، وبمقتضاه يتحدد نوعية المعلومات التي سيتم جمعها من المستخدمين وكيف ستستخدم، كما يتحدد ما إذا كان سيطلع عليها طرف ثالث ام لا؟

ج- دعم تقنيات تجهيل الهوية مثل برنامج Anonymizer والتي تقوم نيابة عن مستخدميها بتقديم معلومات مجهلة عنهم للمواقع التي يقومون بزيارتها، مما يمكنهم من التجول عبرها بحرية.

رابعاً: هجمات الفضاء الإلكتروني ما بين توصيف الإرهاب ومدلول الحرب:

ثار الجدل واحتدم الخلاف حول طبيعة هجمات الفضاء الإلكتروني وما إذا كانت تشكل ارهابا ام حربا من حيث طريقة الفعل والتنفيذ.

ويمكن استعراض هذا الجدل على النحو التالي:

1- ظهور الارهاب الجديد: التزاوج ما بين التكنولوجيا والارهاب:

برزت ظاهرة جديدة تمثلت في قيام العولمة المتزامنة مع الجريمة والارهاب وتوجه الارهابيون نحو الجريمة لدعم نشاطاتهم، وتوثقت العلاقة بين الجريمة والارهاب بشكل يتعدى الفهم التقليدي الذي يقضي بان المجرمين يمارسون الجريمة لمجرد الربح المادي، وأصبح الإرهابيون يعملون بصورة حصرية لتحقيق اهداف سياسية. ولقد أدى التطور التكنولوجي وما أضافه من تعقيدات علي طبيعة الفعل الي حدوث التداخل ما بين الارهاب والجريمة، وكان لشبكات تكنولوجيا الاتصال والمعلومات دورها في عملية تحول الإرهاب الي تهديد عالمي الطابع واصبح جريمة عابرة للحدود القومية من حيث النشاط والخطط والتمويل، بما يساعد على إرباك الانظمة القانونية للدول التي تستخدم كأداة لمكافحة انماط تلك الجرائم في كافة اشكالها، وينقل الارهابيون والمجرمون الناس، والاموال، والسلع بما يوفر غطاء مميزا لنشاطهم، وجاء ذلك بعد تطور طبيعة التهديدات للأمن الدولي.

ففي فترة ما بعد الحرب الباردة كانت النزاعات بين الدول القومية بمثابة التهديد الرئيس للأمن الدولي، وكانت الدول قادرة علي التحكم بالأمن الدولي ، ولكن تغيرت الطبيعة الامنية وظهرت تهديدات جديدة غير تقليدية كان منها عمليات الشبكات الاجرامية والارهابية التي مثلت تهديدا جديدة غير تقليدية كان منها عمليات الشبكات الاجرامية والارهابية التي مثلت تهديدا للأمن الدولي بفعل الثورة المعلوماتية والتكنولوجية، ويمثل الارهاب الجديد ارهابا ذا طابع قومي متطرف والذي اجتاح أوروبا في اواخر القرن 19 وحتى عقد الثلاثينيات، اما الجيل الثاني فكان ارهابا ذا طابع أيديولوجي أثناء الحرب الباردة وكان اداة من أدوات الصراع بين الشرق والغرب إذ نشأت العديد من الحركة الارهابية في أوروبا الغربية.

اما الجيل الثالث فيتسم بخصائص مميزة ومختلفة عن الاجيال السابقة من حيث التنظيم والتسلح والاهداف، إذ تتسم جماعات الإرهاب الجديد بغلبة النمط العابر للجنسيات وانضمام افراد من جنسيات مختلفة لا تجمعها سوى قضية قومية أو دينية وايديولوجية وبنية دوافع اسباب محددة، ولديها القدرة على الانتقال من مكان الي اخر ويصعب متابعتها. ويكون هدف هذه الجماعات هو ابقاء أكبر إثر ممكن على الاعداء وليس مجرد مدى تحقيق المطالب السياسية، وأصبح الارهاب الجديد يضم افرادا على درجة عالية من الكفاءة التكنولوجية تمكنهم من استخدام منظومات تسليحية أكثر تعقيدا.

وحدت تكنولوجيا الاتصالات الحديثة من تأثير المسافة والزمن وسهلت من انتقال المعلومات والافكار والاتجاهات في زمن قياسي الي ابعد مكان، وهي مميزات استغلها الإرهابيون في تحسين الاتصال بين

بعضهم البعض بهدف تدفق الدعم ، والتنسيق مع الاتباع، والوصول الي جمهور ضخم من المتعاطفين المحتملين، وتجنيد اعضاء جدد فوق رقعة جغرافية ضخمه، ويمكن ملاحظة ان الجماعات الارهابية القديمة تحددت في معامل المكان في دولة معينة، وكانت الادوات تتمثل في التفجيرات أو الغازات السامة أو الاختطاف، وكانت دوافعها ذات عنصر محلي الي حد كبير كالسعي للانفصال او المطالبة ببعض الحقوق او من خلال العمل كجناح عسكري سري ضمن حركة سياسية، او حركة مقاومة محلية واتسمت تلك الجماعات بان طريقتها في العمل كانت اكثر أحادية تجاه استخدام العنف و القتل ، كما اتسمت تلك الجماعات الارهابية بان قدرتها علي التجنيد والتمويل محدودة، وكانت اعمال تلك الجماعات موجهة في اغلبها ضد الحكومات فقط وكانت قدرتها علي التواصل مع العالم الخارجي ومخاطبة الراي العام محدودة. ومع دخول عنصر الحاسوب في عمل تلك الجماعات الإرهابية التقليدية برزت مشكلات جديدة عظيمة الأثر، إذ بدا نطاق الارهاب يتغير بإضافة الحاسوب، فلم يصبح المنفذ للعمل الارهابي الجماعة فقط، ولكنها استطاعت ان تكسب اشخاصا جدد، كجماعة التأميل التي اصبحت لا تعمل فقط في سريلانكا بل في امريكا واستراليا ولندن وغيرها وكذلك جماعة "الحقيقة المطلقة" في اليابان. اما بالنسبة لطريقة الفعل فقد أصبحوا يستخدمون العنف والتهديدات والتجنيد كما اتسع مجال التدريب ووضع الاستراتيجيات، أما بالنسبة لأدوات التنفيذ فلم تعد مقتصرة على عمليات قتل او اختطاف بل تعدد ذلك الي مرحلة التجنيد والدعاية المضاد.

وهكذا مثل دخول الانترنت والحاسوب في مجال الارهاب التقليدي تغيرا حقيقيا في عناصر ومشكلات الظاهرة ولم يعد ينطبق عليها التعريفات القديمة للإرهاب وينبع من هذا صعوبة مواجهته بالطرق التقليدية، وخاصة النمو المتسارع في التكنولوجيا بشكل لا يتواكب معه طرق المواجهة التي غالبا ما تكون عاجزة أو محصورة في الغالب في حالة رد الفعل فقط. ويسعي الارهاب الجديد الي خدمة البعد الاعلامي والعسكري لأهدافه حيث يتم الاول عبر استغلال كافة الجماعات المتطرفة الاصولية علي الاختلاف اشكالها لمزايا الانترنت كعنصر حيوي لدعم وتحقيق اهدافها وكمنفذ لوجستي داعم وحاضن لنشاطها الاعلامي في مناطق مختلفة من العالم بحيث اصبحت تلك الجماعات لا يهتمها بكم من الناس شاهدوا وتفاعلوا مع الحادثة الارهابية ، وتحول أفراد الارهاب من مجموعة قليلة من الناس موزعة جغرافيا لتشكل مجتمعا خاصا بها يساعدها علي الالتحام والتواصل الدائم ، الامر الذي يوهم البعض بان هذا المجتمع غير محدد كليا .

وظهرت العلاقة بين تطور الوسائل التكنولوجية وتطور العمل الارهابي وانعكس ذلك بدرجات الخطر الذي يمثله وتحديات المواجهة، وقد تمكنت الجماعات الارهابية والأخرى ذات الدوافع الدينية من التهديد

باستخدام اسلحة الدمار الشامل خاصة مع انهيار بعض النظم والدول الفاشلة والتي افرزت ما يطلق عليه السوق السوداء للمكونات النووية والبيولوجية بعيدا عن سيطرة الدول. وأصبح العالم أمام ما يمكن أن يطلق عليه " العصر الجديد للإرهاب " وذلك بالمقارنة بتغير ملامح وخصائص وتداعيات الارهاب القديم التقليدي في مواجهة ظهور ملامح الارهاب الجديد المفرط في تقدمه، وجاء دور الفضاء الالكتروني في تحويل الجماعات الارهابية من الطابع القومي الي الطابع عابر القوميات حيث أصبحت لا تتقيد بحدود الدولة بل تعمل على نطاق عالمي، وتسعى إلى التأثير الكوني لأعمالها ومخاطبة الرأي العام. كما وفر التقدم التكنولوجي أفقا جديدة للعمليات السرية، وتميزت بتعدد الجنسيات المنضوية تحت عمل تلك المنظمات، كما أن تلك المنظمات تعمل من خلال بنیان شبكي لا مركزي، كما أن هناك إمكانية للتنسيق والتجنيد والتعبئة والتمويل عبر شبكات تكنولوجيا الاتصال والمعلومات والهاتف المحمول وأجهزة الحاسوب المحمولة والبريد الإلكتروني ومواقع الانترنت.

وأدى ذلك للكشف عن أهداف المعرضة للخطر أكثر من الكشف عن الارهابيين أنفسهم، وفرض ذلك التحول في شكل الارهاب اختلافا في درجات المواجهة والمكافحة ومحاولات فهم طرق وأساليب الارهاب الجديد ودوافعه وأهدافه في التحكم في التكنولوجيا، وبشكل جعل العالم أمام ثورة في الارهاب بالتركيز على التكنولوجيا وأسلحة الدمار الشامل، ففي العقد الاخير شهد الارهاب الجديد تغيرا في طبيعته وخصائصه، وارتبطت فكرة الارهاب بالحرب غير المتماثلة.

ويعرف الارهاب من قبل دول العالم على انه جريمة لكي يتم التعامل معه جنائيا ويكون لتحقيق اهداف سياسية، وهناك من الدول من تمارس الارهاب على شعوبها.

وكان للفاعلين الجدد باستخدام التكنولوجيات والتكتيكات الجديدة، دور أكيد في تغير طبيعة الارهاب، وقد يدفع غموض دور الفاعلين في الارهاب وممارسته الي خوف الدول من استخدام دول اخرى الارهاب ضدها وبشكل يكون أكثر فاعلية من ممارسة الأفراد والجماعات له، وفرض تحول الإرهاب من كونه تكتيكا الي استراتيجية تحديات جديدة لمواجهته.

وشكلت التكنولوجيا قاطرة التغيير في الشكل العملي للإرهاب ليعكس تغييرات في التنظيم والمبادئ والتقنية المستخدمة والاستراتيجية وفي الفاعلين ، وهناك مؤشرات على ذلك منها زيادة عدد الجماعات الارهابية التي تطبق الأشكال التنظيمية التي تعتمد على تكنولوجيا المعلومات لدعم هياكلها ، وكانت الجماعات الجديدة التي تأسست في الثمانينات والتسعينات أكثر استخداما للتكنولوجيا من الجماعات التقليدية ، ووجود علاقة ايجابية ارتباطية بين درجة نشاط أي جماعه ودرجه اعتمادها على تكنولوجيا المعلومات

للدعم التنظيمي ولأغراض الهجوم ، ويتوقع أن تعتمد الأجيال الجديدة من هذه المنظمات عليها بصورة أكبر في المستقبل.

وظهر نوع جديد من حروب العصابات تمزج فيه الجماعة الإرهابية بين حربها المادية على الأرض مع حربها الإلكترونية عبر الفضاء الإلكتروني، إضافة إلى استخدامه كأداة ووسيلة اعلامية مثلى لبحث دعواتهم إلى جمهور أوسع بحرية تامة بعيد نسبيا عن سيطرة الحكومات والرقابة الإعلامية ومن دون الكشف عن هوياتهم، ومع تحسين عملية الاتصال بين المنظمات الإرهابية بعضها البعض يتم خلق جبهة إرهابية شبه موحدة، ويقوي الشعور بالتضامن في وجه " العدو المشترك. وكان الارهاب تاريخيا يعتبر ظاهرة تكتيكية تتعامل مع الجغرافيا والثقافة والتي كان لا يمكن تحديدها بدقة حيث كان الإرهاب أداة للثوريين والقوميين وكان من الممكن إن يستخدم من قبل الدولة كوسيلة للإبقاء على سلطتها ومن ثم كان نعت الشخص أو المجموعة بأنها إرهابية فيه شيء من الحكم الاخلاقي وهي ما يقودنا إلى مشكلة أكبر في التعريف، فحتى دعاة الحرية قد يستخدمون الإهاب كتكتيك مع ان ذلك قد لا يساعد على شرعيتهم.

وفي الماضي كانت الحروب في صورتها العامة عبارة عن مجموعة من الاعمال الإرهابية المنظمة كما في حالة الحروب الأهلية والحروب الثورية وحروب التحرير الوطني ، ويرى الإرهابيون أنفسهم واعمالهم كرد فعل للهدف والسبب الذي يقودهم ويدفعهم لاستخدام القوة لتحقيق أهدافهم في مواجهة القوة الشاملة للدولة ، وظهرت ملامح ارهاب جديد يستخدم التكنولوجيا ويتمتع بقوة كبيرة في التنفيذ والتخطيط ، ففي تفجيرات مدينة مومباي العاصمة الاقتصادية في 26 نوفمبر 2008 ، والتي أدت إلي مصرع 195 وجرح 300 شخص تم التخطيط للعملية عبر أدوات تكنولوجيا الاتصال والمعلومات والاستعانة ببرنامج " جوجل ارث" لتحديد الشوارع والتدريب وإجراء الاتصالات عبر الأقمار الصناعية والاستعانة بالإنترنت في معرفة كيفية صنع المتفجرات ، وليعبر ذلك عن نموذج للإرهاب الجديد ، حيث تمكن زهاء 10 أفراد من السيطرة على المدينة في دقائق معدودة وضرب فندق تاج محل وأوبري وناريمان هاوس وهي العملية التي تبنتها منظمة عسكر طيبة المعادية للهند .

2- الجدل العالمي حول تعريف الارهاب:

يعتبر تعريف الإرهاب واحدا من الإشكاليات الأساسية التي تسيطر على النقاش العام حول تلك الظاهرة على المستوى الدولي، إذ يعرقل " التوافق الدولي " المطلوب لعقد مؤتمر عالمي حوله، كما يؤدي إلى

إرباك التعاون في مكافحته، إضافة إلى ما يثيره من خلافات واسعة بين الدول العربية والقوى الكبرى حول قضايا جوهرية تتعلق بما يعتبر ارهابا ومالا يعتبر كذلك.

وهناك فرق بين الإرهاب كظاهرة إجرامية والارهاب كظاهرة قانونية، وتستمد الظاهرة الاجرامية طبيعتها من تأثيرها في المجتمع وتعالج بوسائل مختلفة منها الوسائل الامنية والاجتماعية والقانونية. وترتبط بالبواعث أو الأسباب التي تؤدي إلى الإرهاب كما ترتبط بتأثيرها في الاستقرار والأمن الداخلي والأمن والسلم الدوليين فضلا عن مساسها بقيم الديمقراطية وحقوق الانسان، وتحدد الظاهرة القانونية في ضوء ما يراه القانون الدولي لضبط أحكام الظاهرة الإجرامية لكي تقع تحت طائلته وفقا للضوابط التي يحددها ولا تتطابق بين عناصر الظاهرة الاجرامية والظاهرة القانونية ، فالأولي تحكم من خلال نظرة جانب من المجتمع أو نظرة سياسية معينة ، وتقع جريمة الارهاب في نطاق القانون الجنائي الوطني والدولي معا ولو كان ذلك تحت وصف قانوني مختلف .

ويتكون تعريف الإرهاب من مكونين أحدهما مادي يتمثل في إلحاق الأذى بالحق في الحياة والحق في سلامة الجسم أو الملكية الخاصة وحقوق ومصالح أخرى عامة تختلف من تعريف لآخر، وأما الركن الثاني للإرهاب فهو معنوي وهو أن يتوافر مصدر خاص يتراوح ما بين إحداث الرعب لدى الناس أو حمل دولة أو منظمة دولية على القيام بعمل أو الامتناع عن القيام بأمر ما، وتتمثل الافكار السائدة بشأن التعريف في نقطتين:

الأولي: انه لا يوجد تعريف متفق عليه بين دول العالم لما هو مقصود بالإرهاب، وأن الامم المتحدة لم تتمكن لفترة طويلة من التوصل إلى توافق نهائي بهذا الشأن، وتم تجنب التطرق إلى ذلك في السنوات الاخيرة.

الثانية: أن هناك اختلافا جوهريا بين ما يعتبر ارهابا وما يعتبر مقاومة مشروعة في حالات الاحتلال، كما أن هناك ما يمكن اعتباره إرهاب دولة يرتبط بممارسة غير تقليدية عنيفة لبعض الدول. لكن ثمة اتجاهها مهما يوجد توافق نسبي بشأنه يستند على إمكانية وضع معايير معينه أو "روابط " يمكن من خلالها تحديد المقصود بالعمل الإرهابي، كأساس للتعريف، وهي: الفعل المتبع، بمعنى استخدام العنف أو التهديد به سواء كان داخليا أو دوليا. والرغبة في تحقيق اهداف سياسة (إلقاء الرعب أو هدف ما) وفقا لنية مرتكب العنف. بالإضافة إلى وجود قصد أو باعث لارتكاب العمل الارهابي. وجاء هذا الارهاب ليتزوج مع التكنولوجيا في شكل الارهاب الجديد.

تنازع التكييف القانوني للإرهاب:

واقع الامر أن التكيف القانوني للإرهاب تتنازعه ثلاث جهات نظر يكون للإرهاب وصف معين لدى كل منها على النحو التالي:

الارهاب جريمة جنائية وطنية:

يعد الارهاب في التشريعات الوطنية جريمة جنائية نظرا لما يتوافر فيها من أبعاد مختلفة من الجرائم، مثل القتل واستخدام المفرقات والاعتصاب، والسطو والسرقة والإتلاف. فهي على هذا الأساس تعد جريمة فوقية تتميز بالعنف الذي وصفه البعض بأنه من خصائص الحرب أو النزاع المسلح. ويتطلب التكيف القانوني لجريمة الارهاب تعريفا قانونيا للجريمة يحدد أركانها يتبناه المسرع وفقا لمبدأ شرعية الجرائم والعقوبات، مع الالتزام بمبادئ الضرورة والتناسب عند التجريم والعقاب بالأفعال التي يتضمنها هذا التعريف.

الارهاب جريمة دولية:

وتعتبر جريمة الإرهاب من الجرائم الدولية إذا كانت مخالفة للقواعد الدولية التي تترتب عليها المسؤولية الجنائية الشخصية، سواء تلك التي نصت عليها الاتفاقيات الدولية أو تضمنتها القواعد الدولية العرفية، على ان لا تقتصر على حدود دولة بعينها وانما يتجاوز الحدود الوطنية للدولة سواء فيما يتعلق بالمتهمين أو بالوسائل المستخدمة أو بنوع العنف المستخدم.

الارهاب نوع من النزاع المسلح:

أطلق هذا الوصف القانوني تحت تأثير قرار سياسي أمريكي رأي أن الارهاب قد يكون نوعا من النزاع المسلح، ذا ما اتسع نطاقه وزاد تطوره على نحو يطلق عليه الإرهاب الذي يشعل الحرب وقد اتخذ هذا الارهاب صورة العنف الجماعي.

الارهاب الإلكتروني:

أصبح الإرهاب الإلكتروني هاجساً يخيف العالم الذي يتعرض لهجمات الإرهابيين عبر الإنترنت وممارسة نشاطهم التخريبي من أي مكان في العالم، وهذه المخاطر تتفاقم يوميا، لأن التقنية الحديثة وحدها غير قادرة على حماية الناس من العمليات الإرهابية الإلكترونية التي سببت أضرارا جسيمة على الأفراد والمنظمات والدول، وقد سعى العديد من الدول إلى اتخاذ التدابير والاحترازمات لمواجهة الإرهاب الإلكتروني، إلا أن هذه الجهود قليلة، ولا نزال بحاجة إلى المزيد من التضامن لمواجهة هذا السلاح الخطير. ومن المنظمات الإرهابية العالمية نجد أن تنظيم القاعدة يقوم باستغلال الإنترنت لتحقيق أهدافه،

سواء العسكرية أو الدعائية، فالكثير من العمليات الإرهابية التي تقوم بها يلعب فيها «جوجل إيرث» الدور الأكبر وفقاً لما أكده العديد من الخبراء، ورغم السيطرة المحكمة على الشبكة الدولية، إلا أن ذلك لا يمنع ظهور القاعدة التي عادة ما تستخدم الإنترنت كوسيلة إعلامية لها، توصل من خلالها رسائل زعيمها أسامة بن لادن - قبل وفاته - أو نائبه أيمن الظواهري، وقد نشر موقع الإخلاص - وهو كثيراً ما يستخدمه أنصار القاعدة نسخة محدثة من برنامج تشفير -، قال إنه سيساعد الإسلاميين في التواصل بشكل أكثر أمناً على الإنترنت، وأشار الموقع إلى أن برنامج «أسرار المجاهدين 2» هو أول برنامج إسلامي للتراسل الآمن عبر الشبكات، وهو يمثل أعلى مستوى تقني في التراسل المشفر .

أن الإرهاب الإلكتروني هو إرهاب المستقبل، وهو الخطر القادم، نظراً لتعدد أشكاله وتنوع أساليبه واتساع مجال الأهداف التي يمكن من خلال وسائل الاتصالات وتقنية المعلومات مهاجمتها في جو مريح وهادئ، وبعيد عن الإزعاج والفوضى، مع توفير قدر كبير من السلامة والأمان للإرهابيين.. إن الإرهاب الإلكتروني يهدف إلى تحقيق جملة من الأهداف غير المشروعة، التي نذكر منها:

أ- **نشر الخوف والرعب** بين الأشخاص والدول والشعوب المختلفة والإخلال بالنظام العام، والأمن المعلوماتي، وزعزعة الطمأنينة وتعريض سلامة المجتمع وأمنه للخطر وإلحاق الضرر بالبنى المعلوماتية التحتية وتدميرها، والإضرار بوسائل الاتصالات وتقنية المعلومات، أو بالأموال والمنشآت العامة والخاصة وتهديد السلطات العامة والمنظمات الدولية وابتزازها والانتقام من الخصوم والدعاية والإعلان، وجذب الانتباه، وإثارة الرأي العام.

ب- **جمع المعلومات عن الخصوم**: وقد يسعى الإرهابيون للحصول على معلومات استخباراتية عن أحد الخصوم من مصدر مفتوح، أو يسعون لجمع معلومات يحظر اطلاع الجمهور عليها صوتاً للسلامة الوطنية، وذلك عبر التطفل على نظام حاسوب الخصم، وكذلك يمكن أن يقوم أعضاء المجموعات الإرهابية بإرسال واستقبال الرسائل، حيث يخفون محتوياتها، في أحوال كثيرة من خلال التشفير أو إخفاؤها بين الصور،

ج- **جمع الأموال وتجنيد الأعضاء**: وتعد طبيعة الإنترنت والشبكة العالمية مناسبة للاتصالات عبر عناصر شبكة أكثر فمن الممكن أن ترفع المجموعات الإرهابية من موارد تمويلها عبر المنظمات الخيرية، وقد تسعى سعياً حثيثاً لتجنيد أعضاء جدد، وتعد المدن الأوروبية مأوى لكثير من الشباب الممتعضين، مما يسهل عملية استقطاب بعضهم للانضمام للمليشيات المسلحة، ويمكن أن تلعب المواقع التي تمجد الشهادة دوراً مؤثراً في جذب اهتمام انتحاريين في المستقبل.

د- الأراض التعليمية: وكذلك قد تستخدم المجموعات الإرهابية الإنترنت والشبكة لأراض تعليمية لتدريس فنيات وأساليب تنفيذ الهجمات، فعلى سبيل المثال، فقد صدر ما زعم أنه دليل تدريب منسوب للقاعدة مُترجم للإنجليزية أثناء دهم مبان مشتبه بها في المملكة المتحدة. ووضع على موقع وزارة العدل الأمريكية على الإنترنت 2006 انتشاراً.

وفي ضوء ما سبق نصل الي ضرورة تخصيص دوائر قضائية معينة للنظر في الجريمة الإلكترونية، والاستفادة مما انتهى إليه الاتحاد الأوروبي والدول الأخرى في مجال التشريعات الجنائية وأهمية تعاون وتوافق دولي على قانون مُوحد خاص بعقوبات الجرائم الإلكترونية. عن أسباب اللجوء للإرهاب الإلكتروني، والتي نلخصها في: ضعف بنية الشبكات المعلوماتية، وقابليتها للاختراق، وغياب الحدود الجغرافية، وتدني مستوى المُخاطرة، وسهولة الاستخدام، وقلة التكلفة، وأخيراً صعوبة اكتشاف وإثبات الجريمة في هذا النوع من الإرهاب.

لقد أدى ظهور الحاسبات الآلية إلى تغيير شكل الحياة في العالم، وأصبح الاعتماد على وسائل تقنية المعلومات الحديثة يزداد يوماً بعد يوم، سواء في المؤسسات المالية، أو المرافق العامة، أو المجال التعليمي، أو الأمني أو غير ذلك، إلا أنه وإن كان للوسائل الإلكترونية الحديثة ما يصعب حصره من فوائد، فإن الوجه الآخر والمتمثل في الاستخدامات السيئة والضارة لهذه التقنيات الحديثة ومنها الإرهاب الإلكتروني أصبح خطراً يهدد العالم بأسره، إن خطر الإرهاب الإلكتروني يكمن في سهولة استخدام هذا السلاح مع شدة أثره وضرره، فيقوم مستخدمه بعمله الإرهابي وهو في منزله، أو مكتبه، أو في مقهى، أو حتى من غرفته في أحد الفنادق.

إن أكثر الأنظمة التقنية تقدماً وأسرعها تطوراً هي الأنظمة الأمنية، وعلى رغم سرعة تطورها إلا أنها أقل الأنظمة استقراراً وموثوقية، نظراً لتسارع وتيرة الجرائم الإلكترونية وأدواتها والثغرات الأمنية التي لا يمكن أن يتم الحد منها على المدى الطويل، فمجال أمن المعلومات في الإنترنت آخذ في التطور بشكل كبير تماشياً مع التطور في الجريمة الإلكترونية.

لقد أصبح الإرهاب الإلكتروني هاجسا يخيف العالم الذي أصبح عرضة لهجمات الإرهابيين عبر الإنترنت الذين يمارسون نشاطهم التخريبي من أي مكان في العالم، وهذه المخاطر تتفاقم بمرور كل يوم، لأن التقنية الحديثة وحدها غير قادرة على حماية الناس من العمليات الإرهابية الإلكترونية والتي سببت أضراراً جسيمة على الأفراد والمنظمات والدول. ولقد سعت العديد من الدول إلى اتخاذ التدابير والاحترازمات

لمواجهة الإرهاب الإلكتروني، إلا أن هذه الجهود قليلة ولا نزال بحاجة إلى المزيد من هذه الجهود المبذولة لمواجهة هذا السلاح الخطير.

ويمكن مواجهة ظاهرة الإرهاب الإلكتروني من خلال مجموعة من المحاور الأمنية أهمها:

- تكثيف الإجراءات الأمنية والتصدي بحزم لكل من تسول له نفسه العبث بالأمن من خلال وضع الاحتياطات الأمنية على المباني المهمة والاحتراز لأي عمليات إرهابية قد تحدث.

- التحذير من الإسهام في احتضان أو مساندة أو تمويل عناصر الشر، حيث أعلن أكثر من مرة أن من يتستر على الإرهابيين فهو شريك في الجريمة مما يؤدي إلى تضيق الخناق عليهم والمواجهة المسلحة مع الإرهابيين في أوكارهم، حيث كان هناك العديد من المواجهات الناجحة التي أدت إلى القضاء على الكثير من عناصر الفتنة.

- حجب المواقع الضارة التي تدعو إلى الفساد والشر، ومنها المواقع التي تدعو وتعلم الإرهاب والعدوان والاعتداء على الآخرين بغير وجه حق، فهذا الأسلوب يعد من الأساليب المجدية والنافعة.

وتتطلب الجهود القضائية في مواجهة الإرهاب من مجموعة من المحاور نذكر منها على سبيل المثال لا الحصر ما يلي: إعادة النظر في التشريعات القائمة، وسن قوانين جديدة تشمل المخالفات والجرائم التي قد تنجم عن التحريض الإلكتروني على العُنف والتطرف.

ويثير موقف القانون الدولي من استخدام الإرهاب الإلكتروني في الصراع الدولي، تساؤلات هامة تتعلق بمدى اعتبار العدوان والهجمات الإلكترونية استخداماً للقوة بالمعنى الذي ورد في المبادئ العامة التي أقرها القانون الدولي، إذ أن آثار استخدام الأسلحة والهجمات الإلكترونية أكثر خطراً من الأسلحة الأخرى التقليدية في ظل تميزها بعشوائية الاستخدام وانتهاكها لمبدأ التمييز بين المقاتلين والمدنيين وما بين الأهداف العسكرية والمنشآت المدنية وانتهاك عملية استخدام تلك الأسلحة لمبادئ القانون الدولي الإنساني، لتنص على حق أطراف أي نزاع في اختيار أساليب ووسائل القتال ليس حقا "لا تقيد قيود"، وأن هناك حدود حتى في سبيل استخدام تلك الأسلحة بحجة الدفاع الشرعي عن النفس، مع اتساع الفضاء الإلكتروني ليشمل العديد من المصالح التي تهتم المجتمع الدولي، ومن ثم يصعب عملياً استهداف أي دولة لأن عملية الهجوم ستصيب دول أخرى، وستؤدي إلى عسكرة الفضاء الإلكتروني والذي هو مرفق دولي وتراث مشترك للإنسانية.

دور المجتمع الدولي في دعم الاستخدام السلمي للفضاء الإلكتروني، فغياب اتفاقية واضحة على المستوى الدولي للتعامل مع ظاهرة الفضاء الإلكتروني وتنظيم استخدامها، وتوضيح الحقوق والواجبات قد يجعل

الدول لا تشعر بأي إلزام للتعاون مع غيرها، ومن ثم فإن عدم التعاون يشكل جزءا مهما من تعقيد المشكلة، كذلك يجب حث و دعم جهود كافة الفاعلين في مجتمع المعلومات العالمي من أجل الحفاظ على الطابع السلمى للفضاء الإلكتروني، وهو ما يستلزم تعاون الدول والقطاع الخاص والمجتمع المدني والأفراد من أجل بيئة آمنة وموثوقة في الفضاء الإلكتروني.

خامسا: الامن الإلكتروني يدخل ضمن استراتيجية الامن الدولي:

في عالم متشابك لا يوجد فيه مكان منعزل، وأصبح أي طرف متصلا بشبكة تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، فإن هذا الطرف يمكن ان يتأثر اما بالأطراف الأخرى المتصلة على نفس الشبكة، او بطبيعة الاخطار التي تعترض هذه الشبكة ونهدد طبيعة عملها، بما لذلك من انعكاسات اقتصادية وامنية بما يؤثر على الاستقرار السياسي والاجتماعي.

ويقودنا هذا إلى الاعتقاد القوي بان الثقة والامن هما محوران مهمان لمجتمع المعلومات العالمي، واصبحت مسألة الدعم الفني والتشريعي وتوفير جو مناسب لانتشار واستقرار البيئة التكنولوجية من اهم مرتكزاته، واصبحت الثقافة العالمية الخاصة بالامن الإلكتروني بحاجة للمزيد من الدعم والحصول على المساندة من كافة الاطراف الدولية، وتم التأكيد على ذلك في القمة العالمية لمجتمع المعلومات عام 2003 وعام 2005، وتم دعمهما بقرارين لاحقين من الامم المتحدة.

ويعد الامن مفهوما واسعا يتعلق بتلك الدرجة التي تمكن الدولة من ان تصبح في مأن من خطر التعرض للهجوم العسكري او الارهابي، وتعني كلمة الامن في مجال الفضاء الإلكتروني اجراءات الحماية ضد التعرض للأعمال العدائية والاستخدام السيئ لتكنولوجيا الاتصال والمعلومات، ومن جهة اخرى فان الامن القومي يعني بحماية وغياب التهديد لقيم المجتمع الاساسية وغياب الخوف من خطر تعرض هذه القيم للهجوم، وتشير كلمة الامن الي طيف واسع من المجالات ضمن وخارج حقل تقنية المعلومات.

لقد تحول الفضاء الإلكتروني لأداة عالمية لتبادل المنافع والمعلومات والمشاركة في انتاجها عالميا سواء من قبل الافراد او المؤسسات، وشكل ذلك خرقا للمفاهيم التقليدية الخاصة بفكرة القومية حيث أصبح الأمر الآن: "لا قومية حيث تمدد الفضاء الإلكتروني" بشكل تجاوز الحدود التقليدية للدول وكذلك اجواءها الخارجية عبر الاقمار الصناعية ، وفقدت الحكومات السيطرة علي انسياب المعلومات والافكار من والي الداخل ، واصبحت المعدات تتجه لان تصبح اكثر اندماجية في وظائفها وفي درجة تفاعلها كالكومبيوتر والتلفزيون والهاتف المحمول والاقمار الصناعية وشبكات الانترنت، واصبحت تلك الادوات تعطي الفرصة لكل فرد حتي الدخول والمساهمة والمشاهدة والتفاعل عبر شاشات الكومبيوتر، واصبح

الفضاء الاللكتروني يتسع لكافة انحاء العالم في ظل تراجع دور الدولة سياسيا واقتصاديا وثقافيا وسيطرتها علي مواطنيها مع السماوات المفتوحة والفضاءات التكنولوجية ، وضعف احتكار الدولة للقيم الثقافية او التعبير عنها او حتي بث قيم الولاء .

الطابع التنظيمي والمؤسسي الخاص:

اصبحت مسئولية الامن الاللكتروني في معظم الدول او حماية البنية التحتية الحرجة يختص بها اكثر من هيئة او مؤسسة او اطار تعاون مع الاقسام المختلفة والفاعلين ، وقد حدث هذا الاهتمام العالمي بعد احداث الحادي عشر من سبتمبر 2001م مع بروز ظاهرة الارهاب الدولي، كما ادى تصاعد الاخطار التي تهدد البنية التحتية الحرجة الي انشاء المؤسسات والهيئات المختصة فهناك مثلا هيئة الامن وخدمات الطوارئ بكندا ، والمكتب الفيدرالي لأمن المعلومات بألمانيا ، ومركز حماية البنية التحتية بنيوزيلندا ، ومركز تنسيق امن البنية التحتية القومية بالمملكة المتحدة ، وهناك وزارة الامن الداخلي بالولايات المتحدة ، وفي استراليا هناك العديد من المنظمات لحماية امن البنية التحتية الحيوية من خطر التعرض للهجمات الطبيعية أو الاللكترونية ،واعتبر الامن الاللكتروني جزءا من جهود الدول لمكافحة الارهاب ومن ثم فقد ضمت مجموعة حماية البنية التحتية الحرجة الاستخبارات والشرطة والدفاع لهياكلها.

وفي ايطاليا لا توجد سلطة او هيئة تتعامل مع الامن الاللكتروني وانما توجد فقط مجموعة عمل حول الامن الاللكتروني بوزارة التكنولوجيا والابتكار، وفي السويد هناك هيئة الطوارئ السويدية بداخل وزارة الدفاع، كما ان هناك أجهزة مشابهة في بعض الدول العربية كالسعودية والامارات والبحرين والكويت ومصر. وجاءت الجهود الدولية للحكومات وبالتعاون مع الخبراء ورجال الاعمال ومنظمات المجتمع المدني وذلك لان الملكية والتشغيل لتلك الانظمة الحيوية يقوم بها القطاع الخاص والذي يتحمل الكثير من الابعاء لجعل تلك البنية التحتية أكثر امنا، ومن ثم فان شراكة القطاع الخاص مع العام والحكومة الوطنية تعد محورا اساسيا في استراتيجية مكافحة الارهاب الاللكتروني وتعزيز الامن الاللكتروني.

وهناك اهتمام عالمي بالبحث والتطوير في مجال الامن الاللكتروني ويتراوح هذا الاهتمام من الابعاد التقنية الي الابعاد الاجتماعية ، وتعد الولايات المتحدة والاتحاد الاوربي من اكبر الفاعلين في هذا المجال وذلك من خلال تعزيز التعاون مع مؤسسات البحث في الجامعات والمؤسسات التي تتبع القطاع الخاص والمعامل وشهادات الجودة ومجالس البحث الوطنية ، وقد دفع البعد الدولي في عمل البنية التحتية الحيوية للمعلومات إلى النمو والاعتماد الدولي المتبادل وخاصة ما يتعلق بالأنظمة المعلوماتية المشغلة لها، وكذلك عبور تلك الاخطار للحدود التقليدية بما يعظم من خطر التعرض دوليا.

يقول وزير الخارجية البريطاني «وليم هيچ» في كلمته التي ألقاها أمام جمع من المهتمين بوزارة الخارجية في شهر يوليو 2010 م عن ملامح السياسة الخارجية البريطانية الجديدة: "أن بريطانيا يجب أن تراعي وتدرك إمكانية ممارسة التأثير من خلال شبكات العلاقات مع الدول الأخرى، ومنها شبكات التواصل الاجتماعي، إلى جانب الأدوات الأخرى التقليدية"

التعامل الأمني مع التواصل الاجتماعي:

يجب ان ندرك.. ان بعض الحكومات لاتزال تتعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي من خلال رصده امنيا دون فتح مستويات اخري للتعاطي معه.. فالأمن يطرح عدد من الابحاث والاستبانات لقياس الوضع في مواقع التواصل الاجتماعي "تويتر" والذي أصبح يؤثر ويتأثر في المجتمع الا ان التعامل لازال امنيا بإحالة المغردين للقضاء دون فتح مستويات اخري وافاق للحوار والدخول مع عالم التواصل الاجتماعي.

يتيح التواصل الاجتماعي اصدقاء افتراضيين عبر " تويتر والفييس بوك " ومن الممكن ان يتم من خلال 140 حرف الدعوة لأي تجمع وفي هذه الحالة نحن امام تهديد للأمن.. كيف نقوم بالعمل الوقائي قبل ان نصل الي هذه المرحلة؟

ان الازمة الحقيقة التي من الممكن ان تتسبب في كارثة امنيه هو استغلال الايدي العابثة بالأمن والقيام بنشر الاشاعات التي من الممكن ان تتسبب في ضياع جهد رجال الامن.. مثال قبل فترة قصيرة وتحديدًا في الكويت تم نشر خبر عبر شبكة التواصل الاجتماعي ان هناك سائق حافلة من الجنسيات الاسيوية قام بخطف طالبات والاعتداء عليهن، رصد رجال الامن تلك المعلومة وتحركوا فور ورود هذا الخبر مع الجهات التربوية وعدد من مؤسسات الدولة لتحقق من تلك المعلومات التي تناقلها عدد من المغردين بشكل سريع ووضع بعض المعلومات المغلوطة والحديث بها وتفاقم تلك الاشاعات عبر تويتر.. والطامة الكبرى عند كشف الحقيقة ان هذه المعلومة اشاعة لأغراض العابثين في الامن وتم نفي هذا الخبر بناتا.. الشاهد في هذه الحادثة ان الامور لا تقف بإطلاق شائعة عبر التواصل الاجتماعي وانما هو اشغال رجال الامن عن دورهم الحقيقي بقضايا جانبية لا تخدم الدور التنموي في البلدان وانما تعمل على ضياع الجهد والوقت.

في التواصل الاجتماعي ايضا من الممكن ان يتم ذكر اسماء معينة لأشخاص مشهورين واصحاب مكانه مرموقة في المجتمع والتشهير بهم وبسمعتهم بما ينعكس سلبا على اسرهم ويتضرر معهم اشخاص ذوو صلة بهم.. والحوادث كثيرة على ذلك.

وأحيانا قد يتسبب نقل صور لحدث تصادم مرور بفاجعة لأسرة المصاب. لذلك يجب التأكيد على المراعاة للآخرين وأن تكون المراعاة ذاتية والاسرة لها دور في توعية الشباب في الحفاظ علي سمعة واعراض الآخرين.

في التواصل الاجتماعي هناك مغرد في تويتر يبدي وجهة نظره...نحتاج احيانا الي الاستماع له.. وتحرك المؤسسات للانضمام والجلوس والحوار مع هذا المغرد، من هو المغرد؟؟ هو مواطن يتأثر باي قرار تتخذه الحكومة ويعلق على هذا القرار، وأصبح من جماعات الضغط ويساهم في رسم سياسة البلاد وهناك الكثير من الاحداث التي مررنا بها وتأثرنا بها الا اننا نجد فقط رجال الامن هم الوحيدين بالميدان ولا يوجد حراك من مؤسسات المجتمع المدني ومؤسسات الدولة الأخرى إذ تظل مواقفهم خجولة لا ترقى لان تواكب طموحات هذا المغرد.

ويمكن التأكيد على أن "وسائل الاعلام" لم يعد بإمكانها الوقوف على بث الاخبار وذلك لسرعة الاحداث ووجود طرف اخر في نشر الاخبار.. تويتر والفييس بوك.. هناك من تابع الربيع العربي علي صفحات الفييس بوك وهناك من شاهد الصور في قلب الحدث عبر التواصل الاجتماعي تويتر، إذا هناك من يؤثر بالمجتمع والرأي العام وما عادت الصحف الورقية والقنوات الرسمية هي المرصودة في ورقتنا البحثية اليوم.

نشر خبر عبر تويتر يؤثر على متخذ القرار وتتفاعل معه كافة الشرائح في التواصل الاجتماعي وقد نصل الي ايقاف القرار بسبب الضغط والتعاطي لمجموعه من المغردين مع هذا الحدث.. إذا اصبحت الوسائل الاعلامية التقليدية نادرا ما تقرأ إذا تميزت بأخبارها الخاصة الا ان التواصل الاجتماعي قضي علي سرية المعلومات وتداولها وتم التعليق عليها بشكل مباشر ونشرها في اوساط المجتمع.

"التهديد الامني" ينبثق من نشر اشاعات واخبار كاذبة قد يستفيد منها أطراف لا تريد الخير لبلادنا وتعمل من الخارج على بث سمومها وبعض المعلومات الكاذبة التي تستهلك رجال الامن على كافة المستويات. قد تكون الحلول وقتيه للعلاج الا اننا نحتاج الي استيعاب هذا التطور والجلوس والحوار وان يتم رصد هذه المواقع الاخبارية في تويتر من قبل الجهات المعنية.. ليس الحل الجلوس مع رؤساء الصحف الورقية لم تعد مؤثرة اليوم مع وجود الصحف الالكترونية التي تشكل القوة الضاغطة في مختلف البلدان..

مناقشة المغرد خير من متابعته أمنيا:

الشاهد هنا اننا نرصد ما يشهده العالم من تطور سريع في مجال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي فأبسط الامثلة: "إذا كنت تملك حسابا عبر تويتر قم بتدوينه وسنتصل بك لاحقا"... هذا هو حال

الشركات الاميركية الكبرى في سياسة التوظيف لديها.. اصبحت مواقع التواصل الاجتماعي هي السيرة الذاتية لكل شخص وهي مرآة الانعكاس على الميول والتوجهات لكافة شرائح المجتمع.

مثال: الطالب النمساوي "ماكس شريمز" الذي تقدم بأكثر من عشرين شكوى ضد موقع الفيس بوك بتهمة احتفاظه ببيانات ومعلومات عنه رغم أنه قام بإزالتها وحذفها؛ وطالب الموقع بإرسال ملف يحوي جميع متعلقاته. وبالفعل فقد اضطرت إدارة فيس بوك بموجب قوانين ملزمة بإرسال ملف يحتوي 1200 صفحة تضمنت المحادثات والنقاشات التي جرت بينه وبين أصدقائه، وحتى الرسائل المحذوفة؛ والمواضيع التي طرحها، مع العلم أن "فيس بوك" لم يبعث إليه بكافة معلوماته!

لا تتعجبوا! فبيانات مئات ملايين المستخدمين محفوظة لدى خوادم "فيس بوك"، إنه يخزن متى سجلت دخولك، ومتى خرجت، وما هو موقعك الجغرافي ما إذا كنت مفعلاً تلك الخاصة، أو أشار أصدقاؤك بأنك كنت معهم في أحد المواقع. كما أنه يحتفظ برقم هاتفك؛ فهو يطلب رقم هاتفك لكي يرسل إليك كلمة المرور؛ فيحتفظ بقاعدة ضخمة من أرقام الهواتف المحمولة على مستوى العالم، الأمر لا يقتصر على ذلك فقط فكل ضغطة تقوم بها هي مسجلة..

إن حالة الكبت التي كان يعانيها الشباب في بعض الدول العربية، وظهور مواقع إلكترونية ووسائل اتصال وتواصل حديثة متاحة للجميع، جعلهما من أبرز العناصر في تحريك وتوجيه البلدان في مختلف القضايا، وما حدث من ثورات شعبية كان نتاج واندماج وتعاطي الشباب مع الوسائل الحديثة التي مكنته من التحرك بشكل جماعي وتخلصه من عقدة الخوف التي كانت مفروضة على المجتمع.

ولا يمكن أن ننكر أن ما جنيناه من مواقع التواصل الاجتماعي لم يكن أحد يتخيله، فقد ألغت هذه المواقع جميع الحواجز الإنسانية والجغرافية والعمرية والزمنية وجعلت الناس تتواصل مع بعضها البعض في شتى أنحاء العالم بحرية وتستفيد من آراء وأفكار بعضها بشكل كبير.

كيف يمكننا ان نوظف ابنائنا وان نحتضنهم من خلال سياسات جديدة واطروحات ناضجة عبر مؤسسات المجتمع المدني والتي ينصب عليها العمل والشراكة مع الجهات الامنية.. لا نستطيع ان نعزل الامن ليقود المرحلة فهو يحتاج الي مسانده وقائية تقف امام سرعة تداول المعلومات التي تشكل هاجسا عند الامن في حال كانت مغلوطة وغير واضحة.. وهذا ما نشهده في التواصل الاجتماعي.

المغرب اليوم أصبح قوة ضاغطة على الحكومات ويهدد الامن الداخلي لكل دولة.. فبث بعض المعلومات قد تقود الي تغيير رأي صانع القرار في حدث مفاجئ.. الا ان تويتر سلاح ذو حدين فهو يؤثر

ويتأثر المغرد من خلال الملاحقة القضائية التي تأتي دون وعي للمغرد بخطورة بث مثل هذه الاخبار الكاذبة.

وسائل الاعلام والتواصل الاجتماعي:

خصائص الاعلام الإلكتروني عبر شبكات التواصل الاجتماعي:

يرى فريق الخبراء أن الإعلام الإلكتروني بوضعه الحالي، يتسم بما يلي:

- إعلام مفتوح.
- الاعتماد على التكنولوجيا الحديثة بما يخفض من تكاليفه ويوسع من دائرة مستخدميه.
- تخطي حدود الدول.
- تعدد الثقافات والتوجهات بين أطراف العملية الاتصالية.
- تنوع وشمول المحتوى.
- حرية وسهولة النفاذ إلى المعلومة.
- توسيع دائرة التنافس الإعلامي.
- الاعتماد على خدمات تفاعلية مما يدخل الجمهور كشريك أساسي في صنع المحتوى الإعلامي.
- تنامي دور القطاع الخاص في مجال العمل الإعلامي.
- ظهور أشكال جديدة من الإعلام مثل "إعلام الفرد" القائم على البث الشخصي.

الإشكاليات التي تواجه انتشار الاعلام الإلكتروني:

- صعوبة الوثوق والتحقق من صحة وصدقية العديد من البيانات والمعلومات التي تحويها بعض المواقع في ظل الحاجة إلى التعزيز المتواصل للقدرات الثقافية والتعليمية للمتلقي.
- ضعف الضوابط الضرورية لضمان عدم المساس بالقيم الدينية والاجتماعية والثقافية للمجتمعات.
- ضعف ضوابط السيطرة على نشر العنف والتطرف والإرهاب.
- عدم التوازن بين حجم ونوعية الرسائل الإعلامية الموجهة وبين استعداد المتلقي لها، فيما يتعلق بالرأي والرأي الآخر.

- تفنيت دائرة التلقي، والتركيز على مخاطبة الأفراد والجماعات الصغيرة وفق الميول والاحتياجات الفردية.

- انتهاك حقوق النشر والملكية الفكرية.

- ارتكاب الجرائم الإلكترونية باستخدام التقنيات الحديثة.

لماذا يلجأ الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي:

ان الشباب ومن خلال وسائل التواصل الاجتماعي، بات قوة ضاغطة في البلاد، بل أخذ يسهم بشكل كبير في صنع القرارات، والعديد من أعضاء الحكومة باتت تراقب توجه الشباب وتعاطيهم مع القضايا المحلية، وهي تساعد في اتخاذ القرارات قبل جلسات مجلس الوزراء.

الشباب أسهم بدور فعال في بناء بلاده، سواء من الناحية السياسية أو الاجتماعية أو التنموية، ووزارة الشباب وإدراكا منها لمدى تأثيره في مواقع التواصل، سعت لإنشاء حسابات خاصة لها في معظم المواقع التي يرتادونها بغية التواصل والبقاء على مقربة منهم، بهدف معرفة كيفية تعاطيهم مع قضايا المجتمع والشباب بصفة عامة يولي اهتماما كبيرا بالأمر السياسية، ووجد ضالته في التكنولوجيا الحديثة والمواقع لتحقيق أكبر قدر ممكن للتفاعل مع مجتمعه، والمواقع أصبحت تشكل منتديات سياسية واقتصادية وثقافية، وتعرض أكثر القضايا حساسية بحرية تامة.

طرق احتواء الشباب المستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي:

مثل توتير اختصارًا صعبًا، لاستخدامه من قبل الكثيرين كأداة للتحريض ونشر المعلومات الخاطئة، والإساءة والتشهير، التي لها تأثيرها البالغ في ضوء الحساسيات السياسية والدينية لبعض الدول، مما يمثل تحديًا لخطط التحول السياسي الهادئ التي تتبناها، فدول الخليج تؤمن بأهمية التغيير السياسي، وبأن بقاء معادلات الحكم والسياسة على ما هي عليه لا يمكن أن يستمر، حتى قبل أن يظهر «توتير» وغيره من تلك الوسائل، وإن كانت تلك الوسائل بجانب الثورات العربية أوجدت حاجة إلى سرعة التغيير.

ولذلك اتخذت سلسلة من الإجراءات والإصلاحات التي هدفت إلى تعزيز الديمقراطية وحقوق الإنسان وتوسيع نطاق المشاركة السياسية وتعزيز الحوار الوطني بين التوجهات المختلفة، كاستكمال عملية إصدار الدساتير وتوسيع صلاحيات المجالس التشريعية، وكذلك تأسيس منتديات للحوار الوطني بين السلطة السياسية والقوى المطالبة بالإصلاح، وإحداث تغييرات إيجابية في الثقافة السياسية للمجتمعات الخليجية، مثل: ترسيخ قيم الحوار وقبول الآخر والتعددية السياسية والمجتمعية والفكرية، وذلك دون

المساس بالخصوصية الثقافية والدينية التي تتميز بها تلك المجتمعات، ولذا فقد احتل كل من «إصلاح التعليم» وتجديد الخطاب الديني موقعين مهمين على أجندة الإصلاح في تلك الدول وهذا ما يجب ان نعمل عليه.

الخاتمة والنتائج والتوصيات البحثية للدراسة:

إن وسائل التواصل الاجتماعي ونقل الاعلام الإلكتروني للأحداث لها القدرة على تغيير اتجاهات الأفراد في المجتمع، بمعنى انها تقوم في تعديل السلوك البشري، وتوجيهه نحو قضايا معينة، حيث أثر الفضاء الإلكتروني في تصاعد أهمية الأمن الإنساني، وأهمية الأبعاد الأخلاقية في تنظيم التقدم التكنولوجي.

يرى الباحث أن متغيرات تكنولوجيا المعلومات ساهمت في عملية التحول من النطاق الضيق المحلي الى المعلومات والايخبار الدولية العالمية، حيث أصبحت تلك المعلومات هي القوة المؤثرة والمتصاعدة والمحركة لعقول الشباب.

يحاول الخبراء والمراقبين الدوليين ان يرصدوا ظاهرة الارهاب عبر الاعلام الإلكتروني من خلال قراءة من هو المرسل للمعلومات وما هي مصادرة وتأثير تلك الاخبار على المتلقي، الا ان الفضاء لا يمكنهم من عملية التحليل نظرا لتسارع الاحداث وتواتر الاخبار.

يجد صناع القرار انهم امام عملية مفصلية معقدة تحاول الامساك في مام الاحداث الا ان هناك جهات تؤثر وفاعلين دوليين يؤثرون بشكل او باخر في عقول تلك الشريحة من الشاب

ونختتم دراستنا البحثية بالمطالبة باشتراك جميع مؤسسات الدولة والمجتمع المدني بالتوعية لدور التواصل الاجتماعي لا شراكة في تنمية المجتمع وان لا يقف الامر فقط على الجهات الامنية، وفتح نوافذ جديدة للتواصل مع المجتمع وطرح اليات جديدة للنقاش للوقوف على طموح الشباب وبلورتها في توصيات ترفع الي السلطة التنفيذية لترجمتها لواقع ولتقنينها إذا ما كانت بحاجة الي تشريع.

والعمل على اعداد التخطيط لبرامج التوعية ضد جرائم «الارهاب» في الاعلام الاجتماعي، ودور الإعلام الفضائي والمجتمعي «كوسيلة دعائية توقف تمرير أفكار العنف والتطرف».

وضع الضوابط للتغطية الاخبارية الخاصة بقضايا الارهاب على أدوات التواصل الاجتماعي والانعكاسات، والآثار العملية لبث صور الضحايا وأعمال العنف الناجمة عن الأعمال الارهابية عبر تلك الأدوات.

نحاول ان نغلق المواقع التي يشيها الملاحظات والتي تمس بأفكارها شريحة الشباب وتستغل جهلهم في بعض القضايا.

المراجع:

- 1- هويدا مصطفى، الاعلام والأزمات المعاصرة، (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، م2009).
- 2- عادل عبد الصادق الجخة، الارهاب الإلكتروني على مبدأ استخدام القوة في العلاقات الدولية "، دراسة مقدمة للحصول على درجة الماجستير في العلوم السياسية، جامعة القاهرة، م2009.
- 3- ماجد سالم تريان، الانترنت والصحافة الإلكترونية: رؤية مستقبلية، الطبعة الأولى؛ (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، م2008).
- 4- رضا عبدالوإجد أمين، الصحافة الإلكترونية، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، م2007).
- 5- السبد بخيت، الصحافة والانترنت، (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، م2000).
- 6- عصام حماد، مبادئ أساسية للعمل الثقافي والسياسي في أجهزة الاتصال الجماهيري، (عمان، الدار الأردنية للثقافة والإعلام (1984).
- 7- مؤيد عبد الجبار الحديثي، العولمة والإعلامية، الأهلية للنشر والتوزيع، عمان، 2002.
- 8- طارق سيد أحمد، الإعلام المحلي وقضايا المجتمع، القاهرة، دار المعرفة الجامعية، (2004).
- 9- نشأت الأقطش، الإرهاب الفكري للإعلام، منشورات دار الوطن، الخليل، ط2، 1999.
- 10- Adam Roberts, The Changing Faces of Terrorism, BBC History:2002-08-27.
- 11- Dan Verton, Black Ice: The Invisible Threat of Cyber-Terrorism, New York, McGraw-Hill/Osborn,2003.
- 12- Thomas Mockaitis, The New Terrorism: Myths and Reality, Middle East Quarterly Vol, Xiv, No,4, fall 2007.

الأساليب الإعلامية لتجنيد الجماعات المتطرفة للشباب في دول الخليج وطرق مواجهتها

دراسة تحليلية لمجلة دابق الإلكترونية

د. عبد الحليم موسى يعقوب

ملخص البحث:

يتناول هذا البحث الأساليب الإعلامية التي استخدمتها الجماعات المتطرفة "داعش نموذجاً" في تجنيد الشباب الخليجي " بالتطبيق على السعودية " للانضمام الى صفوفهم حتى يكونوا جزءاً من جيشهم الإرهابي لنشر العنف في العالم وهذا الاتجاه يمثل تحدياً للأمن القومي السعودي خاصة والخليجي عامة، وتغذية التطرف بالمنطقة.

وقد استخدم تنظيم داعش الاعلام الجديد لنشر فكرهم المتطرف وتجنيد الشباب الخليجي باستخدام العديد من الاستمالات العاطفية والعقلية، حيث أنتج فكرهم الإرهابي العديد من التفجيرات الإرهابية التي شهدتها العديد من المدن السعودية، كما تم القبض على العديد من الخلايا الإرهابية قبيل تنفيذ عملياتها الإرهابية. ويهدف البحث إلى الوقوف على الأساليب الإعلامية لتجنيد الجماعات المتطرفة للشباب في دول الخليج، بجانب الوقوف على الاذرع الإعلامية لتنظيم لداعش، ودراسة صحافة داعش الاليكترونية بالتطبيق على مجلة دابق الاليكترونية الناطقة بالإنكليزية وتحليلها، فضلا عن الوقوف على أساليب واستراتيجيات مواجهة تطرف داعش بالخليج عموماً والمملكة خصوصاً. وتنتهج الدراسة منهج تحليل المضمون في إطار تحليل مجلة دابق الاليكترونية الناطقة باللغة الإنكليزية باستخدام أداة صحيفة تحليل المضمون لتحليل جميع الاعداد من العدد الاول الصادر في يوليو 2014م، وحتى مرحلة اغلاقها في يوليو 2016م، باستخدام اسلوب الحصر الشامل وذلك لصغر حجم العينة. يقول روبرت إيفانز المحرر بموقع "Cracked" نحن لا نفهم ماهية تنظيم داعش، أو حقيقته، وجميع الأخبار التي تردنا عن التنظيم تصل إلينا من خلال قنوات الساسة والمفكرين المفتررة، الذين يتمتع كل منهم بأجندته الخاصة". وهذه الدراسة تسعى لكشف الاساليب الاعلامية الاتقاعية التي استخدمتها مجلة دابق لترغيب الشباب الخليجي للانضمام لصفوفهم.

الكلمات المفتاحية: الإعلام الجديد؛ الأساليب الإعلامية؛ الجماعات المتطرفة؛ الصحافة الالكترونية؛ تحليل المضمون.

اهداف الدراسة: تهدف هذه الدراسة للاتي:

- أ- الوقوف على الاذرع الإعلامية لداعش.
- ب- التعمق في دراسة مجلة دابق وتحليلها.
- ت- معرفة الأساليب الاعلامية الاتقاعية التي يستخدمها تنظيم داعش لتجنيد الشباب.
- ث- الوقوف على القضايا العسكرية والسياسية والاجتماعية بمجلة دابق.
- ج- الكشف عن الممارسات اللا انسانية لتنظيم داعش.



- ح- التعرف على مؤسسات داعش الاعلامية.
خ- التعرف على استراتيجية داعش الاعلامية.
أهمية الدراسة: تأتي أهمية هذه الدراسة من الاتي:
أ- الكشف عن الاذراع الإعلامية لتنظيم داعش.
ب- معرفة الأساليب الاقناعية لتنظيم داعش في تجنيد الشباب.
ت- التحذير من مخاطر داعش. لتكفيرهم للآخرين وقتل من خالفهم.
ث- تسليط الضوء على مجلة دابق الاليكترونية.
مشكلة الدراسة:

تتمحور مشكلة الدراسة في الاتي:

- أ- الكشف عن مؤسسات داعش الاعلامية واستراتيجيتها.
ب- كشف الاستمالات الاقناعية التي يستخدمها تنظيم داعش لتجنيد الشباب.
ت- معرفة الأساليب التحريرية التي ينتهجها تنظيم داعش بمجلة دابق الناطقة باللغة الإنكليزية.
ث- الوقوف عن الموضوعات الاجتماعية والسياسية والدينية التي تناولتها المجلة.
ج- معرفة اعداد مقاتلي داعش في سوريا والعراق وجنسياتهم.
ح- معرفة أكثر الاستمالات التي تناولتها المجلة في موضوع الغلاف.

تساؤلات الدراسة:

- أ- أي الاستمالات الاقناعية التي احتلت المساحات الاكبر في مجلة دابق لتجنيد الشباب؟
ب- ما أكثر الموضوعات التي ركزت عليها مجلة دابق في تناولها الاعلامي من بين القضايا السياسية أو الاجتماعية أو العسكرية؟
ت- ماهي الأساليب التحريرية التي ينتهجها تنظيم داعش بمجلة دابق؟
ث- هل استخدم داعش ممارسات لا انسانية ضد اعدائه ومخالفيه.
ج- ماهي مؤسسات داعش الاعلامية.
ح- ماهي استراتيجية داعش الاعلامية.

منهج الدراسة:

استندت الدراسة على تحليل المضمون، باعتباره أسلوب للبحث يستهدف الوصف الكمي الموضوعي المنظم للمحتوى الظاهر للاتصال، وتم استخدامه في إطار منهج متكامل، هو منهج "الحصص" في الدراسات الإعلامية. وجاء تعريف بيرنارد بيرلسون Berelson Bernard لتحليل المحتوى، الذي اعتمد عليه معظم الباحثين، ومنه تفرعت التعريفات الاخرى بالحذف أو الاضافة، وهو يعتبر أهم التعريفات في

هذا المجال، والذي يعرفه بأنه: " أسلوب البحث الذي يهدف إلى الوصف الكمي والموضوعي والمنهجي للمحتوى الظاهر للاتصال" ⁱⁱ. وقد انقسمت اتجاهات تعريف المحتوى إلى اتجاهين:
فالاتجاه الأول، ومن رواده بيرلسون، كابلان Kaplan، ا.جانيس Janis وكارترتيت D. P. Cartwright ويركز هذا الاتجاه على وصف المحتوى الظاهر فقط، بينما يركز الاتجاه الآخر على الكشف عن المعاني الكامنة Latent Meaning والاستدلال Inference making عن الأبعاد المختلفة لعملية الاتصال. ومن رواد هذا الاتجاه هولست Holsti، وكارني Carney وستون Stone. وريتشارد بد Budd. ويرى هؤلاء "أن تحليل المحتوى يساعد في الإجابة على الأسئلة المتعددة، المرتبطة بعملية الاتصال وتأثيراتها"ⁱⁱⁱ، وقد وضع محمد عبد الحميد تعريفاً جمع بين الاتجاهين وهو:
"مجموعة الخطوط المنهجية، التي تسعى إلى اكتشاف المعاني الكامنة في المحتوى، والعلاقات الارتباطية بهذه المعاني من خلال البحث الكمي الموضوعي والمنظم للسمات الظاهرة في هذا المحتوى"^{iv}.
وأوضح محمد عبد الحميد أن التحليل الاستدلالي هو الاتجاه السائد حالياً والحديث في تحليل المحتوى، بعد أن تجاوز التحليل مرحلة الوصف الظاهر للمحتوى إلى الاستدلال عن المعاني الكامنة والعلاقات الارتباطية للمحتوى لذلك (اتجهت معظم التطبيقات إلى استخدام منهج تحليل المحتوى في الاستدلال عن العناصر الأساسية لعملية الاتصال والأسئلة المرتبطة بها)^v.

عينة الدراسة:

بلغت (15) عددا من مجلة دابق الإلكترونية، وقد تم توزيعها بالدراسة الى (3) مجموعات؛ فالمجموعة الأولى شملت الأعداد التي صدرت في العام (2014م)، وهي تبدأ من العدد الأول وتنتهي بالعدد الرابع، وقد تم استبعاد العدد الثالث لصدوره باللغة الفرنسية. ثم المجموعة الثانية والتي صدرت خلال عام (2015م)، وهي سبعة أعداد، ثم المجموعة الأخيرة والتي صدرت خلال العام (2016م)، وهي أربعة أعداد، وبهذا فإن الإطار الزمني يبدأ من العدد الأول الصادر في 5 يوليو 2014م وحتى العدد الأخير الصادر في 31 يوليو 2016م.

استمارة تحليل المضمون: تستخدم الدراسة تحليل المضمون كأداة ومنهج لتحليل مجلة دابق الإلكترونية، وصولاً للأساليب الإقناعية بالمجلة في إطار الاستمالات الثلاث: " العاطفية والعقلانية واستمالة الخوف"، وقد تم تصميم استمارة تحليل المضمون بعد بتحديد قائمة بأعداد المجلة.

الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى: عبد الله حمد الأزرق، تنظيم الدولة الإسلامية (داعش). إدارة التوحش، الخرطوم، ط1، 2017م. الدراسة عبارة عن كتاب من تأليف السفير السوداني عبد الله حمد الأزرق سفير السودان لدى الأمم المتحدة، ويقع الكتاب في 285 صفحة من القطع المتوسط، ويحاول الكتاب وصف وتحليل ظاهرة

تنظیم داعش، ويقارن الكتاب بين منهج تنظيم القاعدة وداعش في التطرف الفكري ويذهب الى غلو داعش وتكفيرهم لجميع من خالفهم، وعكس صورة سيئة للإسلام، ويعزو الكتاب انتشار داعش في المنطقة الى سوء إدارة الغرب للظاهرة التي يسميها "الإرهاب الإسلامي". كما تطرق الكتاب الى دور السجون السورية والعراقية في تخريج قادة ومقاتلي داعش، فحينما خرج سجن "كافي" بالعراق زعيم داعش ابوبكر البغدادي، تخرج في سجن "صدنايا" العسكري في سوريا ثلاثة من أهم القادة الذين أسسوا أكثر الحركات قوة بسوريا والعراق، وكما قال قائد معسكر "بوکا" الذي سجن فيه البغدادي، إن السجون هي: "طنجرة ضغط التطرف". ويرى الكاتب ان بروز ظاهرة الاسلاموفوبيا بالغرب وحملات الغزو الأميركي لأفغانستان والعراق وبروز سلطة المكون الشيعي ساهمت جميعها في بروز ظاهرة التطرف والجماعات التكفيرية. ويرى الكاتب ان أهم المصادر التي شكلت فكر داعش هو كتاب "إدارة التوحش" لابي بكر ناجي الذي يعتقد أنه محمد خليل الحكايمه المشهور بأبي جهاد المصري. وأشار كذلك لدور الضباط البعثيين في قيادة تنظيم داعش من ناحيتي التدريب والاستخبارات.

الدراسة الثانية: مجموعة من الباحثين، "الإسلامية... النشأة والتأثير والمستقبل"، مركز الجزيرة للدراسات، الدار العربية للعلوم ناشرون، الطبعة: الأولى، مايو 2016م. جاء الكتاب في أربع فصول تناولت معرفة خلفيات وأسباب نشأة ظاهرة تنظيم داعش.

وابان الكتاب مصادر ودعم وتمويل التنظيم، واضح ملابسات سقوط الجيش العراقي في الموصل، حينما سيطر على ما يقرب من 25% من أراضي سوريا وأكثر من 40% من أراضي العراق. جاء الفصل الأول مجيباً عن بعض الأجوبة من أهمها: ما الجذور الأيديولوجية لتنظيم داعش؟ وما هي العلاقة بين داعش والقاعدة. بينما ناقش الفصل الثاني: البناء الهيكلي لتنظيم الدولة الإسلامية، وكذلك أبعاد أيديولوجيا الخطاب الإعلامي لتنظيم الدولة الإسلامية. بينما جاء الفصل الثالث بعنوان: تنظيم الدولة الإسلامية التداعيات والآثار، مبيناً أثر ظهور داعش في السياسات الخارجية لبعض دول المنطقة ومنظومة العلاقات الدولية في الشرق الأوسط. وناقش كذلك توغل التنظيم في ليبيا تحقيقاً لشعار التنظيم "باقية وستمدد"، بينما جاء المحور الثاني بعنوان: داعش" في المجال الأوراسي. الأبعاد والتداعيات الإقليمية، وقد أجاب عن السؤال التالي: ماهي احتمالات تمدد تنظيم داعش في المنطقة الأوراسية وخاصة القوقاز وآسيا الوسطى. أما الفصل الأخير فقد حمل عنوان: التحالف الدولي ومستقبل تنظيم الدولة، وحوى مناقشة شعارهم "باقية وستمدد" من منظور الى متى سيظل التنظيم قادراً على الصمود في وجه الهجمات العسكرية القوية ضده من جميع دول العالم؟

الدراسة الثالثة: حسن أبو هنية، محمد أبو رمان، تنظيم الدولة الإسلامية: الأزمة السنية والصراع على الجهادية العالمية، الأردن، مؤسسة فريدريتش، يتناول الكتاب المعالم الرئيسة لأيديولوجية تنظيم داعش



ويحاول تفسير صعوده السريع وتحقيقه انتصارات عسكرية سريعة في كل من العراق وسوريا قبل أن يتشكّل التحالف الدولي والإقليمي لمواجهته؟ ففي الفصل الأول يناقش الجذور، المسار والتحويلات لتنظيم داعش، بينما يجيء الفصل الثاني متناولاً جبهة النصرة بين الصعود والأزمة ثم الفصل الثالث الذي جاء بعنوان: الطريق إلى "إعلان الخلافة" والذي ناقش المنهجية التي أدت إلى صعود تنظيم داعش ومنها خطة "هدم الأسوار" والتي انتهت بخروج عدد من سجناء سجن "أبو غريب" غربي بغداد، وسجن التاجي في شمالها، وهروب عدد من كبار قادة التنظيم. ثم تبعها بخطة أخرى سماها "حصار الأجناد"، والتي قادت إلى السيطرة على بعض المحافظات السنية في العراق، والتمدد في سورية. كما ناقش هذا الفصل أيضاً قوة داعش الإعلامية وبروز الأذرع الإعلامية العديدة مثل مؤسسة "الفرقان". وأساليبها الدعائية في التجنيد. أما الفصل الرابع فقد حمل عنوان: انشطار القاعدة: السجلات والتداعيات، وقد بين هذا الفصل الصدع الذي حدث بين القاعدة وداعش حينما أعلن الظواهري انفصال داعش عن القاعدة، ومن ثم اغتيال داعش لأبي خالد السوري، رجل القاعدة القوي الذي ظل منسقا لفترة طويلة بين تنظيم القاعدة المركزي وفروعه الإقليمية، وقد أدان الظواهري هذه الحادثة واتهم داعش بارتكابها. وناقش هذا الفصل أيضاً للاستنكارات والانتقادات التي وجهت لأبي بوبكر البغدادي ووصفه بالجهل من قبل لجماعات والحركات الإسلامية السياسية والجهادية. بيد أنه يعتبر التيار الوحيد الذي تمكن من تحقيق حلم "الدولة الإسلامية". ويجي الفصل الخامس تحت عنوان: الصراع على أيديولوجيا السلفية الجهادية، بالرغم من وجود القاسم المشترك بين القاعدة وداعش في انتمائهما للسلفية الجهادية إلا أنهما اختلفا حول أولوية الصراع، هل هو مع الشيعة عموماً والفصائل الإسلامية الأخرى (وهو توجه تنظيم الدولة)، أم التركيز على الولايات المتحدة والتحالف مع الأنصار والإسلاميين الآخرين (وهو توجه جبهة النصرة)؟ أما الفصل الأخير فقد تناول: تطور البناء الهيكلي لتنظيم "الدولة الإسلامية". ابتداءً الفصل بالشبكة الجهادية التي بناها الزرقاوي في العراق، والتي تألفت من مجموعة من أشد المخلصين له، والتي شهدت تطوراً لافتاً في هيكلية الجماعة عقب الإعلان عن جماعة التوحيد والجهاد، التي كانت بقيادة الزرقاوي، وكان الجناح العسكري يجمع بين المركزية واللامركزية في التشكيلات التي يتبعها، وقد قامت هيكلية داعش على المزوجة بين الأشكال التنظيمية الإسلامية التقليدية، التي تكونت مع مؤسسة الخلافة والأشكال التنظيمية الحديثة لمفهوم الدولة، وتعتبر الهيئة الإعلامية من أهم البنية الهيكلية لتنظيم الدولة، وقد عرض الفصل مؤسسة "الفرقان" باعتبارها أهم وأقدم المؤسسات. ولم يجد الباحث كتاباً آخر ناقش مؤسسات داعش الإعلامية غير هذا الكتاب وفي جزئية صغيرة من هذه الفصل.

الإطار النظري: يستخدم الإعلام الاستمالات العاطفية والعقلية في تغيير القناعات والقيم والأفكار عبر حملات إعلامية منظمة وقد تطول أو تقصر مدتها حسب المخططين لها وأهدافها النهائية. ويرى محمد

منير حجاب أن العديد من النظريات تفيد بوجود آثار للتعرض لوسائل الإعلام سواء كان تأثيراً ضعيفاً أو قوياً، وتقود نتائج هذه النظريات الى أن هنالك تأثير يقع على المتلقين ومجتمعاتهم وتجعلهم يقفون على مسافات متفاوتة من عملية التأثير ^{vi}. ويرى الباحث أن أشد فئات المتلقين للرسائل الاتصالية تأثيراً هم الذين لديهم قابلية الذوبان في الثقافات والافكار الوافدة ويتخلون عن ثقافتهم المحلية وعاداتهم وتقاليدهم وقيمهم ويلجؤون لثقافات الآخر باعتبارها أنموذجاً يجب أن يُتبع. ويرى جون ميريل (John C Merrill) أن الثقافة هي تفسير لسلوك الناس في معاشهم وحرآكهم الحضاري ^{vii}. وهذا يتحقق حينما تكون هنالك قابلية للتغيير لدى متلقي الرسائل الاتصالية، والتي ستؤدي الى حتمية تغيير الافكار والأنساق القيمية، وقد تبلغ هذه القابلية مداها وصولاً الى مرحلة التطرف الديني.

تناولت العديد من النظريات عملية الإقناع في الرسالة الاتصالية وقد تداخلت هذه النظريات بين علم النفس وعلم الاجتماع، ومن هذه النظريات ^{viii} : نظرية التعلم، نظرية النموذج الوظيفي، نظرية الترابط المعرفي، ونظرية عدم التوافق المعرفي. بيد أن الباحثين ملفين ديفلير وساندرابول وروكيتش "وضعا ثلاث استراتيجيات للإقناع، وتأتي هذه الاستراتيجيات الثلاث متناغمة مع دراستنا الحالية، وهي:

أولاً: الاستراتيجية الديناميكية - النفسية.

ثانياً: الاستراتيجية الثقافية - الاجتماعية.

ثالثاً: استراتيجية إنشاء المعنى.

وتبنى هذه الدراسة على الاستمالات الإقناعية الثلاث " العاطفية والعقلية والخوف"، وصولاً لمعرفة الأساليب الإقناعية التي يستخدمها تنظيم داعش في تجنيد الشباب عبر شبكة الانترنت، باستخدام العديد من الاستمالات العاطفية والعقلية، من خلال تحليل محتوى مجلة دابق الإلكترونية. وستبدأ الدراسة بمدخل تعريفي بتعريف الاستمالات الثلاث.

ناقش علماء الاتصال الاستمالات الثلاث بالرسالة الإقناعية وهي كما يلي: الاستمالات العاطفية، الاستمالات العقلانية، واستمالات التخويف، وهي: ^{ix}

أولاً: الاستمالات العاطفية: تستهدف الاستمالات العاطفية التأثير على وجدان المتلقي وانفعالاته، وإثارة حاجاته النفسية والاجتماعية، ومخاطبة حواسه بما يحقق أهداف القائم بالاتصال، وتعتمد الاستمالات العاطفية على ما يلي: ^x

• استخدام الشعارات والرموز: تعتمد في ذلك على خاصية التبسيط لعملية التفكير واختزال مراحلها

المختلفة عن طريق إطلاق حكم نهائي في شكل مبسط.

• استخدام الأساليب اللغوية: وهي تشمل كل الأساليب البلاغية التي من شأنها تقريب وتجسيد وجهة

نظر القائم بالاتصال.



• **دلالات الألفاظ:** وهي من أساليب تحريف الكلم عن مواضعه اعتماداً على الألفاظ المستخدمة.
• **الاستشهاد بالمصادر.**

ثانياً: الاستمالات العقلانية: وهي تعتمد على مخاطبة عقل المتلقي، وتقديم الحجج والشواهد المنطقية وتفنيد الآراء المضادة بعد مناقشتها وإظهار جوانبها المختلفة. وتستخدم في ذلك: -

- الاستشهاد بالمعلومات والأحداث الواقعية.
- تقديم الأرقام والإحصاءات.
- بناء النتائج على المقدمات.

ثالثاً: استمالات الخوف: وهي تستهدف النتائج غير المرغوب فيها التي تؤدي الى استجابة المتلقي لرسالة القائم بالاتصال، وفي هذه الاستمالات يستجيب المتلقي للرسالة الاتصالية في حالتين، هما:

- شدة الإثارة العاطفية.
- توقعات الفرد بإمكان تجنب الأخطار.

نشأة تنظيم داعش: منذ أحداث الحادي عشر من سبتمبر صار التطرف هو المدخل لرؤية القرن الحادي والعشرين بمعنى أنه ليس بالإمكان فهم مسار القرن الحالي من غير أن نفهم مغزى الإرهاب وبنيته الذهنية وخطابه ومشروعه. XI ويرى تشومسكي أنه " كلما نمت الصراعات كلما زاد المتعصبين وستتمسك الجماعات المتعصبة بموقفها. هذا يحدث عندما يكون العنف هو سيد الموقف" XII .

يرى (Fawaz A Gerges) ان الخطاب الطائفي وصعود الطائفية (rising sectarianism) ساعدتا في نشر التطرف. XIII فقد ساهمت العديد من الاحداث العالمية في نشر الفكر التكفيرى منها حادثة الرسوم المسيئة للرسول محمد (صلى الله عليه وسلم) XIV. بجانب حادثة صحيفة شارلي ابدو " Charlie Hebdo"، ويرى (Anthony Clark) ان الايديولوجيا الداعشية "The ideologies of the ISIS" قائمة على اقضاء الاخر XV

يعتبر تنظيم القاعدة أول المنظمات المتطرفة التي تم ادراجها على لائحة المنظمات الارهابية الامريكية XVI، حيث بدأ تمدد التنظيم في المشرق والمغرب وانضمت اليه جماعات عديدة تسمت بعدة اسماء انتهت الى تنظيم الدولة الاسلامية "داعش". وذكر (William McCants) ان تنظيم داعش يعتبر نهاية العالم وذلك من خلال الاستراتيجيات التي وضعها لقيادة العالم والتي اتسمت بالقتل والدماء XVII. يهدف تنظيم داعش إلى إعادة "الخلافة الإسلامية وتطبيق الشريعة" ويتخذ شعارا "باقية وتتمدد". وتتواجد جماعات داعش بشكل رئيسي في العراق وسوريا وليبيا ودول أخرى، وقد دعي تنظيم داعش في بيان الى "الغاء الحدود" بين العراق وسورية، ودعا المسلمين الى الهجرة الى "دولة الخلافة". ويذهب الصحفي الامريكي (Michael Weiss) الى ان تنظيم داعش توسع في سوريا والعراق بمساحة تعادل المملكة

المتحدة "equal to the size of Great Britainxviii".^{xix} كما ساهم تنظيم البعث بدعم داعش بالخبراء العسكريين لوحدة الهدف بينهما وهو محاربة الغزو الامريكى 2013م. ويرى (Sekulow, Ja) أن ظهور التنظيم قد اربح العالم مما دعي الولايات المتحدة الى ادراجه على قائمة المنظمات الارهابية لعلاقته بتنظيم القاعدة، والذي تم ادراجه من قبل على اللائحة الامريكية. xx وينتقد جون كولنز تعريف الارهاب قائلاً: "إن مفهوم الارهاب ذاته لا بد من وضعه موضع تساؤل بسبب غموضه" xxi بيد أن العديد من الباحثين أشاروا الى الطائرات المجهولة التي تدعم تنظيم داعش بالسلاح، إذ كتب ناصر زيدان الكاتب والأستاذ في العلوم السياسية والقانون العام والقانون الجنائي قائلاً: هناك من يُغذّي بالسلاح "داعش". وأردف مستفسراً عن أن "هناك خبر لا أدري مدى صحته أن هناك طائرات مجهولة ترمي كميات من السلاح في مناطق نفوذ "داعش". الأمر يدفعنا إلى طرح سؤال آخر، هلّ هناك من يُغذّي هذه الحركة أو هذه التجربة الإرهابية أو التجربة اللقيطة من المجتمع الدولي؟ xxi. وكتب صائب خليل مقالاً مثيراً للجدل حول الدعم الامريكى لداعش قائلاً: في البداية كان هناك الكثير من الأخبار أشارت إلى لقاء طائرة لحاوية إلى داعش في صلاح الدين، هنالك عدد من التساؤلات الجديدة حول دور اميركا في حرب داعش كانت كثيرة. xxiii

قيادة داعش: التنظيم يعتمد على قيادة مركزية ممثلة في مجلس الشورى وهو أهم ركيزة في تنظيم الدولة، ويضم نائبين للبغدادى أحدهما للعراق والاخر لسوريا، وهي تشرف كذلك على الولايات الاخرى التي تتكون من "12" حاكماً محلياً في كل من العراق وسوريا. وتضم هيكلية التنظيم العديد من الهيئات؛ مثل هيئة المالية وهيئة القيادة وهيئة الأمور العسكرية وهيئة الأمور القانونية وهيئة مساعدة وهيئة الأمن وهيئة الإعلام وغيرها. كما يحتل الاعلام حيزا كبيرا في هيكلية الدولة لأهميته في الدعاية الاعلامية بشقيها التقليدي والايكتروني، حتى اضحى مفهوم "الجهاد الإلكتروني" أحد الأركان الاساسية لحرب اعداء داعش. xxiv

مقاتلو داعش: تزايد مقاتلو داعش منذ نشأة التنظيم وحتى سقوط الموصل ثم بدأت الاعداد تتناقص قليلا نتيجة لعدد القتلى في جبهات القتال المنتشرة بين سوريا والعراق، بجانب الاجراءات التركية الصارمة لمراقبة المتسللين الى سوريا والعراق، ثم محاربة تركيا لهم بعد تكوين "درع الفرات" الذي هزم تنظيم الدولة في مدينة "جرابلس" السورية.

تباينت المصادر في حجم اعداد مقاتلي داعش ، إذ ذكر المرصد السوري لحقوق الإنسان أن تنظيم داعش قد زادت قوته إلى " 50,000" مقاتل في سوريا و "30,000" في العراق. بينما يقدر الباحث في مركز "بروكينغز" في الدوحة تشارلز ليستر أعداد المقاتلين المنضوين في تنظيم "الدولة الاسلامية" في بداية التكوين كانوا ما بين خمسة وستة آلاف مقاتل في العراق وسبعة آلاف في سورية. لكن لم تؤكد

مصادر اخرى هذه الارقام XXV. بينما رصد الباحث العديد من التقارير التي تؤكد تزايد اعداهم بعد احتلالهم الموصل، وقد تزيد عن ارقام المرصد السوري السابقة، وهذه القوات تتألف من جميع العديد من الجنسيات العربية والاجنبية.

وقد تالف جيش داعش من عدة جنسيات وظهر ذلك من خلال الافلام التي نشرتها العديد من مراكزهم الاعلامية، بجانب شهادة الصحفي الالماني جورغن تودنهوفر حينما زار مناطقهم بدعوى من البغدادي الذي كفل له تامين حياته، وقد اجرت العديد من القنوات الفضائية لقاءات معه حول زيارته لمنطق داعش، من أشهرها شبكة CNN، بجانب قناة الجزيرة، ثت روسيا اليوم "RT"^{xxvi}.

يقدر المرصد السوري لحقوق الإنسان عدد أفراد داعش بـ 50 ألفاً، نصفهم تقريبا من غير السوريين. أما وكالة الاستخبارات المركزية الأميركية (CIA) فقد اصدرت تقريرها الذي يذهب الى أن عدد عناصر التنظيم في العراق وسوريا يتراوح بين 20 و 31 ألف مقاتل ،كثير منهم قدموا من الخارج، وقد رجح رئيس لجنة الاستخبارات في مجلس النواب الأميركي النائب الجمهوري مايك روجرز، أن يكون عدد من يحملون الجنسية الأميركية في صفوف داعش بالمئات، بينما قدرت الاستخبارات الألمانية وجود نحو 400 من رعاياها في العراق وسورية يحملون السلاح لصالح داعش، فيما تشير الأنباء في المملكة المتحدة إلى أن عدد البريطانيين في صفوف التنظيم لا يقل عن 500، وتقدر أستراليا عدد مواطنيها في داعش بنحو 150 أستراليا. xxvii

داعش وتفجيرات المساجد: يُحارب التنظيم كل من يُخالف آرائه وتفسيراته الشاذة من المدنيين والعسكريين ويصفهم بالردة والشرك والنفاق ويستحل دماءهم، حيث قام التنظيم بتبني 5 عمليات تفجير انتحارية أثناء أداء صلاة الجمعة في كل من مدينة الكويت والقطيف والدمام في عام 2015م، كما قام بعملية تفجير انتحارية في نقطة تفتيش في السعودية مُستهدفاً الشرطة السعودية، ثم جاءت حوادث تفجيرات رمضان 1437هـ بالمملكة الاول بجدة ، والثاني قرب مسجد في القطيف ، وأخيراً تفجير الحرم النبوي في المدينة المنورة لتضيف الى سجلهم تاريخاً دموياً اسودا.

جدول رقم (1)

خارطة بتفجيرات داعش للمساجد بالمنطقة الشرقية وأبها

خلال الفترة من محرم 1436- ربيع الثاني 1437هـ

المصدر	عدد الجرحى	عدد القتلى	تاريخ الحادثة	المحافظة	اسم المكان	
صحيفة الشرق الاوسط	أكثر من 15	8	10 محرم 1436هـ (عاشوراء)	الاحساء	قرية الدالوة	1.

2.	قرية القديح	القطيف	4 ربيع ثاني 1436	21	81	موقع قناة العربية.
3.	جامع الإمام الحسين	الدمام	11 شعبان 1436	4	4	موقع قناة العربية
4.	مسجد قوات الطوارئ	أبها	21 شوال 1436	15	7	موقع قناة العربية
5.	مسجد الرضا	الأحساء	19 ربيع ثاني 1436	4	36	جريدة مكة

وهذه عينة من تفجيرات داعش في السعودية لتدل على منهجية القتل عندهم في كل من يعارضهم او ينتقدهم، وهذا منهج الخوارج. بيد ان المملكة كانت لهم بالمرصاد اذ اعتقلت عددا كبيرا وقتلت بعضهم. وبعد اعلان تنظيم داعش عن تفجير مسجدي قرية القديح بالأحساء وجامع الامام الحسين بالدمام، أعلنت وزارة الداخلية السعودية رصد مكافأة مالية قدرها خمسة ملايين ريال (1.3 مليون دولار) لمن يدلي بمعلومات تؤدي إلى اعتقال 16 شخصا تقول إنهم شاركوا في هجومي على مسجدين أعلن تنظيم "الدولة الإسلامية" مسؤوليته عنهما. كما أفاد بيان نشرته وكالة الأنباء السعودية بأن الوزارة عرضت أيضا مكافأة أخرى قدرها سبعة ملايين ريال (1.9 مليون دولار) لمن يدلي بمعلومات تؤدي إلى "إحباط عملية إرهابية". وذلك حتى يكون المواطن جزءا من أمن الوطن حماية للحمة الوطنية ورتقا للنسيج الاجتماعي.

أساليب داعش اللاإنسانية:

تعددت اساليب داعش لإرهاب اعدائهم وهي اساليب من دعايتهم التي اتسمت بالدماء والاشلاء، ومن اساليب داعش اللا إنسانية:

- **قطع الرؤوس:** هذه منهجية لبث الرعب الاعلامي في قلوب الاعداء وتشكيل صورة ذهنية لقوة داعش في حروبهم ضد اعدائهم من الكفار، مما يعزز من استراتيجيات الاقناع للإيقاع بالشباب وتجنيدهم أو نيل استعطافهم ليصبحوا خلايا نائمة. ففي أقل من عام على مرور إعلان دولة الخلافة أعدم داعش 2618 شخص ، من بينهم قرابة 1500 من المدنيين و139 شخص ينتمون لداعش أعدمهم بتهمة الغلو والتجسس لصالح دول أجنبية عند محاولتهم العودة إلى بلدانهم . وقد بثت داعش عبر منابرها الاعلامية صوراً لإعدام ما سمتهم بالجواسيس والمتخاذلين، وذلك لإخافة الذين تحدثهم أنفسهم بالعودة الى ديارهم، فكل من دخل يكون مصيره إما الموت في سبيل الله أو النصر.
- **تدمير الآثار التاريخية:** نشر داعش فيديو يقوم فيه رجالها بتحطيم الآثار الآشورية والكلدانية الموجودة في متحف الموصل التاريخي، وقد قاموا أيضاً بتجريف مدينة النمرود الأثرية ومدينة الحضر جنوبي الموصل. كما قامت عناصر داعش بتفجير قوس النصر الأثري في مدينة تدمر



(بالميرا) ويأتي ذلك بعد قيام التنظيم بتدمير معبدي بعل (بل) وبعلمين الأثريين مع الإشارة أن هذه المدينة مُدرجة في قائمة مواقع التراث العالمي (UNESCO World heritage sites).

• **بيع النساء:** حسب العديد من التقارير الإعلامية، فإن بيع النساء يعتبر إحدى موارد داعش، حيث استطاع اعتقال وسجن عدد كبير من إيزيديات ومن ثم بيعهن، ويتم البيع استناداً إلى تفسيرات تاريخية لا يمكن تطبيقها في واقع اليوم لأنها تخالف حقوق الإنسان وخاصة المرأة. فقد أصدرت صحيفة الجارديان البريطانية تقريراً أوضح فيه بعض جرائم داعش منها استخدام النساء كرقيق للجنس والاعتصاب. بجانب الخطف وَاغتصاب غير المسلمين واتخاذهم أسارى وبيعهم في سوق النخاسة. وقد أبرزت هالة اسفندياري من مركز وودرو ولسون الدولي للعلماء إساءة معاملة النساء من قبل مسلحي داعش بعد أن سيطروا على المنطقة. "إن الفتيات الصغيرات ... يتعرضن للاغتصاب أو يتم تزويجهن للمقاتلين وعادة ما تأخذ النساء الأكبر سناً إلى سوق الرقيق مؤقتاً ومحاولة بيعهن"، مضيفاً "أنها تقوم على الزواج المؤقت، ومرة واحدة قام المقاتلين بممارسة الجنس مع هؤلاء الفتيات [135]، وأما الناشطة في حقوق الإنسان من أصل كردي فقالت بأن المرأة اليزيدية عوملت كالماشية في المناطق التي استولت عليها داعش، وقد يتعرضون للعنف الجسدي والجنسي بما في ذلك الاغتصاب المنهجي والعبودية الجنسية وقد عرض اعلام داعش صوراً للعديد من النساء في اسواق الموصل والرقعة وهن يحملن بطاقات الأسعار .

كما أكد تقرير للأمم المتحدة صدر في 2 أكتوبر 2014، واستند على شهادة شهود عيان مكونة من " 500 " شخص ، وقد أوضحوا جميعاً بأن داعش أخذت 450-500 من النساء والفتيات في منطقة نينوى في العراق في أغسطس 2014 م، وتم التعامل معهن إما كمكافأة للمقاتلين التابعين لداعش أو ببيعهن كرقيق للجنس .

• **داعش وحتمية الاعلام الإلكتروني:** أصبح الاعلام الإلكتروني حتمية تكنولوجية في واقع اليوم ، وقد استخدم داعش مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً فاعلاً وبث دعايته الإعلامية بجميع اللغات مما مكن العديد من الشباب من الاستماع ومشاهدة دعاياتهم عبر منصاته الإعلامية المتعددة التي أنتجت افلاماً ضاهت جودتها هوليوود، وبالنظر الى ازدياد عدد مشتركى " الفيس بوك وتويتر " وغيرهما من مواقع التواصل فان دعاياتهم تزداد توسعاً، مما يزيد من اثر الدعاية الداعشية ، وهذه الزيادة ازعجت العديد من الدوائر الغربية وتخوفهم من امتداد نفوذ داعش الى بلادهم وتكوين خلايا نائمة، كما عبر وزير الخارجية جون كيرى عن تخوفه من نشاط داعش في مواقع التواصل وان حريهم لم تعد قاصرة على الارض وانما يجب ان تمتد الى الفضاء

الإعلامي. كما امتدت جرائم داعش عبر مواقع التواصل وقد رصد الباحث العديد من الظواهر الإجرامية وتكراراتها عبر بعض مواقع التواصل تباينت بين التفجير والذبح والحرق مما يؤثر الى تفاعل مرتادي مواقع التواصل مع دعاية داعش بالرغم من اغلاق العديد من الحسابات التي تتناول رسائلهم، وفيما يلي احصائية تكرارات دلالات التطرف في مواقع التواصل استنادا الى وكالة أعماق خلال الفترة من نوفمبر 2014م حتى اغسطس 2016م.

جدول رقم (2)

تكرارات دلالات التطرف في مواقع التواصل استنادا الى وكالة أعماق

تكرار دلالات عنف داعش					
الموقع	تفجير سيارات مفخخة	تفجير بحزام ناسف	حرق اشخاص	ذبح اشخاص	ايقاف الحساب
Instagram	23	26	17	28	18
Facebook	66	53	68	36	15
Snapchat	43	44	37	51	19
Twitter	73	69	76	59	37

بتحليل (جدول رقم 2) نتبين مدى توغل العنف في مواقع التواصل وسهولة الوصول اليه مما ينعكس ذلك على ميزان الامن في المجتمع، علما بان جميع مصادر هذه الصور والفيديوهات من "وكالة أعماق" التابعة لتنظيم الدولة الإسلامية، كما أن سرعة تداول المحتوى العنيف يرتبط بأحداث تفجيرات كتفجير المساجد بالسعودية بجانب تفجيرات باريس واستكهولم وكذلك التفجيرات وقطع الرؤوس في مناطق الحروب كالعراق وسوريا وليبيا والصومال، وقد حازت حادثة حرق الطيار الاردني معاذ الكساسبة حيزا كبيرا في مواقع التواصل. وبالرغم من حجب بعض الروابط والمواقع ذات الصلة بالمحتوى الداعشي الا أن الشباب استطاع انشاء روابط مكنتهم من سرعة تناقل المحتوى الداعشي خاصة الفيديوهات التي تصور الذبح والحرق بصور دراماتيكية تتسم بجاذبية الافلام الهوليودية، مما يزيد من المحفزات الايجابية لمشاهدة المزيد من الفيديوهات وبالتالي تساهم الاستجابات العاطفية والعقلية من تعاطف الشباب مع دعاية داعش.

تجنيد داعش للشباب: لداعش خبراء في الدعاية التي يقومون بها من خلال إنتاج الأفلام القصيرة بمؤثرات بصرية وتقنيات عالية الجودة، أنتجوا بها فيديو قتل جيمس فولي بعدما ألقى باللوم على سياسة أوباما في حربه ضد الإرهاب، مع سلسلة أخرى من الفيديوهات يروج لها داعش لمخاطبة الشباب الغربي

ودعوتهم إلى الهجرة من أجل الجهاد في صفوف داعش بسوريا والعراق، وهي تحت اسم (Let's Go) وتعتمد الفيديوهات المنتجة على المونتاج السريع والإثارة مع عرض مقاطع تتضمن عنفاً يرافقه موسيقى سريعة.^{xxviii} وينتقد عبدالرحمن المرشد رقابة هيئة الاتصالات السعودية لمحتوى الانترنت قائلاً: " يبدو أن (هيئات الاتصالات) تهتم بالمواقع المعنية بالأمر الأخلاقية، وتتناسى الأمور الفكرية التي لا تقل خطورة عن سابقتها؛ والدليل أن أغلب من وقع في الانحرافات الفكرية هم من المراهقين الذين تأثروا بمواقع التواصل الاجتماعي وما يبث فيها من أفكار مسمومة".^{xxix}

الاستراتيجية السعودية في مكافحة الإرهاب: ينبغي ان نقف على التعريفات المتعددة التي تناولت مفهوم الإرهاب وسننتخب منها تعريفين من رؤية علمية محايدة وهما تعريف قاموس اكسفورد السياسي Oxford Concise Dictionary of Politics، والذي يعرفه بأنه: "مصطلح لا يوجد اتفاق على معناه الدقيق حيث يختلف الأكاديميون والسياسيون على تعريفه ولكنه بصورة عامة يستخدم لوصف أساليب تهدد الحياة تستعملها مجاميع سياسية نصبت نفسها في حكم أو قيادة مجاميع غير مركزية في دولة معينة". بينما يذهب تعريف A.P. Schmid الذي يلجأ إليه علماء الاجتماع بان الإرهاب هو: "أساليب متكررة تولد الخوف والقلق يقوم بها أفراد بإشراف مجموعات داخل دولة أو بإشراف الدولة نفسها وتكون أهداف العملية سياسية عادة وتختلف عن الاغتيالات بكونها ليست موجهة إلى شخص معين ويتم اختيار الأهداف لغرض إرسال إشارات إلى أكبر عدد من الناس والحكومات التي تمثلهم". وبهذا فان داعش يندرج تحت ارهاب الافراد والدول بقتلهم وارعاب المواطنين بالعديد من الوسائل المتعددة.

عقب موجة من الهجمات الإرهابية المميتة التي بدأت في العام 2003، أطلقت المملكة العربية السعودية حملة واسعة لمكافحة الإرهاب، والهدف الرئيس لهذه الاستراتيجية هو محاربة أيديولوجيا تؤكد الحكومة السعودية أنها تستند إلى تفسيرات فاسدة ومنحرفة للإسلام. ويوضح خبير الارهاب السفير السعودي علي بن سعيد بن عواض عسيري في كتابه جهود المملكة العربية السعودية في مكافحة الارهاب بسياسة ذات استراتيجيات ثلاث، قائلاً: "من اجل جعل محاربة الارهاب فاعلة ومؤثرة وعملية تبنت المملكة العربية السعودية عددا من الخطوط الارشادية السياسية. هذه الخطوط الارشادية هي نتيجة إدراك القيادة السعودية ان جهل مبادئ الاسلام واركانه ومقاصد الشريعة الى جانب تزمتم الفكر وتعصبه تكون جميعا الاسباب الرئيسية التي تحفز النشاطات الارهابية".^{xxx}

العناصر الرئيسية في الاستراتيجية السعودية: عقب موجة من الهجمات الإرهابية المميتة التي بدأت في العام 2003، أطلقت المملكة العربية السعودية حملة واسعة لمكافحة الإرهاب.^{xxxi} وتتكون الاستراتيجية السعودية من ثلاثة برامج مترابطة تهدف إلى:

- الوقاية: استخدمت المملكة العربية السعودية مئات البرامج الحكومية لتثقيف الجمهور عن الإسلام الراديكالي والتطرف، إضافة إلى توفير بدائل عن التطرف في أوساط الشباب.
- إعادة التأهيل: يمثل برنامج الإرشاد الشامل، الهادف إلى إعادة تثقيف المتطرفين العنيفين والمتعاطفين معهم وتشجيع المتطرفين على التخلي عن أيديولوجياتهم الإرهاب.
- برامج النقاهاة: من خلال التدريب التربوي، وعمليات الإرشاد الديني والنفسي المستمرة، والدعم المكثف من الشبكات الاجتماعية.

تطور استراتيجيات مكافحة الإرهاب: xxxii

- فهم طبيعة ظاهرة الإرهاب.
- أولويات الأهداف في الحرب على الإرهاب.
- الانتقال إلى استراتيجيات هجومية.

الدعائم السبعة لاستراتيجيات الحرب على الإرهاب: نشأة هذه الاستراتيجيات بعد تمدد تنظيم داعش وبروزه كقوة مهددة للأمن والسلام الدوليين انطلقت الجهود الدولية لمحاربة تنظيم داعش انطلاقاً من الخطوات التالية ويمكن تلخيص هذه الدعائم السبعة فيما يلي: xxxiii

- 1- توجيه ضربات عسكرية مباشرة إلى المواقع التي تحتمي فيها الجماعات الإرهابية.
- 2- الرقابة على التسليح ومنع وصول الأسلحة إلى الجماعات الإرهابية
- 3- الرقابة على التمويل، ومحاصرة منابع التمويل وتتبع التحويلات ومحاوله إجهاضها.
- 4- الرقابة على الاتصالات ومحاوله النفاذ إلى أنظمة الاتصال الداخلي في الجماعات الإرهابية بقصد الحصول على المعلومات الكفيلة بإجهاض العمليات الإرهابية قبل وقوعها.
- 5- الرقابة على تجنيد الأفراد للتحاق بالمنظمات الجهادية.
- 6- الرقابة على التنقلات وعلى حركة الأفراد المشتبه في صلتهم بالمباشرة بالإرهاب.
- 7- تدويل الحرب على الإرهاب من خلال الأمم المتحدة.

الاستمالات العاطفية والعقلية للمتطرفين لتجنيد الشباب:

يستخدم الاعلام الداعشي الاستمالات العاطفية والعقلية والتخويفية في تغيير القناعات والقيم والأفكار للشباب السعودي وغيرهم عبر حملات إعلامية منظمة وقد تطول أو تقصر مدتها حسب المخططين لها وأهدافها النهائية. ويرى العديد من الباحثين أن العديد من النظريات تفيد بوجود أثار للتعرض لوسائل الإعلام سواء كان تأثيراً ضعيفاً أو قوياً، وتقود نتائج هذه النظريات الى أن هنالك تأثير يقع على المتلقين ومجتمعاتهم وتجعلهم يقفون على مسافات متفاوتة من عملية التأثير xxxiv.

ويرى الباحث أن أشد فئات المتلقين للرسائل الاتصالية تأثيراً هم الذين لديهم قابلية الذوبان في الثقافات والافكار الوافدة ويتخلون عن ثقافتهم المحلية وعاداتهم وتقاليدهم وقيمهم ويلجئون لثقافات الآخر باعتبارها أنموذجاً يجب أن يُتبع. ويرى جون ميريل (John C Merrill) أن الثقافة هي تفسير لسلوك الناس في معاشهم وحراكهم الحضاري XXXV. وهذا يتحقق حينما تكون هنالك قابلية للتغيير لدى متلقي الرسائل الاتصالية، والتي ستؤدي الى حتمية تغيير الافكار والأنساق القيمية، وقد تبلغ هذه القابلية مداها وصولاً الى مرحلة التطرف الديني.

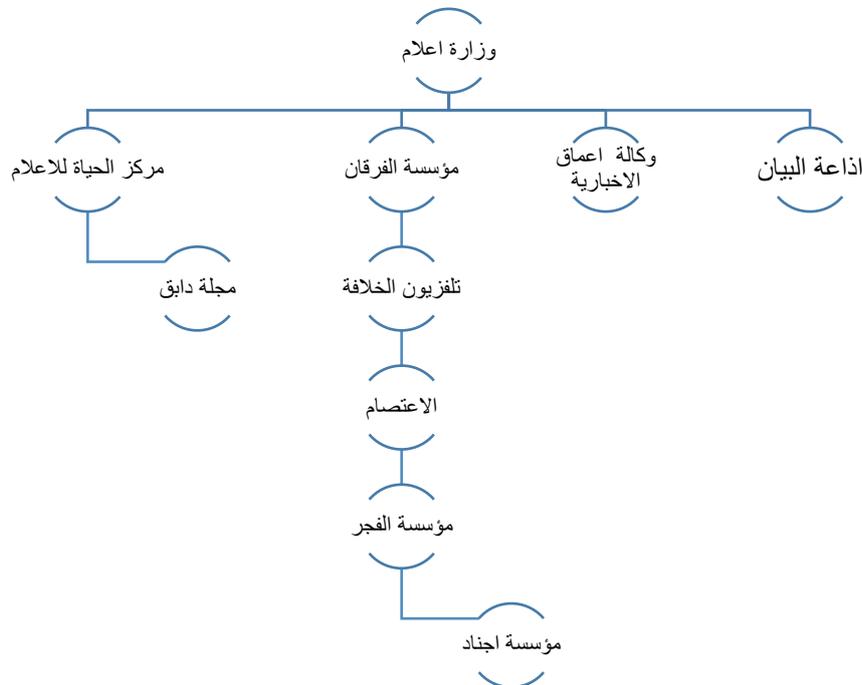
يوظف داعش في دعايتهم الاعلامية لتجنيد الشباب السعودي وغيرهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي استخدام الاستمالات العقلية والعاطفية والتخويفية معاً، باستصحاب الصور والانايشيد الجهادية ومقاطع صوتية مجتزأة من سياقها الموضوعي من بعض محاضرات مشاهير الشيوخ والعلماء، وهذه قد تؤثر عاطفياً في بعض من يشاهدها أو يستمع إليها، بجانب ذلك استعراض تاريخ الحروب الصليبية وأحاديث الملاحم والفتن وآيات الجهاد كقوله تعالى : "وقاتلوهم حتى لا تكون فتنة ويكون الدين كله لله فإن انتهوا فإن الله بما يعملون بصير وإن تولوا فاعلموا أن الله مولاكم نعم المولى ونعم النصير" . وغيرها من آيات التدافع البشري والقتال، وكل تلك الرسائل الاعلامية تحرك المشاعر وتوغر الصدور ضد الآخر.

فالمتطرفون لا يستصحبون أدب الاختلاف منهجية في رفع الملام كما بين شيخ الاسلام بن تيمية في ذلك الكتاب XXXVI. ومن هنا يكون أثر الاستمالة قوياً، ويلعب التكرار دوراً فعالاً في عملية التذكير المستمرة وتثبيت المواقف والقرارات الشخصية، ومن هنا تتكون الخلايا النائمة. وقد صدرت عدة أفلام تعمق تلك التصورات ودلالاتها بين تناول الاعلامي والواقع المعاش كما تصنع (داعش) حالياً، ومن هنا تحرك تلك الصور بعض المتأثرين بتلك الرسائل ومن ثم يبدأ تهديد الأمن الوطني بالقتل أو التفجير، فكل متطرف يقتل أو يفجر.

مؤسسات داعش الاعلامية: استخدم داعش الاعلام الاليكتروني بكفاءة عالية، بجانب الاعلام التقليدي، وذلك لمخاطبة كل المسلمين حول العالم بجميع اللغات، وقد تفاعل العديد من الخليجيين والاوروبيين والغربيين وحتى الاسيويين لرسائل داعش مما يؤكد فاعلية تأثير خطابهم الإعلامي، ويبرز ذلك من خلال جيشهم الذي تكون من العديد من الأجانب بجانب العرب. فقد استخدموا الصورة التلفزيونية بتقنية عالية ماثلت صورة افلام هوليوود، وقد شاهدت العديد من الافلام واحسست انني اشاهد فلما امريكا يشبه افلام الاكشن مثل فيلم "Patriot"، وافلام بوياكا سكوت ادكنز"، وغيرها من أفلام التي تناولت قطع الرؤوس وذبح الأعداء، لهذا تجد تقارب وتشابه في سيناريوهات أفلام داعش مع تلك الأفلام، مما يجعلها مألوفة للمشاهدة وتجسيد الواقع.

وإثر سيطرة داعش المفاجئة والسريعة على الموصل في (يونيو 2014) أنشأ مراكز إعلامية جديدة، مثل: "مؤسسة الفرقان للإعلام" التي ناهزت إصداراتها المنتين وأنتجت الكلمات الصوتية "للخليفة" أبو بكر البغدادي، و"مؤسسة الاعتصام" التي استحدثتها التنظيم بعد دخوله سوريا ونشرت نحو مئة إصدار، و"مركز الحياة للإعلام" الذي يعد الذراع الإعلامية للتنظيم ويبيث تسجيلات مرئية بلغات أجنبية مع ترجمة مكتوبة بالعربية. هذا فضلا عن "مركز الفجر" و"مؤسسة أجناد" التي تعتبر ذراع التنظيم الخاصة بالإصدارات الصوتية ذات الجودة العالية، و"وكالة أعماق" الإخبارية، و"وكالات" إنتاج إعلامي تتبع لـ"ولايات التنظيم" خارج العراق وسوريا، وتعد وتنتشر جملة من الإصدارات الفائقة الدقة التي تشرح رؤى التنظيم وتنتشر دعايته مستغلة التقنيات الحديثة في مجال التصوير والإنتاج والنشر. XXXVII ويدير التنظيم منذ قيامه شبكة إعلامية متكاملة ومتماسكة، بدءاً من إصدار الصحف والمجلات وتأسيس الإذاعات والتفكير في إطلاق التلفزيونات، ومرورا بإنشاء عشرات الحسابات على مواقع التواصل الاجتماعي: يوتيوب وفيسبوك وتويتر وإنستغرام وتمبلر، وانتهاء بتطبيقات الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية (مثل تطبيق "فجر البشائر") والفيروسات المتطورة.

هيكلية المؤسسات الإعلامية الداعشية



وبالنظر الى هيكلية الاعلام الداعشية نرى مركزية الاعلام ممثلة في وزارة الاعلام على غرار النظام الاعلام الاعلامي في دول المنطقة العربية، ليؤكدوا انهم أصبحوا دولة ذات سيادة قانونية واجهزة

اعلامية، وتؤدي هذه المؤسسات ادوارا تكاملية للدعاية للفكر الداعشي لاستقطاب الشباب من شتى انحاء العالم. وسنتناول هذ المؤسسات داعش الاعلامية كما يلي:

الاعلام الالكتروني: ويشمل عدة مؤسسات الكترونية ومن أشهرها مؤسسة الفرقان للإنتاج الاعلامي، بجانب وكالة اعماق الاخبارية. ونتناول في البدء الاعلام الاليكتروني كما يلي:

أ. **مؤسسة الفرقان للإنتاج الإعلامي:** تعتبر أضخم مؤسسة إعلامية تتبع لداعش ويتفرع عنها عدد من المؤسسات والمراكز الإعلامية وهي اولى مؤسساتهم الاعلامية التي حملت فكرى داعش الى العالم من خلال الاساليب الدعائية المتنوعة. اوضح هشام الهاشمي الباحث المتخصص في قضايا الفكر الجهادي، في مقابلة مع وكالة " واي نيوز"، فكرة انشاء مؤسسة الفرقان قائلا إن " فكرة إنشاء مؤسسة الفرقان للإنتاج الإعلامي، جاءت حين أعلنت الدولة الإسلامية في العراق في 2006/10/15، تأمير ابو عمر البغدادي (حامد داود الزاوي) عليها، حيث اقترح القيادي السابق في القاعدة، محارب عبداللطيف الجبوري (ابو عبدالله)، الذي قتل في العراق لاحقا، إنشاء مؤسسة خاصة على غرار المؤسسات الإعلامية لطالبان والقاعدة وفروعها الأخرى، كمؤسسة السحاب للإنتاج ومؤسسة الملاحم ومؤسسة الأندلس الإعلامية"، موضحا أن الجبوري اقترح إبدال الاسم الحركي لمن يرأس إدارة الإعلام من (أبي ميسرة العراقي) إلى (أبي عمر) فأصبح كل من يدير مؤسسة الإعلام التابعة للدولة الإسلامية في العراق، يكنى (بأبي عمر)«xxxviii.

تعتبر هذه المؤسسة من أكبر المؤسسات الاعلامية الدعائية، وتتبع لها عدة مؤسسات وهي: مؤسسة الاعتصام، مركز الحياة للإعلام، مؤسسة أجناد، وكذلك مؤسسة الفجر، ولهذه المؤسسات التابعة للفرقان انتاج اعلامي ضخم، وهي بهذا تسعى مؤسسة الفرقان لتشكيل شبكة اعلامية على غرار الشبكات الاعلامية الكبرى كالعربية والـ"CNN".

وقد ورثت داعش مؤسسة الفرقان للإنتاج الإعلامي من تنظيم القاعدة في العراق ثم طورها لتكون من اقوى مؤسساته الإعلامية، وقد ساهمت في نشر أفكارهم من خلال الفيديوهات عالية التقنية. وقد شاهدت بعض ما استطعت الوصول اليه من ارشيفها الذي حوى العديد من العمليات التفجيرية وقد اتسم بنقنية عالية. وتتصدر الفيديوهات عبارة " وزارة الاعلام في دولة العراق الإسلامية" وبعض الفيديوهات امتد زمانها من "1:38-57:45" دقيقة، ومعظمها يخص العراق. وقد حملت أسماء الفيديوهات بعض الأسماء نذكر منها "غزوة الأسير، العودة للجبال، عملية جريئة وهذه ثلاثة أجزاء، عملية استشهادية على بيت الحرس الوثني، إقامة حكم الله"، ويعتبر خطاب البغدادي الذي أعلن فيه الخلافة من أشهر اصدارتها، وجميع خطاباته أصبحت حصريا عليها مما يجعلها المؤسسة الدعائية الأولى لداعش.

بلغت إصدارات مؤسسة الفرقان أكثر من مئتين مقطع فيديو، إضافة إلى الكلمات الصوتية: ومن أشهر إصداراتها "أمة الخير"، و"صليل الصوارم" (أربعة أجزاء)، وقد حقق الأخير أكثر من " 56 ألف مشاهدة على موقع اليوتيوب خلال 24 ساعة من وضعه على الموقع، ومن إصداراتها أيضا مقاطع فيديو باسم "هدى وبشرى للمؤمنين"، و"تاج الوقار"، و"قوافل الشهداء" (جزءان)، و"دولة الإسلام باقية"، و"غزوة الثأر لأسرانا في الفلوجة"، و"غزوة أبي حفص المشهاني"، و"غزوة رعي بن عامر"، و"غزوة فكوا العاني"، و"فرسان الشهادة" (خمس أجزاء)، و"حصاد المنهزمين في بلاد الرافدين". ويعتبر حرق الطيار الكساسبة من أشهر إصداراتها.

ب. وكالة أعماق الاخبارية: اخذت داعش اسم اعماق من الحديث الذي يقول فيه النبي "صلى الله عليه وسلم: "لا تقوم الساعة حتى تنزل الروم بالأعماق أو بدابق.... إلخ" (رواه الإمام مسلم). وقد استندوا الى مرجعية اسلامية في بعض مسميات مؤسساتهم الاعلامية ومنها ايضا "مجلة دابق"، وهذا يعزز من دعايتهم الاعلامية على الابعاد السيكولوجية للشباب، وقد احتج بعض الشباب المتعاطفين معهم ممن قابلتهم في السودان ان هنالك العديد من الأحاديث التي اشارت الى صفة داعش ومنها اجتماع الغرب باسره لقتالهم وقد اشارت إليهم الأحاديث "بالروم".

يرى تشارلي وينتر باحث في الميليشيات الإسلامية في جامعة ولاية جورجيا في أتلانتا الأمريكية أن وكالة أعماق هي محاولة لتحقيق "السيطرة الإعلامية". وقد سميت الوكالة على اسم بلدة سورية ورد ذكرها في نبوءة قديمة عن موقع لنصر مؤزر على الكفار. وتنتج وكالة أعماق نشرات أخباريه على مدار الساعة طيلة أيام الأسبوع باستخدام التقنية المتنقلة. وقد حاول الباحث الوقوف على بعض إصداراتها وقد وجدها مقاطع غير مكتملة لأغلقها من قبل هيئة الاتصالات، بيد ان العديد من القنوات الفضائية اعتمدت عليها كمصادر للأخبار ومنها: شبكة الجزيرة، شبكة CNN، وقناة RT الروسية وشبكة BBC، وغيرها من القنوات الفضائية والمواقع الإلكترونية. وتعتبر من المصادر الموثوقة لدى شبكة الجزيرة لكثرة الاستشهاد بأخبارها في نشرات اخبارهم.

ج. مجلة دابق: وهي أول مجلة ورقية وإلكترونية للتنظيم، بدأ صدورها دوريا كل ثلاثة أشهر ثم أصبحت شهرية، وتوزع مباشرة في مناطق سيطرة التنظيم ودوليا عبر البريد الإلكتروني، وقد صدر العدد الأول منها في النصف الأول من يوليو 2014 عن "مركز الحياة للإعلام" التابعة له. وتعنى الصحيفة في مجملها بالحديث عن "إنجازات تنظيم الدولة وما قدمه ويقدمه للمسلمين والمشاريع التي يسعى لإقامتها، وتوعية الناس بإقامة شرع الله وحدوده في البلاد، ويقضايا الخلافة الإسلامية وأهميتها وأهدافها ودورها في إحقاق الحق، إضافة إلى شرح وتوضيح أسباب وجوب بيعة الناس ضمن حدود الدولة الإسلامية وخارجها لخليفة المسلمين أبو بكر البغدادي". ومن أبرز الأمور التي

نشرها موقع المجلة حوار مع الطيار الأردني معاذ الكساسبة الذي أسره التنظيم بعد إسقاط طائرته في مدينة الرقة شمالي سوريا، قبل أن يبيث التنظيم شريطاً مسجلاً لإعدام الطيار حرقاً. كما نشرت المجلة ف صورة قالت إنها للقنبلة البدائية الصنع التي تم بها إسقاط الطائرة الروسية فوق شبه جزيرة سيناء بمصر قبل ذلك بنحو ثلاثة أسابيع.

ظهرت مجلة "دابق" بإخراجها الاحترافي ومضامينها الرمزية بمجرد ظهور تنظيم داعش، والتي تعنى في مجملها بالحديث عن إنجازات التنظيم وما يقدمه للمسلمين، وأسباب وجوب بيعة الناس لخليفة المسلمين أبي بكر البغدادي. وجاء العدد الثاني للمجلة بعد ظهورها الأول مدعوماً بصور للمسلحين وجثث مشوهة في المعارك التي تخوضها أمريكا وحلفاؤها ضد التنظيم، ونصوص دينية تبرر إعلان تنظيم الدولة الإسلامية للخلافة وسلطتها الدينية على المسلمين، وتصف في مضامينها الإخبارية كلا من الرئيس الأمريكي أوباما والسيناتور جون ماكين بالصليبيين.

ذكرت صحيفة صنداى تلغراف البريطانية في عددها الصادر في 7 يونيو 2015 إن تنظيم الدولة يعرض منذ 24 مايو 2015 "مجلة دابق" بنسختها الإلكترونية باللغة الإنجليزية على موقع أمازون المعروف عالمياً، رغم أن المجلة تساعد تنظيم الدولة في تجنيد مقاتلين أجنب من الدول الغربية. وأوضحت أن أسعار المجلة بين ثمانية و29 دولاراً أميركياً للنسخة الواحدة، ويمكن إيصالها إلى المشتري خلال يوم واحد. وأضافت أنها تتناول قضايا إسلامية وأخرى معاصرة وتنتشر تقارير إخبارية سياسية واقتصادية ومقالات متنوعة، وأنها تستخدم تقنيات عالية كي تصدر بطباعة فاخرة وبصور ملونة وقد تكون مغلفة على شكل هدية.

كتب تنظيم داعش "ميثاق صحافي" بضوابط لتغطية الأخبار في مناطقه لمتابعة الصحافيين المحليين، وهي الضوابط اللانهائية والمتغيرة بحسب الخبر، وتقوم مكاتب الإعلام التابعة للتنظيم بالإبلاغ عن صحافييها إذا بدر منهم خطأ، كان آخرهم صحافياً قام بتصوير الأطفال وهم يشاهدون الجثث وقد قطعت رؤوسهم ليتم اعتقاله، وهنا يعمل الصحافيون بشروط متغيرة عدا شرط واحد ثابت هو أن يكون مبايعاً لخليفة المسلمين. ويتم توزيع مجلة دابق مجاناً على أهالي الموصل أو يتم إرسالها على البريد الإلكتروني، ولا تفصح المجلة عن موقع إلكتروني لها أو كيفية نشرها رغم أنها تشير إلى أن "فريق دابق يرغب في تلقي تعليقاتكم". XI.

استراتيجية داعش الإعلامية: من حيث الأهداف يركز إعلام تنظيم الدولة في استراتيجيته الإعلامية الدعائية على هدفين متلازمين: الهدف الأول، هو سعيه إلى بث الخوف والرعب في صفوف جمهور المعادين له عبر تقديم صورته المخيفة والقاسية مع الخصم لكسره وجعله ينصاع وينهار، مستخدماً

الصوت والصورة وكافة المؤثرات النفسية والشعورية، ومتحررا من كل الضوابط المهنية المعروفة في صناعة الإعلام.^{xli}

أما الهدف الثاني فهو محاولته التعريف بالتنظيم ومنهجه الفكري والرد على من يخالفونه، وإظهار جوانبه الإيجابية والإنسانية بتقديم صورة نموذجية له فكرا وتنظيما ونمط حياة اجتماعية وإدارة لـ "دولة الخلافة"؛ ويتوجه عادة بهذه الصورة إلى متلقي رسائله في البيئات التي احتضنته فعليا أو معنويا، محاولا استقطاب وتجنيد الشباب المستجدين.

يولي تنظيم داعش أهمية قصوى للإعلام، لدرجة أن قياداته تعتبر ان لجنة الإعلام الإلكتروني من اهم جبهات العمل، وقد استغلت داعش بمهارة فائقة -عبر "وزارة إعلامه"- كل أنواع وسائل الإعلام التقليدية والإلكترونية وجميع أنماط الأدوات والبرامج الإعلامية المرئية والمسموعة والمكتوبة، لإعداد ونشر أيديولوجيته وتحقيق أهدافه الثقافية والسياسية والعسكرية في فترة قياسية، مراعيًا الجوانب النفسية والاجتماعية والثقافية للمتلقين لرسائله الإعلامية. ويرى هشام الهاشمي في مقابلة مع وكالة «واي نيوز» أن «تنظيم داعش يولي أهمية قصوى للإعلام لدرجة أن قياداته تعتبر ان لجنة الإعلام الإلكتروني من اهم جبهات العمل».^{xlii} ومن أبرز إصداراتها؛ "وثائقيات أمة الخير، وصليل الصوارم (أربعة أجزاء)، وهدى وبشرى للمؤمنين، وتاج الوقار، وقوافل الشهداء (جزءان)، ودولة الإسلام باقية، وغزوة الثأر لأسرانا في الفلوجة، وغزوة أبي حفص المشهداني، وغزوة ربيعي بن عامر، وغزوة فكوا العاني، وفرسان الشهادة (خمس أجزاء)، وحصاد المنهزمين في بلاد الرافدين، وعامان لدولة الإسلام، وكتائب كردستان في دولة العراق الإسلامية، وان القوة الرمي، وفيلم العودة الى الجبال، وفرحة المسلمين بقيام دولة الموحدين، وصيادو الكاسحات".

وتشير بعض التقديرات إلى أن 31% من منشورات وإصدارات التنظيم حظيت بتجاوب شعبي في بلجيكا، و24% في بريطانيا، و21% في الولايات المتحدة. وقد أظهرت دراسة أعدها مركز "كويليام" البريطاني أن الطواقم الإعلامية التابعة للتنظيم أنتجت -في الفترة ما بين 17 يوليو/تموز و15 أغسطس/آب 2015- مواد إعلامية دعائية مرئية ومسموعة بلغت 900 مادة، مشيرة إلى أن ذلك يعد "حملة إعلامية كبيرة" بمعدل 38.2 دعاية في اليوم الواحد. وتناولت 469 مادة منها الخدمات العامة والاقتصادية في مناطق التنظيم.^{xliii}

داعش ومواقع التواصل الاجتماعي: يوظف التنظيم مواقع التواصل الاجتماعي (يوتيوب وفيسبوك وتويتر وإنستغرام وتمبلر... إلخ) توظيفا شاملا وفعالا للتواصل مع مناصريه واستقطابهم للقتال في صفوفه، أو توظيفهم في خدمة خطته الإعلامية ونشر التغريدات وتنسيق تعميمها، وفي جمع المعلومات الاستخباراتية، وتنسيق عمليات الرد على الأصوات والتغريدات المعادية لنشاط التنظيم وأهدافه، وبالتالي فان أثر مواقع

التواصل واضح من خلال الروابط العديدة التي تبشر بفكرهم حتى داخل الشبكة السعودية كما لاحظ الباحث.

ولا يقتصر استغلال العاملين في إعلام التنظيم لشبكة الإنترنت على نشر رسائل الوعد والوعيد الصادرة من التنظيم، بل يوظفها لفهم حاجات متابعيه واستشارتهم وقياس وتحليل ردود فعلهم، وبناءً عليه يطور استراتيجياته وأساليب عمله. وهم على دراية كبيرة بوسائل التواصل الاجتماعي وكيف يتم استغلالها، وتفاوت استخدام هذه الوسائل بحسب الأوساط الاجتماعية، فهم مثلاً يستخدمون تويتر في الخليج بينما يوظفون فيسبوك في سوريا، كما يستغلون في أميركا تويتر أكثر من فيسبوك لأن انتشار الأول هناك أقوى من الثاني. وقد دفع استخدام التنظيم الواسع والمنظم لمواقع التواصل الاجتماعي مجلة ديرشبيغل الألمانية إلى قولها (نوفمبر 2014) إن تنظيم الدولة هو المنظمة الأولى من نوعها التي تعي وتدرك أهمية هذه المواقع.

الدراسة الميدانية:

خلفية تاريخية لمجلة دابق:

تعتبر مجلة دابق الناطق الرسمي باسم داعش، وتنتم مجلة دابق بتصميم عالي الجودة وهي تشبه مجلة شركة ارامكو السعودية للبتترول لفخامتها، ودوماً يحتوي الغلاف على صورة بحجم الغلاف وهي تمثل الموضوع الرئيس لكل عدد، وهي بذلك تقلد مجلة التايم الأمريكية في تصميمها للغلاف. أما أهداف المجلة كما ذكرها مركز الحياة "ناشر المجلة" في افتتاحية العدد الأول قائلاً: "بعد مراجعة بعض التعليقات على الأعداد الأولى من التقارير الإخبارية للدولة الإسلامية، قرر مركز الحياة للإعلام تركيز جهوده -إن شاء الله- في مجلة دورية تركز على موضوعات التوحيد، والمنهج، والهجرة، والجهاد، والجماعة. وسوف تحتوي أيضاً على تقارير مصورة، وأحداث جارية، ومقالات معلوماتية عن أمور لها علاقة بالدولة الإسلامية"

كانت هذه المجلة هي الإصدار الإعلامي الاحترافي الأول للدولة الإسلامية بعد إعلان أبو بكر البغدادي الخلافة في 29 يونيو 2014م من الجامع الكبير "الحدباء" بالموصل بعد سقوطها في أيدي داعش والذي تدور حوله العديد من الاستقهامات. وقد سبق إعلان الخلافة إصدارها ثلاثة أعداد من "تقرير أخبار الدولة الإسلامية ISN: Islamic State News". فاللغة الأساسية للمجلة هي اللغة الإنجليزية، وظهر عددها الثالث فقط بالفرنسية. كانت "دابق" هي فقط البداية، فقد تلاها في منتصف 2015 مجلتين بلغتين مختلفتين: "إستوك" وتصدر باللغة الروسية وهي موجهة لأنصار الدولة في بلاد القوقاز، و"القسطنطينية" وكذلك تصدر باللغة التركية وهي موجهة لأنصار الدولة في تركيا.

وتصدر المجلة عن مركز الحياة للإعلام - الوكالة المسئولة عن الشؤون الإعلامية لغير العرب في الدولة باللغة الإنجليزية، باستثناء العدد الثالث الذي ظهرت فيه نسخة بالفرنسية، ويحاول من خلالها الوصول للمتلقي الغربي، ويكتبها بطريقة احترافية، وهي الامتداد للعمل الإعلامي المنظم للتنظيم، والتي قالت عنها "وكالة الأنباء الفرنسية" - لشدة إتقانها - انها تعتبر Inflight Magazine، أي كمجلات الطائرات، والتي توزع مجاناً، وتكتب بلغة جاذبة، معتمدة على لغة الصورة بشكل كبير، ومخاطبة الرجل الغربي بطريقة حضارية أحياناً، ولغة العنف في أحيان أخرى. xlv. وباعتباري أستاذاً للتحرير الصحفي فقد لاحظت ان المجلة تتسم باحترافية عالية في التحرير والإخراج الصحفي.

وفي لقاء تلفزيوني ذكر عبد البارئ عطوان أنه تلقى عرضاً بالبريد الإلكتروني ليكون رئيس تحرير مجلة دابق لكنه رفض. xlv. تم بيع أربعة اعداد منها على موقع امازون مع امكانية تحميل نسخة إلكترونية من المجلة مجاناً من مواقع أخرى، بيد أن امازون قام بسحبها من موقعه في يونيو 2015م بعد بيع أربعة اعداد ورقية منها على الموقع في الدول الاوربية، وسعر النسخة يتراوح بين (5- 16) جنيه استرليني.

xlvi

المواضيع الرئيسية بالمجلة:

الغلاف يحتوي دائماً على تصميم للملف الرئيس للعدد. فعلى سبيل المثال، جاء العدد الأول تحت عنوان "عودة الخلافة" والذي تزامن مع إعلان الدولة الخلافة، وتصيبيها أبو بكر البغدادي خليفة في منتصف 2014، ونجد العدد الثاني تحت عنوان "الطوفان" إشارة إلى ملف العدد المعنون بـ "الدولة الإسلامية أو الطوفان"، وهكذا في كل عدد. وستكون هذه المواضيع الرئيسية للمجلة هي محط الدراسة التحليلية للمجلة باستخدام استمارة التحليل. وبالنظر الى الجدول التالي نتبين الموضوعات الرئيسية التي ظهرت بدابق ومثلت موضوعات الغلاف الرئيسية، كما يلي:

جدول رقم (1)

خارطة المواضيع الرئيسية بغلاف مجلة دابق

تركز الدراسة على تحليل " موضوع الغلاف " الموضوع الرئيس بالمجلة دون غيرها من المواد التحريرية للمبررات التالية:

1. اهتمت المجلة كثيرا بالمقالات في تناولها للقضايا السياسية والاجتماعية والعسكرية.

الاعوام	التاريخ	رقم العدد	عنوان الغلاف	موضوع الغلاف
العام الأول	رمضان 1435	1	The Return of Khilafah	اعلان الخلافة من الموصل
	رمضان 1435	2	The Flood	الإسراع بالانضمام لدولة داعش أو انتظروا وعيد الله
	ذوالحجة 1435	4	The Failed Crusade	الحملة الدولية العسكرية ضد داعش بقيادة امريكا
العام الثاني	محرم 1436	5	Remaining and Expanding	يعزز من شعار داعش باقية وتتمدد
	ربيع أول 1436	6	AI_QA'IDAH of Waziristan	نظيم القاعدة في وزير ستان
	ربيع الاخر 1436	7	From Hypocrisy to Apostasy	من النفاق الى الردة: اختفاء المنطقة الرمادية
	جمادى الاخر 1436	8	SHARI'AH ALONE WILL RULE AFRICA	الشريعة وحدها ستحكم افريقيا
	شعبان 1436	9	They Plot and Allah Plots	يمكرون ويمكر الله
	رمضان 1436	10	The Laws of Allah Or The Laws Of men	ناقش قضية الحاكمية لله
	ذوالقعدة 1436	11	From the battle of Al-Ahزاب to the war of coalitions	من غزوة الاحزاب الى غزوة التحالفات
	صفر 1437	12	Just Terror	مجرد خوف
العام الثالث	ربيع الآخر 1437	13	the rafidah from ibn saba' to the dajjal	الرافضة من ابن سبأ الى الدجال
	رجب 1437	14	The Murtad Brotherhood	تناول ارتداد الاخوان المسلمين في عهد مرسي
	شوال 1437	15	Break the Cross	كسر الصليب



2. غطت المقالات معظم صفحات المجلة في جميع الاعداد التي تتراوح بين (60 الى 90) صفحة.
3. صاحبت المقالات صوراً مؤثرة تم تصويرها باحترافية عالية مما يزيد من قوة تأثيرها على القارئ.
4. مواضيع الغلاف الرئيسية عبارة عن مقالات كتبها أحد قادة داعش وتمثل مسار كل عدد.
5. يكتب موضوع الغلاف أحد قادة داعش ولا يُوقع باسم في أحيان عديدة ويحتل أكثر من عشرة صفحات في كل عدد.

استمارة تحليل المضمون: اتساقاً مع اهداف وتساؤلات الدراسة فقد تم تصميمها بعد مراجعة العديد من الدراسات ذات الصلة ومن ثم تحكيم الاستمارة من قبل عدد من الاساتذة.^{xlvii}

وحدات التحليل: تم اختيار " الكلمة والموضوع" باعتبارهما وحدات تحليل الدراسة، وتم تحديد الكلمات التي تستخدم في القياس الكمي، وهي " التوحيد، المنهج، الهجرة، الجهاد، الصليبيون، الدولة الإسلامية، الكفار والمنافقين"، وهي التي تمثل السياسة التحريرية للمجلة، كما تم تحديد وحدة الموضوع باعتبارها تبحث عن موضوع محتوى الرسالة الاتصالية، فإنها في هذه الدراسة تبحث عن الموضوعات التي تناولها موضوع الغلاف للكشف عن الأساليب الاقناعية لتجنيد الشباب السعودي وغيرهم في إطار القضايا الثلاث السياسية والاجتماعية والعسكرية.

التعريف الاجرائي:

- سنبدأ بالتعريف الاجرائي لمصطلحات الدراسة في الإطار الميداني التطبيقي، والتي ستكون محور استمارة التحليل وهي:
- أ- **القضايا السياسية:** وهي التي تتناول الموضوعات السياسية في علاقة داعش مع الدول والاحزاب الاخرى.
 - ب- **القضايا الاجتماعية:** وهي تتناول الموضوعات ذات العلاقة بالأوضاع الاجتماعية في المناطق التي تسيطر عليها داعش.
 - ج- **القضايا العسكرية:** وهي تتناول العمليات العسكرية التي يخوضها داعش مع جميع الاطراف المناوئة له.

بدأت دراسة تحليل مجلة دابق من خلال تصميم استمارة تحليل بعد مراجعة جميع اعداد المجلة الالكترونية باستخدام اسلوب الحصر الشامل. وقد عانى الباحث ايما معاناة في الحصول على جميع الاعداد نسبة لإغلاق العديد من الروابط التي تنشر مجلة دابق في إطار الحرب على الإرهاب، مما دعى الباحث الاستعانة ببعض الاصدقاء من بعض الدول لتوفير الاعداد المفقودة (Missing)، وقد تم توفيرها جميعاً. وبعد ذلك تم تصميم استمارة التحليل لتحقيق اهداف الدراسة وتجب عن تساؤلاتها في إطار الاستمالات الثلاث، من خلال تحليل محتوى مجلة دابق الالكترونية.



تم توزيع المجلة الى ثلاث مجموعات؛ وكل مجموعة تمثل عاما منفصلا؛ فالمجموعة الاولى تبدأ من العدد الاول وحتى الرابع، وهي المجموعة التي صدرت خلال العام (1435هـ)، تليها المجموعة الثانية والتي صدرت خلال عام (1436هـ)، وهي سبعة اعداد، ثم المجموعة الاخيرة والتي صدرت خلال العام (1437هـ)، وهي أربعة اعداد.

تصميم استمارة تحليل:

تم توزيع الاستمارة الى ثلاث فئات، كما يلي:

أ/ فئة الاستمالات العقلية، وقد اختار الباحث منها الأساليب التي تتناول " الاستشهاد بالمعلومات عن الاحداث الواقعية، وتقديم الأدلة والشواهد باستخدام الصور، والتكرار والتنوع".

ب/ فئة الاستمالات العاطفية، وهي تمثل الأساليب التي تستخدم الشعارات والرموز، ودلالات الالفاظ، وعرض الرأي على أنه حقيقة بجانب والاستشهاد بالآيات والأحاديث.

ج/ فئة استمالات الخوف، وهي تمثل الأساليب التي تنتم فيها الرسائل بالتهديد والوعيد، والصور والرسوم التي تثير العواطف، بالإضافة الى تقديم الأدلة والشواهد. وقد هدفت هذه الاساليب الى بث الرعب في قلوب اعداء داعش.

وهي بذلك تغطي الاستمالات الثلاث والتي تؤدي الى تحليل الصحيفة تحليلا علميا ينتهي الى اجابات اسئلة الدراسة وتحقيق اهدافها. وقد شمل التحليل جميع الاعداد التي صدرت من العدد الاول وحتى الاخير وعددها (15) عدد، وقد تم ابعاد العدد الثالث من الدراسة لصدوره باللغة الفرنسية. وقد امتد صدورها من رمضان 1435هـ وحتى شوال 1437هـ. وقد توقفت المجلة قبل شهرين من سقوط " مدينة دابق"، لتصدر داعش بعد سقوط "قرية دابق" مجلة اخرى باسم رومية بديلا عن دابق.

جدول رقم (2) تكرارات القضايا السياسية والاجتماعية والعسكرية بمجلة دابق

القضايا العسكرية %		القضايا الاجتماعية %		القضايا السياسية %		رقم العدد	التاريخ	الأعوام
46%	12	%19	5	%35	9	1	رمضان 1435	العام الأول
%46	15	%21	7	%33	11	2	رمضان 1435	
استبعاد العدد الثالث من الدراسة							شوال 1435	
%34	11	%25	8	%41	13	4	ذوالحجة 1435	
%53	17	%25	8	%22	7	5	محرم 1436	العام الثاني
%52	15	%17	5	%31	9	6	ربيع أول 1436	
%40	13	%27	9	%33	11	7	ربيع الآخر 1436	
%48	15	%23	7	%29	9	8	جمادى الآخر 1436	
%65	19	%14	4	%21	6	9	شعبان 1436	
%40	14	%29	10	%31	11	10	رمضان 1436	
%44	16	%31	11	%25	9	11	ذو القعدة 1436	
%46	13	%25	7	%29	8	12	صفر 1437	
%61	17	%7	2	%32	9	13	ربيع الآخر 1437	
%53	19	%16	6	%31	11	14	رجب 1437	

%45	14	%13	4	%42	13	15	شوال 1437	
%48	223	%20	96	%32	150	15 شهر	مجموع	

جاء هذا العدد الأول معنوناً بـ "The Return Of Khilafah" فقد أعلنت فيه خلافة البغدادي ووجوب بيعته، وقد جاء هذا العدد معبراً عن تبشيره للقراء إعلان دولة الخلافة الإسلامية، وتنصيب أبو بكر البغدادي خليفة بتاريخ 2014م. وقد برزت القضايا السياسية من خلال المقالات المطولة التي غطت هذا الموضوع من جوانب عديدة. فمقدمة هذا العدد عبارة عن نبذة تعريفية بالمجلة وأهدافها، وصاغت المبررات التي دعتهم لاختيار اسم "دابق" للمجلة، وهي مبررات ذات ابعاد مرتبطة بأيدولوجية داعش.

أما العدد الثاني فقد حازت القضايا العسكرية على نسبة (46%)، تليها القضايا السياسية بنسبة (33%)، وقد تساوت المقالات مع الاخبار في هذا العدد بنسبة (37%) مما يدل على اهتمام المجلة بعملية التوازن بين الاخبار والمقالات. وقد حمل هذا العدد في غلافه عنوان "The Flood" أي "الطوفان" والذي يُخبر القراء بين الانضمام لداعش أو سيغرقهم الطوفان، وهنا برزت أيضاً المقالات السياسية بصورة أكبر من العسكرية والاجتماعية. وقد تناولت مقدمته التزامات مناصرة دولة داعش بالهجرة إليها من أي بقعة في العالم وأسمتها "الهجرة من دار الكفر إلى دار الإسلام"، وحفز الذين لا يستطيعون الهجرة بعقد نية الهجرة باستخدام أي طريقة لإعلان الانضمام الى دولة داعش، وقد استخدمت أيضاً المجلة الاستمالات العاطفية لمفهوم الهجرة الى دار الاسلام أي الهجرة الى "الدولة الاسلامية في العراق والشام". لهذا جاء تناول القضايا العسكرية بنسبة أكبر مقارنة مع القضايا الاخرى.

أما العدد الثالث فقد جاءت القضايا السياسية في المرتبة الاولى بنسبة (47%) تليها القضايا العسكرية بنسبة (43%)، أما من جانب فئات الفن الصحفي فقد جاءت المقالات في المرتبة الاولى بنسبة (53%). جاء العدد الثالث وعنوانه الرئيس "Acall To Hijrah" أي "الدعوة الى الهجرة" الى مناطق داعش.

أما العدد الرابع والآخر في العام (1435هـ)، فقد جاء كسابقاته فقد حازت القضايا السياسية بنسبة (41%)، تلتها القضايا العسكرية بنسبة (34%)، ومن ثم حازت المقالات على المرتبة الاولى بنسبة (40%)، تليها التقارير والاعبار بنسبة (30%).

جاء عنوان العدد الرابع: "The Failed Crusade" أي "الحملة الصليبية الفاشلة"، وقد تحدثت المجلة في مقدمتها عن حملات التحالف الدولي ضد التنظيم.

وجملة نتائج العام الاول (1435هـ) من صدور مجلة دابق التي صدرت منها أربعة أعداد، فقد حازت القضايا العسكرية على المرتبة الاولى خلال العديدين الاولين ثم جاءت القضايا السياسية في المرتبة الاولى في العديدين الاخيرين، ومرد ذلك الى طبيعة القضايا والاحداث التي تلم بتنظيم الدولة.

أما العديدين الثالث والرابع فقد تفوقت المقالات والابحار والتقارير السياسية على بقية الموضوعات ومرد ذلك الى موضوعات العديدين؛ وهذان العديدين كان التغطية الاعلامية فيهما سياسية أكثر منها عسكرية، بينما جاءت القضايا الاجتماعية في اخر اهتمامات المجلة في هذه الفترة التاريخية، لان داعش كان يستخدم الاستمالات العاطفية بصورة أكبر لإقناع الشباب للانضمام الى دولته إما هجرة او دفاعا عنها كل حسب استطاعته "مرحلة ما قبل الهجرة". أما العناصر التبيوغرافية فقد جاءت "الصور" في المرتبة الاولى بنسبة بلغت في معظم الاعداد (100%) ومرد استخدام المجلة للصور بصور كبيرة في معظم صفحاتها، كعوامل لاستمالة الشباب باعتبارها مؤثر قوي في القراء.

المجموعة الثانية: وهي خاصة بالأعداد التي صدرت في العام (1436هـ) وضمت (7) اعداد من العدد (5) وانتهاء بالعدد (11)، وبهذا تعتبر أكبر مجموعة لمجلة دابق خلال مسيرتها الصحفية. وقد شهدت هذه الفترة عدة معارك عسكرية غطتها داعش من خلال مجلة دابق، وقد غطت الموضوعات الرئيسية على معظم مساحات المجلة، بينما القضايا الاجتماعية تأتي دوماً في ذيل قائمة اهتمامات المجلة. واهتمام المجلة بالقضايا العسكرية له دوافعه، إذ يعبر عن استراتيجيات داعش خلال هذه الفترة ورؤيتها التوسعية في خارج العراق والشام، وقد ابرزت الصور كإحدى العناصر التبيوغرافية في الاخراج الصحفي كل تلك الاحداث بعدد من الصور تراوحت بين (14-19) صورة في كل عدد. وقد برزت المقالات بنسب كبيرة في هذا العدد لكثرتها وطولها الذي يصل في بعض الاحايين الى أكثر من خمس صفحات.

أما العدد (5) فقد جاء بعنوان "Remaining And Expanding" أي "باقية وستتمدد"، وقد تناولت المجلة في هذا العدد الخامس العمليات العسكرية لداعش في اليمن وسيناء والجزائر وليبيا. لهذا نجد ان الموضوعات العسكرية بلغت نسبة (53%)، تليها القضايا السياسية بنسبة (31%)، بيد أن القضايا الاجتماعية في هذه المجموعة نالت تغطية ضعيفة مقارنة مع بقية الموضوعات الاخرى. وقد حازت المقالات في هذا العدد نسبة (53%)، بينما الابحار والتقارير جاءت متساوية بنسبة (23.5%).

أما العدد (6) فقد جاء بعنوان "حازت القضايا العسكرية نسبة (52%) تليها القضايا السياسية بنسبة (31%)، وقد جاءت المقالات في المرتبة الاولى بنسبة (53%) تلتها الابحار بنسبة (29%)، ثم اخيرا التقارير. وجاء عنوان المقال الرئيس على الغلاف بعنوان: "أي تنظيم القاعدة في وزير ستان: شهادة من الداخل". وفي هذا العدد تنتقد المجلة تنظيم القاعدة ومواقفة المتخاذلة مع تنظيم داعش، وذلك من خلال نقد الظواهري ومواقفه، وفي مقال بعنوان "القاعدة في وزير ستان" أورد الكاتب نقدا لاذعا للملا

عمر واعتبره كافر لأنه يحكم بغير ما أنزل الله، قائلاً: " وللأسف الشديد فقد كانت الأحكام العشائرية هي السائدة، تسوس القوم أصحاب الأرض، على حساب الأحكام الشرعية".

كما عرضت لقاء مع الطيار الاردني معاذ الكساسبة وهو يرتدي الزي البرتقالي والذي يعبر عن انتقام داعش لسجناء معتقل غوانتانامو، وهو الزي الذي يلبسه كل من ينفذ بحقه عقوبة الاعدام إما بالحرق أو الاغراق أو الذبح، أو الدهس. وقد صور التنظيم حرق الكساسبة بصورة درامية تشبه افلام هوليوود، وقد شاهد الفيلم ملايين الناس حول العالم، وقد تم حجب الفيديو في بعض الدول خوفا من تأثير الاستمالات العاطفية التي سيحققها الفيلم.

وفي ذات العدد السادس اشادت المجلة "بالمجاهد الإيراني مان هارون - حسب تعبيرها - والذي قام باحتجاز رهائن بمدينة سيدني الأسترالية في ديسمبر 2014، وسطرت كلمات ثناء بحقة قائلة بأنه " مسلم أراد أن يشارك مجاهدي داعش "ISIS" في معركتهم ضد التحالف الصليبي، بيد أنه لم يفعل ذلك بتحمل مشاق الرحلة إلى أرض الخلافة ليقا تل إلى جانب إخوانه، لكنه إثر مهاجمة الكفار في عقر دارهم وقتلهم".

اما العدد (7) فقد جاءت ايضا القضايا العسكرية في المقدمة بنسبة بلغت (40%) تلتها القضايا السياسية بنسبة (33%)، وقد حمل العدد عنوان: " أي من النفاق الى الردة: اختفاء المنطقة الرمادية"، لهذا تقاربت القضايا العسكرية مع السياسية من حيث المقالات.

وفي هذا العدد السابع جاءت المقدمة تشيد بمقتل الرهائن اليابانيين الذين ذبحهم جنود داعش في مطلع فبراير 2015م. وكذلك احتوى العدد على مقال يؤكد وجوب قتل الكساسبة من ناحية شرعية وجاء بعنوان "حرق الطيار المرتد"، ويرد المقال على المعارضين على قتله من الذين اطلق عليهم اسم " الحزبيين " من امثال أبو سيف السلفي الأردني وغيره من الذين انتقدوا مقتل الكساسبة. وقد أوردت المجلة مفهوم داعش عن المنطقة الرمادية وهي وصف كل من لم يلتحق بالتنظيم إما أنه منافق أو كافر وكلاهما يجب مقاتلته، حيث جاء في احدى المقالات والذي جاء بعنوان " اضمحلال المنطقة الرمادية "اورد صاحب المقال العبارات التالية: " كانت المنطقة الرمادية في الماضي تتألف من المنافقين والمبتدعة الضالين والقاعدين عن الجهاد، ولكن في زماننا هذا بعد ظهور الخلافة - أي تنظيم داعش - و ظهور الحملة الصليبية فإن هذه المنطقة الرمادية تنتسج لتشمل الجماعات الإسلامية "المستقلة" و "المحايدة" أيضاً، والتي ترفض الالتحاق بالخلافة- أي تنظيم داعش - ، بجانب ادعائها للاستقلالية عن كلا المعسكرين". و خلاصة قولهم حول مفهوم المنطقة الرمادية في هذا العدد، فقد انقسم الناس بين الاسلام " وهم الذين انضموا لداعش"، أو الردة " أو النفاق، ويقصد بالمرتدين تنظيم القاعدة وجبهة النصرة الذي قاتلوا معهم ثم خاصموهم، " أما المنافقون فهي الدول العربية التي تقا تلهم. وفي ذات المقال تحدث الكاتب



عن أن "العالم اليوم منقسم إلى شطرين: الخلافة من جانب، والصليبيون وأعوانهم المرتدون من جانب آخر... أما الفصائل المناقفة المرتدة فهم أولئك الذين يتحولون من المنطقة الرمادية إلى معسكر الكفر". وبهذا يكون هذا العدد قد حدد مفهوم الولاء والبراء من كل من لم ينضم الى دولة داعش، ويرى الباحث ان هذا العدد ساهم في عمليات التفجير التي شهدتها السعودية لتكفيرهم لكل مخالفيهم حتى وان صاموا وصلوا فهم كفار، ويجب قتلهم وان كانوا سجودا في المساجد.

أما العدد (8) وقد حمل موضوع الغلاف عنوان: "أي" الشريعة وحدها ستحكم أفريقيا"، وغطت فيه القضايا العسكرية (48%) من مساحة المجلة بينما بلغت نسبة القضايا السياسية (29%)، وقد بلغت نسبة المقالات بالمجلة في هذا العدد (43%)، تليها التقارير بنسبة (36%)، ثم الاخبار بنسبة (21%). ويجئ هذا العدد مكملا للعدد السابق، فيطرح في مقدمة طويلة نسبياً مفهوم الاخوة الاسلامية بعد ان حدد مفهوم الولاء والبراء في العدد (7)، ويوضح رفض جنود التنظيم تقسيمات الاستعمار لمفهوم الدولة القومية، ويؤكدون على الولاء لدولة داعش حينما قام هؤلاء المجاهدين - حسب رأيهم - بعمليات استشهادية ضد حكومات بلادهم غير الشرعية والتي يعيشون فيها.

وفي هذا العدد يؤكد داعش اهتمامه التمددي بأفريقيا والعمليات العسكرية الجارية في هنالك من خلال تناوله لتفجير "متحف باردو" بتونس الذي قتل فيه (23) منهم (20) سائح من الدول الغربية، وأطلقت المجلة لقب "جنود الرعب" على منفذي الهجوم

أما العدد (9) فقد جاء الموضوع الرئيس للغلاف موسوما بـ"They Plot And Allah Plots" أي "يمكرون ويمكر الله"، وقد ظلت القضايا العسكرية في تفوقها على غرار الاعداد السابقة من هذا العام (1436هـ)، حيث بلغت نسبتها (65%)، تليها السياسية ثم الاجتماعية بنسب متقاربة، وقد ظلت المقالات تحتل المرتبة الاولى بنسبة (47%)، بينما تقاربت نسب التقارير والاخبار.

وفي العدد (10) حمل عنوان "The Laws Of Allah Or The Laws Of men" أي "قانون الله أم قوانين البشر"، وهذا العدد ركزت المجلة على قضية "الحاكمية لله"، وهنالك تقارب في الطرح بين هذا الموضوع، وما تناولته المجلة في العدد (8). وتستمر التغطية الصحفية على ذات النسق السابق حيث احتلت القضايا العسكرية المرتبة الاولى بنسبة (40%)، تليها القضايا السياسية والاجتماعية بنسب متقاربة، وقد حققت الاخبار أعلى تغطية في الاحداث في هذا العدد مقارنة مع جميع الاعداد منذ صدورها وحتى توقفها، حيث بلغت نسبة الاخبار (42%)، بينما تساوت نسب المقالات والتقارير.

جاءت صورة غلاف هذا العدد وهي تجمع عدد من الوزراء والملوك العرب بمعية وزير الخارجية الأمريكي جون كيري، باعتبار الصور تجمع بين الكفار والمرتدين من العرب حسب مفهوم الولاء والبراء في العدد (7)، كما نشر العدد مقال بعنوان "شراكات غريبة"، باستصحاب رسم توضيحي لخارطة تطبيع

العلاقات الدولية بين الدول العربية والدول الغربية وتنظيم القاعدة في المرحلة القادمة، وهذا يؤكد اتجاه داعش الذي يرى ان هذا تحالف يجمع بين الكفار والمنافقين والمرتبدين.

أما العدد (11) وهو الاخير في هذا العام (1436هـ)، وجاء عنوان الغلاف أي "من غزوة الاحزاب الى غزوة التحالفات"، حيث حققت القضايا العسكرية النسبة الأعلى (44%)، تلتها القضايا الاجتماعية بنسبة (31%). وقد كانت القضايا الاجتماعية دوما تحتل المرتبة الاخيرة في كل الاعداد السابقة، بيد انها في هذا العدد احتلت المرتبة الثانية، وقد حازت المقالات على المرتبة الاولى بنسبة (40%)، بينما تساوت نسب فئات الفن الصحفي الاخرى.

المجموعة الثالثة: وهي تتناول الاعداد التي صدرت في العام (1437هـ)، وقد حوت هذه المجموعة الاخيرة من مجلة دابق (4) اعداد ابتداءً من العدد (12) وانتهاءً بالعدد (15) الاخير. وقد تناولت الاعداد الاربعة موضوعات متنوعة في الموضوع الغلاف الرئيس، تراوحت بين نقد الاخوان المسلمين وتكفير الشيعة والتذكير بكسر الصليب وعودة عيسى عليه السلام في اخر الزمان بعد معركة "مرج دابق" التي سينتصر فيها تنظيم داعش على قوى الكفر والشر.؟؟؟؟ عدد مجرد ارهاب "راجع محتواه. وبهذا تكون هذه الاعداد الاخيرة شكلت استراتيجية داعش في حريها مع الآخر. وقد سجلت فيها القضايا العسكرية المرتبة الاولى من بين القضايا الاجتماعية والسياسية بنسب تفاوتت بين (40-61%) خلال هذا العام. كما أن المقالات احتلت ايضا المرتبة الاولى من بين الفئات الصحفية الاخرى " حسب الدراسة"، بنسب تراوحت بين (42-53%)، وبهذا ظلت المقالات تحتل حيزا كبيرا في المجلة من بين المساحات الممنوحة للأشكال الصحفية الاخرى، وهذه السياسة ظلت مستمرة وباقية منذ العدد الاول ليؤكد ذلك ثبات هيئة تحريرها وسياستهم التحريرية في التداول الاعلامي.

وخلاصة نقاش هذه المجموعة، فقد بدأ العام الاخير لمجلة دابق (1437هـ) بالعدد (12) والذي كان عنوان غلافه " أي "مجرد ارهاب"، حيث حازت القضايا العسكرية على (46%)، بينما حازت القضايا السياسية على (29%)، ثم القضايا الاجتماعية اخيرا. وقد سجلت المقالات نسبة (42%) تليها الاخبار بنسبة (37%)، ثم اخيرا التقارير.

جاء العدد (13) معنونا في غلافه بـ " أي "الرافضة من ابن سبأ الى الدجال"، حيث برزت القضايا العسكرية في المرتبة الاولى بنسبة (61%)، تليها القضايا السياسية بنسبة (32%)، ثم القضايا الاجتماعية. وقد غطت المقالات نسبة (53%) من موضوعات المجلة تليها الاخبار بنسبة (35%)، ثم التقارير.

وفي العدد (14) والذي كان عنوان الغلاف "The Murtadd Brotherhood" أي "الاخوان المرتدون"، وقد شكل هذا العدد اتجاهاً تكفيرياً للإخوان المسلمين. حيث بلغت القضايا العسكرية نسبة (53%)، بينما بلغت القضايا السياسية نسبة (31%)، ثم القضايا الاجتماعية بنسبة لم تتجاوز (16%). أما العدد الاخير (15) والذي ختمت به دابق مسيرتها الصحفية فقد جاء بعنوان: "Break The Cross" أي "كسر الصليب"، حيث بلغت تقاربت نسب القضايا السياسية والعسكرية، فالسياسية بلغت نسبتها (42%)، بينما العسكرية حققت نسبة (45%). وقد حققت المقالات النسبة الاعلى (44%)، مع تساوي الاخبار والتقارير بنسبة (28%).

وخلاصة هذا التحليل في إطار القضايا الثلاث التي تناولتها مجلة دابق فان القضايا العسكرية غطت المساحات الاكبر بنسبة (48%) تليها القضايا السياسية بنسبة (32%) ثم اخيرا القضايا الاجتماعية. وهذا يؤكد أن سياسة المجلة ركزت على الجوانب العسكرية بصورة أكبر في موضوع الغلاف لإبراز الايديولوجية الداعشية وقوتها لجذب الشباب للانضمام لصفوفهم خاصة ان الاحداث على الارض ساهمت في تعزيز هذه المنحى العسكري.

جدول رقم (3)

الأساليب العاطفية في موضوع الغلاف بمجلة دابق

الاستشهاد بالآيات والأحاديث	عرض الرأي على أنه حقيقة		دلالات الالفاظ		استخدام الشعارات والرموز		اعداد المجلة	الاصوام
	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%		
	3		3	%	7		14	العام الاول
	11		4		4		5	
استبعاد العدد الثالث من الدراسة								3.
	15		6		9		8	العام الثاني
	12		5		11		33	
	23		7		8		6	
	30		8		12		29	
	12		4		11		16	
	15		6		10		9	
	11		7		11		12	
	14		5		8		15	

	13		9		17		9	.12	العام الأخير
	9		5		9		19	.13	
	19		13		11		9	.14	
	22		6		12		17	.15	
	%35	239	%14	98	%21	140	%30	201	المجموع
المجموع الكلي 678									

أبان الجدول رقم (3) الأساليب العاطفية في موضوع الغلاف، ففي العام الاول حاز العدد الاول على أعلى تكرار من حيث "استخدام الشعارات والرموز"، بجانب الاستشهاد بالآيات والأحاديث، ويعزي الباحث ذلك الى ترغيب هيئة تحرير المجلة الشباب من جميع دول العالم الانضمام الى ايديولوجية داعش بعد اعلان البغدادي دولته وأكد على وجوب الهجرة اليها من جميع بلاد الكفر. أما العدد الرابع فقد جاء في المرتبة الثانية، حيث بلغت " استخدام الشعارات والرموز".

وفي العام الثاني جاء ترتيب الاعداد من حيث التكرارات في إطار الاستمالات العاطفية، حيث اعتلى العدد (7) المرتبة الاولى من حيث اسلوب "استخدام الشعارات"، يليه العدد (8)، ثم العدد (11)، ثم تأتي الاعداد الاخرى بعد ذلك. أما اسلوب "دلالات الالفاظ"، فقد حاز العدد (7) على المرتبة الاولى يليه العدد (8) ثم العدد (10)، ثم يأتي ترتيب الاعداد الاخرى بعد ذلك. أما اسلوب "الاستشهاد بالآيات والأحاديث" فقد حاز العدد (7) على المرتبة يليه العدد (6) ثم العدد (9)، ثم الاعداد الاخرى بعد ذلك.

ويعزي الباحث ارتفاع الاساليب العاطفية بمستوياتها الثلاث في العدد (7) الى كبر حجم العدد نفسه (83) صفحة، وتتنوع مواضيعه من حرق الكساسبة الى نعت الرئيس السابق مرسي بالطاغوت وانتقاد الظاهري ونشر اعترافات الجاسوس الاسرائيلي ونشر ذبح الاقباط على الشواطئ الليبية.

أما العام الثالث والخير فقد حاز العدد (12) على المرتبة الأولى في اساليب "استخدام الشعارات والرموز"، بينما حاز العدد (13) على المرتبة الاولى في اسلوب " دلالات الالفاظ"، بينما العدد (14) حاز على المرتبة الأولى في اسلوب " عرض الرأي على أنه حقيقة"، أما العدد الاخير فقد حاز على المرتبة في اسلوب "الاستشهاد بالآيات والأحاديث". وانتهيت الأساليب العاطفية الى أن الاستشهاد بالآيات والأحاديث حازت على أعلى تكرار بنسبة (35%) من بين الأساليب الأخرى، ويعزي الباحث الى الاعداد الكبيرة من الآيات والأحاديث التي حشدتها المجلة لاستعطاف القراء واقناعهم بأنهم الجماعة التي بشرت بها الآيات والأحاديث في اخر الزمان وقتال الكفار وقبرهم في معركة دابق، واستمرار الخلافة الإسلامية التي سنظل باقية من الزمن، تحقيقا لشعار داعش "باقية وتتمدد".

جدول رقم (4)

الأساليب التخويفية في موضوع الغلاف بمجلة دابق

تقديم الأدلة والشواهد		الرسائل التي تحمل التهديد والوعيد		الصور والرسوم التي تثير العواطف		اعداد المجلة	الاعوام
%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار		
	4		11		24	.1	العام الاول
	6		5		1	.2	
استبعاد العدد الثالث من الدراسة						.3	
	7		16		5	.4	العام الثاني
	3		4		3	.5	
	7		12		11	.6	
	4		9		3	.7	
	2		5		11	.8	
	5		9		13	.9	
	3		8		15	.10	
	5		9		9	.11	
	7		10		11	.12	
	4		6		14	.13	
	4		13		2	.14	العام الأخير
	6		3		11	.15	
19%	67	35%	120	46%	157	المجموع	
المجموع الكلي 344							

يوضح الجدول (4) الأساليب التخويفية في موضوع الغلاف بمجلة دابق، ففي العام الاول برز العدد الاول من بين الاعداد الاخرى حيث احتل المرتبة الاولى في اسلوب "الصور والرسوم التي تثير العواطف"، بينما جاء العدد (4) في المرتبة الولي في اسلوب "الرسائل التي تحمل التهديد والوعيد"، ثم العدد (2) جاء في المرتبة الأولى في اسلوب "تقديم الأدلة والشواهد". أما العام الثاني فقد جاء العدد (10) في المرتبة الاولى من حيث اسلوب "الصور والرسوم التي تثير العواطف"، أما العدد (6) فقد حاز على المرتبة الأولى في اسلوب "الرسائل التي تحمل التهديد والوعيد"، وكذلك المرتبة الاولى في اسلوب "تقديم الأدلة والشواهد".

أما العام الاخير فقد حاز العدد (13) على المرتبة الأولى في اسلوب " الصور والرسوم التي تثير العواطف"، أما العدد(14) فقد جاء في المرتبة الاولى في اسلوب" الرسائل التي تحمل التهديد والوعيد"، بينما جاء العدد(12) في المرتبة الاولى في اسلوب " تقديم الأدلة والشواهد". وخلصت الأساليب التخويفية الى احراز أسلوب " الصور والرسوم التي تثير العواطف" المرتبة الأولى بنسبة (46%) من بين الأساليب الأخرى، وهذا يؤكد قوة تأثير الصور على القارئ واستنارتها للعواطف.

جدول رقم (5)

الأساليب العقلية في موضوع الغلاف بمجلة دابق

الاستشهاد بالمعلومات عن الاحداث الواقعية	تقديم الأدلة والشواهد باستخدام الصور		التكرار والتنوع		اعداد المجلة
	تكرار	%	تكرار	%	
	20		9		.1
	2		3		.2
استبعاد العدد الثالث من الدراسة					.3
	4		17		.4
	3		4		.5
	7		12		.6
	9		16		.7
	11		11		.8
	3		7		.9
	6		9		.10
	4		10		.11
	5		7		.12
	7		9		.13
	13		5		.14
	4		8		.15
	95	42%	127	27%	المجموع
المجموع الكلي 305					

الجدول رقم (5) أبان الأساليب العقلية؛ ففي العام الاول حقق العدد (1) أعلى تكرار من حيث "الاستشهاد بالمعلومات عن الاحداث الواقعية"، حيث استشهد العدد الاول بأعداد كبيرة من الآيات والاحاديث التي تدعم عودة الخلافة بإعلان البغدادي خليفة للمسلمين ومطالبة المسلمين لمبايعته استنادا

للآیات والأحاديث التي استشهدوا بها ووجوب نصرته والهجرة اليه. وكذلك المرتبة الثانية باستخدام اسلوب " التكرار والتنوع". أما العدد (4) فقد حاز على المرتبة الأولى حيث استخدام اسلوب " تقديم الأدلة والشواهد باستخدام الصور". خلصت الأساليب العقلية الى احراز أسلوب " تقديم الأدلة والشواهد باستخدام الصور" المرتبة الأولى بنسبة (42%).

وفي العام الثاني حقق العدد (8) المرتبة الأولى في اسلوب " التكرار والتنوع"، بينما حقق العدد (7) المرتبة الأولى في اسلوب " تقديم الأدلة والشواهد باستخدام الصور"، أما في اسلوب " الاستشهاد بالمعلومات عن الاحداث الواقعية" فقد حقق العدد (8) المرتبة الأولى.

وفي العام الاخير حقق العدد (14) المرتبة الأولى في اسلوب " التكرار والتنوع"، بينما حقق العدد (13) المرتبة الأولى في اسلوب " تقديم الأدلة والشواهد باستخدام الصور"، أما في اسلوب " الاستشهاد بالمعلومات عن الاحداث الواقعية" فقد حقق العدد (14) المرتبة الأولى بنسبة (42%).

وخلصت الأساليب العقلية فقد حاز أسلوب " تقديم الأدلة والشواهد باستخدام الصور" على المرتبة الأولى بنسبة (42%)، وهذا يوضح أعداد الصور التي تستخدمها المجلة لتعزز من الجانب المشاهد من ايدولوجيتها والتي تعزز الجانب العاطفي للقارئ لما للصور من تأثير يفوق الكلمات. وبمقارنة الأساليب الثلاثة نلاحظ ان الصور شكلت المساحة الأكبر في تصميم مجلة دابق من بين الأساليب الأخرى. راجع الجدولين (3،4).

جدول رقم (6)

تقديم الأدلة والشواهد بالرسالة الاتصالية بموضوع الغلاف بمجلة دابق

أدلة تخويقية		أدلة عاطفية		أدلة عقلية	
%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار
26%	344	51%	678	23%	305

أوضح الجدول رقم (6) أن الادلة العقلية بلغت نسبة (23%)، بينما الادلة العاطفية حققت نسبة (51%)، أما الادلة التخويقية فقد حازت على نسبة (26%)، وبهذا فان الأدلة العاطفية هي الاعلى نسبة من بين الادلة الاخرى، وهذا يبين أن ايدولوجية داعش الاقناعية استخدمت الادلة العاطفية أكثر من غيرها في مجلة دابق لتجنيد الشباب الذين بلغ عددهم (50) الف مقاتل حسب المرصد السوري لحقوق الإنسان، إذ إن معظم مقاتليهم من الشباب حسب ما عرضته المجلة والمواقع الاخرى من صور لمجندي داعش. وبما أن الأدلة العاطفية أضعف من العقلية ولكنها أسرع في الاقناع اللحظي، لهذا العديد من شباب داعش ليس لديهم ثقافة دينية راسخة، خاصة الذين قدموا من أوروبا وأمريكا.

الخاتمة:

في خاتمة هذه الدراسة فان الاساليب الاعلامية التي انتهجتها مجلة دابق الداعشية تباينت بين الاساليب العاطفية والعقلية والتخويفية، بيد انها ركزت بصورة أكبر على الاساليب العاطفية ثم التخويفية ثم العقلية، وهذه الاساليب الثلاث جاءت في اطار القضايا الثلاث التي تناولتها الدراسة، وقد خلصت الدراسة الى ان تنظيم داعش ركز في سياسته التحريرية على الاستمالات العاطفية والتخويفية اكثر من غيرها، وذلك بالإكثار من استخدام الصور باعتبارها عاملا فعالا لتجنيد الشباب.

النتائج والتوصيات:

خلصت الدراسة الى عدة نتائج منها:

1. ساهمت استراتيجيات السعودية في الحرب على الارهاب في تراجع العديد من المتطرفين عن الفكر المتطرف الذي يدعو الى الارهاب.
2. اتسمت ساسة دابق التحريرية باستخدام الاساليب العاطفية لتجنيد الشباب السعودي وغيرهم.
3. ركزت المجلة على القضايا العسكرية أكثر من غيرها لمواكبة الاحداث على ارض الواقع.
4. تم تصميم المجلة بطريقة احترافية جاذبة ماثلت مجالات كبرى الشركات العالمية.
5. استطاع تنظيم داعش تجنيد العديد من الشباب السعودي الذين ساهموا بتفجيرات ارهابية عديدة في السعودية.
6. تنوع المؤسسات الاعلامية الداعشية ساهم في وصول الرسالة الدعائية عبر العديد من المنصات الاعلامية.
7. استخدم تنظيم داعش اساليب لا انسانية ضد اعدائه، تباينت بين الذبح والحرق وبيع النساء.
8. استخدام تنظيم داعش اسماء اسلامية لجميع مناصاته الاعلامية ليساهم ذلك في تجنيد الشباب.

التوصيات:

1. استخدام الاساليب التوعوية بمخاطر التطرف الفكري.
2. تحذير الشباب من مواقع التواصل التي تبشر بالفكر الداعشي.
3. تخصيص المدارس والجامعات والمساجد دروسا فكرية حول الفكر الداعشي.
4. تخصيص حملات اعلامية عبر مواقع التواصل الاجتماعي للفكر الداعشي.

قائمة المراجع:

المراجع العربية:

1. ابن تيمية، أحمد بن عبد الحليم (1983)، رفع الملام عن الاثمة الأعلام، الرئاسة العامة لإدارات البحوث العلمية والإفتاء والدعوة والإرشاد، الرياض - المملكة العربية السعودية.

2. بابكر، معتصم (2003)، من أساليب الإقناع في القرآن الكريم، سلسلة كتاب الأمة، العدد: 95.
3. حجاب، محمد منير (2010)، نظريات الاتصال، دار الفجر للنشر والتوزيع.
4. حسن عماد مكاوي وليلى حسين (1998م)، نظريات الإعلام المعاصر القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ص32.
5. عبد الحميد، محمد(1992م)، بحوث الصحافة، القاهرة، عالم الكتب، ص129.
6. عبد الحميد، محمد(1993م)، دراسة الجمهور في بحوث الاعلام، القاهرة، عالم المعرفة، ص164.
7. عصام سليمان(1986م)، المدخل في الاتصال الجماهيري، الأردن: مكتبة الكناني، ص217
8. محمد عبد الحميد (2000م)، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، القاهرة: عالم الكتب، ص321-334.
9. موسى، عبد الحلیم (2013)، الموقف الاعلامي الغربي من الرسوم المسيئة ومعاداة السامية، جامعة الملك فيصل، مجلة العلوم الانسانية، العدد14.
المراجع المترجمة:
10. تشومسكى، نعوم واحرون(2006) ، الولايات المتحدة : الصقور الكاسرة فى وجه العدالة و الديموقراطية ، ترجمة نور الاسعد ، بيروت : شركة المطبوعات للتوزيع و النشر.
11. تشومسكى ،نعوم (1991) ،قراصنة و اباطرة : الارهاب الدولي الجديد في العالم الواقعي ، ترجمة محمود برهوم. بيروت : المؤسسة العربية و الدراسات و النشر.
12. تشومسكى ،نعوم (1993) ، ادوارد س. هوفمان، جيرى اوسوليفان ،الارهاب ؛ ترجمة مصطفى صفوان، القاهرة : جريدة الأهالي.
13. تشومسكى ،نعوم (1998) ،اعاقبة الديمقراطية : الولايات المتحدة و الديمقراطية ، بيروت : مركز دراسات الوحدة العربية.
14. كولنز،جون،روس غلوفر(2010م)،اللغة المتوحشة: مفردات الحرب الامريكية على الارهاب، ترجمة: احمد راشد سعيد، السعودية، قرطبة لنشر والتوزيع.
15. Berelson, Bernard (1952), Content analysis in communication research, Glencoe, Ill., Free Press.
16. Clark, Anthony (2016), Isis: Exposing the Truth about ISIS.
17. Gerges, Fawaz A(2017) , ISIS: A History, Prince ton University Press
18. Merrill, John C (1982). Ralph, D. Barney & Gordon, George N. Ethics and the Press: Readings in Mass Media Morality. New York: Hastings House.
19. Sekulow, Jay (2014), Rise of ISIS: A Threat We Can't Ignore, Simon and Schuster.
20. Thomas, Helen (2004) the watchdog of democracy, USA.
21. Vester, Stahl, j. (1983) Objective News Reporting, Communication Research. 10(3).
22. Warrick, Joby(2016),Black Flags: The Rise of ISIS, Random House Audio.
23. Weiss, Michael, Hassan Hassan (2015), ISIS: Inside the Army of Terror, Dreamscape Media, LLC,new York.
24. Woodward, Bob(2006), Bush at war, London : Simon & Schuster.

المراجع الأجنبية:
مواقع الانترنت:

25. دابق " وأعماق". أذرع إعلامية لتنظيم الدولة، نشر " :
تاريخ النشر: ،تاريخ -/15/12/2015/encyclopedia/issues http://www.aljazeera.net/بموقع:
الوصول:23مايو2016م.
26. حقائق عن معتقل غوانتانامو،نشر بموقع: :
تاريخ النشر: 16 http://www.bbc.com/arabic/worldnews/2016/08/160816_guantanamo_bay_prison
أغسطس/ آب 2016م،تاريخ الوصول:3فبراير2017م.
27. . عبد الرحمن المرشد، أفلام داعش. وغياب هيئة الاتصالات،
يوليو 2016م، تاريخ الوصول 1 النشر:8%D9%A7%D8%A3%D9%81%D9%84%D8%A7%D9%8: https://sabq.org/%
23اغسطس2016م.
28. «تويتر» و«يوتيوب».. سلاحا «داعش» في تجنيد المتطرفين، نشر بموقع جريدة الشرق الاوسط:
تاريخ النشر: 11 ذو الحجة 1435 هـ، تاريخ الوصول:6رمضان1436هـ. http://aawsat.com/home/article/195361
29. نشر على موقع: A News Agency With Scoops Directly From ISIS, and a Veneer of Objectivity
تاريخ النشر: 22 يناير 2015م،تاريخ الوصول:17مايو2016م. http://www.nytimes.com/2016/01/15/world/middleeast/a-news-agency-with-scoops-directly-from-isis-and-a-veneer-of-objectivity.html?_r=0
30. ، تاريخ النشر:2015/6/18، تاريخ http://albedaiiah.com/news/2015/06/18/91606
الوصول:23/5/2016م.
31. http://arabic.cnn.com/middleeast/2016/04/01/me-010416-abu-bakr-al-baghdadi-isis-ex-wife-interview#autoplay
32. http://iipdigital.usembassy.gov/st/arabic/texttrans/2008/04/20080410183001amiwahar0.929
تاريخ http://www.alarab.co.uk/?id=33732 . وأيضا موقع جريدة العرب على الرابط:5008.html#axzz4Jl6UDaUR
33. ،تاريخ -%D9%87%D9%88-%D9%85%D9%86-%D9%85%D9%87%D9%88: النشر: 11 يونيو 2014م، العدد: 9688، ص (7)،تاريخ الوصول:11/8/2016م.
http://www.alhayat.com/Articles/2909987/%D9%85%D9%86-%D9%87%D9%88
34. ،تاريخ -%D9%87%D9%88-%D9%85%D9%86-%D9%85%D9%87%D9%88: النشر: 11 يونيو 2014م، تاريخ الوصول:17/7/2016م.
http://www.alhayat.com/Articles/2909987/%D9%85%D9%86-%D9%87%D9%88
35. تاريخ الوصول:23مايو2016م. -/15/12/2015/encyclopedia/issues http://www.aljazeera.net/
36. http://www.erehnews.com/news/reports/457904
37. http://www.jomhouria.com/art25547_%D9%85%D8%AE%D8%AA%D8%B5%D9%91%D9%88%D9%86%20%D9%8A%D9%82%D9%8: تاريخ النشر:18 فبراير 2015م،تاريخ الوصول:21يونيو2016م.
38. ،تاريخ النشر: 4يونيو 2014م، تاريخ http://www.newsabah.com/wp/newspaper/6752
الوصول:25يونيو2016م.
39. ،تاريخ النشر: 4يونيو 2014م، تاريخ http://www.newsabah.com/wp/newspaper/6752
الوصول:25يونيو2016م.

40. احمد منصور برنامج بلا حدود الحلقة الأولى والثانية، نشر على الرابط:
<https://www.youtube.com/watch?v=7SRZhifvU9E>، تاريخ الوصول: 23 أغسطس 2016م، تاريخ النشر: 3 يونيو 2015م،
41. الاحمد، محمد (2015)، مبعوث أميركي خاص لإغلاق "غوانتانامو"، نشر بموقع سكاى نيوز على الرابط:
<http://www.skynewsarabia.com/web/article>، تاريخ الوصول: 3 مايو 2016م، تاريخ النشر: 30 يونيو، 2015م،
42. ، نشر على موقع: تاريخ النشر: 18 يونيو 2016، تاريخ أناس الهلالي، من هم داعش؟ ومن قائدهم
الوصول: 23/8/2016م،
43. أنس ياسين، وكالة أعماق.. صوت داعش الناطق بتقنية متطورة، نشر بموقع:
44. باحث عراقي يكشف الهيكل التنظيمي لذراع «داعش» الإعلامي، نشر بموقع:
45. بالفيديو.. هذه جنسيات المقاتلين العرب في داعش، نشر بقناة الحرة على الرابط:
<http://www.alhurra.com/a/arab-fighters-in-syria-iraq-/289594.html> تاريخ النشر: 5/2/2016م،
الوصول: 3/9/2016م.
46. وامتيازات للخليجين والأتراك، نشر على موقع: .."سبايا داعش" برنامج صباح الخير يا عرب، قائمة أسعار
<http://www.mbc.net/ar/programs/sabah-al-khair/variety-sabah/articles> ، تاريخ النشر: 6 نوفمبر 2014 ،
تاريخ الوصول: 21 أغسطس 2016م.
47. ، تاريخ <http://www.i24news.tv/ar> تنظيم الدولة يطلق قناة "الخلافة" التلفزيونية عبر الإنترنت، نشر على موقع: 16
النشر: يناير 2015م، تاريخ الوصول: 12 يونيو 2016م.
48. جديد ابتكارات "داعش" .. تحديد أسعار النساء "السبايا" بحسب أعمارهن!، نشر على موقع:
<http://www.alhadathnews.net/archives/141225>، تاريخ الوصول: 17 نوفمبر 2016م.
49. http://w- رضا يعقوب، داعش، نشر بموقع بوابة الواقع اليوم على الرابط:
<http://www.youm.com/authors/%D8%AF%D8%A7%D8%B9%D8%B4-%D8%A8%D9%82%D9%84%D9%85->
، تاريخ النشر: 18/10/2014م، تاريخ الوصول: 22/8/2016م.
50. ، تاريخ <http://www.sasapost.com/isis-new-channel> زهراء مجدى، نوافذ إعلامية للتنظيم آخرها قناة الخلافة،
النشر: 22 يناير 2015م، تاريخ الوصول: 17 مايو 2016م.
51. السعودية: مكافأة للمساعدة في القبض على منفذي هجمي المسجدين، نشر على موقع:
http://www.bbc.com/arabic/middleeast/2015/06/150603_saudi_mosques_bombing_bounty ، تاريخ النشر: 3 يونيو 2015م،
تاريخ الوصول: 29 يناير 2016م.
52. سناء الماجري، مختصون يقيمون فيديو هات «داعش»: بصمات هوليوودية بعقلية متخلفة!،
53. ، تاريخ النشر: 23/9/2014م، <https://www.youtube.com/watch?v=jYFBc6binrs> على الرابط: cnn شبكة
تاريخ الوصول: 22/8/2016م.
54. شلبي، عبد الله، نقد خطاب الإرهاب مقدمات لسياسات المواجهة الثقافية والإعلامية، ورقة قدمت لمؤتمر الرياض، نشر
<http://www.assakina.com> بموقع:
55. ظهور جديد للرهبنة البريطانية: هل بايع كانتلي الدولة الإسلامية؟، موقع أورينت، تاريخ النشر: 3 يناير 2015، تاريخ
الوصول: 27 أغسطس 2016م.

56. عبد الرحمن المرشد، أفلام داعش. وغياب هيئة الاتصالات، يوليو 2016م، تاريخ الوصول 1 النشر: <https://sabq.org/%D8%A3%D9%81%D9%84%D8%A7%D9%8> 23 أغسطس 2016م.
57. ، تاريخ <https://www.youtube.com/watch?v=UaN6mEz2h6s> لقاء خالد المولد مع داود الشريان، نشر بموقع: النشر: 2015/05/17، تاريخ الوصول: 2015/6/30م.
58. من أين يأتي داعش بالمقاتلين؟، نشر بموقع قناة الحرة على الرابط: <http://www.alhurra.com/a/isis-foreign-fighters-257849.html>، تاريخ النشر: 2014/9/15م، تاريخ النشر: 2016/8/12م.
59. مواقع التواصل الاجتماعي: أصبحت وسيلة «داعش» لتجنيد المتطرفين، نشر بموقع: <http://www.alriyadh.com/985061>، تاريخ النشر: 15 أكتوبر 2015م، تاريخ الوصول: 22 يوليو 2016م.
60. وزير الخارجية الامريكي: سنتم محاربة المتطرفين عبر مواقع التواصل الاجتماعي ينشر بموقع: <http://www.alsumaria.tv/news/124335>، تاريخ النشر: 8 شباط 2015م، تاريخ الوصول: 2015/6/23م.
61. حقائق عن معتقل غوانتانامو، نشر بموقع: http://www.bbc.com/arabic/worldnews/2016/08/160816_guantanamo_bay_prison ، تاريخ النشر: 16 أغسطس/ آب 2016م، تاريخ الوصول: 3 فبراير 2017م.
62. ترامب يحذر أوباما من الإفراج عن مزيد من معتقلي "غوانتانامو"، نشر بموقع: <https://arabic.rt.com/news/857209>، تاريخ النشر: 2017/1/3م، تاريخ الوصول: 2017/2/23م.
63. حقائق عن معتقل غوانتانامو، نشر بموقع: http://www.bbc.com/arabic/worldnews/2016/08/160816_guantanamo_bay_prison ، تاريخ النشر: 16 أغسطس/ آب 2016م، تاريخ الوصول: 3 فبراير 2017م.
64. ترامب يعتزم إعادة العمل بالسجون السرية وعدم إقفال معتقل غوانتانامو، نشر بموقع: <http://www.france24.com/ar/20170125>، تاريخ النشر: 2017/01/25م، تاريخ الوصول: 2017/2/23م.

الاسلاموفوبيا وصناعة الخوف

د. وميض فارس صعب

العراق - جامعة تكريت - كلية العلوم اسلامية

المقدمة:

يجدر بنا في بداية هذا البحث التعرف على مصطلح "الاسلاموفوبيا" "Islamophobia" وهو مصطلح حديث نسبياً لوحظ استخدامه عام 1976 لكن استعماله بقي نادراً في الثمانينات وبداية التسعينات في القرن العشرين ويعني "الخوف من الاسلام ومن المسلمين" وتولد هذا الخوف من اعتقاد الغرب بأن المسلمين وخصوصاً المقيمين لديهم لا ينتمون حقيقياً للمجتمعات الغربية التي استوطنوها وحصلوا على جنسيتها إنما ولاؤهم الحقيقي وانتماءهم الفعلي، بل واموالهم التي يجمعونها إنما هي لبلادهم الأصلية. لهذا فإن الحكومات والشعوب الغربية تعيد حساباتها نحو هذه الجاليات باستمرار، وتبعاً لما يحصل من تطورات على ساحات تلك الدول.

"كما حصل في بريطانيا تحديداً حيث تجلب ظاهرة عدم احترام البريطانيين لهذه الهوية ومظاهرها، من خلال وسائل الاعلام البريطانية وفي أشكال ازدرائية من التعبير الشعبي البريطاني وبانتت أمراً واقعاً". وقد تجلب بقوة بعد احداث الحادي عشر من سبتمبر واستثمار ذلك من قبل الاعلام الغربي الذي لعب دوراً بارزاً في تشويه صورة الاسلام والمسلمين وقد ازدادت ظاهرة "الاسلاموفوبيا" في المجتمعات الغربية وامريكا وتسخيرها وفق متطلبات مصالح تلك الدول.

أسباب اختيار البحث.

أدرج في أدناه جملة أسباب اختيار البحث من أهمها ما يلي:

1- وسم الاسلام بالإرهاب والتعصب، واعتبار المسلمين صنفاً واحداً بدون أية اختلافات بينهم في فهم الاسلام رغم تعدد قراءاته، والافتقار إلى التسامح مع غير المسلمين واحتقار المرأة، ورفض الديمقراطية، وعبادة إله غريب وانتقامي

2- تركيز وسائل الإعلام الغربية والتي تدار أغلبها من اللوبي الصهيوني على تصوير الحركات الاسلامية وبخاصة حركات المقاومة على إنها حركات إرهابية لا تحترم الديمقراطية وحقوق الإنسان، وعمل تلك الوسائل في بعض الأحيان على إعداد برامج مفبركة يتم فيها تضخيم دعوات بعض المسلمين إلى محاربة أمريكا والكيان الصهيوني والغرب وإحراج تلك الدعوات عن سياقها الأصلي وتفرغ محتواها.

أهمية البحث.

1- إن أهمية البحث تكمن في استهداف الإسلام في شكله المجرّد باعتباره ديناً، يقوم على تعاليم ومبادئ من خلال الوحي الإلهي والذي يحاولون تشويه صورته دون الإشارة إلى الجانب البشري الذي تحمل سلوكياته الخطأ والصواب، في حين أن المنهجية العلمية تقتضي ضرورة التفريق الدقيق بين الإسلام باعتباره ديناً بالمفهوم المجرّد ورسالة سماوية مقدّسة، وبين "سلوكيات" أي منتسب إليه.

2- أهمية الموضوع تكمن في الخوف من الإسلام في الغرب ليس جديداً، فهو في الأصل نشأ بين أوساط العرب واليهود في جزيرة العرب وثمة من المؤشرات ما يؤكد استمرار حضوره على ساحة الأرض العربية والإسلامية حتى الآن مما يدعو إلى التنبؤ بصراع حاد بينه وبين الحضارات الأخرى.

الدراسات السابقة.

لم أجد دراسة متخصصة في هذا الموضوع لكن هناك شذرات هنا وهنا تتحدث عن الإسلاموفوبيا الخوف من الإسلام في بعض الكتب منها:

1- هل يشكل الإسلام خطراً على الغرب؟ عبد الله فهد النفيسي. بيروت: المؤسسة العربية للدراسات والنشر، "1423هـ - 2003م". لم يتطرق الكاتب في كتابه عن أسباب ادعاء الغرب بتخوفهم من الإسلام، ولكن في رسالتي هذه تم الوقوف على أهم الأسباب الواهية التي يدعي الغرب فيها تخوفه من الإسلام.

2- الإسلام والغرب وحوار المستقبل. محمد عمارة، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، ط1، "1421هـ - 2001م" لم يعالج الكاتب في متن كتابه العلاقة بين الإسلام وبقية الأديان من حيث الحوار، وفي بحثي هذا بينت أن سماحة الإسلام وقبوله الآخر هي من صميم عقيدته وتعاليمه السمحة بما يسهم في قبول الآخر.

إشكالية البحث.

أدناه بعض الإشكاليات التي بني البحث لمعالجتها والتي تضمنتها الرسالة.

1- هل إن مفهوم الإسلاموفوبيا حقيقة واقعة أم أنه نسيج خيال الغرب وأمريكا وتكريسه لتشويه صورة الإسلام والدول الإسلامية وإيجاد المبررات للسيطرة على ثرواتها ومقدراتها لتحقيق مآربه وتأمين أمن الكيان الصهيوني؟

2- هل إن الإسلام كما يدعون لا ينسجم والمجتمعات الأخرى بسبب انغلاقه على نفسه وتحجر أفكاره ويعمل على ترسيخ هذه الأفكار داخل مجتمعاتهم؟ أم أنه يتصف بالسماحة والعمو والمعاملة الحسنة والاخلاق الحميدة مع الآخرين؟ هذه التساؤلات سنحاول الاجابة عنها في هذا البحث إن شاء الله تعالى.

أهداف البحث:

كشف وبيان تركيز الاعلام الغربي على الخوف من الإسلام من خلال رصده ومتابعته لبعض المظاهر التي بدأت تنتشر في بعض المدن الغربية وأمريكا مثل، (بناء المساجد الكبيرة، ارتفاع صوت الأذان، انتشار الحجاب بين الفتيات المسلمات، كثرة إنشاء الجمعيات والمدارس التي تعلم اللغة العربية والإسلام، وأخيراً تدفق اللاجئين وبأعداد كبيرة إلى الدول الغربية)، وهذه المظاهر لم يتقبلها الغربيون وأوحت لبعضهم بأفكار شيطانية جعلتهم يستحضرون الانتصارات الكبرى التي حققها الإسلام في الماضي.

المبحث الأول: مفهوم الإسلاموفوبيا

المطلب الأول: التعريف بالإسلاموفوبيا

لفظ فوبيا ترجع إلى المصطلح الطبي فوب phobe بمعنى الخوف أو "فوبنك" phobic بمعنى رهوب⁽¹⁾. يعد مفهوم فوبيا لفظ ترجع إلى كلمة فوبوس في أصولها اليونانية قديمة، ومن ثم اللاتينية، وتعرف الخوف المستبد بكيان الإنسان مرادفاً لآفة الوسواس القهري أو (الرهاب) على نحو ما يرد أحياناً في مصطلحات العلوم السيكولوجية المعتمدة في العربية⁽²⁾.

ومفهوم الإسلاموفوبيا إنجليزية Islamophobia أو ارهاب الإسلام هو لفظ حديث نسبياً يشير إلى الإجحاف والتفرقة العنصرية ضد المسلمين، مثير للجدل يعرفه البعض على أنه تحيز ضد المسلمين أو شيطنة المسلمين⁽³⁾.

ويعد مصطلح الإسلاموفوبيا من المصطلحات الحديثة التداول نسبياً في الفضاء المعرفي المعني بصورة خاصة بعلاقة الإسلام بالمجتمع الغربي، لذا يعرف هذا المصطلح الذي استعير جزء منه من علم الاضطرابات النفسية للتعبير عن ظاهرة الرهاب أو الخوف المرضي من الإسلام.

ويستخدم علماء الاجتماع كفيهام هايتماير مصطلح الإسلاموفوبيا جنبا إلى جنب مع ظواهر مثل العنصرية وكراهية والتطرف ومعاداة السامية أو حتى ظاهرة كراهية مجموعات من الناس كما هو الحال

أن تكون في موقف سلبي من عامة الشعب المسلم ومن جميع الأديان والرموز الدينية، وممارسات الشعائر الإسلامية⁽⁴⁾.

فحسب تعريف البريطاني رونيميد تروست Runnymede trust، هو موقف إسلاموفوبي في مجموعة متنوعة من الآراء التي يعرب بقوله عنها:

الإسلام هو كتلة وحدانية معزولة، جامدة وغير مستجيبة للتغيير.

الإسلام هو مميز وغريب، وليس لديه قيم وأهداف مشتركة مع الثقافات الأخرى لا يتأثر بها ولا يؤثر فيها، الإسلام هو أدنى من الغرب وحشي ومتطرف فكريا وغير عقلائي وبدائي و متحيز ضد حقوق النساء، الإسلام دين ينسم بالعنف والعدوانية، تهديدي، يدعم الارهاب وفعال في حرب الثقافات.

ويرى الإسلام هو الايديولوجية السياسية، تستعمل لأهداف سياسية أو عسكرية⁽⁵⁾. مخاوف المريض بالرهاب لا تستند إلى تهديد جدي وفعلي في أغلب الحالات كأن يخاف المرء من قطة صغيرة أليفة، أو من مكان مرتفع لا مجال لسقوطه منه، أو من وجوده في قاعة مكتظة بأشخاص ودودين لا يمكن أن يشكلوا خطراً عليه، وهذا يعني أن المرض يعبر في حقيقة عن اضطراب نفسي وإدراكي، لعل بالإمكان عزوه إلى أسباب متعددة، ربما كان من أبرزها معايشة خبرات مؤلمة تتعلق بموضوع الرهاب أو الخوف، وبخاصة في مرحلة الطفولة المبكرة، حيث تتسرب تلك الخبرات غير السارة إلى ما يعرف باللاوعي عند الإنسان، ليقوم عند مواجهته لموضوع خوفه، وبصورة غير إرادية يصعب السيطرة عليها، باستحضار مظاهر الاضطراب التي عايشها عند التعرض لتلك الخبرات للمرة الأولى، وبشكل قد يكون أكثر تضخماً وحدة⁽⁶⁾.

المطلب الثاني: الخوف من منظور سوسولوجي

يعد مصطلح ثقافة الخوف، في الطروحات السوسولوجية، إلى تلك الحالة من مشاعر الرعب والخوف المهيمنة على الخطاب الثقافي في المجتمعات المعاصرة، حيث يستبطن الفرد في هذه المجتمعات تلك الحالة عبر عملية تمثل واستدماج جماعي لمصدر مشترك للخوف، يسعى النظام السياسي إلى تنميته وتعميمه، وتسويغه، وتحديد أشكال تجلياته⁽⁷⁾؛ لذا يشكل الخوف حالة عامة تهيمن على شبكة علاقات الأفراد الاجتماعية في المجتمعات الحديثة أو المعاصرة، وتسيطر على مجريات حياتهم اليومية فيها.

وتتباين طروحات الدارسين في تحديد أسباب انتشار هذا النوع من الثقافة في المجتمعات المعاصرة، والجهة الجهات التي تقف وراء تصنيعها وإنتاجها، وكيفية هيمنتها على شبكة العلاقات الاجتماعية،

وآليات تلك الهيمنة ورغم هذا التباين، إلا أنهم متفقون، إلى حد بعيد، على أن الخوف أصبحت حالة عامة تسيطر على شبكة العلاقات الاجتماعية، ومتداخلة في النسيج الثقافي.

ويرى المتابع للمفاهيم المتعلقة بثقافة الخوف وجود اتجاهين بارزين في تفسير أسباب ظهور هذه الثقافة في المجتمعات الحديثة او المعاصرة ،وخاصة الغربية منها، إذ يرى أصحاب الاتجاه الأول ، الذي يترجمه عالم الاجتماع "فرانك فيوردي Furedi أن الخوف حالة مشاعرية طبيعية لا يقتصر وجودها على المجتمعات المعاصرة بل هي حالة رافقت الإنسان على مر العصور في جميع المجتمعات حتى القديمة منها ،ولا يستثنى من ذلك مجتمع دون آخر ، ومن هذا المنطلق لا يشكل الخوف حالة جديدة وطارئة على هذه المجتمعات، بل هو حالة تظهر وتستجد بشكل تلقائي عفوي Spontaneous بين الحين والآخر كلما استدعت الضرورة ذلك .

ونجد هذا التصور للخوف واضحاً في عمليه المعروفين ثقافة الخوف او الرعب 1997م⁽⁷⁾. وسياسة الخوف 2005م⁽⁸⁾. حيث نراه يجادل فيها بأن الاحساس بالخوف ظاهرة موجودة في المجتمع بشكل غير متعمد أو مقصود، ولكنها ظهرت بشكل لافت للنظر في المجتمعات المعاصرة بسبب ما أسماه فشل الخيال التاريخي⁽⁹⁾ Failure of historical imagination ذلك الفشل الذي هو، برأيه عرض من أعراض استنزاف أنظمة القرن العشرين للمعاني السياسية الصحيحة او القانونية.

وتعد المؤسسات الإعلامية والسياسيين في المجتمعات الغربية قد تستغل هذا الخوف وتضخمه لأسباب خاصة، كما يقول إلا أنها غير مسؤولة عن انتاجه وتصنيعه فهو موجود دائماً وفي كل مكان خدمتا لمصالحهم الشخصية بعض الاحيان.

إذ يرى فيوردي في تفسير أسباب ظهور ثقافة الخوف وانتشارها في المجتمعات المعاصرة، وسلامة الأدلة التي يسوقها لدعم رأيه، إلا أن هناك وجهة نظر أخرى في هذا الموضوع تخالف وجهة نظره، لها من وجهة التحليل وقوة الأسانيد التي تسوقها لتأكيد ما تذهب إليه، ما يجعلها تحظى بقبول عدد غير قليل من الباحثين والمهتمين بتحليل ثقافة الخوف وأسباب انتشارها. ويتزعم هذا الاتجاه عدد غير قليل من علماء الاجتماع والمفكرين والعاملين بالحقل الثقافي والاجتماعي، وفي مقدمتهم عالم الاجتماع "باريجلاسنر"⁽¹⁰⁾ Glassner وعالم اللغة نعوم تشومسكي⁽¹¹⁾ Chomsky.

إذ يرى أصحاب هذا الاتجاه أن الخوف، بالشكل الذي هو عليه في المجتمعات الغربية، وبالكثافة التي يهيمن فيها على الخطاب الشعبي والرسمي في هذه المجتمعات، يتجاوز الحد الطبيعي للخوف المرافق

للإنسان الذي يتحدث عنه فيوردي إنه خوف، برأيهم يتعدى الحيز الخاص للفرد إلى الحيز العام ليشكل، برأيهم ظاهرة ثقافية جديدة، ومن نوع خاص في المجتمعات المعاصرة.

وتعمل مؤسسات عديدة وأنظمة سياسية مختلفة على تصنيع ثقافة الخوف ونشرها بطريقة مقصودة من أجل تحقيق أهداف خاصة ومصالح ذاتية. فمثل هذا التصنيع والإنتاج، هو برأيهم، سياسة من نوع خاص أطلقوا عليها سياسة "المتاجرة بالخوف والذعر" Fear mongering⁽¹²⁾.

إذ يتحول الخوف أو الرعب، في هذا النوع من السياسة إلى سلعة تباع وتشتري كباقي السلع، تدر على مصنعها أموالاً طائلة، قد لا تدره عليهم السلع الأخرى، وأما فيما يتعلق بأسباب إنتاج ثقافة الخوف ودوافعها والترويج لها في المجتمع فهناك عدد غير قليل منها يقف وراء ذلك، لعل أهمها ذلك الدافع المرتبط برغبة النظام السياسي إحكام سيطرته الاجتماعية Social control على الناس⁽¹³⁾ إذ يلجأ هذا النظام إلى ترويع الناس بثتى الوسائل، وفس الخوف في قلوبهم ونفوسهم من أجل إيقائهم في حالة دائمة من عدم الثقة والتخوف من كل ما يحيط بهم من أشياء وأشخاص وهم في هذا الوضع لا يجدون فرصة أمامهم للتخلص من هذه الحالة سوى تبنيهم الحلول التي يقدمها لهم هذا النظام في تصديه للخوف وقبولهم الطرق التي يراها ملائمة ومناسبة لمحاربتة أو القضاء عليه .

وفي هذا الصدد يقول الباحث فؤاد إبراهيم فالقابضون على مصادر السلطة، سواء كانت اجتماعية، أو فكرية، أو دينية أو سياسية مفتنونون بخنوع الاتباع حد الأسر، فالتلذذ بالسيطرة يغري أولئك بإبقاء سحرهم المطعم بالفزع على أولئك الذين وقعوا في الأسر، ولا يمكن لغير ثقافة الخوف أن تحول دون بقاء الأسرى في أقداسهم؛ لذا يلاحظ هذه الثقافة يراد منها أن تكون ميراثاً ينقل من جيل لآخر، فلا تتعد رابطة بين اثنين إلا كان الخوف ثالثهما، فتقافة الخوف تسوق الجميع نحو الأسر الاجتماعي لمركز القوة المتحكمة لتملي عليهم طريقة في التفكير وقيماً للتبني⁽¹⁴⁾.

وبالإضافة إلى دافع السيطرة والضبط الاجتماعي، هناك دافع آخر يمكن وراء سياسة النظام السياسي تخويف الناس في المجتمع، وهو حرف انتباههم Misdirection وتحويله عن القضايا الأساسية والمشكلات الجوهرية التي يعانون منها "كمشكلات الجريمة، والبطالة، والفقر، وتلوث البيئة، والأمن الاجتماعي، وتوزيع الثروة، والعدالة الاجتماعية والتمييز العنصري أو اثني أو طائفي إلى قضايا هامشية وموضوعات جانبية وإلهائهم بها⁽¹⁵⁾.

ويلاحظ ان إنتاج الخوف لهذين السببين بهذه الطريقة، إنما يعكس في الحقيقة عجز النظام السياسي عن مواجهة مشكلات المجتمع الجوهريّة، وتقديم الحلول المناسبة والملائمة لها وفق برنامجه السياسي، فبدلاً من تصديه لهذه المشكلات، والبحث عن طرق فاعلة في حلها أو التخفيف منها، نجده يقوم بعملية تشتيت انتباه الناس عنها، وأبعادهم عن التفكير فيها خدمتا لمصالحة الشخصية.

يرى هناك تراجع واضح، على سبيل المثال، وبخاصة في المجتمعات العربية، كما يرى الباحث فؤاد إبراهيم، في مطالب الناس الاجتماعية، كمطلب العدالة الاجتماعية، وتوزيع الثروة وحقوق الإنسان والديمقراطية، وحقوق المرأة أمام مطلب الأمن الاجتماعي الذي يعد النظام السياسي "مطلب الجميع" الرئيس الذي يجب أن يتصدر المطالب الأخرى جميعها.

إن تحويل خوف الناس الاجتماعي المتعدد الوجوه والمتنوع الأشكال إلى مجرد خوف أمني فحسب، هو في الحقيقة أقوى ما يدل على قدرة النظام السياسي على التلاعب بالخوف واستثماره لصالحه، وهو في الوقت نفسه أقوى تعبير عن قدرة هذا النظام ومهارته في تغطية مطالب الناس الاجتماعية الجوهريّة، وتحويلها إلى مجرد مخاوف أمنية.

تأتي المؤسسات الإعلامية في مقدمة هذه المؤسسات دونما منازع، حيث تقوم هذه المؤسسة بتصنيع الخوف على عدة صعد ومختلف الطرق، وفي أكثر من مجال، وأكثر من طريقة أو أسلوب، بحيث يتحول إلى مادة أو سلعة commodity استهلاكية تباع وتشتري كباقي السلع في السوق، مع الفارق الكبير في الربح المادي الذي تجنيه المؤسسة من هذه الصناعة⁽¹⁶⁾.

ويرى ان استثمار أصحاب رؤوس الأموال الضخمة في المجتمعات الغربية في قطاع صناعة أخبار الخوف، وأفلام الرعب والعنف والجريمة، والمسلسلات البوليسية التي تعود عليهم بمليارات الدولارات سوى أدلة واضحة على ذلك الأفعال التي تسوغها على المجتمعات.

إن إنتاج الخوف بهذه الطريقة ولتلك الأسباب والدوافع إنما تجعل من المؤسسات الإعلامية أداة لتضليل الناس وخوفهم في بعض الأحيان، وتزييف وعيهم ومعرفتهم بواقعهم الاجتماعي، ذلك الواقع الذي يعتمد الأفراد فيه على هذه المؤسسة اعتماداً شبه كلي في معرفتهم به، وإطلاعهم على مجرياته وتفصيله.

ويعد هذا العفل أو الدور التضليلي في تشكيل وعي الناس من أخطر الأدوار التي تمارسه المؤسسات الإعلامية وتضطلع به في المجتمعات المعاصرة.

في هذا الصدد يقول المفكر هربرت شنلر يقوم مديرو أجهزة الإعلام في أمريكا بوضع أسس عملية تداول الصور والمعلومات ويشرفون على معالجتها، وتنقيحها وإحكام السيطرة عليها، تلك الصور والمعلومات التي تحدد معتقداتنا ومواقفنا، بل وتحدد سلوكنا في النهاية المطاف، وعندما يعمد مدير المؤسسة الاعلامية ان أجهزة الإعلام إلى طرح أفكار وتوجهات لا تتطابق مع حقائق الوجود الاجتماعي، فإنهم يتحولون إلى سائسي عقول الناس حسب ما تريد المؤسسة الاعلامية.

ذلك أن الأفكار التي تنحو عن عمد إلى استحداث معنى زائف وبعيد عن الحقيقة، وإلى صنع أو إنتاج وعي لا يستطيع أن يستوعب إرادته الشروط الفعلية للحياة القائمة أو أن يرفضها، سواء على المستوى الشخصي أو الاجتماعي، ليست في الواقع سوى أفكار مموهة أو مضللة عن الحقيقة، إن تضليل عقول البشر على حد قول باولو فرير، أداة للقهر ووسيلة ضد حقوق الانسان وارادتهم، لذا يمثل إحدى الأدوات التي تسعى النخبة، من خلالها، إلى تطويع الجماهير لأهدافها الخاصة.

المبحث الثاني: تأريخ نشأة الإسلاموفوبيا

المطلب الأول: ظهور ظاهرة الإسلاموفوبيا

ان ظاهرة الإسلاموفوبيا ولدت بظهور الدين الاسلامي وقد تصاعدت حدتها في وقتنا الحاضر لدى الدول الغربية وأمريكا، وقد لعب اعلام تلك الدول على ترسيخ عقدة الخوف من الاسلام وتنمية شعور الحقد والكراهية ضد كل ما هو مسلم مستغلين بذلك احداث الحادي عشر من سبتمبر عام 2001م وما تلتها من احداث مماثلة في الدول الاوربية.

يرى من الممكن القول إن تلك الظاهرة تضرب بجذورها عميقاً في تأريخ قديم حافل بمسلسل طويل من العلاقات المضطربة بين الغرب والاسلام، أستقر فيه هذا الأخير في الذهنية الغربية بوصفه تعبيراً عن خطر داهم محقق يتهدد كل ما هو غربي غير مسلم، ربما انطلاقاً من الاقتران المتكرر الذي يمكن ملاحظته في مسيرة التأريخ، الذي يوحي وكان هناك نوعاً من العلاقة الحتمية بين صعود نجم الحضارة الاسلامية وانحدار نظيرتها الغربية.

هذا، ولا تعد تلك الظاهرة حكراً على مجال العلاقات بين الإسلام والغرب كما قد يتبادر للذهن، بل إنها تمتد لتطال رقعة العالم الاسلامي نفسه أيضاً⁽¹⁷⁾.

وانطلاق من الزعم بأن الفهم الجدي والعميق لأي ظاهرة من الظواهر هو الخطوة الأولى الضرورية للتمكن من علاج ما يرتبط بها وينجم عنها من مشكلات يأتي إجراء هذه الدراسة ، ذات الطابع التحليلي،

في محاولة لتناول تلك الظاهرة بالفحص والتشريح ، بما يتضمن بيان دوافعها وأسبابها ، وعوارضها المختلفة المتصلة بالعلاقات بين الغرب والعالم الاسلامي اضافة الى التوقف عند مسألة تفشي تلك الظاهرة الى الوطن العربي ، وتنامي مخاوف بعض الاطراف المنتمية الى المجتمع العربي من تصاعد المد الاسلامي ، وصولاً إلى اقتراح بعض المقاربات التي قد تسهم في معالجة تلك الظاهرة المقلقة ، التي تجعل من العالم الاسلامي وأهلية عرضه لمسلسل مستمر من إساءة الفهم والإدراج ضمن صور نمطية سلبية شائعه ، مع ما يترتب عن ذلك من مخاطر وتحديات جسمية ، تعصف بإمكانات تبلور مفاهيم التسامح والتعايش السلمي والاحترام المتبادل ، ليس على مستوى العلاقات بين العالم الاسلامي ودول الغرب فحسب ، وإنما على مستوى العلاقات داخل وخارج المجال الإسلامي أيضاً⁽¹⁷⁾ .

والاسلاموفوبيا، انتشر سريعاً بعد هجمات الحادي عشر من سبتمبر عام 2001 حيث ساد شعور في الغرب متبناه كراهية العرب والمسلمين بصفتهم الحامل الفكري والسلوكي للإرهاب ونتائجه التدميرية التي باتت تهدد الحضارة الغربية في عقر دارها الامر الذي أنتج حمولة سلبية تتغذى من تأريخ الصراع الصليبي / الاسلامي المشبع بايديولوجيا الخوف من الاخر المتآمر والمتوحش والمنجب لفيروس الكوارث والنكبات والخراب..

الاسلاموفوبيا إذاً هو " مفهوم يماهي بين الاسلام - والمسلمين - والارهاب في عملية ادلجة تضليله تسوغ التجريم الجماعي، وتتسب إلى الجماعة والفكر ما يأتيه الفرد كسلوك" .. في تذكير واضح بالأساطير والرؤى والايديولوجيات الاحادية والشمولية التي تعناش من أقصاء الاخر وتغييبه⁽¹⁸⁾.

لقد شكل العامل الايديولوجي، ولا زال عاملاً أساسياً إن لم يكن في نشوء المفهوم فبصورة مباشرة في أسباب انتشاره ظاهرة فقد وجد اليمين المتطرف في أمريكا - المأخوذ بأساطير التوراة والتلمود - ضالته في هذا، يستغلها استغلال المهووس بالفكر اللاهوتي وميثولوجيا.. ظناً منه أن ما يفعله في الشرق العربي والاسلامي، إنما هو تنفيذ لأمر الرب.. ولا شك أن قلق الغرب ازاء الصحوة الاسلامية العارمة التي تجتاح العالم الإسلامي ، وخشية تهديدها قيمة المنهارة واقعاً بفعل حيرة اجتماعية وروحية باتت لا تخفي ، حتى على الباحثين والمراقبين الغربيين أنفسهم يشكل عاملاً أساسياً في نشأة " الاسلاموفوبيا" مفهوما وانتشارها ظاهرة ، كما أن انهيار الاتحاد السوفيتي في عام 1991م ، بما شكله من إعلان عن الفوز الساحق لمعسكر الولايات المتحدة الأمريكية وحلفائها ، جعل الغرب يبحث عن بديل جديد يعاديه ، وقد تواترت التصريحات الغربية عن اختيار الاسلام كعدو جديد بديل عن الخطر الشيوعي الذي طالما حشدوا طاقاتهم لمواجهة⁽¹⁹⁾ ، كما أن بعض الكيانات العسكرية بما يخصص لها من اعتمادات مالية

فلكية لن تجد مبرراً لوجودها إلا في وجود قوة معادية ومن هذه الكيانات حلف شمال الأطلسي ناتو وكذلك الجيش الأمريكي وترسانته العملاقة التي تستقطع مئات المليارات من الدولارات كل عام من الخزانة الأمريكية ، هذا في جانب الغرب لكننا نتحمل جانباً من أسباب نشوء المفهوم وانتشار الظاهرة إذ كيف يمكن الحديث قلق وخوف في جانب لا تكون له أسبابه في الجانب الآخر المخشي منه فالتباين الرهيب والتفاوت الواضح في القدرات الاقتصادية بين الدول الأوروبية والغربية وبين دول العالم الإسلامي بشكل عام عامل يثير رعب الغرب المسيحي إذ يخشى على مقدراته من فقر العالم الإسلامي المتعمد الذي يمتلك أهم أسس نهضة الغرب وتقدمه ، وهنا تأتي الأنظمة الديكتاتورية في العالم الإسلامي ، ذلك الأنظمة التي جعلت دول العالم الإسلامي في ذيل دول العالم من حيث تطبيق المبادئ الديمقراطية واحترام الحريات العامة ، ما يجعل هذه الدول وكامل مقدراتها ملك يمين الحاكم يوجهها كيف يشاء ، فإذا أراد السلام فهو السلام ، وإذا أراد الحرب تكن الحرب ، إذ إن المجموعات المعاونة له يتم اختيارها بعناية لتكون أدوات لتنفيذ رغباته ونزواته ، وهذا مبعث لخوف الغرب المتقدم بشكل عام من إمكانية تولي السلطة في هذا البلاد أحد الحكام الجانحين ، أو الراغبين في الزعامة ، فيعلن الحرب على جيرانه لأي سبب تافه بما يهدد السلام في العالم كله(20) .

اضافة الى ذلك يشكل النمو السكاني في العالم الإسلامي ، هاجس آخر للغرب فقد بلغ عدد المسلمين في العالم 1.57 مليار نسمة في عام 2009م. بما يقارب ربع سكان العالم ، وتفيد الدراسات المتكررة أن الإسلام هو الدين الذي أكبر نمو سكاني في العالم مقارنة بأي من الأديان أو التيارات العقائدية الكبرى ، وذلك بعد أن كان الإسلام يحتل المرتبة الأخيرة على العالم من حيث عدد الأتباع بين الديانات والعقائد الأخرى في عام 1980م ، ولم يكن تأريخ العداء القديم بين الغرب والإسلام ، كذلك بعيداً عن الاسلاموفوبيا مفهوماً وظاهرة، فالغرب لا يستطيع أن ينسى تأريخه الدامي مع المسلمين بل إن معظم ساسته وصناع قراره يتبنون فكرة الصدام المرتقب مع العالم الإسلامي ، وكذلك لا عتب على المسلمين مشاعر التوجس والارتياح من أي تحرك أوروبي تجاه العالم الإسلامي(21) .

لذا لا يمكن ، كذلك ، إغفال ما للكميات الهائلة من الكنوز والثروات لا سيما البترول وغيرها من الثروات التي يمتلكها العالم الإسلامي ، والتي تعد من أهم مصادر الطاقة والمواد الخام التي تقوم عليها الطفرة الصناعية في العالم الغربي ، من دور ، فقد نظر الغرب إلى واقعة التهديد العربي بوقف تصدير النفط إلى الدول المؤيدة للكيان الصهيوني في حرب 1973م ، كونه تهديداً استراتيجياً حقيقياً لمصالحهم ، ولم تبحث كثيراً وراء الأسباب الحقيقية والمشروعة التي دفعت العرب والمسلمين لاتخاذ هذا الموقف كمحاولة

للدفاع عن أنفسهم وإذا ظل وتزايد الاحتياج الغربي للموارد الإسلامية كعنصر أساسي لاستمرار النهضة الأوربية والغربية ، سيظل هاجس تأمين هذه الموارد واحتكارها وضمان تدفقها هاجساً ملحاً في عقل الشعوب الغربية⁽²²⁾ .

وللخوف المرضي من الإسلام، لم يعد مجرد خوف تلقائي لأسباب ما، بل أصبح في هذه الاثناء يصنع صنعاً، أي أصبح ناتج عملية تخويف مستمر، ليستخدّم أداة من أجل تحقيق أغراض محددة. وهنا تجد هذه الأداة من يركز عليها استغلالاً لها لتحقيق أغراضه وغاياته، فإن رصد ضعفاً ذاتياً في مفعول الظاهرة، بذل الجهد بنفسه لزيادة مفعولها، أي لمضاعفة حدة الجانب المرضي فيها، وهو يزعم أنه يشكو منها ويريد مكافحتها والتخلص منها بأي وسيلة من الوسائل.

لذا للأسف نجد هذا الأمر في أوربا اليوم من خلال ما يطلقونه من مصطلحات تسبب النفور والقلق بين الناس، لا سيما مصطلح الإسلاموفوبيا الذي يعزف الإسلام على أنه دين إرهابي دموي ومتطرف ايدلوجيا، فهو الخطر القادم كما يزعم بعضهم!!

المطلب الثاني: نشوء ظاهرة الإسلاموفوبيا في العالم الغربي

نشأة ظاهرة الخوف من الإسلام في المجتمعات الغربية يبرر بجملة من التفسيرات، يمكن ثبوتها من خلال العناصر الآتية:

1- ان الاستمرار بالاهتمام بتراث المسلمين في الغرب، حيث يظل الاعتراف القانوني بالدين الإسلامي غير مفعّل أو مغيباً تماماً، كما أن مسلمي الدول الغربية يحرّمون من الكثير من التسهيلات اللازمة، كالمساح ببناء المساجد والمدارس وممارسة الشعائر الدينية وغير ذلك الاشياء.

2- كما أن سبب جهل الغرب لحقيقة الإسلام يعتبر من أهم أسباب تصاعد ظاهرة الخوف من الإسلام فغالباً ما يربط بالإرهاب والتطرف والعنف، في الوقت الذي تؤكد فيه الكثير من المؤسسات الغربية أن الإسلام دين التسامح والتضامن والتآخي، لكن الإعلام الغربي يحيل دون نشر هذه المواقف الايجابية التي من شأنها أن تخدم الإسلام والمسلمين⁽²³⁾.

3- يشير إن هناك بعض التيارات التي تساهم في زرع هاجس الإسلام فوبي لدى المواطنين الغربيين، عبر مختلف وسائط الإعلام التقليدية والرقمية، مثل بعض التجمعات النسوية التي بأن الإسلام يستبعد المرأة ويظلمها، وتيار الشذوذ الجنسي الذي يرى أنه مهدد بفتاوى الإسلام المحرمة لسلوك

اللواط، وقد تنامي في السنوات الأخيرة تيار المرتدين عن الإسلام، والذي يطلق عليه في الإعلام الغربي عامة والهولندي خاصة، تسمية EX- Moslims.

4- يرى لاينبغى غض الطرف عن التمثيل الرديء للإسلام من قبل المسلمين الموجودين في الغرب، حيث إن أغلبهم مسكون بهاجس جمع الثروة والمال على حساب ما هو ديني ودعوي وتعليمي، مما يوقعهم في نوع من الازدواجية في التعامل مع الغرب حيث يتهافتون على ما هو مادي بدلا على ما هو معنوي، ويحجمون على ما هو أخلاقي، دون أن يبرروا سر هذا السلوك الحبرائي، الذي يجعل المواطنين الغربيين مرتابون، ومع تقادم الأيام يتحول هذا الارتياب إلى نوع من الحذر والخوف مما هو إسلامي⁽²⁴⁾.

إن الخلاف القيمي والروحي بين ما يحمله الغرب في مجمله وما يقدمه الإسلام "ديناً وحضارة" من قيم أكثر تحضراً وأكثر تركيباً وعمقاً، لهو أحد الأسباب التاريخية لنشأة ظاهرة الإسلاموفوبيا، والتي جوهرها عداة وخوف غربي من الإسلام ودوره وقيمة، وهو عداة دفع هذا الغرب إلى العدوان علينا، بل واحتلال بلادنا "العراق وأفغانستان نموذجاً" وتم دفعه مجدداً لركوب ثوراتنا وتوظيفها لمصلحته، حيث يريد الآن إنشاء شرق أوسط أمريكي ولكن بقشرة إسلامية وهو ما يتحقق عملياً وبأيدي عربية للأسف، تتصور أنها تحسن صنعاً ولكنها تخطئ خطأً استراتيجياً ليس في حق بلادها فقط بل في حق "الإسلام" الذي تحمله كمرجعية حاكمة أيضاً⁽²⁵⁾.

الخاتمة

أن كلمة إسلاموفوبيا المنقولة عن اللغات الأجنبية هكذا بلفظها اللاتيني مكتوباً بحروف عربية، تنطوي على معنى أنها ظاهرة مرضية، فهو خوف مرضي من الإسلام، لا يوجد ما يسوغه منطقياً، ولا يقتصر على حالات انفرادية، بل يعم وينتشر، فهو أشبه بالوباء، مع فارقٍ أساسي أن الوباء ينتشر رغماً عن الإنسان الذي يسعى لمكافحته، فأن لم يتراجع يضاعف الإنسان السوي جهوده ويبتكر المزيد من وسائل المكافحة.

أهم التوصيات

سعي أمريكا والغرب لتدمير الإسلام والعروبة ومنذ شروق شمس الإسلام من خلال الهجمات المغولية والصليبية والأوربية الحديثة والاحتلال المباشر كما حصل مؤخراً للعراق وأفغانستان تحت ذرائع واهية لإنكفاء الحرب الأهلية ونشر الفوضى الخلافة لأضعافها والعمل على تحقيق الغايات والأهداف التي

تصب بمصلحة تلك الدول من خلال إعادة رسم خريطة تنتسج بالفوضى والتفتيت والتقسيم على غرار ما اعتمده من سياسة في العراق تحت شعار نشر الديمقراطية في العالم وهذا أحد أوجه حرب الغرب ضد الإسلام والعروبة وكذلك الحصول على مصادر الطاقة من خلال السيطرة على منابع النفط وتأمين أمن الكيان الصهيوني وجعل العرب والمسلمين في دائرة الاتهام بالإرهاب ، وتقسيم الدول العربية والإسلامية إلى دويلات هزيلة متناحرة على أسس طائفية وعرقية واثنية كما حصل في السودان تحت مسمى الشرق الأوسط الكبير ليكون الكيان الصهيوني جزءاً من هذا المشروع لطمس هوية ومعالم دولة فلسطين.

الهوامش:

- 1- <http://www.altibbi.com>.
- 2- عبد العظيم إبراهيم محمد المطعنين. أوربا في مواجهة الإسلام: الوسائل والأهداف. القاهرة: مكتبة وهبة، 1993م، ص12.
- 3- طاش، عبد القادر. صورة الإسلام في الإعلام الغربي. القاهرة: الزهراء للإعلام العربي، ط2، 1993م، ص27.
- 4- ندوة: صورة الإسلام السياسي في الغرب. عمان: تنظيم الجامعة الأردنية بالتنسيق مع مركز دراسات الشرق الأوسط، عقدت في 23 تشرين الثاني "نوفمبر" 1998م، ص120.
- 5- مهرجان بريطانيا والإسلام. لندن: تنظيم مؤسسة فيزيوتينغ آرتس، Visiting Arts، في شباط "فبراير" 1999م، ص12.
- 6- الحيدري، إبراهيم. صورة الشرق في عيون الغرب: دراسة للأطماع الأجنبية في العالم العربي. بيروت: دار الساقى، 1996م ص120.
- 7- Wikipedia: The Free Encyclopedia. Retrieved from (http://encyclopedia.Wikipedia.Org/wiki/culture_of_fear) >24 March 2006
- 8- Furedi, F. Culture of Fear: Risk Taking and Morality of Law Expectation. Amazon; U.K, 1997
- 9- Furedi, F. Politics of Fear: Beyond Left and Right. Amazon: U. K,2005
- 10- الخيال التاريخي: يظهر هنا مدى تأثير فيوردي بعالم الاجتماع ميللز (Mills) الذي كان أول من أستخدم مصطلح الخيال في علم الاجتماع ليشير إلى تطبيق الفكر الخيالي في طرح التساؤلات السوسولوجية ومحاولة الإجابة عليها. ويتضمن هذا التقليد في الحقيقة عملية الارتقاء بتفكير الأفراد فوق مستوى الأمور العادية في الحياة اليومية. للمزيد حول الخيال التاريخي، وأهمية لعالم الاجتماع، أنظر:
- 11- Mills, C.W. The Sociological imagination. New York: Oxford University Press. 1959
- 12- Giddens, A. Sociology A Brief but A critical introduction. Second Ed. London: Macmillan Press, LTD, 1989

- 13- Afraid Aro Glassner, B. The Culture of Fear: Why Americans of the Rong Things. New York: Basic Books, 1999
- 14- Chomsky, N, and Edward S. Heman. Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media. New York; Pantheon Books, 1988
- 15- وأنظر نعوم تشومسكي أيضاً: نعوم تشومسكي. طموحات إمبريالية. ترجمة عمر الأيوبي بيروت: دار الكتاب العربي، 2006م.
- 16- فؤاد إبراهيم. صناعة البيئة الثقافية للخوف. ورقة عمل قدمت في مؤتمر ثقافة الخوف، عمان، الأردن: تنظيم جامعة فيلادلفيا، 2006م، ص9.
- 17- الطاهر لبيب. من الخوف إلى التخويف. مساهمة في تعريف ثقافة الخوف، ورقة عمل قدمت في مؤتمر ثقافة الخوف تنظيم جامعة فيلادلفيا، عمان، الأردن، 2006م، ص3.
- 18- أنطوني غيديز. علم الاجتماع. ترجمة فايز الصياغ. بيروت: المنظمة العربية للترجمة، توزيع مركز دراسات الوحدة العربية، 2005م، ص717.
- 19- فؤاد إبراهيم. صناعة البيئة الثقافية للخوف. ورقة عمل قدمت في مؤتمر ثقافة الخوف، عمان، الأردن: تنظيم جامعة فيلادلفيا، 2006م، ص17.
- 20- العوضي، هشام. موقف الغرب من الاسلاميين من خلال الاعلام والأكاديميين وصناعة القرار. بيروت: دار ابن حزم، ط1. 1997م، ص91.
- 21- كسبه، مصطفى دسوقي. المسلمون في أوروبا، التأريخ والاقليات. بيروت: مجمع البحوث الإسلامية، 1997م، ص57.
- 22- <http://alaaesa.Hooxs.Com/t1565- topic>
- 23- هاليداي، فرد. الإسلام والغرب: خرافة المواجهة: الدين والسياسة في الشرق الأوسط. بيروت: دار الساقى، ط1، 1997م، ص107.
- 24- أوراق مؤتمر أوروبا والإسلام. المفروق "الأردن": منشورات جامعة آل البيت، ط1، 1998م، ص371.
- 25- العريضي، يحيى. الإسلام والغرب، معطيات جديدة: حوارات حول وضع الإسلام في العالم الغربي. دمشق: دار الرشيد، ط1، 1998م، ص111.
- 26- زكي الميلاد وتركي على الربيعو. الإسلام والغرب: الحاضر والمستقبل. دمشق: دار الفكر، ط1، 1998م، ص22.
- 27- أوريد، حسن. الإسلام والغرب والعولمة. الرباط: منشورات جريدة الزمن، ط1، 1999م، ص33.
- 28- ندوة: المسلمون في أوروبا القاهرة: تنظيم قسم التأريخ كلية الآداب بجامعة القاهرة، عقدت بين 5/3 آذار "مارس" 1991م. ص63.
- 29- ملتقى: المسلمون في الغرب على مشارف قرن جديد: تحديات ورؤى مستقبلية، الملتقى الإسلامي التاسع، فريبورغ "سويسرا": تنظيم رابطة مسلمي سويسرا، عقد بين 12/10 كانون الأول "ديسمبر" 1999م، ص12-13.



المصادر والمراجع:

- 1- [http; //www. Altibbi. Com](http://www.Altibbi.Com)
- 2- عبد العظيم إبراهيم محمد المطعني. أوربا في مواجهة الاسلام: الوسائل والاهداف. مكتبة وهبة.
- 3- طاش، عبد القادر. صورة الاسلام في الاعلام الغربي. القاهرة: الزهراء للإعلام العربي.
- 4- ندوة: صورة الإسلام السياسي في الغرب. عمان: تنظيم الجامعة الأردنية بالتنسيق مع مركز دراسات الشرق الأوسط، عقدت في 23 تشرين الثاني "توفمبر" 1998م.
- 5- مهرجان بريطانيا والاسلام. لندن: تنظيم مؤسسة فيزيينغ آر تس Visiting Arts، في 2 شباط "فبراير" 1999م.
- 6- الحيدري، إبراهيم. صورة الشرق في عيون الغرب: دراسة للأطماع الأجنبية في العالم العربي. بيروت: دار الساقى، 1996م.
- 7- Wikipedia: The Free Encyclopedia. Retrieved from <http://encyclopedia.Wikipedia.Org/wiki/culture-of-fear> 24 March 2006
- 8- Furedi, F. Culture of Fear: Risk Taking and Morality of Law Expectation. Amazon: U.K, 1997
- 9- Furedi, F. Politics of Fear; Beyond Left and Right. Amazon: U.K. 2005
- 10- Giddens, A. Sociology, A Brief but A critical introduction. Second Ed. London; Macmillan Press, LTD, 1989
- 11- Glassner, B. The Culture of Fear: Why Americans Afraid of the Rong Things. New York; Basic Books, Are. 1999
- 12- Chomsky, N, and Edward S. Herman. Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media. New York; Pantheon Books, 1988
- 13- فؤاد إبراهيم. صناعة البيئة الثقافية للخوف. ورقة عمل قدمت في مؤتمر ثقافة الخوف، عمان، الأردن: تنظيم جامعة فيلادلفيا، 2006م.
- 14- الطاهر لبيب. من الخوف إلى التخويف. مساهمة في تعريف ثقافة الخوف، ورقة عمل قدمت في مؤتمر ثقافة الخوف تنظيم جامعة فيلادلفيا، عمان، الأردن، 2006م.
- 15- أنطوني غيذير. علم الاجتماع. ترجمة فايز الصياغ. بيروت: المنظمة العربية للترجمة، توزيع مركز دراسات الوحدة العربية، 2005م.
- 16- فؤاد إبراهيم. صناعة البيئة الثقافية للخوف. ورقة عمل قدمت في مؤتمر ثقافة الخوف، عمان، الأردن: تنظيم جامعة فيلادلفيا، 2006م.

- 17- العوضي، هشام. موقف الغرب من الاسلاميين من خلال الأعلام والأكاديميين وصناع القرار. بيروت: دار ابن حزم، ط1. 1997م.
- 18- كسبه، مصطفى دسوقي. المسلمين في أوربا، التأريخ والاقليات. بيروت: مجمع البحوث الإسلامية، 1997م.
- 19- <http://alaaesa.Hooxs.Com> – topic. 1565
- 20- هاليداي، فرد. الإسلام والغرب: خرافة المواجهة: الدين والسياسة في الشرق الأوسط. بيروت: دار الساقى، ط1. 1997م.
- 21- أوراق مؤتمر أوربا والإسلام. المفرق "الأردن": منشورات جامعة آل البيت، ط1، 1998م.
- 22- العريضي، يحيى. الإسلام والغرب، معطيات جديدة: حوارات حول وضع الإسلام في العالم الغربي. دمشق: دار الرشيد، ط1، 1998م.
- 23- زكي الميلاذ وتركي على الربيعو. الإسلام والغرب: الحاضر والمستقبل. دمشق: دار الفكر، ط1، 1998م.
- 24- أوريد حسن. الإسلام والغرب والعولمة. الرباط منشورات جريدة الزمن، ط1، 1999م.
- 25- ندوة: المسلمون في أوربا القاهرة: تنظيم قسم التأريخ كلية الآداب بجامعة القاهرة، عقدت بين 5/3 آذار "مارس" 1991م.
- 26- ملتقى: المسلمون في الغرب على مشارف قرن جديد: تحديات ورؤى مستقبلية، الملتقى الإسلامي التاسع، فريبورغ "سويسرا": تنظيم رابطة مسلمي سويسرا، عقد بين 12/10 كانون الأول "ديسمبر" 1999م.

الاعلام الجديد والارهاب.. المشكلة والحلول

أ.د. مبارك يوسف محمد خير

استاذ الصحافة والاعلام جامعة جازان - السعودية

يقوم الاتصال في عالم اليوم بدور ريادي ومهم في كافة المجالات الحياتية حيث تلعب وسائله وبمختلف اشكالها وبأساليب عديدة ومتنوعة بتعليم الجماعات والافراد وتنمية مداركهم. وبفضل التطور المذهل الذي صاحب تقنيات الاتصال لم يعد افراد المجتمع متلقين للرسائل الاعلامية فحسب بل أصبحوا مشاركين وبفاعلية في العملية الاتصالية. ويرى الباحث أن نجاح وقدرة المنظمات الإرهابية على تطويع وسائل الإعلام والاستفادة من ثورة الاتصالات المتقدمة في تنفيذ عملياتها وأجندتها ومخططاتها الإجرامية أصبح واضحاً، إضافةً إلى حضورها الفاعل على الانترنت (الآخرس، 2009، ص65) وغيره من وسائل المعلوماتية، للترويج لأفكارها الهدامة، وتجنيد الشباب في صفوفها. الأمر الذي يؤكد بأن وسائل الإعلام أصبحت سلاحاً قوياً وفعالاً في يد الإرهابيين، الذين بات بمقدورهم توجيه رسائل لها تأثير سلبي مباشر على الأفراد والجماعات.

واثبتت العديد من الدراسات الاجتماعية في الوقت الحالي ان الاعلام الجديد (new media) خاصةً وسائل التواصل الاجتماعي والتي اصبحت تلعب دوراً هاماً في تبني الجماعات والافراد لكثير من المعاني والصور الذهنية وذلك لسهولة استخدامها والسرعة في تبني الافكار. لذا نجد ان الكثير من المنظمات الارهابية تسعى سعياً حسيماً للوصول لهم خاصةً وان هذه الوسائل الجديدة بعيدة عن كافة اشكال الرقابة المباشرة وغير المباشرة(الميفيني، 2017، ص3)ويمكن تعريف الإرهاب بأنه: عمل عنفوي يستهدف ارضاخ الجماعة لأرائه وفرض معادلة مغايرة بمنطق القوة، من خلال تجذير الخوف وزرع القلق في محيطه.(علاونة، 2016، ص19) ويكون الإرهاب وسيلة يستخدمها الأفراد والجماعات ضد الحكومات، ويمكن أن تستخدمها وترعاها حكومات ضد مجموعات معينة. ويمكن تقسيم الارهاب الي أنواع متعددة أهمها ما يلي:

1. الجريمة المنظمة العابرة للحدود القومية.
2. الإرهاب برعاية الدول.
3. الإرهاب ذي الميول القومية.
4. الإرهاب الأيديولوجي.
5. الإرهاب الديني الذي يقصي المنافسين بمنطق القوة المقدسة.
6. الإرهاب السياسي
7. الإرهاب الإعلامي الذي يدعو الى ثقافة العنف وتكفير الآخر.

أولاً، مشكلة البحث:

نجحت بعض المنظمات الارهابية وفي مقدمتها القاعدة وداعش استخدام الوسائل الإعلامية الجديدة بشكل بالغ الدقة والتطور حيث اعتمدت استراتيجية تقوم على التأثير المباشر لدي الافراد. (الصيرفي، عمان، 2007، ص45) ويرى الباحث ان نقل الاعلام الجديد للصور والفيديوهات الخاصة بالجماعات الارهابية خدمها مجانياً بتكوين صورة لدي افراد المجتمع خاصة الشباب حيث اصبحت مادة دسمة لمناقشاتهم وأحاديثهم بصورة مستمرة.

وبما ان المشكلة البحثية عبارة عن سؤال له إجابات بديلة مختلفة ومتنوعة (marcsageman، 2011م، p54)، خاصة ومشكلة بحثنا ترتبط بقضية لها اجابات كثيرة، وبناء علي ذلك يمكن صياغة مشكلة البحث في السؤال الرئيسي التالي: ما الصورة الذهنية المرتبطة في اذهان المجتمع عن الارهاب، وما الدور الذي يلعبه الاعلام الجديد في رسم تلك الصورة؟

ثانياً، اهمية البحث:

تتبع اهمية هذا البحث في الاتي:

1. توفير معلومات عن الإرهاب وخطورته على المجتمعات المسلمة
2. فضح الفكر الضال للإرهاب خاصةً بعد انتقاله من مرحلة المواجهة المادية المباشرة، الي مرحلة الانتقال للفضاء الالكتروني
3. ازدياد أعداد المتابعين للإعلام الجديد من خلال استخدام الياته الجديدة في معارك تدار رحاها في الفضاء الخارجي
4. التعرف على واقع الإعلام الجديد من خلال رصد التوابع والقنوات الفضائية ومواقع التواصل الاجتماعي لإيجاد حلول للحد من الارهاب

ثالثاً: تساؤلات البحث.

- 1/ ما أثر وسائل الاعلام الجديد على متابعيه؟
- 2/ ما دور المنظمات الدولية والاقليمية في التصدي للإرهاب؟
- 3/ ما التشريعات والقوانين التي تنظم عمل الاعلام الجديد؟
- 4/ ما تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في نشر الافكار التي تدعم الارهاب؟
- 5/ ما دوافع الشباب من متابعة قضايا الارهاب ودورهم في الحد من هذه الظاهرة

رابعاً: أهداف البحث.

يهدف الباحث من خلال دراسته هذه لتحقيق الاتي:

- 1- التعرف على الدور الذي يلعبه الاعلام الجديد في مكافحة الارهاب
- 2- تشجيع الاعلام الجديد على تنظيف كل ما من شأنه الدعوة الي انحراف السلوك القويم، وما يؤدي الي الغلو والتطرف في الفكر
- 3- طرح مبادرات ومقترحات تساعد القائمين على الامر من توظيف الاعلام الجديد توظيفاً يخدم الامة الاسلامية والعربية
- 4- تحقيق الوحدة للإعلام بشقيه التقليدي والجديد في البلدان العربية الاسلامية، وتعاون الدول مع بعضها البعض لمحاربة الارهاب والفكر المتطرف

خامساً: نوع البحث.

بما أن معظم الدراسات الاجتماعية تندرج تحت قائمة الدراسات الوصفية، فان هذه الدراسة لا تتفك عن وصفاتها، حيث تهتم مثل هذه الدراسات بعرض ظاهرة اجتماعية كماً وكيفاً دون التحكم فيها او التدخل في اسبابها (عبد الحميد، 2011، ص 78). وسيعتمد الباحث علي منهج المسح الاجتماعي باعتباره اهم فروع المنهج المسحي ويمكن اعتباره اداة مسحية ضمن منهج معين (عبد الباقي، 1999، ص19).

سادساً: اداة البحث.

استمارة الاستبيان: اعتمد الباحث علي صحيفة الاستقصاء كأداة رئيسية لجمع البيانات، واشتملت علي أربع محاور كل محور به عدد من الأسئلة بلغ مجموعها 25 سؤالاً، ومن ثم تم عرضها علي خمسة محكمين متخصصين في مجال الدراسات الإعلامية ومناهج البحث الاجتماعي هم البروفسور فيصل الحاج استاذ الاعلام بجامعة السودان، والبروفسور بشري الفاضل أستاذ علم المناهج بكلية التربية جامعة بخت الرضا، والبروفسور عبد النبي عبدالله الطيب استاذ الاعلام بجامعة وادي النيل والدكتور مكي محمد مكي الأستاذ المشارك للأعلام بجامعة وادي النيل والدكتور محمد بكرى أستاذ الاعلام بجامعة الملك عبد العزيز وأبدوا عليها بعض الملاحظات العلمية اعتمدها الباحث، المحور الأول البيانات الديموغرافية، محور الاستخدامات، محور الإشباعات، ومحور لتقييم الأثر، خمسة محكمين، كما تم اختبار صدق الاستبانة بطريقتين اولاهما الصدق الظاهري وتمثل في صدق المحكمين، حيث وافق معظمهم علي صلاحية الاستمارة وتحقيقها لأهداف البحث، وقام الباحث بتعديل بعض الاسئلة وصياغتها بطريقة سهلة وبسيطة حسب اراء المحكمين، ومن ثم اصبحت الاستمارة جاهزة للتطبيق في صورتها النهائية (بيتر، 2015، ص65) وثانيهما صدق الاتساق الداخلي، حيث وزع الاستبيان علي عينة

استكشافية بلغ عددها 17 مفردة من عينة الدراسة تم تفرغ إجاباتهم علي برنامج spss وبعد ذلك تم حساب معاملات الارتباط للاستبانة، وللتحقق من ثبات الاستبانة اتبع الباحث طريقة الفا كرونباخ (kornapakhalva) وهي تقوم علي حساب ارتباط العبارات مع بعضها البعض (ميخائيل، 2009، ص 69) وحقت نسبة 97%، وهي نسبة مطمئنة لنتائج الدراسة .

سابعاً: مجتمع البحث.

يقصد بمجتمع الدراسة جميع أفراد أو جزئيات الظاهرة المقصود دراستها (الخيرات، 2013، ص 70)، وبهذا فإنّ مجتمع هذه الدراسة هم طلاب جامعة السودان بقسم الصحافة والاعلام في مرحلة البكالوريوس، والدراسات العليا

ثامناً: عينة البحث:

تم اختيار عينة عشوائية بسيطة من قبل الباحث باعتبارها من العينات الاحتمالية الاكثر استخداماً في بحوث الاعلام، وبلغ عدد أفرادها 170 مفردة.

حدود البحث:

1/ تمثلت حدود الدراسة في الآتي: (البشري، 2015، ص 121)

أولاً الحدود المكانية: تم تنفيذ اداة الدراسة من خلال صحيفة استبيان وزعها الباحث يدوياً لعينة الدراسة ثانياً الحدود الزمانية: طبقت الدراسة الميدانية في الفترة من يونيو 2017 حتى 31 يناير 2018م ثالثاً الحدود البشرية: تم اجراء الدراسة على عينة عشوائية بسيطة من طلاب الصحافة والاعلام بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا بجمهورية السودان.

تاسعاً: الدراسات السابقة.

وقف الباحث علي عدد من الدراسات ذات الصلة بموضوعه أهمها:

الدراسة الاولي /تحسين محمد حسين سرادقه بعنوان دور وسائل الاعلام في مكافحة الارهاب والتطرف /جامعة الزرقاء بالأردن /ورقة بحثية مقدمة لمؤتمر الشريعة والارهاب 2016م، واستخدم المنهج الوصفي في دراسته باعتباره اقرب المناهج لمثل هذه الدراسات وركز علي اهمية الدور الجوهري والمحوري الذي يجب ان تلعبه وسائل الاعلام في مكافحة الارهاب وكشف زيف الجماعات الارهابية وخطل فكرها وفهمها لمبادئ الدين، بالإضافة الي توظيف اليات جديدة تساهم في ايجاد حلول لظاهرة الارهاب، وقد توصل من خلال الدراسة الي عدد من النتائج ابرزها ما يلي :-

1/ تعتبر وسائل الاعلام قادرة على المساهمة في التوعية بمخاطر الارهاب ووسائل محاربتة

2/ تسخر المنظمات الارهابية وسائل التواصل الاجتماعي لنشر الرعب والخوف والريبة والشك علي جمهور المتلقين.

3/ تعتبر وسائل الاعلام العربية داعمة لمبدأ الدعاية السياسية القائمة على مبدا مكافحة الإرهاب
الدراسة الثانية: دراسة عبد الفتاح حسين هاني رسالة دكتوراه غير منشورة جامعة القاهرة 2014م بعنوان
أثر الاعلام على الافكار الهدامة حيث استخدم الباحث المنهج المسحي في دراسته، وأشار الي بيان
انماط العنف المتعددةالمادية واللفظية والخطابية باعتبارها جزءاً لا يتجزأ من الانساق السياسية والدينية
والاجتماعية والثقافية والايولوجية، واستخدم تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات ووصل الي عدد من
النتائج اهمها الاتي:

1/ ان الاحساس بالظلم والحقد والكراهية والغضب لبعض العناصر المبعدة تؤثر على افكار الشباب
2/ تولد التراكبات النفسية والاجتماعية والسياسية المحبطة في أحد مراحل تطورها سلوكاً عدوانياً للشباب
3/ قد تتحول بعض الجماعات العرقية او القومية او اللغوية أو حتى الأشخاص العاديين لأهداف بشرية
لأعمال العنف والارهاب

الدراسة الثالثة: دراسة الراوي محمد بعنوان دور وسائل الاعلام الجديد في التغيير الاجتماعي 2014م
وجاءت دراسته مركزة على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي علي التغيير ودورها في ارساء قيم المعرفة
والنقد والمراجعة، بالإضافة الي استخدام الشبكات الاجتماعية باعتبارها اداة للترفيه والتواصل واداة
للتنظيم والتنظيم والقيادة، واستخدم الباحث المنهج الوصفي والتاريخي، واداة الاستبيان في الدراسة
التطبيقية لجمع البيانات، ووصل الي عدة نتائج اهمها ما يلي:

1. لا تمثل وسائل التواصل الاجتماعي العامل الرئيس في تغيير المجتمع غير انها عامل مهم في
تهيئة الاجواء ومتطلبات التغيير عن طريق توعية الجماهير لمقومات التنمية والنهوض (بكر،
2014، ص7)

2. يفتقر الاعلام الجديد في مده ومجاله الي الوضوح وعدم الرؤيا مما يعني ان الاعلام الجديد قد
يعكس الشك والريبة والضبابية والفوضى للثقافة المعاصرة

3. تشكل الاجندة الاعلامية مركزاً رئيسياً لمواقع التواصل الاجتماعي عن طريق الاحداث الجارية التي
تقرض نفسها.

الدراسة الرابعة: دراسة رمضان قرني محمد بعنوان دور الاعلام في مكافحة التطرف والارهاب رسالة
دكتوراه غير منشورة جامعة بيروت 2015 ام ونوع الدراسة وصفية ومنهجها مسحي، اشار الباحث من
خلال دراسته الي ان الظاهرة الارهابية اضحت من التنوع والانتشار والخطورة الي الدرجة التي اصبحت

تتجاوز الابعاد السياسية والامنية الي الابعاد الثقافية والاعلامية لكل مكونات المجتمع، لذلك بحث في دراسته عن الوظيفة القيمية والاتصالية الفاعلة التي يؤديها الاعلام في مكافحة الارهاب والتطرف، من باب انه أي الاعلام ابرز ادوات تعاطي الدولة مع الارهاب والتطرف ويكمل الادوات السياسية والامنية والثقافية لمواجهة هذه الظاهرة وتوصل الي مجموعة من النتائج اهمها ما يلي :

1/تجاوز الاعلام لدوره التقليدي في المجتمع لأهداف ووظائف معاصرة تتعدي الاعلان والاعخبار والترويج والترويج، الي تدفقه في نسيج وشرابيين المجتمع لتزيد فاعليته وقدرته على التنمية.

2/ان ثورة الاتصال التقني الذي نعيشه اليوم جعل الحجب المعرفي وتزييف الحقائق جزءاً من الماضي، حيث وجدت اشكال جديدة من الاتصال والتواصل الرقمي لايمكن سد منافذها مهما يكن الامر

3/يمثل الاعلام راس الرمح بالنسبة للاتصال بين مؤسسات الدولة ومؤسسات المجتمع
الدراسة الخامسة: دراسة محمد عبادة 2015م بعنوان دور الاعلام الاسلامي في مكافحة الارهاب، وهدفت الي استعراض بعض النماذج التي رسمت صورة مشوهة عن الاسلام من خلال وسائل الاعلام، اضافة الي ابراز دور الاعلام في مكافحة الارهاب ومواجهته من خلال تصحيح الكثير من المفاهيم الخاطئة والصورة غير الحقيقية المرسومة في اذهان بعض الناس عن الإسلام.

ونوع دراسته وصفية استخدم فيها الباحث المنهج المسحي، ووصل الي عدد من النتائج اهمها ما يلي:

1/ان الاعلام الاسلامي مازال يعاني من ضعف واضح في رسم صورة حقيقية عن الواقع الاسلامي
2/وجود الكثير من الاساءات الموجهة ضد الاسلام والمسلمين على حد سواء من قبل الاعلام الغربي مما ادي الي تكوين صورة ذهنية سلبية تقوم على البغض والكراهية وتغذية الفكر المتطرف.
3/محدودية الموارد المالية وقلة الخبرات البشرية القادرة على تقديم الصورة الحقيقية للإسلام لدي الرأي العام العالمي.

التعليق علي الدراسات السابقة: يري الباحث ان معظم هذه الدراسات ركزت علي دراسة الإرهاب كظاهرة اجتماعية بغض النظر عن كون هذه الظاهرة يقوم بها افراد او جماعات او حتي مؤسسات منظمة، وجلها ركز علي اهمية الاعلام الجديد ودوره الرائد في التصدي للإرهاب والتطرف ولفت انتباه الجميع لكيفية معالجة الاعلام لذلك، خاص وسائط التواصل الاجتماعي باعتبارها احدث الوسائل لتسليط الضوء علي هذه الظاهرة التي تشغل بال الرأي العام علي كافة الصعد محلياً واقليمياً ودولياً، كما ركزت علي شرائح مجتمعية مختلفة، ومدى الاثر الذي يمكن ان يلعبه الاعلام الجديد لتبني واعتناق مبادي وافكار الجماعات والمنظمات الارهابية والمساهمة والمشاركة معهم في القتال ونشر الافكار الهدامة، كما ان معظمها أي الدراسات نوعها وصفية مستخدمة المنهج المسحي في الغالب الاعم باستثناء القليل منها،

غير ان ادوات جمع البيانات فيها تنوعت من استمارة استبيان الي استمارة تحليل المضمون مستعينة بعضها بالملاحظة والمقابلة، ولعل ما يميز هذه الدراسة عن غيرها من الدراسات السابقة انها تناولت بالتحليل والتفسير ظاهرة الارهاب وكيفية معالجته، وركزت علي تنظيمات معينة ساهمت الي حد كبير في تشويه صورة العرب والمسلمين امام الرأي العام العالمي، وأن الدراسة تمت علي شريحة معينة ومهمة ومؤثرة وفاعلة في كل المجتمعات الا وهي فئة الشباب، واختلفت عنها في اختيار العينة واشتمالها علي اسئلة ومحاور لم تتطرق لها الدراسات التي سبقتها، ايضاً اعتمدت هذه الدراسة علي نظريات لم تتضمنها الدراسات السابقة اهمها ما يأتي:

1/نظرية الاقناع: وهي نظرية حديثة نسبياً تقوم اساسا على توظيف نتائج بحوث الاقناع ونشر المعلومات في ظل النظم الاجتماعية والاتجاهات النفسية، ومن ثم تمرر المعلومات وتحدث التأثير من خلال وسائل الاتصال (النمر والبطريق .2011، ص165) وتفترض النظرية انه يمكن تحقيق اهداف الرسالة الاعلامية من خلال التأثير المباشر على الاستمالات العاطفية مثل التركيز على القيم العقدية كالصلاة والصيام والخ. (الشرقاوي، 2014، ص43)

2/نظرية الغرس الثقافي: ظهرت في الولايات المتحدة الامريكية خلال عقد الثمانينيات، كمنظور جديد لدراسة أثر وسائل الاعلام علي جمهور المتلقين وتأتى المسلمات الاساسية للنظرية في ان مداومة التعرض لوسائل الاعلام خاصة التلفزيون. ولفترات طويلة وبصورة مستمرة تنمي لدي المتلقي اعتقاداً بان العالم الذي يراه ويسمعه، ان هو الاصورة للواقع الذي يعيشه ويحيياه وقد استفاد الباحث من هاتين النظريتين من خلال توظيفهما للتعرف على الاختلال في التدفق الاعلامي الدولي. وفيما يلي تحليل وتفسير البيانات:

جدول رقم (1) النوع

النوع	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	118	69.4
أنثى	52	30.6
Total	170	100.0

يلاحظ من الجدول (1) أعلاه؛ أن نوع (ذكر) أتى في المرتبة الأولى بنسبة بلغت 69.4%؛ فيما شكل نوع (أنثى) المرتبة الثانية بنسبة بلغت 30.6%. أي أن عدد الذكور في عينة الدراسة أكبر من عدد الإناث.

جدول رقم (2) الفئة العمرية

النسبة المئوية	التكرار	الفئة العمرية
18.8	32	من 19-25 سنة
28.2	48	من 26-30 سنة
35.3	60	من 31-35 سنة
17.6	30	من 36-40 سنة
100.0	170	Total

يتبين من الجدول (2) أعلاه؛ أن فئة العمر (31-35) سنة أتت في المرتبة الأولى بنسبة بلغت 35.3%، وفي المرتبة الثانية أتت فئة العمر (26-30) سنة بنسبة بلغت 28.2%، وفي المرتبة الثالثة فئة العمر (25-19) سنة بنسبة بلغت 18.8%، وفي المرتبة الأخيرة وبفارق بسيط فئة العمر (36-40) سنة بنسبة بلغت 17.0%. ويشير ذلك إلى غلبة الشباب على عينة الدراسة.

جدول رقم (3) يوضح تعريف الإرهاب

النسبة المئوية	التكرار	البدايل
24.6	118	الفهم الخاطئ للدين ولمقاصده والجنوح للغلو والتشدد
4.0	19	الخلل في التلقي وأخذ العلم عن غير أهله
1.7	8	العاطفة تجاه شيوع المنكرات والمخالفات
32.1	154	الفراغ والبطالة
16.3	78	ابتعاد الرقابة الأسرية
18.3	88	الظلم الاجتماعي
3.1	15	التربية الأسرية والوطنية السيئة
100.0	480	Total

يتضح من الجدول رقم (3) أعلاه؛ أن سبب الفراغ والبطالة لظهور الإرهاب ؛ أتى في المرتبة الأولى بنسبة 32.1% ؛ وفي المرتبة الثانية ؛ أتى سبب الفهم الخاطئ للدين ولمقاصده والجنوح للغلو والتشدد بنسبة 24.6%، وفي المرتبة الثالثة ؛ أتى سبب الظلم الاجتماعي بنسبة بلغت 18.3% ؛ وفي المرتبة الرابعة ؛ أتى سبب ابتعاد الرقابة الأسرية بنسبة بلغت 16.3% ؛ وفي المرتبة الخامسة ؛ أتى سبب الخلل في التلقي وأخذ العلم من غير أهله بنسبة بلغت 4.0% ؛ وفي المرتبة السادسة ؛ أتى سبب التربية الأسرية والوطنية السيئة بنسبة بلغت 3.1% ؛ وفي المرتبة السابعة والأخيرة ؛ أتى سبب العاطفة تجاه شيوع المنكرات والمخالفات بنسبة بلغت 1.7%.

جدول رقم (4) يوضح تعريف الإرهاب

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
26.5	45	أوافق
13.5	23	أوافق لحد ما
60.0	102	لا أوافق
100.0	170	Total

يتضح من الجدول رقم (4) أعلاه؛ أن عبارة (لا أوافق) أن تعريف الإرهاب واضح ومتفق عليه؛ أنتت في المرتبة الأولى بنسبة 60.0%؛ وفي المرتبة الثانية وبفارق كبير؛ عبارة (أوافق لحد ما) بنسبة 26.5%، وفي المرتبة الثالثة وبفارق كبير من العبارتين السابقتين؛ أنتت عبارة (أوافق لحد ما) بنسبة 13.5%. مما يؤكد أن عينة الدراسة متفقة على أنه لا يوجد تعريف واضح ومتفق عليه بشأن الإرهاب.

جدول رقم (5) يوضح رأي العينة في عالمية ظاهرة الإرهاب

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
78.2	133	أوافق
8.2	14	أوافق لحد ما
13.5	23	لأوافق
100.0	170	Total

يتبين من الجدول رقم (5) أعلاه؛ أن عبارة (أوافق)؛ على أن الإرهاب ظاهرة عالمية ليست خاصة بالمسلمين؛ أنتت في المرتبة الأولى بنسبة كبيرة بلغت 78.2%؛ وفي المرتبة الثانية؛ وبفارق كبيرة من العبارة السابقة؛ جاءت عبارة (لا أوافق) بنسبة 13.5%، وفي المرتبة الثالثة والأخيرة؛ أنتت عبارة (أوافق لحد ما) بنسبة ضئيلة بلغت 8.2%. وهذا يدل على اتفاق عينة الدراسة أن الإرهاب ظاهرة عالمية ليست خاصة بالمسلمين.

جدول رقم (6) يوضح رأي العينة في ارتباط فكر الإرهاب بفئة الشباب

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
71.2	121	أوافق
19.4	33	أوافق لحد ما
9.4	16	لأوافق
100.0	170	Total

يلاحظ من الجدول رقم (6) أعلاه؛ أن عبارة (أوافق) على أن فكر الإرهاب ارتبط بفئة الشباب؛ أنتت في المرتبة الأولى بنسبة بلغت 71.2%؛ وبفارق كبير؛ أنتت في المرتبة الثانية عبارة (أوافق لحد ما)

بنسبة 19.4%، وفي المرتبة الثالثة؛ عبارة (لا أوافق) أي نسبة؛ 9.4%. وهذه دلالة واضحة على اقتناع عينة الدراسة أن فكر الإرهاب ارتبط بفئة الشباب.

جدول رقم (7) يوضح رأي العينة في أن الإرهاب مشكلة يجب التصدي لها

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
92.9	158	أوافق
7.1	12	لا أوافق
100.0	170	المجموع

يلاحظ من الجدول رقم (7) أعلاه؛ أن عبارة (أوافق) على أن الإرهاب مشكلة في حد ذاته يجب التصدي لها؛ أنت في المرتبة الأولى بنسبة بلغت 92.9%؛ وبفارق كبير؛ أنت في المرتبة الثانية عبارة (لا أوافق) بنسبة 7.1%، فيما لم تسجل عبارة (أوافق لحد ما) أي نسبة؛ وهذه دلالة واضحة على أن الإرهاب مشكلة في حد ذاته يجب التصدي لها.

جدول رقم (8) يوضح رأي العينة في تأثير قتل الأنفس البريئة من مظاهر الإرهاب

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
57.6	98	أوافق
31.2	53	أوافق لحد ما
11.2	19	لا أوافق
100.0	170	المجموع

يتبين من الجدول رقم (8) أعلاه؛ أن عبارة (أوافق) أن من مظاهر الإرهاب قتل الأنفس البريئة من المسلمين والأمينين؛ أنت في المرتبة الأولى بنسبة 57.6%؛ وفي المرتبة الثانية عبارة (أوافق لحد ما) بنسبة 31.2%، وفي المرتبة الثالثة وبفارق كبير من العبارتين السابقتين؛ أنت عبارة (لا أوافق) بنسبة 11.2%. مما يرجح أن قتل الأنفس البريئة من المسلمين والأمينين من مظاهر الإرهاب.

جدول رقم (9) يوضح رأي العينة في أن إدخال الفزع والرعب والخوف من مظاهر الإرهاب

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
58.2	99	أوافق
10.6	18	أوافق لحد ما
31.2	53	لا أوافق
100.0	170	المجموع

يتضح من الجدول رقم (9) أعلاه؛ أن عبارة (أوافق)؛ على أن إدخال الفزع والرعب والخوف من مظاهر الإرهاب؛ أنت في المرتبة الأولى بنسبة 58.2%؛ وفي المرتبة الثانية؛ وبفارق كبير؛ أنت عبارة (لا

أوافق) بنسبة 31.2%، وفي المرتبة الثالثة وبفارق كبير من العبارتين السابقتين؛ أنتت عبارة (وافق لحد ما) بنسبة 10.6%. وهذا يؤكد أن إدخال الفزع والرعب والخوف من مظاهر الإرهاب.

جدول رقم (10) يوضح رأي العينة في أن الاختطافات والتهديدات للمسافرين من مظاهر الإرهاب

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
4.1	7	أوافق
60.6	103	أوافق لحد ما
35.3	60	لا أوافق
100.0	170	المجموع

يشير الجدول رقم (10) أعلاه؛ أن عبارة (وافق لحد ما) في أن الاختطافات والتهديدات للمسافرين براً وجواً وبحراً من مظاهر الإرهاب؛ أنتت في المرتبة الأولى بنسبة 60.6%؛ وفي المرتبة الثانية؛ أنتت عبارة (لا أوافق) بنسبة 35.3%، وفي المرتبة الثالثة وبفارق كبير من العبارتين السابقتين؛ أنتت عبارة (أوافق) بنسبة 4.1%. مما يدل على أن الاختطافات والتهديدات للمسافرين براً وجواً وبحراً لا تشكل مظهر أساسي من مظاهر الإرهاب.

جدول رقم (11) يوضح رأي العينة في اقتحام المؤسسات المالية وتفجيرها من مظاهر الإرهاب

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
27.1	46	أوافق
17.1	29	وافق لحد ما
55.9	95	لا أوافق
100.0	170	المجموع

يتضح من الجدول رقم (11) أعلاه؛ أن عبارة (لا أوافق) في أن اقتحام المؤسسات المالية وتفجيرها من مظاهر الإرهاب؛ أنتت في المرتبة الأولى بنسبة 55.9%؛ وفي المرتبة الثانية عبارة (أوافق) بنسبة 27.1%، وفي المرتبة الثالثة وبفارق كبير من العبارتين السابقتين؛ أنتت عبارة (وافق لحد ما) بنسبة 10.0%. وتشير هذه النتيجة أن اقتحام المؤسسات المالية وتفجيرها ليس وحدها من مظاهر الإرهاب.

جدول رقم (12) يوضح رأي العينة في أن الحجاب واللمحية من مظاهر الإرهاب

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
8.2	14	أوافق
31.8	54	وافق لحد ما
60.0	102	لا أوافق
100.0	170	المجموع

يلاحظ من الجدول رقم (12) أعلاه؛ أن عبارة (لا أوافق) أن الحجاب واللحية من مظاهر الإرهاب؛ أنتت في المرتبة الأولى بنسبة 60.0%؛ ويفارق كبير؛ في المرتبة الثانية أنتت عبارة (وافق لحد ما) بنسبة 31.8%، وفي المرتبة الثالث؛ ويفارق أكبر؛ أنتت عبارة (أوافق) بنسبة 8.2%. وهذا ينفي الزعم السائد بأن الحجاب واللحية هي مظاهر أساسية للإرهاب.

جدول رقم (13) يوضح رأي العينة في أن مخالفة ولي الأمر تقود إلى الإرهاب

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
46.5	79	أوافق
22.9	39	وافق لحد ما
30.6	52	لا أوافق
Total	170	المجموع

يتبين من الجدول رقم (13) أعلاه؛ أن عبارة (أوافق) أن مخالفة ولي الأمر تعتبر مظهراً للإرهاب؛ أنتت في المرتبة الأولى بنسبة 46.5%؛ وفي المرتبة الثانية؛ أنتت عبارة (لا أوافق) بنسبة 22.0%، وفي المرتبة الثالثة؛ أنتت عبارة (وافق لحد ما) بنسبة 22.9%. يمكن القول إن مخالفة ولي الأمر تعتبر مظهراً من مظاهر الإرهاب.

جدول رقم (14) يوضح رأي العينة في أن ثقافة الشباب قادتهم إلى الإرهاب

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
28.2	48	أوافق
38.8	66	وافق لحد ما
32.9	56	لا أوافق
100.0	170	المجموع

يشير الجدول رقم (14) أعلاه؛ إلى أن عبارة (وافق لحد ما) أن ثقافة الشباب لا تعتبر مظهراً للإرهاب؛ أنتت في المرتبة الأولى بنسبة 38.8%؛ وفي المرتبة الثانية؛ ويفارق قليل؛ أنتت عبارة (لا أوافق) بنسبة 32.9%، وفي المرتبة الثالثة ويفارق قليل من العبارتين السابقتين؛ أنتت عبارة (أوافق) بنسبة 28.2%. وتقارب العبارات يؤكد أن ثقافة الشباب لا تعتبر مظهراً للإرهاب.

جدول رقم (15) يوضح رأي العينة في أن الغلو في الدين دفع الشباب للتطرف مظهراً للإرهاب

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
62.9	107	أوافق
16.5	28	وافق لحد ما
20.6	35	لا أوافق

100.0	170	المجموع
-------	-----	---------

يتضح من الجدول رقم (15) أعلاه؛ أن عبارة (أوافق) أن الغلو في الدين الذي يدفع الشباب للتطرف والإرهاب مظهراً للإرهاب؛ أتت في المرتبة الأولى بنسبة 62.9%؛ وفي المرتبة الثانية وبفارق كبير؛ أتت عبارة (لا أوافق) بنسبة 20.6%، وفي المرتبة الثالثة وبفارق كبير من العبارتين السابقتين؛ أتت عبارة (وافق لحد ما) بنسبة 16.5%. وتدل هذه النتيجة أن الغلو في الدين الذي يدفع الشباب للتطرف والإرهاب من مظاهر الإرهاب.

جدول رقم (16) يوضح رأي العينة في أن وسائل الإعلام تساعد على نشر الإرهاب

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
23.5	40	أوافق
51.8	88	لا أوافق
100.0	170	المجموع

يشير الجدول رقم (16) أعلاه؛ أن عبارة (لا أوافق)؛ أن وسائل الإعلام تساعد على نشر الإرهاب؛ أتت في المرتبة الأولى بنسبة 51.8%؛ وفي المرتبة الثانية؛ أتت عبارة (وافق لحد ما) بنسبة 24.7%، وفي المرتبة الثالثة؛ أتت عبارة (أوافق) بنسبة 23.5%. وهذا يدل على أن وسائل الإعلام لا تساعد على نشر الإرهاب.

جدول رقم (17) يوضح رأي العينة في أن الإعلام يكافح الإرهاب

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
54.1	92	أوافق
15.9	27	وافق لحد ما
30.0	51	لا أوافق
100.0	170	المجموع

يتضح من الجدول رقم (17) أعلاه؛ أن عبارة (أوافق)؛ أن الإعلام يكافح الإرهاب؛ أتت في المرتبة الأولى بنسبة 54.1%؛ وفي المرتبة الثانية؛ أتت عبارة (لا أوافق) بنسبة 30.0%، وفي المرتبة الثالثة وبفارق كبير من العبارتين السابقتين؛ أتت عبارة (وافق لحد ما) بنسبة 4.0%. وهذه النتيجة تؤكد أن الإعلام يكافح الإرهاب.

جدول رقم (18) يوضح رأي العينة في أن الإعلام الجديد يتسبب في تمدد الجماعات الإرهابية

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
46.5	79	أوافق
42.9	73	وافق لحد ما

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
10.6	18	لا أوافق
100.0	170	المجموع

يلاحظ من الجدول رقم (18) أعلاه؛ أن عبارة (أوافق) أن الإعلام الجديد سبب مباشر في تمدد الجماعات الإرهابية؛ أنتت في المرتبة الأولى بنسبة 46.5%؛ وفي المرتبة الثانية؛ أنتت عبارة (أوافق لحد ما) بنسبة 42.9%، وفي المرتبة الثالثة وبفارق كبير من العبارتين السابقتين؛ أنتت عبارة (لا أوافق) بنسبة 10.6%. وهذا يدل على أن الإعلام الجديد سبب مباشر في تمدد الجماعات الإرهابية.

جدول رقم (19) يوضح رأي العينة في كمية المحتوى الإعلامي عن الإرهاب

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
58.2	99	أوافق
10.0	17	أوافق لحد ما
31.8	54	لا أوافق
100.0	170	المجموع

يتأكد من الجدول رقم (19) أعلاه؛ أن عبارة (أوافق) أن كمية المحتوى الإعلامي بوسائل الإعلام العربية التي تتحدث وتنتشر الإرهاب كثيرة؛ أنتت في المرتبة الأولى بنسبة 58.2%؛ وفي المرتبة الثانية؛ أنتت عبارة (لا أوافق) بنسبة 31.8%، وفي المرتبة الثالثة وبفارق كبير من العبارتين السابقتين؛ أنتت عبارة (أوافق لحد ما) بنسبة 10.0%. هذه النتيجة تؤكد أن كمية المحتوى الإعلامي بوسائل الإعلام العربية عن الإرهاب كثيرة.

جدول رقم (20) يوضح رأي العينة في كمية المحتوى الإعلامي العربي المكافح للإرهاب

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
25.3	43	أوافق
38.2	65	أوافق لحد ما
36.5	62	لا أوافق
100.0	170	المجموع

يتضح من الجدول رقم (20) أعلاه؛ أن عبارة (أوافق لحد ما) أن كمية محتوى الإعلام العربي المكافح للإرهاب كثير؛ أنتت في المرتبة الأولى بنسبة 38.2%؛ وفي المرتبة الثانية وبفارق قليل؛ أنتت عبارة (لا أوافق) بنسبة 36.5%، وفي المرتبة الثالثة وبفارق كبير من العبارتين السابقتين؛ أنتت عبارة (أوافق) بنسبة 6.0%. وهذه النتيجة تدل على أن كمية المحتوى الإعلامي العربي المكافح للإرهاب قليل.

جدول رقم (21) يوضح رأي العينة في قوة فاعلية المحتوى الإعلامي العربي المكافح للإرهاب

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
27.1	46	أوافق
45.3	77	أوافق لحد ما
27.6	47	لأوافق
100.0	170	المجموع

يتبين من الجدول رقم (21) أعلاه؛ أن عبارة (أوافق لحد ما) حول قوة فاعلية المحتوى الإعلامي لمكافحة الإرهاب؛ أنتت في المرتبة الأولى بنسبة 45.3%؛ وفي المرتبة الثانية ويفارق قليل؛ أنتت عبارة (لا أوافق) بنسبة 27.6%، وفي المرتبة الثالثة؛ ويفارق قليل؛ أنتت عبارة (أوافق) بنسبة 27.1%. وهذه النتيجة تؤكد ضعف قوة فاعلية المحتوى الإعلامي العربي المكافح للإرهاب.

نتائج الدراسة:

- 1- يتضح من الدراسة أن نسبة الذكور أنتت في المرتبة الأولى بنسبة 69.4%؛ بينما بلغت نسبة الإناث 30.6% أظهرت الدراسة أن الفئة الشباب العمرية (31- 35) هي الغالبة بنسبة بلغت 35.3%.
- 2- بينت الدراسة أن سبب الفراغ والبطالة هو السبب الغالب الذي يقود للإرهاب بنسبة بلغت 32.1%.
- 3- أكدت الدراسة أنه لا يوجد اتفاق واضح حول تعريف الإرهاب بنسبة بلغت 60.0%.
- 4- كشفت الدراسة أن الإرهاب ظاهرة عالمية ليست خاصة بالمسلمين بنسبة بلغت 78.2%.
- 5- أظهرت الدراسة أن فكر الإرهاب ارتبط بفئة الشباب بنسبة بلغت 71.2%.
- 6- تؤكد الدراسة أن الإرهاب مشكلة في حد ذاته يجب التصدي لها بنسبة بلغت 92.9%.
- 7- تبين من الدراسة أن قتل الأنفس البريئة من المسلمين والأمنيين من مظاهر الإرهاب بنسبة بلغت 57.6%.
- 8- أوضحت الدراسة أن إدخال الفزع والرعب والخوف من مظاهر الإرهاب بنسبة بلغت 58.2%.
- 9- كشفت الدراسة أن الاختطافات والتهديدات للمسافرين براً وجواً وبحراً لا تشكل مظهراً من مظاهر الإرهاب بنسبة بلغت 60.0%.
- 10- أكدت الدراسة أن اقتحام المؤسسات المالية وتفجيرها لا يعتبر مظهراً للإرهاب بنسبة بلغت 55.5%.
- 11- يتضح من الدراسة أن الحجاب واللمحية لا يشكلان مظهراً للإرهاب بنسبة بلغت 6.0%.

- 12- أظهرت الدراسة أن مخالفة ولي الأمر يعتبر مظهراً للإرهاب بنسبة بلغت 46.5%..
- 13- تبين من الدراسة أن ثقافة الشباب ليس مظهراً يؤدي إلي الإرهاب بنسبة بلغت 38.8%.
- 14- كشفت الدراسة أن الغلو في الدين الذي يدفع الشباب للتطرف من مظاهر الإرهاب بنسبة بلغت 62.9%.
- 15- تؤكد الدراسة أن وسائل الإعلام لا تساعد على نشر الإرهاب بنسبة بلغت 51.8%.
- 16- يتضح من الدراسة أن الإعلام يكافح الإرهاب بنسبة بلغت 54.1%.
- 17- كشفت الدراسة أن الإعلام الجديد يعتبر سبباً مباشراً في تمدد الجماعات الإرهابية بنسبة بلغت 46.5%.
- 18- تظهر الدراسة أن كمية المحتوى الإعلامي العربي المتحدث عن الإرهاب كثير بنسبة بلغت 58.2%.
- 19- تبين من الدراسة أن كمية المحتوى الإعلامي العربي المكافح للإرهاب قليل.
- 20- تؤكد الدراسة ضعف فاعلية المحتوى الإعلامي العربي المكافح للإرهاب. 22/ إن العلاج لظاهرة الارهاب يتطلب وضع إستراتيجية طويلة الأمد تدرج ضمن مشروع التنمية الاجتماعية الشاملة والدائمة للمجتمع.
- 21- ضرورة مساهمة جموع المختصين في دراسة وتحليل وإبراز حيثيات ظاهرة الارهاب ووزن مختلف العوامل التي ساهمت في انتشارها.
- 22- دراسة الارهاب والتعرف على طبيعته الحقيقية وأسبابه ودوافعه، والقضاء على العوامل البيئية والشخصية الدافعة إليه، وذلك باتخاذ تدابير ضرورية تجاه المجتمع بالتكافل والاهتمام بقضاياها، وتدارك القصور في المشاريع الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والمشاريع التنموية في كل المجالات، وتحسين المجال السمعى والبصري ووضع مقاربة تهتم بالأمن الإنساني تجمع بين القانون والعدل، وشروط الإدماج الاجتماعي والاقتصادي، وتدابير السلم الاجتماعي، وإيجاد سبل العيش الكريم، وتفعيل دور العلماء والأكاديميين في المجتمع.
- 23- النظر إلي الارهاب ليس فقط من زاوية المسؤولية الفردية، ففي ظروف اقتصادية صعبة، ووضع اجتماعي متأزم، وفراغ إيديولوجي كبير، من الصعب على جميع الأفراد الحفاظ على التوازن النفسي وانتهاج الطريق الصحيح دائماً.

24- أن الانتماء إلى الجماعات الدينية المتطرفة يمثل مخرجاً مغرياً وملاذاً آمناً في الخلاص من المشكلات بالنسبة للعديد من الأفراد، باعتباره المخرج من بين الطرق غير السليمة وغير الصحيحة، التي أصبحت منتشرة في المجتمع العربي.

25- تبني برامج إعلامية شاملة تهدف إلى تنمية الوعي الوطني العام، وتكريس حب الوطن وأهمية الانتماء إليه في أوساط المجتمع، والتصدي لما يطرح عبر وسائل الإعلام من مغالطات وأفكار مغرضة للتأثير السلبي على الشباب.

26- توجيه أدوات الوعي والثقافة السياسية ووسائلها المختلفة التي تزخر بها وسائل الإعلام خاصة الجديد لتكون ذات تأثير قوي على الشباب وتنمية مداركاتهم وإمكاناتهم للتصدي لظاهرة الإرهاب والتطرف التي تعصف بالمجتمعات.

27- إعداد وتأهيل فريق من الإعلاميين العرب وصقلهم للتعامل مع ظاهرة الإرهاب والتطرف وفق مهنية عالية.

28- إنشاء قاعدة معلوماتية إعلامية حول ظاهرة الإرهاب والعمل على تحليل تلك المعلومات بصورة مستمرة بما يضمن محاصرة الإرهابيين إعلامياً وثقافياً.

ثانياً التوصيات:

1- ضرورة تدريب وتأهيل اعلاميون عرب علي الاعلام الجديد، يعملون محررين في مناطق الصراعات العربية، لا سيما القريبة منها، بدلاً من الاعتماد على الاعلام الغربي ووسائله، التي تنحو في بعض الأحيان منحى مغايراً يتعارض مع قيم ومعتقدات المجتمعات العربية المسلمة.

2- اهتمام الاعلام التقليدي والجديد في الدول العربية والاسلامية بالفنون الصحفية الأخرى -عدا الخبر والتقرير- كالتركيز على فن الكاريكاتير مثلاً، والإنفو جرافيك وغيرها والتي تحدث تأثيراً كبيراً لدي الجمهور المتلقي لسهولة فهمها.

3- إجراء العديد من الدراسات العلمية العميقة حول تنظيم الجماعات الإرهابية وبمختلف اشكالها، لتوعية الجمهور بخطر الإرهاب وتبعاته على المجتمعات المدنية

4- تحصين الشباب وتغذية فكره بالمبادئ الاسلامية الحقبة التي يقوم عليها الاسلام بعيداً عن الغلو والتطرف من خلال اتباع القدوة الحسنة في المجتمع، وترجيبة اوقات فراغهم فيما يفد وينفع مجتمعاتهم.

5- دعم وتعزيز روح التعايش السلمي مع المجتمعات بمختلف منابعها الاجتماعية والدينية والثقافية والسياسية مع التركيز على فئة الشباب باعتبارها الالهام والاحظر، مع ضرورة إعادة التركيز على الصعيد العربي والاسلامي

6- "وضع مسودة قانون للقنوات الفضائية ووسائل التواصل الاجتماعي التي توجج روح الصراع والعنف وعدم حرمة الدم الانساني وبث حالات الارهاب والعنف والتطرف والترويج لها"، وضرورة إنشاء مراكز لتأهيل الأئمة والدعاة ورجال الدين، لـ "تصحيح الخطاب الديني بما يتلاءم مع روح العصر، ونبذ التفرقة المذهبية والطائفية"

7- التأكيد على أن أية محاولة لربط الإرهاب بأي دين يساعد الإرهابيين ومنظماتهم وينبغي رفضه بشدة. ومن ثم اتخاذ التدابير للحيلولة دون عدم التسامح حيال أي دين وتهيئة جو من التفاهم والتعاون المشترك يستند إلى القيم المشتركة بين الدول المنتمية إلى عقائد مختلفة

8- إنشاء مراكز دولية لمكافحة الإرهاب يقودها الشباب يتعين دراستها ودعمها وتعزيز التعاون الدولي والإقليمي والثنائي بين الدول لتحديد وتفكيك الخطر المالي للإرهاب وكذلك أنشطة مجموعات الجريمة المنظمة لدرء خطرهما عن الشباب.

المراجع والمصادر:

أولاً: القرآن الكريم

ثانياً: المراجع العربية

- 1- ابراهيم الميفيني: شبكات التواصل الاجتماعي منصة داعش الافتراضية ومغناطيس الشباب-(مقال-صحيفة الغد-عمان الاردن 11 شباط 2016م)
- 2- أنتوني غيتتيز: علم الاجتماع، ترجمة فائز الصباغ (لبنان، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ط4، 2010م)
- 3- احسان محمد حسن: علم الاجتماع والجريمة (الأردن، عمان، دار وائل للطباعة والنشر، ط2، 2014م)
- 4- ابو العلاء محمد ماضي وآخرون: الارهاب جوره وانواعه واساليب معالجته (لندن، ندوة مكافحة الارهاب، مصر، مؤسسة الفرقان للتراث الاسلامي، 2014م)
- 5- ابراهيم الأخرس: الآثار الاقتصادية والاجتماعية لثورة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات علي الدول العربية، الجوال والانترنت نموذجاً، مصر، ايتراك للنشر والتوزيع، 2009م)
- 6- الراوي محمد البشري: دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير، مدخل نظري، مجلة الباحث الاعلامي، العدد التاسع، العراق، بغداد، 2015م)
- 7- الطيار صالح بكر: الارهاب والمواثيق الدولية المعنية بمكافحة الارهاب، مركز الدراسات العربية الاوربية، فرنسا، باريس 2014م)
- 8- ايمان عبد الرحيم السيد الشرقاوي: جدلية العلاقة بين الاعلام الجديد والممارسات الارهابية، دراسة تطبيقية علي شبكات التواصل الاجتماعي، (ورقة مقدمة لندوة دور الاعلام العربي في التصدي لظاهرة الارهاب، السعودية، الرياض، جامعة نايف الامنية 2014م)

- 9- خلف عامر: الإعلام ودوره في معالجة ظاهرة الارهاب والموقف من المقاومة (الأردن، عمان، دار الحامد للطباعة والنشر، 2014م)
- 10- نبيل عبد الفتاح: الرؤي الملتبسة للإعلام والارهاب (المركز العربي للبحوث والدراسات، مصر، القاهرة، 2014م)
- 11- حسن عزوزي: الإسلام وتهمة لإرهاب، (السعودية، مكة المكرمة، إدارة الدعوة والتعليم برابطة العالم الاسلامي، 2010م)
- 12- محمد متولي: التخطيط الاستراتيجي في مكافحة الارهاب الدولي، دراسة مقارنة، ط1 (الكويت، جامعة الكويت، 2007م)
- 13- حسين عبد الرحمن رشوان: التطرف والارهاب من منظور علم الاجتماع (مصر، القاهرة، دار المعرفة الجامعية، 1999م)
- 14- سمير محمد حسين: بحوث الإعلام الأسس والمبادئ (القاهرة، عالم الكتب، 1999م)
- 15- محمد عبد الحميد: تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، (جدة ودار الشروق، 2009م)
- ثالثاً: المراجع الأجنبية:
- 16- BeaterUp the Down Escalator: why the Global Pessimists Are WORING VIGING ،LONDON CO 2003
- 17- Gavrilos. D. Arab Americans in a nation's imagined community: How
- 18- news constructed Arab American reactions to the Gulf War. Journal OF COMMUNICATION INQUIR2004Y
- 19- Mathieu Guidere،(2011). Le choc des révolutionsarabes. Ed. Autrement. Coll.FRONTIERS،FRANCE ،PARIS2014
- 20- MerCsageman ،،understanding terror networks the university of PENSILVANIA PRESS،200
- 21- Spooner، Keri Strategies for Implementing Management Role of human resources Management. Journal of knowledge Management: 2004.

الإعلام الجديد والإرهاب: آليات الدعاية وعناصر الإستقطاب - التجربة الكندية نموذجاً

د. فيصل فرحي

أستاذ مشارك بجامعة الملك خالد - السعودية

مقدمة:

لقد أضحى الإعلام الجديد الفضاء الأكثر استقطاباً لشرائح كبيرة ومتنوعة من الأفراد والمجموعات عبر العالم، فالدراسات والأرقام الحديثة تكشف يوماً بعد يوم تزايد أعداد المتصفحين والمشاركين والمتابعين لهذا النوع من الإعلام، بل وتؤكد الارتباط الوثيق بين متطلبات الفرد الاجتماعية والنفسية والاقتصادية والثقافية.... إلخ، وبهذا الفضاء الغير متناهي.

ولأن غدا الإعلام الجديد ملتصقا بالتصاقا وثيقا بحياة الأفراد والجماعات، وبات المنصة الأساسية للحصول على المعلومات وتداولها، فإن هذه الميزة جعلت منه الوسيلة الأهم لنشر الأفكار المتطرفة والتأثير في التوجهات نظراً لقدرته على الوصول إلى أعداد كبيرة وملامسة شرائح واسعة وبخاصة الشباب.

ومن المهم أن نؤكد في هذا المقام، أن التطورات التي تحدث في مجال الإعلام الجديد، مكنت من استحداث أيضاً طرقاً جديدة في طرائق وأساليب الإرهاب تواكب هذه التطورات وتتماشى مع متغيراتها، حيث لم يعد الإرهابي ذلك الشخص الذي يفجر نفسه في الأماكن العامة ليحدث أكبر قدر ممكن من الخسائر ثم ينقل هذه العملية الاستعراضية على منصات الفيديو فقط، بل أضحت هذه الأرضية المعلوماتية والتكنولوجية أداة فعالة للتمويل المالي و التواصل والتجنيد العابر للحدود والقارات، بل وحتى لاستهداف أنظمة المعلومات الدولية والحصول على المعلومات الإستخباراتية المهمة.

ومما لا شك فيه أن الإرهاب الإلكتروني المعلوماتي الذي يجعل من الفضاء الافتراضي قاعدة عمل له، هو إرهاب الغد والمستقبل، نظراً لتوسع وتعدد وتنوع الأهداف التي يمكن ضربها واستهدافها بأقل الخسائر المادية والبشرية، وهو ما جعل الكثير من الدول تأخذ هذا النوع من الإرهاب بعين الاهتمام والدراسة والمتابعة الحثيثة والدقيقة، وترصد له الإمكانات المادية والبشرية والتكنولوجية لمحاصرته والتضييق عليه. ولعل من بين الدول التي يمكن رصد وتتبع تجربتها خاصة في السنوات الأخيرة والاستفادة من خبراتها في هذا المجال دولة كندا، التي عرفت وللأسف في العشر سنوات الأخيرة ضربات موجعة من طرف الآلة الإرهابية خلفت خسائر مادية وبشرية كبيرة.

وما يجعل التجربة الكندية مفيدة ومهمة في هذا المجال هو اهتمامها الكبير بفضاء الإرهاب الإلكتروني، على اعتبار أن جل الأعمال الإرهابية التي ضربت البلد في العشر سنوات الأخيرة تم التخطيط لها وإدارتها داخل الفضاء الافتراضي. وهو ما يجعل دراسة هذه التجربة والاستفادة منها أمراً ضرورياً خاصة في هذه الفترة.

1- آليات وطرائق توظيف الإعلام الجديد في التخطيط وإدارة العمليات الإرهابية

لقد تمكنت التنظيمات الإرهابية وتحديدا القاعدة او ما يسمى بالدولة الإسلامية وبخاصة في السنوات الأخيرة من التأقلم مع التطورات التي شهدتها عالم الأنترنت ومجاراتها، حيث لم تعد تكتفي بإستخدامها كأرضية عملياتية و فقط بل أضحت منصة لوضع الخطط وبناء الإستراتيجيات من أجل تجنيد عناصر جديدة إليها وإستمالة المتعاطفين والمحبين.

وقد فعلت هذه التنظيمات تحديدا عناصرها لزيادة نشاطها من خلال غرف الدردشة المتخصصة ومواقع التواصل الاجتماعي، وما يتاح من فضاءات تستعصي على الأجهزة الأمنية والاستخباراتية مراقبتها.

أ- السياقات التاريخية

تعتمد التنظيمات الإرهابية ومنها تنظيم ما يسمى بالدولة الإسلامية إستراتيجية إتصالية واضحة ومضبوطة وممنهجة، فهي تهدف من جهة إلى تهريب

" الأعداء" وإخافتهم وبث الرعب فيهم إلى أكبر قدر ممكن، ومن جهة ثانية هي تسعى إلى إستمالة عدد كبير من الشباب خاصة الذين يبدون إهتمام بالعمل الإرهابي، وعلى أساس هذه الثنائية تنطلق هذه الجماعات في رسم سياساتها، بحيث لا يقتصر عملها على الأنترنت فقط في بث الدعاية، وإنما أيضا هي قاعدة عمليات حقيقة توظف خلالها كل الآليات والطرائق، وهو ما يمثل تطور كبير في علاقة الإرهابي وعملية الإتصال بشكل عام.

وقد مرت في الحقيقة وبشكل عام علاقة المحارب خارج الجيوش النظامية مع وسائل الإتصال الثلاث مراحل رئيسية، بدأت المرحلة الأولى مع ظهور التلغراف في منتصف القرن التاسع عشر إلى غاية نهاية الحرب العالمية الأولى، حيث استخدمت وسائل الإتصال في هذه المرحلة بالنسبة " للمحاربين غير النظاميين " كأدوات فعالة وجب التمكن منها والحصول عليها لأنها تمثل فارق في الحروب. وأعتبر التلغراف إحدى هذه الوسائل الفعالة ومن أهم وسائل الإتصال والتحكم والتوجيه، ولهذا مثل هدف للعناصر غير النظامية أو الخارجة عن الحكومات والدول إما لإملاكه أو لتخريبه، حيث يذكر مثلا الملقب بلورنس العرب في مذكراته، مع وجود فارق في التشبيه طبعاً ما يمثله جيش مقاوم يسعى للتخلص من هيمنة دولة أخرى مستعمرة ومجموعات إرهابية هدفها زعزعة أمن الدول، أن المجموعات العربية المقاومة للدولة العثمانية والتي تشكلت للتخلص من هيمنتها وبخاصة في شبه الجزيرة العربية خلال الحرب العالمية الأولى " عندما إستطاعت أن تدمر التلغراف الذي كانت تستخدمه الجيوش العثمانية في الإتصال والتنسيق تحولت إلى مجموعات متقطعة دون قائد".

المرحلة الثانية هي المرحلة الممتدة بين سنتي 1914 و 1991، المرحلة التي شهدت انتشار التلفزيون والراديو وتحولهما وسائل إعلام جماهيرية تستقطب إليها أعداد هائلة من المتابعين، حيث إنه وخلال هذه

المرحلة استعملن وسائل الاتصال والإعلام من طرف " المحاربين غير النظاميين " كوسائل دعائية، ومن بين الأمثلة التي تعبر بدقة عن هذه المرحلة حرب فيتنام واستخدام هذه الوسائل بشكل كبير من طرف مجموعات المقاومة الفيتنامية ضد الاستعمار الفرنسي ومن بعده الأمريكي.

المرحلة الثالثة في علاقة الثوار والمحاربين غير النظاميين بوسائل الاتصال والإعلام تشكلت بوضوح مع انتشار الأنترنت وتحديداً مع انتشار استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، أي حديثاً، حيث أصبح الويب منصة حقيقية لهذه المجموعات والتنظيمات للترويج لأفكارها ومنها التنظيمات الإرهابية.

المراحل الثلاث السابقة مثلت تراكم حقيقي في هذه العلاقة، بحيث وانطلاقاً من هذا التراكم استفادت التنظيمات الإرهابية وطرقت أدواتها وألياتها، فالأنترنت التي تعتبر أحدث وسائل الاتصال أصبحت تمثل في ذات الوقت الهدف والسلاح والأرضية، ولم يعد الاعتماد عليها فقط لتحقيق جانب واحد أو هدف فقط.

ولعل الرجوع إلى الاعتداءات الإرهابية التي ضربت الصحيفة الفرنسية شارلي أيبودو سنة 2015 تبين لنا بوضوح نظرة هذه التنظيمات إلى وسائل الاتصال الحديثة، حيث أن الأسبوع الذي سبق هذه الاعتداءات عرف هجوم على 19000 موقع فرنسيⁱⁱ منها موقع القناة التلفزيونية TVA في شهر أبريل 2015 التي اضطرب موقعها الإلكتروني وبخاصة برامجها على الأنترنت، حيث ظهرت رسالة على موقع القناة تتدد بالتدخل الفرنسي في العراق موقعة من طرف ما يسمى "CYBER CALIPHA" انترنت الخليفة.

لكن قبل هذا التاريخ وقبل الأنترنت لم تكن الدعاية الإرهابية لتتوقف، فقد وظفت كل الوسائل والطرائق الاتصالية والإعلامية لنشر أفكارها وممارسة التظليل، أين كان الإرهابيون يستخدمون أشرطة الفيديو من نوع VHS كدعامة صورة وصوت. والأکید أن جيل الثمانينات يتذكر جيداً أشرطة الفيديو تلك التي تنقل ما كان يسمى " الجهاد الأفغاني ".

ففي سنة 1984 وخلال فترة الاحتلال السوفياتي لأفغانستان قام كل من أسامة بن لادن وعبد الله عزام بإنشاء " مكتب العمليات " الذي أسندت له مهمة تشجيع المسلمين خاصة منهم العرب على دعم والمشاركة في " الجهاد " ومحاربة السوفيات، حيث قام هذا المكتب بإصدار مجلة ناطقة بالعربية سميت " الجهاد "، وزعت على نطاق واسع في العالم العربي وأيضاً في أوروبا وأمريكا، كما أنشأ هذا المكتب خلية إنتاج سمعي بصري سميت بـ " مرآة الجهاد " تولت مهمة إنتاج العديد من الفيديوهات بنوعية ممتازة.

في نهاية 1980 قام المركز من أجل إنتاج المعلومة الإسلامية والذي كان مقره بيشاور بإنتاج العديد من الفيديوهات التي تروج لانتصارات " المجاهدين " على الآلة الروسية، وتظهرهم كشهداء وإبطال. كما اهتم مكتب العمليات هذا بالصحافة المكتوبة، حيث كانت مهمته إعطاء التسهيلات للصحفيين من مختلف أنحاء العالم للتواصل بـ " المجاهدين " تحت متابعة وإشراف المسمى " أبو رويترز"ⁱⁱⁱ.

ولما وصل تنظيم طالبان إلى الحكم في كابول سنة 1996، قام بن لادن بوضع حد لمنفاه في السودان وقرر الاستقرار بأفغانستان، أين بدأ بتطوير مشروع ما سمي بـ " الجهاد العالمي"، وللترويج لهذا المشروع ركز اهتمامه على لإعلام الدولي، والذي من خلاله أستطاع أن يوجه رسائله إلى " العدو البعيد". في الفترة ما بين 1996 و 1998 التقى بن لادن العديد من الإعلاميين من بينهم صحفيين من جريدة القدس العربي، قناة الجزيرة، القناة الرابعة وأيضا الـ CNN، تحت إشراف وتنسيق رجل مسؤول الإعلام في التنظيم أبو مصعب السوري، الذي يملك خبرة كبيرة في مجال الاتصال و الإعلام، انطلاقا من خبرته في المجال وتجربته السابقة في تسيير نشرية " النصر" التابعة للجماعة الإسلامية المسلحة GIA التنظيم الإرهابي الناشط في الجزائر ما بين سنتي 1994 و 1995، وكذا تجربته في إنتاج فيديوهات لعمليات إرهابية في نفذت في الجزائر، وتوزيعها إلى أوروبا ودول المغرب العربي.

ب- الانترنت الاستخدام والتوظيف

اقتحمت المجموعات الإرهابية عالم الأنترنت بداية من سنة 1990، ومنذ هذا التاريخ وهي تقوم بتطوير ذاتها ومواكبة التطورات التكنولوجية المتسارعة في هذا المجال، حيث ظهر أول موقع على الأنترنت للإرهابيين سنة 1991 تحت اسم " المركز الإعلامي الإسلامي IMC" يحتوي الكثير من المادة الدعائية وفيديوهات تظهر عمليات إرهابية، وبقي هذا الموقع فعال ونشط إلى غاية سنة 2000 تاريخ حجه وتوقيفه^{iv}.

بعدها بدأت تتوالى المواقع الإرهابية، فبين سنتي 1996 و 1997 أنشأ طالب في الإعلام الآلي بأحد المعاهد المتخصصة بالعاصمة البريطانية لندن موقع AZZAM.COM نسبة إلى القيادي عبد الله عزام، احتوى هذا الموقع مواد مكتوبة باللغة البوسنية، الشيشانية والأفغانية، يقترح خلاله فيديوهات " جهادية " ويطلب من رواده إرسال مبالغ مالية إلى صندوق بريد في العاصمة لندن^v.

يجب الانتظار بعد ذلك إلى غاية شهر فيفري من سنة 2000 حتى يظهر أول موقع للأنترنت لتنظيم القاعدة تحت اسم MAALJAHAD.COM معالم الجهاد، ليتبعه مباشرة وسريعا موقع آخر في شهر مارس من سنة 2001 سمي بـ النداءALNEDA.COM^{vi}.

بعدها بأسابيع قليلة أطلقت القاعدة وكالتها الإعلامية الخاصة للإنتاج السمعي البصري " السحاب " وكان أول فيديو بث على موقعها يشيد بالعملية الانتحارية التي ضربت قافلة من المارينز الأمريكيين وأودت بحياة 17 منهم، للتوالي الفيديوهات بعد ذلك وتتنوع من حيث الكم والكيف، حيث أصبح من الملحوظ استخدام التقنيات العالية والمؤثرات في إخراجها.

وعلى إثر العمليات الإرهابية التي ضربت أمريكا في 11 سبتمبر 2001، أعلنت الـ و م أ وحلفاؤها القيام بعملية أطلقت عليها " Endrning Freedom" بحيث وفي أسابيع قليلة وجهت ضربات قوية لتنظيم

طالبان، مما أدى إلى إضعافه وفقد بذلك تنظيم القاعدة حليف إستراتيجي في المنطقة، بحيث وعلى إثر هذه العملية تم تدمير أماكن التدريب التابعة لها وقتل العديد من الإرهابيين، وهو ما أجبر كل من أسامة بن لادن وأيمن الظواهري إلى الهروب.

ومن أجل الحفاظ على وجودها تحولت القاعدة مضطرة من تنظيم هيكلي يعتمد على التراتبية إلى تنظيم غير ممرکز وانشطاري لا يخضع إلى قيادة مركزية، بحيث تفرخ عنه تنظيمات أخرى أهمها تنظيم القاعدة في العراق بقيادة مصعب الزرقاوي سنة 2004، الأمر الذي استدعى التأقلم مع هذه المتغيرات الجديدة على المستوى الإعلامي.

وفقاً لهذه التغيرات الهيكلية التي أملتتها الوقائع الجديدة على الأرض، كان لا بد على هذه التنظيمات التابعة ان تجد لنفسها كيانات إعلامية جديدة، وعلى ضوء هذا أنشأ تنظيم القاعدة في العراق واجهة إعلامية له على الأنترنت باسم مؤسسة الفرقان للإنتاج الإعلامي "، كما أخرج تنظيم القاعدة في بلاد المغرب الإسلامي واجهته الإعلامية المسماة " الأندلس للإنتاج الإعلامي".

وقد رسمت هذه الواجهات الإعلامية سياسة واضحة في التعامل مع الرقابة التي كانت تفرضها عليها الأجهزة الأمنية، حيث أنه وفي كل مرة تقوم هذه الأجهزة بمتابعتها والتضييق عليها ومن بعد ذلك حجبا تخرج باسم جديد، كمثل موقع الندى alnedda.com التابع لتنظيم القاعدة الذي تم توقيفه في سنة 2002، والذي سرعان ما ظهر بعد ذلك باسم آخر وبنفس المحتوى تقريبا.

ومما لوحظ على هذه المواقع وعلى الرغم من إنشاءها في فترات قصيرة وتغيرها الدائم، إلا أنها تتميز بخاصية مشتركة، وهي إحترافيتها وجاذبية تصاميمها، بحيث استفادت كثيرا من التحديات التكنولوجية التي تطرأ على عالم الويب، وانتشار مواقع التواصل الاجتماعي.

وعليه فقد ظهرت في الفترة ما بين 2000 إلى غاية سنة 2013 مستفيدة من هذه التحولات التكنولوجية ما سمي بطفرة " الفوروم الجهادي"، ومن اهم مجموعات الدردشة التي برزت بشكل ملفت فوروم " التوحيد " التابعة للإرهابيين أبو قتادة وأبو حمزة المعروفان بنشاطهم الإرهابي في العاصمة البريطانية لندن، لتظهر بعد ذلك مجموعات دردشة كثيرة تخدم نفس التوجهات وأهمها الإخلاص، الفردوس، البراق، الحسبة، الفلوجة، المجاهدين.... إلخ.

حاولت مجموعات الدردشة هذه وأخرى كثيرة ان تجمع الناشطين والمتعاطفين في غرف افتراضية لطرح مواضيع تحريضية باللغتين العربية والإنجليزية، حيث تشير الأرقام إلى أنه وبين سنتي 2007 و 2009 وصل عدد رسائل الدردشة على فوروم الفلوجة وحده 56 ألف رسالة دردشة^{vii}، كما يظهر تقرير أعدته أجهزة الاستخبارات الإيرلندية أن ما يقارب الـ 25 ألف إرهابي يشتركون في هذه المجموعات والغرف^{viii}. منها مجموعات الدردشة التابعة لتنظيم GIMF والتي انطلقت بداية 2001، على شكل قوائم

تتواجد على الـ Yahoo لا يسمح لدخولها أو الاشتراك بها إلا لمن يمتلك شيفرة الدخول، و التي وصل عدد مشتركها 7400 عضو تاريخ إغلاق المجمعات سنة 2004 .
ظفة " الفوروم الجهادي " أخذت حداثتها نقل شيئاً فشيئاً إلى أن تلاشت نهائياً، بسبب تمكن الأجهزة الأمنية من تفكيك الكثير من مجموعات الدردشة والدخول إليها وزرع الشكوك بين عناصرها، حيث تم اختراق بين سنتي 2006 و 2008 العديد منها كمثل فوروم " الحسبة" و " الفلوجة " الذين أصبحا يسيران على التوالي من طرف أجهزة المخابرات الأمريكية والبريطانية.
كنتيجة لهذا غيرت التنظيمات الإرهابية إستراتيجيتها، وراحت تركز أكثر على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث وبدءاً من سنة 2012 لوحظ بداية تواجد هذه التنظيمات داخل هذا الفضاء، وقد شجع على ذلك عدة عوامل أهمها انتشار هذه المواقع بشكل كبير واستخدامها للتكنولوجيا العالية والمتطورة.
بعد بداية الثورة السورية وتوافد الآلاف من الشباب العربي ومن مختلف دول العالم إلى سوريا بدواعي "الجهاد"، بدأ الناشطون يستخدمون خاصة الفيس بوك والتويتر وكذا اليوتيوب، حيث بلغ عدد الموالين والناشطين في تنظيم الدولة الإسلامية عبر تويتر فقط حوالي 46 ألف حساب، وكل حساب يتابعه ما متوسطه ألف متابع، على الرغم من أن المتوسط العام للمتابعين لكل حساب في تويتر لم يتعد 200 معجب^{ix} .

ج- مواقع التواصل الاجتماعي: الأرضية الصلبة للبروباغاندا " الدعاية "

تستخدم التنظيمات الإرهابية مواقع التواصل الاجتماعي لتحقيق العديد من الأهداف، وإذا كان الهدف الرئيسي هو الدعاية، كما أكد على ذلك منذ سنوات عديدة الرجل الثاني في تنظيم القاعدة أيمن الظواهري بالقول " أكثر من نصف المعركة تجري على ساحة الإعلام"^x، فإن من بين الأهداف المهمة الأخرى هو إيجاد بدائل للإعلام التقليدي وخاصة التلفزيونات التي لم تعد تبث العمليات الإرهابية.
وعلى هذا الأساس فقد طورت التنظيمات الإرهابية طرائق لتحقيق الدعاية وجلب انتباه وتعاطف شرائح كبيرة من الشباب في مختلف أنحاء العالم، ومحاولة استمالتهم عاطفياً وإقناعهم فيما بعد بالمشاركة في عملياتها، ومن أهم هذه الطرائق محاولات الدخول بكثافة إلى الهاشتاغات Hashtag المعروفة وتحويلها بشكل يخدم أفكارها وتوجهاتها، ومنها كل من هاشتاغ mots diése ، WC 2014 ، Brazil 2014 التي تم استهدافها بشكل واضح سنة 2014 واستخدامها كمنصات لترويج خاصة الفيديوهات التي تظهر عمليات إرهابية في سوريا والعراق، على اعتبار الأعداد الهائلة التي تشترك في هذه الهاشتاغات^{xi} .
نفس الطريقة استخدمتها التنظيمات الإرهابية حديثاً مع هاشتاغ stopdjjihadisme الذي أطلقتها الحكومة الفرنسية عقب العمليات الإرهابية التي ضربت باريس مؤخراً، وأيضاً هاشتاغ i Will com to Tunisie الذي تم إنشائه لجذب السياحة بعد العملية الإرهابية التي ضربت متحف البارود في تونس.

تعتمد أيضا هذه التنظيمات على إستراتيجية استخدام أيقونات تمكنها من بث تغريدات على التويتر بشكل مكثف وبأعداد كبيرة، ومنها على سبيل المثال " فجر البشائر " التي تم توقيفها من طرف تويتر بعدما أرسلت من خلالها العديد من التغريدات خلال بضعة أشهر فقط غداة الاستيلاء على الموصل بالعراق، حيث تمكنت من إرسال حوالي 40 ألف تغريدة في يوم واحد.

اعتماد التنظيمات الإرهابية لإستراتيجيات متنوعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي مكنها من أن تسوق نفسها للعالم على أنها كل متكامل، فهي أحيانا تنظم إرهابي، وهي أيضا حركة بديلة للدول الشمولية، كما أنها يمكن أن تكون دولة في مرحلة التأسيس، كما أنها وعبر هذه الإستراتيجيات تظهر على أنها قادرة على إلحاق الضرر بأية طريقة وقتل وإعدام مواطنين من دول أجنبية في المكان والزمان الذي تختاره هي.

ت- الفيديو في صلب الإستراتيجيات الإرهابية

وظفت الجماعات الإرهابية في حربها الدعائية " آلة الفيديو " بحيث ركزت على الجوانب التقنية بالإضافة إلى الجوانب الفنية، بحيث يتم إخراج الفيديو الدعائي في شكل مثير من جوانب التصوير والتركيب والمؤثرات، وأيضا وهو الأهم الجانب الاستعراضي، وأقصد هنا طريقة لبس الإرهابيين وإمساحهم للأسلحة ووقوفهم وطريقة حديثهم، وكذا طريقة ظهور المخطوفين بلباسهم البرتقالي الموحد في إشارة دلالية إلى طريقة لبس مساحين غوانتانامو.

ويجب الإشارة هنا إلى وجود على الأقل ثلاثة أنواع من الفيديوهات، أولا الفيديوهات التي تصدرها وتبثها الأذرع الإعلامية لما يسمى الدولة الإسلامية، حيث يلاحظ استخدامها للمؤثرات الصوتية والصورة، وأيضا اعتماده على اللقطات الكبيرة والتصوير البطيء، حيث غالبا ما يبحث من خلالها الإرهابيون على إظهار الجانب الاستعراضي وتبيان عمليات الإعدام الجماعي بالسكاكين أو عن طريق الحرق.

وتركز أيضا الجماعات الإرهابية في إستراتيجياتها الدعائية عبر الفيديو المواطنون المحليون بهدف استمالتهم، وعلى هذا فهي تحاول إظهار الوجه الإنساني عبر ما تقدمه من خدمات يومية للطبقات الفقيرة والمحتاجة، وأيضا إبراز الحياة السعيدة التي يعيشها " المجاهدون " مع أبنائهم وزوجاتهم ولحظات اللعب الجماعي وأجواء المرح^{xii}.

السياسة الدعائية عبر الفيديو التي تنتهجها معظم التنظيمات الإرهابية وعلى رأسها الدولة الإسلامية لم تظهر فقط هذا التنظيم على أنه في تنامي وانتشار فقط وإنما الهدف هو رسم صورة الدولة القادرة على إدارة شؤونها المحلية وخوض حرب ضد الحكومات الأخرى المعادية، فالفيديوهات الدعائية المنشورة ركزت بشكل واضح على امتلاك هذا التنظيم تحديدا لترسانة ضخمة من الأسلحة لا تمتلكها إلا الدول، كالصواريخ الباليستية على سبيل المثال والدبابات الحديثة والطائرات المحاربة وغيرها من الأسلحة الثقيلة.

هذا على الصعيد العسكري أما على الصعيد المدني فقد أراد هذا التنظيم أن يظهر نفسه بأنه قادر أن يعوض الدولة المدنية الغائبة، حيث ركزت بعض الفيديوهات على قدرة هذا التنظيم على إدارة الشؤون القضائية وإقامة محاكم للفصل في قضايا مدنية بين المواطنين، وأيضاً تسجيل للحالة المدنية، وإبرام عقود الزواج... إلخ.

2- ثنائية الإعلام والإرهاب في دولة كندا.

تجربة وسائل الإعلام الكندية مع الإرهاب ليست بالقديمة أو المتجدرة بل هي على العكس من ذلك حديثة، بحكم أن الظاهرة لم تظهر وتنتشر إلا في لسنوات القليلة الماضية تبع العوامل عديدة، تأتي في مقدمتها اعتماد كندا قبل مجيء حكومة المحافظين إلى الحكم سياسة العزلة العسكرية وعدم التدخل في شؤون الغير. وهي وإن كانت - التجربة - جديدة إلا أنها مشبعة بالأحداث والتجارب التي يمكن الوقوف عندها، وبخاصة التي كان لها صدى دولي.

افتقار الإعلام الكندي للتجربة والحنكة في تعامله مع ظاهرة الإرهاب الدولي تحديداً واقتصره سابقاً على عمليات الإجرام المحلية، جعله يقع في أخطاء كارثية أدت به إلى أن يصبح أداة ترويج وعامل تفرقة وهدم داخل الجسم الكندي، وهي أخطاء حدثت أحياناً من دون قصد بسبب قلة المعرفة لكن في أحيان كثيرة عن قصد وتعمد بناء على عدم إدراك الظاهرة وفهم أبعادها والأهم من هذا وذلك فهم مسبباتها وطبيعة الواقفين وراءها.

أ- الإعلام الكندي والهوية المزدوجة الاندماج

تلقى الجالية المسلمة في كندا الاهتمام الملحوظ من وسائل الإعلام بحكم ما يجري من صراعات وأزمات في مواطنها الأصلية وخصوصاً في منطقة الشرق الأوسط، وارتباط هذه الصراعات بالإرهاب الدولي، إذ تكاد صورة المسلم النمطية المرتبطة بكل ما يقارب للتعصب والتخلف والإرهاب هي الحاضر الرئيسي في نشرات الأخبار الرئيسية وفي صفحات الجرائد^{xiii}.

وقد لا يبحث الخطاب الإعلامي إلى توجيه الاتهامات للمسلمين في كل الأوقات وفي مختلف التغطيات الإعلامية، لكن ما يثيره من قضايا حول المسلمين وبخاصة المتعلقة بالإرهاب بشكل غير مباشر يمثل في كثير من الأحيان أحد العوامل الرئيسية في تشكيل الوعي الجمعي وبناء تمثيلات سلبية حول المسلمين، وهو ما يعمق ويرسخ الشعور بالخوف لدى الآخرين ويجعل الهوية أكبر بين المواطنين الأصليين والمهاجرين المسلمين^{xiv}.

هذا النوع من التناول وهكذا خطاب إعلامي مباشر وغير مباشر، شكل لدى الجالية المسلمة في الجهة المقابلة ما سماه الباحثون والأكاديميون " هوية مزدوجة الاندماج " *Identité Double Intégrée* ، مما جعلها من جهة تحاول ربط نفسها بهوية الوطن الأم والبحث عن ذاتها عبر خطاب إعلامي يحقق لها

ذاتها الدينية والثقافية، وذلك بمتابعة وسائل إعلام عربية، وهي من جهة ثانية لا تقوى على الانفصال من محيطها الذي تعيش فيه وبالتالي تجد نفسها مجبرة على متابعة الأحداث والوقائع التي لديها انعكاس مباشر على يومياتها عبر وسائل إعلام كندية، الأمر الذي خلق لديها نوع من الانفصام الإعلامي بين ما هو عربي وغربي^{xv}.

الخطاب الإعلامي الذي تنتجه وسائل الإعلام الكندية إضافة إلى أنه لا يراعي خصوصية المسلم ولا يتفهم خلفياته الثقافية والحضارية، هو أيضاً خطاب استعلائي إتهامي، وهو ما يخلق ردود فعل قوية في الجهة المقابلة ويجعل تحديداً الشباب المسلم الذي ولد وترى في هذا الوطن يبحث عن قنوات إتصال أحياناً عنيفة للتعبير عن رفضه لهذا النوع من الخطاب.

يشار أيضاً إلى أنه لا توجد رغبة قوية من طرف الحكومة الكندية في إيجاد وسائل إعلام قوية تعبر عن الجالية المسلمة، فما هو موجود من جرائد وإذاعات أنشأت بمجهودات فردية وهي أقرب إلى أكشاك منها إلى مؤسسات محترمة تصنع الرأي العام وتوجهه، وهو ما يغذي في النهاية ثقافة الرأي الواحد، حيث يجد المواطن الكندي نفسه أمام سيل من المعلومات التجريمية والإتهامية كلما جرت عملية إرهابية، ويجد المسلم نفسه في موقع التبرير، ولا يستطيع التعبير عن ذاته ودفع التهم عليه.

هذا الوضع المريض وغير الصحي أوجد مع مرور الوقت الكثير من الأمراض والعلل التي راحت تتخر جسد المجتمع الكندي، حيث وفي المحصلة يمكن أن نتكلم اليوم عن وجود كيانات مستقلة داخل المجتمع الواحد إحداها تمثل المسلمين والأخرى غير المسلمين، كما يمكننا القول ودون تردد أن هناك جيلاً كاملاً ممن ولدوا وتربوا في هذا الوطن من المسلمين يجدون صعوبة كبيرة في تقبل ما تنتجه وسائل إعلام بلدهم من خطابات مضللة تستهدف دينهم وهويتهم.

ب- الإرهاب والدعاية المضادة عبر " شاشة" الدولة الكندية

تعرض كندا لعمليات إرهابية نوعية وإنخراط عدد متزايد من شبابها في صفوف تنظيم داعش خاصة في السنوات القليلة الماضية، جعلها تخصص أموال وتفرد ميزانيات إستثنائية لمحاربة الظاهرة، وبما أن للإعلام دور محوري في هذه الحرب فقد وضعت حكومة رئيس الوزراء السابق ستيفن هاربر خطة شاملة تضمنت ضخ أموال معتبرة في المؤسسات الإعلامية الكبيرة وعلى رأسها التلفزيون الرسمي راديو كندا لتتمكن من مواكبة تحديات الإرهاب والقيام بأدوار التوعية والإعلام.

للأسف الشديد لم تحقق هذه الخطة أهدافها، فبعد سنوات من العمل ومليارات الدولارات المصروفة ما زالت كندا تتعرض لعمليات إرهابية وهي مهددة في أمنها لحد الآن وما زال الشباب الكندي ينخرطون في تنظيم داعش، وهذا راجع للأسباب التي ذكرناها في المحور الأول المتعلق بعمليات تزيف الحقائق التي يمارسها هذا الإعلام والتي ولدت ردود فعل عكسية لدى الجالية العربية المسلمة، ولأسباب أخرى

سنتناولها في هذا المحور والتي يمكن إختصارها في مسألة الجهل بطبيعة العنصر العربي المسلم وعدم إدراك الكثير من السياقات والملابسات والدوافع المتعلقة بالإرهاب وبمحاضن تفرخه وصناعته. هذا الجهل المركب وعدم المعرفة بالخصوصية العربية الإسلامية جعل الإعلام الكندي لا يوفق فقط في تناول الظاهرة بل يقع في فخ التوظيف من طرف العناصر الإرهابية، التي أصبحت تجيد الإعلام وتعرف كيفية التلاعب به.

هذه الحقيقة المرة للتوظيف في الجهة المعاكسة أكدها الشاب الكندي كولين جوردن Colin Gordon الذي كتب على صفحته على التويتز ثلاث رسائل يؤكد فيها إستخدامه لروبورتاجات سابقة كانت قد أعدتها قناة CBC الكندية في ترويجه للإرهاب وإقناعه لمزيد من الشباب الكندي للإنضمام لتنظيم داعش. جوردون الذي ينحدر من مقاطعة كالقاري Calgary الكندية كان قد غادر كندا في سنة 2012 ليلتحق رفقة أخوه بصفوف الدولة الإسلامية، تمنى في هذه الرسائل الثلاث أن يشاهد عدد كبير من الشباب الكندي المسلم هذه الروبورتاجات التي يمكنها حسمه من إقناع هؤلاء بمشروع الدولة الإسلامية، وقد أشاد قوردون بالدور الذي تقوم به بعض وسائل الإعلام الكندية في التعريف بقضية " المجاهدين " .

قائمة المراجع:

1. ⁱ– T.E. Lawrence, Seven Pillars of wisdom, Londres, Bernard Shaw, 1926,p620.
2. ⁱⁱ– Alain Ruelo, Vague de cyber-attaques sans precedent en France, Les Echos,15 janvier 2015.
3. ⁱⁱⁱ– Hanna Rogan, Abu Reuter and the e-jihad, Georgetown Journal of International Affairs, Summer- FALL 2007, PP.89-96.
4. ^{iv}– Brynjar Lia, jihadi web media production: characteristics, trends and future implication, presentation a la conference checks the web, berline,26-27 fevrier 2007.
5. ^v– Dominic Casciani, the battle to prosecute babarahmed, BBC, 5 avril 2012, accessible a l adressewww.bbc.com/news/uk-17606337 .
6. ^{vi}– Aaron Y.Zelin,THE STATE of global jihad online, Aqualitative,quantitative and cross-lingual analysis,rapport de la new America foundation,janvier, 2013.
7. ^{vii}– Thomas Hegghammer, Interpersonal Trust on jihadi Internet Forums, Draft chapter to be included in Diego Gambetta, mis en ligne en fevrier 2014 sur le site de Thomas Hegghammer.
8. ^{viii}– Jihadism on the web, Abreeding ground for jihad in the modern age, general intelligence and security service, ministry of the interior kingdom relations of the netherlands, 2012, p 6.

9. ^{ix}- JM Berger et Jonathon Morgan, The ISISTwitter Census Defining and describing the population of ISIS supporters on twitter, The brookings project on US Relation with the Islamic world, Analysis paper, N20, mars 2015.
10. ^x- Lettre D ayman al Zawahiri a Abou Moussab al Zaraqawi, 9 juillet 2005, accessible a l adresse : [fas.org/irp/news/2005/10/letter in english.pdf](http://fas.org/irp/news/2005/10/letter_in_english.pdf).
11. ^{xi}- James P. Farwell, The Media TStrategy of ISIS, Survival, Vol, 56, n 6, décembre 2014- janvier 2015, pp. 49-55.
12. ^{xii}- Steve Rose, the ISIS propaganda war: a hit-tech media jihad, the guardian, 7 octobre 2014.
13. ^{xiii}- Abric. J, Pratiques Sociales et Représentations, Presses Universitaires de Frances, Paris, 1994, P251
14. ^{xiv} - Geisser. v, La nouvelle Islamophobie, Édition La Découverte, Paris, 2003, P122.
15. ^{xv}- Serge Proulx, Josiane Milette et Mélanie Milette, Consommation médiatique et hybridation identitaire : le cas de trois groupes montréalais issus de l'immigration, Canada, 2014, p32.

الإعلام الحربي والإعلام الإرهابي

المواجهة عبر الأناشيد الحربية في الأنترنت "دراسة تحليلية"

م. م. أنمار غافل صيهود

د. طارق علي حمود

المستخلص

لقد أصبح الأنترنت ساحة للمواجهة العالمية بين جميع الدول الكبرى والتنظيمات الإرهابية والاجرامية حول العالم، وذلك بما يمتلكه من مزايا وتقنيات وخدمات وسرعة ودقة عالية في الوصول إلى الهدف والتأثير به.

وتعد الحرب الإعلامية الالكترونية ميداناً للتنازع بين الجماعات المختلفة (دول وتنظيمات) باعتبارها صراع نفسي يستخدم التقنية المتقدمة في سبيل تحطيم الروح المعنوية للعدو، وإنهاك الخصوم. وتعددت أنواع المواجهة واتخذت أشكالاً عديدة منها المواجهة العسكرية والحربية والأمنية والاستخباراتية والنفسية، فضلاً عن نوع جديد يتمثل في المواجهة عبر الأناشيد الحربية التي اتخذت طابعاً تقنياً وفكرياً متفوقاً عن جميع أنواع المواجهات الألفة الذكر لقوة تأثيره في الخصم وتحطيمه أو تحييده أو كسب ولاءه عبر مواقع التواصل الاجتماعي المنتشرة في هذا العالم الافتراضي.

ولغرض التعرف على كيفية المواجهة بين الإعلام الحربي الحكومي والإعلام الإرهابي عبر الأناشيد الحربية ولمعرفة ما هي هذه الأناشيد وأنواعها وأهدافها، فقد تم كتابة هذا البحث بإطارين الأول نظري يتطرق إلى الفرق بين الإعلام الحربي والإعلام الإرهابي والأساليب المستخدمة في التأثير ويعرض أيضاً تعريف الأناشيد وأنواعها وأهدافها.

والثاني عملي إذ تم تحليل مضمون جميع الأناشيد الحربية والإرهابية في موقع اليوتيوب على شبكة الأنترنت للفترة من 3/1 - 3/31 / 2016، لغرض تحديد أهم الأفكار التي سعى كل من الإعلام الحربي والإرهابي إلى بثها في هذه الأناشيد والتعرف على الهدف الذي يريد كل طرف تحقيقه في جمهوره المستهدف.

وقد توصل الباحث إلى نتيجتان مهمتان من خلال هذا البحث وهي:

1. براعة استخدام الإعلام الإرهابي لهذا الفن على المستوى العالمي في كسب المؤيدين، وتحطيم الحالة النفسية للخصوم من خلال الكلمات والصور المستخدمة في هذه المواجهة التي تتمثل في استعمال الكلمات العنيفة مثل (الحرق والذبح) والتي تهدف إلى إرهاب العدو.
2. أخذ الإعلام الحربي زمام المبادرة والتصدي لهذا الهجوم الإشعادي عن طريق تصنيع وبث أناشيد حربية مدروسة بدقة موجهة لجمهور محدد يتمثل في المواطن والمقاتل والعدو، واستطاع من خلال هذه المواجهة تحييد الأناشيد الإرهابية المعادية وتقليل تأثيرها في الجمهور.

ومن أهم التوصيات التي يعتقد الباحث أهميتها في هذا المجال هي ضرورة توحيد جهود الإعلام الحربي في هذه المواجهة من خلال بث الأناشيد ذات الطابع الوطني التي تتسلخ من الفئوية والحزبية والفصائلية.

Abstract:

Internet has become the arena of global confrontation between all major countries and terrorist organizations and criminal around the world, including the advantages and attributes of the technology and services, high-speed and accuracy in reaching the goal and influencing it. The electronic media war is the field of conflict between different groups (countries and organizations) as my self-conflict uses advanced technology in order to destroy the morale of the enemy, and burnout opponents.

There were several types of confrontation and taken many forms, including the military and the military, security, intelligence and psychological confrontation, as well as a new type is in the confrontation over the war anthems taken character technically and intellectually superior for all types of confrontations the above-mentioned the strength of its effect on an opponent and destroyed or neutralized or earn loyalty through social networking sites deployed in this virtual world.

In order to learn how the confrontation between the government military media and media terrorism through songs of war and to find out what these songs and their types and their goals, they have been writing this first search Bataran my touch on the difference between the military media and media terrorism and the methods used to influence and also displays the definition of jingles, types and goals .

In practice, the frame was content analysis of all the songs of war and terrorist in the YouTube website on the Internet for the period from 03/01 to 03/31 / 2016, for the purpose of identifying the most important ideas that sought both military and terrorist media to broadcast these songs and get to know the goal that he wants all party achieved in the target audience .

The researcher has reached two important consequences of this research are:

1. prowess use terrorist media of this art on a global scale to gain supporters, break down the psychological state of opponents through the words and images

used in this confrontation, which is to use violent words (such as burning and slaughter), which aims to terrorist enemy.

2. Take the media war initiative and addressing this recitational attack in the manufacture of warships and broadcast songs carefully thought directed to a specific audience is the citizen and enemy combatant, he was able through this confrontation neutralize the hostile terrorist jingles and reduce their impact on the public.

Among the most important recommendations made by the researcher believes its importance in this area is the need to consolidate the efforts of the media war in this confrontation by broadcasting jingles national character that break away from the factional and partisan and factional.

المقدمة:

ان الحرب الإلكترونية الطاحنة التي تدور رحاها في فضاء الأنترنت تزداد اشتعالاً يوماً بعد يوم، وتتخذ هذه المواجهة أشكالاً عديدة. ولقد انتبعت معظم الدول الكبرى والمنظمات الإرهابية ومنظمات الجريمة العالمية إلى أهمية هذه الساحة في المواجهة لما تمتلكه من تقنيات تسهم في سرعة الوصول إلى الجمهور وتحقيق الأهداف المرسومة.

وتعتمد الأناشيد في مخاطبتها للجمهور على المظلومية وتحريك الغرائز بطريقة لا شعورية والهدف منها شحذ الهمم أولاً وتغيب العقل ثانياً بحيث ان انشودة واحدة في اوقات الحزن كفيلة بدفع الإنسان إلى الجهاد والتفكير بالموت، والاناشيد ترفع من مستوى (هرمون الأدرينالين) في الدم مما يؤدي الى الشعور بالحماس والاندفاع ورغبة الانتقام والقتل لذلك فقد كانت سيارة الصوتيات التي تبث الأناشيد الحماسية ترافق الارهابيين خلال اقتحامهم وهجومهم.

وتشير بعض الدراسات الى تأثير الأناشيد على الملتحقين بتنظيم داعش بنسبة عالية حيث ان تسعة من أصل عشرة اشخاص ينفرون الى (الجهاد) بسبب الاناشيد حيث ان الاناشيد (الجهادية) التي تجذب 90% من (الجهاديين)؛ وذلك ما يبرر قيام الولايات المتحدة الامريكية بوضع (ابو هاجر الحضرمي) المنشد الأكثر شهرة لداعش على قوائم الإرهاب مع انه منشداً وليس مقاتلاً.

وللأناشيد عدة انواع هي الاناشيد الدعوية والاناشيد التحريضية والاناشيد التراثية ولكل نوع من هذه الانواع هدف يسعى الى تحقيقه في الجمهور.

ومن اجل التعرف على المواجهة عبر الاناشيد بين الاعلام الحربي والاعلام الإرهابي فقد تم كتابة هذا البحث بثلاثة أطر: فالأول تناول الإطار المنهجي الذي يحدد أهمية البحث والمشكلة والأهداف والعينة

والمنهج المستخدم، والثاني تناول الإطار النظري الذي يعرض لشرح هوية الإعلام الحربي والإعلام الإرهابي وطبيعة الحرب الإعلامية الإلكترونية عبر الأنترنت، فضلاً عن تعريف الأناشيد وتاريخ استخداماتها في الحروب وتحديد أنواع الأناشيد واهدافها وضوابطها. والإطار الثالث أخصّ بتحليل مضمون الأناشيد الحربية والأناشيد الإرهابية باستخدام فئة (ماذا قيل) وتحديد جميع الأفكار الواردة فيها، ومن ثمّ اهم النتائج التي توصل اليها الباحثان واهم التوصيات التي يرى الباحثان اهميتها في هذا المجال.

الإطار المنهجي

أولاً: أهمية البحث:

ان المواجهة بين الإعلام الحربي والإعلام الإرهابي عبر الأناشيد الحربية تمتاز بكونها مدخلاً نفسياً متقدماً إلى الجمهور المستهدف نظراً لما تتميز به من قوة تأثير في الخصم وتحطيمه أو تحييده أو كسب ولائه لأن هذا النوع من الفنون التلفزيونية يقدم رسالة ضمنية غير مباشرة تتضمن رموزاً لغوية وغير لغوية تمتلئ بالأشعار والمواظ والحكم وبأسلوب غنائي والحن ومقامات مألوفة يزداد وقعها وتأثيرها في النفوس كلما اقتربت مفرداتها من القيم والعادات والتقاليد الأعراف المتبعة. لذلك تبرز أهمية بحثنا في تخصصه بتفكيك مضمون هذه الأناشيد وتحليلها ومعرفة انواعها وسماتها وخصائصها واهداف القائمين على صناعتها وعرضها على الجمهور المستهدف ليتسنى للجهات المختصة الاستفادة من هذه المؤشرات في صناعة أناشيد متماسكة شكلاً ومضموناً للمواجهة المحتدمة مع الأناشيد الموجهة من الجهات الإرهابية المعادية.

ثانياً: مشكلة البحث:

يمكن صياغة مشكلة البحث في التساؤلات الآتية:

1. ما هوية الإعلام الحربي والإعلام الإرهابي.
2. ما الحرب الإعلامية الإلكترونية عبر الأنترنت.
3. ما مسؤوليات ووظائف الإعلام الحربي.
4. ما أساليب الإعلام الإرهابي الإلكتروني وما هي ممارساته.
5. ما أنواع الأناشيد وما سماتها وضوابطها.
6. ما هي الأناشيد الحربية والأناشيد الإرهابية.
7. ما اهم الأفكار الواردة في الأناشيد الحربية والأناشيد الإرهابية وما أنواعها.
8. ما حجم الوقت المخصص للأفكار في الأناشيد الحربية والإرهابية في عينة البحث.

ثالثاً: أهداف البحث:

1. التعرف على هوية الإعلام الحربي والإعلام الإرهابي.
2. الكشف عن الحرب الإعلامية الإلكترونية عبر الأنترنت.
3. تحديد مسؤوليات ووظائف الإعلام الحربي.
4. الكشف عن أساليب الإعلام الإرهابي وممارساته.
5. تحديد مفهوم الأناشيد واستخداماتها في الحروب.
6. التعرف على أنواع الأناشيد وسماتها وضوابطها.
7. تحديد ما هي الأناشيد الحربية والأناشيد الإرهابية.
8. معرفة حجم الوقت المخصص للأفكار الواردة في الأناشيد الحربية والأناشيد الإرهابية في عينة البحث.

رابعاً: عينة البحث

تم تحديد عينة البحث بالحصص الشامل لجميع الأناشيد الحربية والإرهابية المعروضة على موقع اليوتيوب في شبكة الأنترنت والتي بلغ مجموعها (158) نشيداً وبمساحة زمنية بلغت سبع ساعات وثمانية وثلاثون دقيقة وخمس وستون ثانية للفترة من 3/1 ولغاية 2016/3/31.

خامساً: منهج البحث

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تقوم على وصف ظاهرة الإعلام الحربي والإعلام الإرهابي والمواجهة الساخنة عبر الأناشيد في الأنترنت من أجل الوصول إلى أسباب هذه الظاهرة والعوامل التي تتحكم فيها والكيفية التي تم بها واستخلاص النتائج منها. واستخدم البحث طريقة تحليل مضمون معتمداً على فئة (ماذا قيل) لغرض استخراج الأفكار التي حاول القائمون على صناعة الأناشيد وإيصالها إلى الجمهور، وتحديد نوعها سواء كانت حربية أم إرهابية من أجل التعرف على أهم مرتكزات هذه المواجهة المستمرة وتحديد مواطن الضعف والقوة في كل منها.

الإطار النظري

أولاً: الإعلام المتخصص وهوية الإعلام الحربي والإعلام الإرهابي

لقد ازدادت الحاجة لظهور الإعلام المتخصص في المجتمع المعاصر تبعاً للتقسيمات العمل والتطور بالمستوى الحضاري والفكري للفرد والحياة الاجتماعية بشكلها العام ، ولذلك أصبح الإعلام في الآونة الأخيرة تخصص داخل التخصص ؛ فالإعلام الحربي يتضمن التغطية الحربية للمراسل الحربي في الميدان أو الأناشيد الحربية التي تمثل جزءاً مهماً ومؤثراً في هذا المجال (1) ، وفي ظل التسابق التقني

والتكنولوجي تسعى وسائل الإعلام للبحث عن طرق جديدة وفعالة للمنافسة بينهما بغية الانتصار بالمعركة الإعلامية التي هدفها الوصول إلى ذهن المتلقي والتأثير في معارفهم ومعتقداتهم مستفيدة من الأساليب التقنية الجديدة (2) .

وان اعتماد نجاح وسائل الإعلام في القيام بمسؤولياتها بفاعلية فلا بد ان يتوقف ذلك على إدراك ووعي القائمين من الصحفيين والإعلاميين والمخططين للبرامج والأناشيد الحربية بضرورة الاهتمام بالرسالة المقدمة للجمهور؛ لكون يجب ان تتوفر عناصر مهمة للقائمين وهي (3):

1. المستوى الثقافي متميز في مجال الاعلام الحربي ولاسيما الأناشيد الحربية.
2. الخبرة والذوق الفني العالي في تقديم المضامين الحربية المختلفة.
3. الروح الحماسية لدى مقدم او مخطط العمل الإعلامي لما يمنحه الحماس من تأثير وصدق لدى الجمهور.

ثانياً: مسؤوليات الإعلام الحربي في المواجهة النفسية

ان الإعلام الحربي يلعب دوراً مهماً في تحقيق أمن وسلامة الدولة وفي اعداد قوى الشعب ومشاركتهم للدفاع عنها حال وقوعها في خطر، من خلال تعريفه بأهداف الحرب، ويمكن ان يعرف ((هو الإعلام الذي يمثل أوجه النشاطات الاتصالية والتي تستهدف تزويد الجمهور الداخلي والخارجي بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة عن القوات المسلحة، من أجل تكوين رأي صائب لدى الجماهير عن مدى كفاءة وقدرات هذه القوات، وفي الوقت نفسه مواجهة الإعلام المعادي)) (4).

ويتبين لنا ان مهمة الإعلام الحربي تكمن بشكل أساسي في تقديم الحقائق عن سير المعارك الحربية ووضعية قواتنا المسلحة فيها ، ومن الجدير بالذكر أن الإعلام الحربي يختلف دوره في زمن الحرب عن زمن السلم ، ففي زمن السلم يتمثل دوره في تقديم رؤية صحيحة للمواطن عن قدرة القوات المسلحة في خدمة الشعب ، والاستعداد في التصدي للعدوان الخارجي، بالإضافة إلى بناء قدرات الدولة من جانب التسليح ، وضرورة وضع الخطط الحربية المبنية على أساس علمي دقيق ، فضلاً عن الأعداد الفكري والنفسي والمعنوي وترسيخ روح المواطنة والتضحية من أجل البلد ، والابقاء على الاستعداد الدائم لاحتمال حدوث إي طارئ ، اما في زمن الحرب فيتركز دوره في المواجهة ضد الإعلام المعادي في الكلمة والصورة ، ويعمل ذلك في مواكبة سير المعارك الحربية خطوة بخطوة والبقاء قريب جداً عن ذهن المقاتل والمواطن من خلال تقديم ما تتطلبه ساحة المعركة من حقائق ومعلومات .
ولعل من الوظائف الرئيسية الإعلام الحربي هي (5):

1. متابعة الاحداث والقضايا التي تخص أمن الدولة وتعريف الشعب بالحقائق والتأكيد على رفع الروح المعنوية للمقاتلين من خلال غرس روح الانتماء الوطني والتأكيد على قدرة القوات المسلحة في الانتصار على العدو.

2. التصدي إعلامياً للحملات النفسية المعادية والإسهام في تحصين الفرد من حملات الحرب النفسية ومواجهة الإشاعات المغرضة والعمل على ازالة الرهبة من تأثير اعمال العدو المضادة.

3. الاسهام في شن حرب نفسية موجهة للعدو بأسلوب مدروس في محاولة خفض الروح المعنوية لديه.

4. خلق الحافز على تطوير اداء القوات المسلحة تدريباً وتسليحاً واعداداً، وغرس روح العقيدة والتضحية لتثبيت الروح القتالية وبقائها قوية.

ويتحدد دور الإعلام الحربي كفرع متخصص من فروع الإعلام في بناء أمن الدولة والحفاظ على النسيج الاجتماعي والوطني عن طريق مواجهة التحديات الخارجية التي تحاول تفتيت ذلك النسيج، والتأكيد على بناء استراتيجية إعلامية في التفاعل مع قضايا المجتمع ومناقشتها ومحاولة ايجاد الحلول لها، وبث رسائل إلى متلق مشارك يرسل من اماكن متعددة إلى كل انحاء العالم يعتمد على التطورات الإلكترونية وشبكة الانترنت (6).

وان من وظائف الإعلام الحربي أيضاً كما يرى الباحث أنه يقوم بتوجيه ثلاثة رسائل اتصالية، فالأولى موجهة إلى العدو وهدفها تحطيم الروح المعنوية لديه وترهيبه، اما الثانية للمقاتل وهدفها ترسيخ روح الانتصار على العدو، والثالثة للمواطن وهدفها بث الاطمئنان لديه من خلال قدرة المقاتلين في التصدي لأي عدوان خارجي.

وتعد الحرب النفسية من أكثر الاساليب خطورة من الحرب نفسها لكونها تستخدم وسائل متعددة ومتنوعة ومقتعة وتؤثر بشكل سريع في عقول الجمهور الذي لا ينتبه إلى اهدافها، اي تكون الحرب النفسية بشكل يتسلسل تدريجياً للوصول إلى غايتها المحددة، مما يضيء عليها صفة الشمولية والأوسع أكثر من الحرب نفسها لأنها تهاجم المدنيين والعسكريين (7).

ثالثاً: الإعلام والارهاب الالكتروني " الاساليب والممارسات "

ان أساس الارهاب هو كسب تفهم الناس وجذب انتباه وسائل الإعلام وتعاطفهم معه، ولهذا عادةً من يأخذ العمل الارهابي طابعاً درامياً خاصاً، وهدف هذه العمليات يأتي بقصد الدعاية لمسألة معينة ويسعى الارهابيون لأثارها وتسليط الضوء عليها، والخوض في حرب دعائية ونفسية وإعلامية (8)، ويمكن تعريف الارهاب بأنه: ((الاستعمال المنظم للقتل والهدم والتهديد بهما من قبل جماعة منظمة من أجل إخافة الأفراد والجماعات أو الحكومات بغية فرض الخضوع لمطالبهم)) (9).



فالعلاقة بين الإعلام والارهاب علاقة تكاملية أذ يستند احدهما على مزايا الآخر ، فالإرهابي يحتاج إلى الإعلام ويعتبره سلاح استراتيجي في جذب الانتباه ، والإعلام أحياناً يولي أهمية وصدى إعلامي للإرهابيين من خلال نشر أقوالهم وأفعالهم وتضخيم قوتهم دون قصد ، وهو ما يسعى الإرهابيون لتحقيق ذلك (10) ، وبما ان الارهاب يستغل اي ثغرة لتحقيق أهدافه ، فقد أزداد اعتماد الارهابيين على الأنترنت والنشر الإلكتروني لما يتوفر فيه من إمكانيات سهلة وغير مكلفة ، لهذا يعرف الإرهاب الإلكتروني بأنه : ((الفعل غير المشروع أو التهديد به والذي يستخدم شبكات الحاسوب والأنترنت أو يستهدفها بغية إلحاق الضرر الجسيم بالمصالح العامة مما يترتب عليه قلق عام ورعب تمهيداً للتأثير على جهات معينة)) (11) .

وقد اسهمت الحرب العالمية على الارهاب ولاسيما بعد تفجيرات الحادي عشر من سبتمبر 2001 واتساع استخدام شبكة الانترنت على اشغال فتيل الازمة في العالم الالكتروني ، واصبحت جميع الاطراف تتقاتل فيما بينها أو تستعد للقتال مادياً وفكرياً من أجل تشكيل رأي عام الكتروني يؤيد أحد الاطراف بذلك مستغلة التراكمات التقنية والتكنولوجية والفكرية للعقل البشري على مر الزمان (12) ، وتعتمد الجماعات الإرهابية إلى تحويل شبكة الانترنت ليس فقط إلى الدعاية والترويج لأفكارها وإنما تطويع وتجنيده المدمنون في العالم الافتراضي إلى افكار هذه التنظيمات كتمهيد لانتمائهم إليها (13) .

وتشير بعض الدراسات إلى وجود زيادة في اتجاه " المتطرفين الإسلاميين " إلى شبكة الانترنت ولاسيما مواقع تنظيم داعش التي ترمي إلى نشر افكارها والترويج لها، ولعل هذه الزيادة تعكس مدى اتصال الفعال بين الاسلاميين المتطرفين الشباب في وجه الخصوص ومنهم العاطلين عن العمل والذي يترددون على الانترنت بشكل واضح ومتزايد (14).

وتستخدم مواقع التنظيمات الارهابية الفضاء الالكتروني كأداة لتدريب عناصرها من خلال نشر الكتيبات والاصدارات الصوتية والمرئية وكيفية استخدام الاسلحة وصنع المتفجرات وممارسة تنفيذ الاغتيالات فضلاً عن عمليات في إخفاء وجمع المعلومات السرية، واصبحت بعد ذلك تشن هجمات على منظمات معارضة لها فكرياً وعقائدياً واضعاف روحها المعنوية (15).

رابعاً: الحرب الإعلامية الالكترونية عبر الأنترنت

لعل التطور في جميع مجالات الحياه لم يكن بمنأى عن التطور الذي تشهده تكنولوجيا المعلومات ولاسيما مع انتشار الانترنت مما جعلت الناس يتلاحمون في عالم افتراضي والذي اصبح يتحكم في واقع الحياه الاجتماعية والسياسية والاقتصادية ومن اهم نتاجات هذا التطور هو شبكات التواصل الاجتماعي التي تضم ملايين البشر وكل حسب ميوله واهتمامه ، فالشبكات الاجتماعية عبارة عن مواقع على الانترنت

يتيح لأعضائها مشاركة الملفات والصور وتبادل مقاطع الفيديو وارسال الرسائل واجراء المحادثات السريعة مما يتيح التواصل مع الاصدقاء والزلاء في فضاء الانترنت (16) .
نظراً لاختلاف آراء العلماء واتجاهاتهم حول مفهوم محدد لمواقع التواصل الاجتماعي ونظراً للتطور التقني الذي طرأ على استخدام التكنولوجيا الحديثة، فعرفت بأنها(الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الاصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الانترنت وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للإفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم اجمع (17).

ويعد اليوتيوب أحد أشهر مواقع شبكات التواصل الاجتماعي على شبكة الانترنت، إذ يقوم الموقع بإرفاق اي ملفات تتضمن من مقاطع الفيديو دون اي تكلفة مالية، ويقوم المستخدم للموقع بالتسجيل فيه لتمكن من إرفاق عدد من الملفات ليشاهدا بقية الاشخاص في انحاء العالم، فضلاً عن ميزة تقديم الفيديو الذي تم نشره عن طريق اعطائه قيمة نسبية مكونة من خمسة نقاط لمعرفة مدى اهميته من وجهة نظر المستخدمين او المشاهدين له (18).

في الوقت الذي يشهده موقع اليوتيوب من زيادة اهميته وزيادة عدد مستخدميه، فقد بات الموقع يتميز بتواجد مهم في العديد من المضامين الإعلامية المختلفة؛ لكون العديد من الجهات (الرسمية وغير الرسمية، والهواه، وعامة الجمهور) تقوم بتحميل آراء وافلام ومقاطع الفيديو على الموقع، فضلاً عن مساحة الحرية التي يتمتع بها الموقع التي تسمح لوسائل الإعلام بالتعرف على وجهات نظر اشخاص يصعب وصول وسائل الإعلام الأخرى، ومعرفة الآراء البديلة والمغايرة منها (19).

ويزداد الاهتمام باليوتيوب كوسيلة للتعبير واطهار القوة بين خصمين وابرار قدرة طرف على طرف آخر لما ينفرد به الموقع ببث لقطات لمشاهد واحداث لم تبث على شاشات ورسائل الإعلام الأخرى ، ففي حالة حدة الاحداث السياسية والامنية يلجأ بعض النشطاء لبث هذه اللقطات كوسيلة للاحتجاج ومحاولة تأجيج الوضع وكشف الحقائق والأحداث الغامضة لدى الجمهور ، الا ان هذه الاهمية المتزايدة للموقع لا تزال موقع شك حول مدى مصداقية ما يبث او يشاهد فيه وقد انتجاها شاهد عيان او غير محترف إعلامياً وله اجنداته الخاصة به ، وتوفر امكانية تحويلها وحذف جزء منها وإضافة مقاطع أخرى عليها ، وتشويه اشخاص معينين والتشهير بهم (20) .

وتعد الحرب الإعلامية الإلكترونية ميدان للتنازع بين الجماعات المختلفة في إشارة لانتقال الهجمات إلى الفضاء الرقمي ومواقع التواصل الاجتماعي بهدف تدميرها وتشويه محتوياتها، والتطرق لمفهوم الحرب

الإعلامية الالكترونية لا يعني بالضرورة صراع أو تصادم مادي؛ بل صراع تقني من ناحية المقدرة الفنية والتكنولوجية الفائقة واستخدام الكلمات المؤثرة في نفوس الجمهور (21).

ونستنتج من ذلك ان الحرب الإعلامية الإلكترونية هي صراع نفسي يستخدم التقنية المتقدمة في سبيل تحطيم الروح النفسية للعدو ، وقد أصبحت الحرب في الآونة الاخيرة حرب الكترونية اكثر من ما هي حربية ميدانية ، فالحرب بالصورة اقوى دلالة من اللفظ ، فضلاً عن استخدام الكلمات المؤثرة التي تزيد من زخم المعركة على الارض ؛ لأنها تغلب العواطف والمشاعر الإنسانية ، فبعض الرسائل تعرض اللقطات بتقنية عالية في التصوير والاخراج للصورة المعروضة ، وتبث مضامين تنتقص من الكرامة الإنسانية بهدف ارهاب المواطنين وبث روح الخوف لديهم ، في المقابل تعرض المضامين الأخرى الحربية المضادة لمضامين الإرهاب التي تهدف لرفع الروح المعنوية ومحاكاة العواطف والمشاعر الإنسانية والتأكيد على حب الوطن واظهار لقطات تبين مدى التفوق على الخصم أو الطرف الآخر .

خامساً: الأناشيد واستخداماتها في الحروب.. نبذة تاريخية

ان استخدام الاناشيد في المواجهة الحربية بين المعسكرات المختلفة لم يكن وليد اليوم بل ترجع جذوره الى العصر الجاهلي فيما كان الشعراء يلهبون بقصائدهم الحماسية مشاعر المقاتلين وتأجيجها اثناء الغزوات والمعارك آنذاك.

وتطور هذا الاستخدام في العصر الاسلامي حيث كانت اشعار وقصائد حسان بن ثابت كالنبال على رؤوس معسكر الاعداء من قريش وحلفائهم، وكان رسول الله (صلى الله عليه وآله وسلم) يقول لشاعر الاسلام حسان بن ثابت (اهجوهم يا حسان فان روح القدس يؤيدك)، وفي معركة الخندق قال رسول الله "صلى الله عليه واله وسلم " مخاطباً أصحابه (الهم لا عيش الا عيش الآخرة فأغفر للأنصار والمهاجرة) (22).

سادساً: مفهوم الأناشيد وأنواعها وسماتها وضوابطها

الأنشودة معناها في اللغة العربية يعني: ((رفع الصوت بالشعر مع تحسين وترقيق))، أما معنى النشيد او الأناشيد اصطلاحاً أغاني عادة ما تغنى بدون صوت الموسيقى لكن اعتماها على الصوت البشري فقط وبعض المؤثرات الصوتية التي تضاف اليها (23).

ويعرف النشيد أيضاً بأنه عبارة عن قطعة احتفالية، وطنية، ثورية، عسكرية، دينية، تخليداً لذكرى أو وتكريماً لبطل ما، وعادة النشيد يحتل مكانة مهمة سواء أكانت سياسية أو اجتماعية، ويعد واح من ادوات الحملة الإعلانية في الحشد تنظيم القوى لما ينفرد بنص أدبي رمزي واضح وملموس (24).

فالأنشيد تعني مجموعة من القطع الشعرية يتركز في تأليفها السهولة، وتنظم في شكل خاص وتصلح للإلقاء الجماعي، وتستهدف غرضاً خاصاً، وتعد لوناً من ألوان الأدب فضلاً عن تميزها بعناصر شائقة ومحبية إلى نفوس الجمهور، وتلحينها يغري ويساعد على استظهارها (25).

للأنشيد عدة أنواع تتمثل فيما يأتي (26):

1. **الحداء:** ويعتمد هذا النوع على شخص واحد من دون ترديد وبدون إي إضافات أو مؤثرات، إلا أنه من الصعوب اتقانه بسبب اعتماده على مهارة المنشد وحده.
 2. **الإيقاع:** وعادة ما يتميز هذا النوع بالسهولة والكثير يتقنه لاعتماد المنشد على الآلات الموسيقية والمؤثرات الصوتية.
 3. **المؤثرات البشرية:** وتعني مجموعة من الكلمات يرددها الإنسان لإضفاء واقعية بشرية على الأنشود.
 4. **الدفوف:** يصاحب الكلمات ضرب الدفوف بدون أي موسيقى ويعد هذا النوع جائز للنساء في أوقات الأعراس والأعياد والانتصار في الحرب.
 5. **بدون أي المؤثرات:** ويعد هذا النوع جماعي ويتوسط أنواع النشيد فهو يتضمن بعض الأحيان الحداء في بدايته ولا يحتوي على الموسيقى.
- وللأنشيد أنواع أخرى منها التحريضي ومنها الدعوي ومنها الرثائي (27).
- أما سمات الأناشيد فهي (28):

1. من حيث الشكل فقد لا يكون النشيد إلا شعراً، لا يلتزم الشاعر في تأليف النشيد صورة شعرية معينة، وقد يتجاوز البحور الشعرية المعروفة والقوافي الملزمة، فينظمه على طريقة المربعات، أو المخمسات، أو المزدوجات.
 2. من حيث الموضوع فمعظم الأناشيد تعالج أفكار اجتماعية ووطنية ودينية، وعادة ما تخلو من المعاني الفلسفية، والقضايا المنطقية.
 3. ومن ناحية الغاية فالغاية المهمة للأناشيد إنما هي إثارة العواطف النبيلة والشريفة في نفوس الجمهور، كالعاطفة الوطنية، أو القومية، أو الاجتماعية، أو الدينية. وليس من أفكارها مخاطبة.
 4. أما من زاوية الطريقة فغالباً ما يؤدي النشيد ملحناً، وفي العادة يلقي إلقاء جماعي.
- فيما يخص ضوابط النشيد التي تتحدد في التالي (29):

1. ألا يكون مشابهاً لألحان المطربين.
2. يتميز النشيد بالإطراب والإمتاع واللحن الجميل.
3. أن يكون النشيد شعراً مباحاً وخالياً من كلمات الغزل.

4. ان يكون التشيد بكلمات واضحة ومؤثرة.

5. ان يتضمن الحكم والمواعظ وفعل الخير وكل ما يدعو إلى مكارم الأخلاق.

6. ألا يحتوي على آهات وتأوهات لاشتباهاها بالموسيقى.

سابعاً: الأناشيد الحربية والأناشيد الإرهابية

الأناشيد الحربية:

ان سماع وترديد كلمات الأناشيد الحربية اثناء المعارك بلا شك يزيد من حماس المقاتلين للقتال في الميدان ، مما شكلت الموسيقى والحروب ارتباطاً وثيق الصلة بينهما على مر تاريخ المعارك (30) ، وترتكز الانشودة الحربية على الايقاع السريع والقوي ؛ لكي تسمع في كل مكان وبشكل مميز ، فضلاً عن عرضها تاريخ الجيوش والانتصارات الحربية التي حققتها ، وعاداتها التنظيمية بهدف بث روح الحماس والنشاط للعسكريين ، وكانت الانشودة بإيحاءاتها الفنية ، سواء كانت بجوقات غنائية أم بفرق موسيقية تشابه المعارك القتالية في ضوضائها وصخبها ، مثل النفخ في الأبواق وقرع الطبول والهباج وضجيج تلاطم مختلف الأسلحة ، وغير ذلك من مواصفات القتال ، وتطورت ألحان الانشودة الحربية فأصبحت مصنفاتها تضم ألواناً عدة من أنواع الموسيقى الخفيفة والراقصة والسفونية (31) .

الأناشيد الإرهابية

تعد الأناشيد جزء مهم من الثقافة الإرهابية والإعلامية يستخدمها تنظيم داعش لنشر افكاره ولصنع هوية خاصة به وتجديد نشاطه جدد ، وتركز الأناشيد التي يستخدمها على جذب الأطفال لما يعدهم كعنصر أساسي للجهاد ، وكانت تنشرت في السابق بواسطة الأشرطة ، ولكن بعد التطور التكنولوجي واتساع استخدام الأنترنت الذي اصبح وسيلة أساسية لنشر الأناشيد الإرهابية عبر مواقع خاصة بهم ويستخدمون في كل مقطع نوع من الخلفية الصوتية ، وتنقسم الأناشيد الإرهابية إلى سبعة أنواع وهي : أنشودة المعركة، أنشودة موت المقدس، أنشودة الحزن، أنشودة المدح، أناشيد تتعلق بأمهات المجاهدين وأناشيد تتعلق بالأسر (32) .

فالأناشيد الإرهابية تعني: ((مجموعة كلماتٍ بمشاعرٍ حماسية، تعتمد على المظلومية وتحريك الغرائز بطريقة لاشعورية، يُقال إن أنشودة واحدة في أوقات الحزن كقيلةً بدفع الإنسان إلى التفكير بالموت أو الجهاد، أما ألحان الأناشيد، فغالباً ما تُستعار من شيءٍ مُحِبِّبٍ ومألوف، مثل برامج الأطفال، فتعتمد على الصوت والأداء، لا الموسيقى والأنغام)) (33).

واشارت دراسات ان تنظيم داعش ، إذ تستخدم في الأناشيد كلمات عنيفة مثل مفردات واضحة (الحرق والذبح) والتي تهدف إلى ارباب العدو ومخاطبة انصارهم وتعبئتهم معنوياً، مما تعكس مدى وحشية

التنظيم على الأرض ضد كل من يقف ضده، والتي تخضع لتقنية إنتاج عالية من خلال تنويع المؤثرات المصاحبة للأناشيد والفواصل التي تتكون من أصوات محممة الخيل وصليل السيوف وهدير الدبابات وأصوات البنادق، ولا تزال التنظيمات الإرهابية تولي أهمية كبيرة للأناشيد والتحفيز عليها من أجل انضمام أكبر عدد من الشباب لهذه التنظيمات، وإن أهم ما يميز أناشيد تنظيم داعش عن غيرها من الأناشيد يكمن في استخدامها للتهجم على الخصوم وإعلان كفرهم وعمالتهم للغرب، وعادة ما ترافق مقاتلين التنظيم سيارة صوتية تبت الأناشيد لهم الأمر الذي يشعرهم بالراحة والابتعاد عن روح القلق والتوتر النفسي (34).

الإطار التحليلي

تمهيد:

إن المواجهة بين الإعلام الحربي والإعلام الإرهابي عبر الأناشيد اتخذت طابعاً تقنياً وفكرياً متفوقاً عن جميع أنواع المواجهة بين معسكرين متصارعين وذلك لقوة التأثير التي تمتلكها الأناشيد في جذب المناصرين وإرهاب الأعداء وتحييد المترددين مما يتطلب التعرف على أنواع هذه الأناشيد وتحليل مضمونها وتفكيك رموزها وتحديد أهداف كل نوع من أنواع هذه الأناشيد.

نتائج تحليل مضمون الأناشيد الحربية والأناشيد الإرهابية

يبين الجدول رقم (1) بأن مجموع تكرارات الأناشيد الحربية والإرهابية (عينة البحث) بلغت (158) تكراراً، إذ احتلت الأناشيد الحربية المرتبة الأولى بواقع (89) تكراراً وبنسبة اهتمام بلغت (56,32%)، وجاءت بالمرتبة الثانية الأناشيد الإرهابية وواقع (69) تكراراً وبنسبة (43,67%). ويشير ذلك إلى تنامي إنتاج الأناشيد الحربية من قبل الإعلام الحربي بسبب الانتباه إلى أهميتها في المواجهة النفسية والتأثير في جمهور المقاتلين وجمهور المواطنين وجمهور الأعداء.

جدول رقم (1) يبين الأناشيد في عينة البحث

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الأناشيد
الأولى	56,32%	89	الحربية
الثانية	43,67%	69	الإرهابية
	100%	158	المجموع

يبين جدول رقم (2) أن مجموع الوقت المخصص لكل من الأناشيد الحربية والأناشيد الإرهابية (عينة البحث) بلغ سبع ساعات وثمان وثلاثون دقيقة وخمس وستون ثانية، إذ احتلت المرتبة الأولى الأناشيد الحربية بوقت مخصص أربع ساعات وثمانية وعشرون دقيقة وستة وعشرون ثانية وبنسبة مئوية بلغت

(57,97%)، أما الأناشيد الإرهابية فقد جاءت بالمرتبة الثانية وبمساحة زمنية بلغت ثلاث ساعات وعشر دقائق وتسع وثلاثون وبنسبة اهتمام بلغت (42,02%). ويرجع ذلك إلى الأهمية النسبية التي أولاها الإعلام الحربي لتوسيع المخصص للأناشيد الحربية على الأنترنت (موقع يوتيوب) وذلك إتاحة أكبر فرصة للمشاهد والمستمع للتعرض إلى مضمون هذه الأناشيد على عكس الأناشيد الإرهابية التي تراجع الوقت المخصص لها على هذا الموقع. وبلغ المتوسط الحسابي للأناشيد الحربية أربع دقائق وأربع وثلاثون ثانية، في حين بلغ المتوسط الحسابي للأناشيد الإرهابية أربع دقائق وأثنان وثلاثون ثانية.

جدول رقم (2) يبين الوقت المخصص لكل من الأناشيد الحربية والأناشيد الإرهابية

المتوسط الحسابي (*)	المرتبة	النسبة المئوية	الوقت المخصص			الأناشيد
			س	د	ث	
4,34 د	الأولى	57,97%	4	28	26	الحربية
4,32 د	الثانية	42,02%	3	10	39	الإرهابية
		100%	7	38	65	المجموع

يبين الجدول رقم (3) ان مجموع الأفكار الواردة في الأناشيد الحربية بلغ (89) تكراراً (فكرة)، وقد احتلت المرتبة الأولى فكرة (دعوة الشباب للانضمام للجيش العراقي وفصائل الحشد الشعبي ومحاربة الإرهاب) بتكرارات بلغت (64) تكراراً وبنسبة (71,91%)، وجاءت بالمرتبة الثانية فكرة (تحريض الجمهور على قتال الإرهاب وتحريض الوطن) بتكرارات بلغت (22) تكراراً (فكرة) وبنسبة مئوية بلغت (24,71%)، وحصلت على المرتبة الثالثة فكرة (رثاء شهداء الوطن) وبتكرارات بلغت (3) تكرارات وبنسبة (3,37%). ونستنتج من ذلك أن تنوع الأفكار الواردة في الأناشيد إلى دعوية وتحريضية وراثية، هو هدف يسعى إليه الإعلام الحربي لإيصاله إلى الجمهور المستهدف.

وتشير المرتبة الأولى إلى تركيز اهتمام الأناشيد إلى هدف أساسي هو دعوة الشباب المستهدف للانضمام إلى جبهات القتال ومحاولة كسب أكبر عدد ممكن منهم من خلال استخدام الأهازيج وخطب قادة الفصائل فضلاً عن الكلمات الحماسية التي وردت في الأناشيد.

ويشير تحريض الجمهور على مواجهة الأرباب إلى حرص منتجي هذه الأناشيد على تحقيق الهدف الثاني من بثها وهو إلهاب حماس الجمهور ورفع روحه المعنوية وتبيان فضل الشهادة من اجل الوطن ومكانة الشهيد في الجنة لغرض تثبيت المجاهدين في جبهات القتال ورفع الحالة النفسية لهم على مقاتلة الإرهاب.

اما الافكار الرثائية فتأتي بالمرتبة الثالثة من سلم الاهتمام وذلك لإعطاء الشهادة من أجل المبادئ مكانة رمزية في نفس الجمهور المستهدف، ومن الملاحظ ان الأناشيد الرثائية ترافقها دائما اسماء الشهداء وصورهم، ونستنتج من ذلك كله ان منتجي الأناشيد الحربية في هذه المواجهة حرصوا على دعوة الجمهور ومن ثم تحريضهم ضد الأعداء وذلك يعكس تأخر الإعلام الحربي في سلوك هذا النوع من أنواع المواجهة النفسية مع العدو.

جدول رقم (3) يبين الأفكار الواردة في الأناشيد الحربية

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الأفكار الواردة في الأناشيد الحربية
الأولى	71,91%	64	دعوة الشباب للانضمام للجيش العراقي وفصائل الحشد الشعبي ومحاربة الإرهاب
الثانية	24,71%	22	تحريض الجمهور على قتال الإرهاب وتحرير الوطن
الثالثة	3,37%	3	رثاء شهداء الوطن
	100%	89	المجموع

يبين الجدول رقم (4) ان مجموع الأفكار الواردة في الأناشيد الإرهابية (عينة البحث) بلغت (69) تكراراً (فكرة)، وقد احتلت المرتبة الأولى فكرة (تحريض الشباب على الاستمرار في القتال مع داعش) بتكرارات بلغت (29) تكراراً وبنسبة اهتمام بلغت (42,02%)، ونالت فكرة (دعوة الشباب للقتال مع داعش) على المرتبة الثانية وبتكرارات بلغت (26) تكراراً وبنسبة (37,68%)، وحصلت فكرة (رثاء قتلى داعش) على المرتبة الثالثة وتكرارات بلغت (14) تكراراً وبنسبة (20,28%).

ويشير ذلك إلى تخطي داعش الأناشيد الدعوية والأفكار التي تدعو للانضمام إلى التنظيم إلى هدف أكبر واوسع وهو تحريض الشباب على القتال مع داعش، مما يؤكد على ضمان جمهور عريض للتنظيم حول العالم والتفرغ إلى هدف تحريضه لتحقيق الانتصار والذي اتخذ اشكال عدة من خلال استخدام الآيات القرآنية والأحاديث النبوية والخطب الجهادية على عكس التحريض في الأناشيد الحربية الذي اتخذ شكل الاهازيج والقليل من الخطب.

ومن الجدير بالذكر ان الأناشيد التحريضية كانت أكثر كلماتها تشير إلى القتال والدم والذبح عند داعش، اما الاناشيد التحريضية في الإعلام الحربي كانت أكثر كلماتها حماسية وقبلية وعشائرية و(فصائلية)، اما الافكار الرثائية فقد جاءت بالمرتبة الثالثة لتشير إلى أهميتها بالنسبة لداعش في تعزيز ثقة مقاتليهم فيما ينتظرون من جزاء خالد في الجنة مما يساعد على ثباتهم في ساحات القتال.

جدول رقم (4) يبين الأفكار الواردة في الأناشيد الإرهابية

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الأفكار الواردة في الأناشيد الإرهابية
الأولى	42,02%	29	تحريض الشباب على الاستمرار في القتال مع داعش
الثانية	37,68%	26	دعوة الشباب للقتال مع داعش
الثالثة	20,28%	14	رثاء قتلى داعش
	100%	69	المجموع

يبين الجدول رقم (5) ان مجموع الأفكار الدعوية الواردة في الأناشيد الحربية والأناشيد الإرهابية في عينة البحث بلغت (90) فكرة، إذ احتلت المرتبة الأولى الأفكار الدعوية الواردة في الأناشيد الحربية بتكرارات بلغت (64) تكراراً وبنسبة (71,11%)، في حين جاءت الأفكار الدعوية الواردة في الأناشيد الإرهابية في المرتبة الثانية بتكرارات بلغت (26) تكراراً وبنسبة (28,88%). ونستنتج من ذلك إلى توجه الإعلام الحربي إلى هدف أساسي في المواجهة عبر الأناشيد الدعوية وبنسبة اهتمام عالية لغرض تحشيد الجبهة الداخلية وتوحيد الجهود لمواجهة داعش، لما تتطلبه الحاجة إلى هذا النوع من الأناشيد في هذه المرحلة خصوصاً.

اما الأفكار الدعوية في الإعلام الإرهابي فكان احتلالها بالمرتبة الثانية يعود إلى سبب تتركز فيه الحاجة إلى تحفيز الأنصار والمقاتلين للثبات والمقاتلة والاحتفاظ بالأراضي التي تمت السيطرة عليها.

جدول رقم (5) يبين الأفكار الدعوية في الأناشيد الحربية والأناشيد الإرهابية

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الأفكار الدعوية لدى عينة البحث
الأولى	71,11%	64	الأناشيد الحربية
الثانية	28,88%	26	الأناشيد الإرهابية
	100%	90	المجموع

يبين الجدول رقم (6) ان مجموع الأفكار التحريضية الواردة في الأناشيد الحربية والأناشيد الإرهابية المبحوثة (عينة البحث) بلغ (51) فكرة، إذ جاءت الأفكار التحريضية في الأناشيد الإرهابية بالمرتبة الأولى وتكرارات بلغت (29) فكرة وبنسبة (56,86%)، في حين شغلت المرتبة الثانية الأفكار التحريضية الواردة في الأناشيد الحربية بتكرارات بلغت (22) تكراراً وبنسبة (43,13%).

وذلك يشير كما أسلفنا إلى الاهتمام الذي يوليه الإعلام الإرهابي للأناشيد التحريضية كونها تؤدي إلى تماسك وحدة المقاتلين في مواجهة العدو ودفعهم إلى عمليات الانقضاض والهجوم المباغت ورفع مستوى الاستعداد القتالي في المعركة، بينما أتجه الإعلام بذل جهوده إلى دعوة الجمهور للانضمام للجيش وفصائل الحشد لمقاتلة الإرهاب.

جدول رقم (6) يبين الأفكار التحريضية في الأناشيد الحربية والأناشيد الإرهابية

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الأفكار التحريضية لدى عينة البحث
الأولى	56,86%	29	الأناشيد الإرهابية
الثانية	43,13%	22	الأناشيد الحربية
	100%	51	المجموع

يبين جدول رقم (7) ان مجموع الأفكار الرثائية الواردة في الأناشيد الحربية والأناشيد الإرهابية قد بلغت (17) فكرة، إذ نالت الافكار الرثائية الواردة في الأناشيد الإرهابية المرتبة الأولى بتكرارات بلغت (14) فكرة وبنسبة (82,35%)، في حين حصلت الأفكار الرثائية الواردة في الأناشيد الحربية على المرتبة الثانية ب (3) تكرارات وبنسبة (17,64%).

ويشير ذلك إلى نسبة الاهتمام العالية التي يوليها الإعلام الإرهابي لهذا النوع من الأناشيد باعتباره يسلط الضوء على المقام العالي فيما ينتظره المقاتلين في صفوفه وهو الشهادة والجنة حسب وجه نظرهم.

جدول رقم (7) يبين الأفكار الرثائية في الأناشيد الحربية والأناشيد الإرهابية

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الأفكار الرثائية لدى عينة البحث
الأولى	82,35%	14	الأناشيد الإرهابية
الثانية	17,64%	3	الأناشيد الحربية
	100%	17	المجموع

النتائج والتوصيات

أولاً: النتائج

لقد توصل الباحثان إلى النتائج الآتية:

1. ان الأنترنت أصبح ساحة عالمية للحرب الإلكترونية التي تتنوع فيها المواجهة سواء كانت عسكرية أو استخبارية أو المواجهة عبر الأناشيد الحربية.
2. استخدمت الأناشيد في العصر الجاهلي والإسلامي وفي العصر الحديث كأداة لتجنيد المقاتلين ودعوتهم وتعبئتهم وتحريضهم على خوض الحروب.
3. ان مجموع الأناشيد الحربية والإرهابية (عينة البحث) بلغت (158) نشيداً توزعت بواقع (89) نشيداً للإعلام الحربي و(69) نشيداً للإعلام الإرهابي.
4. ان مجموع الوقت المخصص لكل من الأناشيد الحربية والأناشيد بلغ (7ساعات و38 دقيقة و65 ثانية)، إذ كان نصيب الأناشيد الحربية (4ساعات و28 دقيقة و26 ثانية)، بينما كان الوقت المخصص للأناشيد الإرهابية (3ساعات و10 دقائق و39ثانية).

5. ان مجموع الافكار الواردة في الأناشيد الحربية بلغ (89) فكرة توزعت بواقع (64) تكراراً للأناشيد الدعوية و(22) تكراراً للأناشيد التحريضية و(3) تكرارات للأناشيد الرثائية، مما يشير إلى نسبة اهتمام الإعلام الحربي بالأناشيد الدعوية جمهوره لمواجهة الإرهاب.
6. بلغ مجموع الافكار الواردة في الأناشيد الإرهابية بلغ (69) فكرة توزعت بواقع (29) تكراراً للأناشيد الدعوية و(26) تكراراً للأناشيد التحريضية و(14) تكرارات للأناشيد الرثائية، مما يشير إلى اهتمام الإعلام الإرهابي بالأناشيد التحريضية لتأجيج روح القتال لدى مقاتليه.

ثانياً: التوصيات

يوصي الباحثان في نهاية البحث بما يأتي:

1. ضرورة تهيئة كوادر احترافية لصناعة ونتاج الاناشيد الحربية بما يواكب مراحل الحرب وبما تتطلبه ساحة المعركة.
2. ضرورة توحيد جهود الإعلام الحربي من خلال إنتاج أناشيد وطنية تبعد عن أناشيد فصائل معينة في هذه المواجهة العسيرة والشديدة الصعوبة، وذلك لأن الرسالة الموحدة لها قوة تأثير بالغة تفوق التأثير الذي تقدمه رسائل بأفكار متعددة.
3. دراسة تحليل أساليب الإعلام الإرهابي لغرض التمكن من الرد بشكل علمي والانتصار في المواجهة عبر الأناشيد.

الهوامش والمصادر:

1. هادي عبد الله العيثاوي، الإعلام التلفزيوني المتخصص " ميادين ومضامين"، بغداد، شركة الأئس للطباعة والنشر، 2012، ص12.
2. أييب خضور، الإعلام المتخصص، ط2، دمشق، سلسلة المكتبة الإعلامية، 2005، ص13.
3. السيد أحمد مصطفى عمر، الإعلام المتخصص " دراسة وتطبيق"، ط2، الشارقة، مكتبة جامعة الشارقة، 2002، ص42.
4. حازم الحمداني، الإعلام الحربي والعسكري، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2010، ص66.
5. احمد شاهين وصلاح محمد عبد الحميد، الإعلام الحربي، القاهرة، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، 2010، ص25.
6. المصدر نفسه، ص145-146.
7. علي بن عبد الله الكلباني، الإعلام العسكري، القاهرة، دار الكتاب المصري، 2014، ص154-155.
8. نصيرة تامي، الإعلام الفضائي والارهاب، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2015، ص275.
9. عبد الرزاق محمد الدليمي، الدعاية والإرهاب، عمان، دار جرير للنشر والتوزيع، 2010، ص181.
10. نصيرة تامي، مصدر سابق، ص278.
11. زكريا أبو داس، أثر التطور التكنولوجي على الارهاب، إريد، عالم الكتب الحديث، 2005، ص95-96.
12. إسماعيل محمود عبد الرحمن، الإعلام والإرهاب والثقافة البديلة، الاسكندرية، مكتبة الوفاء القانونية، 2014، ص120.
13. المصدر نفسه، ص128-131.
14. عبد الحلیم حمود، إعلام القاعدة وأساليب الجهاد الالكتروني، بيروت، مركز الدراسات والترجمة، 2010، ص147.

15. ماجد البريكان، الإعلام الأمني في العراق، بيروت، الدار العربية للعلوم ناشرون، 2013، ص149.
16. حسنين شفيق، الإعلام الجديد والإعلام البديل " تكنولوجيات جديدة في عصر ما بعد التفاعلية"، بدون اسم مدينة، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، 2010، ص180-181.
17. علي كنعان، المجتمع المدني والإعلام، عمان، دار الايام للنشر والتوزيع، 2015، ص157-158.
18. حسنين شفيق، مصدر سابق، ص213.
19. مروى عصام صلاح، الإعلام الإلكتروني " الأسس وآفاق المستقبل"، عمان، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، 2015، ص210.
20. المصدر نفسه، ص210-211.
21. إسماعيل محمود عبد الرحمن، مصدر سابق، ص132.
22. ويكيبيديا الموسوعة الحرة، نشيد، الجمعة 2016/4/1، الساعة الثانية ظهراً على الموقع (<https://ar.wikipedia>).
23. المصدر نفسه.
24. الباحثون السوريون، النشيد تاريخه ومفهومه، الجمعة الساعة الحادية عشر صباحاً، 2016/4/1، على الموقع (<http://www.syr-res.com/article/1401.html>).
25. مسعد محمد زياد، الأناشيد والمحفوظات، السبت 2016/ 4/2، الساعة العاشرة صباحاً، على الموقع (<http://www.drmosad.com>).
26. ويكيبيديا الموسوعة الحرة، مصدر سابق.
27. لونا صفوان، مقال: الأناشيد الجهادية: تجذب 90% من المجاهدين وأميركا شنت حرباً عليها، العربي الجديد، السبت 2016/4/2، الساعة العاشرة صباحاً، على الموقع (<http://www.alaraby.co.uk/portal/>).
28. مسعد محمد زياد، الأناشيد والمحفوظات، السبت 2016/ 4/2 الساعة العاشرة صباحاً، على الموقع (<http://www.drmosad.com>).
29. ويكيبيديا الموسوعة الحرة، مصدر سابق.
30. خالد القشطيني، الموسيقى والحرب، صحيفة الجورنال اليومية، الثلاثاء 2016/3/29، الساعة العاشرة صباحاً على الموقع (<http://journaliraq.com>).
31. منتديات وديع التربوية، الموسيقى العسكرية، الأحد 2016/3/27، الساعة الثالثة ظهراً، على الموقع (<http://ouadie.ahlamontada.com/t10561-topic>).
32. ميدل نيوز، أناشيد الجهاد: عن قوة الأغاني الإرهابية، الخميس، 31/ 3/ 2016، على الموقع / <http://www.al-masdar.net>.
33. لونا صفوان، مقال بعنوان الأناشيد الجهادية: تجذب 90% من المجاهدين وأميركا شنت حرباً عليها، العربي الجديد، السبت 2016/4/2، الساعة العاشرة صباحاً، على الموقع (<http://www.alaraby.co.uk/portal/>).
34. أشرف عبد الحميد، أناشيد داعش.. سلاح إعلامي ينشر العنف، الخميس، 31/ 3/ 2016، على موقع قناة العربية الرئيسية (<http://www.alarabiya.net>).

(*) يمثل متوسط وقت الأناشيد الحربية والأناشيد الإرهابية.

الإعلام الرقمي وإدارة الأزمات في منطقة الخليج العربي: القوة الكامنة في الأزمة

د. إيمان أحمد عزمي

عضو هيئة تدريس المعهد العالي للحاسب الآلي نظم المعلومات بالإسكندرية- جمهورية مصر العربية

1. ملخص البحث

رغم كونها حالة من الشدة والضيقة ينتج عنها في كثير من الأحيان اضطرابات واختلالات في التوازنات أياً كان صعيدها، فإنها يمكن أن تكون في ذات الوقت فرصة سانحة وجوهية للتغيير والتطوير وصقل الجوهر - "الأزمة". يتوقف الأمر في أصله على الأيدولوجية الفكرية التي يتم بها إدارة الأزمة وعلى آليات التطبيق العملي قبل وأثناء الأزمة وبعدها لتحقيق التنمية المستدامة. كلمة السر في هذا المشهد هي "المعلومات" وكيفية استخدامها وتطويعها لتحقيق الهدف المنشود، ولن يتأتى ذلك إلا من خلال آليات التواصل والاتصال التي يتم بها تداول المعلومات ومعالجتها في مراحل الأزمة المختلفة.

وتلعب التطورات المتسارعة في تقنيات الاتصال ونظم المعلومات دوراً حيوياً في تيسير عمليات نقل هذه المعلومات واتخاذ القرارات، لتختزل المجهود المبذول بكفاءة لصالح فعالية التنفيذ لتحقيق الهدف. هذا إن كان للكفاءة أن تعني الاستخدام الأمثل لموارد الوقت والجهد والتكلفة والعمل، وإن كان للفعالية أن تعني القدرة على تحقيق الهدف المطلوب الذي يتعين أن يكون "أنيقاً" - أي الهدف- في ترجمة للاختصار الإنجليزي SMART¹ في ظل الأحداث المتلاحقة لبيئة الأعمال الاقتصادية والسياسية والاجتماعية وحتى الثقافية والأمنية في عالم متغير، وهنا تحتل دول الخليج العربي مركز الصدارة في قوة بنيتها التحتية التقنية والمعلوماتية، الأمر الذي انعكس على معدلات استخدام ومستوى تطور وسائل التواصل الاجتماعي والإعلامي، فإذا ما اقترن ذلك بقوة وتأثير التدفق الحر للمعلومات في إحداث التغيير وإدارة الأزمات، واستثمر فيه رأس المال البشري الفكري والثقافي والإنساني لدول المنطقة، أمكن اقتناص فرصة الأزمة للتطوير والتمكين والتنمية المستدامة.

ولما كان الإعلام بصفة عامة والإعلام الرقمي بصفة خاصة هو جوهر التدفق الحر للمعلومات ووسيلة إعادة تشكيل وصياغة وهندسة الأحداث والأدوار في المنطقة العربية عموماً ومنطقة دول الخليج العربي خصوصاً، ولما كانت عمليات إعادة التشكيل والصياغة والهندسة لا تتم إلا بالإدراك الواعي لطبيعة الوضع الراهن والإمكانات الفكرية والعقلية لوحدة بناء الجمهور: الإنسان، الذي أصبح منتجاً وفي ذات الوقت مستهلكاً في الصناعة الإعلامية الرقمية فيما يطلق عليه "procumer" باللغة الإنجليزية، فإن الدور الذي يمكن أن يلعبه الإعلام الرقمي في إدارة الأزمات ليس حاسماً فحسب بل ومورداً للعقل والسلوك الجمعي الذي تزداد أهميته وقت الأزمات في مراحلها المختلفة للسيطرة الاحترافية على الوضع.

و بناءً عليه، يهدف البحث الحالي إلى تسليط الضوء على نموذج مُقترح لإدارة الأزمات في منطقة الخليج العربي قوامه ثلاثية الإدارة ورأس المال البشري والإعلام الرقمي، ويستند في تعامله مع الأحداث

على منهجية الخلايا العصبية في الجسم البشري؛ تلك التي تتسم بدرجة عالية من التخصص والاستثارة الكهروكيميائية لمعالجة ونقل المعلومات عبر الإشارات الخلوية لتتمكّن من تأدية مهامها الحيوية في أجزاء مختلفة من الجهاز العصبي في جسم الإنسان؛ تمامًا كما يتعيّن أن يحدث وقت الأزمات التي تحتاج إلى مستوى عالٍ من الإدراك والمهارات الإنسانية والإدارية تحتم بالضرورة تطويع تقنيات الإعلام الرقمي للتعامل مع العَرَض والمرض في آن قبل وأثناء وبعد الأزمة، وبالشكل الذي تنطبق فيه مقولة "ابن سينا" قديمًا: "الوهم نصف الداء، والاطمئنان نصف الدواء، والصبر أول خطوات الشفاء".

أما الوهم في الأزمة فقوامه الجهل والظن، و"إِنَّ الظَّنَّ لَا يُغْنِي مِنَ الْحَقِّ شَيْئًا"²، ولذلك استُخدم بمهارة في تأجيج حروب الجيل الرابع المبنية بالضرورة على إمكانات السلطة الرابعة ونفوذها: الإعلام، وأما الاطمئنان فمبني بالضرورة على العلم والمعرفة التي تستلزم تشخيصًا سليمًا للوضع ومعلومات تتسم بالجودة في محتواها وفي بعدها الزمني والشكلي، وأما الصبر فمنبعه الثبات ومنشأه الإيمان؛ ذلك الذي وفر في القلب وصدّقه العمل، العمل الذي يحتاج أن يتداعى له سائر الجسد المجتمعي وقت الأزمات بإدارة احترافية واعية تدرك أهمية التقنيات الحديثة للإعلام والاتصال.

و يستند هذا البحث في منهجيته وأدواته على مجموعة التجارب الرائدة والمبادرات التي اتبعتها بعض الهيئات والجامعات في التعليم والتدريب القائم على حل المشكلات وإدارة الأزمات، والأبحاث الميدانية في الإعلام الرقمي بمنطقة دول الخليج العربي، وما تم ابتكاره وتأصيله في مهارات الاتصال الإنساني الحياتي والإداري بهيكل سلطته وقوته الإدارية وديناميكيات فرق العمل فيه لحل المشكلات في واحدة من المشروعات الفائزة بمنحة التميز في التعليم والتعلم لدعم مهارات التوظيف والجاهزية للعمل التابع لوكالة جامعة الملك سعود للشؤون التعليمية والأكاديمية، وما تم ملاحظته والإشراف عليه في اللجنة الإعلامية للفريق النسائي بالمؤتمر العلمي الأول لطلاب وطالبات التعليم العالي بالمملكة العربية السعودية التابع لوزارة التعليم العالي، إلى جانب الخبرات العملية في التدريب التفاعلي لمنسوبي وزارة الإعلام ومصحة السجن بوزارة الداخلية في المملكة العربية السعودية.

يحمل هذا البحث في جعبته توصيات جوهرية يختتم بها ويضعها أمام متخذي القرارات في هذا الميدان حائًا على الاستثمار في رأس المال البشري الفكري وآملًا في أن يتم تطويع إمكانات الإعلام الرقمي لاستخراج القوة الكامنة في الأزمة من قلب الحدث.

2. تقديم:

مجموعة الأفراد الذين يجمعهم كيان واحد بشكل نظامي لتحقيق هدف محدد هم "منظمة"، وطالما هم مجموعة من البشر فإن المنظمة بالضرورة نظام مفتوح يؤثر ويتأثر بالبيئة المحيطة داخلية كانت أم

خارجية. وليسري هذا التأثير المتبادل في الاتجاه المحمود يكون من الضروري وجود اتصالات سليمة بين أجزاء المنظمة داخلياً، وبينها وبين بيئتها المحيطة خاصة كانت أم عامة³ خارجياً. هذه الاتصالات تتم أفقياً ورأسياً وشبكياً وحتى بشكل رسمي وغير رسمي في أنحاء المنظمة فقط لضمان الاستجابة السليمة ذات التأثير الفعال للمتغيرات البيئية المتلاحقة (Azmi، 2017 و Robbins & DeCenzo، 2013، و Davis، 1996).

فإن حدثت حالة من حالات الاضطراب أو فقدان التوازن بالنسبة للمنظمة، تبرز الحاجة الماسة لمثل هكذا اتصالات ومعلومات بشكل سليم يسمح بإعمال إمكانات الإدارة لرأس المال البشري على النحو المطلوب لتحقيق الهدف، ويزيد من تعقّد الأمر ويسره في آن توافر تقنيات الاتصال والمعلومات المتطورة ديناميكية التغيير والتي يمكن استخدامها كأداة بناء حيوية لإدارة حالات الاضطراب أو الأزمات في كافة مراحلها (Bernstein، 2016، Azmi، 20091، and 20092).

3. خصوصية دول منطقة الخليج العربي والإعلام الرقمي

تحتل دول منطقة الخليج العربي مركز الصدارة في تطوّر بنيتها المؤسسية التقنية والمعلوماتية بين دول منطقة شمال أفريقيا والشرق الأوسط (عزمي، 2004). بل وترتفع لدى معظم دول مجلس التعاون الخليجي معدلات انتشار الإنترنت مقاساً بنسبة السكان لمستخدمي الإنترنت مقارنة بالمتوسط العالمي البالغ 50%. بين دول المشرق العربي، الأكثر من ذلك هو تصدّر دول المنطقة في استخدام وسائل الإعلام الرقمي الجديد، حيث يزيد استخدامها لوسائل التواصل الاجتماعي ممثلة في الفيسبوك بنسبة 70% بين مستخدمي الإنترنت باستثناء سلطنة عُمان، وذلك رغم ارتفاع نسبة مستخدمي الإنترنت فيها. ولقد تبين من مؤشرات الإعلام الرقمي للربع الأول من عام 2017 أن سكان دول مجلس التعاون الخليجي هم الأكثر بحثاً عن الأخبار من خلال عدد البوابات الإخبارية الرقمية عبر الإنترنت لكل دولة حسب عدد سكانها، كما أن متوسط عدد منصات التواصل الاجتماعي للبوابات الإخبارية في كل دولة، ومتوسط عدد التطبيقات التقنية كالأندرويد والـ iOS التي تعتمد عليها كل بوابة إخبارية في كل دولة مرتفع جداً في دول منطقة الخليج العربي مع صدارة الإمارات العربية المتحدة في هذا المضمار (مؤشر الإعلام الرقمي، 2017).

ومع ذلك، وفيما يتعلق بتطويع آليات الإعلام الرقمي في دول منطقة الخليج العربي رغم تطورها وصدارتها وقوة بنيتها وانتشارها، فإنه مازالت هناك فرص متاحة أمام المزيد من قنوات التواصل الاجتماعي ومنصات الإعلام الجديد وشركات تطوير التطبيقات الإلكترونية للتوصّل إلى حلول تدعم مشاركة المحتوى عبر شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة وتيسر عمليات إدارة الأزمة والتعامل معها

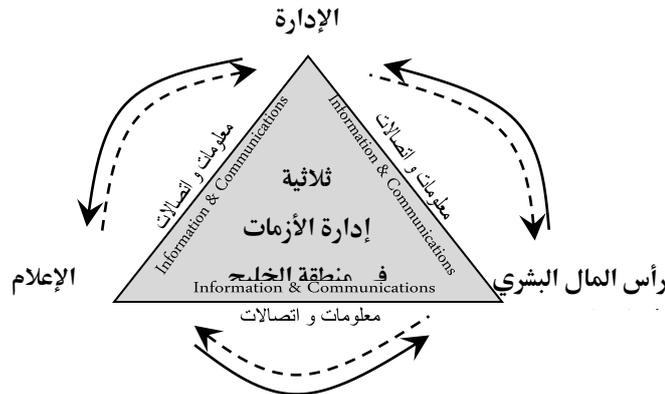
في مراحلها المختلفة. ذلك لأن الثورات التي تمت في بعض الدول العربية أظهرت قوة وأهمية وأيضاً تأثير التدفق الحر للمعلومات في إحداث التغيير باستخدام تقنيات الإعلام الرقمي والتواصل الاجتماعي كوسائل إعلامية بديلة للإعلام الحكومي المؤسسي (دافي، 2013). كما تبيّنت بجلاء أهمية سلامة الفكر الجمعي في فهم وإدراك مجريات الأمور، ومتطلبات جماعات أصحاب المصالح، والإدارة الواعية للأزمة في الحد من تداعيات الموقف.

ووفقاً لما ورد في تقرير مركز الدوحة لحرية الإعلام⁴ (2013) بشأن قوانين وأنظمة الإعلام في دول مجلس التعاون الخليجي، فإن دول الخليج العربي هي الأكثر تجسيداً بين دول العالم العربي للنهج الذي يُدافع عن سيطرة الدولة على الإعلام بما تُمارسه دول المنطقة وبدرجات مختلفة من سيطرة على الإعلام من المنطلق المشروع في حماية حكوماتها لأمن مواطنيها الفكري والوطني، وإعلائها لقيم التماسك والانسجام المجتمعي فوق أي فائدة أخرى (الحري، 2016، ودافي، 2013، والشهراني، 2005). وقد يرى البعض في الإعلام الرقمي بالنسبة لدول منطقة الخليج العربي تهديداً يحول دون إحكام السيطرة على ما يتدفق من معلومات وأفكار عبر منصات الإعلام الجديد لهذه الدول، ومع ذلك؛ فإن كل بلدان مجلس التعاون الخليجي تكفل حرية التعبير بطريقة ما ضمن حدود القانون (دافي، 2013)، وهو أمر وإن كان يبدو للبعض تناقضياً، فإنه يحمل في طياته انسجاماً مطلوباً للتعامل مع الأزمات بتطويع آليات الإعلام الرقمي الحديث، وإعادة صياغة الدور الذي تلعبه مؤسسات الإعلام الحكومية بشكل أكثر مرونة يستخدم النموذج ثلاثي الأبعاد المقترح في هذا البحث لإدارة الأزمات.

4. النموذج الثلاثي لإدارة الأزمات في منطقة الخليج العربي

يوضّح الشكل التالي هيكلًا عامًا للنموذج الثلاثي الذي يقترحه البحث الحالي لإدارة الأزمات في منطقة الخليج العربي بأبعاده الثلاثة: الإدارة، ورأس المال البشري، والإعلام الرقمي.

النموذج الثلاثي لإدارة الأزمات في منطقة الخليج العربي



4-1. رأس المال البشري (الناقل المعنوي للمعلومات)

الأفراد في النظام المفتوح هم الناقل المعنوي⁵ الأساسي في عمليات الاتصال، هذا الناقل المعنوي يتفاعل سلبيًا أو إيجابيًا مع ما يستقبله من "بيانات"⁶ يحولها بنفسه إلى "معلومات" أو يتلقاها جاهدة - أي المعلومات لتتحول بعد ذلك طواعية إلى "معرفة" (Boisot & Canals, 2014)؛ هذه التي تعد أعلى نتاج لتفاعل المعلومات مع الخبرات والممارسات الشخصية للناقل المعنوي والتي تختلف من شخص لآخر - أي المعرفة بالضرورة لاختلاف خبرات ناقلها المعنوي وممارساته وبيئته وتكوينه الفكري والعقلي بل وحتى حالته، ليتخذ بعد ذلك - إن شاء - من وسائل وأجهزة الاتصال الحديثة والتقليدية وسيلة لنقل تفاعلاته التي تحدث بشكل متبادل استقباليًا وإرسالًا في آن ليصبح هو في حد ذاته مع مجموعة النواقل الأخرى متغيرًا من متغيرات التفاعل ونتاجًا لها في نفس الوقت وبشكل مستمر.

وفي هذا السياق، فإن سلامة المعرفة مقترنة بسلامة الناقل المعنوي في النظام المفتوح، وتعد سلامته ضرورية بل وحتمية ليس فقط في الأوضاع الطبيعية لضمان الكفاءة والفعالية في العمل لتحقيق الأهداف المنشودة أيًا كانت مجالاتها؛ بل وأيضا وبشكل أكثر جوهرية في الأوضاع غير الطبيعية كالأزمات، ليس لمجرد اجتيازها فحسب - وإن كان ذلك في حد ذاته مطلب يستحق الحمد والشكر للخالق الوهاب على مروره بسلام - وإنما لاقتناص هذه الأزمة كفرصة للتغيير والتطوير وإعادة هندسة مجريات الأمور للتحسين وتحقيق الأهداف المنشودة أيًا كانت (مهديّة، 2009).

4-2. الإدارة

سلامة الإنسان الفكرية كناقل معنوي للمعلومات ونتاج تفاعلها معه كمؤثر ومتأثر وناقل ومستقبل ومتفاعل في ذات الوقت تستدعي مهارات عليا في التفكير والتحليل، مثل هذه المهارات لحسن الحظ تتأتى بالتدريب على السلامة في التفكير من ناحية (عزمي، 2009)، وعلى الإدارة لمجريات الأمور من ناحية أخرى خاصة في حالة الأزمات. "الإدارة" التي هي في أبسط معانيها فن إنجاز المهام من خلال الآخرين (Robbins & DeCenzo, 2013)، هي ذاتها التي تحتاجها الدول بشدة وقت الأزمات كما تحتاجها المنظمة لضمان مجرد البقاء في سوق العمل (Azmi, 2009¹).

تحتاج لا محالة إلى مهارات عليا في التفكير - الإدارة - إدارة الأحداث والمواقف والأزمات، ولك أن تتخيل كيف تتم الإدارة بالأزمة! نعم أي بافتعال الأزمات لحل بعض المشاكل التي قد تعترض النسق العام أو للتحكم والسيطرة على الآخرين وفقا لخبرة وأهداف الجهة القائمة بالافتعال وأجندتها المعلنة أو حتى الخفية⁷ (مهديّة، 2009 وعثمان، 2004)، ولضمان مثل هكذا إدارة يتعيّن إلى جانب سلامة

التفكير وأمنه، ومهاراته العليا، توافر الفنيات الفكرية لوظائف الإدارة من تخطيط وتنظيم وتوجيه ورقابة، وأيضا الفنيات التقنية والإجرائية لسبل تحقيق كل من الكفاءة والفعالية⁸ لضمان تحقيق التنمية المستدامة. وعلى هذا النحو تكون عملية إدارة الأزمات المقترنة بالاتصال الإعلامي مبنية على شمولية التفكير القائم على تحليل عناصر البيئة فيما يعرف بتحليل SWOT⁹، هذه الشمولية ضرورية للتعامل مع كافة الاحتمالات والتخطيط لها من ناحية، ومن ناحية أخرى تجنّب ما قد يحدث من تناقض واختلافات فيما يتم نشره والإعلام به بشكل قد يؤدي بمصادقية الجهات الإعلامية السيادية¹⁰ وقت الأزمة (عزمي، 2009، ومهدية، 2009، والشهراني، 2005، ومحمد، 2002).

هذا إلى جانب توظيف عمليات الاتصال الإعلامي التقليدي والرقمي بشكل مقصود لإدارة الموقف بعناصره الأساسية المتمثلة في المرسل والرسالة والمستقبل لتعديل السلوك والاتجاه العام نحو الأزمة والدولة في مختلف مراحلها وتحولها من تهديد لفرصة للتطوير والتعديل والتحسين (Azmi, 2009¹ & 2009²).

4-3. الإعلام الرقمي

إن تم تأمين سلامة الفكر؛ أمكن التعامل مع سلامة عمليات الاتصال التي هي من الوصل وبلوغ الغاية في اللغة¹¹. ذلك لأنه حتى مع انخفاض مستوى جودة المعلومات¹² المنقولة، تضمن سلامة الفكر معطيات أمنه بالتحقق من المعلومات أو وقوفها عند العلم دون التفاعل لإنتاج المعرفة وهذا أضعف الإيمان، أما أقواه فهي محاولة التبصير والتبصر واستكشاف الحقائق لفهم الأحداث وتحليلها ومن ثم إنتاج المعرفة وإعادة نقلها كمعلومات لتبدأ مرحلة جديدة من التأثير والتأثر للكيفية التي سيتم بها التعامل مع هذه المعلومات الجديدة المبنية هي الأخرى على سلامة فكر المستقبل. أما إن لم يكن الفكر الجمعي¹³ سليماً، فحدّث ولا حرج عن كم التدايعات المتوالية والعواقب التي يمكن أن تقلب حقيقة الأمور فتعمى معها الأبصار أيا كانت مناحيها ومستوياتها. شواهد التاريخ المنقول بناوغل معنوية كفيلة بتجلية مثل هكذا عواقب وخيمة في بعضها وبعيدة الأثر في بعضها الآخر ولا يمكن تفادي تداعياتها في كثير منها¹⁴.

أحد أشكال الاتصال والتواصل، بل وجزء حيوي يتخذ الطابع المؤسسي منه هو الإعلام، فإن كان الاتصال هو سريان للمعلومات بين المستقبل والمرسل، فإن الإعلام من اسمه هو سريان في اتجاه واحد من المرسل إلى المستقبل ليعلمه دون أن يضمن استقبال رسالة العودة من المستقبل مره أخرى لعدم تحديد من هو هذا الأخير - أي المستقبل بشكل واضح رغم معلوميته كجمهور مثلا وانتظار ردود أفعاله، بل وترقيتها خاصة عند التعامل مع الأزمات. فإذا ما اقترن الإعلام بوسائله الرقمية مع سلامة الفكر

ومِهنيّة الإدارة تحققت الكفاءة وأيضا الفعالية من حيث توفير الوقت والجهد والمال، وأيضا تحسين مستوى الأداء واتخاذ القرارات في الوقت المناسب على التوالي (صيشي وجمال، 2017، ومستيل، 2009، والشهراني، 2005، وسلمان، 2003).

وتتفق الشركات حول العالم أموالاً طائلة على الاتصالات الإعلامية التسويقية التي اتخذت الطابع الرقمي منذ أجل ليس ببعيد، وذلك من خلال الإعلام الرقمي المرئي والمسموع والافتراضي متمثلاً في تقنيات الإنترنت والقنوات الفضائية وتطبيقات الجوال وشبكات التواصل الاجتماعي على اختلافها وتباينها والتي ساهم فيها بشكل كبير التطور في مجال ثورة تقنيات الاتصال والمعلومات، حيث أمكن استخدام تقنيات الشاشات التلفزيونية العملاقة "led screen"، والكاميرات العنكبوتية "spidercam"، ونظام الـGPS في اختصار للنظام "Global Positioning System" والتي استُخدمت جميعها إلى جانب وسائل الإعلام التقليدية في الحصول على خصائص عالية الجودة للمعلومات والاتصالات اللازمة للإدارة بصفة عامة وإدارة الأزمات في كافة مراحلها بصفة خاصة (صيشي وجمال، 2017، و2016، وعبد الظاهر، 2013، والغفيلي، 2012). ومن المتوقع أن يبلغ الإنفاق العالمي على الإعلام 2.1 تريليون دولار في العام 2019، بعدما كان 1.6 تريليون دولار في العام 2014 في محاولة جاهدة من الشركات لمواكبة التطور التقني اللازم للوفاء بالقدرة على التنافس في ظل التغيرات المتلاحقة والمستمرة للاقتصاد العالمي الرقمي (غالو، 2017، ومؤشر الإعلام الرقمي، 2017).

5. الإعلام الرقمي وإدارة الأزمات - آليات تطوير الإعلام الرقمي في إدارة مراحل الأزمة

ينبغي الإشارة إلى ما سبق وأن أشار إليه مؤشر الإعلام الرقمي (2017) عند استعراضه للمنصات الإعلامية والتحول الرقمي في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا للربع الأول من عام 2017، وهو التغيير الديناميكي في صناعة الإعلام والاتصال في العالم بالقدر الذي لم يعد فيه نشر الأفكار وصناعة المحتوى بكافة أشكاله ترفيهياً كان أو تثقيفياً أو إخبارياً أو غير ذلك، حكراً على المؤسسات الإعلامية الكبرى، إنما أصبح حقلاً مفتوحاً لأصحاب الشغف والإبداع لاستعراض أفكارهم ومهاراتهم عالمياً من خلال وسائل التواصل الاجتماعي والإعلام الجديد (مؤشر الإعلام الرقمي، 2017). وبهذا الشغف وذلك الإبداع يكون ارتباط استراتيجيات الإعلام الرقمي للتعامل مع الأزمات قائماً على أهمية التفاعل مع هذه المتغيرات في صناعة الإعلام الجديد وخلق بيئة داعمة ومساندة تعمل على رفع مستوى المحتوى المقدم والاستفادة منه في خدمة وتطوير ثقافة المجتمع ودعم أمنه الفكري والمجتمعي بما يتوافق مع الأهداف المستقبلية لدول منطقة الخليج العربي.

الجدول التالي يوضح آليات تطويع الإعلام الرقمي للتعامل مع الأزمات في مراحلها المختلفة بغرض الاستفادة من القوة الكامنة فيها وتحويلها إلى فرصة تستوجب اقتناصها لتحقيق التنمية المستدامة.

آليات تطويع الإعلام الرقمي في إدارة مراحل الأزمة

مراحل الأزمة	آليات تطويع الإعلام الرقمي لإدارة الأزمة
مرحلة ما قبل الأزمة	<ul style="list-style-type: none"> تشكيل وحدة الإعلام الرقمي للأزمة إنشاء قاعدة بيانات معلوماتية لعناصر تحليل SWOT توقع الأزمات المحتملة وتحديدتها تحديد قنوات الاتصال الرقمي مع الجمهور إعداد خطة الإعلام الرقمي للأزمات التدريب التفاعلي على الخطط الموضوعية
مرحلة ما يتم أثناء الأزمة	<ul style="list-style-type: none"> جمع المعلومات والتعامل الآتي مع الأزمة تحديد قنوات الاتصال الرقمي مع الجمهور بأنواعه
مرحلة ما بعد الأزمة	<ul style="list-style-type: none"> تقييم أداء النشاط الاتصالي للأزمة استخلاص النتائج والدروس المستفادة من الأزمة تحديد معوقات الاتصال الرقمي لتحقيق فعالية الأزمة وإنتاجيتها

5-1. آليات تطويع الإعلام الرقمي في إدارة مرحلة ما قبل الأزمة

الغرض الرئيس من عملية التطويع في هذه المرحلة هو اتخاذ التدابير الوقائية ضد "الوهم" الذي هو نصف الداء عند "ابن سينا"، وإرساء سبل "الاطمئنان" الذي هو نصف الدواء عنده أيضا لعلاج المستعصي من الحالات، وهي لذلك تكتسب أهمية كبيرة حتى في الحالات الطبيعية للمواقف والأحداث التي تمر بها الدول، وتتضمن ست آليات كما هو موضح في الجدول السابق.

أجمعت كثير من الدراسات على أهمية وجود وحدة متخصصة لإدارة الأزمات في المؤسسات الإعلامية والجهات السيادية للدولة تقوم على تقنيات الإعلام الرقمي خاصة في دول منطقة الخليج العربي (صيشي وجمال، 2017، والحربي، 2016، ودافي، 2013، وعبد الظاهر، 2013، والغفيلي، 2012، وصلاح، 2012، ومهدية، 2009، وسلمان، 2003).

مثل هذه الوحدة يتعين أن تتضمن فريقين من فرق العمل، يُعنى الأول بالإدارة والثاني بعمليات الاتصال. أما الأول فيلتزم بإدارة الوضع وعمليات الاتصال من واقع الخبرة والعلم بمجريات الأمور، وأما الثاني

فيعمل على توفير نظام للمعلومات الإدارية يراعي فيه خصائص جودة المعلومات والتقنيات المستخدمة لتوصيلها إلى الجمهور المستهدف. حقيقة الأمر تستلزم التنويه إلى ضرورة أن يعمل الفريقين بشكل تكاملي تفاعلي ومستمر تماما كما يحدث في الطريقة التي تعمل بها الخلايا العصبية في جسم الإنسان¹⁵.

ويفرض ذلك بالضرورة مراعاة اختيار أعضاء الفريقين في الوحدة ممن يتمتعون بمهارات شخصية وإنتاجية ذاتية عالية وممن هو مشهود لهم بسلامة الفكر في المواقف الصعبة غير المتكررة ولديهم قدرات إدارية واتصالية جيدة في جميع الاتجاهات، مع مراعاة التنوع في التخصصات العلمية لأعضاء الفريقين في الوحدة، وتوفير كافة التجهيزات التقنية المستخدمة في الإعلام الرقمي لأداء المهام المطلوبة، والتدريب عليها بالتنسيق مع الإدارات والوحدات الأخرى في المؤسسات الإعلامية والجهات السيادية المعنية. ليس هذا فحسب، يتعين أيضا إنشاء قاعدة بيانات معلوماتية لعناصر تحليل SWOT والتي تكتسب أهمية بالغة لإرساء سبل الاطمئنان المبنية على المعرفة والعلم، ووجودها على نحو سليم يسهم في تحقيق الكفاءة والفعالية في إدارة الأحداث والتنبؤ بها، وتتضمن معلومات كاملة عن الوضع وعن المؤسسة ذات العلاقة وفقا لهذا التحليل بمفهومه الأوسع والشمولي في ضوء الأهداف التي يتعين الوفاء بها. ومنه يمكن توقع الأزمات المحتملة وتحديدها، هذا التوقع مبني على ما هو متاح من معلومات في قاعدة البيانات، والتحليل الخاص بعناصر البيئتين الداخلية والخارجية للمؤسسة الإعلامية، ويستدعي ذلك توثيقاً للأزمات التي مرت بها الدولة أو المؤسسة المعنية واستعراضاً للطرق التي تمت بها المعالجة وسيناريوهات تعظيم الاستفادة القصوى من الأزمات لتجنب تكرارها أو تخفيف آثارها أو حتى الاستفادة منها. ولا يتم ذلك بمعزل عن جماعات أصحاب المصالح في المنظمة، ومنطقة دول الخليج العربية غنية عن البيان في هذا الشأن.

من الضروري تحديد قنوات الاتصال الرقمي التي يتم استخدامها بغرض بناء علاقات طويلة الأجل مع الجمهور المعني فيما يوصف بالعلاقات تبادلية المكاسب win-to-win relationships بالشكل والكيفية التي تضمن ولاء الجمهور وتحترم عقليته في التفكير وتجبره طوعاً على حماية مجتمعه وأمنه الفكري والاجتماعي إذا ما تعرض للأزمة. وهنا يستخدم مصطلح "الاتصال الرقمي" عوضاً عن "الإعلام الرقمي" في إشارة للحتمية التي تفرضها التقنية في جعل المستقبل مرسلاً والمرسل مستقبلاً في نفس الآن في عملية تبادلية للمعلومات والأفكار والمعرفة يكون فيها المنتج مستهلكاً والمستهلك منتجاً أي كانت طبيعته المادية أو المعنوية، وأيا كان حجم كيانه صغيراً أو كبيراً، ولا يتيح ذلك إلا تقنيات الإعلام الرقمي والتي يستلزم تحديد قنواتها الأخذ في الاعتبار ما تم في الأزمات السابقة، ووضع SWOT للدولة أو

المؤسسة الإعلامية، والتدريب على مجموعة القنوات التي تم تحديدها للاتصال الرقمي وممارستها كإجراء تحوُّطي ضد حدوث الأزمة.

في ضوء ما سبق، تُعد خطة الإعلام الرقمي للأزمات بوضع دليل إرشادي عن خطوات التعامل مع الأزمة لتحديد أدوار ومسؤوليات كل عضو من أعضاء فريق إدارة الأزمة (مهديّة، 2009)، كما يتم إرساء خطة استراتيجية مقترحة للإعلام الرقمي المستحسن للتعامل مع الأزمات من واقع الإحصائيات والمشاهدات في دول منطقة الخليج العربي تمهيداً للتدريب التفاعلي على الخطط الموضوعية. وإن قلنا كما قال "ابن سينا" أن الاطمئنان نصف الدواء، فإن التدريب نصفه الآخر فيما يتعلّق بإدارة الأزمات، ذلك لأن الإعداد الجيد لمواجهة الأزمات يستلزم التدريب على المواجهة الفعلية ومحاكاة المواقف وشحذ الأذهان للتعامل مع الغريب من الأمور وعنصر المفاجأة وضيق الوقت وغيرها مما يقترن وجوده بالأزمة. ولذلك فإن التدريب التفاعلي المبني على تبادل الخبرات والمعلومات وإثراء المعارف بشكل متخصص يعتبر حتمية لا مناص منها لاستثمار الأزمات في تحقيق التنمية المستدامة لدول منطقة الخليج العربي.

5-2. آليات تطويع الإعلام الرقمي في إدارة مرحلة ما يتم أثناء الأزمة

تتجلى آلية عمل الخلايا العصبية في جسم الإنسان وتزداد الحاجة إليها بشدة أثناء حدوث الأزمة، ويُمكن الاتصال الرقمي الفعال من تحقيق هذه الآلية بكفاءة وفعالية من خلال قدرته الفائقة على جمع المعلومات والتعامل معها ومعالجتها وتحويلها أثناء الأزمة، بل وأيضاً تحديد قنوات الاتصال الرقمية الأكثر استخداماً مع الجمهور المستهدف على اختلاف أنواعه سواء كان داخلياً أم خارجياً. وليبيان هذه الآلية بالمضاهاة مع الخلايا العصبية في جسم الإنسان، فلك أن تعلم أن الجهاز العصبي للإنسان يتألف من بلايين الخلايا العصبية المتخصصة، والتي تتجمّع مع بعضها أحوال الأعصاب¹⁶، والتي تسلك بدورها سبلاً كثيرة لنقل المعلومات سريعاً لكافة أعضاء الجسم، وإحداث ردود الفعل اللازمة نتيجة التعرض لمواقف معينة، وإجراء آلاف العمليات المعقدة داخل الجسم في جزء من الثانية (بيرن، 2011 وفريق من الأخصائيين، 1989).

وليحدث ذلك، يقوم الجهاز العصبي من خلال خلاياه العصبية المتخصصة التي تعمل كمستقبلات بترجمة ما يشعر به الإنسان إلى إشارات عصبية تعرف بالدفعات العصبية تنتقل من خلال الألياف العصبية بسرعة فائقة إلى الدماغ والنخاع الشوكي، الذي بدوره تستقبل خلاياه العصبية الدفعات العصبية وتحللها وتترجمها وتختار القرار المناسب ورد الفعل الواجب اتخاذه - تماماً كما يتعين أن يحدث أثناء الأزمة باستخدام تقنيات الإعلام الرقمي - ومن ثم يُرسل الدماغ دفعات عصبية جديدة للخلايا العصبية الحركية في العضلات والغدد للاستجابة لأوامر الدماغ¹⁷ (موقع <http://mawdoo3.com>، 2017،

وفريق من الأخصائيين، 1989). جدير بالتنويه إلى أن مثل هذه الآلية تحتاج إلى الثبات الانفعالي والقيم الإنسانية العليا في التعامل داخليًا مع الوضع المتأزم لتحقيق الأهداف المنشودة.

5-3. آليات تطويع الإعلام الرقمي في إدارة مرحلة ما بعد الأزمة

يأتي تقييم الأداء على رأس آليات التقنيات الرقمية في مرحلة ما بعد الأزمة، التقييم بأنواعه المختلفة سواء كان ذاتيًا أم جماعيًا وسواء كان على مستوى الموقف أو المؤسسة أو الدولة ككل بكافة الأبعاد الفعلية والمحتملة بغرض استخلاص النتائج والدروس المستفادة من الأزمة واقتناص فرصة حدوثها للتطوير والتحسين والتنمية، وأيضًا الوقوف على المعوقات التي حالات دون إحداث الفعالية والكفاءة المطلوبة في إدارة الأزمات وزيادة إنتاجيتها (Bernstein, 2016, Ghassabi & Farashbandi, 2015, Azmi, 2009¹ and 2009²). ويتضمن ذلك الحصول على بيانات ومعلومات التغذية العكسية لما بعد الأزمة من الأطراف ذات العلاقة باستخدام تقنيات الاتصال الرقمي، ويتم ذلك خلال فترة زمنية محددة وفقا لمعطيات الموقف.

6. النتائج

- 6-1 تكمن الفرصة للتطوير وتحقيق التنمية المستدامة في الأزمة إذا ما اقترنت باستخدام تقنيات الإعلام الرقمي والإدارة المؤسسية المدركة والواعية والاستثمار السليم في رأس المال البشري.
- 6-2 الإدراك والوعي لن يتم إلا بتحليل دقيق لعناصر البيئتين الداخلية والخارجية على المستوى الديموغرافي والاجتماعي والثقافي وبالتالي الإعلامي في البلد المعنية.
- 6-3 الكيفية التي سيتم بها استخدام المعلومات وتطويعها هي ذاتها التي تُبنى عليها الخطة الإعلامية في مواجهة الأزمات وإدارتها قبل وأثناء وبعد حدوثها.
- 6-4 تلعب تقنيات الاتصال والإعلام الرقمي دورًا جوهريًا في تحقيق كفاءة وفعالية نقل المعلومات واستخدامها لإدارة الأزمات.
- 6-5 تتميز دول منطقة الخليج العربي بتطور هائل وملحوظ نسبيًا في قوة بنيتها الأساسية التقنية والمعلوماتية مقارنة بدول باقي المنطقة العربية، الأمر الذي يؤهلها لتحقيق الكفاءة والفعالية في استخدام تقنيات الإعلام الرقمي لإدارة الأزمات.
- 6-6 يمكن تطويع الجمهور المستهدف لإدارة الأزمات بالاستثمار في دوره المزدوج كمنتج ومستهلك للمعلومات في فضاء الإعلام الرقمي وتقنيات اتصاله.



- 7-6 اقتران الإدارة الحكومية الواعية برأس المال البشري الديموغرافي والتقنيات المتطورة للاتصال والإعلام الرقمي في دول منطقة الخليج العربي هو جوهر النموذج المقترح لإدارة الأزمات فيها بما يحقق التنمية المستدامة.
- 8-6 آلية العمل في النموذج المقترح لإدارة الأزمات في دول منطقة الخليج العربي تقوم على المضاهاة للآلية التي تعمل بها الخلايا العصبية المتخصصة في الجسم البشري.
- 9-6 يدعم هذا النموذج ضرورة سيطرة الدولة على الإعلام باعتبارها العنصر الممثل للإدارة الواعية للأزمة والقادرة على حماية أمنها وتطوير إمكانات الإعلام الرقمي في دول المنطقة للاستثمار في الجمهور المستهدف وتحقيق التنمية المستدامة.
- 10-6 في إطار النموذج المقترح لإدارة الأزمات في دول الخليج العربي توجد آليات لتطوير إمكانات الإعلام الرقمي في إدارة مراحل الأزمة الثلاث قبل وأثناء وبعد حدوثها.

7. التوصيات

تأخذ توصيات هذا البحث جوانب ثلاثة مستقاه من الأبعاد الثلاثية للنموذج المقترح لإدارة الأزمات في منطقة الخليج العربي.

7-1. جانب الاستثمار في رأس المال البشري:

- ضرورة التدريب الإداري والمهني للمعنيين في الجهات المؤسسية الإعلامية، ليس على كيفية التعامل مع الأزمات أو المهارات الإدارية في التعامل معها قبل وأثناء وبعد حدوثها فحسب، بل الأكثر حيوية وأهمية هو تطوير المهارات بالتدريب على مهارات التفكير والتحليل العليا المقترنة بمثل هكذا مواقف وحالات قد يتعرض لها الفرد والمجتمع¹⁸.
- التدريب على كيفية استخدام وتنمية مهارات التعامل مع تقنيات الإعلام الرقمي بحرفية للتعامل مع الأزمات قبل وأثناء وبعد حدوثها كمنهجية مبنية على كيفية إدارة المحتوى الإعلامي وتأثيره أكثر من الإتيان المادي لاستخدام الوسائل التقنية - هي في النهاية وسيلة لتحقيق الهدف وليست الهدف في حد ذاته.

7-2. جانب الاستثمار في الإدارة:

- الحث على اعتناق استراتيجية فعلية محددة لإدارة الأزمات في الهيئات والمؤسسات يشترك فيها كافة عناصر الاتصال داخليا من خلال وحدات إدارة الأزمات.

- وضع خطط تدريب مستقبلية تُدرج فيها أساسيات التخطيط والتنظيم والتوجيه والرقابة¹⁹ كوظائف أساسية وجوهرية للإدارة تستهدف كافة المعنيين والعاملين والقائمين على الإدارة في المؤسسات الإعلامية، كونها - أي وظائف الإدارة - تدخل في كل مستوى من مستويات الإدارة لأي مؤسسة أو منظمة أيا كان مجالها.
- العمل على التطبيق المهني العملي لأساسيات الإدارة بشكل متعمق من خلال تقنيات التفكير خارج الصندوق لإدارة الأحداث والمواقف والأزمات في منطقة دول الخليج العربي بأسلوب بسيط ينتهج آلية "السهل الممتع" في التنفيذ ويعتمد بالضرورة على الخصائص الشخصية للقائمين على الإدارة.
- تنمية مهارات التنمية الشخصية والذاتية للقائمين على إدارة المؤسسات الإعلامية والعاملين بها للتعامل مع المواقف والأزمات في كافة مراحلها بالتدريب التفاعلي.
- تحفيز العاملين في المستويات الإدارية المختلفة على المشاركة في إدارة الأزمة وإشراك المتخصصين فيها داخلياً وخارجياً.
- تفعيل وسائل الاتصال الرقمي الرسمي وغير الرسمي في مراحل إدارة الأزمات بما يحقق جانبي الكفاءة والفعالية في التعامل معها.

3-7. جانب الاستثمار في إمكانات الإعلام الرقمي:

- العمل على إيجاد نظام جيد للمعلومات والاتصالات الإدارية في المؤسسات الإعلامية داخلياً وخارجياً، هذه الجودة مبنية على استثمار الإمكانيات التقنية المتاحة في منطقة الخليج العربي من ناحية، وعلى آليات ضمان جودة خصائص المعلومات²⁰ والاتصالات قبل وأثناء وبعد الأزمات من ناحية ثانية تقادياً لأي معوقات لا ضرورة لها عند إدارة الوضع.
- استخدام تقنيات الإعلام الرقمي المتعددة وإدراجها ضمن خطط العمل والممارسات الدورية في المؤسسات الإعلامية للتعامل مع العميل المستهدف - أي الجمهور بعد دراسة وتحليل SWOT الخاص به.
- بناء علاقات الشراكة وروابط التعاون الاستراتيجي مع القطاع الخاص في مجال الإعلام الرقمي الجديد.
- تطوير السياسات والتشريعات لخلق بيئة خصبة داعمة في مجال الإعلام الرقمي تسهم في الارتقاء بجودة واحترافية المحتوى المقدم على المستوى المؤسسي لدول منطقة الخليج العربي.

- الاهتمام بمستوى جودة المعلومات المقدمة بابتكار أساليب جديدة لعرض محتواها في الوقت المناسب وبشكل أكثر جذبا للجمهور المستهدف.

8. الهوامش

1. كلمة "SMART" هي اختصار لخمس كلمات أو خصائص ينبغي أن تتوفر في الأهداف الموضوعية وهي أن يكون محدداً "specific"، وقابلاً للقياس "measurable"، ويمكن تحقيقه عملياً "achievable"، وواقعي "realistic"، وله إطار زمني للتنفيذ "timely" (Robbins & DeCenzo, 2013).
2. الآية (36) من سورة "يونس" - القرآن الكريم.
3. للمنظمة بيئتان تعمل فيهما وبهما هما: البيئة الخاصة ذات التأثير المباشر، وهي بيئة جماعات أصحاب المصالح في وجود المنظمة ويطلق عليهم بالإنجليزية: "stakeholders" وتتضمن الموردين والعملاء والملاك والمؤسسات الحكومية ذات التعاملات المباشرة مع المنظمة وحتى الموظفين والعاملين فيها، أما البيئة الثانية فهي البيئة العامة ذات التأثير غير المباشر على المنظمة؛ في إشارة إلى الأوضاع العامة الاقتصادية والسياسية والقانونية والاجتماعية والثقافية والديموقراطية والتقنية التي تعمل في ظلها كافة المنظمات داخل بلد معين أو منطقة بعينها. للمزيد يمكن الرجوع إلى: (Robbins, S. P. and DeCenzo, D. A., (2013)
4. دافي، مات ج.، (2013)، "قوانين وأنظمة الإعلام في دول مجلس التعاون الخليجي: ملخص، تحليل وتوصيات"، ترجمة: نوال الخليلي، مركز الدوحة لحرية الإعلام، الدوحة، قطر، متاح عبر الموقع: www.dc4mf.org
5. في تفرقة صريحة بينه وبين الناقل المادي المتمثل في أجهزة ووسائل الاتصال التي تستخدم التقنية الحديثة والتقليدية كالتليفون المحمول بأنواعه وأجهزة الحاسبات والكمبيوتر والتليفزيون والإذاعة المرئية والمسموعة والسينما ووسائل البث ووسائل التواصل الاجتماعي المتعددة على اختلافها من تويتر ويوتيوب وفيسبوك وإنستجرام وما إلى غير ذلك.
6. البيانات هي المادة الخام للمعلومات وهي عبارة عن أرقام أو كلمات أو أشكال أو حروف ليس لها دلالة منفردة، وعندما يتم معالجتها بعمليات الترتيب أو التصنيف أو الفرز والتحليل أو حتى العمليات الحسابية البسيطة تتحول إلى معلومات، ولذلك فإن المعلومات هي بيانات تم معالجتها (Boisot & Canals, 2014; Lapedra & Devece, 2012).
7. يتوافق ذلك مع إحدى متلازمات علوم التدريب الإداري والتنمية المهنية التي يُطلق عليها "متلازمة أسماك القرش الصغيرة" التي تستخدم نفس أسلوب افتعال الأزمة الفعلية وإدارتها للوصول إلى الهدف المطلوب. لمزيد من المعلومات عن هذه المتلازمة يمكن التواصل مع الباحثة عبر الموقع: <http://emanazmi.wixsite.com/emanazmi> أو من خلال صفحتها العامة على الفيسبوك: <https://www.facebook.com/E.A.eman.ahmed.azmi>
8. يقصد بالكفاءة اقتصادياً الاستخدام الأمثل للموارد من وقت وجهد ومال وعمل، وهي علاقة بين مدخلات النظام ومخرجاته أيا كانت نوعيتها بحيث يتم السعي للحصول على أعلى قدر ممكن من المخرجات الناتجة من أقل قدر ممكن من المدخلات وفقاً للأهداف المرجوة، أما الفعالية فهي القدرة على تحقيق الهدف المطلوب بغض النظر عن الكفاءة في تحقيقه من عدمها، وباجتماع كليهما أي الكفاءة والفعالية تتحقق الإنتاجية المجتمعية. جدير بالذكر أن تحقيق الكفاءة مقترن بالمهارات المتاحة ومستواها، وعندما يتعلّق الأمر بالدول يكون المستوى المقصود هنا هو المستوى الجمعي للمهارات المتاحة في المجتمع فكرية كانت أو سلوكية أو اجتماعية أو تقنية (Azmi, 2017, Robbins & DeCenzo, 2013 and Lapedra & Devece, 2012)
9. تحليل SWOT هو تحليل عناصر البيئة الداخلية التي تتضمن نقاط القوة "Strengths" ونقاط الضعف "Weaknesses" وأيضاً تحليل عناصر البيئة الخارجية التي تتضمن الفرص "Opportunities" والتهديدات "Threats"، حيث يشير كل حرف من حروف SWOT إلى عناصر البيئة الداخلية والخارجية للمنطقة أو الدولة أو المنظمة أو الجهة أو حتى الفرد. أما الوصف كونها

داخلية أو خارجية فيشير إلى ما تتمتع به أو تعاني منه المنطقة مثلا أو الدولة كنقاط قوة أو ضعف وإلى ما يحدث من أحداث ومجريات في محيطها الخارجي يمكن أن تكون فرصة أو تهديداً وفقاً لوضعها الداخلي على التوالي، وبطبيعة الحال ما قد يمثل فرصة سانحة للاقتناص عند البعض قد يكون تهديداً للآخر مصداقاً للقول بأن "مصائب قوم عند قوم فوائد".

10. تم تخصيص الجهات الإعلامية السيادية على اعتبار أن مفهوم إدارة الأزمات في حد ذاته هو مفهوم سياسي استراتيجي مرادف وملاصق لمفهوم الأمن الوطني وأيضاً وبشكل أكثر عمقا وتأثيراً على النسيج المجتمعي العام؛ الأمن الفكري (عزمي، 2009 والشهراني، 2005).

11. لسان العرب، معجم المعاني الجامع، متاح عبر الموقع: <https://www.almaany.com>

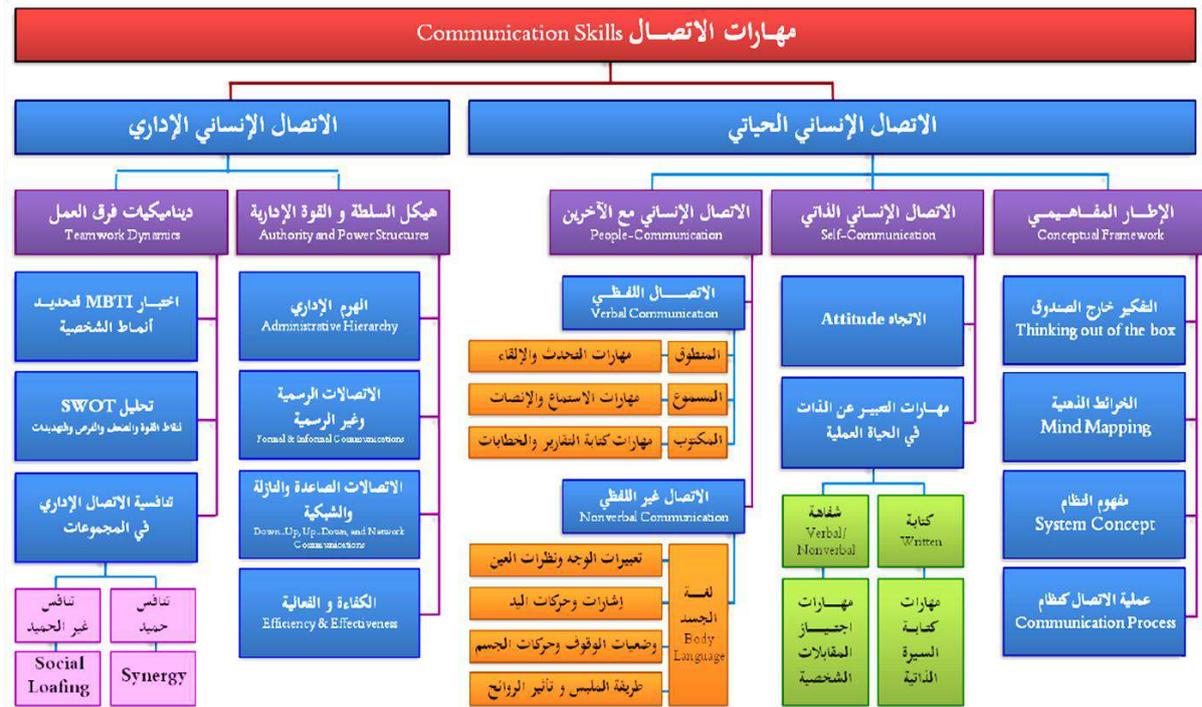
12. للمعلومات خصائص تضمن جودتها وتتخذ ثلاثة أبعاد هي بعد المحتوى والبعد الزمني والبعد الشكلي، بحيث تكون المعلومات صحيحة ودقيقة وسليمة ويمكن الاعتماد عليها واستخدامها دون الشك في مصدرها أو في سلامة بنائها أو تكوينها من بيانات غير سليمة؛ هذا فيما يتعلق ببعد المحتوى، أما البعد الزمني فيرتبط بتوقيت الحصول على المعلومات وتوقيت عرضها وإتاحتها لمتخذي القرارات أو المهتمين بها والمدة المستغرقة لإعادة إنتاجها لتوفيرها في الوقت السليم المناسب لا قبل ولا بعد لإحداث التأثير أو التفاعل المطلوب، وأما البعد الشكلي فيتعلق بالطريقة والوسيلة المادية والمعنوية التي سيتم بها نقل وتداول المعلومة لإحداث التأثير المطلوب (Boisot & Canals, 2014 and Lapiedra & Devece, 2012).

13. المقصود هنا فكر مجموعة الأفراد سواء في منطقة معينة أو قطاع جغرافي معين أو حتى مساحة افتراضية عبر الإنترنت.

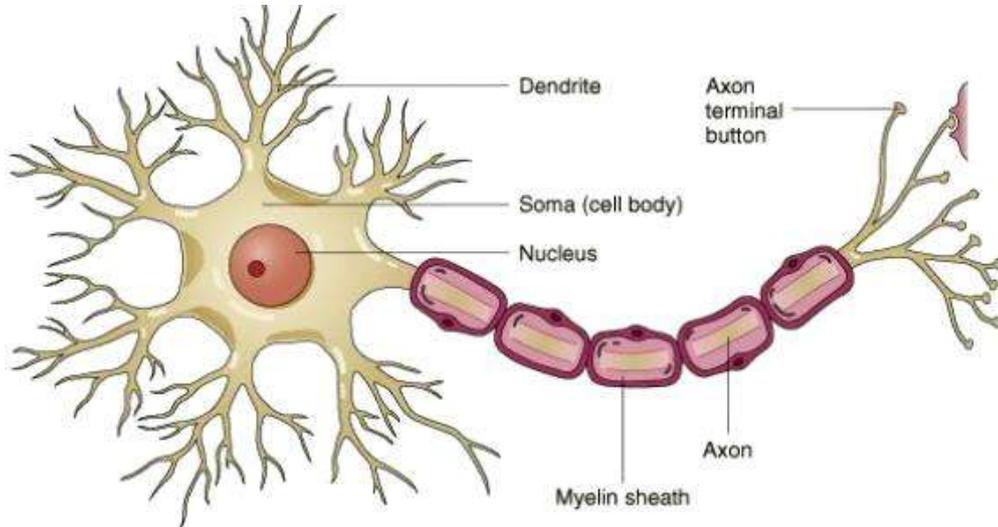
14. توجد مقالة قُدمت للنشر في مجلة آفاق الإدارة التي تُصدرها الجمعية السعودية للإدارة بكلية إدارة الأعمال، جامعة الملك سعود في 28 فبراير 2013 بعنوان "الإدارة عن بُعد وخيالات "عُطيل" وعبقرية "ياجو" في القرن الواحد والعشرين"، يُنصح بقراءتها في هذا السياق. متاحة عبر الموقع: <http://emanazmi.wixsite.com/emanazmi/publications>

15. في هذا الصدد تم إنشاء مخطط عام لآليات الاتصال والإدارة التي ينبغي أن يعمل بها الأفراد في الوحدات المماثلة في مرحلة التعليم الجامعي من واقع استراتيجيات التعلّم المستخدمة في المشروع الفائزة بمنحة مركز التميز في التعلّم والتعليم التابع لوكالة جامعة الملك سعود للشؤون التعليمية والأكاديمية عام 2013، وذلك عن المشروع الذي قَدّمته الباحثة لدعم مهارات التوظيف والجاهزية للعمل في مقرر مهارات الاتصال الذي يُدرس لطلبة المستوى الأول بجامعة الملك سعود، وتم تطبيقه وتعميم التجربة بكلية الدراسات التطبيقية وخدمة المجتمع لتشمل المخرجات التعليمية المتحققة: الطلبة والمقرر والإدارة لضمان جودة المخرجات الكلية والتنافسية محلياً ودولياً. هذا المخطط متاح فيما يلي واستُخدم بفعالية في برامج التدريب التي قَدّمتها الباحثة في إدارة الأزمات والمهارات السلوكية للقائمين على الإدارة والعاملين بها ومنسوبي الهيئات والجهات ذات العلاقة في بعض قطاعات وزارة الإعلام ووزارة الداخلية بالمملكة العربية السعودية. للمزيد يمكن الرجوع إلى: عزمي، إيمان، (2013).

مخطط عام لآليات الاتصال والإدارة في الوحدات الاستراتيجية



16. الشكل التالي يوضح الخلية العصبية - (موقع <http://mawdoo3.com>، 2016)



17. عند رؤية الإنسان لحيوان مفترس مثلاً عن قُرب - وليكن هذا مثلاً لآلية الإدارة التي يتيحها الإعلام الرقمي بتقنياته المتخصصة أثناء التعرض للأزمة - تستجيب المُستقبّلات الموجودة في العينين للإشعاعات الضوئية، وتعكس الرؤية وترجمها إلى دفعات عصبية تنتقل إلى الخلايا العصبية الموجودة في الدماغ، الذي يترجم رؤية الحيوان المفترس إلى شعور بالخوف، ويرسل دُفعات عصبية أخرى إلى الخلايا العصبية الحركية في العضلات والغدد لتنفيذ أوامر الدماغ فتستجيب عضلات الساقين لتساعد الإنسان على الهرب بعيداً عن الخطر، كما يرسل الدماغ رسالة إلى

القلب لزيادة النبض وتدفق المزيد من الدم في عضلات الساقين لتسريع القدرة على الركض. (موقع <http://mawdoo3.com>، 2017)

18. في هذا الصدد توفّر معاهد أبو قير العليا بالإسكندرية في جمهورية مصر العربية برامج يتم تفصيلها وفقاً للاحتياجات المطلوبة للتعامل مع مختلف المواقف والأحداث بمنهجية التعليم والتدريب المستمر.

19. تتضمن كل وظيفة من وظائف الإدارة كما هائلاً من المهارات المقترنة بتحديد الأدوار ووحدة اتخاذ القرار وصياغة الأهداف وتحديدها ووضع الخطط وتحليل البيئة الداخلية والخارجية والهيكلية التنظيمية والرقابة اللاحقة والسابقة والتزامنية لضمان سير العمل وفقاً للمخطط له بكفاءة وفعالية، وليست المشكلة في توافر المعلومات الكافية عن هذه الوظائف وكيفية تطبيقها نظرياً لأنها ببساطة متاحة بالكم الذي يفوق حتى المقدرة الطبيعية لاستيعابها جميعاً، وإنما تكمن المشكلة في كيفية تطبيقها عملياً دون حدوث ازدواج أو تعارض أو تناقض، وإعمال الفكر في كيفية إدارة الموقف أيما كان طبيعياً أو غير طبيعي كما في الأزمات، هذا الإعمال يستلزم تدريباً إدارياً ومهنيّاً عالياً في مستواه للوفاء به.

20. موضحة خصائص جودة المعلومات المقصودة في الهامش رقم 12.

9. المراجع

9-1. المراجع العربية

- الحربي، فوزية حجاب، (2016)، "دور الإعلام في دعم خطط التنمية المستدامة"، ورقة عمل، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية، متاح عبر الموقع: <https://samc.ksu.edu.sa>
- الشهراني، سعد بن علي، (2005)، "إدارة عمليات الأزمات الأمنية"، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الطبعة الأولى، الرياض، المملكة العربية السعودية.
- الغفيلي، فهد بن عبد العزيز، (2012)، "الإعلام الرقمي ماهيته أنواعه آثاره"، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الإدارة العامة للأمن الفكري، وزارة الداخلية السعودية، السعودية، متاح عبر الموقع: <https://repository.nauss.edu.sa>
- بيرن، جيليان، (2011)، "كتيب الجيب: الطاقة والعافية"، الطبعة الأولى، مكتبة جرير، الرياض، السعودية.
- دافي، مات ج.، (2013)، "قوانين وأنظمة الإعلام في دول مجلس التعاون الخليجي: ملخص، تحليل وتوصيات"، ترجمة: نوال الخليفي، مركز الدوحة لحرية الإعلام، الدوحة، قطر، متاح عبر الموقع: www.dc4mf.org
- سلمان، عبد الله، (2003)، "دور تقنية ونظم المعلومات في إدارة الأزمات والكوارث: دراسة تطبيقية على المديرية العامة للدفاع المدني بمدينة الرياض"، رسالة ماجستير قسم العلوم الإدارية، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، السعودية.
- صلاح، مها عبد المجيد، (2012)، "الإعلام الجديد وإدارة الأزمات الأمنية"، ورقة علمية مقدمة في الملتقى العلمي: الإعلام الأمني ودوره في إدارة الأزمات، 25-27 يونيو، عمان، الأردن.
- صيشي، يسري وجمال، بن زروق، (2017)، "نظرية حراسة البوابة بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي"، مخبر الدراسات الاجتماعية والنفسية والأنثروبولوجية، المركز الجامعي غليزان، مجلة الرواق، العدد الخامس، جوان، الجزائر.
- (2016)، "استخدام الأجهزة الأمنية الجزائرية للشبكة الاجتماعية "فيسبوك" في مكافحة الإرهاب"، مجلة البحوث والدراسات الإنسانية، العدد 13، ص.ص. 230 - 255، الجزائر.
- عبد الظاهر، وجدي حلمي عيد، (2013)، "دور وسائل الإعلام الحديثة في التوعية ومواجهة الأزمات الأمنية"، قسم الإعلام، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة أم القرى، سبتمبر، السعودية، متاح عبر الموقع: www.researchgate.net
- عثمان، فاروق السيد، (2004): "التفاوض وإدارة الأزمات"، الطبعة الأولى، دار الأمين، القاهرة، جمهورية مصر العربية.

- عزمي، إيمان، (2013)، "آليات الإبداع الجامعي الفعال في تدريس مقرر مهارات الاتصال: استراتيجيات التعلم الجامعي المستخدمة في المشروع الفائق بمنحة التميز في التعلم والتعليم لدعم مهارات التوظيف والجاهزية للعمل بجامعة الملك سعود"، الملتنقى العالمي للمبدعين في التدريس الجامعي، عمادة تطوير التعليم الجامعي بوكالة جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية للدراسات والتطوير والاعتماد الأكاديمي، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، 3-5 فبراير، الرياض، المملكة العربية السعودية.
- عزمي، إيمان، (2009)، "مفهوم الأمن الفكري بين المحددات العلمية والإشكالات المنهجية المعاصرة: دراسة تحليلية للتعريفات والدور المجتمعي للمؤسسات"، المؤتمر الوطني الأول للأمن الفكري (المفاهيم والتحديات)، كرسي الأمير نايف بن عبد العزيز لدراسات الأمن الفكري، جامعة الملك سعود، 23 - 25 مايو، الرياض، السعودية.
- (2004)، "دور التجارة الإلكترونية في تنمية التجارة العربية البينية وتحقيق التكامل لبيئة الأعمال العربية"، المؤتمر السنوي الرابع لكلية التجارة جامعة الإسكندرية (تحقيق التناغم لبيئة الأعمال العربية: أداة التكامل لمواجهة تحديات العولمة)، كلية التجارة، جامعة الإسكندرية، 9 - 11 سبتمبر، الإسكندرية، جمهورية مصر العربية.
- غالو، إيمي، (2017)، "لمحة تذكيرية حول العائد على الاستثمار التسويقي"، هارفارد بزنس ريفيو العربية، هيكل ميديا ذ.م.م، أبو ظبي، الإمارات العربية المتحدة، 23 ديسمبر، متاح عبر الموقع: www.hbrarabic.com
- فريق من الأخصائيين، (1989)، "جسمك كله عجائب"، كتاب المعارف، دار المعارف للطباعة والنشر، سوسة، تونس.
- مؤشر الإعلام الرقمي، (2017)، "المنصات الإعلامية والتحول الرقمي في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا: دراسة تقييم المشهد المحلي - الربع الأول من عام 2017"، مركز الإعلام الجديد، وزارة الثقافة والإعلام، السعودية.
- محمد، شومان (2002)، "الإعلام والأزمات: مدخل نظري وممارسات عملية"، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، القاهرة، جمهورية مصر العربية.
- مستيل، شين، (2009)، "التواصل: باقة من التلميحات والأساليب لجعلك أكثر وعياً بأسلوب التواصل الذي تستخدمه وكيف يمكنك تحسينه"، مكتبة جرير، المملكة العربية السعودية.
- مهدية، هامل، (2009)، "اتصال الأزمة في المؤسسة الجزائرية: دراسة حالات لوحدات من المؤسسات الصناعية والخدمية"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم فرع تنمية وتسيير الموارد البشرية، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر.
- موقع <http://mawdoo3.com>، (2017)، "كيف يعمل الجهاز العصبي"، آخر تحديث 15 يونيو 2017.
- موقع <http://mawdoo3.com>، (2016)، "أنواع الخلايا العصبية"، آخر تحديث 9 يناير 2016.

9-2. المراجع الأجنبية

- Azmi, E. A., (2017), "Basics in Public Administration: A Bunch of Points to get the Points", 2nd edition, High Institute for Computer & Information Systems, Abou kir higher Institutions, Alexandria, Egypt.
- (2009)¹, "Nanotechnology & Innovative Ideology: The Power of Knowledge", The International Conference for Nanotechnology Industries, the Leading Technology of 21st Century, King Abdullah Institute for Nanotechnology (KAIN), King Saud University (KSU), April 5-7, Riyadh, KSA.
- (2009)², "Communication Technologies and Cultural Identity: The Double Impact", Communication Technologies & Social Change Conference, Ministry of Higher Education, King Saud University, March 15-17, Riyadh, KSA.

-
- Bernstein, J., (2016), “The 10 steps of crisis communications”, Bernstein Crisis Management, available at: www.bernsteincrisismanagement.com
 - Boisot, M. and Canals, A., (2014), “Data, information and knowledge: have we got it right?”, working paper, Internet Interdisciplinary Institute, available at: <http://www.uoc.edu>
 - Davis, C. R., (1996), “Organization Theories and Public Administration”, Greenwood Publishing Group Inc., USA.
 - Ghassabi, F. and Farashbandi, F., (2015), “The role of media in crisis management: A case study of Azarbajejan earthquake”, International Journal of Health System & Disaster Management, Vol. 3, Issue 2, Apr-Jun 2015, available at: www.ijhdsdm.org
 - Lapedra, R. & Devece, C., (2012), “Introduction to Management Information Systems”, Universitat Jaume I, Castelló de la Plana, Spain, available at: <http://repositori.uji.es/xmlui>
 - Robbins, S. P. and DeCenzo, D. A., (2013), "Fundamentals of Management: Essential Concepts and Application", Pearson Education, Inc. Prentice Hall.

التحديات العشر للمنظومة الإعلامية الخليجية في ظل البيئة الدولية المتغيرة

رؤية استشرافية لنظام إعلامي خليجي آفاق 2030

**The Ten Challenges of the Gulf Media System in the Changing
International Environment
Vision for the Gulf Media System 2030 horizons**

د/ ليلي فقيري

د/ اسعيداني سلامي

جامعة محمد يوضياف المسيلة الجزائر

جامعة محمد يوضياف المسيلة الجزائر

أستاذة مشاركة بجامعة الملك خالد السعودية

أستاذ مشارك بجامعة الملك خالد السعودية

saidanisalami@gmail.com

Leila.feguri@gmail.com

ملخص:

تعالج هذه الورقة العلمية أن شاء الله أهم عشر تحديات ستعاني منها دول مجلس التعاون الخليجي إعلامياً واقتصادياً، وذلك من منطلق أن المجتمع الخليجي اليوم في مرحلة تاريخية حساسة، بين ثناياها تحمل صوراً متعدد ومختلفة من المخاطر والأزمات في ظل ثنائيتي (التفجر المعلوماتي/ التدفق الحر للمعلومات) عبر الوسائط الإلكترونية المعروفة، طبقاً لقواعد صناعة إعلامية جديدة، وأنماط متطورة من استهلاك المعلوماتي، خاصة مع تراجع بعض القيود الرقابية والنخب المتحكمة أو القادة الإعلاميين.

كما سنحاول وضع مقترحاً استشرافياً إعلامياً خليجياً بامتياز، مناسب للبيئة الإعلامية السائدة في الخليج العربي، وفق محددات و مميزات تمس الخط الافتتاحي للمنظومة الإعلامية المطبقة ككل دون استثناء، من منطلق أن هذا المنطق فرضه الإعلام الرقمي العالمي، هذا النمط الإعلامي الجديد، يختلف في مفهومه وسماته وخصائصه ووسائله عن الأنماط الإعلامية السابقة غير القادرة على الصمود أو المنافسة أو المتغير وقت الأزمات باختلافها، من حيث التفاعلية- اللاتزامنية- التكاملية- اللاجماهيرية- التنوع والاستمرارية قابلية التحرك أو الحركية - تجاوز الحدود الثقافية- فضلاً عن تأثيراته السياسية والثقافة الواسعة النطاق التي تفوق وظيفة إعلام الجمهور الخليجي والحفاظ على الهوية الخليجية، وحمائتها من المتغيرات الداخلية والخارجية مع متطلبات الأمن الشامل من خلال شرح وافي و دقيق لهندسة نظام إعلامي خليجي يجابه المخاطر العشر في المنظمة الإعلامية.

Abstract:

This paper tackles, the ten most important challenges that the GCC countries will face in terms of media and economy. This is because the Gulf society today is at a sensitive historical stage. It carries multiple and different images of risks and crises considering the dichotomy of (electronic big bang / the free flow in

formations). through known electronic media, according to the rules of a new media industry, and sophisticated patterns of information consumption, especially with the decline of some censorship restrictions and ruling elites or media leaders.

We will also try to develop a pro-Gulf media prospect, Suitable for the prevailing media environment in the Arabian Gulf, in accordance with the parameters and characteristics touching the opening line of the information system applied without exception. It is logical that this logic is imposed by the global digital media ,This new media style differs in its concept, characteristics, , and means from previous media patterns that are unable to withstand, compete or change in times of crises, Diversity, continuity, mobility ad dynamism transcend cultural boundaries - as well as wide-ranging political and cultural influences that outweigh the function of informing the Gulf public and preserving the Gulf identity, protecting them from internal and external changes with the requirements of comprehensive security through A thorough and accurate explanation of the engineering of a Gulf media system that addresses the ten risks in the media organization.

- **Keywords:** challenges, the media system, the international environment.

مقدمة:

ننادي و بإلحاح في هذه الورقة العلمية إلى ضرورة تبني سياسية نظام إعلامي خليجي جديد يلاءم البيئة الخليجية و النسق القيمي الذي تمارس فيه وسائل الإعلام حريتها، فعلى الرغم من حداثة ظاهرة الإعلام الجديد العالمي، إلا أن العديد من المفكرين والمهتمين، ومالكي المؤسسات البرمجية الكبرى، سبق أن تنبؤوا بظهور الإعلام الجديد في وقت مبكر، ومنهم: مارشال ماكلوهان نيجروا بونتي، فوليو، بيل جيتس...الخ، فقد لمسنا وجود ضبابية منهجية قائمة لا تقتصر على غياب التوضيح و التبيان العلمي الدقيق لمصطلح الإعلام الجديد، وإنما أيضاً تعدد التسميات المشابهة له مثل: الإعلام المواطن، الإعلام البديل، إعلام العولمة، أو عولمة الإعلام، والإعلام التفاعلي، وإعلام الشبكات التواصلية، وهو ما يلمح إلى أن سمات الإعلام هذا ما زالت تتشكل حتى الحين، ولم تتم بعدُ مدركاته، رغم تمتُّع ذلك الوافد الجديد بالعديد من السمات "الخصائص" "التحول من النظام التماثلي إلى النظام الرقمي، التفاعل، التنوع، التكامل، تفتيت الاتصال، اللاتزامنية، قابلية التحرك، قابلية التحول، الكونية، الاستغراق في عملية



الاتصال، تعدد الوسائط، إعلام شبكات التواصل الاجتماعي)، والوظائف المعاصرة للإعلام الجديد؛ ومن أهمها) :الوظيفة الإخبارية، التربوية، التنموية، وظائف الديمقراطية أو الشورى، التسويق والدعاية والإعلان، التسلية والترفيه، الخدمات العامة)، التي أولاها الباحث نوعاً من الاهتمام، وأيضاً الأدوات "الوسائل"؛ ومن ضمنها) :الصحافة الإلكترونية، المدونات، الشبكات اللاسلكية، التطبيقات المتعلقة بالتلفزيون الرقمي في البيئة الخليجية، التفاعلي والراديو الرقمي الخليجي، السينما (الواقع والمأمول)، الكتاب الإلكتروني، شبكات التواصل الاجتماعي.

1. البيئة الإعلامية العربية الخليجية الجديدة

إن التحدي المستقبلي الذي يواجهه الإعلام العربي (الخليجي) لا يكمن فقط في المنافسة التي قد تواجهها وسائل الإعلام التقليدية من الإعلام الجديد، وإنما يكمن التحدي الحقيقي في الدور الذي سيلعبه الإعلام والاستخدامات الجديدة للإعلام، سواء الإعلام التقليدي أو الإعلام الجديد في الألفية الجديدة، خصوصاً إذا عرفنا أن استخدامات الدول للإعلام، خصوصاً الرقمي والاجتماعي أصبحت مختلفة، وقد شاهدنا جميعاً كيف انفجر الوضع في منطقتنا العربية في بدايات عام 2011 بسبب الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي، التي تبين لاحقاً أنها كانت تستخدم وتوجه من الخارج وكانت القوة الناعمة لإسقاط أنظمة ما كانت لتسقطها جيوش نظامية. إذاً الإعلام العربي والإعلاميون العرب في مرحلة جديدة من تاريخ المهنة، وبلاط صاحبة الجلالة بحاجة إلى من يحميه، وأن يبقى بلاطاً للسلام وخير الإنسانية والبشرية، وليس ساحة للحروب وتدمير الدول والشعوب¹.

لكن يمكننا أن نستعرض أهم ما تم انجازه في البيئة العربية الخليجية المشتركة:²

- إنشاء حساب موحد لوكالات الأنباء في دول المجلس على مواقع التواصل الاجتماعي لوكالات أنباء دول المجلس.
- إنشاء الموقع الإلكتروني التفاعلي لوكالات الأنباء بدول المجلس وذلك لتسهيل الحصول على أخبار وكالات أنباء دول المجلس.
- إنشاء موقع لتبادل الصور الفوتوغرافية بين وكالات الأنباء لاستفادة وكالات الأنباء من صور الاجتماعات والفعاليات المصاحبة للخبر.
- إطلاق إذاعة "هنا الخليج العربي" من مملكة البحرين اعتباراً من 1/10/2013م بمساهمة إذاعات دول المجلس. وذلك لتعزيز وتعميق الهوية الخليجية.



- بث برنامج "خليجنا واحد" من إذاعات دول المجلس. للعام الثاني على التوالي مساء كل يوم خميس. وذلك لاطلاع المستمع الخليجي على منجزات مسيرة العمل المشترك.

-وفي مجال التعاون الإعلامي المشترك بين دول المجلس والمملكة الأردنية الهاشمية، والمملكة المغربية، تم عقد عدة اجتماعات بين الجانبين لفتح آفاق جديدة للتعاون الإعلامي المشترك بين الجانبين.

2. العوامل الأساسية وراء التدفق الإعلامي للعالم للمنطقة العربية

سعى الفكر الأكاديمي في مجال الاتصال الدولي والعلاقات الدولية والجغرافيا السياسية إلى اختبار العوامل المحددة للتدفق الاقتصادي الدولي، اختبار العلاقات الارتباطية بين هذا وبين التدفق والعوامل التالية باعتبارها متغيرات تؤثر على حجم التدفق:³

1.2. القرب المكاني: على افتراض أن النظم الاقتصادية المختلفة تعطي أهمية أكبر لتغطية أحداث الدول الأقرب إليها جغرافياً، وبالتالي تقارب إعلامي كبير جداً.

2.2. الصلات الثقافية: ويقصد به أن الدول التي ترتبط بينها اللغة والعادات والثقافات تتبادل كم من المعلومات أكبر من كم المعلومات التي تبادره مع الدول الأخرى التي لا ترتبط بمثل هذه العلاقات وإنما بالتالي تعطي أهمية لهذه الدول أكثر مما تعطي للدول أخرى فمثلاً يفترض أنت دول الكومنث البريطاني تعطي لأنباء بريطانيا أهمية تفوق الأهمية التي تعطيها لأي دولة أوربية أخرى، كما يفترض أيضاً للصحافة العربية في كل دولة عربية تهتم بأنباء غيرها من الدول العربية على نحو يفوق باهتمامها بإنباء الدول الأخرى.

2.3. الحجم السكاني: أن الدول الأكثر سكاناً، هي الأبرز ظهوراً في التدفق الدولي للإنباء، والأكثر حظوه بالاهتمام في وسائل الاتصال في الدول المختلفة.

2.4. حجم التجارة بين الدول: ويفترض أنه كلما زاد حجم التجارة بين منطقتين زاد حجم الإنباء والمعلومات المتبادلة بينهم والعكس، وقد اخذ هذا المتغير في الاعتبار كمؤشر على تأثير المصالح المشتركة على التدفق الاتصالي الدولي.

5.2. حصة الفرد من إجمالي الناتج القومي: وقد خضع هذا المتغير للاختبار كمحدد لحجم التدفق الاتصالي الدولي لما له من دلالة على الأهمية والوضع الاقتصادي والسياسي للدولة، وعلى التطور التكنولوجي.



6.2. مكانه الدولة: وهو مفهوم متبلور حتى الآن ويقصد به المكانة النسبية التي تتبوأها دولة ما في المجتمع الدولي، وصورتها لدى الدول والشعوب الأخرى.

غير أنه في نهاية المطاف إعلامياً يتم تقسيم العالم العربي إعلامياً من حيث التأثير إلى: المحور الأول الإذاعات الصوتية الدولية الموجهة إلى المنطقة العربية، في حين تتناول النقطة الثانية الشبكات والقنوات التليفزيونية.⁴

3. التحديات العشر للمنظومة الإعلامية الخليجية في ظل البيئة الدولية المتغيرة

1.3. تحدي الاستهلاك الاجتماعية للتقنية: ونسبها أيضاً بالمخاطر الاجتماعية للتقنية وتتمثل في تداعيات التوظيف السياسي لوسائله، بما فيها شبكات التواصل الاجتماعية على أرض الواقع، وما يمثله ذلك الإعلام من تهديد للأمن الفكري، إلى جانب التداعيات المترتبة عن توظيف تنظيم القاعدة والجماعات الإرهابية لوسائل الإعلام الجديد، بما يخدم نشر أفكارها المتطرفة، إلى جانب اعتبار تلك الوسائل منصات للترويج للمخدرات، كما يترتب عن مخاطرة وقوع بعض الخلافات الأسرية. فببساطة إننا لم نزل نحن كعرب مستهلكين ولاهئين وراء تطورات التكنولوجيا والتي لم نفلح في حسن توظيفها بما يحقق الهدف والرسالة.⁵

وسط تصاعد الهجمات الساعية إلى حشد وتجنيد الشباب الخليجي، تبرز أهمية الوعي بمخاطر تسييس الفضاء العنكبوتي من قبل أطراف دخيلة، وغياب الدور المحوري لمؤسسات الإعلام الرسمي ممثلة في مفكرها ومتقفيها لإصلاح قضايا العمق الاجتماعي المتصلة بعقيده وثقافته وأمنه وعموم نظم حياته، لتفعيل خطوط الدفاع وضمان تحصين المجتمع من التصدع أمام ما يجتاحه من حشد أو تخريب، حيث يمر الإعلام الرقمي بمرحلة من أكثر المراحل خطورة لمنظومة الأمن الوطني وبدون فحص وتفكير السياقات الجديدة للحراك الرقمي، يصعب التنبؤ بعواقب هذا التوظيف والتدخل الأجنبي على طبيعة هذا الحقل الجديد، فعدد المؤتمرات وورشات العمل التي تنظمها المنظمات الخارجية، لمتابعة تحركات المدونين العرب في غياب إعلام بديل قادر على ضبط وتوجيه هؤلاء المدونين، وترسيخ مقومات المنظومة العقدية والثقافية والأمنية، ينبئ بالمخاطر والتداعيات التالية:⁶

- الإعلام الرقمي وقيادة الحراك السياسي في المجتمع الخليجي

- تهديد الأمن العقدي والوطني وطمس الهوية الخليجية

- الاختراق الأمني والتجسس الإلكتروني



- نشر الفكر الثوري ومنهجة الحروب

2.3. التحديات الفنية في الأداء الإعلامي: إننا لم نركز جهدنا في إعداد الفنيين والبرمجيين الذين يواكبون تطورات التقدم ويجتهدون في التوطين للتقنية والعلم في أوطاننا.

ويمكننا أن نودر أهم التحديات الفنية والمهنية لأداء الإعلاميين في النسق الإعلامي العربي والخليجي فيما يلي:

أولاً. ضعف الأداء المهني للإعلام العربي (Weak performance): حيث يركز على الأخبار الرسمية وبرامج الترفيه والرياضة والصفقات المالية في الأسواق والبورصة فضلاً عن المعالجات الجزئية للأحداث من خلال خطاب صحافي - إعلامي تقليدي عاطفي أيديولوجي في عصر المعلومات. هذا مع عدم إغفال وجود استثناءات قليلة في بعض الفضائيات (الخليجية) والصحف العربية الجادة.

ثانياً. أزمة الإعلاميين العرب الذين يتعرضون لشتى الضغوط والرقابة، فضلاً عن تخلف قلة برامج التأهيل والتدريب واضطراب علاقاتهم بمصادر المعلومات بسبب عدم توافر ضمانات ممارسات المهنة (التشريعات والقوانين - موثيق الشرف). علاوة على غياب الديمقراطية داخل المؤسسات الإعلامية والصحافية، حيث يعاني معظم الإعلاميين والصحافيين من تسلط رؤسائهم وانتشار الشللية واستبعاد الأكفاء منهم وتهميشهم وتدخل ذوي النفوذ والمعلنين وإفسادهم الكثير من الإعلاميين وشراء سكوتهم.

ثالثاً. غياب الإعلام الذي يعبر عن منظمات المجتمع المدني والجمعيات الأهلية في العالم العربي: ما أسفر عن عجز هذه المنظمات في نشر قيم المشاركة وتفعيل المبادرات الشعبية المستقلة وتوعية الجمهور إلى حقوقه الاجتماعية والثقافية.⁷

3.3. تحديات أسلوب الخطاب الإعلامي: فنحن نعاني من وحدة وسلاسة الأسلوب الخطابي لدينا، كما تنقص برامجنا جاذبية العرض والتميز الشكلي. إن الإعلامي العربي يأتي سلفاً معبأً بأفكار جاهزة اكتسبها، مثل غيره من أبناء مجتمعه، من البيت والمدرسة والجامع والشارع. أي أنه يأتي مقولباً ليكون، أيضاً مثل غيره، إنساناً يفرز ما استهلكه كما يفعل الناس العاديون في مجالسهم أو على المقاهي. وهذا، بطبيعة الحال، بخلاف معايير الإعلامي المتعارف عليها في دور الإعلام المحترفة. ومن هذه المعايير أن يكون مبدعاً ومجدداً ومؤثراً، ينقل الناس من حالة سائدة إلى حالة متغيرة لا أن يتناهى مع تفكيرهم وتأييد ما تواطئوا عليه من حالة جمود واستسلام لما هم عليه من أفكار أو قناعات.⁸

والأمر الثاني في أزمة الإعلامي العربي أنه يؤخذ مباشرة، دون إعداد أو تأهيل إلى الأستوديو أو موقع القرار المؤثر في الصحيفة. وهذه أزمة فنية سببها أن المؤسسات الإعلامية العربية تستسهل تسليم

الخطاب الإعلامي لأشخاص دون تهيئة، مهنية في المقام الأول، للوظيفة أو الوسيلة التي سيطلون منها على الناس. ومن صور هذا الاستسهال، في أغلب وسائل الإعلام العربية، أن تجد كاتباً أصبح مديعاً ومحاوراً في برامج (التوك شو)، وتجد ممثلة أصبحت مديعة أو كاتبة، أو تجد مديعاً وقد أصبح كاتباً يتصدر صفحات الرأي في الصحف.

هذان الأمران، التقولب الاجتماعي المسبق وافتقاد الحرفية، وضعا الإعلام العربي في مرتبة متأخرة إذا ما قورن بغيره من إعلامي العالم. والإعلامي نفسه، الذي وجد نفسه في ورطة النجومية، أصبح، بسبب هذا التأخر، علامة على الصراخ الفارغ أو الوعظ والفتوى أو، في أحسن الحالات، غير الواثق مما يقدمه للناس من أخبار وتحليلات وحوارات. من الطبيعي في هذه الحالة أن يفتقد التأثير وأن يفتقد، نتيجة لذلك، القدرة على قيادة الرأي العام إلى ما يحقق المصالح الوطنية والدفاع عنها في وجوه أعدائها في الداخل والخارج. وإذا لم يكن قادراً على تحقيق هذا التأثير في محيطه المحلي، فإنه لن يكون قادراً على تحقيقه في المحيط الإقليمي أو على المستوى الدولي كما تطالب أو تطرح بعض الأصوات التي ترى تضرر الوضع العربي، برمته، من الحروب الإعلامية التي تشن الآن بضراوة على الدول العربية وشعوبها من دول وجهات وتنظيمات لديها أهداف معلنة لتدمير المنطقة وتقسيم دولها.⁹

وإذا أراد العرب الخروج من مأزق ضعف الإعلام العربي، المتمثل أولاً في ضعف بضائع الإعلاميين المقدمة في الصحف وعلى الشاشات، فإن عليهم، كما يفعلون الآن مع تجديد الخطاب الديني، أن يتنادوا إلى عقد مؤتمرات وندوات وورش عمل تدرس بدقة أسباب هذا التردّي، وتقدم الحلول الناجعة والسريعة للارتقاء بفكر ومهارات الإعلامي العربي الذي تشتكي دوله وشعوبه من ضعفه ومحدودية تأثيره.

4.3 تحدي (إشباع محتوى) (noitacifitarG tnetnoC):

وينتج هذا الإشباع نتيجة التعرض لمضمون وسائل الإعلام وخاصة الجديدة منها وينقسم إلى: إشباعات توجيهية Orientational مثل الحصول على المعلومات، وتأكيد الذات والمنفعة باتخاذ القرارات، واكتشاف الواقع، وهي الاستطلاع. إشباعات اجتماعية Social Gratification ويقصد بها الربط بين المعلومات التي يحصل عليها الفرد وشبكة علاقاته الشخصية مثل التحدث مع الآخرين.

وتنقسم الإشباعات الاجتماعية إلى نوعين هما:

- إشباعات شبه توجيهية تنعكس في برامج التسلية والترفيه.
- إشباعات شبه اجتماعية مثل التخلص من الشعور بالوحدة والملل



وبالتطبيق على مفهوم تليفزيون الواقع فإن الاستخدامات والاشباعات تساند فهم دوافع الجمهور وميوله للتعرض، ولذلك الاستخدامات والاشباعات تسمح باختبار كل من استخدام الوسيلة كأداة أو هدف ويتوقف هذا على كم التعرض ونوع التعرض والاتجاهات والتوقعات من المحتوى المقدم.¹⁰

لعل من أهم التغيرات التي طرأت على المجتمعات العربية عامة و الخليجية على وجه الخصوص هو ذلك التطور التكنولوجي الهائل في مجال الإعلام، وخاصة الإعلام الفضائي الذي أصبح عصب الحياة في واقعنا المعاصر وسمه رئيسية للبيئة الاتصالية في العصر الحديث، وأسفر عن الانتشار الواسع للقنوات الفضائية العربية وازدحام خريطة البث الفضائي بكم هائل من القنوات التي تعددت برامجها وساعات إرسالها، وبدأت تتسابق على إرضاء الجمهور العربي واجتذابها له من خلال ما تقدمه من مواد ترفيهية تتعارض مع التنشئة الاجتماعية ومقوماتها وإشاعة النماذج الغربية من خلال نسخ مقتبسة من برامج أمريكية وأوروبية فيا يسمى تليفزيون الواقع **Reality TV**. ولا شك أن الشباب هم الفئة المستهدفة من تلك البرامج لما لهم من تأثير على مجتمعاتهم سلباً أو إيجاباً، فكان التركيز على تشويه أفكارهم وتحريف معتقداتهم وتهميش أدوارهم وطمس هويتهم، من خلال ما تقدمه تلك البرامج التي يجد فيها الشباب فرصة للانفلات من واقعهم والرغبة في الهروب من عزلتهم والتسلية والضحك مع أشخاص يشبهونهم في الحياة اليومية.¹¹

لا شك في أن ما لدينا ينقص الكثيرين (فرسالتنا للناس كافة)، ولكننا لم نحسن ترتيب أولوياتنا ونحسب خطواتنا، فنحن إما متعجلون، وإما مستبطنون، وكلاهما مشكل.

5.3. تحدي ذاتي/ داخلي: أما الداخلي فهو مواكبة الضغوط العالمية في الاستعمال الأمثل لتكنولوجيات الإعلامية، و أما الخارجية فهمي ضغط و تحديات العولمة الإعلامية العولمة ليست مجرد نظرية جديدة تحاول التأليف الخلاق بين إيجابيات الاشتراكية وحسنات الرأسمالية، بل هي أهم من ذلك كما يرى السيد يسين، هي حركة سياسية نشطة تقوم بالدور الفاعل فيها حكومات غربية متعددة، وليست حركة فكرية نخبوية أطلقتها مجموعة من المفكرين السياسيين، بقدر ما هي إعلان بارز عن تحولات خطيرة في المزاج السياسي للجماهير.¹² فنجاح حالة الإحباط والسيطرة في هز اقتناعاتنا وضعف ثقافتنا في ما عندنا، فنحن متوجسون في طرح ما لدينا ومترددون.

6.3. تحدي قبول الآخر: كثيراً ما نعجز أن نصبر على الآخرين حتى نبليغهم رسالتنا، فكيف نطالبهم باتباع ما لدينا وهم يجهلونه (غالباً): لوإن أحد من المشاركين استجارك فأجره حتى يسمع كلام الله ثم أبلغه مأمناً.



7.3. تحديات في المنهج وفلسفة الغزو الإعلامي:

تنطلق فلسفة الغزو الإعلامي من مبدأ التدفق الحر للإعلام والمعلومات، ومن جانب واحد. وهي ترتبط أساساً بأصولها الفكرية والأيدولوجية وقوانين تطورها السياسي والإعلامي حيث تستمد مبادئها الفكرية من المدرسة الغربية والرأسمالية التي تؤمن بأن النظام الحر لتدفق المعلومات هو الصيغة المثلى لسريان المعلومات من دون قيود أو ضوابط

ووفقاً لهذه الرؤية المنهجية العلمية، فإن الفلسفة التي طرحتها الولايات المتحدة الأمريكية منذ القرن التاسع عشر وحتى الآن بما يتعلق بمبدأ (التدفق الحر للمعلومات) يستند إلى تبريرات عديدة أبرزها:

- لكي يصل الإنسان إلى الحقيقة عن طريق العقل يجب أن تتاح له حرية الوصول إلى المعلومات.
- الرقابة تنتهك الحق الطبيعي في حرية القول.
- إذا كان للإنسان أن يكتشف الحقيقة، فيجب أن تتوافر له جميع المعلومات والأفكار.

إن إبقاء مبدأ (التدفق الحر للمعلومات والإعلام) كوسيلة من وسائل الغزو الفكري المنظم للشعوب، هو بمثابة تكريس لنظام سياسي دولي وهو نظام الاحتكارات الرأسمالية وأفكارها وتقاليدها بقصد إيجاد أنماط (الاستعمار الإعلامي) والهيمنة الفكرية لتحقيق هدفين¹³:

الأول. الهدف السياسي: وهو دعم القيم الأمريكية في أنحاء المجتمع الدولي لتحقيق السيطرة، واحتلال عقول البشر، وتعميق الطراز الأمريكي في الحياة.

الثاني. الهدف الاقتصادي: لتحقيق مكاسب للاحتكارات الإعلامية الكبرى وزيادة الأرباح، وتوسيع شبكة الأعمال الأمريكية لأهداف اقتصادية وسياسية معاً.

ويرى الكثير من الخبراء أن الهيمنة الاتصالية هي جهود واعية ومنظمة تقوم بها الاحتكارات الأمريكية في المجالين العسكري والاتصالي للمحافظة على تفوقها، وبالتالي نفوذها في المجالات المختلفة الأخرى. ويشير إلى أن هذه الجهود تأخذ شكلين اثنين، الأول: مباشر عن طريق وزارة الدفاع الأمريكية التي تسهم في وضع السياسة الوطنية الأمريكية في مجال الاتصالات، والثاني: غير مباشر، عن طريق الشركات الأمريكية الخاصة مثل (NBC)، ((RCA التي تعتبر من أكبر الشركات الأمريكية التي تربطها عقود تجارية كبيرة في مجال الاتصالات مع وزارة الدفاع. ويؤكد أن هيمنة وسائل الاتصال الأمريكية مرتبطة بالسياسات الخارجية والدفاعية الأمريكية التي تعتبر وسائل الاتصال إحدى أدواتها المهمة، كونها امتداداً طبيعياً لحالة الهيمنة التي برزت في فترة ما بعد الحرب العالمية الثانية وذلك على الصعيد الدولي.¹⁴

فنحن إما منفتحون جملة واحدة على الخارج {قالت نملة يا أيها النمل أدخلوا مساكنكم لا يحطمنكم سليمان وجنوده وهم لا يشعرون} وإما منغلقون على ذاتنا جملة واحدة {وإن أوهن البيوت لبيت العنكبوت لو كانوا يعلمون}. ونفقد في كثير من الأحيان منهج النحل (وأوحى ربك إلى النحل أن اتخذي من الجبال بيوتا ومن الشجر ومما يعرشون، ثم كلي من كل الثمرات، فاسلكي سبل ربك ذللاً، يخرج من بطونها شراب مختلف ألوانه فيه شفاء للناس)

8.3. تحدي في التخصصية والمنهجية: لأن العمل الإعلامي أصبح صناعة وعلى درجة كبيرة من الأهمية، فنحن كما يقول سيد قطب¹⁵: "نحن في حاجة ماسة إلى متخصصين في كل فرع من فروع المعارف الإنسانية، أولئك الذين يجعلون من معاملهم ومكاتبهم صوامع وأديرة، ويهبون حياتهم للفرع الذي تخصصوا فيه، لا بشعور التضحية فحسب، بل بشعور اللذة كذلك، شعور العابد الذي يهب روحه لإلهه وهو فرحان"

9.3. تحدي في تكامل الأدوار: في عصر العولمة والإرهاب وصراع الحضارات يحتاج العالم العربي وأكثر من أي وقت مضى إلى تفعيل نظامه الإعلامي وإلى رسم استراتيجية وخطة إعلامية عربية واضحة الرؤية والمعالم. الإعلام العربي اليوم بحاجة إلى آليات ومنهجية وطرق تسيير وإدارة تخرجه من الدروب الضيقة إلى مجالات واسعة يستطيع من خلالها تحديد مكانة مرموقة له سواء محلياً أو عالمياً. فالإعلام والأمن وجهان لعملة واحدة ولا يستغنى واحد عن الآخر، فكيف يتم التنسيق والاعتراف كل بدور الآخر، أمر جد مطلوب لتجاوز تحديات المرحلة الراهنة.

10.3. تحديات المواكبة: ساهمت ثورة الاتصال والمعلومات في إحداث تحول على المشهد الإعلامي العربي في العقد الأخير من القرن العشرين، فقد استجاب الإعلام العربي لتأثير هذه الثورة الكاسح، واستطاع أن يطور قابليته للاستفادة من بعض فرصها، فنشأ ما يسمى "إعلام الموجة الجديدة" المتمثل في القنوات الفضائية العربية والصحف والمجلات الإلكترونية والمواقع الإخبارية على شبكة الإنترنت. ومن الواضح أن المشهد الإعلامي الجديد يعد مغايراً لذلك القائم منذ أمد في العالم العربي، والمتمثل في محطات التلفزة (المحلية) والإذاعة والصحف الخاضعة لسيطرة الدولة والموجهة من قبلها، والتي كانت تعد وسيلة لتكريس السياسات الداخلية والحفاظ على الاستقرار وتعزيز الهوية الوطنية وبسط سيطرة الدولة المركزية على أنحاء الدولة القطرية.¹⁶

لقد ازداد زخم النشاط الإعلامي في العالم العربي خلال السنوات السالفة، كما أن مكوناته اتسعت على نحو غير مسبوق، فبرزت فضائيات عربية - على سبيل المثال - وسعت هامش الحرية والتعددية، وامتد



نطاق تأثيرها إلى ما وراء الحدود الوطنية، وقدمت خطاباً بديلاً من الخطاب الإعلامي الرسمي، هذا فضلاً عن أنها كسرت احتكار وسائل الإعلام الغربية لنقل الخبر، وأسهمت في وضع الإعلام العربي في دائرة الاهتمام العالمية.

وعلى الرغم من هذا الارتقاء الملحوظ، فإن واقع الإعلام العربي ما زال يكتنفه القصور، ويظهر أن بعض أوجه القصور متعلقة بحقل الإعلام نفسه والعاملين فيه، إلا أن عوامل القصور البنوية متصلة إلى حد كبير بالوضع الاجتماعي - السياسي للمجتمعات العربية نفسها، ومن هنا، فإنه لا يمكن تناول الإعلام العربي بمعزل عن البيئة الواسعة التي يمارس فيها وظيفته، ويستمد منها مدخلاته ويفضي إليها بمخرجاته، بيد أن هذه المقاربة لا تعني النظر إلى العلاقة بين الإعلام والمجتمع على أنها بمخرجاته، بيد أن هذه المقاربة لا تعني النظر إلى العلاقة بين الإعلام والمجتمع على أنها استاتيكية تتحكم في اتجاه خطي واحد، بل هي علاقة جدلية متبادلة التأثير، فالإعلام يتأثر بما يدور في المجتمع وينعكس عليه، وفي الوقت نفسه يؤثر في حركية المجتمع وديناميته.

فسرعة تطورات العلم والتكنولوجيا وإفرازاتها على العالم تفرض مسارعة في مواكبتها وتوظيفها أولاً بأول، وإلا تخلف المتخلفون رغماً عنهم وإن اجتهدوا في ظاهر عملهم.

خاتمة:

حرية الصحافة، القنوات الفضائية الموجهة للعالم الخليجي الدعائية التمييز العنصري، حقوق الإنسان، تشويه و الاعتداء على القيم الإسلامية، تسويق الصورة السيئة عن الخليج و عادات و ثقافات مجلس التعاون الخليجي، الصورة النمطية و التضليل و التزييف، الجريمة المعلوماتية، العولمة، الإرهاب الالكتروني، وحوار الحضارات... هي أهم التحديات التي تواجه الإعلام الخليجي سواء التقليدي أو التفاعلي أي الإعلام الجديد الخليجي في عصر أصبحت فيه الدعاية والتشويه والتضليل والتلاعب بالعقول والرأي العام هي سمة الصناعات الإعلامية والثقافية العالمية. فتلويث الرأي العام ونسج العلاقات العامة أصبحت تشكل الرهان الكبير الذي تتنافس من أجل كسبه القوى العظمى والدول الفاعلة في النظام العالمي. ومن يخسر معركة الرأي العام يخسر تسويق صورته الحقيقية للآخر ووجهة نظره وأفكاره.

عامة علوم الإعلام والاتصال والثورة المعلوماتية على وجه الخصوص، أصبحت عناوين الرهانات الرئيسية والإستراتيجية لدول الخليج إذا ما أرادت أن تخرج منتصرة في الصراع حولها الشمال والجنوب وحتى الشمال نفسه، والروية الاستشرافية التي نراها مناسبة للدول الخليجية آفاق 2030 هي: " نحو

استراتيجية إعلامية خليجية موحدة " لمواجهة التحديات المختلفة التي يطرحها الإعلام والثورة المعلوماتية والاتصالية العالمية والإقليمية لمجابهة كل الأزمات الإعلامية.

قائمة المراجع والهوامش:

- ¹ محمد لحماي (2018): إعلام جديد، تحديات جديدة، أنظر أكثر: يوم 2018.01/12/17.00، www.alittihad.ae/details.php?id
- ² <http://www.bna.bh/portal/news/644337>. 12/01/2018, 21.00
- ³ ياس البياتي (2018): صورة الإعلام العربي في القرن الواحد والعشرين، لمعلومات أوفر أنظر تاريخ الولوج 2018/02/10 على www.araa.ae/index.php?view=article&id ، 15.30
- ⁴ عبد الرزاق الدليمي (2011): الإعلام العربي: ضغوط الحاضر وتحديات المستقبل. دار المسيرة، عمان، ص 1663
- ⁵ محمد شاهين (2018): الإعلام الجديد ما له وما عليه، لمعلومات أكثر أنر الرابط التالي: تاريخ الولوج: 2018/01/10، على الساعة 21.00. www.alukah.net/publications_competitions/0/55104
- ⁶ أميرة راشد (2018): الإعلام الخليجي الرسمي: وتحديات ثورة الإعلام الرقمي عشرة تحديات ومخاطر تواجه الإعلام الخليجي وتنقص مصداقيته، لمعلومات أوفر أنظر: تاريخ الولوجك 2018/01/12 من 15.30
- ⁷ عواطف عبد الرحمان: المواطنة الإعلامية في العالم العربي: التحديات والبدائل، أنظر أكثر تاريخ الولوج: 2018/01/12، على <http://www.alhayat.com/Articles/1312243> ، 15.00
- ⁸ محمد العصيمي (2015): أزمة الإعلام العربي، صحيفة العرب، العدد9845، نشر بتاريخ 03 مارس 2015، ص 09
- ⁹ نفس المرجع: ص09
- ¹⁰ Blumler J., & Kale E. (1974). "The Uses of Mass Communication: Current Perspective on Gratification Research, Beverly Hills, Sage publication, P. 269
- ¹¹ نصر الدين لعياضي (2008): تليفزيون الواقع في المنطقة العربية بين التجانس الثقافي والنسبية الثقافية. دراسة منشورة في كتاب: ثورة الصورة، المشهد الإعلامي فضاء الواقع، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ص28.
- ¹² السيد ياسين (2000): العولمة والطريق الثالث، دار الفكر للنشر والتوزيع، دمشق، ص ص 69-97
- ¹³ ياسين خضير البياتي: الغزو الإعلامي و"تغليب الأفكار الفاسدة" للوطن العربي - أنظر أكثر: تاريخ الولوج: 2018/01/12، على 21.00، [/http://www.alkhaleej.ae/alkhaleej/page](http://www.alkhaleej.ae/alkhaleej/page)
- ¹⁴ نفس المرجع (2018): أنظر أكثر: تاريخ الولوج: 2018/01/12، على 21.00، [/http://www.alkhaleej.ae/alkhaleej/page](http://www.alkhaleej.ae/alkhaleej/page)
- ¹⁵ علي عبد الحليم محمود (2000): الغزو الفكري وأثره على المجتمع الإسلامي، دار المنا الحديثة، القاهرة، ص146
- ¹⁶ <http://www.alriyadh.com/205301> 15/01/2018K 16.00

الرأي العام والارهاب

د. محمد بن صقر

وزارة الداخلية - مركز ابحاث مكافحة الجريمة بالرياض - المملكة العربية السعودية

مقدمة:

يعد الإرهاب من أعظم الجرائم التي أخذت اهتماماً كبيراً سواء على المستوى المحلي، أو المستوى الإقليمي، أو العالمي. أو حتى على مستوى الجمهور إذ لا يرتبط الإرهاب بمجتمع معين، أو بمنطقة بذاتها، أو بجماعة دينية، أو عرقية معلومة. حيث ترتبط هذه الظاهرة بالبيئة الاجتماعية والثقافية والسياسية السائدة في مجتمع معين.

فالمتابع والباحث في علم الجريمة أو السياسة أو الإعلام أو الاقتصاد يجد أن الظواهر الاجتماعية تأخذ دلالاتها من المحيط البشري والمادي الذي تقع فيه وتتأثر بشكل في هذا المحيط ويعتبر الإعلام إحدى تلك المحيطات التي لها تأثير مباشر وغير مباشر على كثير من سلوكيات واتجاهات حياتنا اليومية وباعتبار أن الارهاب مادة كثيرة التداول في وسائل الاعلام ووسائل التواصل الاجتماعي ومادة سريعة الانتشار كمحتوى أساسي في عالم الأخبار اليومية من صحافة وإذاعة وتلفزة وغيرها من شبكات الأخبار المتخصصة والدوريات الإلكترونية والبحوث العلمية ، كذلك فإنها مادة غزيرة تستند إليها المسلسلات البوليسية والروايات الأكثر مبيعا والأفلام التي تصدر أعلى نسبة حسب شبك التذاكر وذلك لارتباطها بتصورات الإرهاب وطريقة أداء السلطات الأمنية لمواجهتها وبالتالي هي تشغل الرأي العام لأي مجتمع. وبما أن حديثنا عن الرأي العام والإرهاب فإن الرأي العام لا يعتبر متفجعاً على عالم الارهاب بل فاعلاً ومؤثراً في فاعلية الإجراءات الوقائية والعلاجية للظاهرة الإجرامية ومتأثراً بالجوانب الإعلامية المقروءة والمسموعة والمرئية منها . كما أن الرأي العام له مكونات يكون له تأثير قوياً ومن ضمنها ارتباطه بعدد كبير من المجتمع وأن يكون هناك فكرة أو موضوع معين لطرحة ومناقشته وأن يوجد نوع من الإقناع وقرع الحجة بالحجة ليصبح هناك اجماع مستقر لمفهوم سائد حول موضوع يمس الأغلبية في المجتمع وهذا الاستقرار الفكري المدعم بالحجة ينعكس على سلوك الأفراد لاحقاً وعلى السياسات العامة في نفس المجتمع بما يقود إلى ما يسمى التناغم الاجتماعي وهو الرأي العام المستقر والمعروف لدى غالبية أبناء المجتمع ولا يحتاج إلى تدليل عليه أو إثبات له ، إذ يكفي الفرد بالإشارة إلى أن هذا الأمر متعارف عليه باعتباره مستقراً اجتماعياً ، ولعل بالمثال يتضح المقال فعند سؤال المجتمع عن أمر يتعلق بأمر شرعي ليس فيه اختلاف تجد المجتمع مسلم به ولا يناقش هذا الأمر لوضوح الحجة بنسبة لهم وبغض النظر عن الأمور الثانوية أو المتفرعة من الجانب الشرعي والمقصد هنا الأمور الاصولية التي ليس فيها خلاف كصيام في شهر رمضان فهو امر مسلم به والرأي العام في المجتمع الاسلامي مسلم بهذه الشعيرة وقس على ذلك بعض الامور المسلم بها وأما تلك التي قد يكون فيها اختلاف فقهي ففي هذه الحالة يتجه

الفكر الى الايضاح ووضع الحجج لأقناع الشخص الاخر او المجتمع بضرورة اثبات وجهة نظرة ومن هنا يأتي التأثير.

وفي هذه الورقة سنستعرض مفهوم الرأي العام وصلته بأفة الشعوب والمجتمعات وهو الارهاب ثم نتحدث عن الارهاب وعلاقته بالرأي العام ثم نستعرض طبيعة العلاقة الثلاثية الأبعاد (الإعلام - الرأي العام - الارهاب)، والتي من ضمنها عدة مسارات من شأنها فهم الواقع الذي نعيشه، ودور وسائل الاعلام في التأثير على الرأي العام.

أهمية البحث:

تكمن أهمية هذه البحث في تناوله للرأي العام والإرهاب كمشكلة وظاهرة فرضت نفسها على أجندة الاهتمام الدولي والإقليمي والعالمي وتشكل حولها رأي عام متفق ومختلف عليه في الوقت نفسه، وبما أن الرأي العام يؤثر على سلوك الأفراد وسلوك الجماعة وسياسة الحكومة. وكونه يشكل ركيزة أساسية للتنمية وتحفيز المجتمع نحو التطور، وهو الهدف الذي ما انفكت سياسات بعض الدول التي تعمل على تحقيقه، فإن هذه البحث سوف يبرز مفهوم الرأي العام وكيفية تكوينه والعوامل المؤثرة فيه والعلاقة بين الرأي العام والارهاب باعتباره آفة الشعوب ومدمر الاستقرار، كما تكتسب أهمية هذا البحث في محاولته تفسير بعض الأدبيات ومعرفة مستوى الأداء الإعلامي في مجال محاربة الارهاب، مما قد يمد متخذي القرار بالمعلومات لتفعيل دور الإعلام لصناعة رأي عام جماهيرياً واعياً لمحاربة الارهاب، ومساهمته في تدعيم الاستقرار الاجتماعي والمواطنة.

أهداف البحث:

- سوف يسعى هذا البحث إلى تحقيق الأهداف التالية:
- التعرف إلى مفهوم الرأي العام.
 - التعرف إلى كيفية تكوين الرأي العام والعوامل المؤثرة فيه.
 - التعرف إلى العلاقة بين الإعلام والرأي العام والارهاب.
 - التعرف إلى تأثير وسائل الاعلام على الرأي العام.
 - الخروج بمجموعة من النتائج وتقديم توصيات تناسب أغراض البحث.

مشكلة البحث وتساؤلاته:

يتناول هذا البحث بالتحديد موضوع الرأي لعام والارهاب والعلاقة بينهما وكيفية تشكيل الرأي العام ليصبح رأي محارب للإرهاب ومدى تأثير وسائل الإعلام عليه وبالتالي يمكن صياغة مشكلة البحث بتساؤل الرئيسي التالي: ما العلاقة بين الرأي العام والارهاب؟، وسوف يسعى هذا البحث للإجابة عن التساؤلات الفرعية التالية:

- ما مفهوم الرأي العام؟
- كيف يتم تكوين الرأي العام وما العوامل المؤثرة فيه؟
- ما العلاقة بين الإعلام والرأي العام والارهاب؟
- ما تأثير وسائل الاعلام على الرأي العام؟

مصطلحات البحث:

فيما يلي تعريف بمصطلحات البحث، وهي على النحو الآتي:

الرأي العام: مجموعة من آراء الأفراد حول قضية ذات اهتمامات - مصالح عامة - وغالبا ما تمارس هذه الآراء تأثيرها على سلوك الفرد والجماعة وسياسة الحكومة.

وسائل الإعلام: هي الطرق أو القنوات التي تستخدمها للتواصل مع الجمهور المستهدف بقصد التأثير عليه سواء في تبني فكرة أو تعديل سلوك أو تشكيل رأي عام

الإرهاب: استراتيجية عنف محرم دولياً تحفزها بواعث قد تكون عقائدية، وتتوخى أحداث عنف مرعب داخل شريحة خاصة من مجتمع معين لتحقيق أهداف غير واضحة بغض النظر عما اذا كان مقترفو العنف يعملون من اجل أنفسهم ونيابة عنهم أم نيابة عن دولة من الدول

منهج البحث:

يستند هذا البحث على المنهج الوصفي الكيفي، حيث يقوم الباحث بجمع بعض البيانات التي تتعلق بالرأي العام والارهاب والعلاقة فيما بينهم، ووصف هذه الظاهرة من خلال تحليل الواقع كما هو ثم محاولة الخروج بنتائج مبنية على التساؤلات التي تم طرحها في هذا البحث والتي تشمل التعرف إلى كيفية تكوين الرأي العام والعوامل المؤثرة فيه والعلاقة بين الإعلام والرأي العام والارهاب. وما تأثير وسائل الاعلام على الرأي العام.

الدراسات السابقة:

قام الباحث بعرض عدد من الدراسات السابقة ذات الصلة بمتغيرات الدراسة الراي العام، أو الارهاب، أو وسائل الاعلام وتم استعراضها حسب التاريخ من الأحدث إلى الأقدم كما يلي:

- **دراسة الشرفاوي، ايمان (2014م) بعنوان (دور الاعلام العربي في التصدي لظاهرة الارهاب) وقد** هدفت الدراسة الى التعرف لطبيعة العلاقة بين تكنولوجيا الاتصال والممارسات الارهابية التي تتم بالاعتماد على هذا الاعلام من جهة ودور هذه الممارسات في فرض رقابة أمنية على هذا الاعلام من جهة اخرى.

- **دراسة أسعد (2013م) بعنوان: الاعلام وصناعة الرأي العام** حيث هدفت الدراسة الى التعرف على أسس ووسائل صناعة الرأي العام في المجتمعات المعاصرة وخلصت الدراسة الى عدة نتائج من

أهمها أصبحت الثورة الانفجارية في وسائل التواصل الاجتماعية ذات أبعاد سياسية واجتماعية وعالمية بالغة الخطورة وذلك من خلال التحكم بوسائل الاعلام ورسم مضمونها بما يهدف إلى صياغة جديدة للرأي العام في أرجاء العالم.

- دراسة آلان ب. كروجر **Alan B. Krueger** (2009م) بعنوان (الرأي العام وحادثة الإرهاب الدولي) وقد أوضحت الدراسة الى وجود علاقة ترابطية بين الارهاب والرأي العام العالمي حيث قامت الدراسة بدراسة تأثير الرأي العام في بلد واحد تجاه بلد آخر بناء على عدد الهجمات الإرهابية التي قامت بها الدولة الاخرى وكيفية تكوين اتجاهات للراي العام بناء على هذه الهجمات .

أولاً: مفهوم الراي العام:

لو تم طرح تساؤلاً رئيسي على الحضور الكريم حول مفهوم الرأي العام؟

هل هو رأي الأغلبية أم رأي النخبة من المثقفين هل الرأي العام هو رأي الدولة الخ
فستكون الاجابات قطعاً متباينة تارة وتارة اخرى ستكون متداخلة في المعنى والمدلولات والسبب الرئيسي في ذلك أن المعاني وتفسيراتها ترتكز على عدة اعتبارات مختلفة منها البيئة والثقافة والنظام السياسي والدين الخ.

وبتالي لا بد للفارئ الكريم أن يعي مفهوم الرأي العام ويعي مدلولاتها والسبب في ذلك أن تفنيد المصطلح يجعلنا قادرين على معرفة قوة تأثيره حيث أن الرأي العام يستند على المعلومات والمعرفة العامة حول مواضيع الشؤون العامة للمجتمع فهو يعتبر المادة الخام الذي تعمل فيه المؤسسات المختلفة، وتسعى دوماً على تنميته من خلال ما يسمى بالنظم الاجتماعية أو الاقتصادية أو السياسية، كما تعمل على دراسته وتحليله، ومعرفة طبيعته وكيفية تكوينه، وطرق التأثير فيه ولعل أهم سمات المجتمعات الحديثة الاعتراف بأهمية الشعوب، واعتبار الرأي العام الحكم النهائي في الشؤون العامة، السياسية والاقتصادية والاجتماعية. ولا أدل على ذلك من وجود الانتخابات في كثير من البلدان المتقدمة حول مواضيع ونصوص معينة في بعض القوانين، ومع أن للرأي العام وجود معنوي لا نراه فإن ذلك لا ينقص شيئاً من قوته شأنه في ذلك شأن الضغط الجوي الذي لا نراه ولكنه موجود (i) أي هو تعبير يقصد به عملية رصد آراء الناس في مجتمع أو قطر ما حول مسائل خلافية عامة مثل الآراء والمعتقدات ويمكن القول على سبيل المثال بأن قضية التعاون بين الأمم في إطار المنظمات الدولية والصيغ التي يمكن أن تتخذها أمر يمكن أن تتباين حولها الآراء بينما لا يمكن أن يعد دوران الأرض حول الشمس مسألة قابلة للاختلاف لأنها حقيقة لا يرقى إليها الشك (ii) .

وبتالي هناك اختلاف كبير بين الكتاب والمفكرين ورجال السياسة حول تعريف الرأي العام. وهذا الاختلاف قد يصل أحياناً إلى درجة إنكار وجود حقيقة الرأي العام وهذا تساؤلاً تم طرحه في بداية حديثنا

حول هذه المفهوم العام ولعلنا في هذا السياق نستعرض بعض هذه المفاهيم والتعريفات ومن بينها. ما أطلق عليه (مونتسيكيو) العقل العام، وسماه (روسو) الإرادة العامة. أما الاختلاف الوحيد بين المناقشات القديمة والمناقشات الحديثة، فهو ذلك الذي يتعلق بإدراك مدى النفوذ الذي يفرضه الرأي العام على تصرفات الساسة و الفلاسفة فالبعض ينظر الى الرأي العام كمؤثر لوضع سياسات وبوصلة لنجاح سياسة ومشاريع تهم المواطنين. كما عرف (ماكينسون 1808) (W.A.Mackinon) الرأي العام بأنه رأي في موضوع ما يضمه الأشخاص المتميزون بالذكاء و حسن الخلق، وهو يتسم بالانتشار التدريجي، فيقتنيه الأغلبية حتى لو تباينوا في مستواهم التعليمي. أما (لأويل L.A.Lawell) فيعرف الرأي العام بأنه قبول لواحدة أو اثنتين أو أكثر من وجهات نظر متضاربة يقبلها العقل والمنطق باعتبارها حقيقة.

ونستنتج مما سبق أنه لا بد من الإشارة إلى أن الرأي العام المحلي هو ما يمثل فكرة سائدة في منطقة جغرافية محددة لدى الأغلبية البشرية في تلك المنطقة باعتبار أهمية ظهور المشكلة موضوع الجدل وصلتها بالحياة العامة للمجتمع المحلي. فعند متابعة وسائل التواصل الاجتماعي وبالأخص تويتر في منطقتي الخليج نجد ان هناك مواضيع قد نرى هشتاقات لها تصل لترند ونسبة عالية من التفاعل هذه المواضيع لا تؤثر كثيراً على آراء ساكني جميع المجتمع حتى وإن كانوا في دولة واحدة، ومادام التباين المحلي في الرأي العام يتضح بهذه الصورة عن الرأي الوطني فلا شك أن الرأي الاقليمي والعالمي أكثر تبايناً من تلك المستويات الصغرى على مستوى الدولة الواحدة. وهذا، يؤكد فرضية التساؤل الاول الذي تم طرحه على الحضور الكريم، ومن جانب اخرى رأى بعض الباحثين تعريف لمفهوم الراي العام ومنهم الدكتور محمد عبد القادر حاتم ضمن كتابه (الإعلام والدعاية) فيقول: " الرأي العام هو الحكم الذي تصل إليه الجماعة في قضية ذات اعتبار ما". ويشترط الدكتور حاتم لتحقيق ذلك شروطاً أهمها:

- ✓ أن تكون هناك مناقشات وافية حول القضية المطروحة.
- ✓ أن تكون القضية مثارة بكل حقائقها عن طريق القادة، أو أجهزة الإعلام والدعاية، أو عن طريق الجماعات والهيئات العامة.
- ✓ أن يكون الاتجاه الذي تتخذه الجماعة في هذه القضية متفقاً تماماً مع المعتقدات العامة للناس مثل العقيدة الدينية أو القومية أو غيرها مما يعتنقه الشعب.

أما الدكتور مختار التهامي في كتابه " الرأي العام والحرب النفسية"، يرى أن الرأي العام هو: " الرأي السائد بين أغلبية الشعب الواعية في فترة معينة لقضية أو أكثر يحدث فيها الجدل والنقاش وتمس مصالح هذه الأغلبية أو قيمها الإنسانية الأساسية مسابراً " مثل الحرب على الفساد أو الحرب على الارهاب

الذي نلاحظه من عرضنا لبعض التعريفات الكثيرة التي تناولت هذا المفهوم من زوايا تخصصية مختلفة أن اغلب الكتاب لم يصلوا إلى تعريف محدد واضح للرأي العام ولكن لا يخلو من تناول بعض النقاط التي تعتبر ركائز مهمة في فهمه أو الحديث عنه وهي:

- 1- الرأي العام مشترك بين فئات اجتماعية كبيرة.
- 2- يمثل موضوع الرأي العام اهتماماً عاماً (اتفاق، أو خلاف)، حول موضوع الرأي العام.
- 3- يؤثر الرأي العام في سلوكيات الأفراد وفي قرارات صانعي القرار والحكومة
- 4- الرأي العام متغير من زمن لزمان حول الموضوع ذاته.
- 5- يمثل إجماعاً اجتماعياً لدى شرائح كبيرة في المجتمع.

وتكاد كل هذه التعريفات تجمع على أن التعبير عن الرأي العام من ناحية ومحاولة تغييره أو توجيهه والتأثر به أو حتى تكوين رأي عام من جديد من ناحية أخرى لن يتم إلا عن طريق الإقناع الذي يتطلب التواصل بكل ما يستلزمه من مناقشة مختلف الآراء وفحصها، ونقد الأفكار المعارضة، مع الاستعداد لقبولها إن ثبتت صحتها.. وبوجه عام ينظر للرأي العام بأنه يتسم بالتغير بين وقت وآخر، كما يرتبط بمحاولة تبرير المواقف للعقل ويرتبط أيضاً بعمليات الإبدال والتعويض للتعبير عن هذا الرأي بممارسة أنشطة مختلفة كالاحتجاج وشجب ظاهرة معينة، وهذا ما يسمى الرأي العام باتجاهه الفاعل. من قضاياها، في الأمور الأساسية الداخلية، أو الخارجية، حيث تشغل القضية حيز الوجود في فكره، وتؤثر فيه سلباً أو إيجاباً، وتجعله يتحرك نحو مواجهة هذه القضية قبو لا أو رفضها (iii).

ثانياً: تكوين الرأي العام والعوامل المؤثرة فيه:

ان وقتنا الحاضر أصبح تكوين الرأي العام وهندسته علم وفن وصنعه له اختصاصيين يتمتعون بمهارات عالية ويعملون في مساراته فهؤلاء الخبراء أشبهه بالبوصله التي تعرف الاتجاهات مهما اختلف وضعها حيث يروي كيمبول ينغ Kimball Young بأن عملية تكوين الرأي العام تمر عبر ثلاث مراحل وهي:

❖ بروز القضية.

❖ النقاش حول القضية وحلول مقترحة مع أو ضد.

❖ الوصول الى إجماع.

ولكن في حقيقة الأمر ليس الوصول الى إجماع أمر أساسياً للوصول إلى الرأي العام، فيكفي ان تكون هناك أغلبية تعبر عن آراءها بطريقة منسجمة، ليكون ذلك مؤشراً لوجود الرأي العام وخصوصاً دول العالم الثالث التي لدى شعوبها إجماع عن المشاركة وتمنع الإعلان عن الرأي. والأمثلة على تكوين الرأي العام كثيرة على مستوى دولي ومستوي عربي. ففي أزمة الرهائن الأمريكية في إيران 1980، كانت المرحلة الأولى هي بروز قضية (52) رهينة أمريكية في إيران، وفي المرحلة الثانية بدأ النقاش حول

المسألة. ولعبت وسائل الإعلام دورا هاما في النقاش وكان دور شبكة الأيد. بي. سي ABC بارزا من خلال برنامج Night Line و استمرت المحطة منذ الاحتجاز بتقديم برنامج خاص بشكل يومي بعنوان أمريكا رهينة America Held Hostage ، لتغذية المجتمع وحشد أفكاره وايضا قضية 11 سبتمبر وقناة CCN لعبت وسائل الإعلام - وخاصة شبكات التلفزيون القومية - دورا بارزا في تحديد أولويات الجمهور ، و رفع مستوى الاهتمام بهذه القضية إلى أولوياتهم ، و رفعت لديهم القدرة للوصول الى المرحلة الثالثة ، و هي المرحلة التي فيها أصبح هناك إجماع قومي ، تمثل التعبير عن الرأي برفع الإعلام الأمريكية فوق كل منزل ، وإضاءة الشموع في كل بيت ، بالإضافة إلى أشكال التعبير اللفظي عبر وسائل الإعلام المختلفة او في الاتصال الشخصي أو الجماعي . اما الجانب الراي العام العربي فليس هناك أجلى من الاجماع العربي والاسلامي حول نقل السفارة الامريكية الى القدس والتصويت على رفض القرار في الامم المتحد بغض النظر عن التداعيات السياسية في ذلك.

ويتأثر الرأي العام بمجموعة من العوامل الداخلية التي يمكن تصنيفها إلى عاملين:

1- العوامل الشخصية:

اذ يخضع الرأي العام لتأثير متغيرات عديدة ترتبط بالفرد من حيث مستواه التعليمي والثقافي والاقتصادي، وطريقة تنشئة الفرد من حيث التزمت والتحرر والمشاركة والتسامح وأفكاره المسبقة الخ.

2- العوامل المجتمعية:

ويخضع الرأي العام لمجموعة من العوامل المجتمعية مثل نوع القيادة وطبيعتها في المجتمع، ودرجة الحرية والديمقراطية المتاحة للناس، وأساليب الاتصال الشخصي والجمعي والجماهيري المتاحة للأفراد من وسائل الإعلام وندوات. كما يلعب الموروث الفكري والاجتماعي في المجتمع دورا هاما في التأثير على الرأي العام مثل الدين والعادات والقيم السائدة والشائعات والخرافات وغيرها، وايضا تلعب عوامل خارجية أخرى في التأثير على الرأي العام وأهم هذه العوامل الدعاية الأجنبية أو الخارجية التي تتدفق عبر قنوات الاتصال الدولي من إذاعات وأقمار صناعية وصحف ومجلات وكتب وسياحة. بالإضافة الى الأحداث الطارئة التي يمكن أن تكون عاملا حاسما في تكوين الرأي العام وبروزه. خاصة إذا سخرت بعض الوسائل الإعلامية رسالتها الاعلامية الى إعادة هندسة عقلية جمهور معين حول مفهوم معين يتأثر الإنسان بكل ما يحيط به من مؤثرات ولكنه في الوقت نفسه يؤثر فيها. ويأخذ هذا السلوك التفاعلي أنماطا متعددة منها: التعاون أو التنافس أو الصراع ومنها السيطرة أو السلطة أو الخوف الخ..

لا شك في أن آراء الناس ومن ثم ميولهم ومواقفهم وتصرفاتهم مرتبطة بمستوى ثقافتهم وبنوع العلاقة التي يقيمونها مع وسائل الإعلام على مختلف أصعدتها: السياسية والتربوية والتجارية. فالرأي العام يخضع

لعدة عوامل تؤثر في تكوينه منها: النظام السياسي ووسائل الإعلام والقادة والزعماء والأحزاب السياسية والأسرة والدين الخ..

هذه العوامل وان كانت متشابكة ومتداخلة فيما بينها، تختلف في أهميتها ودورها في تكوين الرأي العام من مجتمع إلى آخر. فالنظام السياسي، مهما اختلف خطه الفكري، يؤدي دورا مهما في تكوين الرأي العام. فالمواطن في العصر الحديث يقع تحت الهيمنة الكاملة للإيديولوجية السائدة في النظام السياسي وتغير مواقف مواطنها وآرائهم على نحو تتوخى منه تحقيق أهداف الخط السياسي الفكري الذي تتبناه يقول الدكتور أحمد بدر عن علاقة النظام السياسي بتشكيل الرأي العام:

" أن دراسة النظام السياسي للدولة مقدمة لتحسين مواقع الأقدام بالنسبة إلى الإطار العام للرأي العام والإعلام في الدولة.. وهذه الدراسة في الواقع هي دراسة كيفية ممارسة السلطة السياسية وأهدافها وفلسفتها.. هل هذه السلطة هي وسيلة لغاية أم هي غاية في ذاتها؟ هل السلطة تعيش في إطار سيادة القانون الذي ينبع من ضمير المجموع؟ وهل تعكس رضا الرأي العام بحيث يتحقق قول ميرابو من أن الرأي العام هو سيد المشرعين جميعا؟ أم إن هذه السلطة مطلقة لا تتعبأ بالمبادئ القانونية المتعارف عليها والتي تحفظ للإنسان كرامته وتحفظ للدولة كذلك حقوقها ومبادئها؟ أي هل يتيح هذا النظام للرأي العام أن يتبرع وأن يعبر عن ذاته في حرية مسئولة عن طريق وسائل الإعلام المختلفة؟ وهل تعبر هذه الوسائل نفسها بشكل متوازن عن صوت الشعب والحكومة على السواء، أم أن إطار الرأي العام والإعلام كله لا يعكس انتصارات الإنسان وطموحاته التي حققها عبر مسيرته الطويلة من اجل قضايا المجتمع كما أن الوسائل الإعلامية في الرأي العام من الأمور البديهية. لان الفرد، متعلما كان أو أمي، لا بد له أن يقرأ جريدة أو أن يسمع مذياعاً أو يشاهد تلفاز. فالتطور الهائل في وسائل الإعلام أدى إلى وجود علاقة متبادلة ومتفاعلة بين النظام السياسي المعبر عنه بالحكومة، والرأي العام. فأجهزة الإعلام تشكل في أغلب النظم قنوات اتصال بين الحكومة والرأي العام لعرض سياستها ومشاريعها. وهي بذلك تدفع المواطن من حيث لا يدري إلى تكوين رأي عام يصب في الأهداف التي تطمح إلى تنفيذها.

كذلك تؤدي الأسرة والدين دورا هاما في تحديد آراء الناس. فالأسرة هي المحطة الأولى في عملية التنشئة الاجتماعية التي تغرس في الطفل كثيراً من الميول وأنماط السلوك كالتسامح والمحبة الخ.. كذلك يشكل الدين، خاصة في الدول النامية، أداة هامة في غرس المفاهيم والاتجاهات. حيث أكدت التجارب العلمية أخيراً أن الفرد مازال يتأثر بآراء الجماعة التي ينتمي إليها، فالانتماء الطائفي أو العشائري ما زال يشكل في بعض الدول النامية عاملاً هاماً في تكوين الرأي العام، إلا أن هذا العامل لم يعد يقبل به في الدول المتقدمة. لذا نجد الأحزاب السياسية تقوم بهذا الدور.

ثالثاً: طبيعة العلاقة بين الإعلام والرأي العام والإرهاب.

لابد ولنصبح واقعيين في تناولنا للرأي العام تجاه الارهاب واختلافه كمفهوم من مواجهة بعض الصعوبات لتأمين تلك النظرة الواقعية. إن هناك مصيدة تدفع بالإنسان في أحد اتجاهين فكرياً الأول منهما يلجأ إلى "المبالغة والتضخيم" في المشاكل الناجمة عن الجرائم والمرتبطة بها وهذا ما تلقىه في روعة وسائل الإعلام القائمة على الإثارة. أما الاتجاه الآخر فإنه يعمد إلى " إخفاء " معظم حقائق الارهاب والجرائم وهذا ما تعمد إليه التوجهات السياسية والأمنية حين معالجتها لشؤون أمن المجتمعات.

إن الارهاب وداعميه مادة كثيرة التداول في وسائل الإعلام خاصة في عالم الأخبار بجميع وسائل التواصل الاجتماعي والإعلامي، وهذا التركيز الإعلامي على الارهاب قد خلق انطبعا مدمر حول ماهية حقيقة الارهاب والتقييم الحقيقي للظاهرة الإجرامية في المجتمع، أن المشتبه في وسائل الإعلام يتمثل في إبراز صورة " الغريب " أو الشخصية المسلمة وملابسة الغير أنيقة كمصدر للخطر وكمتهم مباشر في حالة حدوث عملية ارهابية ما مما يشكل قضيتين بارزتين:

القضية الأولى: رفع مستوى الرفض للغرباء والمسلمين واتهامهم دون دليل وهذا مرتبط بظلم غير مبرر، وهذا ما نشاهده في أكثر افلام هوليوود أو بعض نشرات الاخبار الأكثر متابعة سواء على المستوى العربي او العالمي.

القضية الثانية: تضليل سبل التوعية عن الاتجاه نحو المصادر الحقيقية المحتملة للخطر وكثيراً ما نرى في التلفزيون والسينما صورة المجرم باعتباره مريضاً نفسياً ان كان غريباً أو صورة القاتل التسلسلي ذو الوجه العربي المسلم الملتحي العنيف بشكل يرسم شخصية عدوانية ذات خصائص خاصة يندر أن تنطبق على أي شخص كان في واقع الحياة.

كما أن الأعمال الارهابية تظهر في الإعلام باعتباره عملاً علمياً دقيقاً معقداً ومنظماً يملك معدلات عالية من الحلول الجاهزة لكشف طبيعة الغموض الذي قد يكتنف أي عمل إجرامي. إن حقيقة الفعل الإجرامي وحقيقة احتمال وقوع الإنسان ضحية لجرائم معينة غالباً يأخذ صورة ذات أبعاد تضليلية بصورة مستمرة وذلك عائد إلى الصورة النمطية التي تنقلها وسائل الإعلام عن الارهاب.

لا شك أن هذا الزخم الكبير من المعلومات غير الصحيحة له تأثيره الكبير في مصادر الأمن الاجتماعي وخاصة في صياغة الرأي حولها مع ما يكتنف ذلك من استمرار النقل المعرفي للخبرات من شخص إلى آخر داخل المجتمع.

وكثيراً ما يشاهد الناس متابعة قضية الارهاب تتم عن طريق الاقتحام والكسر والتفجير مما يجعل لدى المشاهدين لديهم شعوراً غامضاً بأنهم مستهدفون بالعنف وفي خطر مستمر من الوقوع تحت تهديد المجرمين الكبار. كما أن مناظر البيوت التي تعرضها وسائل الإعلام وتشمل مناظر التحطيم والسطو

على المحتويات تركز في الأذهان بصورة مستقزة للقلق الاجتماعي لتلك المناظر، مع أن هذا في الحقيقة يخالف الواقع. لو عاد إنسان إلى منزله مساءً واكتشف أن منزله قد تعرض لعملية ارهابية، فإن وسائل الاعلام سوف تصرح مباشرة بأنه عمل ارهابي وتبدأ بتحليل مبرمج للجهات التي تقف خلفه دون وضع ادلة حقيقية وقد لاحظ الغربيون أن تلك التصورات الخاطئة التي تزودهم بها وسائل الإعلام تجعلهم يدفعون ثمناً باهظاً لعدم استطاعتهم توقع من يكون المجرم.

رابعاً: الرأي العام والإرهاب.

1-1 البعد التشريعي

إن الإعلام يسوغ أفكار الرأي العام ويؤدي إلى خلق تصورات معينة تجاه أفعال معينة، ولا بد في هذا الإطار من ملاحظة دور الرأي العام في حكم الجريمة من خلال أهمية لبعض الأفعال الإجرامية وتحديد عقوبات خاصة بها، وربما تجاهل أفعالاً أخرى دون وجود عقوبات لها، فقد اوقف عمر ابن الخطاب رضي الله عنه حد القطع على السارق في عام المجاعة المسمى عام " الرمادة " كما زاد في عقوبة شارب الخمر إلى الثمانين جلدة تعزيراً لانتشار هذا الفعل - وضرورة تطوير العقوبة دون مخالفة التشريع الأساسي.

ولولا موافقة الرأي العام وهو ما تم نقله من إجماع الصحابة باعتبار ذلك الإجماع هو " رأي الرموز " الاجتماعية وفق ما إجازة الإسلام من تكييف الأحكام حسب ظروف الزمان والمكان، وتم نقله للتطبيق والإشاعة الإذاعة " ليشكل رأياً عاماً لأحكام خاصة مرتبطة بظروف خاصة، ولولا ذلك ما كان من الممكن إحداث التغيير المشروط بهذه الصورة.

2-2 البعد الاجتماعي

يلعب الرأي العام دوراً أساسياً في خلق مفهوم رد الفعل تجاه الفعل الارهابي حيث يتساند مع البعد التشريعي في صياغة السواء والانحراف الاجتماعي باعتبار أن قيم المجتمع الأساسية هي التي تصوغ الرأي العام اللاحق تجاه الأفعال وردود الأفعال الاجتماعية.

لذا يلعب المجتمع دوراً في صياغة فهم عام للإرهاب أولاً، ومعالجة الارهاب أو الفكر المنحرف والضال ثانياً، والوقاية من الارهاب ثالثاً، وتشكيل مفاهيم البعد الوقائي، قبل حدوث العمليات الارهابية وبعدها ومن ثم معالجة الارهابيين بعد تطبيق العقوبات التي تشمل تلك الأبعاد.

3-3 البعد الوقائي من الارهاب

قد يلعب الرأي العام المستنير دوراً وقائياً في كبح اتجاهات الارهاب من خلال زرع الروادع الشخصية في ضمير الإنسان تجاه الأفعال المستنكرة اجتماعياً ، ويحاول المجتمع التدليل على الثبات تلك القيم وقرع الحجة بالحجة وتقنيد تلك الاعمال الإرهابية بتكرار و تطبيق عقوباتها ، ولكن قد يحدث أن يلعب الرأي

العام المتأثر بالإعلام ، دوراً سلبياً في فهم الارهاب والوقاية منه خاصة بعد انتشار وسائل التواصل الاجتماعي حيث اصبح متابعيه يفوق متابعي القنوات الاعلامية ، وذلك من خلال شيوع المفاهيم المغلوطة تجاه نوعية الارهابي وأساليب الحماية من حدوث الجرائم وكيفية مواجهتها ، وهذا ما يسمى أخطاء صياغة الرأي العام والتي قد تنشر قيمة معينة ثم تكتشف سلبيتها بعد دفع الثمن الذي يتجاوز المعدلات المقبولة لأرقام الجريمة الفعلية ، والمقصود بذلك أن التهوين من شأن الارهاب أو المبالغة فيها يؤدي إلى قلة الحذر أو زيادته عن اللازم مما يدفع المجتمع لأن يبذل أكثر أو أقل مما يستحق الموقف من التقييم . فقد لوحظ في دراسة نشرها معهد " جالوب " الأمريكي أن وعي الناس لواقع الجريمة أقل من واقع الجريمة ذاتها، كما أن اهتمامات الناس " الرأي العام " كانت تتركز على أبعاد تختلف عن واقع ما تعكسه الإحصاءات من أخطار قد يتعرضون لها. فنجد أن الرأي العام يقلق من القضايا الاقتصادية أكثر حدوثاً وتتصاعد وتثيرتها بينما الجريمة بصورتها العامة تتراجع في المجتمع الأمريكي حالياً. ومع ذلك فإن المخاوف الشعبية تزداد وتنقص بحسب حجم حدوثها في الواقع، فقد انخفض حجم الخوف من التعرض للقتل من (١٩٪) في عام ١٩٩٣ م إلى (١٤٪) في عام ١٩٩٨ م، وهذا يتسق مع وقائع سجلات الشرطة هناك.

لذا فإن الرأي العام يتأثر بالفكر الاجتماعي السائد في المجتمع وبالإشارة الإعلامية المختلفة دون أن يكتب الدلالة المنطقية المتسقة مع حدوث المشاكل وفق السجلات الأمنية الرسمية للحوادث.

4-4 البعد العلاجي

وهو الجانب المهم حيث يلعب الرأي العام دوراً هاماً في تحدي الميزانيات الواجب صرفها على معالجة المشكلات الارهابية المختلفة ويشمل ذلك علاج الظاهرة الإرهابية ومواجهتها فقد يرفض الرأي العام تقنين بيع الأسلحة النارية أو تسليم والمساهمة في تسليم ارهابيين او الإبلاغ عنهم ، ولكن المجتمع يدفع لاحقاً ثمن انتشار العنف والارهاب الذي قد يحصل جراء ذلك كما أن التقنييد الذي قد تتعرض له وسائل الإعلام القائمة على الجذب والإثارة لا تدعمه الفئات الاجتماعية ، مما يجعل أي محاولة للحد من صلاحيات هذه الوسائل أو تقنييد ما تعرضه على الرأي العام للمجتمع يجابه بالرفض ، ويؤثر ايجاباً في انتشار الارهاب وسلباً في وسائل الحد منها .

رابعاً: الرأي العام كتنظيم.

يبدو لنا ان الرأي العام له خصائص نوعية مما أكثر من مجرد حاصل جمع لآراء الأفراد حول قضية ما. اذ من المفترض ان له قوة وحيوية لا علاقة لها بأي فرد محدد. وفي بعض الأحيان نجد ان آراء الأفراد ترتبط ببعضها البعض بطريقة ما وكأنها تشكل نوع من التنظيم. ويوجد لدى كل جماعة ذات وحدة جماعية واقتصادية قائد رأى يلعب دورا هاما في تجديد اتجاهات أعضاء الجماعة. وهؤلاء القادة ليس

بالضرورة ان يكونوا مؤثرين في جميع المجالات. ويحاجج شلز hils بأننا نجد في الدول النامية ان المواطنين لديهم اهتمام في المسائل السياسية وغالبا ما يكونون غير قادرين للتفاعل والتعامل مع بعضهم بشكل بناء. وهكذا فإنه لا يوجد بنية تحتية للمنظمات الخاصة والرأي العام والتي تربط بين الحكومة والجماعي. ويميل هذا العجز إلى تسهيل التحولات والمفاجئة والجزرية للحكومات والسياسات. ويمكننا القول بأن هذا الرأي تعميم مبالغ فيه- حتى تلك التي لا تمتلك بنية تحتية مطورة، أو وسائل اتصال جماهيرية مطورة - فان لديها أدواتها الخاصة للوصول إلى إجماع حول قضايا عديدة. ونرى ان الفرق بين المجتمعات المتقدمة والمجتمعات النامية يكمن في سرعة الوصول إلى إجماع، حيث تكون المجتمعات المتقدمة أسرع. وهذا مما يدعونا الى فحص الآلية التي تشارك في بلورة الرأي العام في المجتمعات النامية والمتقدمة. إذ يظهر لنا أن وسائل الإعلام تلعب دورا رئيسيا في هذه العملية. وقد أوضح ريتشارد فاجن Richard Fagen أن وسائل الإعلام تستخدم في الحياة السياسية بأحد الطرق التالية:

1- تستخدم كمؤشر لبيان من هو مهم وما هو الذي يستحق ان يكون خبر وله صلة سياسية.
2- تستخدم كأداة لتحريك الرأي العام وهذا الامر يتضح جليا في بعض القضايا في الولايات المتحدة.
3- تستخدم كمصدر معلومات لأولئك الذين لديهم خطط أو مشكلات او طموحات.
وتتسق وسائل الإعلام في كل مجتمع مع الأيدلوجية السائدة فيه. وتعني الأيدلوجية حسب رأي والتزر Waltzer ((نظام عقيدة يشرح ويسوغ نظاما سياسيا مفضل لمجتمع سواء أكان قائما أو مقترحا، ويوفر هذا النظام استراتيجيات (عمليات) وترتيبات مؤسسية (برامج) لتحقيقها))
وعلى سبيل المثال فان ملكية وسائل الإعلام في الولايات المتحدة تتمثل طبيعتها بسيطرة احتكارية ولذا فأنها تدافع عن الرأس مالية وعن أي قضية من قضاياها. ونجد أن وسائل الإعلام مستعدة لإعداد الجمهور لاعتناق الرأي الذي ينسجم مع أيدلوجيتها. ونفس العملية تجرى مع جميع المجتمعات، كما نجد ان وسائل الإعلام في ذلك المجتمع تنسجم مع الأيدلوجية السائدة وتعبّر عنها، وتقوم بالمهام التالية:

1- تضع الأولويات للجمهور.
2- تحريك الرأي العام.
3- توفر لهم المصادر الأساسية للخطط والمشكلات والطموحات.
ويجدر الإشارة إلى انه على الرغم من وجود تشابه في الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في الدول المتقدمة والدول النامية، الا انه يوجد اختلاف جوهري بينهما. وذلك إن وسائل الإعلام في الدول النامية تقوم بدعم الحكومة وتعمل على إثارة القضايا التي تحتاج الحكومة إلى إبرازها، لتكون ضمن أولويات

الجمهور، اما وسائل الإعلام في الدول المتقدمة فإنها تثير القضايا التي تهتم الجمهور بغض النظر عن رضا الحكومة أم لا. والولايات المتحدة خير مثال على ذلك، حيث لعبت وسائل الإعلام دور هام في إثارة قضية وترجيت التي أسقطت الرئيس نيكسون وكذلك دور وسائل الإعلام الأمريكية في حرب فيتنام. **خامساً: تأثير وسائل الاعلام على الرأي العام.**

كتب برنارد بيرلسون Bernard Berelson في مقالة بعنوان ((الاتصال والرأي العام)) حول دراسة تأثير وسائل الإعلام على الرأي العام. وقد اقترح المعادلة التالية لمناقشة تأثير وسائل الإعلام: (بعض أنواع الاتصال تجذب انتباه بعض الناس، لبعض أنواع القضايا، تحت بعض أنواع من الظروف، ويكون لها بعض أنواع من التأثيرات)). ويري بيرلسون أن هذه المعادلة تظهر خمس عوامل ((او خمس مجموعات من العوامل)) المرتبطة بعمليات الاتصال، وأن العلاقة المتبادلة بين هذه العوامل (المتغيرات) تمثل جوهر النظرية في هذا المجال. ويشرح الطرق التي تعمل بها هذه العوامل لإيضاح الشروط التي تفرضها هذه العوامل الاتصالية في لتأثير على الرأي العام وربما كان التلفاز هو الوسيلة التي لعبت الدور الأكبر في إضفاء هذا الدور الحيوي للإعلام. حيث يصف آل جور تأثير التلفاز على الجمهور الأمريكي فيقول: (فجأة وفي جيل واحد، قام الأمريكيون بتغيير حاد في نمط حياتهم اليومي، وبدأوا بالجلوس دون حراك وهم يحدقون في صور تتحرك في شاشة لمدة تزيد عن 30 ساعة كل أسبوع، فالتلفاز لم يستحوذ فقط على النصيب الأكبر مما يخصصه الأمريكيون للأخبار والمعلومات ونحن نقول فجاء وفي جيل واحد قام ابنائنا وفي منطقتنا بتغيير جذري حاد في كثير من انماط حياتهم وبدأوا بالالتصاق بوسائل التواصل الاجتماعي ثلاثة ارباع يومهم ، بل شرع في الهيمنة على النصيب الأكبر من المناخ العام كليا). واذا ركزنا اليوم نجد ان وسائل التواصل الاجتماعي من تويتر وسناب شات وانستغرام وفيس بوك قد غيرت أنماط حياتنا بشكل كبير وقوي واصبحت تتحكم في سلم اولوياتنا على مستوى الاهتمام في جميع المجالات ويمكننا أن نلاحظ ببساطة مدى تأثير الإعلام - والإعلاميين - في مجريات الحياة السياسية الأمريكية - كمثال - فقد ساهم انضمام مذيعة التوك شو الشهيرة أوبرا وينفري إلى حملة باراك أوباما عام ٢٠٠٨م في ارتفاع نسبة التأييد له بما لا يقل عن 15 - 30% ، فكان دعمها له من الأسباب المهمة في فوزه بالرئاسة، أضف إلى ذلك أن محطات التلفزة الرئيسية في أمريكا مثل ABC و CBS و NBC، كانت أغلب تقاريرها عن أوباما إيجابية، مقارنة بمنافسه الجمهوري جون ماكين، الذي كانت أغلب التقارير التي تتناوله سلبية.. هكذا يمكن القول إن وسائل الإعلام هي الأداة الأبرز التي أدخلت أوباما إلى الـ (Oval Office) في البيت الأبيض. والمدهش هنا أن وسائل الإعلام - بخلاف تأثيرها السياسي - نجحت في التوضع كمرجعية راسخة داخل المجتمع، ليس معلوماتيا فقط، بل أيضا للقيم والتصورات والمواقف، وقد كشفت دراسات متعددة أن الأجيال الناشئة تحديدا تنظر إلى الميديا كمصدر للقيم

والأخلاق لا يقل في قوته المرجعية عن الأسرة أو المؤسسة التعليمية وربما الدينية أحيانا. ويشير عالم الاتصال البروفيسور جيمس هالوران - مدير مركز بحوث الاتصال الجماهيري بجامعة ليستر، بريطانيا - إلى دراسة ميدانية حول تأثير مشاهدة التلفاز على الأطفال، حيث تبين أن ٨٧٪ من العينة المستهدفة في سن 11 عاما، أكدوا أنهم يتقون بالتلفاز أكثر من تقّتهم بأي مصدر آخر، وعندما طولبوا بالاختيار بين التصديق بما يقوله الوالدان، أو المدرسة أو التلفاز، اختار 54٪ تصديق ما يقوله التلفاز. ومجتمعنا اليوم ممكن ان يروج تغريدة ويزعم انها مصدر موثوق، التأثير الأخطر للإعلام يتمثل في أنه يساهم بدرجة كبيرة في تشكيل إدراكنا للواقع، وإذا قلنا إن الإنسان يتفاعل مع الواقع بحسب تصوره له، فإن الجهة التي تشكل إدراك الإنسان لواقعه، تتحكم فيه حرفيا. المشكلة هنا أن وسائل التواصل الاجتماعي بوصفه الوسيلة الإعلامية الأكثر تأثيرا وخاصة في منطقتنا يزاحم كلا من المؤسسة التعليمية والأسرة، في التأثير التربوي على النشء، وقد أظهرت إحصائية أمريكية أن المرء يشاهد التلفاز في المتوسط منذ الثانية من عمره حتى ٦٥ سنة بما يعادل تسع سنوات كاملة، بخلاف الوقت الذي يقضيه في متابعة وسائل إعلامية أخرى، وقبل تخرج العديد من تلاميذ الثانوية فإنهم يكونون قد شاهدوا ما يزيد على عشرين ألف ساعة، وبالمقابل فإنهم يكونون قد قضاوا خمس عشرة ألف ساعة في المدرسة، وعددا أقل من الساعات مع أسرهم.

واقع الأمر، أن الطالب يمكنه الاستغناء عن المدرسة لفترة طويلة دون أن يشعر بنقص أو أزمة، كذلك فإنه من المعتاد في حالات كثيرة أن يفارق الطالب أسرته شهورا متتالية من أجل التعلم بحسب ظروفه... قبل سنوات أجرت هيئة الإذاعة البريطانية دراسة لاختبار قدرة مشاهدي التلفاز على العيش بدونه لمدة عام كامل، اختار المنظمون ١٨٤ عائلة للمشاركة في الدراسة، وهذا يعني أن الخاضعين للتجربة يضمون الأطفال والمراهقين والبالغين، وقدمت الأسر لإجراءات تمثلت في مبالغ مالية أسبوعية مقابل توقفها نهائيا عن استخدام التلفاز طيلة المدة المحددة.

بعد أسابيع قليلة بدأت أسر كثيرة في التقلت من الاتفاقية عائدة إلى التلفاز، بعد انقضاء خمسة أشهر فقط كان ال ١٨٤ عائلة قد انسحبوا تماما.

هذا (التموضع المرجعي) جعل من الصعب جدا أن يتقبل الجمهور اتهامات للإعلام لو صدقها فسوف يقع في مأزق شديد وفراغ معلوماتي ونفسي، ولك أن تتخيل حجم الفراغ الذي سيحدث بالنسبة للمجتمع الأمريكي - كمثل - وهو يعتمد منذ العام ١٩6٣ م علي التلفاز كمصدر رئيس للمعلومات، حتي قال أحد المستشارين السياسيين الأمريكيين متحدثا لنائب في الكونجرس: (ما لا تشاهده علي التلفاز، فلا وجود له). وهذا يعني أن الواقع والصورة التي ينقلها الإعلام عن الواقع قد تماهيا، ثم حدث اكتفاء ب (صورة الواقع) فقط، فهل يعقل أن يغامر الجمهور (المأسور) بفقدان كل مدركاته عن الواقع؟ إذن

الجمهور مضطر للتصديق لأنه غير قادر واقعيا على التعامل مع حالة فقدان المصادقية، وهذا مفهوم كارثي.. من جهة أخرى، يحدث كثيرا أن المتلقي يقوم بخداع نفسه ذاتيا، فالطبيعة التعددية الإعلامية مع تنوع الرسائل والبرامج بدرجة هائلة، تجعل من السهل أن يؤثر المتلقي على بعض ما يراه بأنه (كاذب) أو (مخادع)، ومن ثم يشعر بالاطمئنان إلى أن (جهاز المناعة) لديه يعمل بشكل سليم، وأن بمقدوره التمييز بين الحق والصواب، فيمضي قدما ليغرق في عالم لا متناه من الخديعة.

سادسا: الرأي العام الدولي ووسائل الإعلام.

يرى ليو بوجارات Leo Bogart بأن الرأي العام، هو حقل يزواج بين تعلم المعلومات والسلوك الظاهر. ولا شك بأن تعلم المعلومات هو جانب أساسي في الرأي العام. ولذا فحينما نتعامل مع الرأي العام الدولي (والذي يعني الرأي العام بين الأمم عبر حدود الدول) فإننا نركز على دور وسائل الإعلام كأداة أساسية في تشكيل الرأي العام. وذلك لان وسائل الإعلام يمكنها ان تنفذ لجماهير مختلفة عبر حدود قومية مختلفة، ولأنها تثبت المعلومات التي تعلم الجمهور. ولكن لا يمكن ان تكون وسائل إعلامية فعالة بشكل كاف لخلق رأي عام دولي وذلك لأن هناك العديد من الحواجز التي تقف أمام وسائل الاتصال الجماهيري الدولية، وحسب ما يرى ليو بوجارات فان هذه الحواجز تتبع من:

حاجز اللغة.

الاختلاف في المعايير بالنسبة لكل مجتمع، فعلى سبيل المثال فان الرموز لا يمكن ان تميزها بنفس الطريقة في المجتمعات المختلفة ان توزيع وسائل الاعلام عبر الحدود الوطنية مرتبط بمجموعة من العوامل السياسية وغير السياسية مثل المعدات، بطيء المواصلات، اختلاف في الذوق والاهتمامات الشعبية للثقافات المختلفة.

ثم هناك عوامل ترتبط بنظام وسائل الاعلام ذاته إذا ان له قيوده الذاتية، ووسائل الاعلام في جميع الاقطار تتجه الى تكريس نفسها للترفيه أكثر من الاعلام. وهي تميل الى ان تكون ابوية النمط في توجهها، ومحافظه في علاقتها مع بناء السلطة الوطنية على الرغم من ان هناك وسائل اعلام تحاول ان تعيد تصديرها لمفاهيم اتفق عليها المجتمع من خلال استقطابها لبعض الاشخاص لفرض المفهوم بأكثر من قالب وان تتحدث بنفس عالمي. فمضمون وسائل الاعلام. يركز بقوة على الاهتمامات والشخصيات المحلية. وهذا مما سيعيق عمل وسائل الاعلام لخلق رأي عام دولي. هذا بالإضافة الى ان وسائل الاعلام تعكس بنية السلطة للدول، سواء اكانت تلك الوسائل تحت السيطرة الرسمية او القطاع الخاص. فوسائل الاعلام تميل لأن تكون اصوات ترمي الى الانسجام والتناغم في بلدانها. وهذا يورث وسائل الاعلام طابع المحافظة مما يعزز توجهها نحو ضيق الافق.

ولا شك ان الحفاظ على الشخصية القومية هو مسئولية اساسية في المجتمع ولكن هذا لا يجب ان يحول دون اسهام الاعلام الوطني في بلورة رأي عام دولي، وخاصة ان عالمنا بات صغيرا ومتشابك العلاقات، وهناك الكثير من القضايا التي تحتاج الي رأي عام دولي مستتير.

النتائج:

- مما سبق عرضه خلال هذه الورقة والذي يناقش مفهوم الراي العام والإرهاب ووسائل الاعلام نلاحظ:
- أن الرأي العام يعد دون مبالغة عنصر تمكين لفعالية محاربة الإرهاب واعادة هندسة التفكير من خلال وسائل الاعلام أي كان نوعها، فمن خلال تأثيره على مستويات اتخاذ القرار الأمني خاصة والسياسي عامة نلاحظ عدم القدرة على خلق رأي عام يتجاوب بالصورة المطلوبة من السرعة لدعم وسائل منع الإرهاب.
 - ان الراي العام وتكوينه عبر وسائل مختلفة قد لا يكون من نفس مجتمعاتها وحكوماتها وانما قد يكون من مجتمعات اخرى كرسست امكانياتها لبناء سياسة اعلامية تشدذ افكار المجتمعات لخلق نوع من الشعور بالكبت واحساسها بالاضطهاد وتذمر من المجتمع على الحكومات.
 - تعتمد بعض الدول على الوسائل الاعلامية في التأثير على الرأي العام، فتذهب لصناعة الرأي العام والتأثير فيه وتحويل اتجاهاته وتشتيت انتباه المواطنين عن قضية يراد تمريرها او طمس تأثيرها، وتسعى لبلورة رأي عام ايجابي او تعبوي لاسيما في خطط التمهد للحروب.

التوصيات:

- 1- لا بد من المسؤولين الامنيين من استشراف الواقع وتحريك بوصلة المجتمعات والرأي العام من خلال مضادات جديدة لها تأثيرها لتركز على القضايا التي تهم انماء المجتمع وليس تخريبه،
- 2- وضع آليات واستراتيجيات عملية لمواجهة الإرهاب كمفهوم من خلال ايضاح ورسم التصور الحقيقي له من خلال نتائجها في المجتمع.
- 3- ضرورة إعداد برامج تدريبية نوعية لرفع مستوى العاملين في وسائل الإعلام وكيفية صناعة الرسالة الاعلامية التي تهم الجمهور.
- 4- إعداد برامج تبث باللغات المختلفة للتعريف بالإسلام، وتوضيح أن الإرهاب والتطرف ليس من العروبة والإسلام في شيء
- 5- ضرورة بناء استراتيجية قائمة على الدراسات والبحوث العلمية لخلق صورة ذهنية لدى المجتمعات حول الاسلام المعتدل وممارسته وعدم الاكتفاء بالجانب التنظيري
- 6- توجيه أدوات الوعي والثقافة السياسية ووسائلها المختلفة التي تزخر بها وسائل الإعلام لتكون فعالة في تنمية الشباب وتنمية مدركاته للتصدي لظاهرة الإرهاب والتطرف التي تعصف بالمجتمعات - .

المراجع:

1. سعد الدين خضر، 1968 الرأي العام وقوة التحريك، مطبعة الموصل، (الطبعة الأولى) ص 15، 16
2. مظهر احمد، الطباعة وتطورها، آفاق عربية، عدد، ١٩٧٨ بغداد ص ١١٧.
3. جوفان دجورجفتش، 1970 للرأي العام في النظام الاشتراكي، منشورات قسم السياسة جامعة بغداد، ص ١٨ وما بعدها.
4. د. مختار التهامي، 1979 الرأي العام والحرب النفسية، دار المعارف، القاهرة (الطبعة الرابعة) ص 13، 14، الجزء الأول.
5. - د. أحمد بدر، صوت الشعب، 1972 دور الرأي العام في السياسة العامة، وكالة المطبوعات، الكويت توزيع دار العلم للملايين ص 12، 14، 31، 32، 36، 41
6. د. أنيس مسلم، 1984 م وسائل الاعلام بين الرأي العام والإرادة الشعبية، التعاونية اللبنانية للتأليف والنشر، بيروت، ص 195، 205، 207، 212، 214
7. د. حسن الحسن، 1986 الدولة الحديث إعلام واستعلام، دار العلم للملايين، بيروت (الطبعة الأولى) ص 241، 243،
8. د. محمد عبد القادر حاتم، 1972 للرأي العام، مكتبة القاهرة، ص 49، 56، 66، 67.
9. أحمد محمد أبو زيد، ١٩68 م سيكولوجية الرأي العام ورسائله الديمقراطية، عالم الكتاب، القاهرة ص ٩٧، ٩٩.
10. أسعد. سلام خطاب، الاعلام وصناعة الرأي دراسة وصفية لأساليب ومسالك صناعة الرأي العام، 2013م، مجلة آداب الفراهيدي، العدد 17 كانون الاول
11. أنتوني غيندز، ٢٠٠٤، علم الاجتماع، ترجمة فايز الصياغ، مرآة دراسات الوحدة
12. بلقرز، عبد الإله (١٩٩٩)، العنف والديموقراطية. منشورات الزمن. الدار البيضاء، المغرب.
13. بهنام، رمسيس (١٩٩٥) الجريمة والمجرم في الواقع الكوني، منشأة المعارف بالإسكندرية..
14. ر. بودون وف. بوريكو (١٩٨٦)، المعجم النقدي لعلم الاجتماع، ترجمة الدكتور سليم حداد. ديوان المطبوعات الجامعية؛ المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع. بيروت، لبنان.
15. السبت، خالد بن عثمان (١٩٩٥)، الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر. المنتدى الإسلامي. لندن.
16. الشراوي. ايمان عبد الرحيم (2014م) دور الاعلام العربي في التصدي لظاهرة الارهاب، دراسة تطبيقية على شبكات التواصل الاجتماعي، ورقة بحثية، جامعة نايف للعلوم الامنية، المملكة العربية السعودية، الرياض
17. ظاهر، فضل (١٩٩٤)، الدفاع الاجتماعي ومكافحة الجريمة، ومؤسسة بحسون للنشر والتوزيع. بيروت، لبنان.
18. عايد عواد الوريكات، ٢٠١١، نظريات علم الجريمة، دار الشروق للنشر والتوزيع، الجزائر
19. العوجي، مصطفى (١٤٠٧)، الاتجاهات الحديثة للوقاية من الجريمة. المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب، الرياض.
20. الفريد شوفي، الرأي العام، 1966 منشورات عويدات، بيروت، ص 5، 6
21. المتوكل، محمد عبد الملك (١٩٨٦)، مدخل إلى الإعلام والرأي العام. مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة.
22. محمد جاسم فلحي، 2006 العلاقة العامة والرأي العام، جامعة العربية المفتوحة في الدنمارك،
23. مركز البحوث والدراسات السياسية، 1993م جامعة القاهرة. الندوة المصرية الفرنسية الخامسة (١٩-٢١) ظاهرة العنف السياسي من منظور مقارن، ١٩٩٥م.
24. منتدى مجالسنا، مفهوم الرأي العام.
25. ويكيبيديا الموسوعة الحرة، رأي عام.
26. اليحياوي، مصطفى (١٩٩٨)، المحاولة الإجرامية، تونس.



المراجع الاجنبية:

1. Alan B. Krueger, (Attitudes and Action: Public Opinion and the Occurrence of International Terrorism) Princeton University and NBER CEPS Working Paper No. 179 January 2009
2. Anne Moir and David Jesse , " A Mind to Crime ، Michael Joseph ، London ، 1995.
3. Travis Hirschi & Michael R. Gottfredson, " The Generality of Deviance ، Transaction Publishers ، U.S.A, 1994.
4. John Muncie ، Eugene Mclaughlin and Mary Langan ، "Crimino – logical Prespectives ، SAGE publication. London ، 1996.
5. John P. Robinson ، Phillip R. Shaver ، Lawrence S. Wrightsman ، " Measure of Personality and Social Psychological Attitudes ، Acadmic Press ، INC ، San Diego.

آليات تعزيز المسؤولية الأخلاقية لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي ومكافحة الارهاب الرقمي

د. رسمية الشقران

جامعة جدارا - المملكة الاردنية الهاشمية

المخلص:

تهدف هذه الورقة إلى التعرف على الآليات الفاعلة في تعزيز المسؤولية الاخلاقية والاجتماعية لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي والخطوات العملية لأجل الحد من منشورات التطرف والارهاب، والعمل على تعزيز الحصانة الفكرية لأفراد المجتمع، والبحث في الدراسات النظرية الوصفية بالاعتماد على المقارنات البحثية وبالاستناد على النظريات الإعلامية الحديثة والمواثيق الدولية المتعلقة بالإعلام، وما تتوصل إليه الباحثة من آليات تعزز من المسؤولية الاخلاقية لمستخدمي الشبكات وتنمية الشعور بالانتماء والإنسانية.

كلمات مفتاحية [المسؤولية الاجتماعية، شبكات التواصل الاجتماعي، مكافحة الارهاب].

Abstract

The paper aims to uncover the effective mechanisms in enhancing the moral and social responsibility of the social networks' users and what the practical steps to prevent the publications of extremism and terrorism. It also aims to display the procedures of enhancing the intellectual immunity of the members of the society. The research is based on descriptive theoretical studies, that standing on the research theories, pacts of media, and the researcher's findings of mechanisms that enhance the moral responsibility of network users that which develop the sense of belonging and humanity.

Keywords [social responsibility, social networks, digital terrorism,]

مقدمة:

تشهد الحياة الاجتماعية الكثير من التطورات بفعل التكنولوجيا الحديثة للاتصال، ويلحظ التغير الكبير في العلاقات الاجتماعية وتأثرها في ظل العولمة، والتي تحول فيها الفرد إلى فرد افتراضي يتفاعل ضمن بيئة افتراضية، وأصبحت مواقع التواصل الاجتماعي من المؤسسات المهمة التي تقوم بدور مهم في التأثير بالقيم الاجتماعية وبناء ثقافة الأفراد وإكسابهم عادات وسلوكيات مختلفة، وباتت أداة مهمة من أدوات التغيير الاجتماعي.

وظهرت أهمية المسؤولية الاجتماعية نتيجة لتأثيرات مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي بصفقتها من القضايا المهمة لأنها ترتبط بالكائن الإنساني دون غيره من المخلوقات، وتحمل أمانة المسؤولية يترتب عليه أفعال وممارسات إيجابية أو سلبية داخل المجتمع من أجل ذلك يمكن أن تؤدي مواقع التواصل

الاجتماعي دوراً مهماً في تنمية المسؤولية الاجتماعية، وذلك من خلال قيام المجموعات الشبابية بإنشاء صفحاتهم الشخصية على هذه المواقع يتبنون بها قضية اجتماعية تقع في صلب اهتماماتهم فيعملوا على نشرها والدفاع عنها باستخدام مهارات التواصل والمناصرة والضغط.

ولعل إشاعة مجموعة المبادئ التي ينبغي الالتزام بها أثناء النشر الإلكتروني من المسائل ذات الأهمية الخاصة والتي تتمثل بضرورة الانتقال من الدقة إلى الدقة والموثوقية والمصداقية والتفاعلية بالإضافة إلى مراعاة الجوانب القانونية⁽¹⁾، ولكن مدى التقيد بهذه الأسس حالياً يعد مثاراً للجدل والنقاش العلمي في ظل شيوع استخدام المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي والتي تتيح للمستخدمين حرية النشر في شتى المجالات رغم وجود الكثير من القوانين التي تنظم عملية النشر الإلكتروني ومن بين هذه المواضيع التي يتم تداولها نشر الفكر المتطرف والكثير من الآراء ووجهات النظر غير المنضبطة والتي تتعارض مع القيم الإنسانية المشتركة.

إن دراسة وتحليل الأبعاد المختلفة لهذه الظاهرة هو ما تسعى هذه الورقة إلى تبيانه من أجل التحديد الدقيق لطبيعة الآليات الواجب الاعتماد عليها لتعزيز المسؤولية الأخلاقية لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي ومكافحة الإرهاب الرقمي.

أولاً - مشكلة الدراسة:

أحدثت ثورة الاتصال والمعلومات في القرن الحادي والعشرين تأثيرات كبيرة في منظومة التلقي للجمهور، وفي فلسفتها وأدوارها وبالتالي في أساليبها ووسائلها، لذلك فإن وسائل الإعلام والاتصال لجأت الى التجديد وتحديد سماتها ومقوماتها في عصر متغير دوماً، وبهذا تجاوز دور الشبكات الاجتماعية الآثار السياسية والاقتصادية إلى الآثار الاجتماعية ومنظومة القيم ومعايير التعايش والسلام في المجتمع الواحد، وفي المجتمعات عموماً.

كما أن المساحة التي تتيحها شبكات التواصل الاجتماعي للمستخدم جعلت منها ميداناً يستغله ضعاف النفوس والارهابيون والعلماء في استهداف وحدة المجتمع من خلال ضخ المنشورات والدعوات بمختلف الوسائط المتعددة لتفتيت البنية الاجتماعية، وهذا بلا شك له آثاره الخطرة على الإنسان.

وبهذا تتمثل مشكلة الدراسة في الوقوف على أبرز مخاطر الإرهاب الرقمي على الفرد والمجتمع، والآليات الفاعلة في تعزيز المسؤولية الاخلاقية والاجتماعية لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، وأبرز الخطوات العملية للحد من منشورات التطرف والإرهاب وتعزيز الحصانة الفكرية لأفراد المجتمع.

ثانياً - أهمية الدراسة:

يستمد هذا الموضوع أهميته من الآثار السلبية لاستغلال شبكات التواصل الاجتماعي بشكل سلبي من الإرهابيين، والعبث بأمن المجتمع، كما تتمثل أهمية البحث في الوقوف على بعض الجوانب والنقاط

المهمة والمؤثرة في مواقع التواصل الاجتماعي، وعلاقتها بالمسؤولية الاجتماعية، وكذلك الوقوف على تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في عملية الاتصال المجتمعية كونها وسيلة اتصالية تتميز بخصائص فنية وتحريرية مؤثرة في تحديد أنماط التلقي.

ثالثاً - تساؤلات الدراسة: تسعى الدراسة للإجابة عن التساؤلين الآتيين:

- ما أبرز مخاطر الإرهاب الرقمي على الفرد والمجتمع؟
- ما الآليات الفاعلة في تعزيز المسؤولية الأخلاقية والاجتماعية لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي؟

رابعاً - أهداف الدراسة:

تهدف هذه الورقة إلى التعرف على:

- مخاطر الإرهاب الرقمي على الفرد والمجتمع
- الآليات الفاعلة في تعزيز المسؤولية الأخلاقية والاجتماعية لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي

خامساً - نوعية الدراسة:

تندرج هذه الورقة في إطار البحوث الوصفية ذات الطابع النظري بالاعتماد على نظريتي الاستخدامات والاشباع والمسؤولية الاجتماعية وبعض النماذج النظرية الأخرى ، بالإضافة إلى التأصيل النظري لنشوء ظاهرة الاتصال الرقمي ونوعية الاستخدام وكثافته ودوافعه ومدى التباين وحدود الاشباع المحقق بناءً على العديد من الدراسات السابقة إلى جانب الملاحظة الشخصية وبالاستناد إلى الكثير من المراجع كترتات نظري والقيام بإجراء المقارنات وتحليل ومناقشة نقاط الاتفاق والاختلاف بين نتائج الدراسات السابقة من أجل تحديد دقيق لأبعاد الظاهرة وصولاً إلى المعايير المنطق عليها كآليات من أجل تعزيز المسؤولية الأخلاقية لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي ومكافحة الإرهاب الرقمي بطريقة مقننة.

سادساً - الدراسات السابقة:

دراسة عوض(2012)⁽ⁱⁱ⁾ هدفت الدراسة إلى فحص أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى فئة الشباب، وذلك من خلال تطبيق برنامج تدريبي على مجموعة من شباب مجلس شبابي عرار، ومن أجل تحقيق أغراض الدراسة قام الباحث بتطبيق البرنامج التدريبي على أفراد المجموعة التدريبية التي تم اختيارها بشكل مقصود من شباب مجلس شبابي عرار عددهم (18) شاب وفتاة، ثم طبق عليهم مقياس المسؤولية الاجتماعية (القياس القبلي) الذي قام الباحث بتطويره، وتم التأكد من صدقه وثباته، أما محتوى البرنامج فقد تكون من هدف رئيس وعدد من الأهداف السلوكية التي انبثقت عنه، وتكون البرنامج من (5) لقاءات نفذت خلال خمسة أيام بمعدل (4) ساعات لكل لقاء، وقد حدد الباحث عدة أهداف لكل لقاء، كما حدد آلية التنفيذ والاجراءات، واستخدم الباحث الفنيات وأساليب

التدريب المختلفة منها التعارف، والتوضيح، تشكيل المجموعات، التدريب العملي، التساؤل والاستفسار، والإنهاء والتقييم، المحاضرة والمناقشة الجماعية والألعاب التنشيطية، وقد أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات أفراد المجموعة التجريبية عند مستوى الدلالة $(05.0) \alpha \leq$ في مستوى المسؤولية الاجتماعية قبل تطبيق البرنامج وبعده لصالح بعد تطبيق البرنامج التدريبي، كما توصلت النتائج إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $(05.0) \alpha \leq$ بين متوسط درجات أفراد المجموعة التجريبية في مستوى المسؤولية الاجتماعية بعد تطبيق البرنامج. وفي ضوء ما توصلت إليه الدراسة من نتائج.

دراسة عربي ، والعقباوي(2012)⁽ⁱⁱⁱ⁾ سعت هذه الدراسة إلى قياس مدى مصداقية ما يعرض في مواقع التواصل الاجتماعي من أخبار أو مصور أو فيديو هات سواء من مصادر إعلامية أو من مصادر فردية غير إخبارية لدى الشباب من خلال رصد نمط المضمون الخبري الذين يتعرض له الجمهور في المجتمع السعودي في المواقع الاجتماعية ، ومدى اعتمادهم على ما يقدم فيها من أخبار في المجالات المختلفة (الاجتماعية والثقافية والاقتصادية) والمقارنة بينها، واهتمت الدراسة بالتعرف على مدى وعي الجمهور السعودي بمفهوم المصداقية للمضمون الخبري والعناصر المكونة له، وذلك من خال دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في المجتمع السعودي، وتلخصت مشكلة الدراسة في السؤال الرئيس التالي: ما مدى مصداقية المضمون الخبري لمواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب السعودي؟ « واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي لعينة عشوائية طبيعية بلغ قوامها 200 مفردة من الشباب من الجنسين ممن تتراوح أعمارهم ما بين (35-18) وذلك باستخدام صحيفة الاستقصاء بالمقابلة لتحقيق أهداف الدراسة وفروضها والتي اشتملت على عدة محاور للتعرف على مدى مصداقية المضمون الخبري لمواقع التواصل الاجتماعي. وأظهرت الدراسة أن مواقع الصحف الاجتماعية هي الأكثر مصداقية في نقل المعلومة لدى الشباب بنسبة 47 % تلاها التويتر والفيسبوك بنسبة متساوية وهي 23 % بينما جاء الفيسبوك في الترتيب الأخير بنسبة 7%، كما أشارت النتائج الى شمولية مواقع الصحف الالكترونية حيث جاءت في الترتيب الاول لدى الشباب بنسبة 5.32 ،%تلاها التويتر بنسبة 25 ،%ثم الفيس بوك بنسبة 22 % وأخيراً اليوتيوب بنسبة 5.20 % كما كانت مواقع التويتر الأكثر انتشاراً لدى الشباب السعودي حيث جاء في الترتيب الأول بنسبة 5.33 ،%تاله الفيس بوك بفارق بسيط بنسبة 33 ،%ثم اليوتيوب بنسبة 25 %، وأخيراً تدني ترتيب الصحف الإلكترونية بنسبة 5.8 %.

دراسة McGrath & Light (2010) ^(iv) هدفت الدراسة لبيان أهم القيم الاخلاقية التي يتم تجسيدها عبر الفيسبوك ، واعتمدت الدراسة على المنهج الكيفي من خلال الملاحظة بالمشاركة وأجريت الدراسة عبر سنتين ، وأظهرت الدراسة الحجم الكبير للتحديات الأخلاقية التي تحيط بمستخدمي الفيسبوك وأن

تكنولوجيا الاتصال قد خلقت العديد من القضايا الأخلاقية المرتبطة بطبيعة هذه التكنولوجيا ومن بينها السرية والخصوصية وكشف الهوية وإمكانية التشهير والإساءة للآخرين كما أكدت الدراسة ان القيم الأخلاقية لمستخدمي التكنولوجيا التي يمكن ان تكون اطارا كافيا او مقنعا لوضع معايير موحدة يمكن ان يلتزم بها الجميع في استخدامهم للفيديوك نتيجة الاختلاف وتعارض بل وناقض اهتماماتهم .

سابعاً- الإطار النظري للبحث:

ترتكز الورقة البحثية على مجموعة من النظريات الإعلامية ونماذجها المختلفة كأساس نظري يساعد الباحثة على فهم العديد من العوامل والمتغيرات التي تتعلق بطبيعة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من جهة ومحاولة استكشاف الآليات الواجب الاعتماد عليها كمعايير أخلاقية واجتماعية للحد من الإرهاب الرقمي من جهة أخرى ، لذا تستند هذه الورقة البحثية على نظريتي الاستخدامات والاشباعات Uses and Gratification والمسؤولية الاجتماعية بشكل محدد بالإضافة إلى خلفية الباحثة بخصوص بعض النماذج الأخرى وذلك لفهم أبعاد الظاهرة محل المعالجة.

نظرية الاستخدامات والاشباعات Uses and Gratification

تعمل هذه النظرية على بيان سبب اتصال الناس بالإعلام والاحتياجات التي نجعل الأفراد يستخدمون وسائل الإعلام مثل التسلية والترفيه، والتعلم والتعليم والتعارف والتفاعل الاجتماعي وغيرها من الوظائف المتعارف عليها.

فالنظرية تركز على الدوافع والحاجات، بصفتها شعور الإنسان بنقص معين من الناحية النفسية والاجتماعية وعند حصوله عليه يشعر بحالة من الرضا والسعادة والاشباع، وعلى الدافع بصفته مثيراً ما.... يشبع ويلبي حاجته.

تقوم هذه النظرية على أساس أن الجمهور نشيط وفعال ويختار ما يحتاجه بوسائل مختلفة، وبالتالي تمثل شبكات التواصل الاجتماعي مساحة مؤثرة في تلبية احتياجات الجمهور، وإشباعها، وأثناء ذلك يتخذ الجمهور قراراته في عملية التعرض والفهم في ثلاثة مستويات، هي الانتقائية بمعنى أن اختيارات الجمهور غير عشوائية ويختار الوسيلة والمضمون والمعرفة ويحدث الإدراك بذاته، والمنفعة والانشغال إذ يدرك الفرد وجود صلة بينه وبين الإعلام ومحتواه فينشغل ويتفاعل.

وبهذا تمثل هذه النظرية أساساً نظرياً للبحث من خلال ما تتيحه شبكات التواصل الاجتماعي للمستخدم جعلت منها ميداناً يدخله مختلف الأجناس، وهنا يستغله ضعاف النفوس والإرهابيون والعملاء في استهداف وحدة المجتمع من خلال ضخ المنشورات والدعوات بمختلف الوسائط المتعددة لتفتيت البنية الاجتماعية.

نظرية المسؤولية الاجتماعية:

المسؤولية الاجتماعية "Social Responsibility" هي مساهمة عن مهام أو سلوك أو تصرف وتحديد مدى موافقته لمتطلبات بعينها^(v)؛ وأشار آخر بأن محتوى المسؤولية المجتمعية تتجسد في جوهرها بأربعة جوانب هي: الاقتصادي والقانوني والأخلاقي والخير^(vi).

وتعرف نظرية المسؤولية الاجتماعية في مجال الإعلام بأنها: "مجموعة الوظائف التي يجب أن تلتزم الصحافة بتأديتها أمام المجتمع في مختلف مجالاته السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، بحيث يتوفر في معالجتها وموادها القيم المهنية كالدقة والموضوعية والتوازن والشمول، شريطة حرية حقيقية تجعلها مسؤولة أمام القانون والمجتمع^(vii)."

جاءت نظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام لتعزز مفهوم الحرية الإعلامية، لكن هذه الحرية ليست مطلقة، والفكرة الأساسية للنظرية أن الحرية لا بد لها من مسؤوليات والتزامات، وأن وسائل الإعلام باعتبارها تتمتع بوضع متميز في ظل المجتمع الديمقراطي ملزمة بأن تكون مسؤولة إزاء المجتمع بتحقيق وظائف معينة^(viii).

وفي ضوء ذلك قدم أحد الباحثين الأمريكيين كيرتس مونجيري في كتابه "مسؤولية رفع المعايير" رؤية جديدة للمسؤولية: "أنه إذا قامت وسائل الصحافة بإعلام الناس والمحافظة على خصوصيتهم ومراعاة قيمهم فهذه نصف المسؤولية، ولكن النصف الآخر هو بيان مسؤولية الجماهير تجاه المادة المذاعة التي هي بدورها تجاه أنفسهم^(ix)."

وفيما يتعلق بعلاقة النظرية بموضوع البحث فإن شبكات التواصل الاجتماعي يجب أن تقبل وأن تنفذ التزامات معينة تجاه المجتمع، من خلال الالتزام بالمعايير المهنية لنقل المعلومات مثل الحقيقة والدقة والموضوعية والتوازن، وتجنب نشر ما يمكن أن يؤدي إلى الجريمة والعنف والفوضى الاجتماعية، وأن تكون النزعة الصحفية متعددة وتعكس تنوع الآراء وتلتزم بحق الرد، وأن للمجتمع حقاً على الصحافة، وإن التدخل الحكومي يمكن أن يكون مبرراً لتحقيق المصلحة العامة^(x).

ثامناً - شبكات التواصل الاجتماعي (النشأة والمفهوم والسمات):

منذ ظهور الشبكات الاجتماعية في مطلع القرن الحادي والعشرين، بدأ الحديث عن سلسلة من التحولات والظواهر الاجتماعية والنفسية والسياسية والاقتصادية كنتاج للممارسات الفردية والجماعية والمؤسسية في الاستخدام الفعال لتكنولوجيا الاتصال بأبعادها المعلوماتية والمعرفية، وتم طرح العديد من القضايا للحوار والنقاش مثل السيطرة على المعلومات وحجم وسرعة نقل ونشر المعلومات، وبدأ علماء الاجتماع والأنثروبولوجيا والباحثون في مجال الأخلاقيات والإعلام توجيه الدعوات للحرص والتحذير من تلك الشبكات وما يمكن أن تفرزه من آثار متعددة سواء في علاقة الأفراد ببعضهم البعض أو علاقاتهم

بالمؤسسات التي ينتمون إليها وخاصة مع تباين الأوضاع والأدوار السياسية والاقتصادية والاجتماعية لكل منهم، حتى ان البعض بدأ يحذر من ظاهرة «التكنوفوبيا» معبرا عن الخوف المرضي من تكنولوجيا الاتصال الجديدة وخاصة الشبكات الاجتماعية وما يصاحبها من إحباط نفسي ومعنوي^(xi)

فشبكات التواصل الاجتماعي كمفهوم: هي منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية^(xii).

وتختلف تعريفات مواقع التواصل الاجتماعي من باحث الى آخر إذ يعرفها بالس 2009 " على أنها برنامج يستخدم لبناء مجتمعات على شبكة الانترنت يمكن الافراد أن يتصلوا ببعضهم بعضا، وبالمثل يعرف بريس ومالوني كريشمار (2009) مواقع التواصل الاجتماعي بأنها " مكان يلتقي فيه الناس لأهداف محددة، وتعرف أيضاً على أنها: "الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الانترنت وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم أجمع، كما تعرف: قنوات تواصلية تخلق بنية اجتماعية مفتوحة متفاعلة قادرة على الابتكار دون المساس بشكل هذه البنية^(xiii).

وفي فرنسا فضل الباحثون استخدام مصطلح المواقع السوسيو رقمية- réseaux les numériques Socio، ويعكس هذا المصطلح تأكيد الباحثين من جهة أولى على أن هذه المنصات ليست شبكات اجتماعية كالتي نجدها في الحياة الاجتماعية، لأن شبكة علاقات المستخدم في الفيسبوك لا تتطابق دائما مع شبكة علاقاته الاجتماعية في الحياة غير الافتراضية. ومن جهة ثانية فإن هذه المنصات ليست رقمية محضة، ولا اجتماعية محضة لأن تطبيقاتها تخضع إلى عمليات التملك الفردية والجماعية^(xiv).

وتتعدد سمات مواقع التواصل الاجتماعي إذ أتاحت لمتصفحها إمكانية التشارك بالملفات والصور وتبادل مقاطع الفيديو والرسائل وإجراء المحادثات الفورية؛ وشهدت شبكات التواصل الاجتماعي في السنوات الأخيرة تطوراً نوعياً أحدث نوعاً من التواصل الاجتماعي بين البشر في فضاء إلكتروني افتراضي، قرب المسافات بين الشعوب وألغى الحدود، وزاوج بين الثقافات، وتعددت هذه الشبكات واستأثرت بجمهور واسع من المتلقين، ولعبت الأحداث السياسية والطبيعية في العالم دوراً بارزاً في التعريف بهذه الشبكات، وبالمقابل كان الفضل أيضاً لهذه الشبكات في إيصال ما يشبع رغبات جمهور المتلقين، وعليه فإن شبكات التواصل الاجتماعي ومفهومها وتعريفها يمثل المحتوى الاتصالي الذي يتميز بالطابع الشخصي، والمتناقل بين طرفين أحدهما مرسل والاخر مستقبل، عبر وسيلة تمثلها الشبكة الاجتماعية، مع حرية الرسالة المرسل، وحرية التجاوب معها من قبل المتلقين دون أن يكون هناك دور لحارس البوابة، وتعرف شبكات التواصل بأنها الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات

الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الانترنت وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم أجمع^(xv). وتشمل شبكات التواصل الاجتماعي الفيسبوك والتويتر والانستغرام والسناپ شات واليوتيوب والواتس آب والفايبر والإيمو والتيليجرام ... وغيرها، وهي شبكات استأثرت بالقبول على مستوى قارات العالم، ويستخدمها الناس بشكل يومي للتواصل فيما بينهم ، وتتيح لمستخدميها إمكانية تبادل النصوص والصور الثابتة والمتحركة والروابط وغيرها من التقنيات الاتصالية التي تتوفر في كل تطبيق أو شبكة.

تاسعاً - الإرهاب الإلكتروني وعوامل وأسباب انتشاره:

إن الإرهاب كلمة مشتقة من الفعل رهب بمعنى خاف وكلمة الإرهاب هي مصدر الفعل أَرهَب وأرهبه بمعنى خوفه^(xvi)؛ ويعرفه المعجم السياسي بأنه: "محاولة نشر الذعر والفرع لأغراض سياسية، وهو وسيلة تستخدمها حكومة استبدادية أو دكتاتورية لإجبار وإرغام الشعب على الاستسلام لها^(xvii)؛ أما الموسوعة السياسية فتعرف الإرهاب: "استخدام العنف غير القانوني، أو التهديد به بأشكاله المختلفة كالإغتيال والتشويه والتعذيب والتخريب والنسف، بغية تحقيق هدف سياسي معين مثل كسر روح المقاومة والالتزام عند الأفراد وهدم المعنويات عند الهيئات والمؤسسات، أو كوسيلة من وسائل الحصول على المعلومات أو مال، وبشكل عام هو استخدام الإكراه لإخضاع طرف مناوئ لمشية الجهة الإرهابية^(xviii)".

وعرف جيمس لويس James Lewiss الإرهاب الإلكتروني على أنه: "استخدام أدوات شبكات الحاسوب في تدمير أو تعطيل البني التحتية الوطنية المهمة مثل: الطاقة والنقل، أو بهدف ترهيب الحكومة والمدنيين"^(xix) أما دورثي دينينج Dorothy Denning فتري أن الإرهاب الإلكتروني هو "الهجوم القائم على مهاجمة الحاسوب، وأن التهديد به يهدف إلى الترويع أو إجبار الحكومات أو المجتمعات لتحقيق أهداف سياسية أو دينية أو عقائدية، وينبغي أن يكون الهجوم مدمراً وتخريبياً لتوليد الخوف بحيث يكون مشابه للأفعال المادية للإرهاب"^(xx). وبالتالي يعرف "الإرهاب الإلكتروني" بأنه: "العدوان أو التخويف أو التهديد المادي أو المعنوي الصادر من الدول، أو الجماعات أو الأفراد على الإنسان، في دينه، أو نفسه، أو عرضه، أو عقله، أو ماله بغير حق باستخدام الموارد المعلوماتية والوسائل الإلكترونية، بشتى صنوف العدوان وصور الإفساد"^(xxi).

ولابد من الإشارة إلى أن الإرهاب والإنترنت مرتبطان بطريقتين: الأولى ممارسة الأعمال التخريبية لشبكات الحاسوب والإنترنت، والثانية أن الإنترنت أصبحت منبرا للجماعات والأفراد لنشر رسائل الكراهية والعنف، وللاتصال ببعضهم البعض وبمؤيديهم والمتعاطفين معهم.

ومع ازدياد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لسهولةها ومجالاتها المتنوعة استغللت الجماعات الإرهابية الظروف وبدأت بنشر ثقافة التطرف الديني في أوساط الشباب وطمس الهوية واجتذابهم إلى

المنظمات الإرهابية مما يهدد الأمن الاجتماعي ، وقد أصبح الإرهاب الإلكتروني هاجسا يخيف العالم الذي أصبح عرضة لهجمات الإرهابيين عبر الإنترنت الذين يمارسون نشاطهم التخريبي من أي مكان في العالم، وهذه المخاطر تتفاقم بمرور كل يوم، لأن التقنية الحديثة وحدها غير قادرة على حماية الناس من العمليات الإرهابية الإلكترونية والتي سببت أضرارا جسيمة على الأفراد والمنظمات والدول. وتتعدد عوامل انتشار الإرهاب الإلكتروني ومنها (xxii):

1- ضعف بنية الشبكات المعلوماتية وعدم خصوصيتها وقابليتها للاختراق بسهولة؛ لأن شبكات المعلومات مصممة في الأصل بشكل مفتوح دون قيود أو حواجز أمنية عليها؛ رغبة في التوسع وتسهيل دخول المستخدمين، وتحتوي الأنظمة الإلكترونية والشبكات المعلوماتية على ثغرات معلوماتية، ويمكن للمنظمات الإرهابية استغلال هذه الثغرات في التسلل إلى البنى المعلوماتية التحتية، وممارسة العمليات التخريبية والإرهابية.

2- غياب الرقابة الذاتية عن طريق التربية، وخصوصية الثقافة المجتمعية، وإلغاء الحدود الجغرافية مما يؤدي إلى تدني مستوى المخاطرة، فيستطيع محترف الكمبيوتر أن يقدم نفسه بالهوية والصفة التي يرغب بها، أو يتخفى تحت شخصية وهمية، ويطلق على نفسه ألقابا، أو أسماء مستعارة، ويؤيدها بأدلة مادية ملموسة كالصور، أو بعض المعلومات الصحيحة ليثبت جديته، ومن ثم بعد فترة يستطيع أن يشن هجومه الإلكتروني وهو مسترخٍ في منزله من دون مخاطرة مباشرة، وبعيدا عن أعين الناظرين.

3- سهولة الاستخدام التقني وقلة التكلفة المادية ، فقد أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي ، وجميع وسائل التواصل الإلكتروني زهيدة التكلفة ومتوفرة في جميع دول العالم ، بخلاف فترة الثمانينيات من القرن الماضي مثلا ... إن السمة العولمية لشبكات المعلومات تتمثل في كونها وسيلة سهلة الاستخدام، طيعة الانقياد، قليلة الكلفة، لا تستغرق وقتاً ولا جهداً كبيراً، مما هيأ للإرهابيين فرصة ثمينة للوصول إلى أهدافهم غير المشروعة، ومن دون الحاجة إلى مصادر تمويل ضخمة، فالقيام بشن هجوم إرهابي إلكتروني لا يتطلب أكثر من جهاز حاسب آلي متصل بالشبكة المعلوماتية ومزود بالبرامج اللازمة.

4- صعوبة اكتشاف وإثبات الجريمة الإرهابية الإلكترونية، لأن التكنولوجيا لا تستطيع تحديد هوية مرتكب الجريمة الإلكترونية إلا عن طريق أجهزة معينة تمتلكها بعض المؤسسات الأمنية، أما الأفراد فلا يستطيعون تحديد ذلك.

5- الفراغ التنظيمي والقانوني وغياب جهة السيطرة والرقابة على الشبكات المعلوماتية: إن الفراغ التنظيمي والقانوني لدى بعض المجتمعات العالمية حول الجرائم المعلوماتية والإرهاب الإلكتروني يعتبر من الأسباب الرئيسة في انتشار الإرهاب الإلكتروني، وكذلك لو وجدت قوانين تجرمية متكاملة

فإن المجرم يستطيع الانطلاق من بلد لا توجد فيه قوانين صارمة ثم يقوم بشن هجومه الإرهابي على بلد آخر يوجد به قوانين صارمة، وهنا تثار مشكلة تنازع القوانين والقانون الواجب التطبيق.

6- غياب دور المنزل والمدرسة في الرقابة على الأطفال والشباب، مما يجعلهم يستخدم هذه التكنولوجيا استخداما خاطئا، أو يتمادى الطالب في السلوك التقني السيء، ومن الأسباب التي أدت إلى ظهور الإرهاب عامة والإلكتروني خاصة: الغلو والتشدد في بعض أمور الدين، فبعض الشباب ممن يستخدمون التكنولوجيا يرون أنهم أعلم من غيرهم، وأن بعض العلماء على ضلالة، لذا يجب محاربة آرائهم عن طريق هذه التكنولوجيا...

وهناك عدة أسباب* والتي تعددت بين الاقتصادية، السياسية والاجتماعية نذكر منها ما يلي^(xxiii):

- انعدام المشاركة الشعبية في الفعاليات السياسية.
- غياب الحوار الوطني حول القضايا الأساسية والمصيرية.
- مشكلة البطالة.
- الاحداث الامنية المحيطة.
- الخلافات السياسية والدينية.
- التدخلات الخارجية.

أما الأسباب التكنولوجية تتمثل فيما يلي^(xxiv):

- ضعف بنية الشبكات المعلوماتية وقابليتها للاختراق: مما يمكن المنظمات الإرهابية من التسلل إلى البنية التحتية وتخريبها، وذلك نتيجة لاتسام شبكات المعلومات بالانفتاح وغياب القيود والحواجز الأمنية واحتوائها على ثغرات معلوماتية بهدف التوسع وتسهيل الدخول.
- غياب الهوية الرقمية: حيث يقوم الإرهابي بشن هجومات إلكترونية بهوية وشخصية وهمية بدون مخاطرة.
- سهولة الاستخدام وقلّة التكلفة: بمعنى أنه للقيام بالهجوم الإلكتروني لا بد من توفر حاسوب متطور متصل بشبكة معلوماتية متطورة فهو لا يكلف جهدا ولا يستغرق وقتا.
- غياب الآليات القانونية للسيطرة والرقابة على الشبكات المعلوماتية: فغياب الاتفاقيات الدولية والتشريعات الوطنية الخاصة بالإرهاب الإلكتروني يؤدي إلى زيادة انتشار الظاهرة وتوسعها في مختلف دول العالم.
- صعوبة اكتشاف واثبات الجريمة الإرهابية: الفناع الإلكتروني والمهارة الفنية كفيلا ن بإخفاء أثر المجرم.

- تستطيع أن تلحق الضرر بعدد أكبر من الأفراد مقارنة بالهجمات التقليدية وهو ما يساعدها على جذب الاهتمام الإعلامي والحكومي مما يمكنها من تحقيق أهدافها.

عاشراً - وسائل وأساليب الإرهاب الإلكتروني وآثاره:

تعمل الجماعات الإرهابية على استخدام تكنولوجيا متطورة لنشر مبادئهم وتصوراتهم، والقيام بعدة أعمال تخريبية عن طريق شبكات الانترنت للوصول إلى أهدافها المرجوة، وذلك من خلال ما يلي^(xxv):

- **الاتصال:** تستخدم الجماعات الإرهابية الانترنت للاتصال فيما بينهم وتمويل عملياتهم من مناطق مختلفة قد تبعد مئات الكيلومترات على منطقة العملية الإرهابية، نظراً لسرعتها وقلة تكلفتها مقارنة بالوسائل الأخرى، إضافة إلى وفرة المعلومات حيث تعتبر شبكة الانترنت موسوعة إلكترونية غنية بالمعلومات الحساسة التي يسعى الإرهابيون للحصول عليها، كمواقع المنشآت النووية، ومصادر توليد الطاقة، وأماكن القيادة والسيطرة والاتصالات، ومواعيد الرحلات الجوية الدولية، والمعلومات المختصة بسبل مكافحة الإرهاب، وغيرها من المعلومات التي تعتبر بمثابة الكنز الثمين بالنسبة للإرهابيين.

- **نشر الأفكار المتطرفة:** تعمل الجماعات الإرهابية على نشر التطرف من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وغرف الدردشة مع مختلف شرائح المجتمع خاصة فئة الشباب لاستغلالهم في العمليات الإرهابية، إضافة إلى وجود عدة مواقع إرهابية، فمثلاً هناك تقرير كشف أن التنظيم الإرهابي لداعش لديه 90 ألف صفحة باللغة العربية على موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك و 40 ألف بلغات أخرى، إضافة إلى موقعه الذي دشنه التنظيم بسبعة لغات لابتزاز الشباب وضمهم لصفوفهم فحوالي 3400 شاب انضم إلى داعش عن طريق حملات التنظيم الإلكترونية. فحسب جمعية آفاق للأمن الداخلي لتونس أن المواقع الإلكترونية ذات التوجه المتطرف والإرهابي تستقطب نحو ألف شاب في السنة وهو يعادل 3 شبان يومياً، وهو رقم مرتفع يعكس خطورة الظاهرة التي تزداد حدتها وهم يمثلون حوالي 40% من مجموع الشباب المستقطب وهم من الطلبة والتلاميذ المتفوقين الذين تتراوح أعمارهم بين 17 و 28 سنة والذين يدرسون الاختصاصات العلمية الطب، الفيزياء والكيمياء حيث تقوم هذه الجماعات باستثمار مهاراتهم العلمية لأغراض تخريبية^(xxvi).

- **التخطيط والتنسيق:** تستخدم الجماعات الإرهابية الانترنت للتخطيط والتنسيق فيما بينهم وتبدير الهجمات الإرهابية، ففي 2001 تم التخطيط بشكل مكثف لهجمات 11 سبتمبر عبر الرسائل الإلكترونية العادية وغرف الدردشة لتحديد مهام كل عنصر. كما نجحت داعش في التخطيط والتنسيق لعملياتها الإرهابية الكبرى في أوروبا، وخاصة في فرنسا وبلجيكا، من خلال شبكات المعلومات ومواقع التواصل الاجتماعي لا يمكن رصدها، بل وتمحي بعد قراءتها مباشرة من خلال

أجهزة ألعاب الفيديو المتصلة عبر الإنترنت، وأدت هذه العمليات الإرهابية لمقتل نحو مائتي شخص في نوفمبر 2015، وفشلت أجهزة المخابرات الأوروبية في رصد العمليات قبل وقوعها لكنها اكتشفت هويات منفذيها من خلال هواتفهم المحمولة ومكالماتهم المتبادلة مع أفراد المنظمة^(xxvii).

- **التلقين الإلكتروني:** تسعى الجماعات الإرهابية من خلال الوسائل الإلكترونية إلى تقديم إرشادات وطرق صنع القنابل اليدوية والأسلحة الكيماوية الفتاكة وأساليب التفخيخ والتفجير.
 - **التمويل الإلكتروني:** تحظى الجماعات الإرهابية بتمويل إلكتروني باستغلالها لأصحاب القلوب الرحيمة لدفع تبرعات مالية لأشخاص اعتباريين يمثلون واجهة لهؤلاء الإرهابيين، بطريقة ماهرة لا يشك فيها المتبرع بأنه يساعد الجماعات الإرهابية.
- وإن شبكات التواصل الاجتماعي على اختلاف أنواعها تتيح إمكانية التواصل؛ وهذا التواصل له جوانب

سلبية على الأخلاقيات والقيم، ومن أبرز هذه التأثيرات: ^(xxviii)

- 1- الشعور الوهمي بالاتصال.
- 2- تدهور التواصل الأسري.
- 3- الإهمال بالواجبات الأسرية.
- 4- الإدمان.
- 5- البلطجة أو التمر الإلكتروني Cyber-bullying
- 6- انخفاض الإنتاجية وقتل الإبداع.
- 7- التناقض في الشخصية بين online و offline
- 8- الخصوصية.
- 9- جرائم الإنترنت
- 10- نفاذ الصبر ومتلازمة السرعة Quick Syndrome
- 11- الاكتئاب.

- التضيق على الجاليات وتعزلهم عزلاً تاماً عن المجتمع الذي يعيشون فيه مع مصادرة حقوقهم.
- من أهم آثار الإرهاب العالمي وخاصة إرهاب الدولة عدم الاستقرار في العالم كله، فالإنسان لا يشعر بالأمن والسلام في أي مكان في العالم.
- ينتج عن هذا الإرهاب الأمراض العصبية والنفسية والعضوية، وهذه الأمراض تؤثر مباشرة على تركيبة المجتمع وأخلاقه وسلوكه خاصة في الدول التي يمارس فيها الإرهاب بصورة واضحة.

• ينتج عن هذا الإرهاب مقاومة مضادة حيث تشكل قوة تقف وتقاوم هذا الإرهاب بكل الوسائل المتاحة.

لقد أصبح الإرهاب الإلكتروني يشمل أنشطة أكثر خطورة، تمثلت في الاستخدام اليومي لشبكات التواصل الاجتماعي من قبل المنظمات الإرهابية لتنظيم وتنسيق عملياتهم المتفرقة والمنتشرة حول العالم، كما أن مهمة هذه الجماعات تجنيد الشباب عبر زرع الفكر التطرفي الإلكتروني ثم تجنيدهم، ويقع عادة الشباب اليافعون ضحية لذلك.

إن أعمال الإرهاب عدوان على النفس والمال وقطع الطريق وترويع الأمنين، بل وعدوان على الدين، حيث يصور الإرهابيون أن الدين يستبيح الدماء والأموال، ويرفض الحوار كما يصورون المسلمين بأنهم دمويون ويشكلون خطراً على الأمن والسلم الدوليين وعلى القيم الحضارية، وحقوق الإنسان، وهذا يؤدي إلى أضرار ومفاسد تنعكس على مصالح الأمة وتضر بعلاقات الدولة مع الدول الأخرى اقتصادياً وسياسياً وعسكرياً واجتماعياً مع غيرهم من الشعوب.

الحادي عشر - المسؤولية الاجتماعية في مواجهة الإرهاب الإلكتروني:

يؤسس لهذه المسألة المدخل النظري للمسؤولية الاجتماعية، لاسيما تلك التي قامت في منظمات الأعمال وانعكاسها على الحالة الاقتصادية والاجتماعية، والتي تؤكد على أن المنظمات والمؤسسات لا ينبغي الحكم على أخلاقياتها أو عدمها إلا من خلال مستوى التزامها بمقتضيات المسؤولية الاجتماعية.

وبهذه الفكرة فالرأسمالية ليست غير أخلاقية بالضرورة، والفكرة النمطية أن الربح والخصخصة ونظام السوق ينطوي بالضرورة على تجاوزات أخلاقية أو لا يأخذ الأخلاق بالاعتبار فكرة تحتاج إلى مراجعة إستراتيجية، صحيح أن ثمة ممارسات وحالات كثيرة للبحث عن الربح بأي ثمن، ولكنها ليست ملتصقة بالضرورة بالعمل الاقتصادي الحر ، ويمكن بمنظومة من العمل المجتمعي والتشريعات وتطوير الرأي العام أن تكون القواعد الأخلاقية استثماراً بحد ذاته يزيد الثقة بالمنتجات والسلع والخدمات التي تقدمها الشركات والقوانين والتشريعات مهما كانت محكمة فإنها لا تحمي المجتمعات والحقوق ولا توفر وحدها الأمن والثقة، و لكنها حين تعمل في بيئة أخلاقية فإنها تحقق كفاءة عالية في التنمية والإصلاح، وللأخلاق في كثير من الأحيان سلطات واقعية وفكرية تفوق السلطة المادية^(xxix).

أما عن تعزيز المسؤولية الاجتماعية لمواجهة ظاهرة الإرهاب الإلكتروني فهي مسؤولية جميع المؤسسات المجتمعية، وهي مسؤولية أخلاقية واجتماعية في آن واحد، وتكون على مستوى الفرد والجماعة، ولا يمكن إحداث تغيير في العقليات والسلوكيات والممارسات الإرهابية ومواجهتها دون أن تصطف الأسرة والمدرسة ودور العبادة في صف واحد لمواجهة الإرهاب ونبذ العنف وغرس قيم السلم وهذا يحتاج إلى خطط وبرامج ثقافية وفكرية وإعلامية مدروسة تأخذ بعين الاعتبار حاجات ورغبات وميول المتلقي، وتسعى لإحداث

تغيير في العقليات والأفكار والسلوك على المدى الطويل. وهنا تظهر الحاجة لمعرفة الأبعاد النظرية والخلفية الفكرية التي تقوم عليها المسؤولية الاجتماعية.

ويتمثل مفهوم «المسؤولية الاجتماعية» في مواجهة الإرهاب الإلكتروني في أن يكون كل فرد في المجتمع أو كل شركة أو حتى جماعة من أفراد المجتمع مسؤولاً عن تصرفاته تجاه هذه المجتمعات بأكملها. وتزامناً مع عصر التكنولوجيا والثورة المعلوماتية والتقنية وهيمنة شبكات التواصل الاجتماعي، امتد هذا المفهوم وتطور ليتعدى المفهوم العملي في ممارسات الحياة المختلفة إلى البعد الإلكتروني «السوشيالي» عبر وسائل التواصل الاجتماعي، حيث أصبح يشمل ويعنى بالتفاعل الرقمي بين مستخدمي ورواد شبكات السوشيال ميديا؛ فباتت المسؤولية الاجتماعية عبر الإنترنت تعني أن يتحلى الإنسان بالمسؤولية نحو تصرفاته وأقواله ونشره للمعلومات ولا سيما تواصله مع الآخرين عبر مواقع وقنوات الاعلام الاجتماعي. فلا ينشر الأخبار بدون التحقق من صحتها ولا المعلومات دون التأكد من مصداقية مصادرها، ولا يستغل منصات التواصل الاجتماعي في نشر الأفكار الهدامة التي تتعارض مع القيم والمبادئ والعقائد والثقافات، وفي سياق هذا التواصل السوشيالي ضمن مفهوم ونظام المسؤولية الاجتماعية يجب على جميع مستخدمي ورواد شبكات التواصل الاجتماعي اليوم الاقتناع بأن هذه المواقع تعتبر نافذة «حرية» مطلقة على العالم بدون حدود ولا قيود؛ نافذة حرة لهم للاطلاع على أفكار وثقافات العالم التي عجزت الكتب ووسائل الإعلام التقليدية عن توصيلها لنا قبل ظهور ثورة شبكات التواصل الاجتماعي؛ إن وسائل الإعلام الجديدة ومواقعها التواصلية تعتبر قنوات تعزز ظاهرة العولمة الثقافية وذلك من خلال ثقافة التواصل والتفاعل المشترك بين مستعملي المواقع الاجتماعية السوشيالية^(xxx).

والجدير بالذكر هنا أيضاً ضمن «المسؤولية الاجتماعية» عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وفيما يعني باستخدام الأفراد على وجه التحديد لتلك المنصات الاجتماعية، هو ألا يتم عرض الحياة الخاصة من خلال نشر الصور والفيديوهات الشخصية التي قد تضعك في موقف حرج أو مهين وتؤثر على حياتك الحقيقية خارج المجتمعات الافتراضية. وكذلك لا بد من تحقيق الاحترام المتبادل بين الثقافات والشعوب التي تتعامل وتتواصل معها وتتابعك من خلال حساباتك عبر المنصة الافتراضية. فعلى سبيل المثال هنا ما تعرضت له الموظفة «جاستن ساكو» التي كانت مسؤولة علاقات عامة لإحدى كبرى الشركات الأمريكية عام 2013، حينما قامت بالإساءة لأحد المجتمعات والشعوب من خلال تغريدة دونتها عبر حسابها على موقع تويتر، مما ترتب عليه هجوم كبير أدى بها إلى خسارة وظيفتها وامتناع عدد كبير من الشركات عن توظيفها^(xxxi).

وضمن المسؤولية الاجتماعية أيضاً فإن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي مسؤولية وطنية قبل أن يكون حرية شخصية.. فهذه التطبيقات الذكية مرآة تعكس القيمة، والثيمة للوطن، والبيئة التي يتربى بها

الفرد، وينتمي إليها، فالقيم التي تحكمنا في استخدامها لا تختلف عن تلك التي نتحلى بها في شتى مجالات الخدمة الوطنية، لأن تمثيل الوطن لا يتقيد بخدمة معينة أو مجال معين، بل بجميع الظروف والأوقات. ومن هنا يصبح من المهم تمييز الخطوط الفاصلة بين ما يحسبه المستخدم حرية شخصية، وما يمليه الواجب من مسؤوليات وطنية، فأينما يضع الفرد يده فهو معني بتمثيل وطنه خير تمثيل، حين تصل المسألة للرأي العام، تخرج من دائرة الحرية الشخصية وتدخل في نطاق مسألة معنيّة للجميع. لذا فإن مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي لا يمثلون أنفسهم فقط، بل كل من حولهم بدءاً من وطنهم، وحتى مجتمعهم، والبيئة التي يعيشون بها.

ومن جهة أخرى فإن وجود «التربية الإعلامية» ضمن المناهج الدراسية، يسهم في تحصين أفراد المجتمع إزاء الإرهاب الإلكتروني ويمكن مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي من اكتساب مهارة التحليل والتمحيص وتفكيك الرسائل الإعلامية، وبالتالي أخذ الحذر من الرسائل والطلبات المشتبه بها، وتحصينه من الانسياق وراء دعوات التكفير والتطرف والإرهاب.

الثاني عشر - آليات مكافحة الإرهاب الإلكتروني^(xxxii):

- 1- تأمين حسابات المستخدمين ونظم التحقق من الهوية.
- 2- رغم وجود العديد من تقنيات التحقق من الهوية وخصوصاً أساليب التحقق البيولوجي من الهوية (بالاعتماد على الصفات الشخصية والسمات الجسدية للأشخاص)، تبقى كلمات السر وأسماء المستخدمين هي الوسيلة الأكثر شيوعاً للتحقق من الهوية، رغم أن هذه الأساليب بدأت تصبح أضعف وأضعف بتطور التقنيات التي يستخدمها الهكرة لكشفها وخرقها. ومع ذلك، فهناك الكثير من الوسائل التي يمكن استخدامها للحد من قدرة الهكرة على اختراق واكتشاف هذه الرموز. وتعتمد هذه الوسائل أساساً على تحديد حقوق نفاذ المستخدمين إلى الشبكات، وحصرها بما يحتاجه كل مستخدم. ولكن هذه التقنيات، ورغم قوتها، ليست حلاً سحرياً، إذ أنها تتطلب الكثير من المهارة والتخطيط الواعي قبل تطبيقها كي تحقق النجاح. وتتكون نظم التحقق من الهوية من ثلاث تقنيات هامة هي خدمات الأدلة Directory Services، وهيكلية المفاتيح العامة Public Key Infrastructure، والشبكات الافتراضية الخاصة Virtual Private Networks. وتشكل هذه التقنيات الثلاث هيكلية شاملة للتحقق من هوية المستخدمين، وضمان تحديد حقوق النفاذ.
- 3- وما يترتب أيضاً على عاتقنا كمستخدمين لقنوات التواصل الاجتماعي تحت مظلة المسؤولية الاجتماعية عدم تداول الشائعات وترويجها وعدم تدوين الآراء المخالفة لمنظومات المجتمع وعقيده، ونشر صورة إيجابية لذاتنا وبلدنا؛ فمواقع وشبكات التواصل الاجتماعي اليوم أصبحت كقيلة ببناء سمعتنا التي تصل إلى مختلف بقاع الكرة الأرضية خلال جزء من الثانية.

- 4- الضبط الأمني فيما يتعلق بالمعلومات الواردة أو الصادرة عبر الخط الخارجي للإنترنت والتي تتنافى مع الدين الحنيف والأنظمة.
- 5- عقد دورات تدريبية حول موضوع مكافحة جرائم الحاسب الآلي بمشاركة مختصين دوليين، للحد من انتشار هذا النوع من الجريمة محلياً بعد فتح باب التجارة الإلكترونية فيها، خاصة أن العالم يعاني من انتشارها بشكل واسع بعد أن تطورت بشكل لافت للنظر فيما يخص ماهية هذا النوع من الجرائم، ومرتكبيها، وأنواعها ووسائل مكافحتها، إلى جانب الأحكام والأنظمة التي تحد من ارتكابها.
- 6- تنمية معارف ومهارات افراد المجتمع في مجال مكافحة الجرائم التي ترتكب عن طريق الكمبيوتر، أو عبر شبكة الحاسب الآلي، وتحديد أنواعها ومدلولاتها الأمنية، وكيفية ارتكابها، وتطبيق الإجراءات الفنية لأمن المعلومات في البرمجيات وأمن الاتصالات في شبكات الحاسب الآلي، والإجراءات الإدارية لأمن استخدام المعلومات، ويرتكب هذا النوع من الجرائم بواسطة عدة فئات مختلفة، ولعل الفئة الأخطر من مرتكبي هذا النوع من الجرائم هي فئة الجريمة المنظمة التي يستخدم أفرادها الحاسب الآلي لأغراض السرقة أو السطو على المصارف والمنشآت التجارية، بما في ذلك سرقة أرقام البطاقات الائتمانية والأرقام السرية ونشرها أحياناً على شبكة الإنترنت، كما تستخدم هذه الفئة الحاسب الآلي لإدارة أعمالها غير المشروعة كالقمار والمخدرات وغسيل الأموال، وعلى رغم تنوع الفئات التي ترتكب هذه النوعية من الجرائم إلا أن الطرق المستخدمة في الجريمة تتشابه في أحيان كثيرة.
- 7- تحديث الأنظمة والإجراءات الجنائية بما في ذلك اتخاذ تدابير من أجل ضمان أن تكون الجزاءات بشأن سلطات التحقيق وقبول الأدلة على نحو ملائم.
- 8- مضاعفة الأنشطة التي تبذلها على الصعيد الدولي من أجل مكافحة الجرائم المتصلة بالحاسبات، بما في ذلك دخولها حسب الاقتضاء أطرافاً في المعاهدات المتعلقة بتسليم المجرمين، وتبادل المساعدة الخاصة المرتبطة بالجرائم ذات الصلة بالحاسب الآلي، وأن يسفر بحث مؤتمرات الأمم المتحدة لموضوع الجرائم ذات الصلة بالحاسب عن فتح آفاق جديدة للتعاون الدولي في هذا المضمار.
- 9- تدابير ملائمة لحل مشكلات الاختصاص القضائي التي تثيرها الجرائم المعلوماتية العابرة للحدود، أو ذات الطبيعة الدولية.
- 10- اتفاقيات دولية تتطوي على نصوص تنظيم إجراءات التفتيش والضبط المباشر الواقع عبر الحدود على الأنظمة المعلوماتية المتصلة فيما بينها، والأشكال الأخرى للمساعدة المتبادلة، مع كفالة الحماية في الوقت نفسه لحقوق الأفراد والدول.

- 11- حجب المواقع الضارة والتي تدعو إلى الفساد والنشر، ومنها المواقع التي تدعو وتعلم الإرهاب والعدوان والاعتداء على الآخرين بغير وجه حق من الأساليب المجدية والنافعة لمكافحة الإرهاب الإلكتروني.
- 12- إن أجهزة الأمن تحتاج إلى كثير من العمل لتطوير قدراتها للتعامل مع جرائم الكمبيوتر والوقاية منها، وتطوير إجراءات الكشف عن الجريمة، خاصة في مسرح الحادث، بحيث تتمكن من تقديم الدليل المقبول للجهات الفضائية، وأيضاً يلزم نشر الوعي العام بجرائم الكمبيوتر، والعقوبات المترتبة عليها، واستحداث الأجهزة الأمنية المختصة القادرة على التحقيق في جرائم الكمبيوتر، والتعاون مع الدول الأخرى في الحماية والوقاية من هذه الجرائم.
- 13- إصدار مجموعة من الأنظمة واللوائح والتعليمات والقرارات لمواجهة الاعتداءات الإلكترونية والإرهاب الإلكتروني، إضافة إلى عقد دورات تدريبية، هي الأولى من نوعها حول موضوع مكافحة جرائم الحاسب الآلي بمشاركة مختصين دوليين.
- 14- مواكبة التطور الهائل لتقنية المعلومات والتي سنت أنظمة لضبط التعاملات الإلكترونية، وتضمنت تلك الأنظمة عقوبات للمخالفين في التعاملات الإلكترونية ومكافحة الإرهاب الإلكتروني.
- 15- الامتناع عن الوصول أو محاولة الوصول إلى أي من أنظمة الحاسبات الآلية الموصولة بشبكة الإنترنت، أو إلى أي معلومات خاصة، أو مصادر معلومات دون الحصول على موافقة المالكين، أو من يتمتعون بحقوق الملكية لتلك الأنظمة والمعلومات أو المصادر.
- 16- الامتناع عن إرسال أو استقبال معلومات مشفرة إلا بعد الحصول على التراخيص اللازمة من إدارة الشبكة المعنية.
- 17- الامتناع عن الدخول إلى حسابات الآخرين، أو محاولة استخدامها بدون تصريح.
- 18- الامتناع عن إشراك الآخرين في حسابات الاستخدام، أو إطلاعهم على الرقم السري للمستخدم.
- 19- الالتزام باحترام الأنظمة الداخلية للشبكات المحلية والدولية عند النفاذ إليها.
- 20- الامتناع عن الاستخدام المكثف للشبكة بما يشغلها دوماً، ويمنع الآخرين من الاستفادة من خدماتها.
- 21- العمل على مواجهة أسباب الإرهاب وتحقيق رفاهية الشعوب عامة والشباب خاصة.
- 22- تطوير تقنيات مراقبة شبكة الانترنت وتعزيز إجراءات الأمن والحراسة للمواقع الرسمية.
- 23- تقنين وتشريع ظاهرة الإرهاب الإلكتروني في التشريعات الوطنية والقوانين الدولية والإقليمية.
- 24- زيادة التكامل التعاون الثنائي والدولي لمكافحة ظاهرة الإرهاب الإلكتروني لتسليم المجرمين وتحقيق أمن واستقرار الدول.

الثالث عشر - الاستنتاجات ومقترحات الورقة البحثية:

1. إن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي مسؤولية أخلاقية ووطنية قبل أن يكون حرية شخصية، وأن القيم التي تحكنا في استخدامها لا تختلف عن تلك التي نتحلّى بها في العلاقات الاجتماعية.
2. ضرورة السعي إلى تعزيز ثقافة التفريق بين المسؤولية الاجتماعية والحرية الشخصية بمعنى أن تتضمن الحرية الشخصية إلى خيمة المسؤولية الاجتماعية.
3. إدراج التربية الإعلامية مساقاً ثابتاً في مناهج التعليم ابتداء من المراحل الأساسية وحتى الجامعات، لتحصين الطلبة إزاء الإرهاب الإلكتروني وأدوات التطرف.
4. قيام المواطنين، أمهات وآباء، بممارسة دورهم التربوي عبر توجيه أبنائهم إلى النأي عن ممارسة الأفعال التي تجافي المبادئ الأخلاقية كالتطرف والإرهاب والتكفير والتي تنكرها مجتمعاتنا.
5. تعزيز الحس المجتمعي لدى أفراد المجتمع من خلال الندوات واللقاءات والاجتماعات والمنتجات الإعلامية وتسخير وسائل الإعلام لذلك.
6. تعد البطالة واحدة من أسباب انصراف الشباب إلى مواقع مشبوهة، وهذا يحتم ضرورة إيجاد فرص عمل أو مشاريع خيرية لإفراغ واستثمار طاقة الشباب في الإيجابيات، فضلاً عن الأسباب الأخرى كمشاهد الحرب التي تشهدها بعض دول المنطقة.
7. يصعب تقييد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي إلا أن المستخدم ينبغي أن يتعرض لثقافة الرقابة الذاتية وتعزيز شعوره بالمسؤولية الاجتماعية.
8. إن وجود التشريعات الضابطة في مكافحة الإرهاب الإلكتروني ضروري جداً، إلا أن التشريعات وحدها لا تكفي، بل لابد من توعية الأفراد بمخاطر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، والتواصل مع الشبكات ذات الثقة والمصادقية.

المراجع:

1. (أ) - سامية أبو النصر، " الصحافة الإلكترونية وثورة الفيس بوك "، (القاهرة: المكتبة العصرية للنشر والتوزيع)، عام 2013م، ص (57-58).
2. (ب) - حسني عوض، "أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى فئات الشباب، تجربة مجلس شباب عرار أنموذجاً، برنامج التنمية الاجتماعية والأسرية"، جامعة القدس المفتوحة 172. المجلة العربية الأوروبية لعلوم الإعلام والاتصال - عدد خاص، عام 2012 م.
3. (ج) - عرابي، دينا أحمد والعقابوي، بسنت عبد المحسن، مصادقية المضمون الخبري لمواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب، دراسة ميدانية على عينة من الشباب السعودي، ورقة مقدمة في المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال

- «الإعلام الجديد. التحديات النظرية والتطبيقية» جامعة الملك سعود -الرياض 23-24 أبريل 2012 الموافق 16-15 هـ الموافق 1433 جمادى الأولى، عام 2012 م.
4. ^{iv}– Light, B. and McGrath, K, “Ethics and social networking sites: a disclosive analysis of Facebook”, Information Technology & People, Vol. 23 No. 4, (2010), pp. (290–311).
5. ^v – عثمان، " المسؤولية الاجتماعية: دراسات نفسية وتربوية (ط3)، (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية)، عام 1996 م، ص (27)
6. ^{vi} – يوسف ذياب، "دليل المسؤولية المجتمعية"، منشورات جامعة القدس المفتوحة، عام 2010 م، ص (67).
7. ^{vii}– محمد حسام الدين ، "المسؤولية الاجتماعية للصحافة (ط1)، (القاهرة: الدار المصرية للطباعة) ، عام 2003 م، ص (17)
8. ^{viii} – كريمان محمد صادق، المسؤولية الاجتماعية للعلاقات العامة في الوحدات الاقتصادية رسالة دكتوراه، جامعة القاهرة، كلية الإعلام: قسم العلاقات العامة)، عام 1989 م، ص (22).
9. ^{ix} – محمد حسام الدين، المسؤولية الاجتماعية للصحافة، ط1 ، (القاهرة: الدار المصرية للطباعة)، عام 2003 م، ص (18).
10. أحمد طلعت البشبيشي، "الاتصال الجماهيري والمجتمع المعاصر"، (القاهرة: دار المعرفة)، عام 2005 م، ص (83).
11. ^x _ توماس ماكفيل، الاعلام الدولي: النظريات، الاتجاهات، والملكية، ترجمة: حسني محمد نصر وعبد الله الكندي، (العين: دار الكتاب الجامعي)، عام 2005 م، ص (117).
12. ^{xi} – Mahmoud Eid and Stephen J. A. Ward, Ethics, New Media, and Social Networks, Global Media Journal, Canadian Edition, Volume 2, Issue 1, (2009), pp. 1-4 (2)
13. ^{xii} – زاهر راضي، " استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي"، مجلة: التربية، العدد (15)، (عمان: جامعة عمان الأهلية)، عام 2003 م، ص (23).
14. ^{xiii}– Kittiwongvivat, W. & Rakkannan P, Facebooking your dream, (Master Thesis), (2010), p. (20).
15. ^{xiv} –(Stenger T et Coutant A, 2011)
16. ^{xv} – راضي، عام 2012 م، مرجع سابق.
17. ^{xvi} – عبد العاطي أحمد الصياد، الإرهاب والعدوثة. ط1 (الرياض: مركز الدراسات والبحوث الأكاديمية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية)، عام 2002 م، ص (14).
18. ^{xvii} – وضاح زيتون، المعجم السياسي. ط1. (الأردن: دار أسامة - المشرق الثقافي)، عام 2006 م، ص (21).
19. ^{xviii} – عبد الوهاب الكيالي، الموسوعة السياسية. ج7. (بيروت: المؤسسة العربية للدراسات والنشر)، عام 1994 م، ص (153).
20. ^{xix}– Desforges, Alix, Cyberterrorisme: quel périmètre?", Fiche de l'Irsem n° 11, décembre, (2011), p.(3).

21. xx) – Denning, D. E, Cyber terrorism, **Global Dialogue**, Autumn, (2000), p. (1).
22. xxi) – أيسر محمد عطية، "دور الآليات الحديثة للحد من الجرائم المستحدثة وطرق مواجهته". محاضرة أقيمت بملتقى دولي بعنوان الجرائم المستحدثة في ظل المتغيرات والتحولت الإقليمية والدولية، أيام 02-04/ 09/2014 م، ص (9).
23. xxii) – عبد الرحمن عثمان، الإرهاب الإلكتروني، أنماطه وسبل مكافحته، أخبار مصر، عام 2016م. <https://www.egynews.net>
24. xxiii) – وفاق العياشي، مكافحة الإرهاب بين السياسة والقانون، (الجزائر: دار الخلدونية للنشر والتوزيع)، عام 2006 م، ص (31-37).
25. xxiv) – للتوسع والاستزادة يمكن الرجوع إلى:
26. مصطفى يوسف كافي وآخرون، الإعلام والإرهاب الإلكتروني. ط1. (الأردن: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع)، عام 2015 م، ص (151).
27. Weimann, Gabriel. **Cyber terrorism: How real is the threat? united states institute of peace**, special report, December, (2004), pp. (2-6).
28. xxv) – عبد الله بن عبد العزيز بن فهد العجلان، الإرهاب الإلكتروني في عصر المعلومات. بحث مقدم إلى المؤتمر الدولي الأول حول "حماية أمن المعلومات والخصوصية في قانون الإنترنت"، القاهرة في 2-4 جوان، عام 2008 م، ص (16-19).
29. xxvi) – إيهاب شوقي، الإرهاب الإلكتروني وجرائمه، عام 2015م،
<http://www.anntv.tv/new/showsubject.aspx?id=121062>
30. xxvii) – أيمن حسين، "الإرهاب الإلكتروني أخطر معارك حروب الفضاء": من الموقع: تم تصفحه يوم 13-02-2018 على الساعة 14:12 <http://alwatan.com/details/166324> تاريخ النشر: 2017/01/14 م.
31. xxviii) – حسني عوض، أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى فئات الشباب، تجربة مجلس شباب عمار أنموذجاً برنامج التنمية الاجتماعية والأسرية، جامعة القدس المفتوحة. 172 المجلة العربية الأوربية لعلوم الاعلام والاتصال- عدد خاص، عام 2012 م.
32. xxix) – بلال خلف السكارنة، أخلاقيات العمل، (ط1)، (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع)، عام 2009 م، ص (169).
33. xxx) – نورة الزعبي، المسؤولية الاجتماعية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، عام 2017 م.
34. <http://akhbar-alkhaleej.com/news/article/1085655>
35. xxxi) – المرجع السابق.
36. xxxii) – للتوسع والاستزادة يمكن الرجوع إلى:
37. هشام محمد فريد رستم، الجرائم المعلوماتية، أصول التحقيق الجنائي الفني واقتراح بإنشاء آلية عربية موحدة للتدريب التخصصي، بحث مقدم إلى مؤتمر القانون والكمبيوتر والإنترنت الذي نظمته كلية الشريعة والقانون بجامعة الإمارات العربية المتحدة عام 2000 م، ص (48-49).
38. نوران شفيق، أثر التهديدات الإلكترونية على العلاقات الدولية، (القاهرة: المكتب العربي للمعارف)، عام 2015 م، ص (108).

إيجابيات وسلبيات المحتوى الاعلامي الدولي الوافد عبر وسائل الاتصال على الشباب السعودي

د. إباء أحمد التجاني عمر عوض

استاذ مساعد - جامعة الملك عبد العزيز - كلية الاتصال والاعلام

مستخلص الدراسة:

تتنمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، باستخدام المنهج الكمي الذي استند على الإحصاءات والأرقام، للوصول إلى نتائج أكثر دقة. تم اختيار عينة الدراسة من مجتمع البحث بصورة عشوائية، من طالبات جامعة الملك عبد العزيز - كلية الاتصال والاعلام، وبلغ عدد أفراد العينة 80 طالبة تمثل حوالي 16% من مجتمع الدراسة، حيث تم توزيع الاستبانة للحصول على الاجابات، وكانت أهم النتائج أن ايجابيات المحتوى الاعلامي الوافد أكثر من سلبياته، وأن أفراد العينة يفضلون التعرض للمحتوى الاعلامي الوافد باللغة الانجليزية، وأهم الفروض " توجد علاقة ايجابية ذات دلالة إحصائية بين إدراك ايجابيات المحتوى الوافد على الشباب السعودي ودراسته للإعلام". وهناك علاقة ارتباط عكسي وذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية (0.05) بين إيجابيات المحتوى الوافد على الشباب السعودي وعمره. وأهم الحلول لتلافي سلبيات المحتوى الاعلامي الوافد، بناء الثقة بالإنتاج الاعلامي المحلي

Abstract

This study belongs to the descriptive studies, using a quantitative approach, which based on statistics and figures, to reach more accurate results. The sample of the study was randomly selected from the female students of King Abdul Aziz University – Faculty of Communication and media. The sample consisted of 80 female students representing 16% of the study population. The questionnaire was distributed to obtain the answers. The most important findings were that the positives of the international media content. The most important hypotheses are: "There is a positive relationship with statistical significance between understanding the positives of the content coming to the Saudi youth and their study of the media." There was a correlation between the positive and the statistical significance at the level of significance (0.05) between the positives of the content coming to the Saudi youth and their age. The most important solutions to avoid the negative content of the incoming media was to build confidence in local media production.

المقدمة:

يتمثل المحتوى الاعلامي الذي تنتجه مؤسسات الإنتاج الاعلامي الدولية في الرسائل، التي يتعرض لها الجمهور بما فيه الشباب عبر وسائل الاتصال حقيقة من الحقائق التي يفرضها واقع العصر الحالي على المجتمعات، إذ يتعرض الفرد لهذا المحتوى تلبيةً للاحتياجات الحياتية البسيطة والأكثر شمولاً تعقيداً، مثل الرغبة في الحصول على معلومات عن العالم الخارجي والتفاعل معه، واحتياجات أخرى، مثل التسلية والترفيه والترويج والاحتياجات التي تلبى عبر وظائف الاتصال للفرد والمجتمع.

تتركز المؤسسات الاعلامية المنتجة للمحتوى الاعلامي الذي يصل إلى جميع أنحاء العالم، في جزءٍ صغير من الدول الكبرى، وتسيطر هذه المؤسسات على تسويق هذه المنتجات في الدول الهامشية وشبه الهامشية التي تعتبر أسواق رابحة، ولها جمهورها الذي يتعرض لها، وذلك بغض النظر عن تباين الثقافات والعادات والتقاليد والأعراف التي تختلف باختلاف البيئات، ومن المؤسسات الاعلامية العالمية التي تتحكم في إنتاج وتوزيع الإنتاج الاعلامي، مؤسسات تنتمي الى الولايات المتحدة وبريطانيا وألمانيا وأستراليا وفرنسا وإيطاليا وبعض من الدول اللاتينية التي انضمت إلى المجموعة مؤخراً (1).

وتتعامل المؤسسات الاعلامية المنتجة للمواد الاعلامية الأمريكية مع هذه المنتجات باعتبارها سلع تباع وتشتري، من أجل المكاسب المادية، وليست باعتبارها خدمة تؤدي للجمهور المتباين والمتنوع، وهذا النشاط يشير إلى تكريس النزعة الرأسمالية التي تقودها الولايات المتحدة، وتتبعها بعض الدول، مما جعل حتى بعض الدول الكبرى تتخوف من سلبيات هذه المنتجات على الشباب والأطفال.

وسعت الدراسة إلى الوقوف على إيجابيات وسلبيات هذا المحتوى الوافد على السعودية، وبالتطبيق على الشباب السعودي، باعتبار أن فئة الشباب، تشكل النسبة الأكبر من التركيبة السكانية، إضافة إلى أن المجتمع السعودي يعد من المجتمعات العربية ذات الثقل والوزن في المنطقة العربية، بجانب أن هذه الدراسة تسعى إلى الوصول للحلول التي تسهم في حل السلبيات.

ويشتمل المحتوى الاعلامي الوافد من وسائل الاتصال الدولية الى المملكة العربية السعودية، على المواد الاعلامية المقروءة والمسموعة، إضافة إلى المسموعة المرئية، والاعلام الجديد، والبرامج بأنواعها والمسلسلات والافلام والسينمائية والموسيقى والتي تبث باللغات العالمية المختلفة.

أقسام البحث

تنقسم هذه الدراسة الى ثلاثة أجزاء، وهي الجزء الأول، ويمثل الدراسة المنهجية. أما الجزء الثاني، فيمثل الجانب النظري حول الدراسة وهذا الجزء يربط بين الجزئين الأول والثالث. والثالث، فهو الجانب التطبيقي، الذي يستند على الأداة البحثية وتحليل النتائج للوصول الى الاجابة على الأسئلة واثبات أو دحض الفروض، ووضع بعض التوصيات التي يوصي بها الباحث، بناء على النتائج والخاتمة.

أولاً: الجانب المنهجي:

أهمية الدراسة

إن المحتوى الإعلامي الذي نتجه المؤسسات الإعلامية الدولية، يتضمن الرسائل التي تقد الى الدول العربية، ويتعرض لها الجمهور بما فيه الشباب عبر وسائل الاتصال، حيث يمثل هذا المحتوى تحدٍ يفرضه واقع العصر الحالي على تلك المجتمعات، إذ يتعرض الفرد لهذا المحتوى تلبية لاحتياجاته الاتصالية عبر وظائف الاتصال المتعددة التي تليها له وسائل الاتصال الجماهيرية. (2)

تتمثل أهمية هذه الدراسة في الوقوف على إيجابيات وسلبيات هذا المحتوى الوافد على الدول العربية، وبالتطبيق على الشباب السعودي، باعتبار أن الشباب من الفئات الأكثر تأثراً به، حيث بلغت الشباب في المملكة العربية السعودية 70%، حسب مجموعة بوسطن الاستشارية. لذلك رأت الباحثة ضرورة دراسة الإيجابيات ومدى الاستفادة منها والوصول الى الحلول المناسبة للسلبيات. (3)

المشكلة البحثية

تكمن مشكلة الدراسة في أهمية التعرف على إيجابيات وسلبيات المحتوى الاعلامي الوافد للمؤسسات الإعلامية الدولية، الذي يتعرض له الشباب عبر وسائل الاتصال، حيث يمثل هذا المحتوى تحدٍ يفرضه واقع العصر الحالي على تلك المجتمعات، إذ يتعرض الفرد لهذا المحتوى ليلبي احتياجاته، وتظهر خلال هذا التعرض العديد من الايجابيات والسلبية، في حاجة إلى تحديد والاستفادة من الايجابيات وتلافي السلبيات، لذلك رأت الباحثة الاجراء هذا البحث من أجل ذلك.

الدراسات السابقة

الدراسة الأولى بعنوان:

(11 تأثيراً إيجابي وسلبي لوسائل الإعلام على المراهقين)

(11 Positive And Negative Influences Of Media On Teenagers)

أجراها: شانريتا شاكرفارتي Chhandita Chakavarty

تم نشرها في 6- يناير-2017م

المنهج المتبع: الوصفي

أهم النتائج

من ايجابيات وسائل الاعلام على المراهقين:

1- رفع الوعي لدى اليافعين

2- الاسهام في تطوير المهارات الاجتماعية

3- تسهم وسائل الاتصال في تطوير الابتكار

4- الاسهام في تهذيب المهارات الحركية

5- تطوير مهارات القراءة والكتابة لديهم

من سلبياتها

1- تغيير ملامح الافراد باستخدام فوتوشوب

2- جعل العنف أمر طبيعي

3- اكتساب سلوك جنسي غير مقبول

4- جعل كل شيء تجاري

5- السمنة

6- انخفاض التحصيل الدراسي

بعض التوصيات

1- التحقق من الموسيقى والأفلام والبرامج التلفزيونية والألعاب والمشاهير المحببة للطفل.

2- مناقشة إيجابيات وسلبيات وسائل الاعلام على نطاق الأسرة وتشجيع المراهقين على التعبير عن مشاعرهم حول مختلف البرامج ووسائل الإعلام.

3- مساعدة المراهقين في التفريق بين الواقع والخيال. (4)

الدراسة الثانية بعنوان:

استخدام الطلاب الإيجابي والسلبي ل وسائل التواصل الاجتماعي

Positive and Negative Use of Social Media by Students

أجرتها الباحثة: اوقنجينمي بولاجي Ogunjinmi Bolaji

تم نشر الدراسة في يونيو 2017م

المنهج المتبع: المنهج الوصفي

يجب على الطلاب استخدام جميع المنصات المتاحة على الإنترنت بشكل فعال ويجب أن يكونوا واعين من وسائل الاعلام الاجتماعية الآثار الإيجابية والسلبية. يجب أن تحاول قدر الإمكان لخلق التوازن حتى لا ينقل بعيدا أثناء التعلم. منصات وسائل الإعلام الاجتماعية المتاحة للطلاب تشمل الفيسبوك، الواتساب، جوجل بلس، بلوق، تويتر، اينستاجرام، يوتيوب وأكثر من ذلك بكثير.

ايجابيات وسائل التواصل الاجتماعي

1- المساعدة على التعلم عبر الانترنت

2- الحصول على المعلومات

3- الحصول على معرفة واسعة في مجالات الحياة

4- بناء العلاقات الاجتماعية

من السلبيات

1- اهدار الوقت

2- تسبب الإلهاء

3- تسبب المشكلات الاجتماعية

4- تقود إلى المشكلات الصحية

التوصيات

1- ويجب على جميع أصحاب المصلحة في مجال التعليم أن يهيئوا استخدام منصات التواصل الاجتماعي من خلال وضع سياسة تساعد على الحد من الجوانب السلبية لوسائل التواصل الاجتماعي.

2- يجب أن يكون الطلاب أيضا على استعداد للتعلم والاستماع في الصف.

3- يجب ألا يجعلوا المؤانسة أهم أولويتهم.

4- يجب على الطلاب متابعة الأداء العلمي الممتاز واكتساب المعرفة الكافية التي من شأنها مساعدتهم

في المستقبل عبر الانترنت. (5)

الدراسة الثالثة بعنوان:

محاسن ومساوئ مشاهدة التلفزيون

أجرتها روماننا وتم تحديثها في أكتوبر 2016

من محاسن مشاهدة التلفزيون

1- يعد التلفزيون مصدر سهل ورخيص من وسائل الترفيه.

2- الاطلاع على الأخبار الدولية، العاجلة في جميع أنحاء العالم.

3- تقديم البرامج التعليمية عبر القنوات يزيد معرفة المشاهد وتجعله أكثر وعياً بما حوله.

4- الوصول الى المعلومات

مساوئ مشاهدة التلفزيون

1- تصوير الجنس والجريمة والعنف على شاشات التلفزيون له آثار سلبية على الأطفال.

2- الأطفال الذين يرون أعمال العنف هم أكثر عرضة لعرض السلوك العدواني أو العنيف

3- التلفزيون يجعل مشاهد معاد للعلاقات الاجتماعية، مع مكان الأسرة والأصدقاء.

4- المشاهدة الكثيفة للتلفزيون تجعل المشاهد ضحل التفكير. (6)

الأسئلة البحثية

1- هل للمحتوى الاعلامي الوافد الذي تنتجه المؤسسات العالمية ايجابيات على الشباب السعودي؟



- 2- ماهي ايجابيات المحتوى الاعلامي الوافد التي عند تعرض الشباب السعودي لهذا المحتوى؟
- 3- هل للمحتوى الاعلامي الوافد الذي تنتجه الشركات العالمية سلبيات على الشباب السعودي؟
- 4- ماهي سلبيات المحتوى الاعلامي الوافد التي يتمتع بها الشباب السعودي عند تعرضه لهذا المحتوى؟

5- ما هي الحلول التي يمكن أن تقدم لتلافي هذه السلبيات؟

الفروض البحثية

- 1- توجد علاقة ايجابية ذات دلالة إحصائية بين ايجابيات المحتوى الوافد على الشباب السعودي وعمره.
- 2- توجد علاقة ايجابية ذات دلالة إحصائية بين إدراك ايجابيات المحتوى الوافد على الشباب السعودي ودراسته للإعلام.

نوع الدراسة ومنهجها

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تصف ايجابيات وسلبيات المحتوى الاعلامي الوافد على شباب المملكة العربية السعودية. ويمكن تعريف البحوث الوصفية بأنها (نوع من الدراسات التي تهدف إلى جمع المعلومات اللازمة لإعطاء وصف لأبعاد أو متغيرات الظاهرة المدروسة.....). ويستخدم المنهج الكمي لتحديد النسب المئوية وإيجابيات المحتوى الاعلامي الدولي الوافد وسلبيات. (7)

أدوات جمع البيانات

- أ- المصادر والمراجع، التي يمكن تصنيفها ضمن المؤلفات والمطبوعات والسجلات والتقارير والمذكرات.
- ب- تعد الاستبانة هي الأداة البحثية المستخدمة لقياس ايجابيات وسلبيات المحتوى الاعلامي الدولي الوافد على الشباب السعودي، إذ تم توزيع هذه الاستبانة على العينة المختارة من مجتمع الدراسة، خلال العام الدراسي (1438- 1439 هـ الموافق 2017- 2018م).

العينة الدراسة

وتشمل عينة الدراسة طالبات كلية الاتصال والاعلام بجامعة الملك عبد العزيز، وعدد أفراد العينة 80 طالبة والتي تم اختيارها بطريقة عشوائية، وهن الطالبات اللاتي قد درسن مادة الإعلام الدولي، خلال دراستهن الجامعة ولم يتخرجن بعد، باعتبار أنهم قد تعرفن على المحتوى الاعلامي الوافد.

التعريفات الاجرائية:

- أ- إيجابيات: حسب تعريف المعجم الوسيط، (إيجابي) هو اسم منسوب إلى إيجاب: عكسه سلبي: - مؤثّر / تصرف / حياد إيجابي .
- ب- سلبيات: (سلبي) هو اسم منسوب إلى الجانب السالب: عكسه ايجابي

ج- المحتوى الاعلامي الدولي الوافد: هو المحتوى الاعلامي الذي يقد إلى المملكة العربية السعودية عبر وسائل الإعلام الاجنبية، ويتعرض لها الجمهور من بينه الشباب
د- وسائل الاتصال: يقصد بها وسائل الاتصال الدولية التي تحمل المحتوى الوافد سواء كانت تقليدية أو حديثة عبر الانترنت.

هـ - الشباب: فئة الشباب المقصودة في هذا البحث، الذين تتراوح أعمارهم بين 18- 24 عاماً

الإطار الزمني:

هو المدى الزمني الذي تجرى خلاله الدراسة، وهو (ديسمبر 2017- يناير 2018م)

الإطار المكاني:

المكان الذي تجري فيه الدراسة، هو جامعة الملك عبد العزيز بجدة.

النظرية المناسبة للدراسة

أما النظرية التي تتناسب مع هذه الدراسة هي (نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام، والتي تعني باللغة الإنجليزية بمصطلح (dependency theory) ، وتستند فكرة هذه النظرية على أنها مجموعة من الأفكار التي تُشير إلى اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام بشكل مباشر، (ويمثل الجمهور في هذه الدراسة الشباب السعودي) بهدف الحصول على المعلومات عن موضوع بعينه. (8)

ثانياً: الجانب النظري

المقدمة:

للمحتوى الاعلامي الوافد العديد من الايجابيات والسلبيات، متناسياً المسافات ليصل إلى جمهور متعدد ومتباين، يعيش في بلاد تختلف بيئياً واجتماعياً وثقافياً، وهي المنطقة العربية، يمثل الشباب جزء من هذا الجمهور، والواقع أن تحديد التغير التأثير الثقافي والحضاري لدى الجمهور الذي يعيش في الدول النامية، والذي تحدثه وسائل الإعلام الأجنبية الوافدة بالنسبة للفكر، مهمة صعبة لدى الباحثين والمهتمين بمجال الاتصال، لكن يجتهد العديد منهم للوصول إلى فواصل زمنية محددة تفصل مرحلة تطور ما عن التي تليها.

فالتنشئة داخل والأسرة والمؤسسات التعليمية والدينية والاجتماعية، تمثل في الواقع المؤثرات الثقافية التي تشكل شخصية الفرد. ولا شك أن هذا التكوين الثقافي للأفراد يرتبط بكل هذه المكونات وشخصياتهم وثقافتهم. كما أن مقدار ثبات هذا التكوين الثقافي واستقراره في شخصية الفرد، يصبح عاملاً مؤثراً في تأثير الفرد بالرسائل الإعلامية إيجاباً أو سلباً.

إن تكوين الأفراد وبنائهم الذاتي المتمثل في ومكونات ثقافتهم في شخصياتهم، عامل مهم يؤثرهم بالمحتوى الاعلامي الوافد من الثقافة التي تختلف عن ثقافتهم. وترتفع نسبة تأثير لدى ضعاف التكوين

من الأميين والأطفال، والمراهقين، ومحدودي الثقافة الأصلية لمجتمعهم، مما يجعلهم أكثر عرضة لمجالات الغزو الثقافي عبر وسائل الإعلام.

أ- المؤسسات العالمية المنتجة للمحتوى الاعلامي:

رغم أن الولايات المتحدة الأمريكية تسيطر على معظم إنتاج المحتوى الاعلامي العالمي، إلا أن الإنتاج غير الأمريكي أصبح يشكل منافساً له، تنتج بعض المجموعات الإعلامية وهي مجموعات سوني Sony وبييرتلزمان Bertelsmann وفيفندي Vivendi ويونفيرسال Universal. وتجد المؤسسات الاعلامية الأمريكية طريقها نحو التوسع عبر شركاء إقليميين، بجانب مشروعات عالمية مشتركة أو بشراء أسهم بعض شركات الإنتاج الاعلامي. وتتحكم كل من أمريكا اونلاين تايم وارنر وديزني Disney وفياكم Viacom وجنرال الكتريك General Electric، في وسائل الاعلام الأمريكية الرئيسية، التي تمد الأسواق ذات الصلة بها بالإنتاج الاعلامي. (9)

وتجدر الإشارة إلى مؤسسات إعلامية خارج نطاق الولايات المتحدة الأمريكية وتنتج محتوى إعلامياً، يفد إلى دول الخليج من بينها المملكة العربية السعودية، مجموعة بي سكاى بي British Sky Broadcasting Group، البريطانية التي تعد الموزع الرئيس لخدمات التلفزيون المدفوع في بريطانيا وماترا هاشيت الفرنسية التي تهتم بالأنشطة الإعلامية المتنوعة منها نشر الكتب والمجلات والإعلان ومواقع الانترنت للترويج لمجالاتها.

كما أنشئت مجموعة قناة بلاس الفرنسية Canal Plus، لتصبح أول مجموعة التلفزيون مدفوع الأجر على نطاق أوروبا، وتولي اهتماماً كبيراً للرياضة وتمتلك نادي باريس سان جيرمان، وتهتم أيضاً ببث سباق السيارات، تعد مكتبة قناة بلاس للوسائط المتعددة ثاني أكبر مشروع من نوعه على مستوى أوروبا. وتصنف قناة بلاس نفسها البديل الأوروبي لسينما هوليوود الأمريكية.

أما شركة بيرسون، فمقرها المملكة المتحدة، وهي واحدة من شركات الإنتاج الاعلامي الدولية ولها أنشطة متعددة منها إصدار صحيفة Financial Times التي تنافس صحيفة The Wall Street Journal الأمريكية، بالتركيز على أخبار المال والأعمال، بجانب إنتاجها للبرامج التلفزيونية ونشر المراجع والكتب التعليمية عبر عدد من دور النشر، فضلاً عن نشر الكتب عبر شبكة الويب في مواقع مخصصة لذلك. (10)

وتسيطر مجموعة ميديا ست على أكبر ثلاث قنوات تلفزيونية إيطالية، والتي يملك النصيب الأكبر منها سلفيو بيرلسكوني السياسي ورئيس الوزراء الايطالي الأسبق الذي رأس نادي AC Milan لكرة القدم، ويصل إرسال القنوات التلفزيونية الإيطالية إلى المشاهدين الناطقين باللغة الإيطالية، منها المستعمرات

الإيطالية السابقة، عبر الكابيل والأقمار الاصطناعية، بجانب امتلاكها لشبكة تلفزيونية مدفوعة الأجر ووكالة الإعلان تعد الأولى في إيطاليا.

توجد مؤسسات إعلامية دولية ذات ثقل ويصل إنتاجها للدول العربية منها على سبيل المثال، هيئة الإذاعة البريطانية British Broadcasting Corporation BBC وشبكة الأخبار عبر الكابيل Cable News Network CNN و راديو صوت أمريكا Voice of America VOA، وتبث بلغات منها العربية مستهدفة جمهوراً ناطقاً باللغة العربية، فضلاً عن مجموعة News Corporation الاسترالية والشبكة التلفزيونية الكندية، وعدد من المؤسسات الآسيوية، ويصل إنتاجها للدول العربية.

ب- المحتوى الاعلامي الوافد إلى الدول العربية

ويتمثل المحتوى الاعلامي الوافد إلى الدول العربية -والمملكة العربية السعودية واحدة منها- في الآتي:

1- المحتوى المطبوع ويشمل الصحف والمجلات والكتب الورقية بأنواعها التي تطبع وتوزع بواسطة دور النشر والتوزيع لتصل للقراء، بجانب مواقع الانترنت المخصصة لبث هذه المطبوعات لتصبح مطبوعات إلكترونية.

2- المحتوى الإخباري يتمثل في الأخبار والتعليق والتحليل وجميع الفنون التحريرية، وتقدم عبر وسائل الإعلام الدولية بصفة مباشرة ووكالات الأنباء العالمية التي تمد هذه الوسائل بالمحتوى الإخباري.

3- المحتوى الدرامي بأنواعه، والذي يصل عبر الوسائل المسموعة المرئية والمسموعة، والذي تنتجه المؤسسات الاعلامية الدولية وتوزعه على الوسائل المختلفة.

4- المحتوى السينمائي والذي ينتج في الولايات المتحدة وبعض الدول الأوروبية، والتي تقوم بتوزيعه للدول بصفة مباشرة، أو عبر اتفاقيات مع دور العرض حسب الاتفاق المبرم بينها الدور، الانترنت وتطبيقاتها. (11)

5- المحتوى الدرامي من مسلسلات تنتجها الشركات الكبرى وتوزعها على الشبكات التلفزيونية وقنواتها، لتصل للمشاهد داخل وخارج حدود الدولة المنتجة، أو عبر بيعها لوسائل إعلام محلية منها العربية، أو تصل عبر تطبيقات الانترنت منها اليوتيوب.

6- المحتوى الوثائقي ويشتمل على الأفلام الوثائقية والتي تهتم ببثها العديد من الشبكات، منها شبكة تلفزيون السكان الأصليين في كندا.

7- المحتوى الموسيقي تقوم بعض القنوات التلفزيونية مثل تلفزيون الموسيقى Music TV MTV الأمريكية وبعض المؤسسات بإنتاج تسجيلات موسيقية للمطربين والفرق الغنائية، وتوزيعها إما لوسائل الإعلام، أو يتم توزيعها عبر الأقراص المدمجة، وكانت توزع في أسرطة الكاسيت التي تعتبر سوني أول منتج لها في العالم، أو عبر أسرطة الفيديو ويتم توزيعها عبر المتاجر

المخصصة لذلك في جميع أنحاء العالم. ويصل الإنتاج الموسيقي إلى الدول العربية أيضاً منها المملكة العربية السعودية.

8- محتوى التسلية، لتحقيق الوصول إلى الجمهور العالمي عبر الراديو والتلفزيون وأنظمة الكابيل والانترنت، وسعت ديزني نشاطها بافتتاح مدن التسلية في الولايات المتحدة في كل من فلوريدا وكاليفورنيا، في كل من فرنسا وطوكيو وهونج كونج وسنغافورة، مما حقق لها الانتشار بعرض الشخصيات التقليدية لديزني والأنشطة المتنوعة التي تقدمها المتاجر والمطاعم والفنادق والمسارح ودور العرض التي جلب لها عائدات مالية كبيرة.

9- المحتوى المقدم للأطفال، يشتمل على أفلام الرسوم المتحركة التي تجسد شخصيات ميكي ماوس وغيرها من الشخصيات المحببة للأطفال، بجانب الأفلام السينمائية التي اشتهرت بها مجموعة ديزني، التي توزع عبر شبكات التلفزيون بجانب برامج الراديو والتلفزيون المعدة للأطفال. وتنتشر كتب وروايات ومجلات الأطفال، والتي يجد الوطن العربي نصيب منها.

10- المحتوى الرياضي، يتم نشر المحتوى الرياضي عبر وسائل الإعلام المختلفة منها الصحافة المتخصصة في مجال الرياضة، وأصبحت في الولايات المتحدة مجلات متخصصة لكل نوع من أنواع الرياضة، كما تم إنشاء مجلات مخصصة لرياضة الرجال وأخرى للنساء، كما تم إنشاء محطات للراديو وقنوات تلفزيونية لهذا الشأن، كما تم عقد شراكات بين وسائل الإعلام والأندية الرياضية معظمها أندية كرة القدم التي تعتبر اللعبة الرياضية الأكثر شعبية في العالم، بجانب ربط المشاهد التلفزيوني بالحركة الأولمبية العالمية، ويصل هذا المحتوى للدول العربية، عبر الوسائل التقليدية والانترنت.

وتقدم بعض المؤسسات الاعلامية الأمريكية خدمات إعلامية مصممة للجمهور الأوروبي والآسيوي ومناطق أخرى من العالم من بينها CNN، كما تعمل مجموعة تايم وارنر الأمريكية في قطاعات وهي أنظمة التلفزيون السلكي (الكابيل) والنشر والأفلام والموسيقى والراديو والتلفزيون والانترنت. (12) وأصبحت مجموعة أمريكا اون لاين المجموعة القائدة في أنشطة الانترنت والخدمات التجارية في هذا المجال ولها مجموعات تعمل في مجال الخدمات التفاعلية وهي تقوم بالتزويد بخدمة الانترنت، والممتلكات التفاعلية التي تمتلك المدينة الرقمية وبرنامج التراسل الفوري وللمجموعة نشاط للتزويد بخدمة الانترنت في العديد من دول العالم، بجانب منتجات تشمل برامج الحاسوب وخدمات الدعم الفني وخدمات الاستشارات والتدريب، وللدول العربية نصيب من هذه الأنشطة الاعلامية عبر وسائل الاعلام.

ج- ايجابيات وسلبيات المحتوى الاعلامي الدولي الوافد

أولاً: إيجابيات الاعلام الدولي. للإعلام الدولي ايجابيات

عديدة، منها الآتي:

- 1- تحقيق التقارب الدولي: عززت وسائل الإعلام الدولي، الاتصال الدولي، لأنها ألغت المسافات بين الدول والجمهور، وخاصة عند انتشار استخدام القنوات الفضائية، والبث الرقمي والسلكي (الكابيلي) وشبكة الانترنت وتطبيقاتها في مجال الاتصال وربط الجمهور المحلي بالوسيلة المفضلة لديه.
- 2- مراقبة البيئة الدولية: أتاح هذا النمط من الاتصال الفرصة للجمهور الدولي لمراقبة البيئة، للتعرف على الجوانب التي تؤثر في الأمن الدولي، أو القيمة الموروثة لدى مجتمع محدد، حيث إن عدد من العلماء تبنا قضية مراقبة البيئة، من بينهم شارلس رايت (C Wright) ودان كويل ((D Quail، الذي ذكرها في مؤلفه (نظريات الاتصال الجماهيري (13)
- 3- تعزيز الصالح العام: ويستفاد من ذلك في نقل وتبادل المعلومات والأخبار التي تفيد متخذي القرار في أداء عملهم، ويستفيد المجتمع الدولي من هذا النوع من الاتصال في مجالات شتى منها الجوانب الفكرية والأدبية والجوانب العلمية والفكرية.
- 4- نقل الميراث الثقافي: وهو يسهم في نقل الميراث الثقافي من جيل إلى آخر، ومن شعب إلى آخر، وهذا ما يؤكد الحفاظ على التراث الثقافي الذي وصل للأجيال في العصر الحديث، وقد تم حفظ التراث على ألواح طينية والورق وأجهزة حفظ التراث في العصر الحديث منها الحاسوب والانترنت.
- 5- الاعلان عن للمنتجات، وهو ما يمكن أن يزيد الطلب على المنتجات المعروضة، وبالتالي يرفع مبيعاتها، لذلك تُعتبر وسائل الإعلام المختلفة طرقاً جذابة لعرض المنتجات المختلفة، لأنها قادرة على الوصول للمستهلكين، وإثارة فضولهم لاستخدام المنتجات المعروضة.

ثانياً: سلبيات الاعلام الدولي، للإعلام الدولي سلبيات

كثيرة، منها الآتي:

- 1- تكريس الامبريالية في مجال الاتصال، وهذا يعني فرض نفوذ وسائل الاعلام الغربية على دول العالم الثالث، والتي لخصها باريت في عنصرين، وهما
أ- تدفق المعلومات من الدول الكبيرة المسيطرة على الاتصال منها الولايات المتحدة وبريطانيا وفرنسا وألمانيا، والاتحاد السوفيتي السابق (كان عبر وسائل الاتصال الكبرى ووكالة أنباء تاس)
ب- التدفق المعلوماتي من اتجاه واحد، نحو الدول الفقيرة التي لا تستطيع مجابهة هذا التدفق لأنها لا تملك المال والأجهزة التي تعمل على ذلك.

2- الترتيبات الصناعية التي وضعتها الدول المتقدمة، وهي انتاج محتوى اعلامي يسوق في الدول الفقيرة، حيث أن هذه الدول تعد سوق رائجة للمحتوى الاعلامي الغربي لأن الدول الفقيرة لا تنتج محتوى منافس لهذا المحتوى.

3- الممارسة القيمية، يهتم هذا الجانب بمعايير سلوكية تضعها الدول المنتجة للمحتوى الاعلامي وترسلها إلى جمهور تختلف قيمه، مما يتعارض مع قيم المجتمع المتلقي لهذا المحتوى.

4- المحتوى الاعلامي ورواج السوق: من أبرز صور الامبريالية، تحكم الدول المتقدمة في سوق انتاج هذا المحتوى الذي يصل إلى الدول النامية، والملكية الأجنبية في وسائل الاعلام المحلية، وفرض الرؤى الامبريالية في القيم المحلية، بجانب الامبريالية الثقافية والاستعمار الالكتروني

5- الاغتراب الثقافي، ويسمى التغريب ويغني جعل الجمهور يتصرف وكأنه غربي المنشأ، مما يتعرض من العادات والتقاليد والسلوك والدين وطريقة الملابس والعادات الغذائية والتحدث باللغة التي يأتي بها المحتوى الاعلامي الدولي. (14)

د- مواجهة سلبيات المحتوى الاعلامي الدولي:

يرى بعض القائمين على أمر الإعلام في الدول العربية، إن مواجهة المحتوى الاعلامي الدولي الوافد لا يتمثل في حجب استقبال هذا المحتوى أو التشويش على محطات الراديو أو قنوات التلفزيون أو مصادرة الصحف أو حجب المحتوى الذي يأتي عبر الانترنت عن الجمهور، بل عبر خطوات، وهي:

1- تقوية الإعلام القومي للدول المستقبلية للمحتوى الدولي الوافد بإنتاج محتوى محلي أو إقليمي ينافس المحتوى الدولي وجديرة باحترام المشاهد ومقنعة له. (15)

2- التحصين من سلبيات المحتوى الاعلامي الدولي الوافد، ويمكن تحقيقه بتضافر الجهود في كل المؤسسات التربوية للأطفال والشباب، بجانب استشعار التمسك بالدين الإسلامي وتعميق الإيمان لدى الجمهور المستقبل لهذا المحتوى.

3- تفعيل التربية الاعلامية في الدول العربية، يسهم في الحد من سلبيات المحتوى الاعلامي الوافد، في عدد من الخطوات منها: -

أ- تشجيع اختيار المحتوى الاعلامي الوافد المناسب للتعرض لأفراد الأسرة، سواء كان تقليدياً أو حديثاً.

ب- التعرض للمحتوى الاعلامي الوافد المشترك Co-Viewing ومناقشته مع الأطفال والمراهقين.

ج- تحديد الوقت الذي يقضيه الطفل في التعرض للمحتوى الاعلامي الوافد.

د- تقديم نماذج للاختيار السليم للمحتوى الاعلامي.

هـ- التأكيد على ضرورة ممارسة الأنشطة البديلة للأطفال والمراهقين

و- تشكيل بيئة حرة للوسائل الالكترونية لتعميم الفائدة للأطفال.

ز- عدم جعل الإعلام الدولي الوافد، جليس للأطفال. (16)

ثالثاً: الجانب التطبيقي

تحليل بيانات الدراسة الميدانية

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على إيجابيات وسلبيات المحتوى الإعلامي الدولي الوافد، الذي تنتجه مؤسسات الإنتاج الإعلامي الدولي على الشباب السعودي بالتطبيق على عينة من طالبات الإعلام بجامعة الملك عبد العزيز، كلية الاتصال والإعلام. وتم اختيار عينة عشوائية بسيطة (convenient Sample) ممثلة لمجتمع الدراسة، وتم الحصول على استجابات من عدد (80) طالبة. ولتحليل بيانات الدراسة تحليلاً علمياً يحقق أهدافها ويجيب عن تساؤلاتها ويختبر فرضياتها، تم ادخال ومعالجة بيانات الدراسة باستخدام برنامج التحليل الإحصائي (SPSS)، حيث تم استخدام الأساليب الإحصائية التي تتمثل في أساليب الإحصاء الوصفي والاستدلالي، حيث شملت الأساليب الوصفية التكرارات والنسب المئوية، وذلك لتوصيف عينة البحث وفقاً لخصائصها الديمغرافية. وتم استخدام الأساليب الإحصائية الاستدلالية لاختبار فرضيات الدراسة، تمثلت في اختبار مربع كاي (-Chi Square test).

أ- عرض النتائج

فيما يلي تتناول الباحثة تحليل وتفسير بيانات الدراسة:

1- يتضح من المؤشرات أن غالبية الطالبات عينة الدراسة الحالية وبنسبة 65.0% تراوحت أعمارهن ما بين (18-21) سنة، بينما هناك 35.0% من الطالبات تراوحت أعمارهن ما بين (22-24) سنة.
2- يتضح من النتائج، أن 40.0% من طالبات الإعلام المشاركات في الدراسة الحالية يوافقن أنهم تعرضن للمحتوى الإعلامي الوافد من وسائل الاتصال الدولية، بينما نصف أفراد العينة (50%) يعتقدون أنهم تعرضن للمحتوى الإعلامي الدولي أحياناً، بينما هناك نسبة 10.0% لم يتعرض للمحتوى الإعلامي الدولي.

ونستنتج من المؤشرات السابقة أن هناك نسبة مقدرة من أفراد العينة من الشباب السعودي يتعرض للمحتوى الإعلامي الوافد من خلال وسائل الاتصال الدولية، وبالتالي يتوقع أن يكون هناك تأثير لهذا الإعلام الوافد على الشباب السعودي.

3- أظهرت النتائج أن من أبرز الأسباب التي تجعل الشباب السعودي يتعرض للمحتوى الإعلامي الوافد من وسائل الاتصال الدولية، تمثل في الحصول على المعلومات، حيث أن 50.0% من أفراد العينة، بينما تمثل السبب الثاني في الإلمام بتفاصيل حياة شعوب الدول المتقدمة، بنسبة 30.0% من أفراد عينة الدراسة، وفي حين تمثل السبب الثالث في الرغبة في ملء أوقات الفراغ، حيث بلغت النسبة 18.8%،



ويلي ذلك في المرتبة الرابعة البحث عن المتعة، بنسبة 16.3% من أفراد العينة، بينما السبب الخامس لتعرض الشباب للمحتوى الإعلامي الدولي هو كسر الملل بنسبة 15.0%، بينما هناك 1.3% فقط يرون أنهم يتعرضون للمحتوى الإعلامي الدولي من أجل تعلم اللغات والثقافات الأجنبية .

ويمكن استنتاج مما سبق أن من أهم الأسباب التي تجعل الشباب السعودي يتعرض للمحتوى الإعلامي الوافد من وسائل الاتصال الدولية تمثلت في الحصول على المعلومات، الإلمام بتفاصيل حياة شعوب الدول المتقدمة، وملء أوقات الفراغ والبحث عن المتعة. وبالتالي ترى الباحثة أنه على الرغم من جوهرية السبب الأول والثاني اللذان يتمثلان في الحصول على المعلومات وتفاصيل حياة شعوب الدول المتقدمة، إلا أن ملء أوقات الفراغ والبحث عن المتعة تعد أسبابا لا تتفق مع الثقافة الإسلامية للشعوب العربية، مما يبين أن هناك مؤشرات سلبية يكتسبها الشباب من خلال التعرض للمحتوى الإعلامي الدولي الوافد.

4- بينت النتائج أن الوسائل التي يتعرض لها الشباب السعودي للتعرف على المحتوى الإعلامي الوافد من مؤسسات الإنتاج الإعلامي الدولي، حيث يتضح أن أهم تلك الوسائل هي مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 53.8%، ويليهما في المرتبة الثانية مواقع الصحف الإلكترونية بنسبة 22.5%، يلي ذلك في المرتبة الثالثة التلفزيون بنسبة 20.0%، بينما نالت كلا من الصحف الورقية والراديو نسب أقل تراوحت ما بين 2.5% إلى 1.3%.

ويمكن استنتاج من المؤشرات السابقة، أن غالبية أفراد العينة يتعرضون للمحتوى الإعلامي الوافد من مؤسسات الإنتاج الإعلامي الدولي من خلال الإنترنت، أي بشكل رئيس من خلال مواقع التواصل الاجتماعي ومواقع الصحف الإلكترونية، ومن خلال التلفزيون باعتبار أنه شاشته مرئية. وبالتالي فإن ذلك يعكس مدى التأثير الذي يقع على الشباب العربي سواء أكان ذلك تأثيراً إيجابياً أو سلبياً.

5- كشفت النتائج، أن الغالبية الساحقة من أفراد العينة بنسبة (93.7%)، يفضلون وسائل الإعلام عبر الإنترنت عند التعرض للمحتوى الإعلامي الوافد، بينما هناك 6.3% يفضلون وسائل الإعلام التقليدية مثل الراديو والتلفزيون والصحف الورقية.

ويمكن الاستنتاج من المؤشرات السابقة أن غالبية الشباب السعودي يفضل وسائل الإعلام الحديثة أي تلك التي تعرض محتوياتها عبر شبكة الإنترنت، وبالتالي فإن هذه النتيجة تدعم ما تم التوصل إليه سابقاً أن من أهم الوسائل التي يتعرض الشباب السعودي للمحتوى الإعلامي الوافد من مؤسسات الإنتاج الإعلامي الدولي تمثلت في مواقع التواصل الاجتماعي، ومواقع الصحف الإلكترونية.

6- كشفت النتائج أن تطبيقات الإنترنت الأكثر استخداماً التي يتعرض من خلالها الشباب السعودي للمحتوى الإعلامي الوافد من شركات الإنتاج الإعلامي الدولي، حيث يتضح أن أهم تطبيقات الإنترنت الأكثر استخداماً هي تويتر بنسبة استخدام بلغت 57.5%، يلي ذلك في المرتبة الثانية يوتيوب بنسبة

16.3%، ويأتي ذلك في المرتبة الثالثة واتسبب بنسبة 12.5%، بينما حازت كلا من فيس بوك، سناب شات وانستجرام على نسبة 3.8% لكل، في حين أن فليكر وتمبلر قد نالت نسبة 1.3% فقط. ويستنتج مما النتائج السابقة، أن من أهم تطبيقات الإنترنت الأكثر استخداماً من جانب الشباب السعودي للتعرض للمحتوى الإعلامي الوافد، تمثلت في تويتر، وفي المرتبة الثانية يوتيوب، وفي المرتبة الثالثة واتسبب.

7- بينت النتائج أن اللغات التي يفضل الشباب السعودي أن يعرض بها المحتوى الإعلامي الوافد من الدول المركزية، أن 53.8% من الشباب السعودي يفضلون اللغة الإنجليزية، بينما، هناك نسبة مقدره من الشباب يفضلون عرض هذا المحتوى باللغة العربية. من المؤشرات السابقة، أنه على الرغم من أن غالبية الشباب يفضلون أن يعرض المحتوى الإعلامي باللغة الإنجليزية، إلا أن للكثير منهم يرغبون عرضه باللغة العربية.

8- كشفت النتائج، أن 11.3% من أفراد العينة يوافقون أن إيجابيات المحتوى الإعلامي الوافد أكثر من سلبياته على الشباب السعودي، بينما 41.3% من أفراد العينة يوافقون على ذلك، في حين أن 21.3% من أفراد العينة لا علم لهم بذلك، بينما هناك 21.3% لا يوافقون أن إيجابيات المحتوى الإعلامي الوافد أكثر من سلبياته على الشباب السعودي، كما أن هناك 5.0% لا يوافقون مطلقاً على ذلك.

وبالتالي نستنتج من المؤشرات السابقة أن على الرغم من أن أكثر من نصف أفراد العينة (52.6%) يدعمون أن إيجابيات المحتوى الإعلامي الوافد أكثر من سلبياته، إلا أن هناك مؤشرات تبين وجود اختلاف جوهري بين آراء العينة حول إيجابيات المحتوى الإعلامي الوافد، ويدعم ذلك قيمة المتوسط الحسابي المرجح لاستجابات العينة حيث بلغت (3.33) وانحراف معياري قدره (1.09). ويعزز وجود اختلاف جوهري بين آراء العينة حول أن إيجابيات المحتوى الإعلامي الوافد أكثر من سلبياته قيمة اختبار كا²، حيث بلغت (30.25) وهي دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.01).

9- بينت النتائج، أن إيجابيات المحتوى الوافد الذي تنتجه شركات الإنتاج الإعلامي الدولي التي يتمتع بها الشباب السعودي عند تعرضه لهذا المحتوى، حيث يتبين من المؤشرات أن 61.3% من أفراد العينة يعتقدون أن من أهم إيجابيات المحتوى الوافد تتمثل في الإلمام بالأخبار العالمية، ويأتي ذلك في المرتبة الثانية الاستفادة من المحتوى العلمي بنسبة 16.2%، بينما في المرتبة الثالثة بنسبة 11.2% جاء التعرض للمحتوى الوثائقي، وفي المرتبة الرابعة جاء الاستفادة من نظم اللغات وأخيراً الإلمام بالأدب العالمي حاز المرتبة الأخيرة.



وبالتالي يمكن استنتاج من المؤشرات السابقة أن من أهم إيجابيات المحتوى الوافد التي يتمتع بها الشباب السعودي عند تعرضه لهذا المحتوى من وجهة نظر طالبات الإعلام تمثلت في، الإلمام بالأخبار العالمية، حيث احتل المرتبة الأولى ويليه في المرتبة الثانية الاستفادة من المحتوى العلمي.

10- كشفت النتائج، أن 11.2% من أفراد العينة يوافقن بشدة أن هناك سلبيات للمحتوى الإعلامي الوافد الذي تنتجه الشركات العالمية على الشباب السعودي، بينما 32.5% يوافقن على ذلك، في حين أن 16.3% منهم لا علم لهم بذلك، بينما هناك 32.5% لا يوافقن أن هناك سلبيات للمحتوى الإعلامي الوافد على الشباب السعودي، كما أن هناك 7.5% لا يوافقن مطلقاً على ذلك.

وبالتالي فإن المؤشرات أعلاه تعكس تبايناً بين طالبات الإعلام بجامعة الملك عبد العزيز بشأن سلبيات المحتوى الإعلامي الذي تنتجه الشركات العالمية على الشباب السعودي، ويدعم هذا التباين في الرأي قيمة المتوسط الحسابي المرجح حيث بلغت (3.08) وانحراف معياري قدره (1.19). كما يدعم وجود هذا التباين قيمة اختبار كا²، حيث بلغت (22.38) وهي دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية (0.01).

11- بينت النتائج، أن سلبيات التعرض للمحتوى من وجهة نظر أفراد العينة، يعتقدن بنسبة 45.0% أن أهم سلبيات التعرض للمحتوى الوافد تتمثل في تبني ثقافات مغايرة للثقافات المحلية، بينما أشارت 33.8% منهم أن من السلبيات تتمثل في تغيير العادات والتقاليد، في حين ترى 8.7% منهم أن من السلبيات، إحلال لغات وافدة محل اللغة العربية، بينما هناك 7.5% من المشاركات يعتقدن أن من السلبيات تعلم العنف، في حين أشارت النتائج إلى أن هناك 5.0% يعتقدن أن من سلبيات التعرض للمحتوى الوافد تعلم الجنس.

وبالتالي نستنتج من المؤشرات السابقة أن من أبرز سلبيات التعرض للمحتوى الإعلامي الوافد من المؤسسات الاعلامية العالمية على الشباب السعودي تتمثل في تبني ثقافات مغايرة للثقافات المحلية، وتغيير العادات والتقاليد المحلية.

12- يتضح من النتائج، أن قيمة المتوسط الحسابي المرجح بلغت (2.81) وانحراف معياري (0.22)، وبالتالي نستنتج من ذلك أن غالبية الحلول المقترحة تعتبر حلول واقعية يمكن تبنيها من أجل الحد من سلبيات المحتوى الإعلامي الوافد على الشباب السعودي.

13- كشفت النتائج، أن من أهم الحلول المقترحة لتلافي سلبيات المحتوى الإعلامي الوافد تتمثل في الاهتمام بإنتاج محتوى إعلامي يجذب الشباب شكلاً ومضموناً، ويعزز ذلك قيمة المتوسط الحسابي حيث بلغت (2.94) وانحراف معياري قدره (0.24). وهذا يتطلب إتاحة الفرصة للمختصين في مجال الإعلام للمشاركة في صناعة هذا الإنتاج الإعلامي الجاذب والذي يعتمد على الإرث الحضاري لأمة الإسلام



وذلك من خلال الوسطية منهجاً والارتكاز على الموروث الثقافي من خلال الاعتماد على النهضة الحضارية في علوم التقنية والاتصال في الإخراج لتلبية حاجة الشباب.

14- كما بينت المؤشرات أن الحل الثاني لتلافي سلبيات المحتوى الإعلامي الوافد والحد من أثره السلبي على الشباب السعودي هو " أهمية تدريس التربية الإعلامية في المدارس " و " تفعيل دور الأسرة في تربية الأبناء " حيث حاز هذان المقترجان على المترتبة الثانية من بين الحلول المقترحة لمعالجة سلبيات المحتوى الإعلامي الوافد، ويدعم ذلك قيمة المتوسط الحسابي حيث بلغت (2.93) وانحراف معياري (0.27).

كما أوضحت النتائج أن أحد الحلول التي تسهم في الحد من الآثار السلبية للمحتوى الإعلامي الوافد من المحتوى الإعلامي لشركات الإنتاج الإعلامي الدولي، على الشباب السعودي يتمثل في " تعليم الأجيال الناشئة التفريق بين ما هو مناسب وغير مناسب من المحتوى الوافد " حيث نال هذا الحل كأحد الحلول المقترحة على المرتبة الرابعة، حيث وافق على ذلك أفراد العينة بدرجة عالية، ويدعم ذلك قيمة المتوسط الحسابي المرجح (2.90) وانحراف معياري (0.30). ويمكن تحقيق هذا الخيار من خلال رفع ثقافة الأجيال الناشئة من خلال تدريس المنهج الإعلامي في المدارس قبل المستوى الجامعي.

كما أشارت النتائج أن من بين أهم الحلول المقترحة لمعالجة الآثار السالبة للمحتوى الإعلامي الذي تنتجه مؤسسات الإعلام الدولية يتمثل في كل من: أهمية توظيف خريجي الإعلام في المؤسسات الإعلامية لتطبيق ما درسوا من فنون وعلوم إعلامية حيث نال هذا المقترح المرتبة الخامسة بين الحلول المقترحة لتلافي آثار المحتوى الإعلامي السلبي الذي يؤثر على الشباب السعودي، ويدعم ذلك قيمة المتوسط الحسابي لاستجابات أفراد العينة حيث بلغت (2.86) وانحراف معياري قدره (0.41). ويتفق هذا المقترح مع الحرص على توظيف خريجي الإعلام في المؤسسات الإعلامية سوف يعطي الفرصة للمحترفين لتقديم إنتاجاً إعلامياً ناضجاً مبني على العلم والفنون الإعلامية الرصينة.

كما بينت النتائج أن من بين المقترحات التي تدعم إيجاد الحلول لقضية المحتوى الإعلامي الوافد يتمثل في " أهمية التدريب المستمر للعاملين في المؤسسات الإعلامية لتحقيق جودة المنتج الإعلامي " حيث حاز هذا المقترح على المرتبة السادسة من بين العوامل التي تسهم في الحد من آثار المحتوى الإعلامي الوافد، حيث وافق على ذلك أفراد العينة بدرجة عالية، ويدعم ذلك قيمة المتوسط الحسابي حيث بلغت (2.86) وانحراف معياري (0.35).

وأشارت النتائج أن من بين المقترحات التي تسهم في إيجاد الحلول لتأثيرات المحتوى الإعلامي الوافد على الشباب السعودي يتمثل في " بناء الثقة بالمحتوى الإعلامي المحلي الذي يتناسب مع ثقافة الشباب " حيث نال هذا الخيار، وهو واحد من الحلول على المرتبة السابعة ويدعم ذلك قيمة المتوسط الحسابي



لاستجابات أفراد العينة من طالبات الإعلام المشاركات في الدراسة، حيث بلغت (2.85) وانحراف معياري (0.39).

وتشير الباحثة هنا أن هذا يمكن أن يتحقق من خلال الأخذ بتغيرات العصر الحالي، حيث يمكن إضفاء الثقة على المحتوى الإعلامي المحلي لمواجهة المحتوى الإعلامي الوافد على الشباب السعودي، وذلك من خلال تعزيز المحتوى الإعلامي المحلي بالموروث الثقافي العربي والإسلامي الذي يأخذ القيم النبيلة للمجتمع.

كما أظهرت النتائج كذلك أن من بين المقترحات التي تسهم في الحد من تأثيرات المحتوى الإعلامي الوافد السالبة تتمثل في " التركيز على ما هو مفيد من محتوى إعلامي وافد"، حيث نال هذا الخيار كأحد الحلول على المرتبة الثامنة، ويدعم ذلك قيمة المتوسط الحسابي المرجح حيث بلغت (2.84) وانحراف معياري قدره (0.46). وهذا يبين أنه ليس كل محتوى إعلامي وافد يؤثر سلباً، حيث إن هناك بعض المحتويات الوافدة المفيدة، ولكن يتطلب ذلك رفع وعي الشباب للاستفادة من المحتوى الإعلامي الوافد في مجالات العلوم المختلفة، وكذلك تلك المحتويات التي تتفق مع عاداتنا وتقاليدنا وقيم المجتمع.

كما بينت النتائج أن من بين الحلول المقترحة لمواجهة والحد من الآثار السلبية للإنتاج الإعلامي الوافد يتمثل في " إنتاج محتوى إعلامي سعودي ينافس المحتوى الوافد" حيث حاز هذا الخيار كأحد الحلول على المرتبة التاسعة من الحلول المقترحة، ويدعم ذلك قيمة المتوسط الحسابي لاستجابات أفراد العينة حيث بلغت (2.84) وانحراف معياري قدره (0.40). وتشير الباحثة هنا أن إمكانية إنتاج محتوى إعلامي سعودي ينافس المحتوى الإعلامي الوافد كثيرة وعديدة ومتنوعة، تحتاج فقط إلى بلورتها في قالب إعلامي يجذب الشباب نحوه، حيث تمتلك المملكة مقومات إنتاج محتوى إعلامي سعودي، حيث تتضافر العديد من العوامل المشجعة على أن يكون المنتج الإعلامي منافساً لما هو وافد.

كما كشفت النتائج أن من بين الحلول المقترحة للحد من تأثيرات المحتوى الإعلامي الوافد تتمثل في " تخصيص التمويل اللازم لإنتاج محتوى إعلامي ينافس المحتوى الوافد" وذلك من خلال صقل مهارات العاملين في المؤسسات الإعلامية ورفع قدراتهم في مجال الإعلام من خلال التدريب المستمر، وتوفير المعدات والأجهزة التي تعين على إنتاج محتوى إعلامي محلي متطور يجذب الشباب إليه من خلال تجسيد الفنون الإعلامية في شكل المنتج ومضامينه. ويدعم أهمية ذلك قيمة المتوسط الحسابي لاستجابات أفراد العينة حيث بلغت (2.81) وانحراف معياري قدره (0.39).

كما بينت النتائج أن من بين الحلول لمواجهة الآثار السلبية للإنتاج الإعلامي الوافد يتمثل في " أهمية مراقبة الشباب أثناء تعرضهم للمحتوى الوافد" حيث حاز الخيار على المرتبة الحادية عشر قبل الأخيرة من بين الحلول المقترحة ويدعم ذلك قيمة المتوسط الحسابي (2.56) وانحراف معياري قدره (0.73).

وهذه الرقابة يمكن أن تتم من خلال دور الأسرة أو بناء الثقة في الشباب من خلال الرقابة الذاتية، ويأتي ذلك من خلال غرس القيم السليمة في الشباب من خلال دراسة المحتوى الإعلامي في المدارس.

وأظهرت النتائج أن من بين الحلول المقترحة لمواجهة الآثار السلبية للمحتوى الإعلامي الوافد تتمثل في " الاستعانة بالخبراء الإعلاميين من خارج المملكة لتحسين الأداء، حيث وافق على ذلك أفراد العينة بنسبة 61.2% ويدعم ذلك قيمة المتوسط الحسابي (2.44) وانحراف معياري (0.78). وبالتالي فإن الاستعانة بالخبراء الإعلاميين يمكن أن تكون من خلال تدريب الشباب الإعلاميين على فنون الإنتاج الإعلامي من خلال الاستفادة من الموروث الحضاري وقيم المجتمع.

مما تقدم خلصت الباحثة من خلال تحليل وتفسير آراء أفراد العينة، والمتعلقة بالحلول المقترحة للحد من الآثار السلبية للمحتوى الإعلامي الوافد، فقد بينت النتائج أن من أهم وأبرز تلك الحلول والتي تسهم بفاعلية في الحد من التأثيرات السالبة للمحتوى الإعلامي الوافد على الشباب السعودي تتمثل فيما يلي :

أ- الاهتمام بإنتاج محتوى إعلامي يجذب الشباب شكلاً ومضموناً

ب- أهمية تدريس التربية الإعلامية في المدارس

ج- تفعيل دور الأسرة في تربية الأبناء

د- تعليم الأجيال الناشئة التفريق بين ما هو مناسب وغير مناسب من المحتوى الوافد

هـ- أهمية توظيف خريجي الإعلام في المؤسسات الإعلامية لتطبيق ما درسوا من فنون وعلوم إعلامية

و- أهمية التدريب المستمر للعاملين في المؤسسات الإعلامية لتحقيق جودة المنتج الإعلامي

ز- بناء الثقة بالمحتوى الإعلامي المحلي الذي يتناسب مع ثقافة الشباب

ح- التركيز على ما هو مفيد من محتوى إعلامي وافد

ط- إنتاج محتوى إعلامي سعودي ينافس المحتوى الوافد

15- أن معامل الارتباط دال إحصائياً عند مستوى المعنوية (0.05)، يتضح من المؤشر أن قيمة معامل الارتباط بين إيجابيات المحتوى الوافد على الشباب السعودي وعمره قد بلغت (-0.280) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.012). وهذا يشير إلى أن هناك علاقة ارتباط عكسي وذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية (0.05) بين إيجابيات المحتوى الوافد على الشباب السعودي وعمره.

16- ويتضح من النتائج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إيجابيات المحتوى الوافد على الشباب السعودي تعزى لاختلاف العمر لدى الشباب. وهذا يعني أن جميع الفئات العمرية تدرك إيجابيات المحتوى الوافد، مما يشير إلى أن العمر لا يعتبر عاملاً مؤثراً لتحديد تلك الإيجابيات.



نتيجة اختبار الفرض الثاني: وينص على

" توجد علاقة ايجابية ذات دلالة إحصائية بين إدراك ايجابيات المحتوى الوافد على الشباب السعودي ودراسته للإعلام".

للتعرف على ما إذا كانت هناك علاقة إيجابية بين إدراك ايجابيات المحتوى الوافد على الشباب السعودي ودراسته للإعلام، تم إجراء اختبار (كا²) للعينة الواحدة، يتضح من النتائج أن قيمة اختبار كا² بلغت (30.25) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية (0.01)، وبالتالي نستنتج من ذلك أن هناك علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين إدراك ايجابيات المحتوى الوافد على الشباب السعودي ودراسته للإعلام.

ب- ملخص نتائج الدراسة:

في ضوء تحليل بيانات الدراسة والإجابة على تساؤلاتها واختبار فرضياتها، فإن أبرز ما توصلت إليه الدراسة يتمثل فيما يلي:

1- كشفت الدراسة أن من أهم الأسباب التي تجعل الشباب السعودي يتعرض للمحتوى الاعلامي الوافد من وسائل الاتصال الدولية تمثلت في الحصول على المعلومات، الإلمام بتفاصيل حياة شعوب الدول المتقدمة، وملء أوقات الفراغ والبحث عن المتعة.

2- بينت الدراسة أن غالبية الشباب السعودي يتعرضون للمحتوى الاعلامي الوافد من مؤسسات الإنتاج الاعلامي الدولي من خلال الإنترنت، أي بشكل رئيسي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي ومواقع الصحف الإلكترونية، ومن خلال التلفزيون باعتبار أنه شاشته.

3- أظهرت الدراسة أن غالبية الشباب السعودي يفضل وسائل الإعلام الحديثة أي تلك التي تعرض محتوياتها عبر شبكة الإنترنت، كما أشارت النتائج أن من أهم تطبيقات الإنترنت الأكثر استخداماً من جانب الشباب السعودي للتعرض للمحتوى الاعلامي الوافد، تمثلت في تويتر، ويليه في المرتبة الثانية يوتيوب، وفي المرتبة الثالثة واتساب.

4- كشفت الدراسة على الرغم من أن أكثر من نصف أفراد العينة (52.6%) يدعمون أن ايجابيات المحتوى الاعلامي الوافد أكثر من سلبياته، إلا أن هناك مؤشرات تبين وجود اختلاف جوهري بين آراء العينة حول ايجابيات المحتوى الاعلامي الوافد. كما بينت النتائج أن من أهم ايجابيات المحتوى الوافد التي يتمتع بها الشباب السعودي عند تعرضه لهذا المحتوى من وجهة نظر طالبات الإعلام تمثلت في الإلمام بالأخبار العالمية، حيث احتل المرتبة الأولى و المرتبة الثانية الاستفادة من المحتوى العلمي.

5- بينت الدراسة هناك تبايناً جوهرياً بين طالبات الإعلام بجامعة الملك عبد العزيز بشأن سلبيات المحتوى الإعلامي الذي تنتجه الشركات العالمية على الشباب السعودي، كما أظهرت الدراسة أن من أبرز سلبيات التعرض للمحتوى الإعلامي الوافد من الشركات العالمية على الشباب السعودي تتمثل في تبني ثقافات مغايرة للثقافات المحلية، وتغيير العادات والتقاليد المحلية.

6- أثبتت الدراسة أن هناك علاقة ارتباط عكسي وذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية (0.05) بين إيجابيات المحتوى الوافد على الشباب السعودي وعمره. كما أشارت النتائج إلى أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إيجابيات المحتوى الوافد على الشباب السعودي تعزى لاختلاف العمر لدى الشباب. وهذا يعني أن جميع الفئات العمرية تدرك إيجابيات المحتوى الوافد، مما يشير إلى أن العمر لا يعتبر عاملاً مؤثراً لتحديد تلك الإيجابيات.

7- كشفت الدراسة أن هناك علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين إدراك إيجابيات المحتوى الوافد على الشباب السعودي ودراسته للإعلام. وبالتالي يتضح من ذلك أن دراسة الشباب السعودي للإعلام تمكنه من إدراك إيجابيات المحتوى الإعلامي الوافد.

ج- توصيات الدراسة

- 1- ضرورة الاهتمام بإنتاج محتوى إعلامي مفيد وجاذب للشباب في الشكل والمضمون.
- 2- أهمية تدريس مادة التربية الإعلامية في المدارس، ليتسلح اليافعين بالوعي بكيفية التعامل مع المحتوى الاعلامي الوافد.
- 3- ضرورة اهتمام الأسرة بتربية الأبناء باعتبار أن التربية تبدأ بالمنزل
- 4- أهمية تعليم الأجيال الناشئة التفريق بين ما هو مناسب وغير مناسب من المحتوى الوافد.
- 5- الضرورة القصوى لتوظيف خريجي الإعلام في المؤسسات الإعلامية لتطبيق ما درسوا.
- 6- إخضاع العاملين للتدريب المستمر في المؤسسات الإعلامية لتحقيق جودة المنتج الإعلامي
- 7- ضرورة بناء الثقة بالمحتوى الإعلامي المحلي الذي يتناسب مع الثقافة المحلية
- 8- أهمية التركيز على ما هو مفيد من محتوى إعلامي وافد
- 9- ضرورة إنتاج محتوى إعلامي سعودي ينافس المحتوى الوافد

د- الخاتمة

يعد المحتوى الاعلامي الذي تنتجه مؤسسات الانتاج العالمية أحد تحديات العصر الحالي، إذ أنه ينتج في بيئة تختلف عن بيئة المنطقة العربية، وكذلك يختلف الجمهور الذي تستهدفه هذه المؤسسات بالمحتوى الاعلامي، الذي يعبر القارات ليصل إلى أماكن بعيدة ليؤثر في الجمهور، الذي يتعرض له، خاصة الشباب والاطفال باعتبارهما من الفئات الأكثر تأثراً بهذا المحتوى، ولهذا المحتوى ايجابيات

وسلبيات، يجب التركيز على الايجابيات وتلافي السلبيات، بالتركيز على تسليح الناشئين بالتعرض الواعي باصطحاب الوالدين في التعرض، بجانب انتاج محتوى محلي ينافس المحتوى الوافد، طالما توفرت الامكانيات المادية والبشرية بالمملكة العربية السعودية.

هـ - المصادر والمراجع

- (1) Thomas L. McPhil، ترجمة حسني نصرود عبد الله الكندي، الاعلام الدولي النظريات - الاتجاهات والملكية، العين، دار الكتاب الجامعي، ط1، 2013م- 1434 هـ، ص60.
- (2) حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ط9، 1431 هـ - 2010م، ص314.
- (3) <https://ajel.sa/local/1348661/>
- (4) <http://www.momjunction.com/articles/positive-and-negative-influences-of-media-on-teenages>
- (5) <http://blog.blogdash.com/media-industry/positive-negative-use-social-media-students/>
- (6) <https://reelrundown.com/tv/Advantages-and-Disadvantages-of-watching-Television>
- (7) محمد بن عبد العزيز الحيزان، البحوث الاعلامية- أسسها - أساليبها مجالاتها، ط3، الرياض، 1431 هـ - 2010، ص24-.
- (8) ملفن ديفليير وساندرا بول، نظريات وسائل الاعلام، ترجمة كمال عبد الرؤوف، ط1، القاهرة. الدار الدولية للنشر والتوزيع، ص413-
- (9) Rod Carveth ،The Reconstruction of the Global Media Marketplace ،Communication Research 19 (6) ، 1992 ، P705 (10) Thomas Mc Phil and Brenda Mc Phil ،Communication: The Canadian Experience - Toro- onto: Copp Clark Pitman ،1990
- (11) عبد الرحيم نور الدين، القمر الصناعي العربي واستخداماته وإشكالية التبادل البرمجي، (مقال) بحوث ودراسات، شؤون اجتماعية، العدد2، 1989، ص103-
- (12) Sage Publications ،Third Edition ،Introduction ، Mc Quail. Mass Communication Theory، London ،1994 ،Page 13-
- (13) انتشار الشال، بث وافد على شاشات التلفزيون، القاهرة، دار الفكر العربي، 1994، ص112-
- (14)- Various Contributors (8-7-2016) ، "Media: 10 Advantages and 10 Disadvantages Important India ،Retrieved 15-11-2016.
- (15)- Charlie R. Claywell "Advantages and Disadvantages of Social Networking ،Retrieved 4-12-2016" ، the research pedia ،
- (16)- محمد عبد الحميد، التربية الاعلامية والوعي بالأداء الاعلامي، ط1، القاهرة، عالم الكتب، 2011، ص 108

Media Regulations in Gulf Cooperation Council Countries: A Global Perspective

Salaheldin M. Ibrahim Ali

Dean Faculty of Mass Communication

University of Medical Science & Technology (UMST)

Abstract

The Study aimed at investigating Global Media standards as widely agreed upon in international conventions and the United Nations Organizations , and to find to what extent The Gulf Cooperation Council Countries addressed these standards in their constitutions, penal codes and press laws, it explore on media professionals constitutional rights and protection provided by the laws of these countries, it explained how media laws comply with international and global regulations adopted in other countries , the study used historical and descriptive methods to gather related information from international documents, and the Gulf Cooperation Council Countries ,constitutions, penal codes, and press laws and online sources ,the findings of the study indicated that all the Gulf Cooperation Council Countries have laws which regulate the media, they all guarantee freedom of the press within the limits of the law, the study concluded that the Gulf Cooperation Council Countries have similar standards adopted in their constitutions and laws ,and this returns to their common shared culture, values, traditions , and religion .

Keywords: Regulations, Constitution, Press Laws, penal Code. Expression

مستخلص الدراسة

تناولت هذه الدراسة القوانين التي تنظم وسائل الإعلام في دول مجلس التعاون لدول الخليج العربية من منظور دولي وفقاً لما جاء في المعايير التي اعتمدها بعض الدول والمنظمات الدولية ، حيث هدفت الدراسة إلى توضيح المسلمات الأساسية للحقوق والحريات في المعاهدات والاتفاقيات الدولية التي تبنتها بعض الدول ومقارنتها مع الحقوق الأساسية في الدساتير والقوانين الجنائية وقوانين الصحافة والمطبوعات لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية، وتم استخدام المنهجين التاريخي والوصفي للحصول على المعلومات وجمعها من الدساتير والقوانين والمواثيق والاتفاقيات الدولية المنظمة لعمل الإعلام وكذلك من قوانين الدول التي شملتها الدراسة ، كما تمت الاستعانة بالمواقع الإلكترونية والعديد من الدراسات التي تناولت هذا الموضوع وقد اظهرت الدراسة أن دساتير هذه الدول تنص على حرية الإعلام في حدود القانون وأن جريمة القذف تعتبر جريمة جنائية بينما في



الدول التي تتبنى الفلسفة الليبرالية تعتبر جريمة مدنية ، وأن قوانين دول المجلس متشابهة بدرجة كبيرة بسبب الثقافة والتقاليد والقيم الدينية المشتركة، وأن سمعة العائلات فيها تحظى بأعلى درجات الحماية .

Chapter I

1- Theoretical Framework

1.1 Introduction

The development of global and regional media technology and institutions in the field of mass communication is considered a product of both the law and technology , science and technology provided human beings with the means which enabled them to transfer information and ideas across time and space, and for that humanity owe scientists and inventors like Edison ,Bell, Marconi, De Forest and Zworykin for their great contribution and achievements in making the communication revolution a reality of the world of today, it is widely accepted that technology is the necessary antecedent to mass communication , and that a society laws ultimately determine how technology will be developed and how will be reached (Zukerman , Gayness , Carter ,and Lushbough Lee 1988,p.2) , these new technological achievements cannot operate in a vacuum or an empty world without the existence of human beings, for it operate in organized societies governed and ruled by laws and regulations , these societies can be open liberal with free rights of speech and expression , or it can be authoritarian and closed ruled by a few number of people who control the media, In spite of the role played by technology in the advancement of humanity, the rule of law remains the main factor which shape the way by which technology develops and its products used.

Historically the law accompanied the development of media technology since early time in history , the kings of authoritarian governments in the European Continent interfered and regulated expression whether written or spoken since the renaissances age and through the French Revolution , during those years political, social scientific , philosophical and ideological differences and conflicts are all reflected in writings which were severely censored, publishers and printers are required to get permits and license before publication or circulation.



Regulation of the printed word continued in societies like England and America until 1695, when the House of Commons in England refused to renew the act of licensing, the right of expression and free speech was more strengthened when a court in the colony of New York accepted truth as defense in seditious libel, and further in 1787 the idea of the freedom of the press gained a strong support when the United States Congress passed the First Amendment and adopted in the Bill of Rights in 1791.

The printed word licensing and censorship system was abolished in the libertarian countries in Western Europe and the USA since the end of the 17th Century, however in the different regions in other continents the printed expression is still facing control through administrative and restrictive laws and suffers from government intervention, and the laws of these countries contradicts with many international standards agreed upon in the UN, UNESCO and the WTO, the need for an international joint effort to regulate the global media became evident when the world countries realized the fact of the scarcity of the airwaves when radio broadcasting began transmission in the early 1920th and later the International Telecommunication Union (ITU) was established, and became one of the United Nations bodies.

Although many of the United Nations documents calls for media freedoms (The Universal Declaration of Human Rights and the International Covenant on Civil and Political Rights), but still there is wide disagreement and differences between what might be called International Global media standards and regional media standards, and this is what this paper is trying study the intergovernmental organizations role to regulate global media.

The topic of media regulations is dealt with in many academic studies for example the study of (Zhang, 2010), a master thesis titled "The right to freedom of expression versus media censorship in China: Chinese citizens and the Internet", the study looked into the existing online censorship applied by the government, it also addressed government policies towards the Chinese media, and the study of (Odongo



2012) , a master thesis titled “ Human Rights and Media in Uganda: A Critical Analysis of The Media Freedom, the study focused on the newly proposed laws and their impact on the mass media freedom in Uganda, the findings of the study indicated that media in Uganda is still not free.

I.2 Background of Media regulations

The printed media were the earliest media to be threatened with censorship beginning with Philosopher Plato, who suggested in 387 B.C that some parts of Homer Odyssey be removed for immature readers(Biagi,2005,p.296), since the invention of printing and the publication of books in the 15th Century in Western Europe because of the perceived power of books nearly all the governments of Europe restricted the printing or distribution of Books , the authoritarian kings of the European Continent interfered in the infant printing industry and controlled it by restrictive laws and regulations , then censorship extended to the content of the publications , until the end of the 1600s printing in England was strictly controlled (Folkert, Lacy, Larabee,2009,p.27), advanced approval of the material was required before printing, and a license is required before establishing a printing workshops. authors and writers were severely punished by the authorities for heretical and treasonable writings, the authoritarian theory developed in the Europe during the 16th and the 17th centuries, the kings of Europe believed in absolute power and the idea of divine right, it controlled expression through licensing and censorship,

After the collapse of the authoritarian governments of Europe , the libertarian ideas spread in Europe , libertarian philosophy is based on the self-righting process principles which was advocated by English author and poet John Milton in 1644(Baran, , 2012,p 394) , the print media became free from government interference and licensing was abolished towards the end of the 17th century(Raymond Astbury) , the House of Commons in England refused to renew the licensing Act , and the French revolution called for freedom and the right of freedom to all citizens , in the British colony of New York in 1734 , the court ruled that truth can be accepted as a defense



in libel suits (Zenger v. Cosby, 1734) , ending the standard of (The greater the truth the greater the libel) .

The weakening of government interference and idea of free expression was led by libertarian pioneers like John Milton, John Stewart Mill John Locke and Thomas Jefferson, these libertarian leaders and philosophers set the ground for the now deeply rooted media freedom in Western Europe and America, Milton, Locke and Mill supported the idea that truth can be reached through the open discussion of ideas and not from the monarchs of Europe , their believe in freedom of thoughts , free expression , individualism and the right of every person to express his ideas freely without any abridgment or prevention from the government , paved the way for the media to play the role of the watchdog.

In summarizing the main principles of the libertarian Theory, we can add that it guarantees freedom of thought and expression from government interference , it refuse government media ownership , encourage the media to present the truth and reflect different views, and media professionals to be responsible when dealing with public issues and not to misuse its power or endanger the security of the state, in the libertarian system the media can only be criminalized through the due process of law .

In the Soviet Union when the Communists reached power through revolting against the emperor of Russia (1917), they developed the Soviet Communist Theory which does not differ much from the Authoritarian Theory, they controlled the media through direct government ownership and used it to advocate the government policies and the communists ideas, the media are looked upon as organs of the state, and should achieve its goals (W . and Tankard, 1996,352).

During the twentieth Century the Social Responsibility Theory was developed in America it was advocated by the Commission on Freedom of the press and called for the right of every person to voice his opinion, and that the media should act as a forum of public discussion.



Authoritarian practices still exist today in many countries outside Europe, it is used to control expression and to advance the policies of the governments (W. and Tankard, 1996: 346), in the third world countries governments control both the electronic and the print media through administrative laws to guarantee that it operate within the government policy , the constitutions of most these countries contain a restrictive clause on the freedom of expression , executive decrees and administrative law regulate the business of publishing and professional practices.

1.3 Statement of the problem

Studying media regulations gained importance in recent years , especially when this kind of research is conducted in a framework of global standards taking into consideration the influencing guidelines introduced by international organizations like the International Telecommunication Union(ITU) , the World Trade Organization(WTO.) , The United nations Education ,Scientific and Culture organization (UNESCO) , and the World Intellectual Property Organization (WIPO) , which advocates and call for openness of communication systems and more media freedoms , thus the purpose of this study is to investigate the Gulf Cooperation Council (GCC) countries constitutions , press laws and penal codes which affects media regulation and journalist practices in these countries in comparison with global media standards.

1.4 Significance of the Study

According to libertarian and democratic systems , every citizen has a right to express his opinion without interference from the government , and has a right to petition the government for any grievances or suppression of opinion , freedom of expression is constitutionally protected , but the idea of freedom of the media is still widely debated worldwide since the call for a new information order during the 1970th, while in western democracies media regulations are complying with global standards, regional media are still battling and trying to modernize and liberalize its media systems and



practices, it can be said that the significance of the study is it gives some clues about the system of media control and standards of freedom in (GCC) countries. .

1.5 Research Objectives

1.6.1 To find out global media regulations agreed upon by different countries and international organizations.

1.6.2 To study the constitutional rights and press and penal codes rights in (GCC) countries.

1.6 Research Question

Media policy and regulation in third world countries among them the Gulf Cooperation council (GCC) countries has widely became of interest in international academic circles especially after the great technological and communication development which enabled these countries to attract and spend big investment in media sector, and adopt policies which encouraged the private sector to enter in the media industry , the creation and establishment of many private newspapers, radio and television stations raised the issue of media government regulations and it compliance with global standards relating to its media laws and penal codes.

The main Research Question in this study is: How has the media laws and regulations in (GCC) countries responded to the trends in global media regulations?

The Sub Questions focused on:

1.6.1 what are the media global guidelines and standards adopted by international organizations and free societies.

1.6.2 what are the media freedom standards agreed upon in Human rights documents.

1.6.3 what are the media regulatory laws in (GCC) countries and to what extent they comply with international standards.

The main question in this study aim to investigate the rights of media freedoms as adopted in international conventions and organizations, and to what degree

government policies and media regulations in the (GCC) countries address global media polices and regulations,

- the first sub question refers to the media constraints and freedom, the right of access, and freedom of expression as adopted by international conventions and global media organizations.
- The second sub question aim is to explore on freedom standards as adopted in international conventions.
- The third sub question three study the constitutions, press laws, and penal codes in the (GCC) countries.

1.7-Research Methodology

This research used descriptive and historical methods to collect information about the nature and scope of the phenomenon under investigation , the historical method was used to review records, reports and documents related to the topic (Makawi, and Alsayed, ,1998,pp 393-394), the descriptive method used to analyze and explain the legal aspects of regulations (Abdulbary, 1983,p110) in (GCC) countries in comparison with global standards

1.8 Research Sources

Global Media regulation was highly researched on international and regional levels, Data in this paper was collected from books. Periodicals. international reports and documents, laws from libertarian and (GCC) countries and from online sources.

Chapter 2

2- Global Media Freedom Standards

2.1 Media Constraints operates in four areas:

2.1.1 Fear of legal interventions or actions that prevent the media from publishing (prior restraint)

2.1.2 Financial constraints which might limit or shape the media product or stop it from publication.

2.1.3 Professional practices which affect what to be published.

2.1.4 Public responsibility and professional believes also affects what to be published (Peter Golding and Graham Murdoch, pp.22-23), these media standards are addressed and influenced by many international documents and regulations.

2.2 Freedom of Expression in Human Rights Declarations

Article 19 of the Declaration of Human Rights says that “Everyone has the right to freedom of opinion and expression; this right includes freedom to hold opinions without interference and to seek, receive and impart information and ideas through any media and regardless of frontiers.” (UN General Assembly Decision No:111, A217), this article agreed upon by the General Assembly of the United Nations, and is considered now as a principle source in international law, also the right of free expression is adopted in the International Covenant on Civil and Political Rights, which states:

“Everyone shall have the right to freedom of expression, this right shall include freedom to seek, receive and impart information and ideas of all kinds, regardless of frontiers, either orally, in writing or in print, in the form of art or through media of his choice”, (UN General Assembly Resolution 2200A (XXI)).

Also, the right of free expression was adopted in the three regional conventions about human rights, especially article (12) from the American Agreement of Human Rights, and article (10) of the European Agreement of Human Rights and article (9) from the African Charter of Human Rights and people.

Global media regulations usually focus on the importance of freedom of expression , because when free expression is restricted or abridged , then all the other principle human rights can be endangered , freedom of expression usually means that all people should participate in the decision making process , and this cannot be achieved without the people has the right to receive information and express their ideas, and in a free open democratic society people cannot participate in the decision making

process if the media did not play its role in providing the public with information and encouraging public debate about the important issues.

In democratic Societies the constitution and the law protect free expression example is the American Bill of Rights which provided that “ Congress shall make no law abridging freedom of expression or of speech or of the press” , as Madison said “freedom guarantees protection from despotic control by the federal government “ , (Zuckerman and Harvey,1988, p .,4) , the theories of the First Amendment justified that truth usually comes from public discussion of competing ideas and that everyone right to express his ideas is secured and protected ,and that the press is free from government encroachment, however in a landmark case the Supreme Court of the United States ruled that , if there is a need for a government restrictions in issues of national security , the government has to justify an action of prior restraint if attempting to enjoin a newspaper for publishing a classified information as the court ruled in the Pentagon Papers case (403.U.S.S.Ct.1971)

The law in free countries provide that reputation both personal and property is protected as justice Stewart said “ The right of a man to the protection of his own reputation from unjustified invasion and wrongful hurt reflects no more than our basic concept of the essential dignity of every human being – a concept at the root of any decent system of ordered liberty.” , (Rosenblatt v. Baer 383 U.S., S.Ct. 1966), the English Common Law provide media professional with defenses against libel and defamation among them is truth, privilege and fair comment, more protection is provided for media people with the ruling of actual malice standard, (New York Times v, Sullivan 1964).

2.3 International Standards and Freedom of Expression

International standards on freedom does not believe in absolute freedom, some types of speech may be more easily constraint than others, and speech may be more regulated depending upon location at which it takes place. The courts in the United States decided that the first Amendment provide no protection for obscenity , child

pornography, speech which can be called “ fighting words” , and it provide less protection to commercial speech ,defamation(Libel and slander) and speech that may be harmful to children, the U .S government must meet certain standards when it attempt to regulate speech in a constitutional way. (Ruane, 2014), the International Covenant on Civil and Political Rights in Article 19 states that:

2.3.1. Everyone shall have the right to hold opinions without interference.

2.3.2 Everyone shall have the right to freedom of expression; this right shall include freedom to seek, receive and impart information and ideas of all kinds, regardless of frontiers, either orally, in writing or in print, in the form of art, or through any other media of his choice.

2.3.3 The exercise of the rights provided for in paragraph 2 of this article carries with its special duties and responsibilities. It may therefore be subject to certain restrictions, but these shall only be such as are provided by law and are necessary:

(a) For respect of the rights or reputations of others;

(b) For the protection of national security or of public order (order public), or of public health or morals. (UN General Assembly R 2200A XXI).

According to this covenant certain limitations should be met when trying to restrict freedom:

- Restrictions on freedom should be based on the law and enforced without contradiction with the law. And that the law should be clear and understandable.
- Restrictions should aim to protect one of the objectives mentioned in article 19 (2).
- The enforced restrictions should be necessary with strong arguments.

2.4 The Right of Access to Information

Global media standards also protect the right of access to information and the right to transfer it to others, Sweden adopted the world first access to information law in 1766, (History of Right of access to Information) it recognizes that the press freedom

is contingent upon access to information , and free access should be allowed to all archives in France in 1789, an article in the French Constitution seems to provide for a public right to know the spending of taxes, in 1946, the UN General Assembly adopted a resolution on freedom of information declared that freedom of information implies the right of every one to gather, transmit and publish news and everywhere without fetters. (UN General AssemblyR.59,1946)

The United States of America adopted Freedom of Information Act in 1966 (FOIA) it establish the public right to obtain information from federal government agencies , anyone can file a request including citizens, foreign nationals, organizations associations and universities, after 1976, the law was amended to force greater agency compliance, and in 1982 and 2007, it was again amended to allow for greater access to electronic information .(History & FOIA)

The Council of Europe adopted in 1981, recommendation to member States on the Access to Information Held by Public Authorities. This non-binding recommendation urged member states to ensure that “Everyone within the jurisdiction of a member state shall have the right to obtain, on request, information held by the public authorities other than legislative and judicial bodies.” The recommendation reflects the trend in Europe to recognize a right of access to administrative information, as reflected in laws such as France’s 1978 law on the “improvement of relations between the public and the administration” and the Netherland’s 1978 “law on openness of the administration” (History of Right of Access).

2.5 The Media and The Government

In Third World countries the governments use the media to promote its goals , and they exchange benefits , “ there is mutual benefits between the media and the government , for the government makes the law and control the source of information , the access to the audience means that the government want to use the media to promote its cause and polices and want the media to present a positive view of the government” (Button, , 2010,p.61)



In the western democracies and among media people in many nations there a global embracing of the necessity that the media should be independent from government political or commercial control ,these standards are deeply rooted in the libertarian democratic countries, the early pioneers of liberalism believed that any government interference or encroachment for the media shall prevent the media from defending the public interest , instead it will serve the goals and objectives of the government , worldwide the degree of freedom of media institutions is usually depends on the nature of the political system of each country and the ideology it adopts, Rupert Murdoch believes that “absolute freedom of the press and competition in the free marketplace is a valid argument for the government to keep out of media business” , (Golding and Murdoch, 2002) , Congdon disagree and says “ there will be no presumption that the free market will give top priority to truthfulness of the news to seek an appropriate mix of news and other programs” , (Ibid).

In the United States of America , the Constitution prevent the making of any law to abridge expression and the print media can print anything as long as they do not defame or interfere in privacy , and the internet is almost unregulated ,however broadcast media are extensively regulated , they must obtain a license from the (FCC) , because the public owns the airwaves , and the (FCC) regulate the airwaves, and it has a policy to fine broadcaster if they violated decency standards and they can revoke the license in certain cases (U.S Government and politics Study Guide) , in the past there was various attempts to restrict press freedom , examples are, The Alien and Sedition Act of 1798, The Espionage Act of 1918, The Smith Act of 1940, in the pentagon Papers case in 1971, the court found the government had failed to proof its case , according to the case of the New York Times v. Sullivan in 1964, in regards to libel cases the media role is to encourage “uninhibited, robust and wide open debate” (Biagi , 2005,p.289).

In the United Kingdom press can express strong political views without sanctions , but the law prevent monopoly practices , and the newspapers usually enforce self-regulatory procedures, the press Complaint Commission (PCC) is the self-regulatory



body for the industry, in regards to the broadcast media the Office of Communication(Ofcom) was set by a statute to regulate as an independent body the Broadcast Media in the areas of accuracy, bias and impartiality (Navarro 2017) , the regulations of media provide protection for the following:

- Protection of specific and possibly vulnerable audiences such as child and young people.
- Protection of public interest as in the case of security services.
- Protection of the general public as in respect of nations of good taste.
- Protection of process of law in respect of the nation of fair trial.
- Protection of interests of military operations which are taken to be carried out in the interest of the people.

Examples of such laws are:

- a- Defamation Act 1996.
- b- Public Order Act 1986.
- c- Contempt of Court Act 1981.
- d- Video Recording Act 1984.

2.6 Global Media Governing Organizations

Until now there is no binding international media regulations, “In the absence of global government, global communication is not subject to any central or consistent system of control, the forces of the free market and of national sovereignty combine to keep it this way(University of Leicester, International Media Regulations) , but some countries there is extensive set of controls and regulations that constrain the national media

In mid-19th century the Universal Postal Union was established , then followed by the International Telegraph Union in 1865, to coordinate interconnections and establish agreements on tariffs, then became responsible from radio spectrum , during 1978 the



UNESCO tried to introduce under pressure from third World Countries a declaration stating a number of principles for the conduct of international Media, these efforts failed under opposition from western countries, the key players now in global media regulations are:

2.6.1 The International Telecommunication Union (ITU) which deals with telecommunication technical standards, spectrum allocation, satellite orbits, among the objectives of the (ITU) is to provide an attractive and effective forum for the development of international standards.

2.6.2 The World Trade Organization (WTO), central issues for the (WTO) are issues of free trade and production with implications for limits to national sovereignty in relation to media policy, also the EU and other regional Trade organizations such as the North American Free Trade Agreement (NAFTA) can have effect on media issues.

2.6.3 The United Nations Educational Scientific and Cultural Organization (UNESCO), with no real power, but active in freedom of expression and internet.

2.6.4 The world Intellectual Property Organization (WIPO) established in 1983 its aim is to harmonize legislations on property rights.

2.6.5 The European Commission (EC) can influence certain aspects of broadcasting relating to its members.

Chapter 3

3. Media Regulations in the (GCC) Countries

3.1. Freedom of Expression

Media research suggest that it is difficult for third world countries to adopt a system of press freedom because of colonial legacy ,illiteracy, and conflicting tribal conflicts and differences in ideologies(Alshamry, 1993.p.65-66), during British occupation in the Gulf Countries the British practiced censorship and licensing , now in (GCC) like Kuwait, UAE, Bahrain and Saudi Arabia countries private ownership of newspapers is permitted after obtaining approval from a government body(Almshqba,

, 2011.p.282) , there are three media systems in the Third World countries,: the a fully controlled media system, and a system regulated by directions and censorship, and an independent system with a margin to criticize the government” (Habte, ,1983.p.99)

After independence from the British rule, the (GCC) countries adopted constitutions which guarantees freedom of expression with legal limits like all countries in the region , for example Saudi Arabia “ basic law” states that “ freedom of information, publication and all other media shall employ courteous language and the states regulations, and shall contribute to unity ” (Article 39) , the constitution of Bahrain ratified in 1971, provide for freedom of opinion under the rule of the law , the United Arab Emirates Constitution (1971)guarantees freedom of expression , Article 30 states that” Freedom of opinion and expressing it verbally, in writing or by other means of expression shall be guaranteed within the limits of the law” .

3.2The Penal Code of (GCC) Countries

All (GCC) countries have some similarities in their penal codes, , examples are: the penal code of Kuwait ratified in 1960, Article 204 punish by imprisonment and a fine any person who “ print, sell , distribute , exhibit pictures , drawings , or form of anything immoral “, it also punish for opinions that sarcasm or contempt religion , punishment is also included in Article 165 of the Kingdom of Bahrain penal code ratified in 1976, it provide for contempt of the government , it punish for publishing false news reports or statements or rumors, the U.A.E, penal code of 1987 provide strict measure against defamation in Article 372 , it states that “ whoever attributes to another person by any means of publicity ,or incident which make him liable to punishment or contempt ,shall be punished by detention or a fine “ the code also punish for libelous publication in article 372, , the code provide for protection of privacy in Article 376.

3.3 Criminal Libel in GCC Countries

Globally especially in libertarian countries there is a tendency to treat libel and defamation as a civil libel not as criminal libel offense, before the case of (Zinger v.

Cosby 1734), criminal libel was looked to as a sedition libel and considered as a restriction to freedom of expression when it comes to defamation. In 1964 a new concept of truth developed after the ruling of the (New York Times v. Sullivan) ,which created a new standard of proving actual malice in libel cases required from public officials (The knowledge of falsity and reckless disregard for the truth) , the standard was extended to public figures , some scholars think putting libel into the political process is coercive and threatening (Etule ,Anderson , 2007 p. 429), In (GCC) countries, libel is treated as a criminal offense, which might lead to prison or a fine for written or verbal speech that might hurt reputation of a person or a family, or inflicting dignity of a person.

3.4 The Concept of Truth in GCC Countries

Late in the 17th century in England truth became an acceptable defense in defamation (Aron Kelly, 2014) , and this was extended to America after (Zenger v, Cosby) case in 1734, and was recognized as a complete bar to liability , and now this the rule in the majority of American jurisdictions , (Zuckman , p.63), in Saudi Arabia the Press and Publication law of 2003, in Article 39 truth can be used as a defense in defamation if there is good intent in the criticism , in the United Arab Emirates penal code article 375, states that in cases raised against public officials truth can be accepted as a defense , if the defamatory statement is related to the public figure responsibilities, in Bahrain Article 367 states that ”there shall be no crime if a perpetrator proves the truth of the accusation where such accusation is made against a public servant , and where the occurrences connected with the relevant service or office”, also the Sultanate of Oman penal code in article (173) accepts truth as a defense against libel suits if the defamatory statement directed to public officials., in Kuwait Article (215) guarantee the right of criticism if the facts are true.

3.5 The Press Laws in (GCC) Countries

Some human rights activists say that the Human Rights Charter forbid the licensing of newspapers , but in the absence of a unified interpretation of the charter and the



existence of different media systems, licensing of newspapers is practiced in many countries , and governments in Third world countries exercise great influence directly or indirectly (Emery, s Smythe, 1977 p. 56) , all the press laws in (GCC) countries require permission from the government , the law also regulate the content in many ways, in the State of Bahrain the laws prevent publishing any material which might undermine the national security ,or advocating the change of government or any writing which might preach the peace (Law No47,2002), in the UAE the press and publication law (No 15/ 1980) prevent the pres from causing damage to economy or defaming public officials or those who are assigned to perform a public job with false information, the law mandate punishment with a fine and imprisonments, in Oman the press and publication law (No 49/ 1984) contains restrictions on reporting including defamation, privacy and damage to national interests., the law prohibited any material which might harm the national currency or the economic situation of the country.

3.6 The Regulations of Broadcasting in (GCC) Countries

Worldwide there a belief that the electronic media can be regulated , when the first Radiographic Conference convened in Berlin in 1906, the idea at that time especially during the 1920th , is that it should be regulated because the radio spectrum was scarce , and that government should interfere to regulate the airwaves(.Beresford ,2005) , until now the radio spectrum is still heavily regulated by the(ITU), the idea behind radio and television regulations also attempts to ensure that its content is in the interest of the public(Sterin , Mass Media ,2012,p.323).

In the US , radio and television owners must obtain a license from the Federal Communication Commission (FCC) because the airwaves are owned by the public , The court reaffirmed the scarcity rational (Red Lion , 1969) , the FCC policy can fine radio and TV stations if they violate public decency standards , the policy guarantee equal time for election candidates , it also forbid monopoly . In the GCC countries all broadcasters must obtain a license from the Telecommunication



Commission of each country, and should adhere in their programs and coverage of news to national media policies, telecommunication, laws in all GCC countries prevent the use the electronic media in sending messages which might endanger the safety of the country or to broadcast information which violate public decency or public order or cultural values and traditions.

conclusion

The Gulf Cooperation Council countries have common characteristics, in their legal systems, and thus the media laws and regulations are very similar because these countries share the same cultural, norms, traditions, values and religion.

The constitution of all the six countries guarantee freedom of expression within the limits of the law and the print media is regulated, media owners must obtain a permission from a government body to be allowed to publish a newspaper or any printed material.

Libel in these countries is treated as a criminal offense not a civil offense and truth can be accepted as a defense, if the material published refers to the responsibilities of a public official, the law also provides a strong protection to family secrets.

References

- 1-Almshqba, B.A (2011), The Philosophy of Mass Media Law, Amman, Usam Publishing and distribution House.
- 2- Alshamry J. S. (1993), The Press and the Law in the Arab World and United States, Ed 2 International Cairo, Publishing and Distribution House...
- 3Abdulbary H. I, (1983) The Design of Social Research, Cairo, Kailany Printing Press.
- 4- Button, G. (2010), The Media and Society, Critical Perspectives,2Ed, New York, McHill Open University Press.
- 5-Biagi, S. (2005), Media/Impact: An Introduction to Mass Media, seventh Edition, Canada, Thomson/ Wodsworth.



6- Baran, S. (2012) Mass Communication: Media Literacy and Culture, New York, Mc Graw-Hill International Edition, New York.

7- Emery C. M and, Smythe C.T., (1977) Readings in Mass Communication, 3rd edition, W.C Brown Company Publisher.

8-. Etude, D. B. and Anderson, D, (2007), News Writing & Reporting, 7th ed, New York, Mc Graw-Hill International edition, Inc.

9- Folkert J. et al (2009) The Media in Your Life, 4Ed, Pearson Education, Inc USA.

9- Habte M.M., (1983), The Mass Media Role in the Third World, in L. John Martin, and Anjou Grover Chaudhary, (ed) Comparative Mass Media Systems, New York, London Longman

10- Makawi, L.E. and Asayed H.L. (1998), Communication Modern Theories, Cairo, Egyptian Lebanese House.

12- Sterin C.J., (2012) Mass Media Revolution, Allyn & Baqcon, Pearson.

13-Severin, J. W and Tankard, J. James. W (1997) Communication Theories Origins, Methods and uses in mass media, forth Ed, University of Texas Austin.

15-Zuckrman, L. H. et al, (1988), Mass Communication Law, West Publishing Co. St, Paul, MINN.

Thesis

14-Yiyao Zhang, Y. (2010) The Right to Freedom of Expression Versus Media Censorship in China: Chinese Citizens and The Internet, A dissertation submitted to University Thomas Goteborg University, retrieved 12/29/2017 from

(<https://munin.uit.no/bitstream/handle/10037/287&73/thesis/pdf?sequence+2>)



11-Odongo, D. B. (2012), Human Rights and Media in Uganda: A Critical Analysis of the Mass media Freedom, master of arts , School of Global Studies University of Goteborg

Sweden, retrieved.1/2/2018 from (<https://munin.unit.mo/bitstream/handle/10037/5102>)

Scholarly Journal

Daffy, J.M. (2014), Arab Media Regulations: Identifying Restraint on Freedom of The Press, Berekly J. of Middle East, retrieved ,17/2018 from

(<https://scholar.law.berkeley.edu/cgi.viewcontent.cgi.article=1036&content+jsmeil>)

Online Sources

1-Astbury, R. The Renewal of Licensing Act 1693, retrieved 12/25/2017 from www.academic.oup.com/library/article-pdf/

3- Berresford W.T. (2005) , The Scarcity Rational for regulating Broadcasting, retrieved 12/24/2017 from (www.transition.fcc.gov/oenership/materials/alraedy-released/scarcity030005pdf3--)

3-Daffy J.M. (2014), Arab Media Regulations, retrieved 12/21/2017. From

(www.scholarship.law.berkeley.edu/cgi/viewcontent.cgi?article-1036&content=jmeil)

4-General Assembly R. 2200A XXI. retrieved 12 18, 2017) from

(www.ohchr.org/EN/ProfessionalInterest/Page/CCPR.aspx.)

5-Golding, P. and Murdoch, G. (2002), media Institutions retrieved 12/19/2017 from

www.mheducation.co.uk.openup/chapters/03352/5890pdf

6-History of Right of Access to Information retrieved (2008), 1/3/2018

(www.access-inf.org/uncategorized/10819) .

6-History & FOIA, retrieved 1/3/2018, (www.eff.org/issues/transparency/history-of-foia.)

7- Ruane, A.K. (2014), Exceptions to the First Amendment. Retrieved 12/18/2017 from (www.org/sgp/sgp/crs/mics/95-815/pdf)



-
- 8-Kelly, A. (2014), Truth and Defamation retrieved 12/30.2017, from
(www.aarankellylaw.com/truth-and-defamation/)
- 9-Navarro, G.L. 2017, “A Look at press freedom and Regulations in the U K”,
retrieved 12/19/2017, from (www.npr.org/2017/08/06/.../)
- 10-UN Assembly R. 59, retrieved 12/18.2017) (www.access.info.org/uncategorized/10819#,
- 11- U.S Government and politics Study Guides, retrieved 12/19/2017 from
(www.sparknote.com<...>)
- 12-International Media Regulations, University of Leicester, U k retrieved 12/20/2017
from (www.le.ac.uk/oerresources/media/ms7501/mode2unit11/page_32.htm 12/20/2017)
- Cases Zenger v. Cosby, 1735 (www.famous-trials.com/zenger/87-home accessed
12/30/2017.
- Pentagon Papers (403. U. S 713,91. S. Ct 2140.29 L.Ed.2d 822.1971 U. S).
- Rosenblatt v. Baer (383 U.S. 75,92,86, S.Ct.669,679.15 L.Ed.2d 597,6091966).
- Red Lion, 395 U.S. 367, 89 S. Ct. 1794, 23 L. Ed. 2d 371, 1 Med. L. Rptr. 2053
(1969)
- New York Times v, Sullivan (379 U.S 254,84 S.Ct.710,11 L.Ed.2d 686 ,1964).

International Declarations

- 1-Universal Declaration of Human Rights, Res. no 217, adopted by the G>A.
December 1948.
- 2- The United Nations (1966) International Covenant on Civil and Political Rights
(ICCPR), adopted December 16,1976, G.A Res.2200A(XXI).

"تأثير النشاط الإعلامي على سرية التحقيق القضائي"

د. جوهر قوادري صامت

أستاذة محاضرة بكلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف - الجزائر

مقدمة:

يكتسي الإعلام أهمية بالغة في مجتمعاتنا المعاصرة بالنظر لما له من تأثير كبير على الرأي العام بداخلها، من خلال بلورة وتكوين الرأي السليم له بخصوص مسألة معينة، لأن وظيفة الإعلام تتمحور حول نقل أو نشر الأخبار، وإيصال المعلومات للأفراد، لذلك فإن لها دور مهم في التأثير على شريحة عريضة من المجتمع فيما يخص مجال الإجرام، باعتبار أن الجريمة أحد هذه الأخبار التي تتولى وسائل الإعلام التعامل معها، إلا أن اختلاف فلسفة كل من رجل الإعلام ورجل الشرطة أو القضاء في النظر إلى أنباء الجريمة وأسلوب معالجتها إعلاميا قد يؤدي إلى الصراع بينهما، والتأثير على سير التحقيقات وسير العدالة ذاتها⁽¹⁾، ومن ثم فإن إشكالية ورقنتا البحثية تنطلق من عمق مهمة كل طرف، ففي الوقت الذي يبني الإعلام مهنته على العلانية والإشهار والنقد والكشف عن الفساد وغيرها⁽²⁾، يتولى القضاء مهمة البحث والتحري والتحقيق للوصول إلى التطبيق السليم للقانون، وتحقيق العدالة، وهو ما يقتضي أحيانا الالتزام بالسرية والكتمان ومجافاة العلانية التي تعتبر المبدأ الأساسي الذي يقوم عليه الإعلام، وبين حرية الإعلام وسرية القضاء يوجد حق الجمهور في المعرفة والحصول على المعلومة الصحيحة، فكيف يمكن التوفيق بين هذه الإشكالات الثلاث؟ وكيف يمكن للإعلام تجاوز هذا التحدي الصعب المتمثل في قيامه بدوره المنوط به بنجاح ودون أي خروقات تمس بالمصلحة العامة للمجتمع وتضر بها؟ سنتولى الإجابة على هذه الإشكاليات في بحثنا، متبعين المنهج الاستقرائي والتحليلي، وكذا المنهج المقارن، وذلك من خلال استقراء نصوص قانوني الإعلام والعقوبات في كل من الجزائر ومملكة البحرين، والقوانين الخاصة الأخرى فيما يخص موضوع الدراسة وتحليلهما تحليلًا علميًا وفقا للمحاور التالية:

المحور الأول: الإطار المفاهيمي للإعلام وسرية التحقيق القضائي.

المحور الثاني: الضوابط القانونية للنشاط الإعلامي في ظل التحقيق القضائي.

المحور الثالث: المسؤولية المترتبة على مخالفة النشاط الإعلامي لسرية التحقيق القضائي.

المحور الأول: الإطار المفاهيمي للإعلام وسرية التحقيق القضائي.

يجدر بنا بداية التطرق إلى تحديد مفاهيم العناصر الأساسية للبحث، والمتمثلة في الإعلام (أولا)، وسرية التحقيق القضائي (ثانيا)، حتى نتمكن من فهم الموضوع جيدا ومن ثم الإجابة على الإشكالية التي يطرحها.

أولاً: مفهوم الإعلام.

اصطلح على تسمية الإعلام "السلطة الرابعة"، وذلك إبرازاً لدوره المؤثر، ليس في تعميم المعرفة والتوعية والتثوير فحسب، بل في تشكيل وتوجيه الرأي العام والإفصاح عن المعلومات، وخلق القضايا وتمثيل الحكومة لدى الشعب، وتمثيل الشعب لدى الحكومة، وتمثيل الأمم لدى بعضها البعض (3)، فما هو تعريفه، وما هي عناصره؟

أ/ تعريف الإعلام:

الإعلام لغة: من أعلم، ويقال أعلمه بالأمر، أي أطلعه عليه (4)، ويقال لا بد من إعلام الجمهور بالحقيقة: أي إخباره، وأن يكون على علم ومعرفة (5).

أما اصطلاحاً: فالإعلام هو رسالة فكرية ذات مضامين متباينة وأهداف متعددة تبعا لتلك المضامين، وهي تستهدف مخاطبة الإنسان عبر وسائل اتصال متنوعة، تتم وتتكامل من خلال عناصر ثلاثة مترابطة ومتكاملة هي المرسل، ووسيلة النقل أو الأداة، والمتلقي، والأطراف المتفاعلة في هذه العملية هي رجل الإعلام، ووسائل الإعلام والجمهور ليشكل الرأي العام، كما يعرف بأنه "نقل الأخبار والمعلومات والأفكار ونشرها بواسطة وسائل إعلام مقروءة أو مسموعة، أو مرئية أو رقمية، لإعلام الناس الأخبار والحوادث أو بهدف التثقيف والتعليم أو الترفيه (6)، فهو تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعدهم في تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع، أو مشكلة من المشكلات، بحيث يعتبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير، واتجاهاتهم وميولهم (7).

هذا وقد عرف قانون الإعلام الجزائري الأنشطة الإعلامية، في المادة الثالثة منه بأنها "كل نشر أو بث لوقائع أحداث أو رسائل أو آراء أو أفكار أو معارف عبر أي وسيلة مكتوبة أو مسموعة أو متلفزة أو إلكترونية، وتكون موجهة للجمهور أو لفئة منه (8)، وقد كفلت الدساتير الجزائرية المتعاقبة حرية الرأي والتعبير، حيث نصت المادة 42 من التعديل الدستوري لسنة 2016 على أنه "لا مساس بحرمة حرية المعتقد، وحرمة حرية الرأي"، ونصت المادة 48 منه على أن "حرية التعبير، وإنشاء الجمعيات والاجتماع، مضمونة للمواطن"، كما أضافت مادتين جديدتين هما المادة 50 والتي نصت في فقرتها الأولى على أنه "حرية الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية وعلى الشبكات الإعلامية مضمونة ولا تقيد بأي شكل من أشكال الرقابة القبلية"، والمادة 51 والتي نصت في فقرتها الأولى على أنه "الحصول على المعلومات والوثائق والإحصائيات ونقلها مضمون للمواطن (9).

كما كفل دستور مملكة البحرين حرية التعبير في المادة 23 منه والتي نصت على أنه "حرية الرأي والبحث العلمي مكفولة، ولكل إنسان حق التعبير عن رأيه ونشره بالقول أو الكتابة أو غيرهما، وذلك وفقاً

للشروط والأوضاع التي يبينها القانون، مع عدم المساس بأسس العقيدة الإسلامية ووحدة الشعب، وبما لا يثير الفرقة أو الطائفية". بالإضافة إلى ضمانه لحرية الصحافة والطباعة والنشر من خلال المادة 24 منه بقولها "مع مراعاة حكم المادة السابقة كون حرية الصحافة والطباعة والنشر مكفولة وفقا للشروط والأوضاع التي يبينها القانون".

ب/ عناصر الإعلام:

لا يمكن ممارسة النشاط الإعلامي إلا بتوفر عناصره الأساسية والمتمثلة في:

➤ **الإعلامي:** وهو كل من يعمل في مجال الإعلام عبر وسائله المختلفة، فيشمل الصحفي ومقدم البرامج التليفزيونية والإذاعية (المذيع)، وكذلك كل من يعمل لجمع الأخبار في مؤسسة إعلامية ولو كان يمارس عمله عبر الأنترنت.

➤ **الجمهور:** وهو المتلقي أي الطرف الذي يتلقى الرسالة الإعلامية، ومن ثم فهو عنصر رئيسي في تكوين مفهوم الإعلام.

➤ **وسائل الإعلام:** وهي وسيلة النقل أو الأداة التي يتم من خلالها نقل المادة الإعلامية، وهي الطرائق التي يستخدمها الإعلام لإيصال الرسالة الإعلامية على اختلاف أنواعها اصحف وقنوات تلفزيونية وإذاعات ومختلف الوسائل الإلكترونية وغيرها⁽¹⁰⁾.

وبالرغم مما يتمتع به الإعلام من حرية مكفولة دستوريا، إلا أن هذا لا يعني المساس بثوابت الأمة وقيمها، ومختلف المبادئ التي تقوم عليها الدولة، ومنها مبدأ سرية التحقيق القضائي، فما لمقصود بهذا المبدأ؟

ثانيا: مفهوم سرية التحقيق القضائي.

يتضمن التحقيق القضائي صورتين: تحقيق ابتدائي وآخر نهائي، ويعرف التحقيق الابتدائي بأنه "مجموعة الإجراءات التي تباشرها سلطة التحقيق بالشكل المحدد قانونا، بغية تمحيص الأدلة والكشف عن الحقيقة قبل مرحلة المحاكمة التي تمثل التحقيق النهائي"⁽¹¹⁾، ويتولى هذا الأخير قضاة الموضوع في المحكمة المختصة التي رفعت إليها الدعوى الجنائية. ويتميز التحقيق الابتدائي بجملة من الخصائص هي: سرية التحقيق بالنسبة للجمهور، وعلايته بالنسبة للخصوم، والتدوين والمرونة، وما يهمننا من هذه الخصائص هي **خاصية السرية**، كونها تصطدم مع النشاط الإعلامي القائم على مبدأ **العلانية**، فما هو مفهوم سرية التحقيق؟

أ/ **تعريف سرية التحقيق:** السرية لغة من سر أي خفية، وفي سرية تامة، والسر ما تكتمه وتخفيه، وهو ما يُسرّه المرء في نفسه من الأمور التي عزم عليها⁽¹²⁾، أما اصطلاحا فيقصد بسرية التحقيق عدم

العلانية، أي إجراؤه في جو من السرية والكتمان بالنسبة للجمهور، أي صد كل شخص لا يعنيه أمر التحقيق في موضوع ما عن حضوره أو الاطلاع على أوراقه⁽¹³⁾، أما الخصوم فالقاعدة بالنسبة لهم هي علانية التحقيق، أي مباشرته في حضورهم⁽¹⁴⁾، وهو ما يعرف بخاصية الحضورية، إلا إذا قرر القانون غير ذلك، وقد أكد المشرع الجزائري على سرية التحقيق في المادة 11 من قانون الإجراءات الجزائية، حيث تنص الفقرة الأولى منها على أنه "تكون إجراءات التحري والتحقيق سرية ما لم ينص القانون على خلاف ذلك، ودون إضرار بحقوق الدفاع"، وأكدها المشرع البحريني في المادة 1/83 من قانون الإجراءات الجنائية بنصها على أنه "تعتبر إجراءات التحقيق ذاتها والنتائج التي تسفر عنها من الأسرار ويجب على أعضاء النيابة العامة ومساعدتهم من كتاب وخبراء وغيرهم ممن يتصلون بالتحقيق أو يحضرونه بسبب وظيفتهم أو مهنتهم عدم إفشائها"⁽¹⁵⁾، وهو ما يدل على أهمية هذا الإجراء مثلما سنوضحه في العنصر الموالي.

ب/ أهمية سرية التحقيق الابتدائي. تكمن أهمية سرية إجراءات التحقيق والنتائج التي تسفر عنها، في ضمان سير التحقيق في مجراه الطبيعي، وعدم المساس بمصالح الأفراد بغير مقتضى⁽¹⁶⁾، فضلاً عن حماية المتهم من التشهير الذي قد يصيبه من جراء نشر التحقيق الذي يحتمل نهايته بإصدار قرار بألا وجه لإقامة الدعوى، ومن ثم براءته⁽¹⁷⁾، فإن عدم علانية إجراءات التحقيق التي تستهدف البحث والتحري عن الأدلة يساعد المحقق في توفير مناخ أفضل له، لإظهار الحقيقة والوصول إليها دون أن يفسد عليه هذه المهمة كل من له مصلحة في إخفاء الأدلة أو تشويهها، أو التأثير على الشهود أو طمس بعض معالم الجريمة، هذا من جهة، ومن جهة ثانية فإن السرية تساهم في صيانة الرأي العام والأخلاق العامة من التأثير السيء لنشر تفاصيل الجريمة، أو ذبوع الخبرة الإجرامية⁽¹⁸⁾. وتأكيداً على هذه الأهمية، اعتبر المشرع الجنائي الإخلال بسرية التحقيق جريمة يعاقب عليها القانون، وهي جريمة إفشاء السر المهني وفقاً لما تقرره الفقرة الثانية من المادة 11 من قانون الإجراءات الجزائية الجزائري التي تنص على أنه "كل شخص يساهم في هذه الإجراءات ملزم بكتمان السر المهني بالشروط المبينة في قانون العقوبات وتحت طائلة العقوبات المنصوص عليها فيه"، والمادة 83 من قانون الإجراءات الجنائية البحريني التي تقرر معاقبة كل من يفشي إجراءات التحقيق والنتائج التي تسفر عنها بالعقوبة المقررة بالفقرة الأولى من المادة 371 من قانون العقوبات البحريني⁽¹⁹⁾.

من خلال ما تقدم نجد أنفسنا أمام مبادئ مهمة لا غنى عنها، تتمثل في حرية الإعلام وسرية التحقيق، ويتوسطهما حق المواطن في الحصول على المعلومة الصحيحة، فكيف يمكن الموازنة والتوفيق بينها؟

بداية، يجدر بنا الإشارة إلى أن إشكالية بحثنا لا تكمن في بحث حق الإعلام في نشر أخبار التحقيق القضائي من عدمه، ذلك أنه لا يمكننا إنكار صميم مهنة الإعلام وهي النشر، وإنما تتمحور إشكاليتنا حول كيفية وحدود نشر هذه الأخبار دون تجاوزات قد تضر بالمصلحة الخاصة للأفراد، وكذا المصلحة العامة للمجتمع، وهو ما يستوجب وضع قيود تحكم النشاط الإعلامي في إطار علاقته بالتحقيق القضائي، وهو ما سنناقشه في المحور التالي.

المحور الثاني: الضوابط القانونية للنشاط الإعلامي في ظل التحقيق القضائي.

هناك علاقة وطيدة بين الإعلام والقضاء، فهما مجالان متكاملان داخل دولة القانون والديمقراطية بالنظر إلى مهمة كل منهما في إرساء أسس العدالة والحرية والمساواة، كل حسب آلياته وأدواته، وقد اعتبر البعض أن الإعلام هو عين القضاء داخل المجتمع⁽²⁰⁾، لأن ثقة هذا الأخير في قضائه تتعزز بالشفافية والعلانية، وتتحصن بذيوع المعلومات وانتشارها، وتتأثر سلبا بالتكتم والحيطة، ومن ثم يتعين على وسائل الإعلام التناول الموضوعي والمسؤول لما يدور في قاعات المحاكم⁽²¹⁾، عملا بمبدأ العلانية لضمان الشفافية والنزاهة، إلا ما قد يحظره القانون لأسباب تتعلق بالمصلحة العامة، كما هو الأمر بالنسبة لسرية التحقيق. فهل يعتبر هذا الحظر مساسا بحرية الإعلام؟

هذا يقودنا إلى البحث عن مفهوم الحرية الإعلامية، وعلاقتها بالتحقيق القضائي (أولا)، وضوابط هذه العلاقة (ثانيا).

أولا: الحرية الإعلامية وعلاقتها بالتحقيق القضائي.

يقصد بحرية الإعلام حق الحصول على المعلومة ومن أي مصدر مشروع، والحق في نشر الأخبار والأفكار دون قيود⁽²²⁾، ومنها حرية الصحافة التي تشير إلى عدم وجود إشراف حكومي أو رقابة من أي نوع⁽²³⁾، وحرية الإعلام مكفولة بموجب التعديل الدستوري الجزائري لسنة 2016 في المادة 50 منه، والمادة 24 من دستور مملكة البحرين، كما كفلها قانون الإعلام الجزائري رقم 12-05 في المادة الثانية منه، والتي تنص على أنه "يمارس نشاط الإعلام بحرية في إطار أحكام هذا القانون العضوي والتشريع والتنظيم المعمول بهما في ظل احترام...."، وهو ما تؤكدته المادة الثانية من القانون رقم 14-04 المتعلق بالنشاط السمعي البصري⁽²⁴⁾، بقولها "يمارس النشاط السمعي البصري بكل حرية في ظل احترام المبادئ المنصوص عليها في أحكام المادة 2 من القانون رقم 12-05 المؤرخ في 12 يناير 2012 وأحكام هذا القانون، وكذا التشريع والتنظيم ساري المفعول". وهو ما تؤكدته المادة الثانية من المرسوم بقانون رقم (47) لسنة 2002 بشأن تنظيم الصحافة والطباعة والنشر في البحرين بنصها على أنه "مع مراعاة حكم المادة السابقة تكون حرية الصحافة والطباعة والنشر مكفولة وفقا للشروط والأوضاع المبينة في هذا

القانون⁽²⁵⁾. كما تؤكد المادة 27 من المرسوم بقانون ذاته بقولها "تؤدي الصحافة رسالتها بحرية واستقلال، وتستهدف تهيئة المناخ الحر لنمو المجتمع وارتقائه بالمعرفة المستتيرة وبالإسهام في الاهتمام إلى الحلول الأفضل في كل ما يتعلق بمصالح الوطن وصالح المواطنين"، هذا وقد نصت المادة 29 على أن "الصحفيون مستقلون لا سلطان عليهم في أداء عملهم لغير القانون".

وتجسيدا لهذه الحرية الإعلامية، نصت المادة 83 من قانون الإعلام الجزائري رقم 12-05 على ما يلي "يجب على كل الهيئات والإدارات والمؤسسات أن تزود الصحفي بالأخبار والمعلومات التي يطلبها بما يكفل حق المواطن في الإعلام، وفي إطار هذا القانون العضوي والتشريع المعمول به". وهو ما أكدته المادة 84 من القانون نفسه بإقرارها للصحفي المحترف بحق الوصول إلى مصدر الخبر⁽²⁶⁾، وذلك ضمانا لحق المواطن في الحصول على المعلومات والوثائق والإحصائيات ونقلها، المكفول بموجب المادة 51 من التعديل الدستوري لسنة 2016. وهو ما أقرته المادة 31 من المرسوم بقانون رقم (47) لسنة 2002 البحريني بشأن تنظيم الصحافة والطباعة والنشر بنصها على أنه "للصحفي حق الحصول على المعلومات والإحصاءات والأخبار المباح نشرها طبقا للقانون من مصادرها، كما يكون للصحفي حق نشر ما يتحصل منها"، هذا ويحظر فرض أية قيود تعوق تدفق المعلومات أو تحول دون تكافؤ الفرص بين مختلف الصحف في الحصول على المعلومات، أو يكون من شأنها تعطيل حق المواطن في الإعلام والمعرفة، وذلك كله دون إخلال بمقتضيات الأمن الوطني والدفاع عن الوطن ومصالحه العليا⁽²⁷⁾.

يتضح لنا مما سبق عرضه، أن حرية الإعلام تعني حرية ممارسة وظيفة الإعلام المتمثلة في نقل الأخبار والمعلومات وإذاعتها بمصادقية بواسطة وسائل الإعلام المختلفة، ومن ثم فهي ترتبط بحرية التعبير، أي أنه متى زادت مساحة هذه الأخيرة زادت معها مساحة حرية الإعلام⁽²⁸⁾، لكن ما مدى إباحة حرية التعبير الإعلامية في ظل التحقيق القضائي؟

لقد تناول الفقهاء والباحثون هذه الإشكالية بالدراسة، من خلال البحث في مدى أحقية نشر الصحافة المكتوبة - باعتبارها إحدى وسائل الإعلام - لأخبار الجريمة، وانقسموا بصدد هذا إلى ثلاثة اتجاهات، سنتطرق إليها في معرض دراستنا بإسقاطها على إشكاليتنا الرئيسية المتعلقة بسرية التحقيق، إذ يرى الاتجاه الأول أن عملية نشر أخبار الجريمة هي إجراء غير سليم تؤدي إلى انتشار الجرائم، أو الإساءة إلى بعض الأشخاص أو الجهات، أو يكون النشر عملية معيقة ومعطلة لبعض الإجراءات التي تتخذها السلطة القضائية نحو الجرائم والمجرمين، أما الرأي الثاني فيرى أن عملية نشر أخبار الجرائم في الصحافة إجراء مبني على أن هذا النشر وحده هو الذي يؤدي إلى إيقاظ الشعب والرأي العام والهيئات الحاكمة، ويؤدي إلى البحث عن أسباب الداء والقضاء على أصله، في حين يرى الاتجاه الثالث أنه لا

يمكن أن تمتنع الصحافة كلية عن نشر أخبار الجرائم لأنها جزء من موضوعها، لكن عليها أن تنشر الموضوع بشكل موجز وغير مثير⁽²⁹⁾، وهو الرأي الذي نتبناه شخصيا في ما يتعلق بإجراءات التحقيق والنتائج التي تسفر عنها، مؤكداً أن الإشكالية لا تكمن في حق الإعلام في نشر أخبار التحقيق القضائي من عدمها، بقدر ما تكمن في الحدود والقيود الواردة على هذا النشر، وما كان لهذا الإشكال أن يثار لولا تلك التجاوزات التي تمارسها وسائل الإعلام على اختلاف أنواعها، مما أدى إلى المساس بصميم وجوه مهنة القضاء. حيث أنه ومع ظهور الإعلام الجديد كالفضائيات التلفازية والأنترنيت، واستجابة لظروحات الحتمية التكنولوجية، فقدت السيطرة على انتشار مضامينه، وبدأ تسريب الرسائل المحظورة، والأفلام الممنوع منها وغير الممنوع، وبطرق عدة⁽³⁰⁾، مما أدى إلى انحراف النشاط الإعلامي عن القيام بدوره الموضوعي والهادف في الآونة الأخيرة، فلم يعد الإعلامي يفرق بين نشر معلومات حول أي قضية كخبر إعلامي مجرد في وسائل الإعلام، وبين النشر لشحن الرأي العام وحمل القضاء على إصدار حكم معين⁽³¹⁾، ولا يمكن إنكار قدرة مثل هذه الممارسات الإعلامية غير المشروعة في التأثير على أداء القضاة لمهامهم المنوطة بهم، القائمة على مبدأ استقلال القضاء المكفول دستورياً، ذلك أنه كثيراً ما يؤدي الانفلات اللامسؤول لوسائل الإعلام في تداول أنباء التحقيقات القضائية إلى المبالغة في إخراج الخبر ليبدو مقروء وشيقاً ومثيراً، مما يساهم في تأليب الرأي العام، بل وانحرافه في اتجاه خاطئ لا يخدم العدالة⁽³²⁾، من خلال تكوين آراء مسبقة لديه حول الأحكام التي يمكن إصدارها في القضايا المنشورة، ومثل هكذا طرح إعلامي خاطئ وسلب يودي إلى التشكيك في نزاهة القضاء وعمله، بل وقد يطول هذا التأثير حتى الشهود في القضية، لاختلاط الأمر عليهم جراء المبالغة والمغالطات المنشورة إعلامياً، الأمر الذي يفقدهم التركيز بشأن ما كان يفترض بهم الإدلاء به، لتداخله مع ما أصبح لديهم من معلومات رسخت لدى الرأي العام أيضاً، وهو ما يؤثر على المحاكمة العادلة للمتهمين في القضية⁽³³⁾، هذا من جهة، ومن جهة أخرى فإن تداول الإعلام لهذه الأخبار قد يعيق إلقاء القبض على المجرمين، كما قد يسهل لهم سبل الفرار والإفلات من العقاب⁽³⁴⁾، وهو ما يمنع تحقيق العدالة، وفي هذا الصدد يمكننا الاستشهاد بقضية "لعبة الحوت الأزرق" أو "Blue whale"، التي أثارت بلبلة وضجة إعلامية واسعة في أوساط المجتمع الجزائري في الآونة الأخيرة، وهي لعبة على شبكة الأنترنت تستهدف شريحة المراهقين، مستوحاة من ظاهرة حيتان الشاطئ التي ترتبط بفكرة الانتحار، تتكون من مجموعة من التحديات على مدى خمسين يوماً، إذ يطلب من اللاعب في التحدي النهائي منها إنهاء حياته بالانتحار⁽³⁵⁾، وقد عرفت الجزائر وفاة عدد من الأطفال عبر مختلف ولايات الوطن، كان الرأي العام يربطها مباشرة بهذه اللعبة، وذلك بسبب ما روجته وسائل الإعلام الجزائرية بهذا الخصوص دون التأكد من صحة الموضوع، وهو ما أكده وزير العدل حافظ الأختام السيد "الطيب لوح" خلال تصريح له بقوله

أن نتائج التحقيق الأولية أثبتت حالة لها علاقة بهذه اللعبة التي روج لها، وحالات أخرى لا يزال التحقيق جاري بشأنها، ولم يثبت لحد الآن علاقتها بهذه اللعبة، وأن القضاء يقوم بواجبه في مكافحة كل الجرائم الإلكترونية، حيث أمرت الهيئة الوطنية للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال ومكافحتها بالتنسيق مع النيابة العامة المختصة بالتحقيق في هذا الموضوع، وهو جاري بدقة، وفي هذا الصدد حث وسائل الإعلام على عدم الترويج لأكثر مما تستحقه مثل هذه الأمور⁽³⁶⁾، كما أكدت المفوضة الوطنية لحماية الطفولة في الجزائر "مريم شرفي" في تصريح لها على هامش الدورة التكوينية لصالح الوسط المفتوح بمقر إقامة القضاة بالأبيار أن "موضوع الحوت الأزرق" أخذ مجالا كبيرا في التداول الإعلامي مؤخرا، ودعت إلى عدم التهويل في التطرق إليه، إلى حين ظهور نتائج التحقيق كما سبق لوزير العدل إعلانه⁽³⁷⁾.

إن الطرح الإعلامي الخاطئ لمثل هذه القضايا، قد يؤثر على عمل القضاء بشكل سلبي ويشوش عليه، لا سيما وأن المجتمع الجزائري لم يستفك بعد من مأساة اختطاف الأطفال وقتلهم التي انتشرت منذ سنة 2008، لتظهر قضية "الحوت الأزرق" على الساحة الإعلامية، فسوء اختيار وسائل الإعلام للطريقة المثلى في طرح هذه القضايا، يساهم في تضليل القضاء والرأي العام على حد سواء، مما يصعب مهمة الوصول إلى الحقيقة، والكشف عن المتسبب الرئيسي فيها، بسبب قلبها للمفاهيم، وتحليلها من قبل أشخاص غير مختصين، إذ يحتمل أن يكون إنهاء حياة بعض الأطفال بفعل فاعل، غير أنه ونتيجة للتداول الإعلامي الخاطئ للموضوع بتوجيه الرأي العام بشأنه إلى اتجاه معين كالانتحار بسبب اللعبة الإلكترونية مثلا، يتم التأثير على القضاة في إصدارهم لأحكامهم من جهة، ومن جهة أخرى قد يطعن في نزاهة القضاء، و تفقد الأحكام القضائية مصداقيتها إذا كانت هذه الأخيرة مخالفة للاتجاه الذي شحن به الإعلام الرأي العام، وهو أسلوب من أساليب الإرهاب المعنوي الممارس من وسائل الإعلام ضد القضاة، بالضغط والتأثير عليهم لإصدارهم لأحكامهم على نحو معين⁽³⁸⁾، لذلك كان من الضروري الحد من الحرية الإعلامية منعا لمثل هذه التجاوزات اللامسؤولة، وما ينجر عنها من مساس بالمصلحتين الخاصة والعامّة للمجتمع، وفيما يلي نتطرق إلى ضوابط الحرية الإعلامية.

ثانيا: ضوابط الحرية الإعلامية في إطار التحقيق القضائي.

إن الحديث عن ضوابط الحرية الإعلامية لاسيما في مجال التحقيق القضائي، لا يعني أبدا أن سلطتي الإعلام والقضاء تسيران وفق خطين متوازيين لا تقاطع بينهما، بل بالعكس من ذلك تماما، إذ توجد بينهما مساحة مشتركة لا يمكن لمنصف إنكارها، تتجسد في الدور التكاملي الذي يجمع بينهما، من خلال تعاونهما في نشر الحقيقة ونشر الثقافة القانونية، وكشف التجاوزات الحاصلة داخل المجتمع وصولا إلى

تحقيق العدالة، وهو ما يعني أنه لا تعارض ولا تناقض بين حرية الإعلام وبين ضوابط هذه الحرية التي تقتضي حفظ الحرية الإعلامية دون تجاوز لحدودها المشروعة⁽³⁹⁾. وفي هذا الصدد تدخل المشرع الدستوري الجزائري سنة 2016 لرسم حدود هذه الحرية، بإضافته لنصي المادتين 50 و51 على التوالي، حيث نصت المادة 50 منه على ما يلي "حرية الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية، وعلى الشبكات الإعلامية مضمونة ولا تقيد بأي شكل من أشكال الرقابة القبلية.

لا يمكن استعمال هذه الحرية للمساس بكرامة الغير وحررياتهم وكرامتهم.

نشر المعلومات والأفكار والصور والآراء بكل حرية مضمون في إطار القانون واحترام ثوابت الأمة وقيمتها الدينية والأخلاقية والثقافية".

في حين نصت المادة 51 على ما يلي "الحصول على المعلومات والوثائق الإحصائيات ونقلها مضمون للمواطن.

لا يمكن أن يمس هذا الحق بحياة الغير الخاصة وبحقوقهم وبالمصالح المشروعة للمؤسسات وبمقتضيات الأمن الوطني.

يحدد هذا القانون كليات ممارسة هذا الحق"⁽⁴⁰⁾.

وقد كفل المشرع الدستوري البحريني حرية الصحافة أيضا بموجب المادة 24 من دستور المملكة، التي نصت على ما يلي "مع مراعاة حكم المادة السابقة تكون حرية الصحافة والطباعة والنشر مكفولة وفقا للشروط والأوضاع التي يبينها القانون"، حيث يلتزم الصحفي فيما ينشره بالمبادئ والقيم التي يتضمنها الدستور وبأحكام القانون، وأن يراعي في كل أعماله مقتضيات الشرف والأمانة والصدق وآداب المهنة وتقاليدها بما يحفظ للمجتمع مثله وقيمه، وبما لا ينتهك حقا من حقوق المواطنين أو يمس حررياتهم"⁽⁴¹⁾. كما لا يجوز له التعرض للحياة الخاصة لأي شخص وفقا لما تؤكد المادة 39 من المرسوم بقانون رقم (47) لسنة 2002 المشار إليه سابقا.

فمبدأ سرية التحقيق القضائي يعتبر من المبادئ المهمة التي يفترض بحرية الإعلام احترامها، وهو ما تؤكد المادة الثانية من قانون الإعلام الجزائري رقم 12-05 بنصها على أنه "يمارس النشاط الإعلامي بحرية في إطار أحكام هذا القانون العضوي والتشريع والتنظيم المعمول لهم، وفي ظل احترام:.....- سرية التحقيق القضائي...."، وهو ما تؤكد أيضا المادة الثانية من القانون رقم 14-04 المتعلق بالنشاط السمعي البصري، كما نصت المادة 84 من قانون الإعلام على أنه "يعترف للصحفي المحترف بحق الوصول إلى مصدر الخبر، ماعدا في الحالات الآتية:.....- عندما يتعلق الخبر بسر البحث والتحقيق

القضائي..."، وفي النطاق ذاته نصت المادة 48 من القانون المتعلق بالنشاط السمعي البصري في الجزائر على أنه "يتضمن دفتر الشروط العامة لاسيما الالتزامات التي تسمح ب:-احترام سرية التحقيق القضائي..". هذا ويحظر على الصحيفة تناول ما تتولاه سلطات التحقيق أو المحاكمة بما يؤثر على صالح التحقيق أو المحاكمة، أو بما يؤثر على مراكز من يتناولهم التحقيق أو المحاكمة، وتلتزم الصحيفة بنشر قرارات النيابة العامة ومنطوق الأحكام التي تصدر في القضايا التي تناولتها بالنشر أثناء التحقيق أو المحاكمة، وموجز كاف للأسباب التي قامت عليها، وذلك كله إذا صدر القرار بالحفظ أو بالأوجه لإقامة الدعوى أو صدر الحكم بالبراءة"⁽⁴²⁾.

يستفاد من المواد المشار إليها أعلاه، أن تقييد حرية النشاط الإعلامي وإحاطتها بضوابط دستورية وقانونية، هي حتمية لا مفر منها، في سبيل الحفاظ على المصلحة العامة للمجتمع، ولأن العدالة هي الضحية الأولى للتعدي الصارخ للنشاط الإعلامي على صلاحيات القضاء، وتدخله في صميم عمله - مما أدى إلى التشكيك في نزاهته لدى الرأي العام، وكذا قدرته على ضمان المحاكمة العادلة، واحترامه لقرينة البراءة- كان لابد من تبني مبدأ تقييد إباحة النشر لإجراءات التحقيق القضائي ونتائجه، إلا في الحدود التي يقرها القانون.

وتجسيدا للطرح الإعلامي الهادف والإيجابي في تعامله مع سلطة القضاء، وبعيدا عن توجيه الرأي العام لخدمة أغراض غير مشروعة تمنع من تحقيق العدالة، تبنى قانون الإجراءات الجزائية الجزائري في إطار حمايته لخاصية سرية التحقيق الابتدائي، نص المادة 11 منه والذي جاء في فقرته الأولى ما يلي "تكون إجراءات التحري والتحقيق سرية ما لم ينص القانون على خلاف ذلك، ودون إضرار بحقوق الدفاع"، ونصت الفقرتان الثالثة والرابعة منه على أنه " غير أنه تفاديا لانتشار معلومات غير كاملة أو غير صحيحة، أو لوضع حد للإخلال بالنظام العام، يجوز لممثل النيابة العامة أو لضابط الشرطة القضائية⁽⁴³⁾ بعد الحصول على إذن مكتوب من وكيل الجمهورية أن يطلع الرأي العام بعناصر موضوعية مستخلصة من الإجراءات، على أن لا تتضمن أي تقييم للأعباء المتمسك بها ضد الأشخاص المتورطين.

تراعى في كل الأحوال قرينة البراءة وحرمة الحياة الخاصة".

لقد أكدت هذه المادة القانونية أن انتشار معلومات غير كاملة أو غير صحيحة حول إجراءات التحري والتحقيق من شأنها الإخلال بالنظام العام، والمساس بحرمة الحياة الخاصة، وهو ما يمكن لوسائل الإعلام التورط فيه من خلال انحرافها عن مهمتها، وتجاوزها للقيود المقررة لها دستورا وقانونا، لذلك يجدر بها الالتزام بحدودها المهنية المتخصصة التي تحكمها آداب وأخلاقيات معينة، مثلما تشير إليه

قوانين الإعلام وموثيقه في أي دولة، والتي تندرج غالباً تحت أربعة قيم هي: قول الحقيقة، الالتزام بالعدالة، الحرية التضامنية من خلال الشعور بالمسؤولية تجاه الغير، واحترام الكرامة الإنسانية⁽⁴⁴⁾، وتتمثل هذه الأخلاقيات في مجموعة من المبادئ والمعايير التي يقوم الإنسان بتطبيقها بشكل اختياري لاتخاذ قراراته حول ما يقوم به من أفعال، وهذه المبادئ هي التي تحدد مدى صحة الفعل الإنساني، ومنها ميثاق الشرف الصحفي الذي يعرف بأنه "قواعد للسلوك المهني وآداب مهنة الصحافة تهتم بتنظيم الجانب الأخلاقي لممارسة مهنة الصحافة، وهذه الموثيق تعد بمثابة توجيهات داخلية لقرارات المهني في مختلف المواقف والمعضلات التي يواجهها أثناء عمله المهني، ويهدف لحماية واحد أو أكثر من الفئات التالية: القراء، الصحفيون، حماية ملاك الصحف، معالجة قضايا المعلنين، والموثيق قد يصوغها الصحفيون ويلتزمون بتنفيذها باعتبارها تنظيمًا ذاتيًا لهم، وقد تفرض عليهم من جهة أخرى ويكون لها في هذه الحال درجات مختلفة من الفاعلية"⁽⁴⁵⁾.

وفي هذا الصدد تضمن قانون الإعلام الجزائري فصلاً خاصاً بآداب وأخلاقيات المهنة، يتكون من ثمانية مواد قانونية، حيث نصت المادة 92 منه في فقرتها الأولى على أنه "يجب على الصحفي أن يسهر على الاحترام الكامل لآداب وأخلاقيات المهنة خلال ممارسته للنشاط الصحفي"، وكل خرق لهذه القواعد يعرض صاحبه إلى عقوبات يأمر بها المجلس الأعلى لآداب وأخلاقيات مهنة الصحافة⁽⁴⁶⁾، كما اعتمد ميثاق الشرف الصحفي البحريني جملة من البنود والمبادئ التي يجدر بالأسرة الصحفية والإعلامية الالتزام بها⁽⁴⁷⁾، وتتمثل هذه الضوابط والأخلاقيات فيما يلي:

- التحلي بالاهتمام الدائم لإعداد خبر كامل وموضوعي.
- نقل الوقائع والأحداث بنزاهة وموضوعية، وهو ما يعني صدق الخبر وموضوعية الرأي، أي إعلام المواطنين بالأخبار الصحيحة وتقديم الرأي والرأي الآخر⁽⁴⁸⁾.
- تصحيح كل خبر غير صحيح⁽⁴⁹⁾.
- الامتناع عن تعريض الأشخاص للخطر، وهو ما يفترض حماية كرامة المواطنين وحماية حياتهم الشخصية.
- الامتناع عن الإشادة بصفة مباشرة أو غير مباشرة بالعنصرية وعدم التسامح والعنف.
- الامتناع عن الوشاية والقذف.
- الامتناع عن نشر أو بث أي صور أو أقوال تمس بالخلق العام أو تستفز مشاعر المواطن⁽⁵⁰⁾.

وتقييدا للحرية الإعلامية في إطار سرية التحقيق القضائي، حظر قانون الإعلام على وسائل الإعلام نشر أو بث أي خبر أو وثيقة تلحق ضررا بسر التحقيق الابتدائي في الجرائم، أو بث أو نشر فحوى مناقشات الجهات القضائية التي تصدر الحكم إذا كانت جلساتها سرية، وكذلك الشأن بالنسبة لتقارير المرافعات التي تتعلق بحالة الأشخاص والإجهاض، كما حظر عليها نشر أو بث أي صور أو رسوم أو أية بيانات توضيحية أخرى تعيد تمثيل كل أو جزء من ظروف بعض الجنايات والجرح المذكورة في المواد من 255 إلى 262، و263 مكرر، والمواد من 333 إلى 341، و342 من قانون العقوبات⁽⁵¹⁾.

ومن الالتزامات التي تضمنها ميثاق الشرف الصحفي في مملكة البحرين، منع الصحفي والمؤسسة الصحفية من تناول ما تتولاه سلطات التحقيق أو المحاكمة من قضايا بما يؤثر على مجرى التحقيق أو تلك القضايا، وهو ما يؤكد الالتزام السابع والثاني عشر من هذا الميثاق، حيث يلتزم كل من الصحفي والمؤسسة الصحفية في هذا الإطار بموجب الالتزام السابع بـ:

أ- عدم نشر أسماء وصور المتهمين أو المحتجزين على ذمة التحقيق في الجرائم والقضايا، والانتباه إلى أن المتهم بريء حتى تثبت إدانته.

ب- الالتزام بقرار السلطة القضائية بحظر النشر في قضايا تتعرض لها.

ج- عدم الإفصاح عن هوية ضحايا الاعتداء الجنسي أو نشر مواد من شأنها أن تساعد على تحديد هويتهم ما لم يكن هناك مبرر كاف، وهم أحرار في القيام بذلك من الناحية القانونية⁽⁵²⁾.

في حين قرر الالتزام الثاني عشر من هذا الميثاق ما يلي:

- الصحافة الحرة هي المرأة الحقيقية للمجتمع، وانطلاقا من مبدأ المسؤولية المجتمعية فإن الصحفيين والمؤسسات الصحفية والإعلامية مطالبون بالالتزام بواجباتهم في نشر الوعي والتثقيف المجتمعي، وحماية حقوق المجتمع بجميع أفرادهم ومكوناته، والتصدي لأي مظاهر سلبية أو ممارسات دخيلة تخالف العادات والتقاليد المرعية في البلاد، وذلك من خلال:

ب- تجنب الإثارة في نشر أخبار الجرائم والابتعاد عن أسلوب الفضائح وعدم إبراز مظاهر العنف التي تشيع الخوف أو الاكتئاب أو تغرس العدوانية لدى المراهقين أو الأجيال الناشئة⁽⁵³⁾.

إن الضوابط والقيود المحددة أعلاه تتدرج جميعها ضمن إطار حسن سير العدالة، الذي يفترض بالإعلام تحقيقه، ذلك أن دور الإعلام الموضوعي يتمثل في دعم القضاء واستقلاله⁽⁵⁴⁾، ومن ثم يحظر على وسائل الإعلام تجاوز هذه الضوابط القانونية، وفي حالة مخالفتها تترتب المسؤولية القانونية، وهو ما سنوضحه في المحور الأخير من الدراسة.

المحور الثالث: المسؤولية المترتبة على مخالفة النشاط الإعلامي لسرية التحقيق القضائي.

لقد سبق التأكيد في معرض دراستنا على العلاقة المشتركة والتكاملية بين كل من الإعلام والقضاء في تحقيق العدالة، كل في نطاق حدوده المهنية المتخصصة التي تحكمها آليات وأدوات محددة، ومن ثم فإن افتتاح وسائل الإعلام على صلاحيات القضاء، بتتصيب نفسها قاضيا والفصل في التحقيقات القضائية بأحكام مسبقة، يرضخ لها الرأي العام، يجعل منها (أي وسائل الإعلام) محلا للمساءلة القانونية بتهمة الانحراف عن الإعلام الموضوعي الهادف، وتجاوزها للضوابط القانونية المرسومة لحريتها الإعلامية، وهو ما يجعلنا أمام جريمة إعلامية مكملة الأركان، إذ تقتضي هذه الأخيرة تعمد إيصال الفكرة أو المعلومة أو الشعور أو الإرادة إلى الغير قصد الإذاعة والنشر، حيث تتحقق العلانية حتما⁽⁵⁵⁾، وتتخذ هذه الجرائم صورة الإفشاء لأنها تتضمن إذاعة أو نشر سر يجب أن لا يذاع تجنباً للمساس بسير العدالة⁽⁵⁶⁾، لذلك اصطلح على تسميتها جرائم الإفشاء أو جرائم النشر المحظور، وقد ورد ذكر هذه الجرائم ضمن قانون الإعلام الجزائري وقانون الصحافة البحريني، وتتمثل فيما يلي:

➤ **جريمة بث أو نشر أي خبر أو وثيقة تلحق ضرراً بالتحقيق الابتدائي في الجرائم:** وقد نصت عليها المادة 119 من قانون الإعلام، حيث تعاقب أي وسيلة إعلام ترتكب هذه المخالفة بغرامة مالية من خمسين ألف إلى مئة ألف دينار جزائري. وفي السياق ذاته جرمت المادة 85 من قانون الإجراءات الجزائية الجزائري كل إفشاء أو إذاعة لمستند متحصل من تفتيش شخص لا صلة له قانوناً بالاطلاع عليه، وكان ذلك بغير إذن من المتهم أو من خلفه أو الموقع بإمضائه على المستند، أو الشخص المرسل إليه، وكذلك كل من استعمل ما وصل إلى علمه منه ما لم يكن من ضرورات التحقيق القضائي، ويعاقب على هذه الأفعال بالحبس من شهرين إلى سنتين، وبغرامة من ألفين إلى عشرين ألف دينار جزائري، وما يلاحظ على هذه الأفعال أنها يمكن أن ترتكب من أشخاص عاديين أو من إعلاميين على حد سواء، وإذا ارتكبت بواسطة إعلاميين فإن العقوبة المطبقة عليهم تكون الغرامة دون عقوبة الحبس، وهو ما قرره المادة 50 من التعديل الدستوري لسنة 2016 بقولها في فقرتها الأخيرة "لا يمكن أن تخضع جنحة الصحافة لعقوبة سالبة لحرية". وهو ما نصت عليه المادة 71 من المرسوم بقانون رقم (47) لسنة 2002 في مملكة البحرين في البند (د) منها بقولها "مع عدم الإخلال بأية عقوبة أشد ينص عليها قانون العقوبات أو أي قانون آخر، يعاقب بالغرامة التي لا تجاوز ألف دينار على نشر ما يلي: د- أخبار أية جريمة قررت سلطة التحقيق منع نشرها".

➤ **جريمة بث أو نشر فحوى مناقشات الجهات القضائية التي تصدر الحكم إذا كانت جلساتها سرية:** نصت عليها المادة 120 من قانون الإعلام، حيث يعاقب مرتكبها بغرامة مالية من مئة ألف إلى مئتي ألف دينار جزائري. وقد نصت على هذه الجريمة المادة 71 من المرسوم بقانون رقم (47) لسنة 2002

في مملكة البحرين، في البند (أ) منها، حيث يعاقب بموجبها بغرامة لا تتجاوز ألف دينار - دون الإخلال بأي عقوبة أشد في قانون العقوبات أو أي قانون آخر - على نشر: أ- ما جرى في الدعاوى القضائية التي قررت المحكمة سماعها في جلسة سرية، أو نشر ما جرى في الجلسات العلنية محرفاً وبسوء نية. بالإضافة إلى نشر أخبار إفلاس تجار أو محال تجارية أو صيارفة بدون إذن خاص من المحكمة المختصة وفقاً لما ورد في البند (هـ) من المادة نفسها.

➤ **جريمة نشر أو بث تقارير عن المرافعات التي تتعلق بحالة الأشخاص أو الإجهاض:** نصت عليها المادة 121 من قانون الإعلام، وتتمثل عقوبتها في غرامة مالية من خمسين ألف إلى مئتي ألف دينار جزائري.

➤ **جريمة نشر أو بث صور أو رسوم أو أية بيانات توضيحية أخرى:** تعيد تمثيل كل أو جزء من ظروف بعض الجنايات والجنح الواردة على سبيل الحصر في قانون العقوبات والمتمثلة في جناية القتل العمد مع سبق الإصرار والترصد، وقتل الأصول، وقتل الأطفال، والتسميم، والقتل باستعمال التعذيب طبقاً للمواد من 255 إلى 262 و263 مكرر من قانون العقوبات، وجرائم انتهاك الآداب كالفعل العلني المخل بالحياء، والشذوذ الجنسي والزنا والتحرش الجنسي وتحريض القصر على الفسق والدعارة طبقاً للمواد من 333 إلى 341، و342 من قانون العقوبات الجزائري، وقد نصت على هذه الجريمة المادة 122 من قانون الإعلام، وعاقبت مرتكبها بغرامة مالية من خمسين ألف إلى مئة ألف دينار جزائري، لما فيها من مساس بحرمة الحياة الخاصة للأشخاص وإحساس الجمهور من الصور التي تخدش الحياء العام⁽⁵⁷⁾. هذا وقد نص البند (ج) من المادة 71 من المرسوم بقانون رقم (47) لسنة 2002 البحريني على تجريم نشر الأحكام الصادرة في جرائم الاغتصاب والاعتداء على العرض وجرائم الأحداث إذا كان الغرض من نشرها التحريض على الفجور والدعارة.

هذا وقد نصت المادة 93 من قانون العقوبات البحريني على ما يلي "مع عدم الإخلال بالمسئولية الجنائية بالنسبة لمؤلف الكتابة أو واضع الرسم أو غير ذلك من طرق التعبير يعاقب رئيس تحرير الصحيفة أو المحرر المسئول عن القسم الذي حصل فيه النشر إذا لم يكن ثمة رئيس للتحرير بصفته فاعلاً للجرائم التي ارتكبت بواسطة صحيفته، ومع ذلك فلا مسئولية عليه إذا قام في أثناء التحقيق الابتدائي بإثبات أن النشر حصل بدون علمه وقدم كل ما لديه من المعلومات أو الأوراق للمساعدة على معرفة الناشر الفعلي أو بالإرشاد عن مرتكب الجريمة وقدم كل ما لديه من المعلومات أو الأوراق لإثبات مسئوليته أو بإثبات أنه لو لم يقم بالنشر لعرض نفسه لفقد وظيفته في الصحيفة أو لضرر جسيم آخر". وكضمانة إضافية لحسن سير التحقيقات القضائية وتحقيق العدالة، جرّم المشرع الجزائري صوراً أخرى من السلوكيات غير المشروعة التي يمكن أن تمارسها وسائل الإعلام وتضرر بها سلطة القضاء، وقد أدرجها

ضمن قانون العقوبات، كونها ليست حكرا على وسائل الإعلام فقط، إذ يمكن أن يرتكبها أشخاص آخرون، وهو ما نصت عليه المادة 147 من قانون العقوبات الجزائري، وتتمثل في:

- الأفعال والأقوال والكتابات العلنية التي يكون الغرض منها التأثير على أحكام القضاة طالما أن الدعوى لم يفصل فيها نهائيا.

- الأفعال والأقوال والكتابات العلنية التي يكون الغرض منها التقليل من شأن الأحكام القضائية، والتي يكون من طبيعتها المساس بسلطة القضاء أو استقلاله.

ويعاقب مرتكب هذه الأفعال طبقا للمادة 147 بالعقوبات المنصوص عليها في الفقرة 1 و3 من المادة 144 من قانون العقوبات والمتمثلة في الغرامة المالية التي تتراوح من عشرين ألف إلى مئة ألف دينار جزائري، حيث لا يمكن تطبيق عقوبة الحبس من شهرين إلى سنتين على الإعلاميين باعتبارها عقوبة سالبة للحرية تم حظر تطبيقها على عليهم وفقا للمادة 50 من التعديل الدستوري الجزائري لسنة 2016 المشار إليها أعلاه، وغاية المشرع الجزائري من تجريم هذه الأفعال واضحة، حيث يسعى إلى تأكيد استقلالية القضاء عن كل ما من شأنه التأثير على عمله، وذلك بخلق مناخ عمل مناسب له بعيدا عن الضغوطات الإعلامية التي تعيق تحقيق العدالة، أما عن إغائه للعقوبات السالبة للحرية في جنح الصحافة وإبقائه على العقوبة المالية فقط المتمثلة في الغرامة، فإنه تحول يحسب له أيضا، لما للعقوبات السالبة للحرية من مساوئ جمة لم تعد تفي بالغرض العقابي الذي تتوخاه السياسة العقابية المعاصرة، خاصة في إطار الجرائم الإعلامية.

والمسلك ذاته انتهجه المشرع البحريني في قانون العقوبات، حيث جرم مجموعة من الأفعال التي من شأنها أن تؤثر على أداء الهيئات القضائية لدورها المنوط بها تحقيقا للعدالة، فنصت المادة 216 منه على ما يلي: "يعاقب بالحبس أو بالغرامة من أهان بإحدى طرق العلانية المجلس الوطني أو غيره من الهيئات النظامية أو الجيش أو المحاكم أو السلطات أو المصالح العامة". ونصت المادة 212 على ما يلي "يعاقب بالحبس من تعدى بأي فعل من الأفعال المنصوص عليها في الفقرة الأولى من المادة (339) على موظف عام أو مكلف بخدمة عامة أثناء أو بسبب تأديته وظيفته أو خدمته.

وتكون العقوبة الحبس مدة لا تزيد على سنتين أو الغرامة التي لا تتجاوز مائتي دينار إذا لم يبلغ التعدي درجة الجسامة المذكورة.

وتكون العقوبة الحبس مدة لا تقل عن سنة إذا وقع التعدي على **قاض**".

في حين نصت المادة 222 من قانون العقوبات البحريني على أنه "يعاقب بالحبس مدة لا تزيد على ستة أشهر أو بالغرامة التي لا تجاوز خمسين دينارا من أهان بالإشارة أو بالقول أو بالكتابة أو بأية طريقة أخرى موظفا عاما أو مكلفا بخدمة عامة أثناء أو بسبب تأدية وظيفته أو خدمته. وتكون العقوبة الحبس مدة لا تقل عن ثلاثة أشهر أو الغرامة التي لا تقل عن خمسين دينارا إذا وقعت الإهانة أثناء انعقاد الجلسة على هيئة محكمة أو على أحد أعضائها".

وفي الإطار ذاته، تم تأسيس سلطة السمعى البصري في الجزائر بموجب المادة 64 من قانون الإعلام الجزائري رقم 12-05، حيث تتمتع هذه السلطة قصد أداء مهامها، بمجموعة من الصلاحيات، إذ يمكن لها أن تبدي رأيها بطلب من أي جهة قضائية في كل نزاع يتعلق بممارسة النشاط السمعى البصري طبقا لنص المادة 55 من القانون المتعلق بالنشاط السمعى البصري رقم 14-04، لا سيما في الجرائم التي تم الإشارة إليها أعلاه.

الخاتمة:

يتضح جليا من دراستنا، حرص كل من المشرعين الجزائري والبحريني على الموازنة بين كل من الحرية الإعلامية وسرية التحقيق القضائي كمبدأين دستوريين مهمين تقوم عليهما دولة القانون والديمقراطية، وذلك من خلال إحاطتهما لممارسة النشاط الإعلامي بسياسات قانونية قوية، جسدت في الجزائر بسن ترسانة قانونية منظمة ومنتالية، خلال فترة زمنية وجيزة بداية من سنة 2012 التي عرفت صدور قانون الإعلام الجزائري رقم 12-05، تلاه صدور القانون رقم 14-04 المتعلق بالنشاط السمعى البصري خلال سنة 2014، ليم بعدها إجراء تعديل دستوري سنة 2016 بموجب القانون 16-01 والذي أضاف نصين جديدين 50 و 51 على التوالي، ينظمان الحرية الإعلامية ويحددان ضوابطها، لاسيما ما يتعلق منها بسرية التحقيق القضائي، وهو ما كفلته مملكة البحرين من خلال قانونها الأساسي المتمثل في دستور المملكة، بالإضافة إلى قانون الصحافة وقانوني الإجراءات الجنائية والعقوبات، وكذا ميثاق الشرف الصحفي البحريني، غير أن هذا الزخم من النصوص القانونية التي ترسم حدود اختصاص كل سلطة تبقى قاصرة عن حل إشكالية الموازنة بين الحرية الإعلامية وسرية التحقيق القضائي ما لم تفعل العلاقة التكاملية المشتركة بينهما على أرض الواقع، وذلك من خلال:

- القيام بدورات تكوينية للإعلاميين، هدفها نشر الثقافة القانونية والقضائية لديهم، حتى يتمكنوا بدورهم من نشرها وبنها إلى الرأي العام في إطار نشاط إعلامي موضوعي وهادف، ذلك أن فاقد الشيء لا يعطيه.

- تحسيس القضاة بالدور الإيجابي لوسائل الإعلام، ومساهمتها في تحقيق العدالة من خلال الطرح الإعلامي الهادف، ودعوتهم إلى ضرورة التعاون معها، ومدتها بالمعلومات والإحصائيات المتعلقة بالتحريات والتحقيقات القضائية في الحدود التي يسمح بها القانون، حتى تتمكن من ممارسة حقها في الوصول إلى مصدر الخبر ونقله للمواطن، ذلك أن تكتم القضاة والتزامهم بالسرية والحيطة في غير موضعها، واحجامهم عن التواصل مع الرأي العام بواسطة الإعلام، يؤثر على نزاهة الجهاز القضائي والأحكام التي يصدرها.

- تفعيل الإعلام القضائي في كل دولة، وذلك بإنشاء خلايا إعلام على مستوى المحاكم والمجالس القضائية، وتفعيلها في سبيل مد الرأي العام بالمعلومات الخاصة بمجريات التحريات والتحقيقات القضائية بطريقة منظمة، دون المساس بسريتها التي يقتضيه القانون أو المساس بحرمة الحياة الخاصة للمواطن، خاصة وأن القانون الجزائري حصر المصدر القانوني لهذه المعلومات في ممثل النيابة العامة وضابط الشرطة القضائية بموجب إذن مكتوب من وكيل الجمهورية فقط، طبقا لأحكام المادة 11 من قانون الإجراءات الجزائية.

- تفعيل المجلس الأعلى للأداب وأخلاقيات المهنة للعقوبات المترتبة على أية مخالفة إعلامية، بغية ردع أي إعلامي يتجاوز ضوابط الحرية الإعلامية المكفولة بموجب الدستور.

- إلزام وسائل الإعلام بعدم تناول تفاصيل التحقيقات القضائية أو تحليلها وتقييمها قبل الفصل النهائي فيها.

- دعوة المشرع الجزائري إلى تبني عقوبة العمل للنفع العام إلى جانب عقوبة الغرامة كجزاء للجنح الإعلامية، بعدما قرر عدم إخضاع هذه الأخيرة للعقوبة السالبة للحرية، وعقوبة العمل للنفع العام هي عقوبة بديلة مقيدة للحرية تقوم على فكرة استثمار العقوبة من خلال تعويض الضرر الذي يسببه السلوك الإجرامي للجماعة، بتكليف المتسبب في الضرر بعمل يعود بالفائدة على المجتمع، كأن يكلف الإعلامي المرتكب لإحدى جرائم النشر المحظور أو إهانة السلطة القضائية بتقديم برامج إعلامية مجانية- دون مقابل- لصالح الهيئات القضائية، الغرض منها نشر الثقافة القانونية والقضائية في أوساط المجتمع، أو أن يكلف بالمشاركة في ندوات تحسيسية ودورات تكوينية لغيره من الإعلاميين، يوضح من خلالها أهمية الطرح الإعلامي الهادف-الذي لا يمكن أن يكون إلا باحترام ضوابط الحرية الإعلامية المحددة قانونا- ودوره في تحقيق العدالة.

(1) بن داود العربي، ضوابط معالجة الجريمة الصحفية، مداخلة مقدمة في الملتقى الوطني الأول حول "الإعلام والديمقراطية"، المنعقد بكلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإنسانية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، يومي 12 و13 ديسمبر 2012.

(2) عواطف عبد الرحمن، الإعلام والقضاء، مقال منشور على الإنترنت بتاريخ 11 أغسطس 2015، على الموقع التالي:
<http://www.ahram.org.eg/NewsPrint/420131.aspx>

تاريخ الاطلاع: 25 جانفي 2018، على الساعة 20:45

(3) مقال "السلطة الرابعة"، مقال منشور على الإنترنت على الموقع التالي:

or.m.wikipedia.org تاريخ الاطلاع : 5 فيفري 2018، على الساعة 11: 00،

(4) المنجد في اللغة والأعلام، الطبعة الثلاثون، دار المشرق، بيروت، 1988، ص 527.

(5) أنظر معجم المعاني الجامع، معجم عربي عربي، على الرابط التالي: www.almaany.com

(6) محمد حسن محمد محرم، الحماية الجنائية الموضوعية لحرية التعبير في القانون المصري والمقارن، رسالة دكتوراه في القانون الجنائي، كلية الحقوق، جامعة الإسكندرية، 2017، ص 152.

(7) محمد حسن محمد محرم، المرجع نفسه، ص 12.

(8) المادة 10 من القانون رقم 05-12 المؤرخ في 12 يناير 2012، المتعلق بالإعلام، منشور في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 2، المؤرخة في 15 يناير 2012.

(9) القانون رقم 01-16 المؤرخ في 6 مارس 2016 المتضمن التعديل الدستوري، منشور في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 14 المؤرخة في 7 مارس 2016.

(10) محمد حسن محمد محرم، المرجع السابق، ص 153 وما بعدها.

(11) أحمد المهدي، أشرف شافعي، التحقيق الجنائي الابتدائي وضمانات المتهم وحمايتها، دار العدالة، القاهرة، 2007، ص ب.

(12) معجم المعاني الجامع، المرجع السابق.

(13) عبد الله أوهابيه، شرح قانون الإجراءات الجنائية الجزائري، التحري والتحقيق، دار هومة، الجزائر، 2005، ص 313.

(14) محمد زكي أبو عامر، الإجراءات الجنائية، الطبعة الثامنة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2008، ص 518.

(15) هدى أحمد العوضي، استجواب المتهم في مرحلة التحقيق الابتدائي، دراسة مقارنة، رسالة ماجستير في الحقوق، كلية الحقوق، جامعة المملكة، مملكة البحرين، يوليو 2009، ص 29 وما بعدها.

(16) أحمد المهدي، أشرف شافعي، المرجع السابق، ص 2.

(17) محمد زكي أبو عامر، المرجع السابق، ص 518.

(18) أحمد المهدي، أشرف شافعي، المرجع السابق، ص 2، محمد زكي أبو عامر، المرجع السابق، ص 518.

(19) الفقرة الثانية من المادة 83 من المرسوم بقانون رقم (46) لسنة 2002 بإصدار قانون الإجراءات الجنائية البحريني، الجريدة الرسمية عدد 2553 المؤرخة في 23 أكتوبر 2002.

(20) عبد الستار غفور بيرقدار، العلاقة بين القضاء والإعلام، مقال منشور على الإنترنت على الموقع التالي:

<https://www.iraqja.iq/view.1011> ، بتاريخ 05/29 /2011، تاريخ الاطلاع : 25 جانفي 2018، على الساعة 19:30.

(21) عبد الستار غفور بيرقدار، المرجع نفسه.

(22) عبد الستار غفور بيرقدار، المرجع نفسه.

(23) محمد بركان، حق الممارسة الإعلامية في الجزائر بين الحرية والأخلاقيات المهنية - دراسة لواقع الصحافة الإلكترونية في ضوء قانون الإعلام 2012- مجلة جيل حقوق الإنسان، مركز جيل البحث العلمي، لبنان، العام الرابع، العدد 23، أكتوبر 2017، ص

- (24) القانون رقم 14-04 المؤرخ في 24 فبراير 2014، المتعلق بالنشاط السمي البصري، منشور في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 16، المؤرخة في 23 مارس 2014.
- (25) نلاحظ أن مضمون هذه المادة هو نفسه مضمون المادة 24 من دستور مملكة البحرين.
- (26) تنص المادة 84 من القانون رقم 12-05 المتعلق بالإعلام على ما يلي "يعترف للصحفي المحترف بحق الوصول إلى مصدر الخبر، ما عدا في الحالات الآتية.....".
- (27) المادة 32 من المرسوم بقانون رقم (47) لسنة 2002 بشأن تنظيم الصحافة والطباعة والنشر في البحرين.
- (28) محمد حسن محمد محرم، المرجع السابق، ص 155.
- (29) بن داود العربي، المرجع السابق.
- (30) عصام سليمان الموسى، الضوابط المهنية والأخلاقية والإعلامية لمعالجة الجريمة والانحراف في المجتمع العربي، الندوة العلمية الإعلام والأمن، الخرطوم: 11-13 أبريل 2005، مركز الدراسات والبحوث، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، ص 3.
- (31) عبد الستار غفور بيرقدار، المرجع السابق.
- (32) بن داود العربي، المرجع السابق، عواطف عبد الرحمن، المرجع السابق، ص 4.
- (33) أنظر: عايش حليمة، الجريمة في الصحافة الجزائرية - تحليل مضمون أخبار الجريمة في جريدة الشروق اليومي - مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، فرع صحافة، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2009/2008، ص 103.
- (34) بن داود العربي، المرجع السابق.
- (35) للمزيد من المعلومات حول هذه اللعبة تصفح الموقع الإلكتروني التالي: <https://.ar.m.wikipedia.org>
- (36) عبد الحكيم بوعزيز، مقال "لوح يعلن عن فتح تحقيق قضائي في قضية اللعبة الإلكترونية "الحوث الأزرق" التي تدفع الأطفال إلى الانتحار"، مقال منشور في جريدة الجزائر بتاريخ 12 ديسمبر 2017، على الموقع الإلكتروني التالي: www.aljazayr.com
- (37) سميرة سنيي، "دعوة وسائل الإعلام الوطنية إلى معالجة هادئة لقضية اللعبة الإلكترونية "الحوث الأزرق" وعدم التهويل في انتظار نتائج التحقيق، مقال منشور في جريدة الجزائر بتاريخ 12 ديسمبر 2017، على الموقع الإلكتروني التالي: www.aljazayr.com
- (38) عواطف عبد الرحمن، المرجع السابق، ص 4.
- (39) عبد الستار غفور بيرقدار، المرجع السابق.
- (40) القانون رقم 16-01 المؤرخ في 6 مارس 2016 المتضمن التعديل الدستوري.
- (41) المادة 37 من المرسوم بقانون رقم (47) لسنة 2002 بشأن تنظيم الصحافة والطباعة والنشر في البحرين.
- (42) المادة 40 من المرسوم بقانون رقم (47) لسنة 2002، المرجع السابق.
- (43) تجدر الإشارة إلى أنه قبل تعديل قانون الإجراءات الجزائية الجزائري سنة 2015 بموجب الأمر رقم 15-02 لم يكن لضابط الشرطة القضائية الحق في اطلاع الرأي العام بمعلومات التحقيق في قضية ما، وإنما كان ذلك من صلاحيات مثل النيابة العامة فقط.
- (44) عصام سليمان الموسى، المرجع السابق، ص 6.
- (45) عصام سليمان الموسى، المرجع نفسه، ص 6، 7.
- (46) أنظر المادة 97 من قانون الإعلام الجزائري رقم 12-05.
- (47) راجع ميثاق الشرف الصحفي في مملكة البحرين.
- (48) عصام سليمان الموسى، المرجع السابق، ص 11.
- (49) أنظر المادة 60 وما بعدها من المرسوم بقانون رقم (47) لسنة 2002 بشأن تنظيم الصحافة والطباعة والنشر في البحرين.

- (50) أنظر الفقرة الثانية من المادة 92 من قانون الإعلام رقم 12-05.
- (51) أنظر المواد 119، 121، 120، 122 من قانون الإعلام رقم 12-05.
- (52) راجع البند السابع من الالتزامات الواجبة على الصحفيين والمؤسسات الصحفية ضمن ميثاق الشرف الصحفي في مملكة البحرين.
- (53) راجع البند الثاني عشر من الالتزامات الواجبة على الصحفيين والمؤسسات الصحفية ضمن ميثاق الشرف الصحفي في مملكة البحرين.
- (54) عبد الستار غفور بيرقدار، المرجع السابق.
- (55) عبد المجيد لخذاري، الجريمة الإعلامية وفقا لقانون الإعلام رقم 12-05، مجلة الحقيقة، جامعة أدرار، العدد 39، 2017، ص 109.
- (56) عصام سليمان الموسى، المرجع السابق، ص 16.
- (57) عبد المجيد لخذاري، المرجع السابق، ص 114.
- قائمة المراجع:**
- أولا: الكتب.**
- أحمد المهدي، أشرف شافعي، التحقيق الجنائي الابتدائي وضمانات المتهم وحمايتها، دار العدالة، القاهرة، 2007.
- عبد الله أوهابيه، شرح قانون الإجراءات الجزائية الجزائري، التحري والتحقيق، دار هومة، الجزائر، 2005.
- محمد زكي أبو عامر، الإجراءات الجنائية، الطبعة الثامنة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2008.
- ثانيا: أطروحات الدكتوراه ومذكرات الماجستير.
- عائش حليمة، الجريمة في الصحافة الجزائرية - تحليل مضمون أخبار الجريمة في جريدة الشروق اليومي - مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، فرع صحافة، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2008/2009.
- محمد حسن محمد محرم، الحماية الجنائية الموضوعية لحرية التعبير في القانون المصري والمقارن، رسالة دكتوراه في القانون الجنائي، كلية الحقوق، جامعة الإسكندرية، 2017.
- هدى أحمد العوضي، استجواب المتهم في مرحلة التحقيق الابتدائي، دراسة مقارنة، رسالة ماجستير في الحقوق، كلية الحقوق، جامعة المملكة، مملكة البحرين، يوليو 2009.
- ثالثا: المجلات والملتقيات.**
- بن داود العربي، ضوابط معالجة الجريمة الصحفية، مداخلة مقدمة في الملتقى الوطني الأول حول "الإعلام والديمقراطية"، المنعقد بكلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإنسانية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، يومي 12 و13 ديسمبر 2012.
- عبد المجيد لخذاري، الجريمة الإعلامية وفقا لقانون الإعلام رقم 12-05، مجلة الحقيقة، جامعة أدرار، العدد 39، 2017.
- عصام سليمان الموسى، الضوابط المهنية والأخلاقية والإعلامية لمعالجة الجريمة والانحراف في المجتمع العربي، الندوة العلمية الإعلام والأمن، الخرطوم: 11-13 أبريل 2005، مركز الدراسات والبحوث، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض.
- محمد بركان، حق الممارسة الإعلامية في الجزائر بين الحرية والأخلاقيات المهنية - دراسة لواقع الصحافة الإلكترونية في ضوء قانون الإعلام 2012- مجلة جيل حقوق الإنسان، مركز جيل البحث العلمي، لبنان، العام الرابع، العدد 23، أكتوبر 2017.
- رابعا: مقالات على الأنترنت.**
- عبد الحكيم بوعزيز، مقال "لوح يعلن عن فتح تحقيق قضائي في قضية اللعبة الإلكترونية "الحوت الأزرق" التي تدفع الأطفال إلى الانتحار"، مقال منشور في جريدة الجزائر بتاريخ 12 ديسمبر 2017، على الموقع الإلكتروني التالي: www.aljazayr.com
- عبد الستار غفور بيرقدار، العلاقة بين القضاء والإعلام، مقال منشور على الأنترنت بتاريخ 29/05/2011 على الموقع التالي:

<https://www.iraqja.iq/view.1011>

- سميرة سنيي، "دعوة وسائل الإعلام الوطنية إلى معالجة هادئة لقضية اللعبة الإلكترونية "الحوت الأزرق" وعدم التهويل في انتظار نتائج التحقيق، مقال منشور في جريدة الجزائر بتاريخ 12 ديسمبر 2017، على الموقع الإلكتروني التالي: www.aljazayr.com

- عواطف عبد الرحمن، الإعلام والقضاء، مقال منشور على الإنترنت بتاريخ 11 أغسطس 2015، على الموقع التالي: <http://www.ahram.org.eg/NewsPrint/420131.aspx>

-مقال "السلطة الرابعة"، مقال منشور على الإنترنت على الموقع التالي: or.m.wikipedia.org

خامسا: القوانين.

أ/ القوانين الجزائرية.

- القانون رقم 01-16 المؤرخ في 6 مارس 2016 المتضمن التعديل الدستوري، منشور في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 14 المؤرخة في 7 مارس 2016.

- القانون رقم 05-12 المؤرخ في 12 يناير 2012، المتعلق بالإعلام، منشور في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 2، المؤرخة في 15 يناير 2012.

- القانون رقم 04-14 المؤرخ في 24 فبراير 2014، المتعلق بالنشاط السمعي البصري، منشور في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 16، المؤرخة في 23 مارس 2014.

- الأمر رقم 66-155 المؤرخ في 8 يونيو 1966 المتضمن قانون الإجراءات الجزائية الجزائري المعدل والمتمم.

- الأمر رقم 66-156 المؤرخ في 8 يونيو 1966 المتضمن قانون العقوبات الجزائري المعدل والمتمم.

ب/ القوانين البحرينية.

- دستور مملكة البحرين المعدل سنة 2012.

- المرسوم بقانون رقم (15) لسنة 1976 مع آخر تعديلاته رقم (3) لسنة 2018 بشأن إصدار قانون العقوبات.

- المرسوم بقانون رقم (46) لسنة 2002 بإصدار قانون الإجراءات الجنائية البحرينية، الجريدة الرسمية عدد 2553 المؤرخة في 23 أكتوبر 2002.

- المرسوم بقانون رقم (47) لسنة 2002 بشأن تنظيم الصحافة والطباعة والنشر.

- ميثاق الشرف الصحفي البحريني.

سادسا: القواميس.

- المنجد في اللغة والأعلام، الطبعة الثلاثون، دار المشرق، بيروت، 1988.

- معجم المعاني الجامع، معجم عربي عربي، متوفر على الرابط الإلكتروني التالي: www.almaany.com

تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على ترتيب اجندة اهتمامات الشباب العربي - العراق انموذجا

أ.د. هاشم حسن التميمي

عميد كلية الاعلام بجامعة بغداد

المقدمة

تشهد منطقتنا العربية عامة لاسيما الخليج العربي مع مطلع الالفية الثالثة تحديات مصيرية متعددة الاشكال والمحتويات والمستويات تهدد وجودها ومستقبل اجيالها على الرغم من توفر مقومات نهضتها لما تمتلك من ثروات مادية ومواقع جغرافية حيوية ومن طاقات شبابية كبيرة، فضلا إلى وجود مقومات حضارية وثقافية، ولا قيمة لكل ما تمتلكه الامم والشعوب من ثروات وعقول اذا لم تتوفر الادارة الرشيدة لاستثمار هذه الموارد بصورة فعالة لتجد لها موطئ قدم في عالم يتسابق بسرعة جنونية للاستحواذ على فرصة البقاء كافة ، ولعل منطق العالم المعاصر يتجه لتأكيد مقولة ان البقاء للأقوى.

انطلاقا مما تقدم نرى بعين الوضوح والتبصر الفكري ان الدراسات المسحية الميدانية التي تعالج ما تواجهه شعوبنا اليوم من تحديات داخلية واقليمية ودولية للإنسان والمجتمع ،للجماعات والدول يعد عملا معرفيا جوهريا ينتفض ويتمرد على اساليب السرد الانشائي والخطاب الاكاديمي النظري، ويؤسس لفلسفة المعرفة في خدمة المجتمع والاضطلاع الريادي في وضع الحلول للمشكلات واستشراف ما يخبئه المستقبل لنا كي نتخذ الحيطة والحذر ولا نقع في هول المفاجأة ودليلنا ما حدث لبلداننا من كوارث تحت شعارات ربيعنا العربي الذي مزق الانسان والشعوب واسقط الدول وانظمتها باسم الديمقراطية والفوضى الخلاقة.

ان اختيار الجامعة الخليجية في مملكة البحرين موضوعة (الاعلام وتحديات الخليج العربي) عنوانا لمؤتمرها العلمي يمثل مساهمة جادة لفتح الحوار الصريح لرصد وتحليل دور الاعلام ووسائل التواصل الاجتماعي في اطار ما نتعرض له من تحديات، ولا نبالغ في الاعتقاد في وصف الاعلام ووسائل التواصل الاجتماعي بانها واحدة من ابرز التحديات التي تواجه مجتمعاتنا التي تفتقد للحصانة الفكرية للتعامل مع تكنولوجيا المعلومات الوافدة بأجيالها المتعددة والمتواصلة واستخدامات المفتوحة وما ينتج عنها من انماط سلوكية وتغيرات كبيرة في طرق التفكير بين الشباب خاصة وهي قد تكون نقلة نوعية للاندماج بالفضاءات العالمية المفتوحة فينتج عنها ابداع وابتكار وربما ستكون وصفا او موجة استهلاكية وانفعالية تتمرد على المألوف من القيم وتؤسس الى فوضى غير خلاقة، وسنحاول في بحثنا الموجز ان نرصد بعضا من تلك التحيات الاتصالية الناتجة عن تعامل الشباب العراقي مع وسائل التواصل الاجتماعي وربما نستطيع ان نعمم بعضا من تلك النتائج عربيا لوجود مشتركات في الثقافة ونوع

التحديات مع الاعتراف بالاختلافات النسبية والاتفاق على خطر الاعلام والاتصال في تشكيل حياة الفرد والمجتمع. والشباب منهم خاصة.

أهمية البحث

تعد الواقعية ورصد الظواهر المستحدثة في زمن انطلاقها او قبل ذلك سمة اساسية للأبحاث العلمية التي تنطلق من استشراق المستقبل والتنبؤ بالنتائج وتحديد الاحتمالات. وانطلاقا من هذا المبدأ فان تكريس البحث العلمي باتجاه رصد التحديات التي تواجه الانسان والبلدان برصد معرفي مزدوج وتجريبي بالعودة (للمولية الفلسفية) يعد ضرورة جوهرية توفر لنا اطرار الوعي لاستراتيجيات الامن والتنمية والاستقرار، والمثال البارز على ذلك الاجتياح الرقمي للعالم ولمنطقتنا العربية عامة وخليجنا العربي خاصة.

هدف الدراسة

تهدف الدراسة لرص ظاهرة التعرض لوسائل التواصل الاجتماعي بين الشباب العراقي وانعكاس ذلك على اهتماماتهم المختلفة، ومحاولة تحديد اثار هذا التعرض والتعرف على ابعاده، والامل في فهم دقيق لأبعاد ونتائج هذا التحدي الاتصالي والتفكير في الاليات الصحيحة للتعامل معه وتحويله من طاقة سالبة الى طاقة فعالة وايجابية.

تهدف الدراسة ايضا لإيجاد علاقة ارتباطية بين حجم تعرض الشباب العراقي للإنترنت (الفيسبوك) وأثره على ترتيب مستويات اجندتهم واهتماماتهم الذاتية والعامة.

تساؤلات البحث

يحاول الباحث لضيق الوقت الاجابة على سؤال واحد مع تفرعاته ويتمثل هذا السؤال الجوهرى بالآتي:

ما تأثير حجم التعرض الى وسائل التواصل الاجتماعي على اجندة اهتمامات الشباب العراقي...؟

الاسئلة الفرعية:

اولا: هل توجد علاقة ارتباطية بين حجم التعرض للفيسبوك بمستويات الاهتمام ورتبه...؟

ثانيا: ما اثر التعرض في اعادة ترتيب اجندة الاهتمام الذاتي للشباب الجامعي...؟

ثالثا: كيف رصدت وسائل الاعلام العراقية للتأثيرات المجتمعية الناتجة عن الادمان الشبكي...؟

رابعا: هل توجد علاقة بين كفاءة وسرعة شبكة الانترنت مع كثافة التعرض؟

ما نشهده اليوم من (تفاعلية اتصالية) والادق ما نتعايش معه بالرغبة او الاضطرار يمثل بحق ثورة رقمية غير مسبوقة، شاملة الابعاد والمجالات، تقطم حياتنا الفردية والعامة وتحطم اسوار كل الحدود الجغرافية

والثقافية، وستقلب موازين النظريات الاعلامية والاتصالية والنماذج المرتبطة بها، وستسهم في تغيير مسارات رؤى وفلسفة الاتصال وما ينتج عنها من مفاهيم ومصطلحات جديدة ومبتكرة يجب ان تصاغ بدقة وتان وبدون تعجل او خلط ما بين حدود الاعلام وابعاد الاتصال.

ان ما تحقق تجاوز نبوءات ماكلوهان وتطبيقاته عن القرية الكونية، وما تحدث عنه توفلر في كتابه (تحول السلطة) من مصادرها التقليدية القوة والثروة الى قوة وسلطة جديدة هي قوة تكنولوجيا المعلومات فمن يمتلكها يمتلك العالم. (1) ولذا لا بد لنا ان نتوقف مع معطيات الفكر الاتصالي ازاء هذه الظاهرة ويمكن ان نصنفها الى ثلاث اتجاهات هما:

الاول: القمع والامتناع

هذا الاتجاه مازال يتحدث عن الغزو الثقافي والهوية ويبرهن على الاعلام التقليدي، ولا يعترف بما يسميه البعض ب (الاعلام الجديد) ويعدده موجة عابرة لهذا الجيل ستضمحل بالتشريعات والسياسات الاتصالية الصارمة للحكومات.

الثاني: الانفتاح والاعتراف

هنالك وجهات نظر تعترف وترى ان (السويشل ميديا) هو ميلاد لإعلام جديد بكل ابعاده ووظائفه التقليدية والمستحدثة.

وان الامتناع عن التعامل والتفاعل مع معطيات هذه الثورة الرقمية ومحاولة قمعها ومنعها امرا مستحيلا، ولذا فان سياسة امتلاك المهارات التقنية وتمكين الجيل الحالي للتعامل معها بذكاء وتنظيمها والتسابق مع العالم في التعرف على اسرارها يعد سياسة واقعية تجعلنا نتناغم مع العالم ولا ننغلق على أنفسنا فتبتلعنا الموجة.

الثالث: الحيرة والقلق

ولابد من الاشارة باننا على صعيد البعد الفكري والفلسفي لدراسة هذه الظاهرة الكونية مازلنا في مرحلة الجدل والقلق الفكري والسيرورة الاولى لرسم المسارات، فيرى المفكر الاتصالي الفن توفلر وهايدي الى اهمية الاتصال في انقاذ او دمار العالم فيشير في كتابهما المشترك (اشكال الصراعات المقبلة حضارة المعلومات وما قبلها) إلى اننا (نواجه قرن جديد يمتد اليوم امامنا، قرن من المحتمل ان يدفع فيه اعداد لا تحصى من البشر الى حافة الجوع، وسيكون من الممكن فيه التخلص من تلوث العصر الصناعي واخترع تقنيات اكثر نظافة لخدمة البشرية، وستستطيع خلاله ان تساهم شعوب عدة وثقافات غنية في صياغة المستقبل حيث سيتمكن وضع حد لويلات الحروب. والحال، يبدو اننا نغرق في عصور وسطى

جديدة تملؤها الكراهية العصبية ويعم خرابها انحاء المعمورة وتتالى فيها الحروب. والطريقة التي سنتبعها في مواجهة هذا العنف المتفجر ستحدد الى حد كبير كيف سيعيش اطفالنا، وربما، كيف سيموتون. (2) ويقول بيير ليفي في دراسته القيمة (عالما الافتراضي - ما هو؟ وما علاقته بالواقع؟) ثمة اليوم حركة(تحول) عامة لا تصيب المعلومة والاتصال فحسب، بل تصيب ايضا الاجساد وسير الاقتصاد والاطر الجماعية للحساسية او ممارسة الذكاء ، يصيب حتى طرق العيش المشترك وتركيبه ال(نحن): مجتمعات افتراضية، شركات افتراضية، ديمقراطية افتراضية... وبالرغم من ان رقمه الرسائل وتمدد الفضاء السبيرياني يؤديان دورا رئيسا في الطفرة الحاصلة، فان الامر يتصل بموجة عارمة تتجاوز الى حد بعيد الحوسبة المعلوماتية (3) ويتسأل ليفي ونكرر معه اسئلتنا الاتصالية ونردد اسئلة كبار خبراء الاتصال (هل علينا ان نخشى الانفصال العام عن الواقع ؟ ام نخشى نوعا من الاختفاء الشامل كما اقترح جان بودريار، هل نحن معرضون لخطر قيامة ثقافية...؟ ام الانهيار داخلي مخيف للزمان كما تتبأ بول فيرليو منذ عدة سنوات ...؟) ويحاول ليفي ان يقدم اجابة عن رؤية غير كارثية من خلال التطورات الثقافية الجارية في منعطف الالفية الثالثة - بالرغم من مظاهرها القاتمة او المخيفة التي لا يمكن انكارها...، يجري التعبير عن تتبع البشرية... وقبل ان نخشى(التحول) وندينه او نرتمي في احضانه، ان نبذل وسعنا في الامام به في رحابته والتفكير فيه وفهمه. (4)

ورصدت العديد من الدراسات الدولية والعربية التحولات الاتصالية السريعة وانعكاساتها الذاتية والمجتمعية فيرى حسن مظفر البرزو في كتابة الصادر حديثا بعنوان " فضاء التواصل الاجتماعي العربي - جماعته المتخيلة وخطابه المعرفي "

بأنه (اكتملت دائرة التحول من فضاء حياتنا التقليدي نحو فضاء المعلومات المتخيل، وعاصرنا انتقالين على مستوى التركيبية المجتمعاتيه من المجتمع التقليدي نحو مجتمع المعلومات، ثم الى مجتمع المعرفة خلال بعد زمني يكاد لا يقارن بالحقب الزمنية التي استغرقتها الانسانية في التحول من مجتمع الزراعة نحو مجتمع الصناعة. وبدأت خطاطتنا المعرفية تتعرض لأكثر من تعديل، وتوجهنا من المادي نحو المتخيل، وبدأ فضاء المعلومات يتسلل الى نسيج مجتمعاتنا بسرعة غير مسبوقه، وبلا سابق انذار .

فتحول الحاسب من آلة معالجات حسابيه سريعة، الى ماكينة تمتلك آلة استدلال محوسب، وبدأ باصطناع عوالم افتراضية، مشحونة بالمؤثرات المرئية التي جعلتنا نؤثر الإقامة في بيئتها المتخيلة، ونبدأ بنقل ادواتنا، ونسيج حياتنا اليومية الى فضاءها الذي يخلو من قوى الاحتكاك والممانعة الزمانية التي اتسم بها واقعنا اليومي.

وكان لولادة منصات الشبكات الاجتماعية، التي التحق بها موقع التواصل الاجتماعي (فايسبوك)، وموقع التغريدات الرقمية (تويتر)، وشيوع استخدام المدونات الرقمية، وتكاثر المنتديات الرقمية بمختلف فئاتها، دور مهم في جذب المستخدمين الى بيئة جديدة، لم تلبث ان تتكامل في انتاج فضاء تواصل من نمط جديد، شد المستخدمين اليه بقوة، واسهم في تشكيل مجاميع تطورت بالتحول نحو تشكيل جماعات متخيله استوطنت شيئاً فشيئاً في الفضاء الجديد، وتناولت مدة لبتها فيه). (5)

الفجوة الرقمية

تشير تقارير المنظمات الدولية المعنية بخدمات الاتصال، وفي مقدمتها منظمة اليونسكو لوجود تفاوت كبير في هذه الخدمات في البلدان العربية بعضها يقترب من المعايير العالمية ويتفوق حتى على بعض البلدان الغربية، والبعض الاخر يهبط لأدنى مستوى في السلم الاتصالي مثل العراق وكما يتبين في الجدول رقم (1) استنادا لتقرير منظمة اليونسكو لعام 2008 والذي صنف الدول بالاعتماد على مؤشرات الارقام القياسية بين الدول والخاصة بدرجات (النفاد، الاستخدام، المهارات) (6) ويوضح الجدول الاتي مرتبات البلدان العربية.

جدول رقم (1)

الفجوة الرقمية بين البلدان العربية

المرتبة	المستوى	البلد
الاولى	عالمي	الامارات والبحرين وقطر
الثانية	مرتفع	دول الخليج الاخرى
الثالثة	متوسط	الاردن . عمان
الرابع	ضعيف	تونس والمغرب
الخامس	منخفض	العراق، اليمن والصومال

وكشف التقرير العالمي لتكنولوجيا المعلومات 2015 من المنتدى الاقتصادي العالمي عن فجوة رقمية كبيرة بين الدول العربية والدول المتقدمة وأشارت البيانات الناتجة من مؤشر جاهزية الشبكات، المتضمن في التقرير والذي يقيس قدرة 143 اقتصاداً على الاستفادة من تقنيات الاتصالات والمعلومات لتحقيق النمو والحياة الكريمة للشعوب، إلى أن الفجوة ما بين أداء الاقتصادات الأفضل والأسوأ أخذت بالاتساع. ، وأشار التقرير لوجود فجوة رقمية متنامية، فالفوائد الاقتصادية والاجتماعية المتكاملة لاستثمار الإنترنت متاحة للأقلية فقط من سكان العالم.

وقد فشلت الكثير من الدول في تحقيق الإصلاحات الأساسية المؤدية لزيادة الإنتاجية، وتعزيز النمو الاقتصادي، ورفع مستويات الحياة الكريمة.

تصدر سنغافورة التصنيف العالمي للدول من حيث جاهزية الشبكات لعام 2015، وينضم إليها كل من الولايات المتحدة واليابان من خارج القارة الأوروبية ضمن أفضل 10 مراكز في هذا التصنيف. وصنف مؤشر جاهزية الشبكات لعام 2015. كما انضمت دولة آسيوية أخرى إلى قائمة أفضل 10 دول في هذا التصنيف، وهي اليابان، التي نجحت في تسلق سلم الترتيب بإنجاز مثير للإعجاب بلغ 6 مراتب لترتقي إلى المرتبة العاشرة في المؤشر.

وحلت السويد في المرتبة الثالثة خلف فنلندا، في حين احتلت الولايات المتحدة الأميركية المركز السابع، لتكون الأعلى تصنيفاً بين مجموعة السبعة الكبار، تليها المملكة المتحدة بالمركز الثامن، في حين احتلت ألمانيا، رابع أكبر اقتصاد في العالم، المرتبة الـ 13، متراجعة مرتبةً واحدة عن ترتيبها العام الماضي.

واللافت أن دول الخليج جاءت أفضل من تصنيفاً من دول «البريكس» مثلاً، إذ جاءت الإمارات في المرتبة الـ 23، وقطر الـ 27 والبحرين الـ 30، والسعودية الـ 35، وعمان الـ 42، بينما جاءت الأردن في المرتبة الـ 52، والكويت الـ 72، والمغرب الـ 78 وتونس الـ 81 ومصر الـ 94. (7)

ويفسر تخلف العراق اتصالياً لأسباب عدم الاستقرار السياسي وغياب خطط التنمية والاعمار ، حيث اجتاحت العرق في العقود الثلاثة الاخيرة العديد من الحروب التي دمرت البنية التحتية عامة وما يتعلق بالاتصالات خاصة ، فضلا عن السياسات الحكومية السابقة التي تمنع التوسع في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتحصرها في نطاق ضيق جدا ، وحدث بعد عام 2003 انفتاح غير مسبوق على شركات الموبايل وشبكة الانترنت ، ورافق ذلك لغياب التنظيم وطول فترة الحرمان ادمان واشباع للتواصل مع العالم الافتراضي نتج عنه مشكلات متعددة نفسية واجتماعية وجنائية وامنية وبما يؤكد بان الاتصالات اصبحت من التحديات الكبرى التي تواجه مجتمعاتنا عامة وفئة الشباب خاصة.

ومن المتوقع وبحسب اعلان وزارة الاتصالات العراقية اجراء معالجات تقنية عالية على شبكة الانترنت لتقليل نسبة الفجوة الرقمية، وستفضي لزيادة السرعة البطيئة الحالية التي تتسبب احيانا لتقليل ساعات التعرض، ويعني ذلك واستنادا لتوقعات الخبراء زيادة نوعية في ساعات التعرض ونوعيته مع تصاعد نوعي في معدلات المشكلات. واعتمد الخبراء في توقعاتهم

استنادا لإعلان وزارة الاتصالات التي اشارت بانها باشرت بإطلاق "المشروع الوطني للإنترنت والاتصالات في العراق" وسيكتمل هذا العام، والذي سيؤمن ولأول مرة إلى ربط العراق بالشبكة الدولية للكابل الضوئي للإنترنت.

من 4 منافذ حدودية مع إنشاء بوابة نفاذ دولية لتأمين وحماية البيانات في كل منفذ، فيما سيتم المشروع بإشراف الوزارة والكوادر الفنية المتخصصة من الجهات الأمنية العليا في البلاد.

والمشروع تم بالتعاقد مع تحالف شركتي "إيرتلنك - سيمفوني،

وتضمن المشروع مد 4 ملايين متر من الكيبل الضوئي في ثلاث مسارات متوازية وعمق دفن وصل إلى 3 أمتار كأفضل عمق مقارنة ببقية دول العالم، مع احتواء المشروع على أنظمة حماية وسلامة رصينة توازي المعايير الأميركية والأوروبية وتجهيزه بأفضل أجهزة ومعدات متطورة،

وسيؤسس المشروع لأول مرة بنية تحتية للكيبل الضوئي في العراق، وهو المشروع الوحيد القادر على إمداد مشروع الفايبر المنزلي "FTTH" بخدمات الإنترنت للمستخدمين من المواطنين والمؤسسات بسرعة وجودة تصل إلى عشرة أضعاف الوضع الحالي وبدون انقطاعات، مع تخفيض تكاليف الإنترنت بنسب عالية قد تصل إلى نصف التكاليف الحالية.

وسيجعل هذا المشروع العراق بلد ترانزيت دولي للكيبل الضوئي بعوائد اقتصادية كبيرة دائمة، وسيوفر آلاف الفرص للمهندسين والشباب العاطلين عن العمل، إضافة لما يؤديه من دور كبير في حفظ الأمن القومي والعالمي بسبب الموقع الجغرافي للعراق. واكد وزير الاتصالات، أن مشاريع الشبكات الهاتفية الضوئية. FTTH هي "الحل الأمثل لمعالجة مشكلة الإنترنت في العراق. (8)

نوعية التعرض

خلصت دراسات مسحية متعددة بينها رسائل ماجستير وأطروحات للدكتوراه واستطلاعات للراي قامت بها مراكز دراسات ومنظمات معنية بالرصد الاعلامي الى نتائج واقعية لدرجات التعرض والاستهلاك الاعلامي ان صح التعبير، يؤشر تحول الجمهور من الوسائل الاعلامية التقليدية الى وسائط (السوشل ميديا) وهناك تفضيلات ما بين هذه الوسائط، ويبدو ان العراق ليس متفردا بهذه الظاهرة ذات الابعاد الكونية وتبين الجداول التالية بعضا من المؤشرات المهمة.

واشار استبيان اجرته مؤسسة مسارات للتنمية الثقافية والاعلامية الى تراجع نسبة متابعي وسائل الاعلام التقليدية في عموم مدن العراق، وسط هذا التراجع بين الاستبيان انجذاب عينة البحث الى مواقع التواصل الاجتماعي على حساب التلفزيون والصحف حيث سجلت نسبة المتابعين لمواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك) %70 وفي ك وردستان %78

حول تلك النتائج قال المنسق العام لمؤسسة مسارات للإعلام ان "هذا دليل على ان التواصل الاجتماعي أصبح فضاءً افتراضيا مهيمنا ومفتوحا لتبادل الافكار ونشرها بين الافراد على نحو ينهي سلطة وسائل

الاعلام التقليدية. وهو ما يدفعنا للتفكير لتغيير إستراتيجيتنا في استخدام وسائل الاعلام في الحملات والمبادرات المدنية باتجاه وسائل التواصل الاجتماعي على نحو مركز. (9)

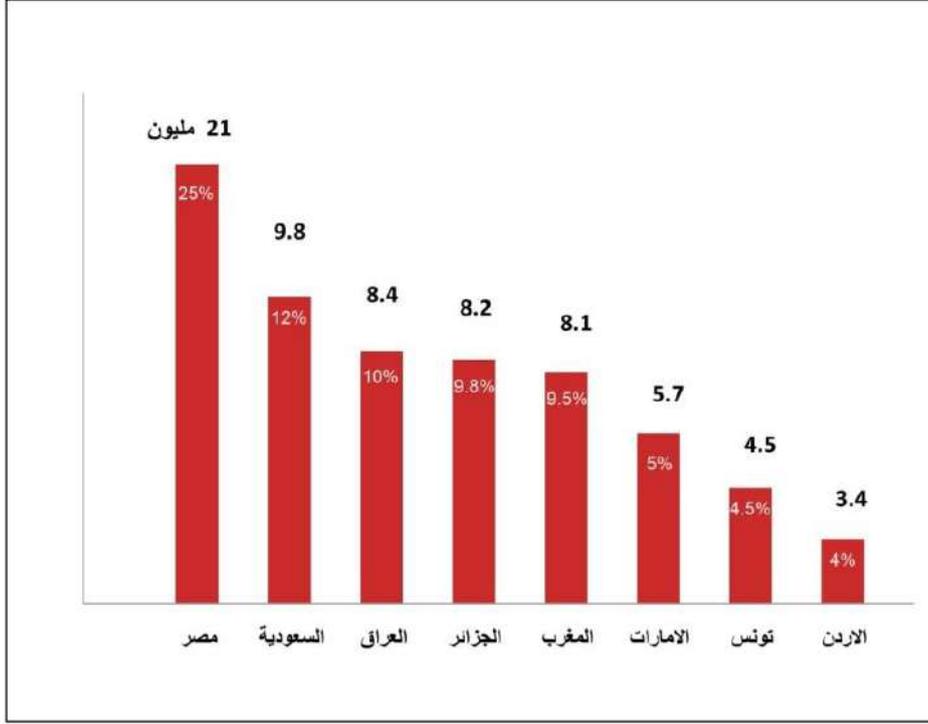
"وقبل الدخول للتطبيقات العملية لمعطيات الاستبانة المكرسة لحجم تعرض الشباب العراقي لوسائل السوشل ميديا، تقتضي الضرورة العلمية مراجعة بعض المؤشرات الاحصائية والتي نشرتها مؤسسات معنية بسعة الانتشار واعداد المستخدمين دوليا وعربيا ومحليا.

تشير أحدث الإحصاءات الى ان قطاع مواقع التواصل الاجتماعي يشهد نموا لا مثيل له اذ ان 75% من مستخدمي الانترنت يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي يوميا. وقد بلغ عدد الحسابات النشطة على هذه الوسائل 1.9 مليار حساب من أصل 2.6 مليار حساب مسجل في حين يبلغ عدد مستخدمي الانترنت في العالم (3,4) مليار مستخدم، اي ما يعادل 48% من اجمالي سكان العالم البالغ حوالي 7 مليار. وبحسب التقرير الذي نشرته مؤسسة الدراسات والابحاث العالمية (غوتنر) فان عدد مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي ارتفع بنسبة 29% خلال عام 2015-2016 وأشارت الى ان مسببات تلك الطفرة هو توسع دائرة استخدام الهواتف الذكية التي تجاوزت مبيعاتها نحو 1.9 مليار هاتف عام 2016. وتبين الاحصائيات لأبرز مواقع التواصل الاجتماعي التي نشرت مطلع عام 2017 والتي اعتمدت على عدد الحسابات النشطة ان موقع (Facebook) الذي تأسس عام 2004 هو الاكثر شهرة والاكثر استخداما بمشاركة بلغت 1.871 مليار مستخدم. يليه موقع (WhatsApp) الذي تأسس عام 2005 بمشاركة مليار مستخدم وهو العدد نفسه لمستخدمي موقع (Facebook messenger) الخدمة التي أطلقها فيسبوك عام 2011 لتكون تنمة لسلسلة الخدمات التي تقدمها. عدد مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في الدول العربية عام 2017. (10)

هنالك من يعتقد ان المواطن العربي نجح في تحقيق قفزة نوعية على صعيد التعامل مع ادوات المعلومات والاتصالات، واستثمار تطبيقاتها لتلبية حاجاته الذاتية الاجتماعية ، والثقافية والسياسية. وأسرفت بعض الدراسات العربية في تفاؤلاها للحصيلة المعرفية الناتجة في استخدام شبكات التواصل وتبادل المعلومات عربيا وجاء مثل هذه التصورات في دراسة حسن مظفر البرزو والذي سبق الاشارة اليها والذي يؤكد) كانت شبكة الانترنت البوابة الرئيسة التي اطل من خلالها المواطن العربي على فضاء المعلومات العولمي، وياشر سلسلة من عمليات ترسيخ حضور خطابه المعرفي على مواقع الويب المنتشرة عليها ، فأن شبكات التواصل الاجتماعي قد اتاحت له فرصة الانفتاح على الذات، وعلى الآخر داخل حدود بيئته المحلية ، فنهض بخطاب رقمي جديد، ووظف القدرات التي تتمتع بها مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، فأنشأ بواسطتها ومن خلالها بيئة متخيلة استطاع ان يبيت في بيئتها الرقمية خطابه

المتنرد على الواقع السياسي ، والاجتماعي ، ونجح في الافصاح عما يجول في دخيلة ذاته ، بعد ان اغترب عن ذاته ، وتقمص مجموعة متنوعة من الاقنعة كي يتعايش مع واقع يثقل كاهل ذاته المنهكة من واقع مر .(11)

مراتب استخدام السويشل ميديا عربييا

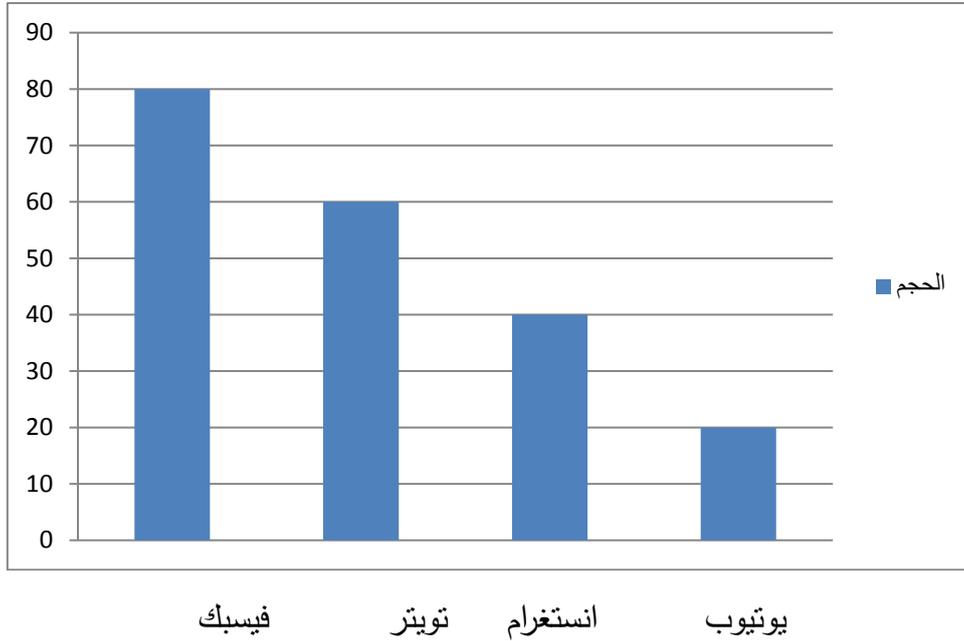


تصنيفات العراق

اما الاحصاءات المنشورة بشأن حجم وكثافة التعرض بالجمهور العراقي وبحسب انواع وترتيب اولويات التفضيل والاستخدام لتلك الوسائل فتبين وكما موضح بالرسم البياني ادناه:

- 1- فيس بوك
- 2- تويتر
- 3- انستغرام
- 4- يوتيوب
- 5- اخرى (مواقع تصفح)

كثافة التعرض لوسائل السوشيل ميديا في العراق



اجراءات البحث منهجيا

لم يتسن للباحث لضيق البحث من اخذ عينة طبقية شاملة تمثل المجتمع الكلي للشعب العراقي والذي وقع تحت تأثير اجتياحي كاسح من وسائل التواصل الاجتماعي بعد عام 2003 لحرمانه من هذه الخدمة في ظل النظام السابق، ويحتاج الامر لتكاييف كبيرة وفريق عمل متعدد التخصصات ، لاسيما ان الاحصاءات السكانية استنادا لإحصائية أعدها الجهاز المركزي للإحصاء التابع لوزارة التخطيط عام 2017 فإن "التقديرات السكانية تشير الى ان عدد السكان وصل إلى (37.139.519) نسمة، ومعدل النمو السكاني ما يزال مرتفعا عند معدلاته السابقة حيث بلغ 2.61 في المائة." وجاء في الإحصائية، أن "نسبة الجنس الذكور إلى الإناث عند الولادة بلغ 103.9%، ومعدل عمر الذكور والأرقام المعلنة جميعها تقديرية، حيث لم يجر العراق أي إحصاء رسمي منذ عام 1997 بسبب الخلافات التي برزت بعد عام 2003 في المناطق المتنازع عليها بين الحكومة الاتحادية وإقليم كردستان العراق. وتستند تقديرات الوزارة في الغالب على البطاقة التموينية وهي برنامج لتوزيع الحصص الغذائية على السكان المتبع منذ فرض الحصار على البلاد في تسعينيات القرن الماضي. والمهم اننا اقتصرنا دراستنا على فئة الشباب لأهمية هذه الشريحة وكونها الأكثر استخداما للشبكات العنكبوتية عامة والفيديو خاصة ، وقد كشف الجهاز المركزي للإحصاء بان عدد السكان من شريحة الشباب الذين تتراوح اعمارهم بين [24-15] سنة سبعة ملايين و315 الف نسمة ويمثلون ما نسبته 20.3%، من مجموع السكان، (11) و يبلغ عدد المنتسبين للجامعات العراقية الرسمية والاهلية بحسب تقديرات وزارة التعليم العالي والبحث العلمي ما لا

يقول عن (500) الف طالب وطالبة من اختصاصات متنوعة يتوزعون على (35) جامعة ورسمية و(66) جامعة وكلية أهلية، ولضخامة هذه الاعداد وتنوع الاختصاصات، لجا الباحث لاختيار عينة قصدية من طلبة كلية الاعلام والبالغ مجتمعهم الكلي (800) طالب وطالبة ، وتم اختيار (100) طالب وطالبة وبنسبة 12%، من جامعة بغداد وهي اقدم واكبر الجامعات و تشتمل على (24) كلية واربعة معاهد للدراسات العليا، ويبلغ مجموع الطلبة الكلي (60) الف. (13)

منهج البحث

اختار الباحث عينة قصدية من كلية الاعلام بجامعة بغداد والتي اتولى العمادة فيها مما سهل اجراءات البحث التجريبي، وتكونت العينة من مجموعتين كل منها (50) طالب وطالبة، تم اختيارها من بين عينة كبيرة وتعتمد الباحث من اختيار (50) طالب وطالبة يمثلون نسبة تعرض الحد الادنى في سلم التصنيف اقل من ساعة في اليوم الواحد، ومثلت المجموعة القانية نسبة تعرض الحد الاعلى وبما لا يقل عن خمس ساعات في اليوم، تم اخضاع المجموعتين للملاحظة المنظمة، وهما من كلا الجنسين، وتوصل الباحث لهذه المعطيات بعد توزيع استبانة محددة لتحديد مقدار التعرض اليومي للإنترنت والوسيلة المفضلة لهم وتبين انها (الفيس بوك) مع تراجع كبير لمطالعة الصحف وتعرض نسبي للتلفزيون والاذاعة، واستمرت مراقبة المجموعتين لضبط مستويات التعرض على مدى عام دراسي كامل هو زمان الدراسة التي اعتمدت المنهج المسحي وتم استبعاد الحالات القلقة واستبدلت في الوقت المناسب، ثم اخضعت لاستبانة مركبة لغرض قياس بعض عناصر الاهتمام ومعرفة درجات إعادة ترتيبها مع قياس للمهارات المكتسبة.

جدول رقم (2)

يبين نسبة استخدام وسائل الاعلام والسوشيال ميديا في العراق

المرتبة	التكرار	الوسيلة
الاولى	75	الانترنت
الثانية	17	التلفزيون
الثالثة	5	الاذاعة
الرابعة	3	الصحافة
	100	المجموع

وكشفت لنا نتائج الاستبانة حقائق مهمة عن الوسيلة الاتصالية الاكثر تفضيلا عند الشباب العراقي عامة وطلبة الجامعات خاصة من بين وسائل متعددة من السويشل ميديا وهي تتطابق مع استبانات اجرتها منظمات صحفية واكدت ان ترتيب التفضيل في الاستخدام وشدة التعرض وكثافته كالآتي:

1- فيس بوك

2- تويتر

3- انستغرام

4- يوتيوب

5- اخرى (مواقع تصفح)

موقع فيسبوك احتل المرتبة الاولى بين المواقع الاجتماعية الاكثر تصفحا في العراق، ذلك طبقا لأخر مسح ميداني اجراه معهد "صحافة الحرب والسلام" في العراق وشمل المسح الذي اجري بالتعاون مع الشبكة العراقية للإعلام الاجتماعي "انس للندوين" واقع استخدام الحاسوب والانترنت وشبكات التواصل الاجتماعي والندوين في العراق.

وجرى المسح عام 2012 على مدى ثلاثة أشهر في سبع مدن عراقية هي البصرة والموصل والسليمانية وكركوك والنجف والديوانية وبغداد متناولا عينات عشوائية من مختلف شرائح المجتمع وطبقاته بهدف تسليط الضوء على واقع انتشار استخدام تقنيات المعلوماتية والاتصالات الحديثة في البلاد بعد نيسان 2003 وحتى يومنا، وخرج المسح.

واشارت نتائج المسح الى تدني الوعي العام لدى الجمهور بالتشريعات الخاصة باستخدام تقنيات المعلوماتية والاتصال الحديثة الى جانب تدني مستوى الادراك بأهمية الاخذ بوسائل امنية البيانات. واطهر المسح ان الشباب يشكل الشريحة الاكبر من مستخدمي الحاسوب والانترنت في العراق كما ان هنالك تناسبا طرديا بين ارتفاع معدل دخل الفرد وامتلاكه واستخدامه تقنيات المعلوماتية والاتصالات وهو امر يدعو الجهات ذات العلاقة الى التركيز أكثر على الشرائح الفقيرة بغية عدم حرمانها من المشاركة في عملية التطور والتنمية (14)

وبينت لنا نتائج استبانة المجموعتين بشأن مراتب التفضيل في استخدام السويشل ميديا الآتي:

جدول رقم (3)

يبين مراتب استخدام السوشيل ميديا

المرتبة	التكرار	الوسيلة
الاولى	80	فيسبوك
الثانية	60	يوتيوب
الثالثة	40	انستجرام
الرابعة	20	تويتر

جدول رقم (4)

يبين رتب التفضيل عند الشباب العراقي بين وسائل السوشيل ميديا

المرتبة	التكرارات	الوسيلة
الاولى	80	فيسبوك
الثانية	60	تويتر
الثالثة	40	انستجرام
الرابعة	20	يوتيوب

مستويات الاهتمام

لأغراض قياس مستويات التفضيل لجمهور المتعرضين لوسائل الاتصال في البحوث التجريبية يحتاج الباحث لسند يستمد من احدى نظريات التأثير المعتمدة منهجيا مع بعض التعديلات لتحويلها لتناسب طبيعة البحث، وعند التعمق في دراسة مجمل النظريات العالمية المتاحة، وجد الباحث امكانية تطوير نموذج يستمد من جوهر النظريات التالية:

اولا: نظرية ترتيب الاجندة.

ثانيا: نظرية الغرس الثقافي.

ثالثا: نموذج سلم ماثو للحاجات.

رابعا: معايير منظمة اليونسكو لوظائف الاعلام.

وبعيدا عن تكرار السرد النظري لعناصر تلك النظريات، والمعايير، لابد من الاشارة لحقيقة مهمة تتمثل لعدم صلاحية التطبيق الحرفي لتلك النظريات التي وضعت فرضياتها على اساس العمليات الاتصالية

للإعلام التقليدي، ولا يمكنها احتواء العمليات الاتصالية للسويشل ميديا، ولكن هنالك امكانية للانطلاق من بعض مؤشرات كخطوة مهمة باتجاه بلورة نظريات خاصة بالتأثير الناتج عن السويشل ميديا، ولذا فقد استخرج الباحث بعد دراسات استكشافية وملاحظات علمية لعينة البحث لتحديد مجموعة فئات رئيسية وحاول رصد مستوى التغيير الحاصل فيها بعد عام تقويمي كامل من التعرض واستنادا لمتغير كثافة التعرض بين المجموعتين وهما :

الاولى: تعرض لأقل من ساعة يوميا.

ثانيا: تعرض يزيد عن أربع ساعات ويصل لثمان ساعات في اليوم.

وكشف التحليل الاولي للاستبانة وعمليات الرصد والملاحظة المؤشرات التالية:

اولا: تباين التعرض بين متواصل اغلبهم بعد الغروب، وتواصل عبر الموبايل نهارا او ليلا عن النوم.

ثانيا: بدأت تظهر مؤشرات لعادات التلقي الفردي والجمعي عن طريق الكروبات

ثالثا: تسجيل تغيرات في السلوك في اوقات قياسية مقارنة بالوسائل التقليدية.

رابعا: تقتضي الضرورة ابتكار نظريات جديدة لتأثير السويشل ميديا

خامسا: اهمية الدراسات التجريبية المشترك من فرق ابحاث بتخصصات متشابهة تقنية وانسانية.

سادسا: سرعة غير معهودة في التغيرات المتعلقة بتكنولوجيا الاتصال والاستجابة والتكيف معها بسرعة، فمع كل جيل من الموبايل ووسائل التواصل يولد جيل جديد، وهذا التحول المتسارع الزبقي للظاهرة يستوجب منهجية علمية تواكبها وتلاحقها بل تسبقها في توقع التأثيرات لإمكانية التعامل معها.

استعان الباحث ببعض من مؤشرات نظرية الاجندة

ومعايير اليونسكو لوظائف الاعلام مع اجراء تغييرات جوهرية على الفئات في ضوء معطيات الدراسات الاستكشافية لاهتمامات افراد العينة وحصرها لضمان نتائج دقيقة عند اعادة الفحص بعد عام لقياس التغيرات وايجاد علاقة ارتباطية باتجاهات التفضيل ورتبه ارتباطا بكثافة التعرض

وظائف الاتصال

واستعرض التقرير الشهير للأمم المتحدة المسمى تقرير (شون ماكبرايد) الصادر عام 1981 عن اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الاتصال المشكلة من منظمة اليونسكو تحت عنوان (اصوات متعددة وعالم واحد) ووظائف الاتصال وطالب بأن ننظر الى الاتصال نظرة اوسع، ليس فقط باعتباره تبادلا للأبناء والرسائل

وانما باعتباره نشاطا فرديا وجماعيا يشمل كل عمليات الافكار والحقائق والبيانات والمشاركة فيها، فسوف يمكن تحديد وظائفه الاساسية في أي نظام اجتماعي على النحو التالي: (15)

- 1- الاعلام
- 2- التنشئة الاجتماعية
- 3- خلق الدوافع
- 4- الحوار والنقاش
- 5- التربية
- 6- النهوض الثقافي
- 7- الترفيه
- 8- التكامل والتعارف

بلور البحث خمس فئات رئيسة لم يتسع وقت الباحث لتقسيمها لفئات فرعية للاكتفاء بالموثرات العامة التي تلبي متطلبات البحث وأهدافه لتأكيد وجود علاقة ارتباطية مع سعة التعرض.

مراتب الاهتمام وارتباطها بكثافة التعرض

المرتبة	عدد ساعات التعرض	التكرارات	الاهتمام
الاولى	من 4 - 8 ساعات	60	الترفيه والتسلية والدرشة والتعارف
الثانية	من 2 - 3 ساعات	25	الاعلام(المعلومات) والاعلانات
الثالثة	ساعة واحدة	6	المعرفة العلمية والمهارات
الرابعة	اقل من ساعة	3	الثقافة العامة والفنون والآداب

التحليل والنتائج

تبين من تحليل اجابات الاستبانة ما يلي:

اولا : وجود علاقة ما بين كثافة التعرض والمستوى المعرفي والثقافي للطالب، فزيادة التعرض للمواد الترفيهية(التسلية، الدردشة ، التعارف ، تصفح مواقع اباحية) يؤدي الى هبوط بالمستوى الدراسي والثقافي والمعرفي، وتؤثر الارقام ان اغلب الاوقات تستهلك في هذا المحور، وينعكس عنها سلوكيات منحرفة نفسيا واجتماعيا في تبني سلم غير متعارف عليه من القيم والعادات والتقاليد، تمثل في الازياء الغربية وطريقة حلاقة الشعر وانتشار الوشم والمخدرات، والتحرش الجنسي، واستعمال الفاظ وتعبير خارج المتعارف عليه في اللغة العربية ، والجرائم الاخرى ، وطغيان النزعة الاستهلاكية والتمرد على القوانين والانظمة .واستند الباحث لوثائق رسمية تؤكد النتائج.

ثانيا: ثبت اهمية التزود بالمهارات المتعددة والتمكين الاجتماعي عن طريق التفاعل المعرفي عن طريق كروبات منتجة، والتعاطي الايجابي مع المعلومات. تؤكد ذلك للباحث بعد اخضاع مجاميع من الطلبة عبر ورش للتكوين خارج مساحات الدرس الرسمي وبالتعاون مع منظمات صحفية متخصصة.

ثالثا: ظهرت نسبة تعرض جيدة لمتابعة المعلومات والاخبار، واحتلت المرتبة الثانية، لكن الملاحظ الاعتماد على مصادر ووكالات اخبارية ناشئة ومواقع الكترونية غير موثوقة، مع عدم التحري والثاني في ترويجها والتعليق عليها. وتجاهل مصادر تقليدية مشهورة بدقتها وسعة انتشارها. وسبب ذلك يعود لضعف الثقافة المهنية والقانونية وعدم التعمق في دراسة لوائح السلوك وموثيق الشرف الاعلامي.

رابعا: عند تدقيق سجلات الطلبة وعلاماتهم الدراسية النهائية في اغلب المواد تبين انخفاض معدلات درجات من هم الاكثر تعرضا وانشغالا في الانترنت، مع ارتفاع للمستوى الدراسي لمن هم اقل تعرضا للمواقع الترفيهية.

خامسا: تبين من سجلات انضباط الطلبة تسجيل الخروقات الاكبر من طلبة الفئة الاولى الاكثر تعرضا للمواقع الترفيهية.

سادسا: اظهرت وسائل الاعلام المعنية بأخبار الحوادث والاستبانة ان اصحاب الفئة الاولى أكثر تعرضا للانحرافات السلوكية، مع انتشار خاص لجرائم الانترنت مثل التحرش والابتزاز.

سابعا: اتاحت للطلبة الاكثر تواسلا مع العالم الشبكي اقامة العديد من العلاقات مع الجنس الاخر بعكس المنشغلين في تصفح المواد المعرفية والثقافية الذين ظهر لديهم تحسن في المهارات ومستوى الثقافة العامة مع انحصار في العلاقات الاجتماعية..

ثامنا: الفئة الاولى أكثر تحررا من قيود العادات والقيم.

تاسعا: لم تظهر فوارق وعلاقات ارتباطية بين الحالة الاقتصادية والانتماء الحضري او الريفي وكثافة التعرض لكون الانترنت وسيلة اتصال زهيدة الثمن ومتاحة للمستويات الاقتصادية المختلفة، واصبحت حاجة اساسية لكل طبقات المجتمع، ومتاحة بأشكال متعددة.

عاشرا: نسبة تعرض الذكور أكبر من الاناث لأسباب اجتماعية.

حادي عشر: اظهرت الاجابات عن ضعف في التوجيهات التربوية الاعلامية الرقمية الناجحة وشبه انعدامها في الجامعات، مع ضعف ادوار الاسرة والبيئة الحاضرة،

ثاني عشر: لا يخلو الانفتاح والاندماج المتوازن مع الشبكة العنكبوتية من فوائد معرفية وذاتية ومجتمعية.

ثالث عشر: انسأقت اءلب الدراسات الاتصالية بالتعامل مع الظاهرة وكأنها نتاج اتصالي ءديد ونهائي؁ والصحيح ما اشار اليه عدد قليل من الباحثين في توصيف ما حدث بانه في مرحلة (تحول) انتقالي بالممارسات والتتظيرات المرتبطة فيه؁ واغلبها في طور الفرضيات بعضها يصعب تعميمه مثلما كان يحدث مع وسائل الاعلام التقليدية. التوصيات:

اولا: تحتاج هذه الثورة الرقمية دراسات نوعية تجريبية ميدانية وليست وصفية؁ للتعرف على اتجاهات استخدامها؁ ونوعية هذا الاستخدام وتوجهاته؁ ونتائجه وانعكاساته الذاتية والمجتمعية.

ثانيا: اهمية البحوث التشاركية ومن معارف متعددة لرصد الظواهر من زواياها المختلفة.

ثالثا: العمل على انضاج افكار مرنة تساعد لإصدار تشريعات وفي مقدمتها (حق الحصول على المعلومات)؁ تأخذ بالنظر خصوصية وسائل التواصل الاجتماعي؁ (وحدق الاتصال) في إطار تطبيق برامج للتربية الاعلامية والاتصالية الرقمية لفئات المجتمع كافة لضمان الاستخدام الامن والمفيد؁ ولا نحبد سياسة التشريعات القائمة المانعة.

رابعا؁ ضرورة تعاون الجامعات العربية ومراكز الابحاث لإنجاز ابحاث مشتركة وتطبيقية عن السياسات الاتصالية؁ وانعكاسات تحديات التكنولوجيا والعولمة على شعوبنا؁ وايجاد السبل والحلول للاستخدامات المعرفية بدلا من التوسع المبالغ فيه في مجالات الترفيه والتسلية؁

خامسا: ضرورة الاهتمام بالدراسات الاتصالية المستقبلية وما يرتبط بها من تحديات ومحاولة رصد المستقبل بروى تنبئية ذكية.

المصادر

- 1 توفلر. (تحول السلطة)
- 2- توفلر؁ هايدي؁ (توفلر؁ هايدي) (اشكال الصراعات المقبلة - حضارة المعلومات وما قبلها)
- 3و4 - بير ليفي (عالما الافتراضي ما هو...وما علاقته بالواقع.)
- 5 -حسن مظفر البرزو (فضاء التواصل الاجتماعي العربي - جماعته المتخيلة وخطابه المعرفي)
- 6- تقرير منظمة اليونسكو 2008
- 7 - التقرير العالمي لتكنولوجيا المعلومات الصادر عن المنتدى الاقتصادي لسنة 2015
- 8 - الموقع الالكتروني لوزارة الاتصالات العراقية
- 9 - تقرير لمؤسسة مسارات للاعلام
- 10 - تقرير مؤسسة الدراسات والابحاث العالمية (غوتتر)



- 11- حسن مظفر البرزو مصدر سابق
- 12 - تقرير الجهاز المركزي للإحصاء السكاني في العراق لسنة 2003
- 13- موقعا وزارة التعليم العالي وجامعة بغداد
- 14 - تقرير معهد صحافة الحرب والسلام لسنة 2012
- 15 - تقرير الامم المتحدة - لجنة شون ماكبرايد (اصوات متعددة وعالم واحد) لسنة 1981
- 16 -¹،statista, the statistics portal,https://www.statista.com/1-
statistics/272014/global_social_networks_ranked_by_number_of_user (accessed march 8, 2017-
03)
- ²انظر بهذا الشأن اخر احصائيات السكان في العال م Us and world population clock، -12-13 retrieved census, 2016 and see mawdoo3.com
- ³انظر بهذا الشأن الخليج اون لاين: 6,2017 accssed march, alkhaleejonline.net/articles/

تجربة الإعلام العراقي في مواجهة الإرهاب والتطرف

م. د. محمد جبار زغير

تدريسي في كلية الآمال الجامعة - رئيس مؤسسة صوت الطلبة الإعلامية

مستخلص:

أفرزت تجربة العراق في مواجهة الإرهاب والتطرف عن طريق الإعلام، معطيات جديدة في المسار الإعلامي ومتغيرات عديدة في المفهوم، والسياسة الإعلامية المتبعة إزاء الإرهاب وأسهمت في انبعاث آليات جديدة في المواجهة، تقوم على خطط إعلامية مدروسة وممنهجة تراعي مقتضيات الأمن الوطني للبلاد، مع مراعاة حرية التعبير في وسائل الإعلام في سياق مناهضة الإرهاب والتطرف، ودعوة الإعلاميين إلى التمسك بحرية التعبير وفي الوقاية من خطاب الكراهية والحقد والتطرف والتحريض على العنف، وكذلك ينبههم إلى ضرورة الامتناع عن تحويل وسائل الإعلام إلى منبر للإرهابيين بحثاً عن السبق الصحفي.

فضلا عن ما تقوم به وسائل الإعلام من دور في توعية المجتمع إزاء الإرهاب والتطرف، فالإعلام العراقي قبل عام 2014، يعتمد على نقل الاحداث والايخبار دون مواجهة ومعالجة، ولم تكن له خطط استباقية ومبادرات إعلامية تأخذ زمام المبادرة في تغطية الإعلامية تتماشى مع حجم الارهاب والتطرف، واليوم أصبح الإعلام العراقي ينظم لإعلام المواجهة لمكافحة الإرهاب والتطرف عن طريق إعلام موحد في المجال الامني والعسكري والاجتماعي في مواجهة الارهاب والتطرف، ومن محاور عدة: مركزية الناطق الرسمي باسم القوات الأمنية، والنشرات الإخبارية الموحدة في القنوات الفضائية، وخليّة الإعلام الحربي، والفرق الإعلامية الساندة لمؤسسات الدولة والأجهزة الأمنية.

Abstract

The experience of Iraq in the face of terrorism and extremism through the media, new data in the media track and many changes in the concept and the media policy towards terrorism and contributed to the emergence of new mechanisms in the confrontation, based on informed and systematic information plans that take into account the requirements of the national security of the country, In the media in the context of the fight against terrorism and extremism, and call on media professionals to adhere to freedom of expression and to prevent the discourse of hatred, hatred, extremism and incitement to violence, and also to the need to refrain from turning the media into a platform for terrorists in search of precedence Journalist.

As well as the role played by the media in raising awareness of the society against terrorism and extremism. Iraqi media before 2014 depends on the transfer of events and news without confrontation and treatment, and had no proactive plans and media initiatives that take the initiative in covering the media in line with the scale of terrorism and extremism, The Iraqi media has organized to inform the confrontation to combat terrorism and extremism through a unified media in the security, military and social fields in the face of terrorism and extremism, and from several axes: the central spokesman for the security forces, newsletters unified in satellite channels, For the wars, and media teams chock state institutions and security agencies.

المبحث الأول: منهجية البحث

أولاً. مشكلة البحث:

تكمن مشكلة البحث في تسليط الضوء على تجربة العراق في مواجهه الارهاب والتطرف عن طريق وسائل الإعلام كافة، فقد مرت السياسة الإعلامية العراقية بمنعطفات حادة ومعقدة ما قبل عام 2003، عرفت بفترة تكميم الافواه، وما بعد عام 2003، الانفتاح الإعلامي وحرية التعبير، والإعلام القائم على الفعل وردة الفعل، وما بعد عام 2014، تمثلت بالإعلام قائم على التغطية الإعلامية الميدانية، (الإعلام الحربي)، فبرزت الدعوات لسياسة إعلامية موحدة في الخطاب، فتمثلت بنشرات الإخبار الموحدة. لذا تمحورت مشكلة بحثنا بالسؤال الاتي: ما تجربة العراق في مواجهة الارهاب والتطرف عن طريق الإعلام، ولمعرفة ذلك لابد من الاجابة على التساؤلات الاتية:

1. ما آليات توظيف الإعلام في مواجهة الإرهاب والتطرف؟
2. ما طبيعة السياسة الإعلامية؟
3. ما حجم المساحات المخصصة في الإعلام العراقي لموضوعات مواجهة الإرهاب والتطرف؟
4. ما أبرز الموضوعات التي ركز عليها الإعلام في مواجهته للإرهاب والتطرف؟
5. ما الإستراتيجية الإعلامية المقترحة للإعلام في مواجهة الإرهاب والتطرف؟

ثانياً. هدف البحث:

معرفة تجربة العراق في مواجهة الإرهاب والتطرف عن طريق الإعلام.

ثالثاً. أهمية البحث:

أثبتت الدراسات العلمية الحديثة في مجال السياسة والاتصال السياسي والإعلام أن الأزمات الأمنية والسياسية تدار في جانب كبير منها بوساطة وسائل الإعلام، لما لها من دور مهم في هذا المجال⁽¹⁾. ومن هنا تبرز أهمية هذا البحث من جوانب عدة أهمها:

1. **الأهمية العلمية:** هناك حاجة أساسية لتسخير المراكز البحثية لخدمة الإعلام العراقي في التغطية الإعلامية للازمات الأمنية والسياسية، لاسيما وأن العراق كان وما يزال متقلاً بالأزمات الامنية والسياسية ذات التداعيات الدولية على المنطقة.
2. **الأهمية المجتمعية:** لم تعد وسائل الإعلام حكرًا على الدولة والسياسيين والمؤسسات الأمنية، الذين كانوا إلى وقت قريب يتحكمون بها في أوقات الأزمات الأمنية والسياسية بل أصبحت متاحة لطرفي الأزمة (الحاكم والمحكوم) (الشعب والحكومة)، لاسيما في العراق الذي يعيش حالة تجدد أمني وسياسي وانبعثات جديد في بنيته الأمنية والسياسية والاقتصادية والمجتمعية.

رابعاً. أدوات جمع البيانات:

تُعد الافادة من الكتب العلمية والرسائل والأطروحات المتعلقة بالإعلام والإرهاب والتطرف، والدوريات، والوثائق، والمجلات المتخصصة والمقالات والتحقيقات الصحفية، فضلاً عن الأدبيات الموضوعية بهذا الخصوص، خزين معرفية لجمع المعلومات اللازمة من أجل التعرف عن كُتب على واقع الإعلام العراقي في التصدي للإرهاب والتطرف.

خامساً. أدوات البحث:

يقصد بها الأدوات المراد توظيفها في الحصول على بيانات البحث، وتم تحديد طريقة جمع البيانات بناءً على طبيعة البيانات المراد الحصول عليها من حيث كونها رقمية أو لفظية، ومن مصادر أولية أم ثانوية. كما تم تحديد أداة جمع البيانات بناءً على طبيعة البحث، والمنهج المتبع في البحث، لذلك استخدم الباحث الأدوات الاتية:

1. **الملاحظة:** تعرف بأنها: الانتباه للظواهر بقصد تفسيرها واكتشافها وصولاً إلى القوانين التي تحكمها⁽²⁾، استهدف الباحث بالملاحظة معرفة طرق تعامل المؤسسات الإعلامية مع موضوعات البيئة وطرق التعامل إعلامي المتبعة، والدور الذي يفترض ان تقوم به للحد من الارهاب والتطرف.
2. **المقابلة:** استخدم الباحث المقابلة مع عدد من المهتمين بمجال الإعلام من أكاديميين وممارسين من ذوي الخبرة والكفاءة، كما استخدم الباحث المقابلة مع عدد من المهتمين بالشأن الإعلامي الامني في المؤسسات الأمنية، والكيفية التي يمكن النهوض بها نحو إعلام أمني فاعل ومثمر.

خامساً. منهج البحث:

يُعد المنهج هو الطريقة التي يسلكها الباحث في الإجابة على الأسئلة التي تثيرها المشكلة، ومن المناهج المتبعة في هذا البحث:

1. المنهج التاريخي: هو دراسة التطور والدور الإعلامي عبر السنوات بعد عام 2003.
2. المنهج الاستقرائي: استقراء ورؤية مستقبلية لبناء إستراتيجية إعلام لمواجهة الإرهاب والتطرف.

سادساً. فرضية البحث:

يرى بعض العلماء أن البحث العلمي لا بد أن يبدأ من فروض أساسية معينة تؤدي إلى تحديد نوع المعلومات والحقائق التي ينبغي على الباحث أن يجمعها دون سواها وهذه الحقائق تؤدي في النهاية إلى التثبت من مدى صحة هذه الفروض⁽¹⁾، ووضع الباحث فرضين:

1. للإعلام دور في مواجهة الإرهاب والتطرف.
2. بوجود كادر متخصص كفاء وممارس يساعد على توظيف وسائل الإعلام في التصدي للإرهاب والتطرف.

سابعاً. دراسات سابقة:

1. دراسة هاشم حسن⁽²⁾

أكدت هذه الدراسة بان وسائل الإعلام التقليدية والحديثة - ستبقى وسيلة مهمة لتدفق المعلومات والتعبير عن المشاعر ووصف الاحداث وتشكيل الرأي العام المحلي والدولي عن مختلف القضايا التي تهم الافراد والمجتمعات وفي مقدمتها قضايا العنف وبمستوياته كافة،، والتطرف الديني والإرهاب بكل مسمياته، وحاولت الدراسة الاجابة عن: الاطار النظري لدراسات مسحية ترصد النظريات التي ترسم الاطر النظرية التي تحدد ادوار وتأثير الخطاب الإعلامي في مكافحة الارهاب وتحلله سيميائي من حيث النص وما يرافقه من اشارات ورموز غير لفظية ذات دلالات ومعان. وتوصلت إلى أن الارهاب ظاهرة عالمية عابرة للحدود وتحولت من منظمات لدولة لها موارد ضخمة وتمتد على جغرافية واسعة وتندر بالتصاعد نتيجة للفساد وضعف الحكومات وتدهور الاوضاع الاقتصادية وتداخلات اقليمية ودولية لتنفيذ اجندات سياسية وإعادة توزيع مناطق النفوذ في العالم، واستثمارها الفاعل لوسائل التواصل الاجتماعي في التنظيم والتأهيل والتأثير في المجتمعات.

وأوصت الدراسة بالاعتماد على الإعلام التفاعلي ووسائل التواصل الاجتماعي وعدها أحد المصادر المهمة في استراتيجيات وسياسات الدول للأمن الوطني، لتكون رديفا اساسيا لا تقل أهمية من الاركان

الأخرى، وربما يتقدم على البعض منها، ويقال الشيء نفسه للمنظمات الدولية والإقليمية وفي مقدمتهما منظمتي اليونسكو والمنظمات الأخرى التابعة للأمم المتحدة أو الإقليمية والوطنية، لتعزيز ثقافة الحوار المقنع والتفاهم المشترك وثقافة السلام والتسامح بين المكونات والشعوب.

2. دراسة علي جاسم التميمي⁽¹⁾

أكدت الدراسة على أن ظاهرة الإرهاب أخطر ظاهرة يشهدها المجتمع الدولي في وقتنا الحاضر حيث أن موضوع الإرهاب من المواضيع ذات الأهمية القصوى في وقتنا الحاضر لكونه يزهق الأرواح وقطع النسل وافيون الشعوب وعلى رغم من الدراسات الكثيرة لظاهرة الإرهاب فأننا بحاجة مستمرة ومتجددة لدراسات أكثر عمقاً وحدائه وخاصة أن الإرهاب يتجدد بين الحين والآخر وبه صور مختلفة ونحن الآن نمر بأخطر أنواع الإرهاب هو الإرهاب الإلكتروني الذي دخل بيوتنا دون استئذان ودون أن نستطيع إبعاده وهو ذو تأثير نفسي لذا يجب علينا أن نقف وقفة جادة من كل طبقات المجتمع حاكما كان أم موظفاً، ولاسيما بعد أن اخذ الإرهاب طابعاً دينياً وله تأثير واضح على طبقات المجتمع وخاصة الشباب، وهذا ما نراه في واقع الحال لذا يتطلب من المؤسسات الدينية أن تقوم بدورها الفعال بحرمة وعقوبات الطائفين، وعلى طبقات المجتمع الأخرى بث روح التسامح والتعاون والتعاقد ضد الأفكار المنحرفة والشعب العراقي يشهد له التاريخ بالمقاومة والانتصارات العسكرية، لذا عليه أن يثبت نفسه بهذا النوع الجديد من المقاومة الإلكترونية الناعمة فلكل أسلوب من الاعتداء وأسلوب من المقاومة مناسب له وقادر على رده.

المبحث الثاني: الإعلام والمنظومة الأمنية

تمهيد:

تستطيع الأجهزة الأمنية عن طريق وسائل الإعلام اداء دور فاعل في توعية المجتمع من مخاطر الإرهاب وزيادة التعبئة الواعية لمخاطره وأثاره على الفرد والمجتمع، فضلا عن مناشدة مرتكبيه بالإقلاع عنه، وتحشيد الرأي العام ضده، إذ يعد استخدام الجماعات الإرهابية وبشكل كبير لوسائل الإعلام المختلفة لنقل انباء عملياتها عبر الأقمار الصناعية وشاشات التلفزيون ومواقع التواصل الاجتماعي ليشاهدها الجميع، وقد تركزت معظم العمليات الإرهابية في الدول الديمقراطية والمتقدمة التي تتوافر فيها حرية الصحافة والإعلام لضمان التغطية الكاملة لها مما مكن بعض الجماعات الهامشية من أن تعلن قضيتها ورسالتها وأهدافها على الدول والحكومات⁽¹⁾. أن حرية التعبير والإعلام في وسائل الإعلام في سياق مناهضة الإرهاب المعتمد في مؤتمر مجلس وزراء المجموعة الأوروبية بتاريخ 2 مارس 2005، هذا الاعلان يدعو الإعلاميين الى التمسك بحرية التعبير وفي الوقاية من خطاب الحق والتحريض على

العنف، وينبهم الى ضرورة الامتناع عن تحويل وسائل الإعلام إلى منبر للإرهابيين، بحثاً عن مجرد الاثارة و السيق الإعلامي⁽²⁾.

فضلا عن للإعلام الدور الابرز والمؤثر في صناعة الرأي العام، عن طريق بث الرسائل الإعلامية والاتصالية، وتسليط الضوء على بعض الاحداث وتجاهل أخرى، مما يساعد في تشكيل اتجاهات جديدة إزاء الظواهر والأحداث والشخصيات والمؤسسات سلبية كانت أو ايجابية، وفق وضع الاجندة وترتيب اولويات الجمهور، مما يستدعي الانتباه واستثمار الإعلام في بث رسائل تواجه الإرهاب والتطرف وتحصن وتمكن الجمهور من المعلومات غير الصحيحة والهدامة وتبث الرسائل التي تسهم في إرساء السلام والتعايش السلمي.

أولاً. جدلية العلاقة بين الإعلام والإرهاب

يستخدم الإرهابيون الإعلام كسلاح للوصول إلى أهدافهم فكثير ما تلجأ المنظمات الارهابية في العالم الى تنفيذ العمليات بغية لفت انتباه الرأي العام العالمي إلى قضيتهم التي يدافعون عنها من أجل اجبار الجبهة المستهدفة على الرضوخ لمطالبهم⁽¹⁾. اذ وجد الإرهابيون مساحة واسعة لبث ونشر افكارهم والدعوة إلى مبادئهم الباطلة للمجتمع على شبكة الانترنت العالمية التي ينطلقون منها بأمان محدود وبأسماء مستعارة عبر مواقعهم ومنتدياتهم النصية والصوتية والمرئية...، لتغذية الفكر الارهابي واصطياد أكبر عدد ممكن من الشباب والمتعاطفين معه وتجنيدهم لدعمه مالياً ومعنوياً وبشتى الوسائل⁽²⁾.

فضلا عن استفاد الارهابيون من الإعلام في العراق في توجيه وتضليل الرأي العام العراقي في المناطق التي سيطر عليها بعد عام 2014، باستخدام الشعارات الطائفية والدينية والإفادة من بعض القنوات الإعلامية التي تعارض سياسة الحكومة العراقية، لذا يتطلب اتباع سياسة إعلامية أكثر واقعية لكشف جرائم الجماعات الإرهابية، والتأكيد على دموية هذه الجماعات وإعمالها الاجرامية عن طريق برامج وحملات إعلامية عبر وسائل الإعلام المختلفة.

إذ من الواضح ان ثمة قاسم مشترك في نشر خبر عن تفجير أو عملية انتحارية أو أي عمل يوصف بالإرهابي بين الغايات التي يسعى وراءها من يقف ضد تلك الأعمال وبين غايات من يقف وراء رأس وسائل الإعلام التي تنتشر مثل تلك العمليات والقاسم يكمن في أن الاول يضمن ان رسالته ستصل ومثلما يطمح والثاني يستفيد مادة اعلامية تلفت انتباه المشاهد وقد يكون هدف الطرف الثاني غامضا لتحقيق مكاسب قد تكون سياسية لكن في النهاية قد أستعمل الإعلام ووظفه لخدمة تلك الاهداف⁽³⁾.

ثانياً. الإعلام:

إن الإعلام عملية اتصالية تتم عبر وسائل الإعلام يروم المرسل من خلالها. تزويد المستقبل بالأفكار والمعلومات والمشاعر التي تساعده على تكوين رأي في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم⁽⁴⁾. والإعلام بمعناه السليم هو تزويد الناس بالإخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعدهم على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات، فإذا خلت هذه العملية من الصدق لم يصبح إعلاماً بالمعنى الصحيح، بل هو شيء آخر، كأن يكون تضليلاً للجمهور أو مؤامرة سوداء ضده⁽¹⁾.

لذلك تم استخدام الإعلام من قبل الجماعات الإرهابية في الجانب التضليل والمؤامرة، أما أهمية الإعلام للإرهابيين تكمن في اعتماد أغلب خطبه الدينية والإعلامية عن طريق تسخير الماكنة الإعلامية في نشر الأخبار والآراء عبر الاستعانة بوسائل الإعلام المختلفة بغية تحقيق التواصل مع الجمهور والتفاعل معه، وأن يدعو الجمهور إلى الدعم والمساندة والمشاركة.

وبهذا يشكل الإعلام أحد الأركان الرئيسية لعمل الجماعات الإرهابية، في نقل الأفكار والمعلومات وطلب المساندة والمشاركة في العمليات الإرهابية.

كذلك البيئة الاجتماعية والإعلامية تساعد وتؤثر بدورها على سير العملية الإعلامية وعلاقتها بالمجتمع، حيث أن الإعلام ووسائله لها وظيفة تجاه هذا (التراث الاجتماعي) وهي وظيفة (التنقيب) لصالح الجماعات الإرهابية التي تم توظيفه، أو من قبل مؤسسات الدولة إذ استثمرته ازاء مواجهة الإرهاب والتطرف، والبيئة الإعلامية انعكاس للواقع السياسي والاجتماعي والاقتصادي السائد في المجتمع، وهو يعكس (البنية الاجتماعية من خلال الوظيفة الاتصالية لوسائل الإعلام تجاهها والمتمثلة في المحافظة على النظام واعتبار وسائل الإعلام أدوات للضبط الاجتماعي لتحقيق التوازن في النظام برمته ووظيفة (التكامل تلك الوظيفة التي تهدف إلى تحقيق التكامل السياسي أو الأيديولوجي أو الثقافي أو الديني داخل أي نظام معين والمقدمة الكبرى في هذه الرؤية النظرية هي أن هذه الوظائف تحدد القرارات الاقتصادية الكبرى التي تؤثر على وسائل الإعلام)⁽²⁾.

بمعنى آخر دراسة العمليات الاجتماعية التي تؤثر في إنتاج المضامين الإعلامية وهو مطلب قديم كان الباحثان (رايلي ورايلي) قد أشارا إليه عام 1959، ويتحدد من خلال (رؤية اجتماعية لعملية الاتصال تضع القائم بالاتصال في السياق الاجتماعي لعضوية الجماعة والجماعة المرجعية، والبنية الاجتماعية

الأكبر حيث وجدوا في حينها أن هناك نقصاً في الدراسات السوسيولوجية التي تناولت القائم بالاتصال والمؤسسات الإعلامية وعمليات الإنتاج الإعلامي⁽¹⁾.

ثالثاً. الإعلام والجمهور

يُعد جمهور الإعلام هو الجمهور بصورته العامة ما دام كل فرد مؤهلاً للانتماء إليه دون إعداد مسبق، أي انعدام الخط الفاصل بين " جمهور الإعلام " والجمهور الآخر خارج نطاقه، ففي زمننا هذا ليس هناك بيت لم ينل نصيبه من أجهزة الإعلام⁽²⁾.

وهذه الخاصية تم استثمارها من قبل الجماعات الارهابية بشكل مدروس وممنهج من أجل احداث التأثير في المتلقي من خلال بث الرسائل الإعلامية، وكذلك عملت عليها مؤسسات الدولة العراقية في توجيه رسائل إعلامية للتصدي للإرهاب والتطرف عبر مؤسساتها الإعلامية.

وتشير الأبحاث التي درست العلاقة بين وسائل الإعلام وجمهورها قد درستها من خلال نظرية (التعرض) لوسائل الإعلام، ونظرية الاستخدامات والإشباع لدراسة أسباب التعرض من قبل الجمهور لوسائل الإعلام، وتلخص الباحثة (دوريس غاربر)⁽³⁾، تلك العلاقة من خلال المدخل الوظيفي وما يمكن أن توفره وسائل الإعلام لمستخدميها أو جمهورها وهي⁽⁴⁾:

1. تستطيع وسائل الإعلام أن تجذب الاهتمام، وأن توجه إلى المشاكل أو الحلول أو الناس.
2. تستطيع وسائل الإعلام أن تضيء وصفاً شريعياً على أمر من الأمور وأن تؤكد شرعيته.
3. يمكن أن تكون وسائل الإعلام في بعض الظروف سبباً للإقناع وحشد الطاقات.
4. تستطيع وسائل الإعلام أن تساعد على خلق أنواع معينة من الجماهير والمحافظة عليها.
5. إن وسائل الإعلام هي وسيط لتقديم الجوائز، والإشباع النفسية فهي قادرة على الإلهاء والتسلية.

وعليه فان عملية فهم العلاقة بين الإعلام والجمهور ودراسته، تمثل العنصر الأساس في البدء بأي عمل اتصالي، ولذا تقتضي الضرورة الاهتمام به ودراسته تحقيقاً لاتصال فعال يتواصل عن طريقه "المرسل" بـ "المستقبل" طمعا في تحقيق التفاعل المشترك بين الطرفين، وهو أساس النجاح في أية عملية اتصالية⁽¹⁾.

رابعاً. الإرهاب:

يعبر عن الإرهاب بالسلوك العدواني لأشخاص أو منظمات أو دول ويوجد ضد الأشخاص والجماعات والشعوب لغرض تغيير قناعاتها الفكرية والعقائدية بأساليب العنف المؤدي والتعذيب ومختلف الانتهاكات الأخرى لحقوق الإنسان باتباع وسائل التهديد والتخويف وعدم الاعتراف بالأخر⁽²⁾.

ولقد عرفت اتفاقية جنيف للإرهاب عام 1937 الإرهاب بأنه: "الاعمال الارهابية الموجه ضد دولة ما تستهدف أو يقصد بها خلق حال من الرعب تترسخ في اذهان اشخاص معينين أو عامة الناس"، أما الاتفاقية الاوربية لعام 1977، عرفت الإرهاب بأنه: "مجموعة من الافعال التي تم تحريمها أما باتفاقيات سابقة أو حرمتها التعامل الدولي، ثم اضافت اليها كل الافعال الخطرة التي تهدد حياة الاشخاص أو أموالهم، والإرهاب هو بث الرعب بين الاشخاص أي بين العامة"، ام الاتفاقية العربية لعام 1997 فقد عرفت الارهاب بأنه "كل فعل من افعال الرعب او التهديد أيا كانت بواعثه او اغراضه يقع تنفيذاً لمشروع اجرامي فردي أو جماعي، ويهدف إلى افساء الرعب بين الناس أو ترويعهم من خلال ايدائهم أو تعريض حياتهم وحرياتهم وأمنهم للخطر أو الحاق الضرر بالبيئة أو بأحد المرافق أو الاملاك العامة والخاصة"⁽³⁾.

ويُعرف قانون مكافحة الإرهاب العراقي رقم (13) عام 2005، المادة الاولى الإرهاب بأنه: "كل فعل اجرامي يقوم به الفرد أو جماعة منظمة باستهداف فرد أو مجموعة أو افراد أو جماعات أو مؤسسات رسمية أو غير رسمية وقع الاضرار بالممتلكات العامة أو الخاصة بغية الاخلال بالوضع الأمني أو الاستقرار او الوحدة الوطنية أو ادخال الرعب والخوف والفرع من الناس أو اثاره الفوضى تحقيقاً لغايات ارهابية"⁽⁴⁾.

خامساً. أثار الارهاب ومخاطره

تمتد أثار الإرهاب الى جوانب الحياة كافة على الصعيد السياسي، والاجتماعي، والاقتصادي، والنفسي، والأمني، والتي تشمل⁽¹⁾:

1. اثار الارهاب ومخاطره على المجال السياسي، وتكمن في:
 - أ. تهديد الوحدة الوطنية.
 - ب. تشويه سمعة الدولة وهيبتها أمام انظار الرأي العام العالمي.
 - ج. عزلة الدولة عن محيطها الخارجي وعلاقاتها الدولية والإقليمية.
 - د. الانتقاص من سيادة الشعب.

2. أثار الارهاب ومخاطره من الناحية الاجتماعية، ونوجزها بالآتي:
 - أ. تعطيل الخدمات الضرورية للفرد والمجتمع في مجالات الحياة كافة.
 - ب. تفشي البطالة والفقر والابوينة.
 - ج. هجرة الكثير من العقول والكفاءات فضلا عن المواطنين العاديين.
3. أثار الارهاب ومخاطره في المجال الاقتصادي، وتشمل:
 - أ. اضعاف البنى التحتية.
 - ب. التخريب المادي للمنشأة الحيوية.
 - ج. ضعف الانتاج.
 - د. شل الحركة التجارية الداخلية والخارجية.
 - هـ. الاخلال بالموارد المالية.
 - و. هجرة رؤوس الاموال.
4. أثار الارهاب ومخاطره النفسية والأمنية، تنصرف الى:
 - أ. عدم الشعور بالأمن بسبب انتشار الذعر والخوف.
 - ب. عدم الاستقرار النفسي للمواطن.
 - ج. فقدان الثقة بالأجهزة الامنية.
 - د. انتشار حالات الاحباط والشعور باليأس.

أن أثار الارهاب كثيرة والوقاية من هذه الاثار تحتاج إلى معالجات وتصدي بقدر وحجم هذه التحديات التي تواجه مؤسسات الدولة وعلى المستويات كافة.

سادساً. العلاقة بين الإعلام والإرهاب:

إن العلاقة بين الإعلام والإرهاب علاقة فيها اشكالية، وقد بحث المختصون في مجال السياسة والإعلام والاجتماع هذه العلاقة، فكل منهما يسعى وراء الاخر أي أحدهما يصنع الحدث (الإرهاب) والأخر يقوم بالتسويق (الإعلام) فالإرهاب لا يمكن ان يستمر وينمو بدون إعلام⁽¹⁾.

وهو ما اعلنته (مرجيت تاتشر) رئيسة الوزراء البريطانية السابقة التي وضعت عمليات الإعلام والإعلان والذويع الي تحدثها وسائل الاعلام حول الافعال الإرهابية، بأنها الاوكسجين اللازم للإرهاب الذي لا

يستطيع الاستغناء عنه، فالإرهابي يعتبر وسائل الإعلام هي سلاحه الرئيس وأنها تلعب دوراً رئيسياً لصالحه عندما تغطي الحدث الإرهابي تغطية واسعة⁽²⁾

فالإرهابيون يعمدون إلى استخدام وسائل الإعلام المختلفة لتسويق إغراضهم وغاياتهم وتوظيفها في تظليل الرأي العام من جهة، والأجهزة الأمنية من جهة أخرى، فالإرهابيون يعتبرون الأعمال الإرهابية التي لا ترافقها وسائل إعلام أعمال غير مؤثرة في الجمهور.

وعند دراسة العلاقة بين الإرهاب والإعلام لا بد من استحضار مستويات متعددة لمكافحة الإرهاب عن طريق استراتيجية ثلاثية الأبعاد وتتمثل بالوقاية، والعلاج، والرعاية، ويقترض أن تحول وسائل الإعلام هذه الإستراتيجية لمفردات إعلامية ذكية الأهداف والوسائل والتقنيات⁽³⁾.

القواعد التي ينبغي على المؤسسات الإعلامية الالتزام بها:

هناك العديد من القواعد التي ينبغي على الإعلاميين والمؤسسات الإعلامية الالتزام بها عند تغطيتهم موضوعات الإرهاب والحد منها، وتقليل من جعل وسائل الإعلام (حافزاً) يولد (استجابة)، وتتمثل بالقواعد الآتية⁽⁴⁾:

1. ضرورة تحقيق الإعلاميين والمؤسسات الإعلامية بأنفسهم من كل امر متى أن كان ذلك ممكناً، لتحقيق الصدق والأمانة في التغطية.
2. يجب على الإعلاميين تقديم معلومات دقيقة عن الأهداف المحتملة للإرهابيين.
3. الابتعاد عن الإثارة والمبالغة في عرض الحقائق الموضوعات المتعلقة بالإحداث الإرهابية.
4. شمولية التغطية بما يساعد الجمهور على الفهم والاستيعاب.
5. التفريق بين الحقائق والآراء.
6. تجنب تداول المعلومات بشكل شفهي غير مكتوب لتجنب وقوعها بيد الإرهابيين.

سادساً. العلاقة بين الإرهاب والإعلام والسياسة:

يُعد تعريف الإرهاب واحداً من المواضيع التي أثارت اهتمام الباحثين المعاصرين، وقد اختلفوا في تعريفه وعجزوا عن الاتفاق على تصور مشترك عنه، وأستغل بعض أهل السياسة والمشاريع السياسية هذه الثغرة المفهومية، لتحويل الارهاب إلى أداة سياسية يستثمرها بما يحقق أهدافه، حتى ليتمكن القول إن قليلاً من الأعمال الحربية التي تقع في المجتمعات المعاصرة تحظى بالاتفاق على تصنيفها في دائرة الارهاب، والقسم الاكبر من الاحداث التي تقع يصنفها القائمون بها وحلفاؤهم بأنها جهاد او دفاع عن النفس، أو

مقاومة مشروعة، أو محاولة تحرر، أو ما أشبه ذلك من الأعمال المشروعة في القوانين والمعاهدات الدولية، ويصفها المتضررون منها وحلفاؤهم بأنها إرهاب غير مشروع⁽¹⁾.

فالعلاقة بين الإرهاب والسياسة علاقة لتحقيق أهداف سياسية، وعلى هذا الأساس ينسج الإرهاب علاقة مع السياسة، تقوم على ممارسة الأعمال الارهابية من أجل تحقيق غايات شخصية وفئوية. وتذهب وسائل الإعلام إلى حد التماهي مع النخب السياسية لأسباب عديدة منها (أنهم يشكلون مصادر مهمة للأخبار، والموضوعات فضلا عما يقدمونه من دعم مالي ومعنوي لتلك الوسائل، وكذلك لأهمية الحياة العامة والخاصة لهؤلاء النخب لدى العامة⁽²⁾).

وعربياً تظهر العلاقة بين وسائل الإعلام والنظم السياسية من خلال⁽³⁾:

1. أن الإعلام هو من ثقافة السلطة، فالسلطات هي التي جاءت بوسائل الإعلام لإيصال خطابها وإحكام قبضتها على الجماهير.
2. هناك أدلة واضحة على تدخل السلطة في عمل وسائل الإعلام، وملكيته والرقابة عليها أو على ما ينشر فيها من مضامين حيث تلخص دراسة أعدتها المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم بعنوان (وسائل الاتصال الحديثة وأثرها في المجتمعات الإسلامية) في تونس عام 1996 أن وسائل الإعلام العربية لا تمارس دورها إلا بعد حصولها على الضوء الأخضر من قبل السلطة الحاكمة.
3. على مستوى الإعلام الرسمي، تقوم السلطة السياسية باختيار القيادات الإعلامية المؤيدة لسياساتها، وتعمل على دعمهم مادياً ومعنوياً وذلك (لإقناع الرأي العام بالحكومة وتجميلها في نظر الشعب، وتقليل فرص كشف الفساد وصناعة رأي عام غير معارض).
4. يوعز ارتباط المضامين الإعلامية مع الخطاب السياسي إلى ما يسمى (بالاشعور السياسي)^(**) فالمضامين التي تقدمها وسائل الإعلام لا تبتعد عن الخطاب السياسي السائد، تقتفي أثره وتبرره أو تكبره. وعليه تخضع السياسة الإعلامية عن وعي أو لا وعي لتمثل تعكسه الممارسة السياسية، بمعنى أن (جوهر العلاقة بين التمثل والممارسة أي بين ما هو حقيقي وما هو ظاهر، حيث تترك بنية النظام السياسي بصماتها الواضحة على تحديد مضمون الخطاب الإعلامي وتقنين هذا الخطاب من جانب آخر، وهنا تظهر تدخلات السلطة في امتلاك وسائل الإعلام، وفي عملية التخطيط تبعاً لبنية النظام السياسي، وتوجهاته السياسية داخليا وخارجيا⁽²⁾).

وبعض النخب السياسية مارست سياسة إعلامية سلبية من خلال مؤسساتها الإعلامية (قنوات فضائية، وصحف، ومواقع تواصل اجتماعي) في دعم الارهاب والتطرف، ومؤسسات أخرى وقفت على التل أمام الارهاب الداعشي الذي استهدف مكونات الشعب العراقي كافة، حيث إن نشاط الجماعات الارهابية

يقتصر على الاماكن التي يسيطر عليها، بينما وسائل الإعلام تخاطب الجمهور في كل مكان، وتكون الرسائل التي يبثها الإعلام أشد وطأة وتأثيراً في النفوس من الرصاص الذي يطلقه الارهابيون.

سابعاً. الآليات الإعلامية في مواجهة الإرهاب:

1. آليات الإعلام في مساعدة الأجهزة الأمنية لكشف ظاهرة الإرهاب، ويمكن إيجازها بالآتي⁽¹⁾:

- أ. التوعية الإعلامية بظاهرة الإرهاب وأهم القرارات الدولية بهذا الخصوص.
- ب. توعية المواطنين بالأساليب الصحيحة للإبلاغ عن الجرائم الارهابية.
- ج. تعاون وسائل الاعلام مع الاجهزة الامنية طبقا لخطتها في تتبع رؤوس الارهاب.
- د. فضح جرائم الارهاب إعلامياً وتشويه صورة الإرهابيين.
- هـ. التوجه إعلامياً نحو المناطق الفقيرة والمعدمة من الخدمات وتجميع الآراء نحو أدوات الاصلاح لتفويت الفرصة أمام الإرهابيين لكسب بعض ساكنيها لان يصبح عضوا في الجماعات الإرهابية.

2. آليات الإعلام لتوجيه المجتمع لنبذ الإرهاب وتشمل⁽²⁾:

- أ. تسخير المجالات الفنية كالمسلسلات التلفزيونية لكشف مضمون الإرهاب من الداخل.
- ب. التركيز على اعترافات الارهابيين بخصوص اضرارهم بمصالح الشعب وعدم شعورهم بالندم لسفكهم الدماء البريئة.
- ج. نشر آراء أهالي الإرهابيين بخصوص الجرائم التي يرتكبها أبناؤهم وإظهار رفضهم لها وندمهم على عدم التوجيه والتربية السليمة لهؤلاء الإرهابيين.
- د. التأثير على المحيط الذي عاش الارهابيون فيه، لضمان عدم التعاطف معهم وتقبل الاحكام القضائية الصادرة بحقهم.
- هـ. توعية المجتمع لعدم الاستجابة لمطالب الارهابيين والتوعية بدور الدين والقانون والدولة والأعراف للقضاء على الإرهاب.

3. آليات الإعلام للتأثير على الإرهابيين أنفسهم وإجبارهم على نبذ الإرهاب⁽³⁾:

- أ. اظهار صور الجرائم الارهابية طبقا لواقعهم البشع، وتسلط الضوء على الابرياء الذين طالتهم ايادي الارهاب مع القيام بتضخيم تلك الصورة للتأثير المعنوي على كل الاطراف.
- ب. تجنيد اسر الارهابيين لمناشدتهم ايقاف العمليات الارهابية وتسليم أنفسهم.

ج. اظهر دور سلطات الدولة في تتبع مسار الإرهابيين في الداخل والخارج، والإيعاز بان الإرهابي سيقع بيد العدالة ويحاسب على جرائمه الإرهابية.

د. الحرص على اظهار استمرار الحياة بصورتها العادية مما يوحي للإرهابيين بان ردود فعل أعمالهم الإرهابية لا تلق استجابة من المواطن.

هـ. تكثيف لقاءات التوعية مع الإرهابيين المقبوض عليهم بهدف تصحيح المفاهيم الخاطئة لديهم وإظهار صورة من يستجيب للتوبة.

4. آليات الإعلام في رفع الروح المعنوية للشعب في مواجهته للإرهاب⁽¹⁾:

أ. التحريض على مقاومة الإرهاب وعدم الاستجابة للإرهابيين.

ب. اظهار جهود الدولة في تأمين سلامة المواطنين وجهودها في مقاومة الإرهاب والقبض على الإرهابيين.

ج. اظهار جهود السلطات الامنية في التأثير الداخلي والإعلان المستمر عن جهودهم في القبض على الإرهابيين.

د. نشر ثقافة مقاومة الإرهاب ودور المواطن في ذلك.

هـ. الحرص على استمرار الحياة العادية، يعطي الامل للمواطن ويحبط الإرهابيين لعدم نجاحهم في التأثير على الدولة من خلال اعمالهم الارهابية.

وبناءً على ما تقدم، يشير الدكتور هاشم حسن، الى أهم وسائل الإعلامية التي يستخدمها الإرهابيين هي⁽²⁾:

1. الاتصال الشخصي المباشر في تجنيد المسلحين من قبل القيادات الإرهابية، فضلا عن اختيارهم الشخصيات المؤثرة في مخاطبة الجمهور.

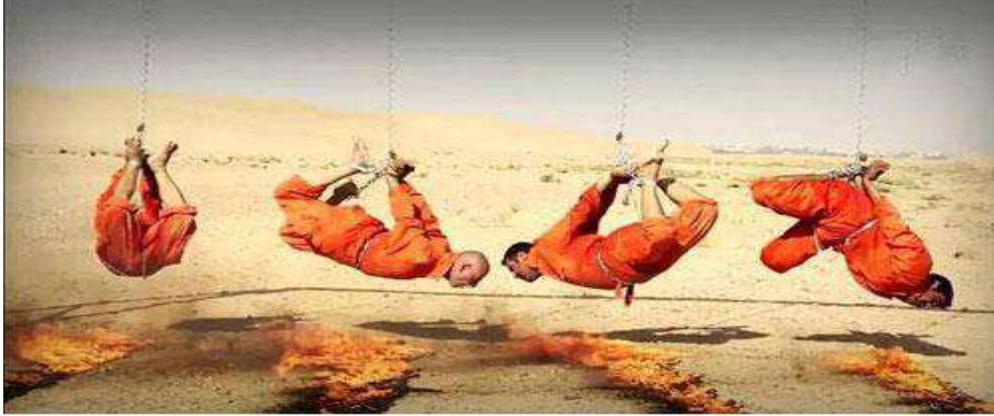
2. الاستخدام المزدوج لوسائل الاتصال في تجنيد الاتباع وإرسال الخطابات المؤثرة للجمهور من خلال تسويق الخطب والمحاضرات المباشرة وتعميمها عبر شبكات التواصل الاجتماعي وتسريب بعض منها لوسائل الإعلام التقليدية.

3. شبكات التواصل الاجتماعي لها التأثير في استمالة المطوعين وجمعهم في إطار شبكة دولية رخيصة الثمن، متوفرة وسهلة الاستعمال محليا ودوليا. فضلا عن يقول عبد الباري عطوان في دراسته الدولة الاسلامية: الجذور، التوحش، المستقبل ان (من يتابع شبكات التواصل الاجتماعي من يوتيوب وفيس

بوك، وتويتر، يدرك جيداً معنى ما نقول في هذا المضمار، فالجيش الإلكتروني التابع للدولة بات يسيطر سيطرة شبه تامة على هذه الوسائط، وهذا الجيش الإلكتروني هو الذي لعب الدور الأول في حذف أسم داعش وفرض تسمية الدولة الإسلامية على معظم وسائل الاعلام العالمية والمحلية⁽³⁾.

ثامناً. سيمائية الصورة في سياسة التهيب لدى داعش

استخدمت العصابات الإرهابية أبشع صور القتل، والتي بثتها عبر شبكة الانترنت متكونة من قصف بقذيفة (أر بي جي) والاعراق وتفجير الرؤوس بعد تلغيمهم بعبوات ناسفة وتقطيع الاوصال. هذا المشاهد تبين للتاريخ مدى بشاعة هذه الافعال، لذا يتطلب استثمار هذه الصور والمشاهد من قبل المؤسسات الإعلامية لكسب الرأي العام العربي والعالمي في مساندة العراق في مكافحة الإرهاب⁽¹⁾.



القتل عن

طريق الحرق



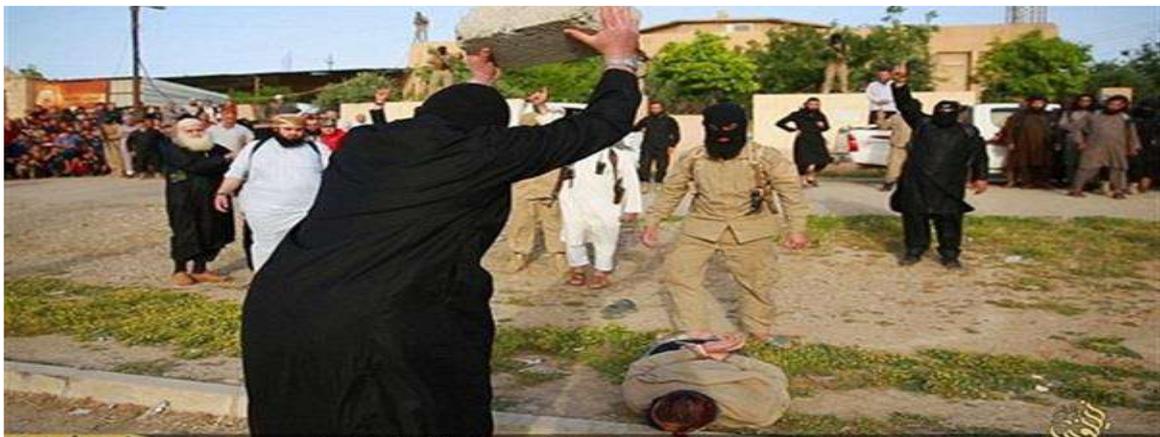
القتل عن طريق الغرق



القتل عن طريق الإعدام الكهربائي



القتل عن طريق قطع الرؤوس والصلب



القتل عن طريق رمي الصخور على الرأس

تاسعاً. أخلاقيات المهنة الإعلامية إزاء الإرهاب

هناك العديد من القواعد التي يجب على الإعلاميين الالتزام بها عند تغطيتهم للموضوعات الارهاب لتقليل من جعل وسائل الاتصال (حافزاً) يولد (استجابة)، للحد من تأثيرات وسائل الاتصال على انتشار ظاهرة الارهاب والحد منها، وتتمثل هذه القواعد بالآتي⁽¹⁾:

1. ضرورة تحقيق الصحفيين بأنفسهم من كل أمر متى كان ممكناً، لتحقيق الصدق والامانة في التغطية.
2. يجب على الصحفيين عدم استخدام البيانات المتعلقة بالأحداث لغير العمل الصحفي.
3. يجب على الصحفيين تجنب تقديم معلومات دقيقة عن الاهداف المحتملة للإرهابيين.
4. الابتعاد عن الاثارة والمبالغة في عرض الحقائق والموضوعات المتعلقة بالأحداث الإرهابية.
5. ضرورة تأمل الصحفيين لما سيحققه النشر عن الاحداث الإرهابية من القتل ومشاهد التعذيب من انعكاسات سلبية.
6. شمولية التغطية بما يساعد الجمهور على الفهم والاستيعاب.
7. التفريق بين الحقائق والآراء.
8. الموضوعية في التغطية من خلال نقل وجهات النظر بعدالة ومساواة.
9. ضرورة العمل على استقلالية السياسات التحريرية للوسائل الإعلامية بعيدا عن جماعات الضغط.
10. الالتزام بعدم تعريض حياة الناس للخطر.
11. تناول المعلومات بشكل شفهي غير مكتوب لتجنب وقوعها بيد الإرهابيين.

أن اخلاقيات المهنة الصحفية والإعلامية توجب الالتزام في نقل الاحداث وعدم اسقاط التوجهات الذاتية في النقل والتحليل والتفسير للأحداث، وإرباك المشاهد، فالالتزام بالتعليمات اعلاه يساعد في تحجيم الإرهاب والتطرف وانتشاره بين ابناء المجتمع الواحد.

المبحث الثالث: الإعلام الحربي العراقي

تمهيد:

يُعد دور الإعلام الحربي العراقي الذي تقوم به العمليات المشتركة للقوات المسلحة من أجل تنفيذ الهدف الاساس للأمن الوطني للدولة، الدور الفاعل في دعم الفكر الحربي لدى قواته المسلحة، وتعزيز دور القوات الامنية في الميدان، فضلا عن مواجهة الإرهاب بكافة أشكاله من خلال وسائل اتصالية وإعلامية متنوعة لمحاربة إعلام المعادي والدعاية المغرضة من الجماعات الإرهابية. ولقد استفاد الإعلام

الحربي من النشاط الإعلامي الموحد عن طريق وسائل الإعلام المختلفة، من أجل توعية الجمهور بخطورة الإرهاب، والمساندة وإيصال الرسائل إلى المقاتلين ورفع الروح المعنوية لهم، فضلاً عن استخدام الإعلام في العمليات النفسية ضد الجماعات الإرهابية.

أولاً. خلية الإعلام الحربي:

تأسست خلية الإعلام الحربي، والتابعة قيادة للعمليات المشتركة بعد عمليات تحرير الأراضي التي اغتصبها داعش الإرهابي عام 2014، وتتألف من مجموعة من الأقسام الآتي:

أقسام الخلية:

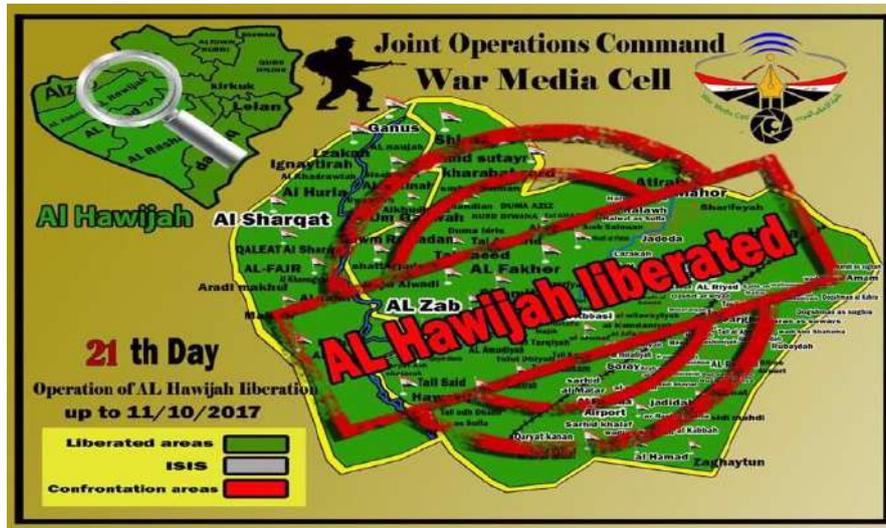
1. العمليات المشتركة:
2. عمليات بغداد:
3. وزارة الدفاع:
4. وزارة الداخلية:
5. بيانات الخلية:



ثانياً. خصائص المادة الإعلامية المعتمدة لدى الإعلام العراقي في مواجهة الإرهاب:

1. دقة المعلومات:

تصل المعلومة الى المتلقي بالاسم، والاستخدام، والتوقيت الصحيح، بما يجعله متفاعلاً واثقاً منها.



2. السرعة:

من أجل احترام عقلية المشاهد وتوصيل المعلومة اليه وقت حدوثها بقدر الامكان، ومن مصدرها الحقيقي، وبكل حقائقها، قبل تشوه من خلال وسائل الإعلام المضادة.

3. استغلال الامكانيات غير التقليدية:

لوصول الوسيلة الإعلامية إلى مكان الأحداث مما يتيح نقل الحقائق بكامل تفاصيلها، وهو مطلب جماهيري شديد الحساسية.

4. مراعاة مقتضيات الأمن الوطني في نقل الاحداث: وحتى لا تضر الدولة من جراء نقل معلومات

قد تفيد العدو بشكل مباشر أو غير مباشر وإعلام الحربي هو أقدر جهة للتمييز بين حدود الامن في هذا المجال، لذلك فانه في بعض الحالات والأماكن لا يسمح لوسائل الإعلام المدنية بالتواجد- أو نقل احداث

بعينها، ومن ثم فان هذا يعني أن عدم وجود الإعلام الحربي، سيؤدي إلى عدم نقل الاحداث الى المتلقي. والصورة ادناه تبين ذلك:



ثالثاً. دور الإعلام الحربي العراقي في دعم الأمن الوطني للدولة:

يقوم الإعلام الحربي بدعم منظومة الأمن الوطني عن طريق وسائل الإعلام المختلفة، وهي:

1. التلفزيون TV:

للتلفزيون خصائص ومميزات اتصالية عدة تجعله متفوقا في التأثير والانتشار في وسائل الإعلام الأخرى، ومن هذه المميزات والخصائص، القدرة على الإقناع والمصادقية، ففي التلفزيون يرى الجمهور الأحداث بأعينهم ويسمعونها بأذانهم ما يترك تأثيرا اقناعيا قويا بأنه لم يعد يجعل المشاهدين من المتابعين للحدث فقط، بل من الشهود والحضور أيضا، وبما إن الإنسان لا يشك في الذي يراه بعينه، ويسمعه بأذنه ، ولذا فانه يتعاطى مع ما يراه في التلفزيون من أحداث وأخبار كحقيقة لا تقبل النقاش أو الطعن⁽¹⁾

للإعلام المرئي دور في التأثير في المتلقي، كونه يحمل الصوت والصورة معا، وتجربة نشرة الاخبار الموحدة التي رافقت تقدم قواتنا الامنية كان لها الدور الامثل في دعم قواتنا المسلحة، وكذلك تبرز اهمية التلفزيون العراقي عبر قنواته الفضائية بالمهام الاتية⁽²⁾:

- أ. توفير الموقف الحربي والنفسي العراقي.
- ب. توظيف الاحداث والظروف الانتصارات خدمة لتقدم قواتنا في المعارك.
- ت. مراعاة الدقة في نقل المعلومات والأخبار واستخدام أساليب ووسائل الدعاية.
- ث. استخدام الاليات المناسبة في توظيف الدعاية.
- ج. يعمل التلفزيون على التعبئة المعنوية والنفسية للرأي العام.
- ح. خفض الروح المعنوية للعدو، عن طريق توسيع البرامج الدعائية والنفسية الموجهة على القنوات الفضائية.

خ. رفع الروح المعنوية للقوات المسلحة.

د. التغطية الاخبارية التلفزيونية خلال المراحل الاتية:

أولاً. خلال مرحلة الصراع المسلح.

ثانياً. خلال مرحلة المواجهة الحربية.

ثالثاً. مرحلة ما بعد المواجهة العسكرية.



النشرة الموحدة للإعلام عبر قناة صلاح الدين

2. الإذاعة Radio:

أما دور الإذاعة لا يقل أهمية عن التلفزيون، وتبرز مهام الراديو بالآتي:

أ. نقل الاخبار والبيانات المتعلقة بالحرب.

ب. توجيه العمليات النفسية من خلال البث الاذاعي.

ت. نقل رسالة المقاتلين الى ذويهم.

ث. توجيه التعليمات الخاصة بأمن المواطنين من خلال الإذاعة بسهولة الانتقال إلى ميادين الحرب ذاتها.

ج. اذاعة التحليلات العسكرية والأمنية المتعلقة بالمواقف المختلفة.

ح. إبراز دور المهني في المعركة.

3. الإعلام المكتوب:

يُعد الإعلام المقروء هو الشق الثالث من وسائل الاعلام الحربي، وهو الوسيلة الرئيسة لتأكيد الخبر، ووضعه في الموضوع التاريخي (وثيقة تاريخية)، ويتميز دور الاعلام المقروء بما يأتي:

أ. دمج السوابق التاريخية للحدث من ارشيف الصحافة بحيث تكتمل صورته.

ب. نشر الخرائط والوثائق، التي تساعد الجمهور على تفهم الموقف ومتابعة الاحداث عن قرب.

ت. نقل وجهات النظر الاقليمية والعالمية للحدث بصورة شبه كاملة.

ث. نقل رؤية العديد من الخبراء والمختصين.



الإرهاب صناعة موت ودور الصحافة توضيح خطره للشعب

4. مواقع التواصل الاجتماعي:

برزت أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في دعم القوات الأمنية أوقات الحرب والسلام في العراق بصورة ملفتة للانتباه وحتى أطلق على تسمية (الجيش الإلكتروني) الداعم للقوات المسلحة، فضلا عن دور هذه المواقف في رفض الإرهاب بكافة أشكاله، فشرعت العمليات المشتركة صفحات غير مواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك، وتويتر، وغيرها...) خاصة بنشاطات وعمليات الاجهزة الامني كافة، وكان لها الاثر الواسع على المتلقي في الحصول على المعلومات اولا بأول، عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وكما مبين في ادناه:

رابعاً. استراتيجية إعلامية للمواجهة للإرهاب وفق مقتضيات الأمن الوطني

يقصد بالإستراتيجية الإعلامية الأمنية تحديد القواعد والأسس للدور الإعلامي الأمني، والمنوط القيام بها من اجل تحقيق الاهداف الاستراتيجية الإعلامية بشكل عام والإستراتيجية الإعلامية الأمنية للدولة بشكل خاص، أي انها مزيج يجمع بينهما من اجل تحقيق الامن الوطني للدولة، فضلا عن يجب أن تقوم الاستراتيجية على تحقيق المصادقية الإعلامية والتعبير الحقيقي والموضوعي للرسالة الإعلامية بما يحقق الاقتناع لدى المشاهدين، ويوفر لها وجهاً جديداً قادراً على تقديم ثقافة عالية المستوى تتمشى مع روح العصر⁽¹⁾.

وترتبط الاستراتيجية الإعلامية بالأوضاع السياسية والاقتصادية والأمنية والاجتماعية والحربية، بمعنى الإعلام يرتبط بقوى الدولة الشاملة، ومن ثم فهو يسعى بطريق غير مباشر لتحقيق الأمن الوطني من خلال التغطية الاعلامية ومن خلال الاسهام في بناء المواطن وتحصينه ضد أي غزو إعلامي أو فكري معاد⁽²⁾.

إذ يجب على اية استراتيجية إعلامية مخططة في مواجهة الإرهاب والتأثير على الرأي العام والاتجاهات في الاتجاه المضاد للإرهاب والجريمة أن تأخذ في اعتبارها القيم السائد في المجتمع، ويجب على مثل هذه الاستراتيجية ان تحدد لنفسها اهدافاً تتجه إلى تحقيقها، فمن ناحية يجب ان نخلق مناخاً لرأي عام مضاد للإرهاب ومن ناحية اخرى يجب أن نسعى للتأثير في الاتجاهات الفردية والمجتمعية وتوجيهها ضد الإرهاب، وهذا الرأي العام يجب ان يكون له الخصائص الاتية⁽³⁾:

1. يجب عموماً أن يكون الرأي العام ضد الارهاب ومؤيدا للقانون والنظام.
2. يجب على الرأي العام أن يعتبر أن الواجب على كل مواطن عدم تشجيع الإرهاب وان من واجبه أن يساند المؤسسات الأمنية على تنفيذ القانون في مكافحة الإرهاب.

وان الاهتمام الرئيس لاستراتيجية الأمن الوطني على مسائل حيوية في مقدمتها تحرير المناطق والمواطنين من سيطرة داعش، وتلبية الاحتياجات الأساسية لضحايا مناطق الصراع وإعادة النازحين، وتحقيق المصالحة الوطنية، وإصلاح القطاع الأمن ، ومكافحة الإرهاب وتفعيل سياسة الإصلاح ومكافحة الفساد والتشديد على حكم القانون، وضمان حقوق الانسان وتقديم الخدمات، وبناء مؤسسات الدولة وفقا للمبادئ التي تحقق العدالة الاجتماعية وتكافؤ الفرص، وحسب ثوابت الدستور من أجل بناء الثقة في مؤسسات الدولة لتحقيق الامن والتنمية الاجتماعية والاقتصادية المستدامة ولتعزيز الوحدة الوطنية، والدور الريادي للدبلوماسية العراقية في تعزيز روابط العلاقات الاقليمية والدولية، ومعالجة المشاكل عن طريق الحوار، والذي هو مفتاح تحقيق الاهداف الاستراتيجية. والمعطيات على أرض الواقع تحتم علينا وتدفعنا لتأسيس استراتيجية إعلامية جديدة لمواجهة الإرهاب وفق الوقائع والنتائج التي تحققت بفضل تنسيق الجهود الإعلامية عن طريق الاجهزة الأمنية.

فضلا عن ذلك، لا بد أن تكون الاستراتيجية محل تعاون بين أجهزة الحكومية والاستخبارية وتخضع الاستراتيجية لإدارة عليا (استراتيجية مجلس الأمن الوطني)، موحدة تملك المرونة للتعامل مع المواقف المختلفة، إضافة إلى الاستعانة بمركز أبحاث لتقديم الاستشارات اللازمة حول السياسات الاعلامية المتبعة من قبل الاعداء. كذلك الإعلام الانتهازي والمعادي يصطاد ويضخم أي تلكاً أو نقاط ضعف لدى مؤسساتنا الحكومية، بينما نحن أهملنا مشاكل الداخل الاقليمي والعربي والعالمي وتعقيداته، والتي مارست دور سلبي ضد العراق، وأن الجهود الفردية التي يقوم بها بعض الإعلاميين والقنوات أصغر من أن نقي بالغرض، إلا إذا ترافقت مع وجود استراتيجية إعلامية متكاملة.

كذلك لا بد من إعداد برامج إخبارية موجهة للدول الاقليمية والعربية والغربية لفضح جرائم الجماعات الإرهابية، وتظهر وحشية الإرهاب وجرائمه، وسنحتاج إلى برامج موجهة لدول العالم العربي والإسلامي،

بمختلف لغاته ولجميع الطبقات المختلفة السياسية والاجتماعية والدينية، عن جرائم داعش والقاعدة ضد الشعب العراقي، من قتل وتشريد مع التركيز على التسجيلات التي تظهر التطرف في الخطاب والتطرف. ومن أجل وضع استراتيجية إعلامية نحتاج إلى معالجة الجذر وهو التطرف، والتمويل، والتي اصلها تيار متطرف في العالم العربي والغربي أشبه بالنهر المتدفق بسرعة لن تستطيع استئصاله وردمه إلا أحدث فيضاناً، ولكن الأفضل أن تجعل له قنوات آمنة مفيدة يصب فيها فينفع نفسه وأمتة ودولته ويكون إضافة لا إنقاصاً من الوطن.

إذ تتمثل هذه الإستراتيجيات في الآتي⁽¹⁾:

1. الافادة من التجارب العربية والعالمية في مواجهة الإرهاب عن طريق خطاب إعلامي وديني وسياسي متوازن.
2. إصدار قانون يحجم دور الخطاب الإعلامي المتطرف من قبل جماعات الضغط وقادة الرأي العام العراقي.
3. انشاء مراكز للتأهيل في المناطق المحررة، والتأكيد على ابناء وعوائل الارهابيين في المتابعة والرقابة قبل أن يتم استغلالهم من قبل الاعداء.
4. تشكيل لوبي معارض من الإعلاميين ولكن باتجاه السياسة العامة للدولة لقطع المجال أمام الاعداء في استغلال الضعف في بعض مؤسسات الدولة.
5. اتباع سياسة التوافقات الإعلامية بين المؤسسات الإعلامية الثلاثة الحكومية والحزبية والمستقلة، وهي مصلحة البلد فوق كل الاجندات والسياسات الإعلامية الممولة لهذه المؤسسات.
6. استحداث برامج لمكافحة الإرهاب عن طريق الإعلام لا بد أن يكون مرتبطاً بخصوصية الأمن الوطني للعراق، فكل دولة تطور برامجها وفق ظروفها الخاصة، وكذلك يختلف دور المجتمع في ذلك، بالإضافة إلى اختلاف درجة ومستوى التهديد الإرهابي من دولة لأخرى؛ وبالتالي، يمكن اعمام الافادة من تجارب الدول الأخرى مع الأخذ في الاعتبار خصوصية العراق.
7. تأسيس قاعدة بيانات في العراق ازاء المؤسسات الإعلامية والإعلاميين وكل ما هو متعلق بالإعلام مع مراعاة حرية التعبير ومقتضيات الأمن الوطني ومرتبطة بمواجهة الإرهاب والتطرف والخطاب الإعلامي.
8. الافادة من تجربة بعض الدول في الشرطة المجتمعية، والتي هدفت إلى نشر الوعي الأمني وتقوية الاتصالات المباشرة بين الشرطة والمواطنين، قد ساعدت على مواجهة الإرهاب والتطرف بل

وأعدت توطيد العلاقة، وهذا ما يعزز التعاون المجتمعي لمكافحة الإرهاب، هذه التجربة لو تم عكسها على الواقع الإعلامي لتوطيد العلاقة بين الاجهزة الأمنية والمؤسسات الإعلامية والإعلاميين خدمة لمصلحة البلد بالدرجة الاولى.

9. التأكيد على توحيد سياسات إعلامية في مواجهة الإرهاب داخل الدولة، وتعزيز الحس الوطني عن طريق اعتبار التطرف والخطاب الإعلامي المتطرف والمتشجع تهديداً لوجود الدولة ذاتها، وخطراً قد يقضي على المجتمع بأكمله.

10. استخدام مجموعتين من قنوات الاتصال في التأثير على الرأي العام والاتجاهات الفردية والمجتمعية، وهما:

أ. وسائل الإعلام: (الصحف، والمجلات، والكتب، ورسوم الأطفال، والراديو، والتلفزيون، ومواقع التواصل الاجتماعي، والانترنت).

ب. وسائل الاتصال الشخصي: ويشمل جميع انواع الاتصال وجها لوجه مثل (المحادثات المباشرة والتلفزيونية بين الاصدقاء، والاقارب، والخطب والمناقشات، وورش العمل، والندوات، والمؤتمرات، وأماكن العمل، ودور العبادة).

11. ان يصاحب الحملات الإعلامية والإعلانية والعلاقات العامة دراسات وبحوث لمدى فاعلية العناصر المتضمنة في هذه الحملة، ويمكن لهذا الدراسات والبحوث أن تقوم بتقويم ليس فقط الاحتياجات الاتصالية للمجتمع من أجل حمايته من الإرهاب، ولكن ايضا بتقويم فاعلية عملية الاتصال والدعاية.

12. ضرورة التنسيق المشترك بين الاجهزة الإعلامية ووسائل الإعلام المختلفة، وأن الاولوية على الاجهزة الامنية القيام بها ان تجري تنسيقا وتعاوننا كاملا بين الاجهزة الامنية والإعلام، بحيث لا يجهض أحدهما الاخر.

13. إن تكون سياسة عامة وواضحة يلتزم بتنفيذها في مجالاته الجهاز الامني والإعلام، وكذلك من الضروري وجود إدارة مشتركة تمثل حلقة ربط واتصال بين أجهزة الأمن والإعلام تتكون من رجال الأمن ومتخصصين في مجال الاعلام تعرض عليها مشروعات الأمن وبرامج مواد الإعلام ذات الصلة الوثيقة بهما.

14. استراتيجية الإعلام في مواجهة الإرهاب عن طريق التلفزيون:

أ. تخصيص مساحات إعلانية لإبراز نشاط القوات الأمنية.

ب. توجيه الرأي العام وإعداده معنوياً ونفسياً من أجل خلق جيل قادر على الصمود أمام أي تحديات مادية او معنوية خلال فترة السلم والحرب.

15. استراتيجية الإعلام في مواجهة الارهاب عن طريق الإذاعة:

أ. غرس روح التضحية لدى افراد القوات الأمنية من أجل الدفاع عن الوطن.

ب. التأكيد على روح الانتماء والوحدة الوطنية بين أفراد الشعب والقوات الأمنية.

16. استراتيجية الإعلام في مواجهة الإرهاب عن طريق الصحافة:

أ. تقديم الاخبار التي تهم كل فرد داخل القوات الامنية، سواء على الصعيد المحلي، أم الوطني، أم داخل القوات الأمنية.

ب. ابراز القضايا الوطنية من خلال نشر الخبر وتحليله.

17. استراتيجية الإعلام في مواجهة الإرهاب عن طريق الوسائل الاخرى:

أ. مواجهة الشائعات بأسلوب حديث ومقنع.

ب. اصدار المطبوعات والدوريات المختلفة والصحف ومجلات ونشرات داخلية وخارجية.

ت. توعية الشباب بالتهديدات الخارجية التي تهدد أمن الوطن، عن طريق الندوات واللقاءات الحوارية المباشرة.

ث. الحفاظ على المعلومات الأمنية والاقتصادية والسياسية، والتي يهدف العدو الحصول عليها للإضرار بأمن وسلامة الوطن.

ج. تخصيص مساحة إعلامية في وسائل الإعلام المختلفة، تكون نافذة تنطلق منها المفاهيم والأفكار والأهداف المختلفة للقوات المسلحة.

الاستنتاجات والتوصيات

أولاً. الاستنتاجات:

1. تبين من خلال مجريات البحث أن للإعلام دوراً في مواجهة الإرهاب والتطرف.
2. إن أبرز دوافع الإرهاب والتطرف تكمن في الدوافع الدينية والسياسية والاقتصادية.
3. إن للإرهاب آثار أمنية وسياسية، أبرزها تهديد وحدة البلاد والانتقاص من سيادته وتشويه صورة وهيبة الدولة أمام الرأي العام.

4. إن للإرهاب أثراً أمنياً ونفسياً تكمن بالدرجة الأساس في سلب حياة المواطن وعدم الشعور بالأمان وفقدان الثقة بالأجهزة الأمنية والشعور بالإحباط واليأس، وهو جزء من الحرب النفسية للإرهاب (العمليات النفسية).
5. هناك علاقة وثيقة بين الأمن والإعلام، وإن كلا منهما يؤثر في الآخر ويتأثر به ومن ثم فلا بد من التنسيق بينهما.
6. هناك قواعد يجب الالتزام بها من خلال التغطية الإعلامية لموضوع الإرهاب للحد من تأثيرات وسائل الإعلام على انتشار الإرهاب كونها تمثل حافزاً يولد استجابة.
7. ضعف تقديم المعلومة الدقيقة والسريعة حول الاحداث والقضايا الامنية لوسائل الإعلام من أجل الحد من الشائعات والتحريف الذي قد يطال الرسالة الامنية.
8. أبرزت تجربة الإعلام الحربي للعمليات المشتركة سياسة إعلامية موحدة في الخطاب إزاء الإرهاب.
9. هناك تأكيد من قبل وسائل الإعلام المختلفة، على حجم الضرر الذي تسببت به الجماعات الارهابية والمتشددة في المجتمع العراقي، وهذا يتضح عن طريق الموضوعات التي يتم تناوله من قبل القائمين على المؤسسات الإعلامية، وعليه يجب التركيز على هذه الموضوعات بشكل متكرر وأكبر لبناء صورة ذهنية في اذهان المجتمع إزاء الإرهاب.

ثانياً. توصيات ومقترحات:

1. إن مسؤولية الإعلام يجب أن ترسخ منظومة القيم التربوية الوطنية التي تنطلق من الانتماء والقيم والهوية الوطنية بوصفها الخطوة الأولى لبناء الإنسان القادر على مواجهة التطرف والإرهاب، من خلال تعزيز برامج التربية الإعلامية في المؤسسات الحكومية كافة.
2. ضرورة اعتماد وسائل الإعلام على الخبراء المتخصصين في المجالات الأمنية والاجتماعية والسياسية والنفسية والدينية والتربوية في تناولها موضوعات الإرهاب، كونهم الاقدر على تقديم رؤية عميقة وعملية بموضوعات الإرهاب، فضلاً عن قدرتهم على الوصول إلى الفئات المختلفة من المجتمع.
3. تجنب تهوين ظاهرة الإرهاب من خلال التغطية الإعلامية لموضوعات الارهاب.
4. تثقيف الرأي العام وتوعيته وتحصينه ضد ظاهرة الإرهاب، عن طريق عقد الندوات والمؤتمرات وبشكل مستمر.
5. الحث على إقامة الندوات وورش العمل مع ممثلي الأجهزة الأمنية والإعلام ومنظمات المجتمع المدني والمراكز البحثية على كيفية التعامل مع الإحداث الإرهابية إعلامياً بما يضمن المصلحة العامة.

6. تأكيد أهمية تنفيذ ميثاق الشرف الإعلامي التي تنص على مراعاة المعايير المهنية والأخلاقية عند نشر ما يتعلق منها بالعمليات الإرهابية، والحد من التجاوزات التي تقع فيها بعض وسائل الإعلام والتي تسهم في انتشار ظاهرة الإرهاب ونشر التطرف والغلو والإقصاء.
7. تأكيد أهمية اضطلاع وسائل الإعلام بتبصير الرأي العام العراقي بأهمية دور الأسرة في حماية الأجيال الناشئة من السقوط في براثن التطرف والعنف والإرهاب.
8. تأكيد على أهمية عدم إفساح المجال في وسائل الإعلام أمام الدخلاء ومدعي العلم ممن يشوهون الصورة الصحيحة والمشرقة للإسلام ويثيرون الفتنة والتعصب والكراهية.
9. تطوير مناهج الإعلام الأمني ودراساته الأكاديمية المتخصصة في المعاهد الأمنية والكليات العسكرية، بالحجم والإمكانات التي يمكن من خلالها اداء الرسالة الإعلامية بأسلوب يتناسب مع متطلبات الواقع الميداني.

مصادر:

- (1) محمود عبد الفتاح وعبد الحميد عيد، الإعلام وإدارة الصراع، مجلة السياسة الدولية، العدد 131، 1998، ص 355.
- (2) رشوان حسين، أصول البحث العلمي، (القاهرة، الاسكندرية، مؤسسة شباب الجامع، 2006)، ص 136.
- (1) سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، (القاهرة، عالم الكتب، 1999)، ص 104.
- (2) هاشم حسن التميمي، دور الإعلام في مكافحة الإرهاب، مجلة العلوم السياسية، 2015، العدد 49، ص 24.
- (1) علي جاسم التميمي، الإرهاب الالكتروني وأثره على المجتمع، مجلة السياسة الدولية، الجامعة المستنصرية، 2016.
- (1) صباح جاسم الشمري، الآثار الاجتماعية للإرهاب في الصحافة العراقية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الإعلام 2008، ص 73.
- (2) رجا بن سلامة، دور المتقنين والإعلام في مقاومة الارهاب، دراسة قدمت الى مؤتمر يد بيد ضد الارهاب، فينا، 2006.
- (1) عادل عبد الله العبد، الارهاب في ميزان الشريعة، (الرياض، 2007)، ص 35.
- (2) المصدر نفسه، ص 190.
- (3) حسين رياض عيسى، التوظيف الاعلامي لموضوعات الارهاب في القنوات الفضائية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الإعلام 2015، ص 26.
- (4) فاروق ناجي محفوظ، إستراتيجية الاتصال مع الآخر، الإعلام الإسلامي متصل (بغداد، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2009)، ص 27.
- (1) عبد اللطيف حمزة، الإعلام في صدر الإسلام، دار الفكر العربي، القاهرة، 1978، ص 105-106.
- (2) ل. جون مارتن، أنجو وفر شودري، نظم الأعلام المقارنة، ترجمة علي درويش، (مصر، الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1991) ص 377
- (1) سامية احمد هاشم، انعكاس البيئة الإعلامية على القائم بالاتصال دراسة في تجربة انتقال مركز تلفزيون الشرق الأوسط من لندن إلى مدينة دبي للإعلام، اطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الإعلام، ص 25.
- (2) زكي الجابر، التلفزيون وإقبال المشاهدين، مجلة البحوث، اتحاد إذاعات الدول العربية، بغداد، العدد (13)، كانون الأول، 1984، ص 85.
- (3) ستيفن اينزلايبر وآخرون، لعبة وسائط الأعلام السياسة الأمريكية في عصر التلفزيون، ترجمة د. شحده فارع (عمان، دار البشير 1999)، ص 53
- (4) سامية احمد هاشم، مصدر سابق، ص 78.

- (1) تشارلز رايت، المنظور الاجتماعي للاتصال الجماهيري، ترجمة: محمد فتحي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1983، ص 70.
- (2) هاشم حسن التميمي، دور الإعلام في مكافحة الإرهاب، مجلة العلوم السياسية، 2016، العدد 19، ص 5.
- (3) ناظم جاسور، الارهاب ومركزات الأمن الوطني العراقي، بغداد، المجلة السياسية الدولية، كلية العلوم السياسية، الجامعة المستنصرية، العدد، ص 329.
- (4) قانون مكافحة الإرهاب رقم (13)، 2005، المادة 1-2.
- (1) قاسم حسين وحاتم بديوي، التغطية الصحفية لموضوعات الارهاب في الصحافة المحلية، (جامعة بابل، كلية التربية للعلوم الانسانية، 2013)، ص 301
- (1) مورجان، الإرهاب والعنف، (القاهرة، الدار العربية للكتاب، 1989)، ص 14.
- (2) قاسم حسين حسن وحاتم بديوي عبید، التغطية الصحفية لموضوعات الإرهاب في الصحافة المحلية، جامعة بابل، مجلة العلوم الانسانية، 2014، ص 301.
- (3) علي سعيد، مكافحة الإرهاب، موسوعة مقاتل من الصحراء، <http://www.moqatel.com/openshare/Behoth>
- (4) قاسم حسين حسن وحاتم بديوي عبید، التغطية الصحفية لموضوعات الإرهاب في الصحافة المحلية، جامعة بابل، مجلة العلوم الانسانية، 2014، ص 302.
- (1) عبد المجيد مبلغی وآخرون، الإرهاب تعريفه وآليات ومكافحته، (بيروت، مركز الحضارة لتنمية الفكر الإسلامي، 2015)، ص 7.
- (2) بسيوني حمادة، دور وسائل الإعلام في صنع القرارات في الوطن العربي (بيروت، مركز الدراسات الوحدة العربية: 1993) ص 63
- (3) سامية أحمد هاشم، ص 62 و 63.
- (**) هذا المفهوم مستل من مفهوم الميل السياسي والذي أطلقه (دميري) لوصف ارتباط الدول النامية بإحدى الدول الكبرى والسعي إلى محاكاتها في النظم السياسية والاقتصادية، للمزيد ينظر: حسن عمار مكاي، أخلاقيات العمل الإعلامي، (القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2002)، ص 84.
- (2) حميدة مهدي سميسم، نظرية الرأي العام، مدخل (بغداد، دار الشؤون الثقافية: 1992)، ص 274.
- (1) هاشم محمد الزهراني، اثر الإعلام على الإرهاب، وثائق المؤتمر العربي الخامس لمؤولين عن مكافحة الإرهاب، تونس 2002، ص 87.
- (2) تركي بن صالح الحفباني، مدى اسهام الإعلام الامني في معالجة الظاهرة الإرهابية، رسالة ماجستير، جامعة نايف للعلوم الأمنية، الرياض، 2006، ص 79.
- (3) هاشم محمد الزهراني، اثر الإعلام على الإرهاب، وثائق المؤتمر العربي الخامس لمؤولين عن مكافحة الإرهاب، تونس 2002، ص 94.
- (1) تركي بن صالح الحفباني، مدى اسهام الاعلام الامني في معالجة الظاهرة الارهابية، رسالة ماجستير، جامعة نايف للعلوم الأمنية، الرياض، 2006، ص 80.
- (2) هاشم حسن التميمي، دور الإعلام في مكافحة الإرهاب، مجلة العلوم السياسية، 2015، العدد 49، ص 24.
- (3) عبد الباري عطوان، الدولة الإسلامية: الجذور، التوحش، المستقبل، (لندن، دار الساقي، 2015).
- (1) علي جاسم محمد التميمي، الإرهاب الالكتروني وأثره على المجتمع، المجلة السياسية والدولية، الجامعة المستنصرية، كلية العلوم السياسية، ص 501 و 502.
- (1) قاسم حسين وحاتم بديوي، التغطية الصحفية لموضوعات الإرهاب في الصحافة المحلية، (جامعة بابل، كلية التربية للعلوم الإنسانية، 2013)، ص 301 و ص 302.
- (1) محمد ضياء الدين عوض، التلفزيون والتنمية الاجتماعية، (القاهرة، الدار القومية للطباعة والنشر، (د. ت) ، ص 41.
- (2) http://www.moqatel.com/openshare/Behoth/Fenon-Elam/Elamharby/sec19.doc_cvt.htm
- تاريخ الاسترجاع الساعة الرابعة ، 2018/1/15.



(1) حازم الحمداني، الإعلام الحربي والعسكري، (عمان، دار اسامة للنشر والتوزيع، 2010)، ص291.

(2) المصدر نفسه، ص275.

(3) عماد الدين سلطان، مختصر الدراسات الأمنية للمركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب، (الرياض، المركز العربي للدراسات والتدريب، 1986)، ص244.

(1)http://www.moqatel.com/openshare/Behoth/Fenon-Elam/Elamharby/sec19.doc_cvt.htm

تاريخ الاسترجاع يوم الخميس، الساعة 2:15، بتاريخ 2018/2/1

تحديات الصياغة الإخبارية بين الصحف ووسائل التواصل الاجتماعي

د. عبد الله إبراهيم الطاهر

صحافي وأستاذ مساعد للصحافة في قسم الإعلام والعلاقات العامة بالجامعة الخليجية

المستخلص:

ينحو هذا البحث إلى إعادة قراءة وضع الأخبار وصياغتها المهنية بين وسائل الإعلام التقليدية، الصحافة على وجه الخصوص، ووسائل التواصل الاجتماعي، أو ما يعرف بالإعلام الجديد، ومدى تأثير ذلك على معايير تحديد الجودة والصلاحية للنشر.

لقد برهنت التطورات التكنولوجية الراهنة على قدرة وسائل التواصل الاجتماعي على منافسة وسائل الإعلام التقليدية، الصحافة على وجه الخصوص، فيما يتعلق بنشر الأخبار والأحداث لحظة وقوعها، الأمر الذي يتطلب إعادة النظر في الكثير من المفاهيم والتعريفات، فمفردة مثل الصحافة كمفهوم تم الاعتماد على نقل ونشر الأخبار في تعريفها.

ويحاول الباحث أن يضع أسساً جديدة لعناصر وصفات الخبر، ووظائفه العامة، فعناصر مثل التشويق والتوقيت أصبحت من أهم العناصر التي توفرها وسائل التواصل الاجتماعي، أكثر مما تتيحها الوسائل الإعلامية التقليدية.

Abstract:

Modern technology has brought many challenges over the past years, toward traditional media.

This paper tends to re-read the news and put formulated professional between the traditional media, the press, and the means of social communication, or the so-called new media, and the extent of the impact on the quality and validity of the publication of setting standards.

Current technological developments have demonstrated the ability of social media to compete with traditional media, the press, regarding the dissemination of news and events the moment they occur, which requires reconsideration of a lot of concepts and definitions, word like journalism as a concept has been to rely on and spread the news transfer defined.

The researcher tries in this paper to lay new foundations for the news elements and the attributes of the news, besides public functions, such as the elements of suspense and timing become one of the most important elements provided by the means of social communication, more than offered by traditional media.

1. 13 مقدمة: Introduction:

يواجه الممارسون الإعلاميون فيما يتعلق بالصياغة المهنية للأخبار - خاصة المرتبطة بالأحداث - في الصحف اليومية العديد من التحديات، في ظل المتغيرات العميقة التي تحملها وسائل التواصل الاجتماعي، إذ بدأت هذه الشبكة متعددة الإمكانات والخدمات وواسعة الانتشار، في منافسة الصحف في تداول الأخبار وصناعتها، فلم تعد هناك جدوى من كتابة عنوان على الصفحة الأولى على شاكلة "تفجير في منطقة كذا" ضمن الأخبار المحلية بالصحيفة، خاصة أن هذا الخبر يكتب للمجتمع المحلي الذي يكون قد تداول الحدث لحظة وقوعه عبر منصات الإعلام الاجتماعي Social Media Platforms "تويتر"، و"فيس بوك"، و"انستغرام"، وغيرها من المنصات.

هذه الإشكالية فتحت الباب أمام العديد من التساؤلات حول أهمية إعادة صياغة الوظائف العامة للخبر، وعناصره، فعناصر مثل التشويق والتوقيت أصبحت من أهم العناصر التي توفرها وسائل التواصل الاجتماعي.

وأضحى الصحفيون ينظرون إلى أهمية التركيز على الجوانب الأخرى من الحدث، المتعلقة بالتفاصيل أو الزوايا الإنسانية، أو التحليلات، التي قد يصعب توفرها في منصات الإعلام الجديد.

وفي ظل تميز وسائل التواصل الاجتماعي بسرعة نقل الأحداث، هذه السمة التي كانت قد تميزت بها القنوات الفضائية في فترة من الفترات، أصبحت الصحف تعتمد على هذه الوسائل كمصدر مهم للأحداث، واستفادت الصحف، وبقيّة وسائل الإعلام التقليدي، من إثنين مليار شخص يستخدمون منصات التواصل الاجتماعي Social Media Platforms من أجل الحصول على المعلومات الجديدة، وبناء شبكة تواصل مع الجمهور، وتعزيز انتشار العلامة التجارية للصحف.

وقد اعترفت العديد من المنظمات الإخبارية (News Organizations) بإمكانيات وسائل التواصل الاجتماعي (Social Media) كأداة صحافية واستخدمت تسويق هذه الوسائل لجذب جمهور على الإنترنت ... بل اعتبرت صحيفة نيويورك تايمز (The New York Times) أن تبني العديد من المنظمات لوسائل التواصل الاجتماعي للفت الانتباه على شبكة الإنترنت، بأنها واحدة من العديد من الاستراتيجيات الأساسية لنشر الأخبار على الإنترنت¹.

وظل الصحفيون المهنيون يحتكرون الخبر لسنوات طويلة، ضمن أطر صياغة محددة، وأدبيات مهنية متشددة، إلى أن أصبح المواطن ناقلاً مهماً للأحداث، فيما عرف بـ "صحافة المواطن"، عبر وسائل

التواصل الاجتماعي التي وفرتها تكنولوجيا الاتصال الحديثة، وفق إمكانيات كتابة متواضعة، تهتم بالإجابة على تساؤل "ماذا حدث؟"، أكثر من الاهتمام ببقية أسئلة الـ "5W and the H".

ويعالج هذا البحث إشكالية صناعة نقل أو نشر الأخبار بين وسائل التواصل الاجتماعي والوسائل الإعلامية التقليدية، خاصة الصحف بينها، والتحديات التي تواجه الممارسين الإعلاميين فيما يتعلق بالصياغة المهنية للأخبار، ويحاول الباحث جهده أن يكون هذا البحث بمثابة مقدمة لمزيد من الدراسات وتحديد بعض القضايا الأكثر إلحاحاً في هذا السياق.

2. 13 أهداف البحث (Objectives of The Research):

تتمثل الأهداف الرئيسة من هذا البحث في:

أ. تسليط الضوء على تداول الأخبار وصياغتها المهنية بين وسائل الإعلام التقليدية، ووسائل التواصل الاجتماعي.

ب. مراجعة صفات الخبر وفقاً لتشكلاتها في وسائل التواصل الاجتماعي.

ج. تقويم المنافسة بين وسائل التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام التقليدية.

د. تحليل النظام الإعلامي الجديد المعتمد على وسائل التواصل الاجتماعي.

هـ. صياغة العناصر السالبة للأخبار في وسائل التواصل الاجتماعي.

و. دراسة تعريف مفهوم الصحافة القائم على مفاهيم الخبر، ومحاولة وضع تعريف جديد يأخذ في إعتباره المتغيرات الجديدة.

3. 13 التعريفات الإجرائية (Procedural definitions):

هناك مجموعة من المصطلحات ورد استخدامها في هذا البحث وهي هنا يُقصد بها تعريفات محددة تتماشى والقصد العام من الدراسة، ومن ضمن هذه المصطلحات يمكن توضيح الآتي:

2. 1 النظام الإعلامي الجديد (The New Communication Order):

يُقصد بالنظام الإعلامي الجديد هنا أنه مجموعة العناصر المتباينة المكونة للنتائج عن الأنظمة التكنولوجية للتواصل، ومخرجاتها بشكلها الإعلامي المفتوح وغير المضبوط.

2.2 التواصل (Communication):

مصطلح التواصل يفيد التبادل، وهو الشكل الذي توفره وسائل التواصل الاجتماعي أو ما اصطلح عليه بـ"الإعلام الجديد"، لذلك يُقصد بالتواصل هنا أنها عملية تبادل ونشر الأخبار والمعلومات والتعليقات عبر وسائل الإعلام الجديد.

2.3 الشبكات الاجتماعية الجديدة (New social networks):

هي النظام الاجتماعي الافتراضي المتباين الذي وفرته الأنظمة التكنولوجية الجديدة للتواصل، لا ناظم بين مكوناته سوى تبادل الأخبار والمعلومات والتعليقات والمعرفة.

2.4 الخطاب الإعلامي (Media discourse):

ونقصد به هنا النسق الذي يشكل نوع الممارسة الاتصالية المخطط لها، وهو جماع المعايير التي تحكم الكيفية التي يتم بها تقديم الرسالة الاتصالية.

2.5 الشخصية الفردية (Individual subjectivity):

يقصد بها هنا القيمة الفردية المطلقة للشخص ضمن أطر الحرية، المنفصلة عن المجتمع، باعتبار الفرد الوحدة الأهم داخل المجتمع.

4.13 الدراسات السابقة (Previous studies):

تناولت العديد من الدراسات والأبحاث والأوراق العلمية وسائل التواصل الاجتماعي (Social Media)، وما توفره من إمكانيات ومقدرات، وتأثيرها على المستخدمين، وعلاقتهم الاجتماعية، من زوايا متنوعة وضمن مجتمعات مختلفة، وبناتج متعددة، إضافة إلى العديد من الدراسات والأبحاث الخاصة بالتنمية والمسؤولية الاجتماعية، وغيرها من أنواع البحوث، ولكن لم يقف الباحث على دراسات أو أبحاث مباشرة حول الصياغة الإخبارية في وسائل التواصل الاجتماعي ومقارنتها بالصياغة في وسائل الإعلام التقليدية.

5.13 المنهج المتبع (Methodology):

يعتبر الكثير من الباحثين إن دراسات علوم الاتصال (Communication Science) تُصنّف في الغالب ضمن الدراسات الوصفية (التي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين بغلب عليه صفة التحديد أو دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الناس أو مجموعة من الأحداث أو مجموعة من الأوضاع بهدف الحصول على معلومات

كافية)²، وسيعتمد الباحث هنا على المنهج الكيفي الذي "يسمح بالإحاطة الشاملة بالظواهر ويغوص في عمق تحليل المعطيات الاجتماعية"³.

6. 13 وسائل التواصل الاجتماعي

صاغ الباحث في العلوم الإنسانية بجامعة لندن جون بارنز (John Barnes) مصطلح شبكات التواصل (Social Networks) في عام 1954، وهو مصطلح جامع يغطي أشكال ووظائف عدة، ويشمل تحديد المشكلة ووضع جدول الأعمال وصياغة السياسات وتنفيذ السياسات، ورصد السياسات والتقييم؛ وشبكات المعرفة⁴.

وربط أنتوني مايفيلد (Antony Mayfield) فهم وسائل الإعلام الاجتماعي باشتراك معظمها أو كلها في خصائص المشاركة (Participation)، والانفتاح (Openness)، والمحادثة (Conversation)، والتجمع (Community)، والترابط (Connectedness)، وأنها مجموعة أنواع جديدة من الإعلام الفوري⁵.

وسائل التواصل الاجتماعي هي مجموعة من التطبيقات المستندة إلى الإنترنت التي تبنى على الأسس الأيديولوجية والتكنولوجية من الويب 2.0، والتي تسمح بإنشاء وتبادل المحتوى المقدم من المستخدمين⁶. لكن في المقابل فإن وسائل التواصل الاجتماعي عمقت غياب المصادقية وعدم القدرة على تبيان المعلومات المحايدة، الأمر الذي جعل هناك صعوبة في اتخاذ قرارات حقيقية من قبل الرأي العام وبناء مواقف ذات توجهات محددة لمصير كثير من القضايا.

ويعتبر ليف مانوفيتش (Lev Manovich) أن الإعلام الجديد (New Media) هو الرسومات (Graphics) والصور المتحركة (Moving Images) والأصوات (Sounds) والأشكال (Shapes) والمساحات (Spaces) والنص الذي أصبح محسوباً، أي ببساطة مجموعة أخرى من بيانات الكمبيوتر، ... بل ويعتمدها ضمن إطار جدولة فئات الإنترنت (Internet)، ومواقع الويب (Web sites) ووسائل الكمبيوتر المتعددة (Computer Multimedia) وألعاب الكمبيوتر (Computer Games) والأقراص المدمجة وأقراص الفيديو الرقمية (CD-ROMs and DVD)، والواقع الافتراضي (Virtual Reality)، ويُحدد مانوفيتش مبادئ الإعلام الجديد (Principles of New Media) في التمثيل العددي (Numerical Representation)، وحالة الانتقال (Modularity)، وحالة الأتمتة (Automation)، والقابلية للتغير (Variability)، والترميز الثقافي (Cultural Transcoding)⁷.

ويعود مانوفيتش مرة أخرى ضمن كتاب (The New Media Reader) ويضع ثمانية مقترحات (Eight Propositions) للإجابة على سؤال ما هو الإعلام الجديد، تتلخص في وسائل الإعلام الجديد (New Media) مقابل الفضاء الثقافي (Cyberculture)، وأن الإعلام الجديد (New Media) هو تكنولوجيا حاسوبية (Computer Technology) تستخدم كمنصات توزيع (Distribution Platform)، وأن البرمجيات (Software) تسيطر على الإعلام الجديد كما تسيطر على المعلومات الرقمية (Digital Data)، وأن الإعلام الجديد هو مزج بين الاتفاقيات الثقافية الموجودة (Existing Cultural Conventions) واتفاقيات البرمجيات (Conventions of Software)، وأن الإعلام الجديد مثل علم الجمال، رافق المرحلة الأولى لأي وسائل إعلام حديث (Modern Media) وتكنولوجيا التواصل (Communication Technology)، وأن الإعلام الجديد مثال الإنجاز السريع للحلول الحاسوبية السابقة (Execution of Algorithms Previously)، نفذت يدوياً (Manually) أو من خلال تقنيات أخرى (Other Technologies)، وأن الإعلام الجديد هو ترميز (Encoding) لطلائع الحداثة، وهو تعبير موازي (Parallel Articulation) لأفكار متجانسة في الفن والحاسبات الحديثة (Art and Modern Computing) بعد الحرب العالمية الثانية (WWII)⁸.

ولوسائل التواصل الاجتماعي تأثير مهم على أجندة الأخبار وعلاقات التواصل داخل الحكومة والمؤسسات والشركات، خاصة فيما يتعلق بالقدرة على المبادرة بنقل الأحداث لحظة وقوعها. فيما يشير بيتر فان (Peter Van Aelst) وستيفان والغريف (Stefaan Walgrave) إلى أن "وسائل الإعلام الجديدة خلقت فرصاً جديدة للعمل الجماعي الدولي"⁹.

وعرّف قاموس أكسفورد (Oxford Dictionary) وسائل التواصل الاجتماعي بأنها "المواقع والتطبيقات التي تمكن المستخدمين من إنشاء وتبادل المحتوى أو المشاركة في الشبكات الاجتماعية"¹⁰، فيما عرّفها قاموس كامبردج (Cambridge Dictionary)، بأنها مواقع وبرامج كمبيوتر تسمح للناس بالتواصل وتبادل المعلومات على شبكة الإنترنت باستخدام جهاز الكمبيوتر أو الهاتف المحمول، وتستخدم الشركات على نحو متزايد وسائل الإعلام الاجتماعي من أجل تسويق بضائعها، فيما اعتبر الإعلام الجديد (New Media) بأنه المنتجات والخدمات التي توفر المعلومات أو الترفيه باستخدام أجهزة الكمبيوتر أو الإنترنت، وليس من خلال الطرق التقليدية مثل التلفزيون والصحف¹¹.

واعتبرها آخرون أنها "شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاءون وفي أي مكان من العالم، ظهرت على شبكة الإنترنت منذ سنوات قليلة وغيرت في مفهوم التواصل والتقارب بين الشعوب، واكتسبت اسمها الاجتماعي كونها تعزز العلاقات بين بني البشر، وتعدت في الآونة الأخيرة



وظيفتها الاجتماعية لتصبح وسيلة تعبيرية واحتجاجية، وأبرز شبكات التواصل الاجتماعي هي "فيس بوك"، و"تويتر"، و"يوتيوب"¹².

وتشير بسمة البناء إلى أن الإعلام الجديد أخذ صفة الإعلام "الشبكي" الحي على خطوط الاتصال (Online Media)، لارتباط هذا النوع من الإعلام بشبكات الإنترنت مثل شبكات التواصل الاجتماعي، ونتيجة إلى ما تميز به هذا الإعلام من تدفق هائل للمعلومات واعتماده على تكنولوجيا حديثة، فقط أطلق عليه أيضاً "إعلام المعلومات" (Info Media)، ويأخذ أيضاً تسمية إعلام الوسائط المتشعبة (Hypermedia)، للدلالة على استخدامه بعض وصلات والروابط (Links) المتصلة به، وهو أيضاً إعلام الوسائط المتعددة (Multimedia)، لاشتماله على محتوى إعلامي يتضمن أشكال الوسائط كافة من (نص، وصورة، وفيديو، وصوت)¹³.

والشبكات الاجتماعية عبارة عن أنظمة مرتبطة بنوع أو أكثر من أنواع الترابط التي تشمل القيم والرؤى، والأفكار المشتركة، والاتصال الاجتماعي، والقراءة، والصراع، والتبادلات المالية والتجارية، والعضوية المشتركة في المنظمات، والمجموعات المشاركة في حدث معين، وجوانب أخرى عديدة في علاقات الإنسان¹⁴.

وتعتبر شبكات التواصل الاجتماعي على الإنترنت من أهم الوسائل التي ساعدت على تواصل وتقارب الناس والمجتمعات في كافة أنحاء العالم، وتحولت إفرزات تلك المواقع إلى حديث الخبراء والمختصين في كافة المجالات، بعد تضاعف عدد روادها عالمياً إلى أرقام قياسية وتأثيراتها المستمرة، والمتصاعدة في جميع أنحاء المعمورة¹⁵.

وتؤثر الشبكات الاجتماعية الناجحة في العمليات الاجتماعية بشكل كبير، عن طريق الوصول إلى الإنسان، والمجتمع، والطبيعة، ورأس المال، إضافة للمعلومات والمعرفة، وتؤثر على السياسات، والإستراتيجيات والبرامج، والمشاريع، بما في ذلك تصميمها وتنفيذها ونتائجها¹⁶.

ويشير الدكتور عباس مصطفى صادق إلى أن الاعلام الجديد يشير إلى حالة من التنوع في الاشكال والتكنولوجيا والخصائص التي حملتها الوسائل المستحدثة عن التقليدية خاصة فيما يتعلق بإعلاء حالات الفردية Individuality والتخصيص Customization وهما تأتان نتيجة لميزة رئيسة هي التفاعلية. فإذا ما كان الاعلام الجماهيري والاعلام واسع النطاق وهو بهذه الصفة وسم اعلام القرن العشرين، فإن الاعلام الشخصي (Personal Media) والفردى هو اعلام القرن الجديد، فالإنترنت وهي واحدة من ادواته جعلت في مقدور اي انسان البحث عن الاغنية والبرنامج التلفزيوني والفيلم السينمائي والمعلومات الصحفية والعلمية التي يريد في الوقت الذي يريد¹⁷.



ويرى الباحث أن الوسائل التكنولوجية الحديثة والبرامج الحاسوبية المستحدثة وتقنيات الهواتف الذكية (Smartphone Technology)، والشبكة الدولية للإنترنت شكّلت جميعها نظاماً للتواصل داخل مجتمع افتراضي عالمي، تم بوجبه إلغاء كافة درجات الحدود إن كانت جغرافية أو لغوية أو دينية أو ثقافية أو فكرية أو إثنية أو أعراق وتقاليد، وسهّلت عمليات الوصول المباشر والسريع، الأمر الذي ساهم في بناء نظام جديد للإعلام (New Media System)، يعتمد منهجاً عالمياً موحداً للمعرفة.

7. 13 النظام الإعلامي الجديد.. "دعه يكتب دعه ينشر":

إرهاصات هذا النظام والتتظير له بدأت في فترة مبكرة جداً، حتى قبل ظهور الأنظمة التكنولوجية الحديثة للتواصل، ويشير في ذلك د. عباس مصطفى صادق إلى أن الأسس الفكرية والتكنولوجية للإعلام الجديد ترجع تباشيرها الأولى لتفاعل العقل البشري والكمبيوتر، بل إلى الوقت الذي نشر فيه فانيفار بوش Vannevar Bush مقالته الشهيرة في عام 1945 بعنوان: "كما يجب أن نفكر" والتي جسّد فيها أفكاره الأولى حول علاقة عقولنا بالآلة الهندسية، وهي الأفكار التي مهدت لظهور شبكة الويب فيما بعد، مروراً بالدور الذي لعبته رؤى جي سي آر ليكليدر J. C. R. Lillder التي أطلق عليها في عام 1960 "Man-Computer Symbiosis"، والتي قادت إلى تطوير أسس فكرة التفاعلية بين الإنسان والكمبيوتر، وهو التفاعل الذي أنتج حالة الإعلام الجديد التي نعيشها الآن¹⁸.

وفي منتصف التسعينيات من القرن العشرين بدأت شبكات التواصل الاجتماعي بشكلها الحديث بالظهور، مدفوعة بالطبيعة الاجتماعية للبشر وحاجتهم للتواصل، إذ انطلق أول موقع لشبكات التواصل الاجتماعي في عام 1995 وهو (Classmates.com)، وفي مايو 1997 أُطلق الموقع المشهور (SixDegrees.com) وأغلق مع نهاية العام 2000، بعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تحقق نجاحاً كبيراً بين الأعوام 1999 و2001، إلى أن شهد العام 2002 الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم، عندما ظهر موقع (Friendster) في كاليفورنيا، وفي النصف الثاني من عام 2002 ظهرت في فرنسا شبكة (sky rock) كمنصة للتدوين ثم تحولت بشكل كامل إلى شبكة اجتماعية في عام 2007، وأنشئ في عام 2003 موقع (Myspace) الأمريكي، وفي فبراير 2004 نشأت شبكة "فيس بوك" (Facebook) على يد مارك زكوربيرغ في جامعة هارفارد، وفي الرابع عشر من فبراير 2005 تأسس موقع (YouTube)، وفي مارس 2006 ظهر موقع "تويتر"¹⁹.

لقد شكّلت تطورات التقنيات الحديثة، خاصة في مجال الاتصالات، نمطاً حياتياً متسارعاً، نقلته بالتوازي مع ذلك إلى بيئة غير ثابتة من تحولات صناعة الإعلام، وغيرها من الصناعات الحديثة التي أدخل فيها جميعاً النظام الحاسوبي، وتغلّغت في كافة مناحي حياة البشر، لتؤثر بذلك تأثيراً كبيراً في نمطهم الحياتي.

وتستخدم وسائل التواصل الاجتماعي على نطاق واسع إذ أنها تسهل الاتصالات العالمية في ثانية (facilitates global communication)، وتربط المناطق المهجورة مع الحضارة (connects deserted areas with the civilization)، وتلعب دوراً مهماً في التجارة الإلكترونية (e-commerce) وقبل كل شيء في عملية المشاركة الديمقراطية (Democracy Participation)²⁰.

وكانت وسائل الإعلام التقليدية تتطلب الكثير من الترتيبات والإجراءات من أجل الوصول إلى مرحلة إنتاج وتوزيع الأخبار، بينما النظام الإعلامي الجديد ينتهج فلسفة تعتمد على مفهوم "دعه يكتب دعه ينشر"، دون الحاجة إلى الحصول على إذن، فكل القصة تعتمد على إمكانية الدخول إلى شبكة الإنترنت وكاميرا ولوحة مفاتيح، دون حتى أن تكون هناك معرفة بأسس الكتابة الإخبارية الصحيحة.

الصور الأولى لتحطم طائرة شركة الخطوط الجوية الأمريكية الرحلة 1549 في نهر هدسون (Hudson River) في عام 2009، التي التقطها راكب إحدى العبارات على النهر ويدعى جانيس كرومس (Janis Krums) على الهاتف المحمول ونشرها على موقع تويتبيك (Twitpic) كانت أولى الصور والمعلومات التي استخدمتها وسائل الإعلام حول الحدث، وكذلك نبأ وفاة المغني الأمريكي مايكل جاكسون (Michael Jackson) في يونيو 2009، نشر على موقع الأخبار الاجتماعية (social news Web site) (TMZ) ثم تناوله ملايين الناس على مستوى العالم عبر تويتر وغيره من وسائل التواصل الاجتماعي (Social Media)، فيما انكشف خبر وفاة أسامة بن لادن في عام 2011 عبر تويتر عندما غرّد أحد الجيران شاكياً من ضوضاء مجاورة حينما هاجمت قوات الأمن الأمريكية المكان الذي يختبئ فيه بن لادن، ويرجع جزء كبير من نجاح الحركات الديمقراطية في تونس ومصر وإيران وسوريا إلى وسائل التواصل الاجتماعي (Social Media)²¹.

واستطاع مفهوم "دعه يكتب دعه ينشر" مع التطورات التي شهدتها تكنولوجيا الاتصال وطريق المعلومات فائق السرعة عبر تقنيات البث المباشر وشبكات الإنترنت أن يجعل أمر الرقابة غير ممكن خاصة مع التدفق المعلوماتي الكبير الذي يشهده العالم، وبالرغم من ذلك فإن بعض الدول خاصة في العالم الثالث لا تزال تمارس الرقابة على الصحف.

إن الهدف الربحي الذي يُنمّط وسائل الإعلام التقليدية غير متوفر لدى مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي، وهو أمر يفتح المجال واسعاً أمام نمط جديد للإعلام، يتطلب مفاهيم مغايرة لما كان سائد سابقاً. وتحولت الهيمنة على الوظائف العامة للفعل الإعلامي من شكلها المؤسسي إلى نمط الشخصية الفردية، فوظائف مثل الإنتاج Production والتوزيع Distribution والعرض Display والتخزين Storage، لم تعد حكراً على القدرة المؤسسية والتمويل الضخم، إضافة إلى التطورات الكبرى التي شهدتها، ففي

مجال التخزين فقط، أكد العلماء في جامعة ساوثامبتون في النصف الثاني من شهر فبراير 2016 أن تكنولوجيا التخزين مستقرة وآمنة وقادرة على البقاء لمليارات السنين، ذلك بعدما طور باحثون في إنجلترا طريقة لتخزين البيانات الرقمية داخل هياكل صغيرة محاطة بالزجاج.

هذه المتغيرات والتطورات، أنتجت مجتمعاً افتراضياً تسيطر عليه الشخصية الفردية، في ظل تقارب تواصلية، يفتقد على مستوى العلاقات لقيم المجتمعات التقليدية، وعلى مستوى مفاهيم النشر والتوزيع والإخبار، فإنه لا يتقيد بقوانين اللغة، ولا ضغوط عنصرى المساحة والزمن، ولا التزام حتى بأخلاقيات المهنة أو أسس الرقابة إن كانت ذاتية أو بفعل فاعل.

إن هيمنة الظواهر التكنولوجية على النظم الاجتماعية، أدت إلى بروز أشكال جديدة للغة والأفكار والمواقف، وتصعد بنيات المفاهيم القيمة، مقابل انفكك من هيمنة شركات الاتصالات، والشركات متعددة الجنسية والشركات العابرة للقارات، وتغير مفهوم تبادل المعرفة والمعلومات، الأمر الذي يتطلب إعادة قراءة لهذه المفاهيم وفقاً للتطورات والتغيرات التي طرأت وتسعى لإعادة تأسيس المجتمع العالمي، وفق قيم جديدة مغايرة.

وأكثر من ذلك، تحكم التكنولوجيا في السلوك البشري، فما هو يورغن هابرماس يقول في كتابه "العلم والتقنية كأيديولوجيا" الذي كتبه في عام 1968، إن "التدخلات في النقل الجيني للمعلومات الوراثية سوف يكون بإمكانها غداً أن تؤسس للتحكم في السلوك بصورة أكثر عمقاً"²².

إن "المزج بين التكنولوجيا والاقتصاد والطبيعة البشرية يسفر عن الكثير من المتغيرات، لكنها تقوم على منطق حتمي، حتى إذا لم نجد له إلا بآثر رجعي فقط"²³.

وستكون آثار النقلة المرتقبة التي ستشهدتها تكنولوجيا خدمات الكمبيوتر قوية وواسعة المدى. ونحن نلاحظ من الآن أول نتائجها؛ لا سيما في انتقال السيطرة على وسائل الإعلام من المؤسسات إلى الأفراد، وفي تزايد ميل الناس للانتماء إلى بدلاً من الواقعية، وفي المناقشات الدائرة حول أمن المعلومات "المجتمعات الافتراضية" الشخصية وقيمة الخصوصية، وفي تصدير الوظائف المرتبطة بالمعلومات²⁴.

لقد فرض التقدم العلمي - التقني إعادة تنظيم المؤسسات الاجتماعية والمجالات الجزئية، وجعلها ضرورية في معيار أكبر بكثير... سوف تتغير المؤسسات متجاوزة حدود مجرد تبدل شرعيات في تركيبها النوعي²⁵.

ومسار التقدم التكنولوجي وآثاره على البشرية لا يحددهما التقدم العلمي والهندسي فحسب، بل يحكمهما أيضاً تأثير التكنولوجيا على تكاليف إنتاج واستهلاك السلع والخدمات. تضمن السوق التنافسية أن طرق الإنتاج والاستهلاك الأكثر كفاءة ستتصدر في نهاية الأمر على الطرق الأقل كفاءة²⁶.

ويؤكد ماركولهان (Marshall McLuhan) أنه من الصعوبة النأي عن آثار التكنولوجيا على أنفسنا، وأن آثار التكنولوجيا لا تحدث على مستوى الآراء أو المفاهيم، ولكن تبدل نسبة من الإدراك أو الأنماط بشكل مطرد ودون أي مقاومة²⁷.

8. 13 الصحافة والصمود أمام عناصر وصفات الخبر:

ارتبط تعريف الصحافة لدى العديد من الباحثين والأكاديميين بالوظيفة الإخبارية بشكل مباشر، إذ يقول في ذلك عبدالجواد سعيد ربيع إن "الصحافة بمعنى "Journalism" هي المؤسسة التي يعمل بها المتخصصون في صناعة الأخبار، ولقد اطلق عليها صحافة "Journalism" بسبب أن الصحف "Journals" التي تضمنت على مدى التاريخ: الجرائد، الوريقات الإخبارية، المجلات... حيث كانت الوسيلة الأساسية التي عمل فيها لأربعة عقود ونصف عقب اختراع آلة الطباعة، وهناك من يعرف الصحافة بأنها مهنة تغطية الأخبار وكتابتها وتحريها، وتصويرها فتوغرافياً وإذاعتها، أو إدارة أي مؤسسة إخبارية "إعلامية" كعمل تجاري، وهناك من يرى أن الصحافة هي الطباعة "Press"²⁸، لذلك اعتبر باحثون أن الخبر، كأحد الأنواع الكتابية في الصحافة، هو العمود الفقري للعمل الصحافي المهني، في إطار مصطلح الصحافة بمفهومه الواسع، إن كان على مستوى العمل الصحافي المكتوب أو الإذاعي أو التلفزيوني.

هذا التعريف المرتبط بشكل عميق مع واحد من الأنواع الكتابية المستخدمة في العمل الإعلامي المهني، دفع إلى احتكار المهنيين لصناعة الخبر، لذلك حينما نافست منصات التواصل الاجتماعي في صناعة ونقل الخبر، لم تصمد عناصر وصفات الخبر في الصحافة، إذ أنها أصبحت أكثر عمقاً ودلالة في ظل نظام الشبكات الاجتماعية الجديدة (New Social Networks).

هل نحن أمام وضع جديد يُحتم علينا إعادة النظر في تعريف الصحافة وفق مفاهيم الخبر؟، خاصة بعدما شاركت منصات التواصل الاجتماعي، المؤسسات الصحافية والإعلامية في صناعة ونقل الخبر، الثابت قطعاً أن هناك تغيرات بدأت تطرأ على مفهوم الخبر، الأمر الذي يستدعي مراجعة عناصر وصفات الخبر.

"وعناصر الخبر (News Elements) هي مجموعة الخصائص التي يتميز بها الخبر ... ولا يوجد اتفاق عام حول عدد عناصر الخبر ولا ماهية هذه العناصر بين الذين تناولوا الموضوع بالبحث والدراسة، وهذا الخلاف شأنه شأن الخلاف حول تعريف الخبر قد يرجع إلى عوامل أيديولوجية.."²⁹.

في أدبيات علم الصحافة والإعلام، حدد الباحثون عدداً من العناصر والصفات وهي الأركان التي تُعطي المؤسسة الصحافية القدرة على تحديد الجودة والصلاحية للنشر، وفقاً للجنس الكتابي المهني، فإذا فقد الخبر أحد هذه العناصر قلت أهميته، وأصبح نشره محل نظر ومناقشة.

ارتبطت هذه العناصر والصفات بالعموم على الجودة أو الحالية، والفائدة أو المصلحة الشخصية أو العامة، والتوقيت، والضخامة أو العدد والحجم، والتشويق، والصراع، والشهرة، تزيد على ذلك أو تقل حسبما تكون توجهات الباحث.

بعض هذه العناصر أصبحت مرتبطة بوسائل التواصل الاجتماعي (الإعلام الجديد)، أكثر من ارتباطها بالإعلام التقليدي.

الأمر الذي يستدعي إعادة النظر في العلاقات التقليدية بين منتجي الأخبار والمصادر والجمهور، إذ شابها الكثير من التغيير، وهي تتميز بأنها أكثر تشاركية وأكثر تفاعلية مما كان سابقاً³⁰.

الآن مع هذه التغيرات فإن العنصر والصفة والوحيدة أو الركن الوحيد الذي يتيح إطلاق صفة الصلاحية للنشر على أي خبر هي ألا يكون حدثاً، وأن يكون تصريحاً خاصاً من شخص أو جهة يكشف عن معلومات جديدة، أو معلومات تكشفها وثائق أو مستندات.

الأمر الذي ساهم إلى حد كبير في تعزيز تغطية بعض القضايا المحلية وبقاء الصحافة الاستقصائية (Investigative Reporting) ذات قيمة عالية³¹.

صفات الخبر في وسائل التواصل الاجتماعي:

يرى الباحث أنه يمكن صياغة عدد من الصفات للخبر في وسائل التواصل الاجتماعي، وهي:

أولاً: سرعة البث (Transmission speed) أو الفورية (Immediacy):

أتاحت وسائل التواصل الاجتماعي قدرة هائلة لدى الجمهور في البث الفوري للأحداث التي تحصل في أماكن وجودهم وتهم جميع الناس في محيطهم أو المحيط خارج مجتمعهم، فكل الأمر يتطلب فقط إمكانية الدخول إلى شبكة الإنترنت وكاميرا ولوحة مفاتيح، دون الحاجة إلى معرفة أسس الكتابة الإخبارية.

ثانياً: القرب من الحدث (Proximity Of The Event):

يحتكر بعض الجمهور المعين حدثاً حال حصوله لهم في إطار ضيق، مثال ركاب طائرة شركة الخطوط الجوية الأمريكية الرحلة 1549 التي تحطمت في نهر هدسون (Hudson River) في عام 2009، والأقربون منهم كما فعلت صور الهاتف المحمول لتحطم الطائرة التي التقطها راكب إحدى العبارات على النهر جانيس كرومس (Janis Krums) ونشرها على موقع تويتبيك (Twitpic).

ثالثاً: التوقيت (Timeliness):

تتيح وسائل التواصل الاجتماعي إمكانية نقل الحدث أثناء حدوثه، حتى قبل اكتمال تفاصيله.

رابعاً: المشاركة في النشر (Participation In Publishing):

كلما نشر ذات الخبر عدد من الناس كلما توسعت دائرة بثه، وليس كما في الصحيفة، إذ يفقد الخبر قيمته إذا سبقتك إليه صحيفة أخرى ونشرته.

خامساً: مشاركة الجمهور في تطوير المحتوى (Public Participation in the Development of Content):

كل شخص موجود في مكان حدثٍ ما يغطيه من زاويته ووجهة نظره، وكلما توسعت الزوايا، كانت النتيجة رؤية شبة متكاملة، ويسهم ذلك في تطوير محتوى خبر الحدث.

سادساً: متابعة التطورات الميدانية (Follow-up Field Developments):

يحرص جمهور وسائل التواصل الاجتماعي على متابعة التطورات الميدانية لأي حدث ما، وإضافة التفاصيل أول بأول للخبر.

سابعاً: اتساع مساحة البث (Breadth Of Broadcasting Space):

التغطية التشاركية عبر وسائل التواصل الاجتماعي من قبل عدد من الأشخاص يساهم في توسيع مساحة البث وفقاً للمجموعات التي ينتمي إليها مرسل الخبر، والأشخاص المسجلين لديه في قائمة الاتصال وينتمون لذات وسائل التواصل الاجتماعي التي ينتمي إليها.

ثامناً: تنوع مصادر الخبر (The Diversity Of News Sources):

غير الجمهور الذي يغطي الحدث لحظة وقوعه تبدأ جهات ومؤسسات ذات صلة في توضيح تفاصيل الحدث عبر حساباتها في وسائل التواصل الاجتماعي، الأمر الذي يُنوع مصادر الخبر، ويُعمق مصداقيته.

تاسعاً: التحقق من الدقة (Verification of accuracy):

تعدد وتنوع الجماهير المنتمين لمجموعات ووسائل التواصل الاجتماعي يتيح الفرصة لتأكيد خبر الحدث أو نفيه، أو توضيح بعض التفاصيل، الأمر الذي يُسهّل عملية التحقق من دقة وصدق الخبر.

عاشراً: الإبلاغ الدائري للأخبار (Circular Reporting):

السرعة التي تنتشر بها الأخبار والمعلومات عبر وسائل التواصل الاجتماعي خلقت ظروفاً مثالية لظاهرة تعرف بالإبلاغ الدائري للأخبار (Circular Reporting)، وذلك عندما تنشر الصحيفة (أ) أخباراً مغلوبة، ثم تذكر الصحيفة (أ) الصحيفة (ب) كمصدر للمعلومات، مستندة إلى نفس المعلومات الأولية المغلوبة، فيظهر بعد ذلك ناشر آخر يؤكد تحققه من المعلومات من عدة مصادر، وعلى سبيل المثال فيما يتعلق بالأخبار المغلوبة فقد نشرت إحدى الصحف الأمريكية في عام 1998 خبراً تزعم فيه أن التطعيم الدوري للأطفال يتسبب في مرض التوحد، وقد تسبب ذلك في قيام حركة كاملة ضد التطعيم، بالرغم من أن الصحيفة الأصلية التي نشرت الخبر تم الطعن في مصداقيتها مراراً، والأطفال الذين لم يتم تطعيمهم بشكل متعمد يلتقطون الآن أمراضاً معدية، كانت قد محيت نظرياً من الولايات المتحدة الأمريكية، وبعض تلك الأمراض ثبت أنها مميتة³².

العناصر السالبة للأخبار بوسائل التواصل الاجتماعي:

أولاً: فقدان الثقة (Lack Of Confidence):

عدد من المتعاملين مع وسائل التواصل الاجتماعي فقدوا الثقة في الأخبار الواردة في هذه الوسائط، بسبب انتشار الأخبار غير الحقيقية وتكرار إعادة البث بعد انتهاء الحدث أو تعديل معلومات بعض الأخبار وإعادة بثها.

ثانياً: تكرار إعادة البث بعد انتهاء الحدث (Broadcasting after timeliness):

إعادة بث ونشر وتداول بعض المواد التي تكون قد انتهت منذ وقت طويل، كأنما الموضوع جديد.

ثالثاً: تعديل معلومات بعض الأخبار وإعادة بثها:

إعادة تداول بعض الأخبار القديمة بعد إجراء تعديلات عليها، كأن تكون قد حدثت في مجتمع والإيحاء بأنها حدثت في مجتمع آخر.

رابعاً: انتشار الأخبار غير الحقيقية (Broadcasting false News):

استخدام الأخبار في وسائل التواصل الاجتماعي

خامساً: بيئة خصبة لنمو الشائعات (Growth of Rumors):

تعتبر سهولة إنتاج ونشر، وإعادة نشر المعلومات ومشاركة التحديثات بأيسر السبل، وأقلها كلفة، وفي فترة زمنية وجيزة من الأسباب المساهمة في سرعة انتشار الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وقد أخذت بعض الشائعات حيزاً كبيراً من الانتشار، كالمقال الساخر "ساركوزي يقترح صياماً على الطريقة الفرنسية"، بواسطة المدون أحمد المغربي (سنة 2010). تسببت هذه التدوينة في انتشار شائعة تُفيد بأن ساركوزي قام فعلياً بهذا التصريح، فنقلت الخبر معظم المنتديات الإلكترونية، مما لم يوقف الأمر عند هذا الحد، بل تخطاه إلى الصحافة التقليدية في مختلف البلدان العربية، خاصةً أن موقع CNN نشر مقتطف من المقال باللغّة العربية. بالتالي، امتدّ صدى الشائعة إلى قنوات إخبارية أيضاً، نظراً للحجم الذي أخذه الموضوع، فقامت قناة العربية في إحدى نشراتها الإخبارية بتقديم تقرير عن هذه الإشاعة، حيث قامت بتوضيح الالتباس القائم³³.

9. 13 أخبار بلا مصادر:

واحدة من أهم القضايا التي تواجه الشبكات الاجتماعية الجديدة هي أنها تتطلب التزاماً أخلاقياً جديداً، يتمشى مع هذا النظام الشبكي للإعلام، على الرغم من صعوبة التمييز القيمي لمجتمعات هذه الشبكات، بأنظمتها الاجتماعية المتعددة، نسبة للتباينات العميقة في مكوناتها، والاختلافات البيئية في ثقافتها وأديانها وانتماءاتها الفكرية.

وضمن هذا التنوع وصعوبة إيجاد ناظم أخلاقي متفق عليه، فإنه من السهولة بمكان استخدام شبكات التواصل من قبل جهات أو مجموعات أو حكومات من أجل تمرير أجندة محددة وفق منهاج التضليل الإعلامي، الذي كان حكراً على وسائل الاتصال التقليدي، التي تحاول أن تشكل معالم الواقع كما تراه هي أو كما يراه المهيمون على تلك الوسائل، وذلك عبر مجموعة من الأساليب الإقناعية والتضليل الإعلامي، واستخدام العناصر الطبوغرافية أو الجمالية أو عناصر الإبراز والإخفاء والتحيز، وقد دلت كثير من الوقائع أنه في الإمكان تزيف الواقع بصورة أكثر إقناعاً.

وتلعب الأنظمة التكنولوجية للتواصل دوراً ملتبساً في نتائجه سلباً وإيجاباً، ذلك أن المحتوى المقدم من المستخدمين "User-generated Content"، قد يكون فاقداً للمصداقية، الأمر الذي يؤدي إلى العديد من المشكلات، وذلك مثلما حصل في أكتوبر عام 2008 حينما ذكرت "CNN" أن الرئيس التنفيذي لشركة أبل "Apple" ستيف جوبز "Steve Jobs" نقل إلى المستشفى بعد إصابته بأزمة قلبية حادة، نقلاً عن مصدر مجهول من إحدى منصات التواصل الاجتماعي، ليتضح فيما بعد أن الخبر مفبرك، وقد أثر ذلك بصورة حادة على سوق الأسهم، إذ أن سهم شركة أبل نزل إلى أدنى مستوى، فقد هبط من 104

دولارات للسهم بنسبة 9% ليصل إلى 94,65 دولاراً، قبل أن ينتعش مرة أخرى، وذات الأمر حصل في أواخر أبريل عام 2010، حينما ظهرت تقارير على شبكة الإنترنت تقول إن نجمة البوب ليدي غاغا "Lady Gaga" بُترت إحدى ساقيها أسفل الركبة باسم الموضة، وانتشرت القصة بسرعة وأُعيد تعريدها، وفي نهاية المطاف تحققت وسائل الإعلام من حساب ليدي غاغا وأخذت إشعاراً بأن القصة غير صحيحة، وفقدت مصداقيتها³⁴.

إن رغبتنا في الحصول على إجابات سريعة قد تفوق الرغبة في التأكد من مدى صحتها، خاصة أن هناك مشكلات تتعلق بأن قدرة التحكم في المحتوى الإلكتروني ضئيلة جداً، وأن هناك صعوبة في مراقبة المحتوى الذي يتم نشره من قبل المواطنين الصحفيين عكس واقع الحال في الصحافة التقليدية³⁵.

التطورات الراهنة على مستوى مجتمعات السياسة والاجتماع والثقافة والفن والفكر، أصبحت تُحدد وفق المؤشر العام لرضا الجمهور في منصات التواصل الاجتماعي، فالحائزون والرافضون والمتأبطون شراً، لا يرضيهم شيء في ظل هذه المساحات من الحرية غير القابلة للتفاوض، وهنا يكمن مفهوم نشر فوضى التوجهات.

من قبل كانت الأصوات محدودة جداً، مما أتاح الفرصة لوسائل الإعلام التقليدية وضمن إطار المنافسة من تجويد المنتج بشكل لافت، ولكن الآن أصبحت الأصوات أكثر اتساعاً، الأمر الذي معه أصبحت هناك صعوبة في العثور على معلومات ذات مصداقية، وعالية الجودة وتتميز بالمعيار الأخلاقي³⁶.

لذلك ينبغي أن يكون هناك قانون للمنافسة، خاصة عندما تنشأ المخاوف حول هيمنة محتملة من وسطاء وقدرتهم على تشويه المنافسين³⁷.

ويقترح فوستر أربعة محاولات للمقاربة تتشكل في تأمين المنافسة الفعالة: عبر الاستخدام الفعال لقواعد المنافسة القائمة للتأكد من مستهلكي الأخبار والموردين وحمائيتهم من أي سلوك مناهض للمنافسة، وحوار التعددية الجديدة: الذي تشارك فيه الحكومة والوسطاء والأطراف الأخرى ذات الصلة، لضمان فهم الوسطاء والتزامهم الكامل بأفضلية مواطنة وخضوع لمساءلة الجمهور بشكل صحيح، إدماج الوسطاء الرقميين: ضمن إطار التعددية الجديدة، والنظر في وسائل الانصاف أو النهج التنظيمية المساندة، ولا سيما في مجال الوصول، وتثبيت الوسطاء مع مرور الوقت لأنه يشكل خطراً على التعددية³⁸.

10. 13 تغيرات استهلاك الأخبار:

هناك تغير أساسي حدث في صناعة الإعلام، ليس فقط فيما يتعلق بالأخبار، وهو الأمر الذي يوفر القوة والقدرة لهذا النظام الإعلامي الجديد، على قيادة التغيير، والتأثير الكبير الذي دشنته منصات التواصل الاجتماعي على وسائل الاتصال الإعلامي التقليدية.



وساهمت منصات التواصل الاجتماعي في خفض مشاهدة القنوات التلفزيونية بشكل كبير جداً خلال السنوات الماضية، بعدما وفرت هذه المنصات إمكانية المتابعة اللحظية الدقيقة للأحداث، دونما عوائق زمانية أو مكانية.

ويشير تقرير هيئة الإذاعة البريطانية³⁹ 2014/15 إلى انخفاض مدة مشاهدة التلفزيون، إذ وصلت إلى أن 85% من الكبار يُشاهدون 15 دقيقة فقط خلال الأسبوع، وتراجعت كذلك النسبة بين المراهقين من 39 دقيقة يومياً في عام 2003 إلى 24 دقيقة يومياً في عام 2008، أي بانخفاض نسبته تقريباً 40% خلال خمس سنوات⁴⁰.

إن البيئة المتغيرة لإنتاج واستهلاك الأخبار، دفعت اتجاهات جديدة إلى مقدمة اهتمامات الجمهور للحصول على أخبار الأحداث والقضايا المختلفة، محلية أو إقليمية أو دولية، الأمر الذي يستدعي إجراء أبحاث حول تأثيرات هذه المتغيرات على أذواق ودوافع واهتمامات الجمهور.

واعتبر باحثون أن خدمات المدونات الصغيرة (microblogging services) يمكن أن تلعب دوراً أساسياً ومهماً في البحث عن الأخبار، رغم الاستياء من محتوى الوسائط الاجتماعية⁴¹.

ووفقاً لاستطلاع أجره مركز بيو للأبحاث Pew Research Center بالتعاون مع مؤسسة جون اس وجيمس نايت John S. and James L. Knight Foundation، و صدر في يوليو 2015، فإن 63% من مستخدمي "فيس بوك" ونفس الحصة من مستخدمي "تويتر" يستخدمون منصات التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار حول الأحداث والقضايا خارج نطاق الأصدقاء والأسرة، زادت عن نصف مستخدمي "فيس بوك"، و"تويتر" في عام 2013 (52% من مستخدمي "تويتر"، 47% من مستخدمي "فيس بوك")، وبينما الأخبار العاجلة على "تويتر"، يتبعها 59% فإن نصفهم "31%" يتابعها على "فيس بوك"، الأمر الذي يرجعه البعض إلى قوة التغريدات الكبيرة على "تويتر"، وتقديم الأحداث كما حصلت، في وقت زادت فيه هاتين المنصتين من الاهتمام والتركيز على الأخبار⁴².

وعملت العديد من منصات التواصل الاجتماعي الأخرى على التكيف مع دورها الجديد في بيئة صناعة الأخبار، بتوفير مزايا متطورة للمستخدمين، لتعزيز هذه التحولات في حقل الأخبار، إن كان فيما يتعلق باستخدام الصور أو مقاطع الفيديو والصوت أو غيرها، ضمن منافسة بين هذه المنصات للحصول على أكبر عدد ممكن من المستخدمين، وكل ذلك يصب في التطويرات المتسارعة بالبيئة المتغيرة لإنتاج واستهلاك الأخبار.

ومع استمرار منصات التواصل الاجتماعي (Social Media Platforms) كعنصر أساسي لأدوات جمع الأخبار، وأتاحها فرصاً لجمع المعلومات للأخبار وتوسيع نطاقها⁴³، فقد فتحت الباب أمام المؤسسات والشركات والكبرى والمصانع، لبناء منصات التواصلية المباشرة مع الجمهور دون الحاجة إلى وجود وسيط من شركات العلاقات العامة أو وسائل الاتصال التقليدية

الجمهور في الوقت الراهن أصبح يتربص وضعه ضمن المشاركين في صناعة ونشر الأخبار، لا أن يتم تغذيته بالأخبار وهو جالس مكتوف اليدين، بعدما تعاملت معه وسائل الإعلام التقليدية خلال العقود الماضية بالتعالي.

وصنّف باحثون البرامج الاجتماعية ضمن أربع فئات، هي النشر الشخصي (Personal Publishing)، والمنصات (Platforms)، وأدوات إدارة المعلومات (Information management tools)، والويكي (Wikis)⁴⁴.

ولقد تأثرت أحكام الجمهور على الأخبار وصناعتها ونشرها بمفاهيم سلوكي الحياد "Neutrality" والوصاية "Guardianship" لدى وسائل الإعلام خلال عقود من السيطرة على الأخبار، الأمر الذي لم يعد ممكناً في ظل النماذج الراهنة لعلاقات الأشياء ضمن الإطار العام لفهم الأحداث بكافة تمظهراتها، وما وفرته التكنولوجيا الحديثة من منصات للتواصل الاجتماعي.

كما لم يعد ممكناً استمرار وسائل الاتصال التقليدية في تنميط علاقتها بالجمهور وفق مفاهيم سلوك "الحياد" و"الوصاية" (Behavior of Neutrality and Guardianship)، إذ استقل الجمهور، وأصبحت له أدواته القادرة على تحديد صحة الأخبار التي تبث له عبر هذه الوسائل الجديدة.

ولذلك فقد وضعت العديد من وكالات الأنباء والمؤسسات الإعلامية الكبرى مبادئ توجيهية عامة تحدد سلوك المحررين حال استخدامهم لمنصات التواصل الاجتماعي، تدعو إلى النزاهة والمبادئ الأخلاقية⁴⁵، متناسية أن هذا المجتمع الافتراضي الجديد ليس لهؤلاء المحررين سيطرة عليه، إنما هناك سلوك مجموعات أفراد بحاجة إلى حماية من قبل المجتمع عبر القيم الأخلاقية والمعايير والعادات والتقاليد المتفق عليها اجتماعياً مسبقاً، وهي تُعلي من شأن حماية المجتمع للفرد.

11. 13 الصياغة المهنية للأخبار:

وفرت منصات التواصل الاجتماعي مثل "فيس بوك" (Facebook)، و"تويتر" (Twitter)، وكذلك تطبيقات الويب (Web)، مثل "البلوقز" (Blogs)، و"قوقل" (Google)، قدرة فائقة على نشر الأحداث

والوقائع والتعليقات، في ذات لحظة وقوعها، الأمر الذي يسر صياغة الزمن الضاغط للأخبار، وساهمت مساهمات كبرى في صناعة الأخبار وممارسة الصحافة، إضافة إلى المخاطر العالية للأخطاء.

داخل غرف الأخبار تواجه الصحفيين مهمة عسيرة في صياغة العناوين الرئيسية للأحداث، ففي الوقت الذي كانت فيه الإجابة على سؤال "ماذا حدث؟"، هي المسيطرة على صياغة العناوين، فإن قدرة وسرعة وسائل التواصل الاجتماعي في تداول أخبار الأحداث لحظة وقوعها ومنافسة وسائل الإعلام التقليدية، فتحت الباب للإجابة على تساؤلات أخرى في عناوين الأحداث، فلم تعد هناك جدوى من كتابة عنوان على الصفحة الأولى على شاكلة "تفجير في منطقة كذا" ضمن الأخبار المحلية بالصحيفة، خاصة أن هذا الخبر يكتب للمجتمع المحلي الذي يكون قد تداول الحدث لحظة وقوعه عبر منصات الإعلام الاجتماعي Social Media Platforms "تويتر" (Twitter)، و"فيس بوك" (Facebook)، و"انستغرام" (Instagram)، وغيرها من المنصات.

تلعب عناوين الأخبار دوراً تواصلياً مهماً ضمن وظائف الصحافة بالعموم، لذلك يتم الاعتناء باختيار العناوين بشكل كبير، بل في كثير من الأحيان يُحدد العنوان توجهات المؤسسة الإعلامية، ورؤيتها للأحداث والأوضاع السياسية.

لذلك فإن بناء العنوان الناجح يتطلب فهماً لمعارف القراء، ومعتقداتهم وتوقعاتهم وأساليبهم، ليس أقل من مطلب فهم القصة... وهناك عناوين تعتمد على مجرد الحدث الرئيسي للقصة، وعناوين تركز على حدث ثانوي أو تفاصيل، وأخرى تميز بين العناوين التي تلخص القصة أو التي تعزز واحدة من تفاصيل القصة⁴⁶.

والعنوان لديه وظيفة مزدوجة (Double Function) إذ أن هناك اتفاقية ضمنية (Implicit Convention) بين الكاتب والقارئ، بشأن نية ربط النص إلى نص آخر بوصفه عنواناً، وتتعلق الوظيفة المزدوجة من العنوان في وظيفة دلالية (Semantic Function)، بخصوص النص المرجعي، ووظيفة عملية (Pragmatic Function)، فيما يتعلق بالمتلقي وإلى من يتوجه النص. فالوظيفة الدلالية متضمنة المسوغ للمتلقي بالوظيفة العملية. وتتمثل المهمة الرئيسية للعنوان... في تنبيه القارئ (المتلقي) لطبيعة أو محتوى النص. وهذه هي الوظيفة العملية من العنوان، وتتضمن واحدة دلالية. تمكن القارئ من إدراك معنى النص⁴⁷.

وإذا كان في السابق احترام خبرات القراء (Reader Experience) المتنوعة، هو واحد من أهم القوانين والأطر في كتابة العناوين الصحافية، فإن وجود هؤلاء القراء ضمن نطاق واسع من نظام اجتماعي افتراضي متباين وفرته الأنظمة التكنولوجية الجديدة للتواصل، لا ناظم بين مكوناته سوى تبادل الأخبار

والمعلومات والتعليقات والمعرفة، يتطلب الانتباه جيداً عند صياغة العناوين الصحافية، فنحن لا نتعامل مع قارئ جاهل، بل مع قارئ لديه سيطرة كاملة على التعرض أو عدمه لما تقدمه من محتوى.

لعبت تكنولوجيا الهواتف الذكية (Smartphone Technology) دوراً مهماً خلال المحاولة الانقلابية العسكرية في تركيا يوم الجمعة 15 يوليو 2016، إذ تواصل قادة الانقلاب وعدد من المشاركين فيه، عبر إنشاء مجموعة في تطبيق "واتساب" (WhatsApp) ترسل من خلالها الأوامر إلى المنفذين ويتم تلقي الردود عليها⁴⁸، بينما أفضل الرئيس التركي رجب طيب أردوغان (Recep Tayyip Erdogan) المحاولة الانقلابية من خلال تواصله مع الشعب التركي في اتصال عن طريق تطبيق "فيس تايم" (Facetime) عبر قناة "سي إن إن تركيا" (CNN Türk).

وفي الوقت الذي سيطر فيه الانقلابيين على وسائل الإعلام التقليدية (Traditional Media)، فإنهم لم يستطيعوا منع الناس من القدرة على نشر الأخبار في "تويتر" (Twitter)، و"فيس بوك" (Facebook)، و"واتساب" (WhatsApp).

و"فيس تايم" (Facetime) الذي استخدمه أردوغان هو أحد تطبيقات أبل لتقنية الاتصال بالفيديو والصوت من شخص لشخص نظير، ويدعم التطبيق الأجهزة الهاتفية والتابلت بنظام الـ (iOS) وأنظمة الماكتوش (Macintosh) من أبل (Apple)⁴⁹.

وفي نهاية شهر فبراير 2016 حصلت مؤسسة "فيرنت إكس" (VirnetX) لبراءات الاختراع على حكم بتعويض قدره 625 مليون دولار من شركة "أبل" (Apple)، في إطار سعيها لإجبار الشركة على وقف خدمتي (فيس تايم) Facetime و (اي مسج) iMessage زاعمة أنها عانت "ضرراً غير قابل للإصلاح" نتيجة تصرفات أبل، حيث وجد المحلفون أن أبل انتهكت عمداً 4 من براءات الاختراع الخاصة بالشركة⁵⁰.

شهدت تركيا محاولة انقلابية عسكرية في 15 يوليو 2016 من قبل مجموعة من ضباط القوات المسلحة التركية حسب تأكيد رئيس الوزراء التركي بن علي يلدزم، وكان قد دبرها فصيل داخل القوات المسلحة التركية، وأعلن مدبرو الانقلاب إنشاء مجلس السلم من أجل أن تكون الهيئة الحاكمة في البلد، من خلال بيان بث بعد سيطرتهم على قناة "تي آر تي" الرسمية التركية والذي تضمن خلاله حظر التجول في أنحاء البلاد وإغلاق المطارات، وحسب المصادر العسكرية التركية فإن قاندي القوات الجوية والبرية هما من نفذتا الانقلاب على الرئيس التركي رجب طيب أردوغان، وأن محرم كوسا وهو المستشار القانوني لرئيس الأركان هو من خطط للانقلاب.

ويرهنت تجربة المحاولة الانقلابية على أن الصحافة المصرية استبقت الأحداث في تغطيتها للمحاولة الانقلابية، فقبل أن تكتمل صورة المشهد التركي ورغم تداخل الأحداث وتضارب الأنباء، جاءت التغطية لتحدد مساراً معيناً للرؤية المصرية الرسمية، فعلى الرغم من أن المحاولة الانقلابية فشلت فجر السبت 16 يوليو 2016، فإن عناوين الصحف المصرية أكدت نجاح الانقلاب.

وتصدر عنوان الصفحة الأولى لصحيفة "الأهرام": الجيش التركي يطيح بأردوغان.. القوات المسلحة تسيطر على البلاد وتعلن فرض الأحكام العرفية.. واختفاء طيب أردوغان.

وكتبت صحيفة "أخبار اليوم" على صدر صفحتها الأولى: انقلاب في تركيا.. الجيش يعلن تولي السلطة لحماية الديمقراطية وحقوق الانسان.. أردوغان يدعو المواطنين للنزول إلى الشوارع ومساندة الشرعية.

وفي الصحف المستقلة "الخاصة" كتبت صحيفة "المصري اليوم": الجيش التركي يطيح بـ "أردوغان".. الدبابات في الشوارع.. إعلان الطوارئ.. بيان للقوات: علاقتنا بالعالم مستمرة.

وجاء العنوان متطابقاً تقريباً على الصفحة الأولى لصحيفة "الوطن": الجيش يحكم تركيا ويطيح بأردوغان.. الرئيس التركي يدعو الشعب للتصدي للعصيان العسكري.. ويطلب اللجوء إلى ألمانيا.

وحدها "الشروق" في الطبعة "الثانية" أيضاً كانت عناوينها: محاولة انقلاب في تركيا وأردوغان يعلن احباطها.. المخططون أعلنوا تعطيل الدستور وفرض الاحكام العرفية.. اردوغان يدعو الشعب للنزل إلى الشوارع ومؤازرته.. والمخابرات التركية: الوضع عاد إلى طبيعته... وفي صفحة 7 من العدد في الشروق كان العنوان: حكومة اردوغان تعلن فشل الانقلاب.

12. 13 النتائج والتوصيات (Findings & Recommendations):

توصل الباحث من خلال هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج يمكن تلخيصها فيما يلي:

(1) بناء العنوان الناجح يتطلب فهماً لمعارف القراء، ومعتقداتهم وتوقعاتهم وأساليبهم، ليس أقل من مطلب فهم القصة.

(2) ساهمت وسائل التواصل الاجتماعي مساهمات كبرى في صناعة الأخبار وممارسة الصحافة، إضافة إلى المخاطر العالية للأخطاء.

(3) وفرت وسائل التواصل الاجتماعي قدرة فائقة على نشر الأحداث والوقائع والتعليقات، في ذات لحظة وقوعها، الأمر الذي يسر صياغة الزمن الضاغط للأخبار.

- (4) التطورات التكنولوجية الراهنة برهنت قدرة وسائل التواصل الاجتماعي على منافسة وسائل الإعلام التقليدية، الصحافة على وجه الخصوص، فيما يتعلق بنشر الأخبار والأحداث لحظة وقوعها.
- (5) انتهاء احتكار الصحفيين المهنيين للخبر، ضمن أطر صياغة محددة، وأدبيات مهنية متشددة، بعد أن أصبح المواطن ناقلاً مهماً للأحداث، فيما عرف بـ "صحافة المواطن".
- (6) لا يزال تداول وصياغة بعض وسائل الإعلام التقليدية للأخبار رهيناً للنمط التقليدي، ودلت على ذلك تغطية الصحافة المصرية للمحاولة الانقلابية في تركيا، إذ أنه رغم فشل المحاولة الانقلابية فجر السبت 16 يوليو 2016، فإن عناوين الصحف المصرية أكدت نجاح الانقلاب.
- (7) عناصر وصفات الخبر أصبحت أكثر عمقاً ودلالة في ظل نظام الشبكات الاجتماعية الجديدة (New Social Networks).
- (8) تغيرات بدأت تطرأ على مفهوم الخبر بعدما شاركت منصات التواصل الاجتماعي (Social Media Platforms)، المؤسسات الصحافية والإعلامية في صناعة ونقل الخبر، الأمر الذي يستدعي مراجعة عناصر وصفات الخبر.
- (9) العنصر والصفة والوحيدة أو الركن الوحيد الذي يتيح إطلاق صفة الصلاحية للنشر على أي خبر هي ألا يكون حدثاً، وأن يكون تصريحاً خاصاً من شخص أو جهة يكشف عن معلومات جديدة، أو معلومات تكشفها وثائق أو مستندات.
- (10) الأنظمة التكنولوجية للتواصل، ومخرجاتها بشكلها الإعلامي المفتوح وغير المضبوط انتجت نظاماً إعلامياً جديداً (The new communication system) يعتمد منهجاً عالمياً موحداً للمعرفة.
- (11) لوسائل التواصل الاجتماعي تأثير مهم على أجندة الأخبار وعلاقات التواصل داخل الحكومة والمؤسسات والشركات.
- (12) وسائل الإعلام التقليدية تتطلب الكثير من الترتيبات والإجراءات من أجل الوصول إلى مرحلة إنتاج وتوزيع الأخبار، بينما الإعلام الجديد في منصات التواصل الاجتماعي يعتمد على إمكانية الدخول إلى شبكة الإنترنت وكاميرا ولوحة مفاتيح، دون حتى أن تكون هناك معرفة بأسس الكتابة الإخبارية الصحيحة.
- (13) هيمنة الظواهر التكنولوجية على النظم الاجتماعية، أدى إلى بروز أشكال جديدة للغة والأفكار والمواقف، وتصعد بنيات المفاهيم القيمة، مقابل انفكك من هيمنة شركات الاتصالات، والشركات متعددة الجنسيات والشركات العابرة للقارات، وتغير مفهوم تبادل المعرفة والمعلومات.

(14) تلعب الأنظمة التكنولوجية للتواصل دوراً ملتبساً في نتائجه سلباً وإيجاباً، خاصة حينما يكون المحتوى المقدم من المستخدمين "User-generated Content"، فاقداً للمصداقية.

(15) إنتشار الأخبار غير الحقيقية عبر وسائل التواصل الاجتماعي وتكرار إعادة البث بعد إنتهاء الحدث أو تعديل معلومات بعض الأخبار وإعادة بثها ساهم في فقدان عدد من المتعاملين مع هذه الوسائط الثقة في الأخبار الواردة في هذه الوسائط.

(16) سهولة إنتاج ونشر، وإعادة نشر المعلومات ومشاركة التحديثات بأيسر السبل، وأقلها كلفة، وفي فترة زمنية وجيزة من الأسباب التي ساهمت في سرعة انتشار الشائعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

(17) من السهولة بكمكان في ظل صعوبة إيجاد ناظم أخلاقي متفق عليه، استخدام شبكات التواصل من قبل جهات أو مجموعات أو حكومات من أجل تمرير أجندة محددة وفق منهاج التضليل الإعلامي.

(18) البيئة المتغيرة لإنتاج واستهلاك الأخبار، دفعت اتجاهات جديدة إلى مقدمة اهتمامات الجمهور للحصول على أخبار الأحداث والقضايا المختلفة، محلية أو إقليمية أو دولية.

(19) استقل جمهور وسائل الإعلام التقليدية بعدما كانت هذه الوسائل تتمط علاقتها به وفق مفاهيم سلوك "الحياد" و"الوصاية" (Behavior of Neutrality and Guardianship)، وأصبحت له أدواته القادرة على تحديد صحة الأخبار التي تبث له عبر هذه الوسائط الجديدة.

ووضع الباحث مجموعة من التوصيات التي تعين على حل بعض الإشكالات التي ظهرت في الدراسة من خلال النتائج وتشمل هذه التوصيات ما يلي:

- (1) إعادة صياغة معايير جديدة لتحديد الجودة والصلاحية لنشر الأخبار.
- (2) إعادة النظر في العلاقات التقليدية بين منتجي الأخبار والمصادر وال جماهير، إذ شابها الكثير من التغيير، وهي تتميز بأنها أكثر تشاركية وأكثر تفاعلية مما كان سابقاً.
- (3) وضع تعريف جديد للصحافة وفق مفاهيم الخبر، خاصة بعدما شاركت منصات التواصل الاجتماعي، المؤسسات الصحافية والإعلامية في صناعة ونقل الخبر، خاصة أنه تم الاعتماد في تعريف الصحافة على نقل ونشر الأخبار.
- (4) الانتباه جيداً عند صياغة العناوين الصحافية، فالصحف لا تتعامل مع قارئ جاهل، بل مع قارئ لديه سيطرة كاملة على التعرض أو عدمه لما تقدمه من محتوى.

- (5) حماية مستهلك الأخبار من سلوك وسائل الإعلام التقليدية وأخبار منصات التواصل المفبركة، أو من أي سلوك مناهض للمنافسة، إضافة إلى الاهتمام بالتقنين للمنافسة خاصة في ظل مخاوف هيمنة محتملة من وسطاء لديهم قدرة على تشويه المنافسين.
- (6) إجراء أبحاث حول تأثيرات البيئة المتغيرة لإنتاج واستهلاك الأخبار على أذواق ودوافع واهتمامات الجمهور.
- (7) الابتعاد عن الصياغات التقليدية للعناوين في الصحف، والاهتمام بشكل أكبر بالصحافة الاستقصائية، بعدما أضحت صناعة ونقل الخبر ليست حكراً لوسائل الإعلام التقليدية.
- (8) التواضع على ناظم أخلاقي يُتفق عليه، لاستخدام شبكات التواصل للحد من تمرير جماعات لأجندة محددة وفق منهاج التضليل الإعلامي.
- (9) إجراء المزيد من الدراسات والأبحاث حول الصياغة الإخبارية في وسائل التواصل الاجتماعي، وإمكانية تطويرها.

13. 13 المراجع والمصادر:

- ¹. Sounman Hong, Online news on Twitter: Newspapers' social media adoption and their online readership, Information Economies and Policy, Harvard University, Volume 24, Issues 1, March 2012, p. 69
- ² د. سمير محمد حسين، بحوث الإعلام الأسس والمبادئ، عالم الكتب، القاهرة، ص 123.
- ³ د. نصر الدين لعياضي، الرهانات الاستمولوجية والفلسفية للمنهج الكيفي: نحو أفاق جديدة لبحوث الإعلام والاتصال في المنطقة العربية، ورقة قدمت ضمن المؤتمر الدولي للإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة.. لعالم جديد، جامعة البحرين 7-9 أبريل 2009، منشورات جامعة البحرين، 2009، ص 12.
- ⁴. Olivier Serrat, Social Network Analysis, Asian Development Bank, Manila, Philippines, February 2009, Available: <http://www.adb.org/sites/default/files/publication/27633/social-network-analysis.pdf>
- ⁵. Antony Mayfield, (2010) . "What is Social media", e-book, iCrossing.com, United Kingdom, p5 ,Available: http://www.icrossing.com/uk/sites/default/files_uk/insight_pdf_files/What%20is%20Social%20Media_iCrossing_ebook.pdf
- ⁶. Caroline S. Sheedy, Social Media for Social Change: A Case Study of Social Media Use in the 2011 Egyptian Revolution, A Capstone Project Presented to the Faculty of the School of Communication In Partial Fulfillment of the Requirements For the Degree of Masters of Arts in Public Communication, April 28, 2011, p11.

7. Lev Manovich, The Language of New Media, The MIT Press Cambridge, Massachusetts London, England, February 2001, P19–20.
8. Lev Manovich, "New Media from Borges to HTML", Introduction to The New Media Reader, edited by Noah Wardrip–Fruin and Nick Montfort, Cambridge, Massachusetts London, England, 2003, P16–23.
9. Peter Van Aelst and Stefaan Walgrave, New Media, New Movements? The Role Of The Internet In Shaping The 'Anti–Globalization' Movement, Information, Communication & Society, p465.
10. <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/social+media>
11. <http://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/social-media>
12. محمد المنصور، "تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين: دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية العربية أنموذجاً"، رسالة ماجستير الأكاديمية العربية، الدانمارك، 2012، ص 28.
13. بسمة قائد البناء، تويتر والبناء الاجتماعي والثقافي لدى الشباب، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، الطبعة الأولى، 2014، ص 25.
14. Olivier Serrat, Op Cit, p 28.
15. عبدالله ممدوح، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام، 2012، غير منشورة، ص 2.
16. Olivier Serrat, Op Cit, p 28.
17. د.عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد دراسة في تحولاته التكنولوجية وخصائصه العامة، مجلة الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك، العدد (2)، السنة 2007.
18. عباس مصطفى صادق، مصادر التنظير وبناء المفاهيم حول الإعلام الجديد من فانفر بوش إلى نيكولاس نيغروبونتي، أبحاث المؤتمر الدولي الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين 7 - 9 أبريل 2009، ص 28.
19. عبدالله ممدوح، مرجع سابق، ص 32 - 35.
20. Natascha Zeitel–Bank and Ute Tat, Social Media and Its Effects On Individuals and Social Systems, International MakeLearn Conference 2014, Human Capital without Borders, June 25–27, 2014, Portorosz, Slovenia, p1188.
21. Professor Jim Macnamara, Which media set the news agenda: Mass media or/and social media?, An independent research report sponsored by iSentia, P5.
22. يورغن هابرماس، العلم والتقنية ك"أيديولوجيا"، ترجمة حسن صقر، منشورات الجمل، الطبعة الأولى، كولونيا - ألمانيا، 2003، ص 89.
23. نيكولاس كار، التحول الكبير - التغيير من عهد إديسون إلى عهد جوجل، ترجمة كوثر محمود محمد، الطبعة الأولى 2011، القاهرة، كلمات عربية للترجمة والنشر، ص 27.
24. نفس المرجع ص 27-28.
25. يورغن هابرماس، مرجع سابق، ص 89 - 90.
26. نيكولاس كار، مرجع سابق، ص 27.

27. Marshall McLuhan, *Understanding Media: The extensions of man*, 1964 (McGraw–Hill), Canada, p19.
28. عبدالجواد سعيد ربيع، فن الخبر الصحفي – دراسة نظرية وتطبيقية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الأولى 2005، ص 13.
29. د.فاروق أبوزيد، فن الخبر الصحفي، الطبعة الثامنة 1992، الناشر عالم الكتب، القاهرة، ص 87.
30. Bob Franklin, *The Future Of Journalism Developments and debates*, Publisher: Routledge, 2013, p668.
31. *The Changing Newsroom: What is Being Gained and What is Being Lost in America’s Daily Newspapers?*, Published by journalist Tyler Marshall and the Pew Research Center’s Project for Excellence in Journalism, 2008.
32. Noah Tavlin, Ted–ed Lessons Worth Sharing, www.blendfilms.com.
33. إيمان بخوش، الشائعات المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مقال، موقع شبكة الصحفيين الدوليين، 12 يونيو 2013، <https://ijnet.org/ar/blog/198550>
34. Jennifer Alejandro, *Journalism In The Age Of Social Media*, Reuters Institute Fellowship Paper University of Oxford, Reuters Institute for the Study of Journalism, 2010.
35. إيمان بخوش، مصدر سابق.
36. Mag. Christoph Griessner, *NEWS AGENCIES AND SOCIAL MEDIA: A RELATIONSHIP WITH A FUTURE?*, Reuters Institute Fellowship Paper University of Oxford, Reuters Institute for the Study of Journalism, 2012, p12.
37. Robin Foster, *News Plurality in a Digital World*, Reuters Institute for the Study of Journalism, Oxford, 2012, p7.
38. Ibid p8.
39. BBC Annual Report and Accounts 2014/15, bbc.co.uk/annualreport, p. 16.
40. Jennifer Alejandro, *ibid*, p10.
41. Samaneh Beheshti–Kashi and Baharak Makki, *Social Media News: Motivation, Purpose and Usage*, International Journal of Computer Science & Information Technology (IJCSIT) Vol 5, No 2, April 2013, p98.
42. Pew Research Center, *The Evolving Role of News on Twitter and Facebook*, July 14, 2015, p2.
43. James Hohmann, *Best practice guidelines for editors, crafting social media policies*, May 2011, The University of Kansas School of Journalism and Mass Communication, P3.
44. Samaneh Beheshti–Kashi and Baharak Makki, *Ibid* p98.
45. James Hohmann, *Ibid*, p4.
46. Daniel Dor, *On newspaper headlines as relevance optimizers*, Journal of Pragmatics 35 (2003) 695–721, P698.



47. Edith Iarovici & Rodica Amel, The strategy of the headline, Semiotica Journal, Volume 77, Issue 4 (Jan 1989), 441–459.

48. نسخ من مراسلات الانقلابيين في تركيا للاستيلاء على السلطة حصلت عليها ونشرتها قناة الجزيرة يوم الإثنين 18 يوليو 2016.
49. <https://en.wikipedia.org/wiki/FaceTime>.

50. موقع بي بي سي عربي الإخباري، متاح على:

http://www.bbc.com/arabic/scienceandtech/2016/05/160527_apple_facetime_imessage

تصور مقترح لبرنامج اعلامي لمواجهة الارهاب من وجهة نظر الاعلاميين العرب: الاعلام يواجه الإرهاب

منال محمود القيسي

عضو هيئة تدريس كلية التنمية الاجتماعية والأسرية جامعة القدس المفتوحة

ملخص الدراسة:

هدفت الدراسة الى التعرف على واقع الدور الاعلامي الحالي للإعلاميين العرب في مواجهة ظاهرة الارهاب التي تفشت في عالمنا العربي، وما هي أبرز الصعوبات التي تواجههم لأداء هذا الدور بفاعلية، اضافة الى التعرف على آرائهم ومقترحاتهم من أجل تفعيل وتحسين هذا الدور، ومن ثم صياغة مقترح لبرنامج إعلامي يكافح الارهاب. استخدمت الدراسة المنهج الكيفي (النوعي). حيث أجريت الدراسة على عينة بلغ عددها عشرة إعلاميين عرب (من الجنسين) من عدد من الدول العربية وهي: البحرين والامارات العربية المتحدة اضافة الى اعلاميين فلسطينيين. أشارت أبرز نتائج الدراسة الى محدودية الدور الاعلامي في مجال مكافحة الإرهاب ويعزو الاعلاميين العرب قصور الدور الإعلامي في هذا المجال لعوامل مختلفة أبرزها: تحديد الحريات للإعلاميين العرب بشكل عام في الدول العربية سيما العاملين في المجال السياسي والثقافي، اضافة الى نقص الاعلاميين المتخصصين في المجال السياسي والثقافي الذي من شأنه ان يساعد في مكافحة الظاهرة بحرفية عالية من قبل الإعلاميين المتخصصين. كما اشار بعض المبحوثين إلى العامل الشخصي المتعلق ببعض الإعلاميين العرب وميلهم إلى البرامج التي تدر دخولا عالية مقارنة بغيرها، حيث المجال الترفيهي والرياضي وبرامج المنوعات أصبحوا مجالات جذب للإعلاميين اكثر من المجالات الأخرى السياسية والاعلامية، أضف الى ذلك فإن مجتمعاتنا العربية في غالبيتها مازال ينقصها الاهتمام والوعي الكافيين بالبرامج التوعوية والثقافية عموما.

قدمت الدراسة عددا من التوصيات والتي جاءت بناءً على المقترحات التي قدمها المبحوثين أبرزها واولها: ان البرنامج الاعلامي المقترح لا يمكن تفعيله بالحد الاعلى دون اتاحة مساحة كافية للإعلاميين من الحرية الاعلامية، ولا بد لاتحاد الاذاعات العربية (ASBU) أن يأخذ دورا فاعلا في هذا السياق بحيث يتم العمل بشكل جماعي ومنسق بين جميع الجهات الاعلامية والاجهزة الامنية في العالم العربي. كما لا بد من زيادة مهنية وتخصص الاعلاميين العاملين في مجال مكافحة الظاهرة من خلال الدورات التدريبية وورشات العمل للاطلاع على اخر المستجدات المحلية، العربية والعالمية في هذا المجال.

واخيرا لابد من إعداد مخطط عربي شامل لمواجهة الحروب النفسية التي تشنها الجماعات الارهابية بكافة الوسائل الاعلامية المتاحة من خلال عدد من الفيديوهات المصورة من خلال اعلام مضاد يزرع الثقة وتعزيز قيم المواطنة لدى المواطن في العالم العربي. هناك أيضا حاجة ملحة في توحيد الخطاب الإعلامي في العالم العربي، اضافة الى رفع مستوى ونوعية الخطاب في هذا الشأن. ولا بد من التوجيه

الإعلامي الممنهج والمخطط والمدرّس بأعلى المستويات عربيا ومحليا من قبل الجهات العامة والخاصة للتحكم بأي مادة إعلامية سلبية او مبادرة دعائية للإرهاب قد تقدمها وسائل الإعلام دون دراية منها من اجل تحقيق السبق الصحفي او الاعلامي.

Abstract

This study aims to identify the reality of the Arab media men's role in combating terrorism, what are their suggestions to improve and to enhance the effectiveness of the latter role, and then, formulating a proposal for a program that would contend terrorism.

The study used the qualitative method in collecting the data. The study was conducted on a sample of ten media men from Bahrain, United Arab Emirates and Palestine.

The study's results indicated to the limited role of the Arab media men in combating terrorism. The sample of the study pointed out that this limited role is due to several factors: the restrictions placed on the media men in all Arab countries in general, especially in the political and cultural field, in addition to the lack of specialized media men in the previously-mentioned fields. Furthermore, there's a personal factor related to the media men themselves, which is their attention is more focused on the entertainment and sports, from which the media men obtain higher income than other fields. Other factors are related to most of the Arab community who still suffer from lack of concern and awareness in the cultural and news fields (the news is restricted to governmental news and the official protocols).

The study concluded to several recommendations, which were suggested by the sample of the study; the most prominent ones are: the proposed program could not be activated to a high degree due to the restrictions of freedom placed on the media men. Moreover, there should be an effective role for the Arab Broadcasting Union, in which all media agencies and security services in Arab countries work together in a coordinated way. Additionally, there should be increase in the professionalism and specialization of the media professionals who work in combating the phenomenon, through the participation in training courses and workshops to acquaint the latest local and international developments in this field.

Finally, a comprehensive Arab plan must be prepared to confront the psychological warfare waged by terrorist groups, in addition to the importance of a unified Arab entity to unite their speech in media in order to raise the awareness and to enhance the systematic and planned guidance regarding the terrorism.

Besides, there should be a persistent communication between media to control any negative media materials, or media posts that encourage terrorism, which could be posted with carelessness by media men to compete for higher positions.

خلفية الدراسة ومشكلتها

مقدمة

لا أحد فينا ينكر الدور الكبير الذي تلعبه وسائل الإعلام المختلفة في حياتنا المعاصرة، والتي أثرت وما زالت تؤثر في الجماهير العريضة من المجتمعات الإنسانية كافة ومجتمعاتنا العربية خاصة، إلى حد يصعب معه معرفة مدى هذا التأثير وحصره، لدرجة رأى به البعض انه السلطة الأكثر تأثيراً في حياة الأفراد والجماعات في عصر تحولت فيه الكرة الأرضية إلى قرية صغيرة (صقر، 1998). ولعل أخطر أنواع هذا التأثير: التأثير الذي يصيب المجتمع في قيمه الدينية الثقافية وتشويهها الخ.، لذا لا بد للإعلام الجديد أن يأخذ على عاتقه مسؤولية جمة في نقل الافكار الايجابية ورفدها للمجتمع الانساني، لينشأ جيل واع يحمل اتجاهات وارهاء تتبع من ديننا الحنيف والتي تُعزز السلم والأمن والأمان، واحترام الاخر وتقبله، وتعزيز قيم المساواة والديمقراطية والحوار.

من جهة اخرى استأثرت ظاهرة (الإرهاب) خلال العقد الأخير من القرن العشرين وبداية القرن الحادي والعشرين باهتمام متزايد من البلدان المتقدمة والنامية على حدٍ سواء، وذلك نتيجة للآثار السلبية الكبيرة والخسائر الفادحة في الأرواح والاطوان في مختلف المجتمعات الانسانية وأبرزها عالمنا العربي، حتى أضحي مفهوم (الإرهاب) صفة لصيقة لكل حدث سواء كان مخططاً أم غير ذلك والإطار العام الرئيس الحاكم لحركة الدول وسياساتها المختلفة. وفي هذا الصدد يُعرف علم الاجتماع السياسي الإرهاب بأنه: كل تصرف أو سلوك بشري ينزع إلى استخدام قدر من القوة القسرية بما في ذلك الاكراه والاذى الجسدي والاستخدام غير المشروع للسلاح والتقنيات التعذيب التقليدية والحديثة المخالفة لحقوق الإنسان الأساسية التي أقرتها الشرائع السماوية والمواثيق الدولية في التعامل مع ادارة العلاقات الانسانية بما في ذلك الاختلافات في المجالات الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية، هذا السلوك البشري القسري غير

السلمي يحدث بين الأفراد أو الجماعات أو السلطات بعضها تجاه بعض داخل مجتمع معين أو بين مجتمعات معينة وعناصر معينة.. ويتولد اساسا من تقاطع أو تداخل أو تظافر عناصر من بيئات (مختلفة). فالإرهاب ظاهرة خطيرة في حياة المجتمعات الإنسانية وهو أسلوب متدن للوصول إلى الأهداف فالإرهاب ليست له هوية ولا ينتمي إلى بلد وليست له عقيدة إذ انه يوجد عندما توجد أسبابه ومبرراته ودوافعه في كل زمان ومكان وبكل لغة ودين (النيص، ١٩١١)

بذلت الدول الكثير من الجهود من اجل مكافحة الارهاب والقضاء عليه, الا اننا نجد ان الالة العسكرية وحدها لم تجد نفعا في وقف الإرهاب ومحاربتة واقتلعه من الجذور, ذلك ان الأمر من الخطورة والتعقيد بحيث لا يمكن لدولة أو لهيئة لوحدها ان تصارع الارهاب, لذا لا بد تضافر الجهود وتكاتفها على أكثر من صعيد واتجاه. وهنا نشدد على الدور القوي والعميق الذي من الممكن أن يلعبه الإعلام, حيث بمقدوره الوصول بثواني الى مليارات الافراد دون استئذان، وان يساهم بدور عظيم في تكوين البصيرة والتتوير وزرع قيم الخير داخل الافراد.

من هنا جاءت مشكلة الدراسة والتي تسعى الى التعرف على رأي الاعلاميين العرب ومقترحاتهم بهذا الصدد, لان الاعلام العربي الى يومنا هذا مازالت مواقفه ضحلة في هذا المجال، وبحاجة كبيرة الى تفعيله بالقدر الذي تستحقه مكافحة الظاهرة

أهداف الدراسة

تهدف الدراسة إلى التعرف على ما يلي:

- واقع الدور الاعلامي الحالي للإعلاميين العرب في مواجهة الإرهاب
- المقترحات والتصورات التي يقدمها الإعلاميون العرب في مكافحة الإرهاب
- صياغة برنامج اعلامي مقترح لمواجهة الارهاب مبني على وجهة نظر الاعلاميين

أهمية الدراسة

تتبع اهمية الدراسة مما يلي:

- استخدام اعلام مضاد لإعلام الارهابيين, والذين يستخدمون من الإعلام وسيلة مريعة وفعالة في اثاره الرعب والخوف في نفوس الأفراد والمجتمعات, اضافة الي الترويج لأفكارهم السلبية وجلب العديد من المنتسبين لهم وذوي النفوس الضعيفة. لذا لا بد من اعلام مضاد مهني مُوجه ومدروس ليقوم بحملات مضادة تساهم في نبذ الفكر الإرهابي وتعزيز القيم والأفكار الإيجابية.

- لا يختلف اثنان على دور الإعلام في صياغة أفكار الناس واتجاهاتهم حول موضوع أو ظاهرة معينة، لذا فحري بنا توظيف الإعلام نحو ظواهر مجتمعية سلبية من اجل الضغط على اصحاب القرار بالاهتمام بها ومعالجتها بجوانبها الاخرى. فالأثر الكبير والفاعل الذي يؤديه الإعلام له مفعول السحر على الأفراد والمجتمعات.
- اعتماد الدراسة على الاعلاميين العرب كمصدر للتعلم والمعرفة عن مواجهة الظاهرة ومكافحتها اعلاميا.
- اضافة للأدب النظري حول الموضوع الاعلامي ومواجهته لظاهرة الإرهاب، ونأمل ان تكون إضافة نوعية في هذا المجال

أسئلة الدراسة

تحاول هه الدراسة الاجابة على السؤال الرئيس الا وهو

ما هي المقترحات التي يُقدمها الإعلاميون العرب لمجابهة الإرهاب؟

ويتفرع عن السؤال الرئيس عدد من الأسئلة الفرعية:

- ما هو واقع الدور الاعلامي الحالي للإعلاميين العرب في مواجهة الإرهاب؟
- ما هي المقترحات والتصورات التي يقدمها الإعلاميون العرب في مكافحة الإرهاب؟

منهجية الدراسة

تستخدم الباحثة المنهج الكيفي النوعي لملائمتها لأهداف الدراسة اضافة الى ان استخدام هذا المنهج سوف يمنحنا الفرصة بجمع أكبر قدر من المعرفة والمقترحات من المبحوثين، كما يتيح هذا المنهج التعمق في المعلومات التي يتم الحصول عليها حيث الاسئلة ذات طابع مفتوح وتتيح الاجابات المطولة.

عينة الدراسة

تشمل عينة الدراسة عشرة إعلاميين عرب من الجنسين والذين لديهم خبرة اعلامية على الاقل خمسة سنوات فأكثر وذلك من اجل الاستفادة القصوى من خبراتهم، كما ستراعي الباحثة التنوع في المجالات الإعلامية لدى أفراد العينة، الاعلاميين الذين ستم مقابلتهم من فلسطين والبحرين والامارات العربية المتحدة

أدوات الدراسة

سوف تعتمد الدراسة بشكل مركزي على المقابلة وجها لوجه بين الباحثة والمبجوثين, الباحثين العرب الذين لن تتمكن الباحثة من عقد جلسة معهم سوف تتم مقابلتهم عبر تطبيق السكايب والواتس اب

الإطار النظري والدراسات السابقة

الإطار النظري

حظيت أجهزة الاعلام بالسنوات الاخيرة باهتمام عال وسط الاوساط الرسمية والشعبية بشكل لم تحظي به اجهزة الدولة الاخرى، وربما يعود ذلك الى التأثير الكبير والمنقطع النظير للإعلام والذي لم تحظي به أي من الاجهزة الاخرى. ولا ننسى الدور الكبير للإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي تجاه قضية دون سواها، فالإعلام بكافة أشكاله ووسائله المتعددة والمستجدة تشكل مصدرا للمعرفة والتعلم للشعوب، ولا بد للإعلام والإعلاميين من مراعاة ثقافتها وقيمها وتوجهاتها الدينية والفكرية بشكل يضمن احترام هوية هذا المجتمع وخصوصيته. في الوقت الذي تحرص فيه على تقبل الاخر وثقافته وديانته وتوجهاته المختلفة اي كانت. لقد أصبح الاعلام لغة عصرية وحضارية لا يمكن الاستغناء عنها او تجاهلها، ما يتطلب فهمها واستيعابها من خلال امتلاك مقوماتها وعناصرها ومواكبة التطورات التي تشهدها ووسائله المختلفة، حيث تعددت ادوات الاعلام وتنوعت، وأصبحت أكثر قدرة على الاستجابة مع الظروف والتحديات التي يفرضها الواقع الإعلامي الذي بات مفتوحا على كل الاحتمالات في ظل ما تشهده ادواته ووسائله المختلفة من تطورات وابتكارات نوعية، بررت تناوله وطرحه العديد من القضايا التي احدثت اهتماما واسعا ولاقئا في مختلف الميادين وعلى كافة الصعد.

ان اهمية الاعلام لا تكمن في اقتنائه ومجاراة الآخرين في استخدامه وتوجيهه، وانما في كيفية استعماله وتوظيفه بشكل هادف وعلى نحو يجعله قادرا على التعبير الموضوعي عند تناول القضايا المختلفة، بحيث نضمن وسائل اعلام بإطار مرجعي كفيل بتوفير تغطية منهجية تتماهى مع قواعد (علم) الإعلام ونظرياته بعيدا عن العفوية والارتجال. وربما هذا ما تفتقد له الكثير من وسائل الاعلام في وقتنا الراهن مع كل أسف، بعد أن رهنت سياساتها وتطلعاتها بالتعايش مع متطلبات السوق (الإعلامي) بما يضمن لها ترويج سلعتها الإعلامية في أكبر عدد ممكن من الأسواق لضمان وصولها بالتالي الى أكبر عدد ممكن من جمهور المتابعين. وهذا هو الشيء الذي ربما اعطى المجال لحدوث ممارسات إعلامية خاطئة وضبابية أفرزت حالة من النية والارباك اثارته الشكوك حول حقيقة دور وسائل الاعلام في الحياة العامة، وما إذا كانت تقوم بالفعل بتأدية رسالتها المفترضة بما هي توعية وتنقيف ام لا. الامر الذي وفر أجواء عامة بررت الوقوف عند الكثير من المحطات الخلافية والاشكاليات التي فرضت نفسها على ساحة

الأحداث المحلية والخارجية، ومنها بطبيعة الحال الموضوع الذي نحن بصدده في هذه الورقة التي تناول فيها العلاقة بين الإعلام وبين الإرهاب، وهي علاقة اشكالية تحتاج الى التأمل واستخلاص الدروس والنتائج، حيث يحاول كل منهما السعي وراء الآخر. وربما هذا ما تفتقد له الكثير من وسائل الاعلام في وقتنا الراهن مع كل آسف، بعد أن رهنت سياساتها وتطلعاتها بالتعايش مع متطلبات السوق (الإعلامي) بما يضمن لها ترويج سلعتها الاعلامية في أكبر عدد ممكن من الأسواق لضمان وصولها بالتالي الى أكبر عدد ممكن من جمهور المتابعين. وهذا هو الشيء الذي ربما اعطى المجال لحدوث ممارسات اعلامية خاطئة وضبابية أفرزت حالة من التيه والارباك اثارته الشكوك حول حقيقة دور وسائل الاعلام في الحياة العامة، وما إذا كانت تقوم بالفعل بتأدية رسالتها المفترضة بما هي توعية وتنقيف ام لا. الامر الذي وفر أجواء عامة بررت الوقوف عند الكثير من المحطات الخلفية والاشكاليات التي فرضت نفسها على ساحة الأحداث المحلية والخارجية، ومنها بطبيعة الحال الموضوع الذي نحن بصدده في هذه الورقة التي نتناول فيها العلاقة بين الإعلام وبين الإرهاب، وهي علاقة اشكالية تحتاج الى التأمل واستخلاص الدروس والنتائج، حيث يحاول كل منهما السعي وراء الآخر (الدعجة، 2008).

مفهوم الإعلام لغويا واصطلاحا

فالإعلام لغة: مصدر الفعل الرباعي المزيد "أعلم" ومجرد الثلاثي "علم" والعلم نقيض الجهل، فالعلم هو الحصول على المعرفة بنقلها من ذهن إلى ذهن آخر، أو بنقلها من الواقع إلى الذهن مباشرة، وقد يدل العلم على المعرفة الأصلية التي لا تحتاج إلى تجربة ولا إلى نقل.

فالإعلام في اللغة العربية يعبر عن المعاني والدلالات التالية:

1. الإعلام بمعنى نشر المعلومات بعد جمعها وانتقائها. وأحيانا على الاستعلامات التي تعني إبراز الأخبار وتفسيرها.
2. الإعلام بمعنى الدعوة، وهو المعنى القديم الذي أطلق عليه في القرون الوسطى لفظ **propaganda** أي النشاط الهادف إلى نشر الدعوة والتبشير بها وكسب المؤمنين بها.
3. الإعلام بمعنى الدبلوماسية المفتوحة أو الشعبية أو العمل السياسي الخارجي. وهو تطور حدث في مفهوم الإعلام في النصف الثاني من القرن العشرين نتيجة اشتراك الشعوب في تقرير السياسة الخارجية المنظمة في صورة تجعل لها وزنا ضاغطا (جوهر، 1976).

أما الإعلام اصطلاحا، فقد أعطى الباحثون والكاتبون له العديد من التعريفات من أهمها:

1. هو تزويد الجماهير بأكبر قدر ميسور من المعلومات الصحيحة أو الحقائق الواضحة (عبد الباقي، 1979).
 2. تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعد على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم (عبد اللطيف، 1978).
 3. يعرف الإعلام كذلك بأنه عملية ديناميكية تهدف إلى توعية وتنقيف وتعليم وإقناع مختلف فئات الجماهير التي تستقبل موادها المختلفة وتتابع برامجها وقراته.
 4. أما العالم الألماني اتوجروت فقد أشار إلى أن الإعلام هو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير وروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت (إمام 1979).
- فالإعلام هو نشر وتقديم معلومات صحيحة وحقائق واضحة وأخبار صادقة دقيقة، ووقائع محددة وأفكار منطقية وراء راحة الجماهير مع ذكر مصادرها خدمة للصالح العام (عبد الرحمن، 2006).
- وبغض النظر عن عشرات التعريفات المختلفة التي وردت للإعلام، فهو وبكل بساطة عبارة عن مجموع الوسائل التقنية والمادية والإخبارية والفنية والأدبية والعلمية المؤدية للاتصال الجماعي بالناس بشكل مباشر أو غير مباشر ضمن إطار العملية التنقيفية والتعليمية والإرشادية للمجتمع. أشار كل من (Gampert, Cathcart، 1982) إلى أن كل وسيلة إعلامية جماهيرية مرت تاريخياً بأربع مراحل مؤثرة في حصولها على القبول الجماهيري ألا وهي:
1. المرحلة الأولى وتكمن بالنظر للوسيلة الإعلامية من قبل الجماهير بأنها لعبة مثيرة للإعجاب.
 2. المرحلة الثانية تتضمن الاعتراف بهذه الوسيلة من قبل الجماهير وتقبلهم لهذه الوسيلة.
 3. المرحلة الثالثة هي مرحلة التقدم الفني للوسيلة من خلال تجاوزها للنقد الموجه إليها واكتسابها للشرعية.
 4. تقبل الجمهور للوسيلة في الثقافة المجتمعية للأفراد حتى تصبح جزءاً مهماً من حياتهم اليومية التي قد تصبح بدون معنى في غياب الوسيلة.
- أهداف وسائل الإعلام**
- تسعى وسائل الإعلام من خلال تحقيق أهدافها الوصول إلى التأثير الفعلي على سلوك الفرد والجماعة، ومن أبرز هذه الأهداف:



1. توجيه الناس لإتباع الأصول والعادات الاجتماعية المواءمة مع مجتمعاتهم ليتم لهم الاندماج الطبيعي في مجتمعهم.
 2. تثبيت القيم والمبادئ العامة والمحافظة عليها والتي هي تشكل وتحدد أنماط السلوك في المجتمع.
 3. إتاحة الفرصة للتفاعل الاجتماعي بين الأفراد والجماعات بالتواصل والتخاطب والتعبير عن الآراء. الخ.
 4. جمع الأخبار المحلية والعالمية وتفسيرها والتعليق عليها لكي تكون أما الرأي العام الفرصة لاتخاذ ما يراه مناسباً من قرارات.
 5. خدمة الناس عن طريق الدعاية والإعلان لغرض العمل أو الخدمات أو الترويج لسلع تلزمهم.
 6. المحافظة على النظام السياسي السائد وتبني مخططه والدفاع عنه. (هندي، 1998).
- لعل الأهداف الثلاثة الأولى أكثرها تأكيداً على الدور الذي يجب أن تلعبه وسائل الإعلام في حياة مجتمعاتها في الحفاظ على منظومتها القيمية ورعاية أفراد هذا المجتمع ودعم التواصل بين مختلف الشرائح والأجيال.

الإعلام ودوره في تكوين الوعي الاجتماعي

الإعلام الاجتماعي هو نقل المعرفة والأفكار إلى الأفراد الآخرين عبر اللغة أو أي وسيلة أخرى، وفي ذلك تظهر الحاجة إلى المعرفة وكأنها الحاجة إلى الإعلام، فبوساطة الإعلام تستطيع أن تحصل على معرفة مركزة ومتطورة إلى أناس كثيرين في الوقت ذاته، فالإعلامي لديه قدرة كبيرة للتأثير في الناس وتكوين مواقف بل وانجاز سلوك محدد حول قضايا محدودة (صقر، 1998).

يؤكد عالم الاجتماع الأمريكي توفلر بان الثورة الإعلامية التي نعيشها اليوم هي التي تحدد مسار التطور البشري. فالملايين تستطيع أن تتجمع كل لحظة حول أجهزة الإذاعة والتلفزيون وأعمدة الصحف لتعرف كل شيء في العالم وبأدق التفاصيل، لذلك عندما يقال بان العالم أصبح قرية صغيرة فإن هذا القول ليس مبالغاً فيه (المرجع السابق نفسه).

يدرك المرء أن وسائل الإعلام عموماً لها تأثيراتها على الأفراد والجماعات والمجتمعات الإنسانية في مجالات القيم والعادات والسلوك، وإذا كنا نقول إن الفرد حصيلة تنشئته الاجتماعية، إذن فوسائل الإعلام لها تأثيرها الفاعل في شخصية الفرد وبنائه النفسي والاجتماعي. إن ما تقدمه الفضائيات من برامج تحمل معها قيماً وعادات وأنماط سلوك تترك آثارها على الفرد والمجتمع على المدى البعيد. هذه البرامج تستهدف الصغار كما تستهدف الكبار، وتحمل في طياتها كميات من العنف والجريمة والقيم الغربية عن

مجتمعاتنا، والتي تعزز في أحيان كثيرة روح الفردية وسيكون لها تأثيراتها على المجتمعات العربية التي سيتغير نسيجها ببطء، ولكنها تأثيرات تراكمية ستفقد مستقبلا إلى تغييرات نوعية في القيم والسلوك والعادات، ولكن في الوقت الذي نعتبر فيه الإعلام بمثابة الخادم المخلص الأمين الذي يكشف ويعري الفساد في المجتمعات، والوسيلة التي تساهم في ثقافة الملايين فان هناك من يتهم وسائل الإعلام على أنها أدوات للتضليل ووسيلة للدعاية والكسب إذا أسيء استخدامها، وهي مسئولة عن تدهور مستوى الذوق الثقافي العام والمساهمة في الانهيار الخلقي العام.

هنا يجب التأكيد أن كثير من سلوك الأفراد هو سلوك متعلم ومكتسب من البيئة الاجتماعية ابتداء من الأسرة والأصدقاء وانتهاء بالتأثير الحاد والكبير لوسائل الإعلام على أفراد المجتمع الواحد، ليتسع نطاق هذا التأثير ليشمل المجتمع الإنساني بأكمله. فعلى سبيل المثال في مجتمع تقليدي مثل المجتمع السعودي كانت صورة المجتمع قبل انتشار وسائل الإعلام أشبه ما تكون بعالم محدود وبسيط في المفاهيم المتداولة في الحياة وظروفها وحتى في العلاقات القائمة بين أفراد... الخ، أما الصورة الجديدة للمجتمع السعودي كمجتمع تنموي ومنتجا من منتجات الثورة الالكترونية فقد تغيرت بشكل كبير حيث أصبحت أنشطة الحياة الاجتماعية وتحركات الأفراد وبرامجهم اليومية في مجتمع الوسائل أضحت بطريقة لا واعية ذات ارتباط وثيق بالعوامل التي ترسمها لهم الوسائل الإعلامية، التي لعبت دورا كبيرا في تأهيل الشخصية وفي نمط المعيشة أو أسلوب الحياة في الطموح والأداء الثقافي (الطويرقي، 1997). وفي هذا السياق أيضا أشار (اللبان، 2000) إلى الأسر المتكاملة (الممتدة) والتي كانت تسود مجتمعاتنا العربية حيث كان أفرادها يعيشون تحت سقف واحد، وكانت تمثل معيارا في وقت ما حيث وسائل الإعلام محدودة، أما اليوم فنحن أمام خيارات متنوعة ومتعددة لوسائل الإعلام والاتصال ذات التأثير اللامحدود على الأسرة النووية لدرجة أصبح فيها لكل فرد وسائله المختلفة والمنفصلة للوصول إلى مصادره المعلوماتية (اشتي، 1996).

ومن هنا فان وسائل الاعلام المختلفة تُعد مصدرا من مصادر المعرفة في تشكيل وعي الإنسان، وتساهم مساهمة رئيسية في صياغة التصورات والمفاهيم العامة التي يراد تثبيتها في مجتمع معين، (Rivers, W 1980, p43 Schramm ,W).

خلاصة القول للإعلام تأثير كبير في حياة الأفراد والمجتمعات إلى حد سماه البعض بعمل غسيل المخ، ويقصد به إعادة تشكيل التفكير وتغيير الاتجاهات النفسية وتوجيه الفكر الإنساني أو العمل الإنساني ضد رغبة الفرد أو ضد إرادته أو ضد ما يتفق مع أفكاره ومعتقداته وقيمه (عبد الرحمن، 2006).

مفهوم الارهاب

ان تحديد التعاريف وتصنيفها واحدة من أصعب واعقد المشاكل التي تواجه العديد من الباحثين والمهتمين بالسياسة الدولية، لما تنطوي عليه من الخلط والتداخل الذي يعتري بعض المفاهيم المرتبطة بها. بحيث يتم فهمها وتفسيرها من وجهات نظر عديدة ومختلفة قد تقود إلى عدم تكوين صورة واضحة حول الظاهرة موضوع الدراسة.

ومع ذلك سوف تقدم الدراسة عدد من التعريفات فيما يخص ظاهرة الإرهاب بداية الإرهاب **Terror** تعود في أصلها إلى اللغة اللاتينية وفقا لمعاجم اللغة، وهي كلمة تمتد إلى لغات ولهجات المجموعات الرومانية ثم انتقلت اللفظة فيما بعد إلى اللغات الأوربية الأخرى. وهاتان المشتقتان الإرهاب **Terror**، والأعمال الإرهابية **Terror action** أصبحتا شائعة الاستعمال في أدبيات السياسة الدولية.

أولاً: مفهوم الإرهاب: يعرف الإرهاب لغة بأنه (الترويع وافتقاد الأمن بمعناه الأوسع بهدف تحقيق منافع معينة). فيما يعرف الإرهاب دولياً بأنه (اعتداء يصل إلى حد العمل الإجرامي ولكن المستهدف بهذا الإرهاب وطبيعته السياسية هو الذي يفرق في الطبيعة القانونية لهذا العمل بين الجريمة السياسية والجريمة الإرهابية).

من جهة أخرى يعرف علم الاجتماع السياسي الإرهاب بأنه (كل تصرف أو سلوك بشري ينزع إلى استخدام قدر من القوة القسرية بما في ذلك الاكراه والاذى الجسدي والاستخدام غير المشروع للسلاح والتقنيات التعذيب التقليدية والحديثة المخالفة لحقوق الإنسان الأساسية التي أقرتها الشرائع السماوية والمواثيق الدولية في التعامل مع ادارة العلاقات الانسانية بما في ذلك الاختلافات في المجالات الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية بهدف تحقيق غايات في تلك المجالات تتراوح بين الاخضاع والضغط والتعديل والتهميش (الإقصاء) وقد يطال آخرين غير مستهدفين، هذا السلوك البشري القسري غير السلمي يحدث بين الأفراد أو الجماعات أو السلطات بعضها تجاه بعض داخل مجتمع معين أو بين مجتمعات معينة وعناصر معينة.. ويتولد اساسا من تقاطع أو تداخل أو تظافر عناصر من بيئات مختلفة).

فالإرهاب قد يكون أحيانا (فعل) وفي أحيان كثيرة (رد فعل)، وفي كلتا الحالتين يستهدف من ورائه جماعة معينة أو أشخاص معينين بهدف إيقاع الرعب والفرع في نفوسهم هذا من جهة، ومن جهة أخرى قد يكون الطرف الذي وقع عليه فعل الإرهاب ليس هدفا بحد ذاته وإنما هو وسيلة لإيقاع التأثير في طرف آخر بحيث تتولد لديه الرغبة أو الإكراه في الخضوع لإرادة الطرف القائم بفعل الإرهاب فالطرف الأول

المستهدف بالإرهاب غالبا ما يكون هو الطرف الاضعف لهذا يتم استهدافه، في حين أن الطرف الثاني (الذي يقع عليه فعل الإرهاب) يتوافر على عوامل قوة اكبر بحيث يتم تجنب الصدام المباشر معه.

ومن خلال ما سبق يمكن التوصل إلى مفهوم عام لظاهرة الإرهاب يعتمد من قبل الدراسة ويأتي معبرا عن الخصائص التي تتطوي عليها هذه الظاهرة بأنه (أي فعل خطير من أفعال العنف أو التهديد بارتكابه من قبل شخص ما سواء ارتكب هذا الفعل بمفرده أو بالاشتراك مع أشخاص آخرين إذا كان موجها ضد اشخاص محميين دوليا أو ضد منظمات أو أماكن أو أنظمة نقل أو اتصالات محمية دوليا أو ضد أشخاص عاديين بقصد تخويف هؤلاء ومتسببا بوفاتهم أو إلحاق أضرار بهم أو شل أنشطة هذه المنظمات الدولية. فالإرهاب ظاهرة خطيرة في حياة المجتمعات الإنسانية وهو أسلوب متدن للوصول إلى الأهداف فالإرهاب ليست له هوية ولا ينتمي إلى بلد وليست له عقيدة إذ انه يوجد عندما توجد أسبابه ومبرراته ودواعيه في كل زمان ومكان وبكل لغة ودين (النيس، 2011). تجدر الإشارة الى ان الدراسات تؤكد الى وجود 550 منظمة ارهابية حول العالم تستخدم القتل والتفجيرات... الخ.

أسباب ظاهرة الإرهاب

لا شك ان أسباب وجود الظاهرة متعدد ما بين السياسي، الاقتصادي، الاجتماعي والنفسي وغيرها، ولا يمكن لنا ان نعالج ظاهرة بدون الأخذ بأسبابها المختلفة والاحاطة بها على كافة الأصعدة والمجالات من أجل مواجهتها بالشكل المطلوب.

تلعب العوامل الاقتصادية دورا مهما في توجيه سلوك الإرهاب عند الناس والمجتمعات البشرية فالحاجة الاقتصادية لا يشبعها أي بديل محتمل وكثرة المشكلات الاقتصادية تؤدي حتما إلى تدمير الحضارة وأسس البناء الاجتماعي، وتترك آثارها على عامة ابناء المجتمع

الاقتصادية الناشئة عن تنامي ظاهرة الإرهاب على صعيدين داخلي وخارجي:

أ - عوامل داخلية: تكمن في بعض المشاكل الرئيسية التي يفرزها المجتمع ومنها التخلف، البطالة، وسوء توزيع الثروة، والموارد اللازمة للتنمية وتوفير الحاجات الأساسية للناس وعلى نحو غير متوازن بعبارة أخرى وجود خلل في العدالة الاجتماعية.

وهذه المعادلة لا تتفي أو تلغي دور العوامل الخارجية المسببة لظاهرة الإرهاب بل يمكن أن تساعد على تغذيتها بالشكل الذي يقودها إلى حرب أو صراع اجتماعي مستمر.

ب - اما العوامل الخارجية: إن بحث ودراسة العوامل الخارجية المسببة لظاهرة الإرهاب لا تقل أهمية عن العوامل الداخلية كونها تؤثر مخرجات فعل الإرهاب ومحصلتها (واحدة) هي إشاعة روح الخوف والتهديد في جماعة معينة بقصد تحقيق أهداف معينة قد تكون سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية... الخ.

وبالنظر لتعدد المداخل التي يمكن من خلالها معرفة وتشخيص ظاهرة الإرهاب اقتصاديا على المستوى الخارجي يمكن الإشارة إلى أن الجمعية العامة للأمم المتحدة عام 1972 كانت قد شكلت لجنة متخصصة لدراسة الدوافع والأسباب التي تقف وراء شيوع ظاهرة الإرهاب اقتصاديا، وكان تشخيصها للأسباب الاقتصادية والاجتماعية كما يلي:

1. استمرار وجود نظام اقتصادي دولي جائر يمكن أن يقود إلى خلق حالة من الغضب والعداء المستمر بين مختلف شعوب العالم.
2. الاستغلال الأجنبي للموارد الطبيعية الوطنية والذي يمكن أن ينتج بفعل ظاهرة التبعية.
3. تدمير ما لدى بعض البلدان من سكان وحياء ووسائل نقل وهياكل اقتصادية.
4. الظلم والاستغلال السياسي والاقتصادي والاجتماعي.
5. الفقر والجوع والشقاء وخيبة الأمل أو الاحباط.
6. تدهور البيئة الاقتصادية الدولية وهيمنة الدول الكبرى على الاقتصاد العالمي (النيس، 2011).

الدراسات السابقة

دراسة شراذقة، 2016

هدفت الدراسة الى التعرف على دور وسائل الاعلام في مكافحة الإرهاب من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في بعض الجامعات الاردنية، بلغت عدد العينة 25 فرد، استخدمت الدراسة المنهج الوصفي الكمي، أشارت أبرز نتائج الدراسة الى عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية تعود الى الرتبة الاكاديمية نحو دور الاعلام في مكافحة الإرهاب.

دراسة القحطاني، 2012

هدفت الدراسة الى التعرف على وظائف وسائل الاعلام ودورها في النشاطات والتنظيمات الارهابية، اضافة الى التعرف على دورها في مكافحة الارهاب في المملكة العربية السعودية، أشارت أبرز نتائج الدراسة الى الدور الفاعل لوسائل الاعلام في مكافحة الارهاب، الا أن هذا الدور يجب أن يكون مقرونا بالتنسيق مع الأجهزة الأمنية في المملكة، اضافة الى العمل ضمن سياسة إعلامية منضبطة ومحكمة، مع الإشارة الى ضرورة وجود استراتيجية وطنية شاملة تنفذ الى جذور الإرهاب.

دراسة الراوي، 2012

هدفت الدراسة الى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في إحداث التغيير المجتمعي وتحديد الثورات والانتفاضات العربية ، وما مدى اعتبار مواقع التواصل الاجتماعي اعلام بديل ، أشارت أبرز نتائج الدراسة الى تغيير في الدور النمطي لمواقع التواصل الاجتماعي من أداة للترفيه والتواصل مع الاصدقاء الى أداة للتنظيم والتغيير ونقل الاحداث الميدانية بشكل فوري، وهي أداة للثورة والتمرد، كما تساهم في تشكيل الوعي المجتمعي بشكل كبير، كما أن مواقع التواصل الاجتماعي أداة للتغلب على الخجل والانطواء الفردي والجمعي وهي أداة للثورة السياسية، ومع ذلك يبقى هذا الفضاء الإعلامي (مواقع التواصل الاجتماعي) موقعا للفوضى والنسبية والشك.

دراسة الرفاعي، محمد، 2011

هدفت الدراسة الى التعرف على دور الإعلام في العصر الرقمي في تشكيل قيم الأسرة العربية، أشارت أبرز لنتائج الى دوراً جديداً في تشكيل آراء المتلقين واتجاهاتهم وقيمهم بوسائل جديدة، وفي مستويات متعددة، مساهمة وسائل الإعلام والاتصال في توجيه أفراد الأسرة نحو الأحكام الصائبة، وسائل الإعلام تستطيع أن تحدث تغييراً معرفياً لدى الجمهور متى استطاعت أن توظف العوامل السابقة، وتوجهها في إيقاع واحد تناغم، يعجل بالتغيير المعرفي المنشود، بحسب الاتجاه الذي تريده

دراسة حلس، مهدي، 2010

هدفت الدراسة الى التعرف على دور وسائل الاعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي للشباب الفلسطيني في قطاع غزة، استخدمت الدراسة المسح الاجتماعي على عينة بلغ عددها 219 طالب من طلاب كلية الآداب/ جامعة الازهر بغزة، أشارت أبرز نتائج الدراسة الى الدور الكبير الذي تلعبه وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى أفراد العينة بما نسبته 87%، لذا أوصت الدراسة بأهمية وضع استراتيجية واضحة لمواجهة طوفان المادة الاعلامية غير الهادفة، والتي تستهدف قيم المجتمع وثقافته.

ورشة عمل حول دور الاعلام والأجهزة الأمنية في مكافحة الإرهاب، 2015

أشارت أبرز نتائج الورشة الى أهمية التعاون الوثيق بين كافة القطاعات في الأردن وفي العالم أجمع لمكافحة الإرهاب لا سيما المؤسسات الاعلامية مع الأجهزة الأمنية من أجل خلق بيئة رافضة للإرهاب والفكر الإرهابي تسودها النزاهة والشفافية والتعاون الصادق المثمر.

تعقيب على الدراسات السابقة

يتضح من حلال العرض السريع لبعض الدراسات السابقة التي أجريت على محاور مشابهة وأخرى مختلفة للدراسة الحالية، في تأكيدها جميعا على الدور المتنامي والمتصاعد لوسائل الاعلام المختلفة في تشكيل الوعي الاجتماعي للمجتمعات الانسانية في اعادة تشكيل قيمه من جديد، وتؤكد جميع الدراسات على أهمية صقل الاعلام وتهذيبه ليتماشى مع القيم الانسانية الراضية للإرهاب والعنف بكافة أشكاله، وأهمية تعاون مختلف الاجهزة الرسمية والإعلامية من أجل مكافحته. تختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة التي تم عرضها من حيث مجتمع الدراسة وعينتها، اضافة الى المنهج الذي تتبعه هذه الدراسة، لكن مما لا شك فيه ان هذه الدراسة هي استمرار للدراسات السابقة وامتداد للتأكيد على أهمية الدور الإعلامي في مكافحة الارهاب.

منهجية الدراسة وإجراءاتها

في هذا الجزء من الدراسة تستعرض الباحثة منهج الدراسة، مجتمع وعينة الدراسة، خصائص العينة والأدوات التي استخدمتها في جمع البيانات.

منهج الدراسة

استخدمت الباحثة المنهج الكيفي النوعي لملائمتها لأهداف هذه الدراسة، حيث هي دراسة استطلاعية استكشافية لدور الاعلاميين العرب في مواجهة ظاهرة الارهاب، حيث تسعى الباحثة الى جمع أكبر قدر من المعلومات المتعلقة بأهداف الدراسة. باستخدام هذا المنهج سوف يمنحنا الفرصة بجمع أكبر قدر من المعرفة من خلال المبحوثين، كما يتيح هذا المنهج التعمق في المعلومات التي يتم الحصول عليها حيث الاسئلة ذات طابع مفتوح وتتيح الاجابات المطولة.

وصف لعينة الدراسة

تمت مقابلة عشرة اعلاميين عرب من الجنسين (8 ذكور و 2 اناث)، تراوحت خبراتهم الإعلامية بين 8 سنوات وسبعة ثلاثين سنة اعلامية (حيث جزء منهم متقاعد، والذين لديهم خبرة اعلامية على الاقل خمسة سنوات فأكثر وذلك من اجل الاستفادة القصوى من خبراته، يعملون في أكثر من مجال اعلامي مثل: التلفزيون والاذاعة ومواقع التواصل الاجتماعي ومقدمي برامج تلفزيونية، وهم بشكل خاص من فلسطين والبحرين والامارات المتحدة. تجدر الاشارة الي ان الوصول الى المبحوثين كان بطريقة كرة الثلج بمعنى كل مقابلة مع مبحوث تتيح لي (بعد سؤاله) بتعريفي على اخر وهكذا. بالرغم من ان هناك اعلاميين عرب رفضوا التعاون معي لمجرد سماعهم اسم الدراسة وأهدافها.

أدوات الدراسة

اعتمدت الدراسة بشكل مركزي على المقابلة وجها لوجه بين الباحثة والمبجوثين، الباحثين العرب الذين لن تتمكن الباحثة من عقد جلسة معهم قامت مقابلتهم عبر تطبيق السكايب والواتس اب.

نتائج الدراسة وتحليلها

ظاهرة الإرهاب ليست بالظاهرة الجديدة بل هي قديمة قدم الانسان، ولكنها تطورت بفعل عدد من المتغيرات المحلية الدولية، فجوهر الإرهاب واحدا وان اختلفت اشكاله ووسائله، ولا بد لنا من محاصرته و استئصال جذوره وما يحمله من أفكار همجية أثرت على أجيال وأجيال للنهوض من جديد بفكر إنساني خلاق قادر على التعاطي الإيجابي مع واقع وأعباء الحياة المختلفة .

فظاهرة الإرهاب أحد أكثر الظواهر الإنسانية تعقيدا، حيث تلعب مجموعة من العوامل النفسية، الاجتماعية والاقتصادية... الخ في بروزها وتعاضمها، والارهاب في العالم العربي لكي تتم مواجهته لا بد لنا من فهم الدوافع والعوامل التي وراءه، اضافة الى وفهم عميق للإرهابي والجماعات التي تقف وراءه، كيف تتشكل وتقوم بوضع استراتيجيتها بشكل مخطط مسخرة كل الوسائل الاعلامية الممكنة لخدمتها وتوسيع رقعة انتشارها بين فئة الشباب خصوصا. ومن بين هذه الاستراتيجيات المستخدمة والأكثر خطورة هو الاعلام، حيث يلعب دورا كبيرا في نقل وتغطية خبر بعينه للجماهير العريضة من أجل زيادة الرقعة الداعمة للجماعة والتنظيم الارهابي سواء كان الاعلام يقصد ذلك ام لا. لذا لا بد للحكومات العربية من فهم الجماعات الارهابية فهما عميقا وكل ما يرتبط بها لئتم مواجهتها بحجم امتداد الظاهرة وخطورتها الفعلية في قتل الأبرياء وبث الرعب في نفوسهم.

الدراسة الحالية ترى وتعي خطورة الظاهرة وهي تعي ايضا دور الاعلام في تحجيمها وتراجعها ان احسن استخدام الإعلام بشكل مخطط وممنهج وفقا لما تم تأكيده من قبل المبجوثين من عينة الدراسة، وفيهم من الخبرة الاعلامية والمهنية والحرفية العالية ما يتعدى الخمسة وثلاثين عاما وأكثر.

توصلت الدراسة الحالية الى عدد من النتائج والتي سيتم عرضها وفقا لأسئلة الدراسة الأساسية:

وصف لواقع الدور الإعلامي الحالي لمكافحة الارهاب

- بداية أكد جميع المبجوثين على أهمية التصدي لمحاربة ظاهرة الإرهاب على كافة الأطر والاصعدة الرسمية والغير رسمية في عالمنا العربي وزيادة اواصر التعاون فيما بينها، حيث انتشار الظاهرة والفكر الذي يحمله الارهابيين بات يشكل خطرا حقيقيا على المجتمعات الانسانية عامة والمجتمعات العربية خاصة. ولذلك يرى المبجوثين أن دور الإعلام العربي الحالي لا زال اشبه بمحاولات

فردية ضحلة ولا ترقى الى مستوى وحجم الظاهرة الحقيقي والضخم. هناك اتفاق واضح بين المبحوثين على أن دور الاعلاميين العرب في مكافحة الإرهاب هو دور منقوص ضعيف غير مؤثر مقارنة مع الاعلام المضاد للإرهابيين، بل إن بعض الاعلاميين ونتيجة التنافس على فرص والسبق الصحفي قد يساهمون بشكل غير واعي ومقصود في خدمة الإرهابيين.

- وظيفة الإعلام العربي في غالبيته وظيفة موجه ويعمل في إطار سياسة الحكومات العربية ويخدم مصالحها ويحافظ عليها، كل ما يقوم بعمله الإعلام العربي اليوم هو تلميع النظام الحاكم، ونشر أخباره يقول السيد ر. في هذا الصدد " الاخبار بنسبة عالية عبارة عن غادر الرئيس وصل الرئيس استقبل الرئيس وهلما جرى"، الاعلام مازال في مجمله مغيبا عن قضاياها ومعالجتها بالشكل المطلوب، وما زال الاعلامي العربي لا يتمتع بمصداقية نشر الخبر أو الحدث وما يعنيه هو تحقيق السبق الصحفي حتى لو كان على حساب الخبر.

يُشير السيد. ر وهو أحد الاعلاميين البارزين في وطننا العربي: أن وظيفة الإعلام تتمحور حول ثلاثة أمور:

1. الوظيفة الاخبارية والتي تأخذ من مجمل الأخبار ما يُقارب 60%، في عالمنا العربي الوظيفة الاخبارية مقتصرة على الجهاز الحكومي ورصد أخباره، أما الأخبار العالمية فلا تأخذ أكثر من 20-25% من مجمل الأخبار، حيث الأخبار المحلية للملك والرئيس الحكومة من سفر وبروتوكولات تأخذ الوزن الأكبر.

2. الوظيفة الترفيهية والتي تأخذ من مجمل الأخبار ما يُقارب 30%، لتاقت رواجاً كبيراً بين الجماهير العربية العريضة، وأصبحت تُدر دخلاً لمنتجيتها ومقدميها مما جعل الإقبال عليها كبيراً جداً من قبل الجماهير والاعلاميين.

3. وما تبقى هو للوظيفة التنقيفية والذي لا يتعدى 10%، هذه الوظيفة بقيت متأخرة عن غيرها حيث الحريات فيها تكاد تكون معدومة وعانت من فائئة من الممنوعات، وما بقي من الوظيفة الثقافية عبارة عن مجموعة من البرامج الأدبية التي لا يوجد أصلاً عليها إقبال من المتابع والمشاهد العربي.

هذه النسب يمكن أن تكون بالطبع نسب متغيرة وفقاً لتقديره وفقاً للدولة ومعطيات أخرى.

- واقع البرامج الاعلامية والتي تتناول بشكل خاص مكافحة الارهاب تكاد تكون معدومة، والبرامج الموجودة هي برامج ضحلة، تفنقر الى الأسس المهنية، وهي بالعادة برامج غير جاذبة للمشاهد بفحواها ومضمونها، بعكس البرامج الترفيهية وبرامج المنوعات التي تحمل في طياتها كل عوامل الجذب للمشاهد والمتتبع العربي الذي يبحث عن الاثارة والمتعة والتشويق.

يؤكد السيد. ع أن هناك محاولات بسيطة هنا وهناك من خلال عدد من البرامج الحوارية التي تطرح ظاهرة الإرهاب وكيفية محاربتها، لكن هذه المحاولات ما زالت لا ترتقي لمستوى البرامج الاعلامية الاخرى وبحاجة الى خطة مدروسة ممنهجة تسيير وفقها اضافة الى دعم مالي لتكون بالمستوى المهني المطلوب بنفي حجم وضخامة وفداحة الظاهرة.

السيد. ر والسيدة. م ابضا تؤكد حتى الإعلام الخاص الذي كنا نطمح أن يقوم بدور مهني قوي يُعاني من انتقاص حريته وإخضاعه للرقابة وفي كثير من الأحيان تم شراء حريته بالأموال الأمر الذي أدى عدم مساهمته الفاعلة والمهنية في علاج أي من الظواهر الدينية والثقافية. الخ التي عانت ما زالت تعاني منها مجتمعاتنا العربية.

كما أن هذه البرامج تفتقد لعنصر التخطيط وعامل التشويق الذي يجذب المتابع لها بأي وسيلة كانت سواء أكانت عبر التلفاز أو الاذاعة أو عبر الشبكة العنكبوتية، ويتطلب من القائمين على هذه البرامج اعادة تشكيلها واعادتها من جديد لتتلاءم مع الوضع الراهن لتصبح أكثر اقناعا للمتابع لها. اقترح السيد. ج ما يسمى بتلفزة الثقافة بمعنى التركيز على الصورة في عرض الفكرة المراد ايصالها للمشاهد، بحيث تُحول الموضوعات الى مجال مقبول لدى المتابع فيها من التعدد والتنوع واللقطات والأحجام بحيث تكسر الملل والرتابة المتعارفين عليه في مجال الموضوع التوعوي والثقافي للمشاهد، مما يجعل هذا النوع من البرامج أكثر قبولا ورواجا لدى الانسان العربي الذي لم يألف هذا النوع من البرامج الاعلامية الهادفة.

يتطرق السيد. ر لدور الاعلام تاريخيا في نشر الفكر الارهابي: حيث يؤكد السيد. ر على مساهمة الإعلام في ذلك حين أخذ على عاتقه في السبعينات مواجهة الفكر الليبرالي والماركسي مقابل الفكر الاسلامي (صراع الأفكار) وفتح الاعلام المجال أمام عدد من المتأسلمين غير العقلانيين لنشر أفكارها وبيت سمومها للإنسان العربي البسيط عبر التلفاز بشكل خاص. ما نتج عنه عدد من التيارات الدينية والفكرية التي تحمل فكرا ارهابيا عنيفا تُرهب الإنسان وتدمر الأرض والوطن بحجة الدين.

هناك اشادة من بعض الاعلاميين الى وجود تحسن طفيف على تداول البرامج الثقافية وان كان غير كافي، يرى السيد. ر أن تلفزيون البحرين فتح مساحة أكبر من السابق لهذه البرامج التوعوية وان كانت غير كافية.

وبذلك يمكن تلخيص أبرز الصعوبات والمعوقات التي تواجه الإعلامي العربي فيما يلي:

- انخفاض سقف الحريات للإعلام، والتي تقف سدا منيعا دون اخذ الاعلامي العربي دورا فاعلا في هذا الصدد.

- الاعلامي ذاته الذي يبحث عن الربح السريع والدخل العالي، وبالتالي يرحح كفة البرامج التي تجلب المدخولات العالية عن سواها.
- عدم تبني سياسة التخصص الاعلامي للإعلاميين العرب، وكل إعلامي يدعي انه لديه القدرة للإحاطة بكل مادة اعلامية حتى ل كانت في مجال غير مجاله.
- عدم اهتمام المواطن العربي والجماهير العربية العريضة بقضاياهم بالشكل الكافي، وترى المواطن العربي جل همه البحث عن لقمة العيش له ولأفراد اسرته وما عدا ذلك هو شأن لا يعينه ولا يجوز التدخل فيه.
- حالة الخوف والرعب التي نجحت العديد من المنظمات الارهابية في بثها لدى الجماهير العريضة حتى أصبح عدد من الاعلاميين عازفين عن الاقتراب حتى من الموضوع بأي شكل من الاشكال "ويارب الستر" كما اكدت الاعلامية "خ" وغيرها من الاعلاميين من المبحوثين، وأشارت الى عدم استغرابها من عزوف بعض الاعلاميين عن اجراء المقابلة مع الباحثة في هذه الدراسة.
- مقترحات لتفعيل وتحسين دور الاعلاميين لمكافحة الارهاب من وجهة نظرهم
- يؤكد جميع المبحوثين ان الاعلام له دور اساسي في تناول ومعالجة كافة القضايا والظواهر العربية ومنها ظاهرة الارهاب. تؤكد السيدة. ا " لا بد للإعلامي ان يكون متيقظا حساسا لما يدور حوله سواء أكان ذلك على الصعيد المحلي أو على الصعيد العربي والعالمي. على الرغم من أن هذا الدور تحفوه المخاطر والصعوبات والعديد العديد من المشكلات".
- يجب إعلاء سقف الحريات للإعلاميين من أجل طرح الظاهر السلبي التي يعاني منها المجتمعات العربية بشكل عام وظاهرة الارهاب بشكل خاص. بحيث يتم طرح المشكلة وحلها وتوعية الجماهير العريضة بها بالشكل المطلوب.
- تزويد الاعلاميين بالإمكانيات المادية اللازمة لإخراج برامج توعوية وغيرها تكون بمستوى معني عالي يضاهي البرامج الاخرى، ويكون فيه مواصفات عالية لياقي الرواج الجماهيري المطلوب..
- بناء نوعية من البرامج الحوارية عالية الجودة عبر شاشات التلفاز وكل المنابر الاعلامية الممكنة ومنها مواقع التواصل الاجتماعي تركز على نبذ ومحاربة الفكر الإرهابي، بحيث تشكل اعلاما مضادا للإعلام الفكر الإرهابي يُسلط الضوء على مخاطرة وتوعية الاجيال لنبذه.
- لا بد من زيادة اعداد ونوعية الاعلاميين المتخصصين في كافة المجالات الاعلامية، وهنا الحديث عن اعلامي مخطط متخصص بالإعلام السياسي له القدرة على استخدام المادة الاعلامية ايا كانت بمهنية وحرفية عالية تخدم محاربة الظاهرة إعلاميا.

- التعاون الوثيق بين الإعلام واجهزة الدولة هو ركن اساسي لا بد من تطبيقه من اجل ضمان الفاعلية في مكافحة الظاهرة.
- استخدام أمثل واقوى للشبكة العنكبوتية ومواقع التواصل الاجتماعي التي بات تأثيرها وانتشارها غير محصور البتة، وبإمكاننا من خلاله ايصال مليارات الرسائل في دقائق معدودة.
 - لحوق الركب العالمي والتعرف على أبرز اساليب الدعاية والاعلام الحديثة، لتقديم مادة اعلامية بما يخدم محاربة الظاهرة بشكل احترافي.
 - التركيز على العملية التوعوية بكل الطرق المتاحة لفئة الشباب وهي الفئة الأكثر استهدافا من قبل الجماعات والتنظيمات الإرهابية من خلال برنامج إعلامي مدروس وجاذب بما يتلاءم مع نفسية الشباب العربي واحتياجاته.
 - التنسيق مع الجامعات العربية / قسم الإعلام لإعداد جيل اعلاميين متخصص لديه حد أدنى من الجاهزية للخوض في غمار مكافحة الظواهر المستجدة، وهذا يتطلب تعديلات في مناهج الإعلام التي تدرس في جامعاتنا العربية.
 - واخيرا القيام بمزيد من الدراسات والأبحاث التي تتطلب معرفة أكثر عميقة عن الظاهرة وتعلمها.

التوصيات

خلصت الدراسة الى عدد من التوصيات التي استمدتها من مقترحات وتوصيات الاعلاميين المشاركين في الدراسة، كلي امل ان تخرج هذه التوصيات الى حيز التنفيذ الفعلي لما فيه خير للإنسان والانسانية التي فُهرت على مدار اعوام واعوام من العنف والقتل والتشريد، وان الاوان لنستعيد إنسانيتنا وكرامتنا وفقا لأسس ديننا الحنيف الذي يحرص على الوسطية والاعتدال.

وفيما يلي عرض لأبرز وأهم التوصيات:

- ❖ ضرورة اعلاء سقف الحريات للإعلاميين عموما والمختصين بمعالجة الظواهر السياسية خاصة، لان الحرية أساس العمل الاعلامي فلا اعلام بدون حرية والا سيبقى اعلام منقوص..
- ❖ التعاون الوثيق بين الاعلام واجهزة الدولة الاخرى الاجهزة الامنية والدينية، وتحت الفضاءات الاعلامية امام الفقهاء وقادة الفكر والرأي لإبراز صورة الإسلام السمحة المعتدلة الداعية الى التسامح والوسطية بعيدا عن الغلو والعنف.
- ❖ اعداد مخطط عربي شامل للاتصال لمواجهة الحرب النفسية التي تشنها الجماعات الإرهابية، في ظل وجود اعلام مضاد للإرهاب ينبذ العنف ويشدد على لغة الحوار وتقبل الآخر.

- ❖ توحيد الخطاب الاعلامي العربي من اجل رفع مستوى ونوعية التوعية الاعلامية, بحيث يتم رفض اي مادة إعلامية سلبية او مبادرة دعائية للإرهاب قد تقدمها وسائل الاعلام في غفلة منها تحت وطأة المنافسة وتحقيق سبق الصحفي او الاعلامي.
- ❖ اقامة دورات وورشات عمل من اجل رفع مستوى الاعلاميين المتخصصين في مكافحة الظاهرة وزيادة اعدادهم.
- ❖ التركيز على نوعية البرامج واللقاءات الحوارية الهادفة, والمخططة بطريقة مهنية عالية تجذب المشاهد وتعزز لديه قيم المواطنة والانتماء للحوار وتقبل الاخر ونبذ العنف بكافة اشكاله.
- ❖ إدماج المواطن في المنظومة الأمنية وتنمية حسه الوطني والامني وثقافته الامنية، بحيث يعي اهمية دوره في الحفاظ على امن الوطن واستقراره.
- ❖ تشكيل فريق من الخبراء الدوليين في مجال الاعلام، لبحث سبل التوعية الاعلامية المشتركة ضد أخطار الإرهاب، تمكينا للإعلام الدولي من بناء قاعدة عريضة من الرأي العام الدولي تحاصر الارهاب فكرا او جريمة وتعزز الجهود الرامية الى القضاء عليه.
- ❖ بناء نوعية من البرامج الحوارية عالية الجودة عبر شاشات التلفاز وكل المنابر الاعلامية الممكنة ومنها مواقع التواصل الاجتماعي تركز على نبذ ومحاربة الفكر الإرهابي، بحيث تشكل اعلاما مضادا للإعلام والفكر الإرهابي يُسلط الضوء على مخاطرة وتوعية الاجيال لنبذ.
- ❖ لا بد للجامعات العربية/ قسم الاعلام ان تأخذ على عاتقها المسؤولية في إعداد جيل من الاعلاميين المتخصصين في كافة المجالات الاعلامية ومنها المجال السياسي بحرفية عالية، وهذا يتطلب اعادة بناء المناهج بشكل أكثر فاعلية من الشكل المطروح حاليا.
- ❖ التركيز على الرسائل الاعلامية الالكترونية والتي تخدمنا في محاربة الظاهرة بسرعة قصوى لا مثيل لها.
- ❖ ولا ننسى اخيرا وليس اخيرا تفعيل دور اتحاد الاذاعات العربية في محاربة ظاهرة الإرهاب.

قائمة المراجع

- 1.اشتي، فارس، الإعلام العالمي: مؤسساته طريقة عمله وقضاياها، دار أمواج للطباعة والنشر، بيروت، ط1، 1996، ص9. وزارة الثقافة، مشروع الخطة الاستراتيجية للثقافة الوطنية، ورشة عمل خاصة بمناقشة مسودة الخطة، غزة، 16 نيسان (أبريل) 2005.
- 2.إمام، إبراهيم، الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، دار الفكر العربي، القاهرة، 1979، ص 12.
- 3.جوهر، صلاح الدين، علم الاتصال: مفاهيمه ونظرياته ومجالاته، مكتبة عين شمس، 1976، القاهرة، ص 9.
- 4.الطويرقي عبد الله، دراسة في الأنماط والمفاهيم وعالم الوسيلة الإعلامية، مكتبة العبيكان، الرياض، 1997، ص 268.
- 5.صقر، تركي، الإعلام العربي وتحديات العولمة، منشورات وزارة الثقافة، دمشق، 1998، ص 29.

6. عبد الباقي، زيدان، وسائل وأساليب الاتصال في المجالات الاجتماعية والتربوية والإعلامية، ط2، دار النهضة المصرية، القاهرة، 1979، ص 356.
7. عبد الرحمن، حسن، الإعلام والاتصال، ط1، القاهرة، شركة رؤية ومؤسسة طيبة، 2006، ص53، 158.
8. عبد اللطيف، حمزة، الإعلام في صدر الإسلام، ط2، القاهرة، دار الفكر العربي، 1978، ص 75.
9. راغب، موسى، استطلاع رأي المشاهدين في برامج الدورة التلفزيونية الصباحية لعام 1974، الكويت، وزارة الإعلام، 1974.
10. اللبان، درويش، تكنولوجيا الاتصال: المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية الدار المصرية اللبنانية، 2000، ص 195.
11. هندي، صالح، أثر وسائل الإعلام على الطفل، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، ط3، 1998.
12. ظاهرة الارهاب ... المفهوم ... والاسباب ... والدوافع، كمال النيص، الحوار المتمدن-العدد: 3419 - 7 / 7 / 2011 - 16:35، المحور: دراسات وابحاث قانونية.
13. جلس، موسى، مهدي، ناصر، دور وسائل الاعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني، كلية الآداب/ جامعة الازهر، غزة، فلسطين.
14. الراوي، بشرى، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير، مدخل نظري، 2014/6/5، مجلة الباحث الاعلامي عدد (18)، كلية الاعلام، جامعة بغداد.
15. الدعجة، هائل، الإعلام الإرهاب، الإرهاب في العصر الرقمي، 2008، ورقة مقدمة الى مؤتمر جامعة الحسين بن طلال، الاردن
16. الشراذقة، تحسين، دور وسائل الاعلام في مكافحة ظاهرة الارهاب والتطرف (دراسة ميدانية)، 31-30 / 2016، ورقة مقدمة الى مؤتمر جامعة الزرقاء: دور الشريعة والقانون والاعلام في مكافحة الارهاب، الأردن.
17. ورشة عمل حول دور الإعلام والأجهزة الأمنية في مكافحة الإرهاب، 2015، مجلة الدستور الالكترونية، العدد (17239)، الشركة الأردنية للصحافة والنشر، الاردن.
18. الفحطاني، عبد الرحمن، 15-19 / 2012، دور الاعلام في مكافحة الارهاب، كلية التدريب/جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، السعودية.
19. الرفاعي، محمد، 2011، دور الإعلام في العصر الرقمي في تشكيل قيم الأسرة العربية، مجلة جامعة دمشق-المجلد 27 -العدد الأول +الثاني 2011

المراجع الأجنبية

- 20.G.gumpert & R. Cathcartinter-media.new york: oxford univ press.1982.
- 21.Rivers,W,& Schramm, W. (1980). Responsibility in mass communication. Los Angeles. Harper and row publishers.

تغطية الصحافة الأردنية لأخبار الإرهاب (أحداث محافظة الكرك نموذجا)

أ.د. عبد الرزاق الدليمي

أستاذ الدعاية والإعلامية كلية الاعلام جامعة البتراء

الملخص:

هدفت الدراسة الى التعرف على مدى تغطية الصحافة الأردنية لأخبار الإرهاب، وتحديد اتجاهات الصحافة إزاءها وكيفية تناولها بالإضافة الى الكشف عن سمات المحتوى الظاهر لما تنشره صحف الدراسة في تغطيتها للعمليات الإرهابية، معرفة حجم ونوع التغطية الإخبارية لصحف الدراسة حول العملية الإرهابية الكشف عن الأفكار والقيم والاتجاهات السائدة لدى القائمين في الاتصال في كل من صحف الدراسة حول العملية الإرهابية في الأردن، التعرف على المصادر الرئيسية التي تعتمد عليها صحف الدراسة في تغطيتها للعملية الإرهابية، معرفة الاستمالات النفسية والعاطفية التي سادت في صحف الدراسة معرفة على أي الصفحات تنشر صحف الدراسة المواد المتعلقة بالعملية الإرهابية، معرفة نوع التغطية الإخبارية لصحيفتي الدراسة حول العملية الإرهابية. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي من خلال استخدام أداة تحليل مضمون للصحف عينة الدراسة إزاء أحداث العملية الإرهابية في محافظة الكرك، للتعرف على ما تتضمنه من معلومات ومواقف واتجاهات، وما تحاول ان تؤكد من انطباعات وتأثيرات إعلامية.

الكلمات المفتاحية: التغطية الاخبارية، الصحافة الأردنية، الإرهاب، أحداث الارهاب.

مقدمة:

أصبح الاعلام لغة عصرية وحضارية لا يمكن الاستغناء عنها او تجاهلها، ما يتطلب فهمها واستيعابها من خلال امتلاك مقوماتها وعناصرها ومواكبة التطورات التي تشهدها وسائله المختلفة، حيث تعددت ادوات الاعلام وتنوعت، واصبحت أكثر قدرة على الاستجابة مع الظروف والتحديات التي يفرضها الواقع الاعلامي الذي بات مفتوحا على كل الاحتمالات في ظل ما تشهده ادواته ووسائله المختلفة من تطورات وابتكارات نوعية، بررت تناوله وطرحه العديد من القضايا التي احدثت اهتماما واسعا ولافتا في مختلف الميادين وعلى كافة الصعد. واذا كان من حق الرأي العام ان يعرف الحقيقة ويتابع ما يجري من احداث على الساحة المحلية والاقليمية والدولية ، فان التعاطي مع هذه الاحداث ونشرها ومتابعة ما يجري منها ، يجب ان يتم وفقا لضوابط مهنية ومعايير اخلاقية وانسانية وموضوعية تراعي ظروف المجتمع ومزاج الرأي العام ، ما يعني ضرورة التوازن بين حق الجمهور بالمعرفة ، وبين مرجعيته الثقافية والاخلاقية والدينية على اعتبار ان المعايير الفاصلة بين اعلام وآخر هي في النهاية معايير مهنية واخلاقية ، تجسد أطر مرجعية يمكن الاستناد اليها في التمييز بين السلوك الايجابي والسلوك السلبي ، وبالتالي التفريق ما بين ظواهر سلوكية

مقبولة وأخرى مرفوضة، وعليه اعتمد الباحث تحليل مضمون للمادة الإخبارية التي نشرت في كل من صحيفتي (الرأي، الغد الأردنيين)، وذلك لما تتمتع به صحف الدراسة من شعبية واسعة الانتشار على الصعيد المحلي، تهتم بالشؤون الداخلية والخارجية في المرتبة الأولى، بالإضافة إلى اعتمادها على عدد لا جيد من المراسلين ووكالات الأنباء المحلية والعالمية، ويقراًها صناعات السياسية. وعليه تأتي هذه الدراسة للتعرف على التغطية الإخبارية لصحيفتي الرأي والغد الأردنيين إزاء أحداث الإرهاب في محافظة الكرك (دراسة تحليلية لصحيفتي الرأي، الغد الأردنيين).

مشكلة الدراسة وتساؤلاتها:

وتتركز المشكلة البحثية في هذه الدراسة على السؤال التالي ما هي الأطر التي اعتمدها الصحف الأردنية في تغطيتها لأحداث الإرهاب في محافظة الكرك؟ وتتنبق منه التساؤلات التالية:

1. ماهي سمات المحتوى الظاهر لما تنشره صحيفتي الدراسة في تغطيتها للعملية الإرهابية في محافظة الكرك؟
2. ما حجم التغطية الإخبارية لصحيفتي الدراسة حول العملية الإرهابية في محافظة الكرك؟
3. ماهي الأفكار والقيم والاتجاهات السائدة لدى القائمين في الاتصال في كل من صحيفتي الدراسة حول العملية الإرهابية في محافظة الكرك؟
4. ماهي المصادر الرئيسية التي تعتمدها صحف الدراسة في تغطيتها لعملية الإرهاب في محافظة الكرك؟
5. ما الاستمالات النفسية والعاطفية التي كانت سائدة في صحف الدراسة؟
6. على أي الصفحات تنشر صحف الدراسة المواد المتعلقة بالعملية الإرهابية في محافظة الكرك؟
7. ما هو نوع التغطية الإخبارية لصحيفتي الدراسة حول العملية الإرهابية في محافظة الكرك؟

أهداف الدراسة

1. ما سمات المحتوى الظاهر لما تنشره صحيفتي الدراسة في تغطيتها للعملية الإرهابية في محافظة الكرك.
2. معرفة حجم التغطية الإخبارية لصحيفتي الدراسة حول العملية الإرهابية في محافظة الكرك.
3. الكشف عن الأفكار والقيم والاتجاهات السائدة لدى القائمين في الاتصال في كل من صحيفتي الدراسة حول العملية الإرهابية في محافظة الكرك.
4. التعرف على المصادر الرئيسية التي تعتمدها صحف الدراسة في تغطيتها لعملية الإرهاب في محافظة الكرك.

5. معرفة الاستمالات النفسية والعاطفية التي سادت في صحف الدراسة.
6. معرفة على أي الصفحات تنشر صحف الدراسة المواد المتعلقة بالعملية الإرهابية في محافظة الكرك.
7. معرفة نوع التغطية الإخبارية لصحيفتي الدراسة حول العملية الإرهابية في محافظة الكرك.

أهمية الدراسة

- تكمن أهمية الدراسة في مدى تعامل الصحف الأردنية اليومية مع هذه الحادثة (أحداث الإرهاب في الكرك) كونها ليست الظاهرة الأولى التي شهدتها المملكة الأردنية الهاشمية على أرضها.
- توفير بيانات جديدة حول اهتمامات الصحف بالموضوعات التي تركز عليها خلال الأزمة.
- ازدياد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام في أوقات الأزمات التي تهدد أمن المجتمع ولذلك فإن التغطية الإعلامية لمثل هذه الأزمات يمثل حالة استثنائية في العمل الاجتماعي إذا تستنفذ الوسيلة الإعلامية كل جهودها وطاقتها وتحشد جهودها لمتابعة الحدث وتقديم تقارير حية عن وقائعه ومستجداته.
- تقييم الأداء الإعلامي الأردني في معالجة القضايا الإرهابية وكيفية التعامل معها وتقديمها للجمهور، بحيث كلما كانت هذه الموضوعات والتغطيات أكثر دقة وموضوعية واعتمادها على مصادر موثوقة، كلما توضحت الرؤية أمام الجمهور المحلي، وكلما كان أداؤها أفضل.
- الباحثون: من خلال جعل هذه الدراسة نواه لدراسات أخرى مشابهة لأنه المعرفة متراكمة وكل بحث يضيف شيء للبحث الذي سبقه لكن من زوايا مختلفة ذات أصل واحد.
- تزويد صانعي القرارات بتوصيات مقترحة حول كيفية التعامل مع الأزمات الأمنية المفاجئة التي تخل بالأمن والمجتمع.
- الاعلاميون: من خلال التغطية الإخبارية لحادثة الإرهاب في الكرك وكيفية التعامل مع المعلومات وبيان صحتها وموضوعيتها، بحيث يعتمد عليها افراد المجتمع بالدرجة الأولى عن غيرها من المصادر.
- بعض الجهات المعنية في موضوع الدراسة من خلال الاستفادة في كيفية التعامل مع الأزمات المشابهة لموضوع الدراسة من خلال تحقيق أقل حجم من الخسائر سواء المادية أو البشرية.
- الإسهام في تقديم معلومات إعلامية علمية ومنهجية، للمؤسسات الإعلامية والأكاديمية.
- تقديم توضيحات حول الأطر الإعلامية التي تبنتها صحف الدراسة من حيث استخدام عبارات وكلمات ضد التحريض على الإرهاب واتباع أساليب وطرق موجهة في معالجة الموضوعات الإخبارية ذات صلة، ومعرفة اتجاهات التغطية الإخبارية لصحيفتي (الرأي، الغد الأردنيين) حول أحداث الإرهاب في محافظة الكرك.

محددات الدراسة

تتمثل محدّدات الدراسة بتطبيق أداة الدراسة ونوع العينة المبحوثة والنتائج المستخلصة منهما، وعليه فإنّ محدّدات الدراسة تحدّدت في ضوء مجتمع وعينة الدراسة وأسلوب تنفيذها لذا يمكن تعميم نتائجها على الصحف المشابهة داخل الأردن وربما خارجه.

مصطلحات الدراسة:

التغطية الإخبارية (coverage): يقصد بها عملية الحصول على البيانات وتفاصيل المعلومات الخاصة بحدث معين مع الإحاطة بأسباب وقوع الحدث، بمعنى أنها تجيب عن الأسئلة الستة، من وماذا ولماذا ومتى وأين وكيف؟ وغيرها من المعلومات والحقائق التي تجعل من الحدث صالحا للنشر. (حجاب، 1998: ص154)

المعالجة الإعلامية: يقصد بها خصائص تناول الصحافة لقضايا وأحداث الإرهاب من حيث الشكل والمحتوى:

- الخصائص الشكلية للمعالجة الإعلامية ويقصد بها الأشكال الصحفية؛ المساحة، مكان النشر في الصحيفة؛ منتج المادة الصحفية والمصادر المرجعية لهذه المادة .
- الخصائص الموضوعية للمعالجة الإعلامية: ويقصد بها الفاعلون والضحايا في العمليات الإرهابية؛ أماكن حدوث هذه العمليات، أشكال الإرهاب ودوافعه وأسبابه والأدوات المستخدمة فيه، موقف الدول من الإرهاب ومستويات مواجهته وعقوبات الإرهابيين.
- الاستراتيجية الإعلامية: هي مجموعة الأسس والمنطلقات التي تقوم عليها السياسات والبرامج الموضوعية من أجل التصدي للإرهاب.

الإرهاب: كل حدث متعمد يتخذ طابع العنف والصراع بين الدولة وأشخاص أو جماعات مسلحة معارضة. ويقصد به إجرائيا لأغراض هذه الدراسة اعمال العنف ذات الدافع السياسي في محافظة

الكرك: مدينة أردنية تقع ضمن لواء قسبة الكرك في محافظة الكرك جنوب العاصمة عمان، وتبعد عنها حوالي 120 كم، تشرف جبالها الشاهقة على البحر الميت ومنطقة الاغوار الجنوبية والضفة الغربية في فلسطين.

حدود الدراسة

تتمثل حدود الدراسة فيما يلي:

الحدود الموضوعية: تتمثل في تناول الصحف المحلية اليومية الأردنية لحادثة الإرهاب في محافظة الكرك عبر تحليل محتواها، وما كتب عنها، وذلك من خلال الصحف التالية (صحيفة الغد الأردنية، صحيفة الرأي الأردنية).

الحدود المكانية: تتمثل الحدود المكانية في العمليات الإرهابية في المملكة الأردنية الهاشمية وخاصة محافظة الكرك الأردنية.

الحدود الزمانية: تم تحليل محتوى الصحف المذكورة (الرأي، الغد) في الفترة الزمنية من تاريخ 2016/12/19 الى تاريخ 2017/1/19 والسبب في ذلك ان تلك الفترة شهدت فيها محافظة الكرك عملية إرهابية تسببت في العديد من الخسائر البشرية والمادية.

النظريات المستخدمة في الدراسة

نظرية الأطر الخبرية (Framing Theory of News)

يعد تحليل الإطار الإعلامي أحد روافد النظرية الحديثة في دراسات الاتصال، ويعتبر مفهوم الإطار مفهوماً له مغزى ودلالة إعلامية حيث إنه يسهم في التعرف على دور وسائل الإعلام في بناء وتشكيل اتجاهات الرأي العام إزاء القضايا والموضوعات المختلفة التي تقدمها وسائل الإعلام، وترجع أهمية نظرية الأطر الخبرية إلى أنها تقدم تفسيراً عملياً ومنتظماً لكيفية حدوث التأثيرات المعرفية والوجدانية لوسائل الإعلام على الجمهور بمختلف فئاته وخصائصه الديموغرافية. (الدليمي 2016)

ويعرف الإطار: بأنه تحديد جوانب معينة من الواقع يتعلق بحدث ما أو قضية وجعلها أكثر بروزاً في النص الإعلامي، فالأطر الإعلامية تسهم في بناء أطر الجمهور فيما يتعلق بالموضوع أو القضية التي يتم إبرازها في المحتوى الإعلامي. والأطر تنقسم إلى نوعين: (الدليمي 2016)

- يتعلق النوع الأول بإطار المعالجة الإعلامية والتي يتميز بها النص الإعلامي.
- ويشير النوع الثاني إلى الأطر التي يتبناها الجمهور ويكونها اتجاه الحدث أو القضية المطروحة في وسائل الإعلام .

وتطرح النظرية نماذج تفسيرية يتم توظيفها في التحليل الكيفي لتمثل الجوانب والسمات البارزة الواردة في الرسالة الإعلامية، أي تحديد أطر التغطية الإخبارية للقضايا والأحداث المختلفة، ومن أبرز هذه النماذج ما يلي: -

أولاً: نموذج روبرت إنتمان. (Entman Robert)

ثانياً: نموذج بان وكويسكي: Kosicki & Pan

ثالثا: نموذج لينجر وسيمون Lyenger&Simon

وتبدو أهمية نظرية تحليل الأطر الإخبارية في الدور الذي تمارسه في تشكيل الواقع الاجتماعي لدى الجماهير، وقد أشار "تاشمان" Tashman في هذا الصدد إلى أن الأطر الإخبارية هي التي تنظم واقع الحياة اليومية، لأنها جزء لا يتجزأ من هذا الواقع.

وفي مجال الصحافة، تُعد الأطر بمثابة روتين يومي للصحفيين يسمح لهم بسرعة تحديد المعلومات وتصنيفها، وفي هذا الصدد حدد بول دي أنجيلو Paul D'angelo أربعة أهداف تجريبية تحاول دراسات وأبحاث نظرية الأطر الإخبارية تحقيقها وهي:

1. تحديد الوحدات الموضوعية المسماة بالأطر أو القوالب.
 2. دراسة الظروف السابقة التي أدت إلى إنتاج هذه الأطر.
 3. دراسة كيفية تنشيط الأطر الإخبارية وتفاعلها مع التجارب الفردية السابقة للتأثير على التفسيرات، واستدعاء المعلومات، واتخاذ القرارات أو تقييم المخرجات.
 4. التعرف على كيفية تشكيل الأطر الإخبارية للعمليات الاجتماعية مثل القضايا السياسية الجدلية التي تهم الرأي العام.
- خصائص الأطر الإخبارية:

تتسم الأطر الإخبارية، بمجموعة من الخصائص أهمها: (الدليمي 2016)

- 1- تنظيم المعلومات: حيث ينقل الإطار جزءا من الوقائع، وبعضا من تفاصيل ومعلومات القضية ويربطها بالحدث الآني مما يعطي المعنى لهذا الحدث طبقا للهدف الذي يرغب القائم بالاتصال تحقيقه، وبعد ذلك تصبح القضية ذات مغزى لدى الجمهور.
- 2- يعد الإطار الإعلامي فكرة يتم الترويج لها في تناول القضية باعتباره منطلقا فكريا يتم توظيفه لشرح وتفسير الحدث.
- 3- تعمل الأطر من خلال أدوات رمزية ومجردة، إذ يتم التعبير عن الإطار وترجمته من خلال مجموعة من الألفاظ الرمزية التي تحمل إيماءات معينة، وتضفي دلالة على النص الإعلامي.
- 4- الأطر الإخبارية هي بناءات معرفية للقضية التي يتم إبرازها من خلالها، حيث يتناول الإطار الإعلامي أحد الأبعاد أو أكثر ويتجاهل الأبعاد الأخرى، ويبدو ذلك في صياغة الموضوع وتفسيره.

نظرية الأجندة Agenda Setting Theory

تنطلق هذه النظرية من فرضية ان لوسائل الإعلام تأثير كبير في تركيز انتباه الجمهور نحو الاهتمام بموضوعات وأحداث وقضايا معينة، وطرح رؤى تراعي المساواة في النوع، يمكن ان يؤدي الى اهتمام الجمهور بهذه القضايا.

وفقا لهذه النظرية يرتب الإعلام أولويات الجمهور من حيث أولويات القضايا (المستوى الأول)، ومن حيث وجهة النظر وجزئيات القضايا (المستوى الثاني). وهذه النظرية تدعمها نظريتنا "الإبراز Priming" و"التأطير Framing"، وهي بمجموعها تؤكد بشكل يصعب التشكيك فيه، أن الإعلام يحدد الأولويات ويرسم الصور الذهنية ويؤطر وجهات النظر، وأن الناس عبر الزمن تتشرب هذه الرؤى بشكل كبير، ويصبح كثير منهم أسيرا لها في تفكيره وقراراته. (الدليمي، 2016):

وقد تطورت البحوث حول نظرية وضع الأجندة للبحث في العلاقة بين متغيرين هما:

- أسلوب المعالجة الإعلامية للأحداث من حيث اختيار المصادر ونقاط التركيز والجانب المرئي في الرسالة والعناصر الطبوغرافية في الوسائل الصحفية وغيرها من أساليب المعالجة الإعلامية.
- توجيه انتباه الجمهور نحو جانب محدد من القضية على حساب جانب آخر.

وقد ارتبطت هذه النظرية بدراسة التغطية الإعلامية للصراعات الدولية، كما تطورت النظرية بشكل كبير لتوجيه البحوث المعنية بأثر المعالجات الإعلامية لقضايا الأقليات على الرأي العام وغيرها من القضايا الاجتماعية. (القاضي، 2008: ص 242-243)

توصف نظرية الأجندة بتعدد المناهج البحثية مع وجود رابط مشترك يتمثل في كون التغطية الإخبارية منتج يتم تصنيعه واقراره من خلال التأثيرات المتعددة. ويمثل تحليل المضمون بشقيه الكمي والكيفي من خلال تحليل مضمون التغطية الإخبارية كمنتج نهائي لوضع الأجندة. (شاهين، 2009: ص 468)

السبين الإعلامي (Spin): في الآونة الأخيرة كثر استخدام مصطلح "السبين" في العالم السياسي والإعلامي. مصدر التسمية أصله من الحركة الدورانية للكرة التي يلقيها أحد اللاعبين باتجاه اللاعب مع المضرب في لعبة البيسبول. سرعة السبين تمثل مقياس لقدرة رامي الكرات.

السبين: هو خطه مدروسة، مقصودة وقصيرة المدى، يقوم بإعدادها أشخاص أو جهات جماهيرية بهدف تركيز الانتباه أثناء التغطية الإعلامية بشيء آخر، أو لصرف النظر أو القيام بالتضليل حول حقائق القصة أو تفسيراتها. "السبين" موجود على حد دقيق بين الحقيقة والكذب، ويتميز بكونه كذب أبيض، يهدف عادةً

الى صرف أنظار وسائل الاعلام وخلق "ضوء" يبهر "أعين" وسائل الإعلام ويصرف انتباهها عن موضوع أو في تضليل في تغطية قصة إعلامية. (الدليمي، 2016):
تطبيقات سبين (Spin):

تعد تطبيقات سبين عبارة عن مبادرة من قبل السياسي لأشغال الإعلام بموضوع معين والتغاضي عن مواضيع أخرى مهمة، بحيث يريد السياسي من خلال ظاهرة "السبين" اشغال الأجنحة الإعلامية والجماهيرية بالاتجاهات المريحة له، وكل ذلك بهدف "تغطية" أو "تصليح" نتائج لأحداث غير مرضية قد حدثت. ويمكن ذلك عن طريق تأليف قصص تتوافق مع أهداف السياسي. فالسياسي يحاول من خلال "السبين" تشريد وإبعاد الانتباه والاهتمام بأمر مهمة، وبالمقابل مدح وتمجيد السياسي بالطريقة المرغوب فيها، وبذلك يكسب السياسي دعم وتأييد الجمهور له.

هناك خمسة أشكال من التأثير المتبادل بين الجدول اليومي الخاص بوسائل الاعلام، والجدول الخاص بالجمهور والجدول الخاص بالسياسة: - (الدليمي، 2016):

- جدول الإعلام اليومي يؤثر تأثيراً مباشراً على جدول الجمهور اليومي، على الأقل نتيجة قدرة وأهلية وسائل الاعلام على جذب انتباه الجمهور. - السياسيون ينصتون الى رأي الجمهور، ومن المفروض أن يتصرفوا كرسله. فمن شأن جدول الجمهور اليومي أن يشكل/ يحدد جدول السياسة اليومي. فمثلاً: مشكلة البطالة، مشكلة الاسكان التي تقلق الشباب والقادمين الجدد، يمكنها أن تصل الى جدول السياسيين اليومي. - يؤثر جدول الإعلام اليومي تأثيراً مباشراً على جدول السياسة اليومي أيضاً، حيث يمكن اعتباره أحياناً كمعبر عي الرأي العام، وعن جدول الجمهور اليومي. - هنالك مواضيع وظروف يكون فيها لجدول السياسة اليومي تأثير مباشر وقوي على الجدول اليومي للإعلام.

- مجموعة عوامل أو أحداث عالمية -مثلاً: كوارث اصابات، أزمات أو انقلابات، يمكنها بشكل مباشر أو غير مباشر أن تحدد جدول عمل الجمهور. في حالات ليست قليلة، تفرض الأحداث نفسها على وسائل الاعلام وتضطر هذه أن تهتم بها نظراً لضخامتها.

فيما سبق تصور لأهم النظريات التي تستند عليها الباحثة في هذه الدراسة فكل نظرية الجزء الذي يدعم الدراسة ويقومها بشكلها الصحيح والمناسب، لنجد ان نظرية الأطر المعرفية تسند على هذه الدراسة من جانب ان العملية الإرهابية التي حدثت في محافظة الكرك في المملكة الأردنية الهاشمية وتم وصفها في كل من صحيفتي الدراسة الرأي والغد الاردنيتين عملتا على جعل هذه العملية بالمقام الاول ووضعها داخل اطار محدد مما يعطيها الأهمية لكل من الصحيفة والقارئ بالدرجة الاولى، بالإضافة الى انه يتم وصفها واعطاءها اهمية عن غيرها من القضايا من اجل لفت الانتباه. اما بالنسبة لنظرية الاجندة فهي داعمة

للتظرية السابقة والسبب ان لكل من صحيفتي الدراسة اجندتها الخاصة بها وهي التي تتحكم بطريقة عرضها للقضايا وتناولها لها وفقا لسياسة التحرير، الملكية، مصادر التمويل وغيرها من الامور التي تلعب الدور في التحكم بالقضايا التي تطرحها واعطاءها الاولوية والاهتمام.

اما فيما يخص السبين الإعلامي فان هناك علاقة تبادلية بين ما تنشره وسائل الإعلام ومدى اهتمام الجمهور بها لنجد ان القضايا التي تركز عليها وسائل الاعلام وتقوم بتكرارها تصبح مع الوقت مهمة لدى الجمهور ففي بعض الاحيان قد تركز وسائل الاعلام على قضية مهمة من اجل اهميتها لدى الجمهور فيكون هناك علاقة تبادلية بين ما تنشره وسائل الاعلام وما يهتم به الجمهور. اما عن علاقة هذه النظرية بالدراسة السابقة نجد ان العملية الارهابية في محافظة الكرك انما هي علاقة تبادلية بين وسائل الاعلام التي تسلط الضوء على هذا الموضوع وجمهور المتلقين اللذين يأخذون المعلومات من هذه الوسائل الإعلامية

صحيفة الرأي الأردنية

صحيفة الرأي: أصدرتها حكومة المملكة الأردنية الهاشمية عام 1971م والرأي صحيفة يومية منتظمة تصدر عن المؤسسة الصحفية الأردنية وتعد ثاني صحيفة شبه رسمية تنطق باسم الحكومة حيث كانت صحيفة الشرق العربي هي الأولى ونتيجة للدعايات الإعلامية الكثيفة التي جُت عبر وسائل إعلامية وصحفية عربية مختلفة خاصة بعد حرب 1967م ارتأت الحكومة إنشاء صحيفة للرد على هذه الهجمات الإعلامية فتم إصدار أول أعدادها من تاريخ 2 حزيران 1971م.

صحيفة الغد الأردنية

ان ولادة الغد كفكرة في اوائل الالفية الثالثة، لكي تكون صحيفة ليبرالية تضيف نكهة جديدة الى الصحافة الأردنية، تم العمل على البدء بالمشروع عام 2003. صدر العدد الأول من صحيفة الغد في 2004/8/1 ، ومنذ ذلك التاريخ واصلت صحيفة الغد بصورها بانتظام، ولم تتوقف الا في العطل الرسمية التي تحتجب فيها الصحف في الصدور.

وتعتمد الغد سياسية تحريرية ملتزمة بالحقيقة، وبعيدا عن الإنشاء، وحريصة على الإلمام بكل ما يحدث في البلاد، ولا تستثني اخبارا لاعتبارات سياسية فكرية، كما انها لا تقدم اخبارا لهذا السبب ان السياسية التحريرية للصحيفة تحرص على الموضوعية والحياد في نقل الخبر واستكمالها بكافة العناصر وتقديم رؤى ومواقف الأطراف التي يتعلق بها الخبر دون استثناء اي منها.

الإرهاب والاعلام

تسهم بعض وسائل الإعلام بنشر الفكر الإرهابي عبر بثها للأعمال والرسائل التي تتسم بالمنهجية والتسرع، ويكون الهدف هنا دعائياً وتشهيرياً وقد يغفل القائمون على تلك الوسائل الإعلامية، عن بعض الأهداف وتبث بالتالي الرسالة دون دراسة ووعي بمدى خطورتها فيتحول الفكر الإرهابي إلى تجسيد واقعي فاعل يبنى على فلسفة وايدولوجية واضحة فالفكر الإرهابي يعتمد على عناصر الرعب والخوف. (أبو الحسن، ٢٠٠٥)

يلعب الاعلام دورا هاما ومؤثرا في توجهات الرأي العام واتجاهاته، وصياغة مواقفه وسلوكياته من خلال الاخبار والمعلومات التي تزوده بها وسائل الاعلام المختلفة. اذ لا يستطيع الشخص تكوين موقف معين او تبني فكرة معينة الا من خلال المعلومات والبيانات التي يتم توفيرها له، ما يؤكد قدرة الاعلام بكافة صوره واشكاله على احداث تغييرات في المفاهيم والممارسات الفردية والمجتمعية عن طريق تعميم المعرفة والتوعية والتثوير وتكوين الراي ونشر المعلومات والقضايا المختلفة. وفي الوقت الذي اصبحت فيه وسائل الاعلام جزءا اساسيا من حياة الشعوب والمجتمعات، بفعل استجابتها ومواكبتها للتطورات والمستجدات الحاصلة في شتى المجالات الحياتية، وقدرتها على الوصول الى الجماهير ومخاطبتها والتأثير فيها، فان هذا يتطلب ضرورة مراعاة ظروف كل مجتمع وبيئته الثقافية والقيمية والفكرية بشكل يضمن احترام هوية هذا المجتمع وخصوصيته. دون ان يعني ذلك تجاهل الآخر وعدم جواز التعرف على ثقافته وحضارته، اذ لا بد من التواصل والتفاعل معه والاستفادة بما لديه من علوم ومعارف بعد ان أصبح العالم بفضل الثورة العلمية والتقنية والاتصالية اشبه عالم صغير تتداخل فيه المصالح والاعتبارات بين دول العالم وشعوبه.

لا شك بان ظاهرة الارهاب تحظى باهتمام الشعوب والحكومات في شتى انحاء العالم لما لها من آثار خطيرة على أمن الدول واستقرارها ، بعد ان اتضح اننا امام ظاهرة اجرامية منظمة تهدف الى خلق جو عام من الخوف والرعب والتهديد باستخدام العنف ضد الافراد والممتلكات ؛ ما يعني ان هذه الظاهرة الخطيرة تهدف الى زعزعة استقرار المجتمعات والتأثير في اوضاعها السياسية وضرب اقتصاداتها الوطنية عن طريق قتل الابرياء وخلق حالة من الفوضى العامة ، بهدف تضخيم الاعمال الارهابية وآثارها التدميرية في المجتمع ، بما يتناسب مع القاسم المشترك الذي امكن التوافق عليه بين تعريفات الارهاب المختلفة ، والذي يرى في الارهاب استخدام غير مشروع للعنف يهدف الى الترويع العام وتحقيق اهداف سياسية . ما جعل البعض ينظر الى الارهاب باعتباره عنف منظم موجه نحو مجتمع ما او حتى التهديد بهذا العنف سواء أكان هذا المجتمع دولة او مجموعة من الدول او جماعة سياسية او عقائدية . على يد جماعات لها طابع تنظيمي تهدف الى احداث حالة من الفوضى وتهديد استقرار المجتمع من اجل السيطرة عليه او تقويض

سيطرة آخري مهيمنة عليه لصالح القائم بعمل العنف. في إشارة الى اعتماد الارهاب المفرط على العنف المتعمد وعدم التمييز بين المدنيين وغير المدنيين كأهداف شرعية من اجل تحقيق اغراض سياسية.

ان عدم التخصص وضعف الخلفية المعرفية للقائمين على التغطية الاعلامية التي تتعامل مع ظاهرة العنف والارهاب أثر سلبي في ايجاد الحلول المناسبة لها، وحولها الى مجرد تغطية سطحية وأحياناً تحريضية واتهامية تتطوي على اتهامات واحكام مسبقة وربما مبيتة، جعلها عاجزة عن فهم خطاب الجماعات المتطرفة الاعلامي ومنظوماتها ومرجعيتها الفكرية والتنظيمية. وفي حالات كثيرة تميل المعالجة الاعلامية لظاهرة الارهاب اما الى التهويل واما الى التهويل، ما يؤثر في صدقية هذه التغطية ويحد من قدرتها على التأثير بسبب طغيان البعد الدعائي على البعد الاعلامي الموضوعي.

الارهاب في المملكة الاردنية الهاشمية

تعرض الاردن ومنذ وقت مبكر لمحاولات المساس بأمنه الوطني ، ارتباطاً بموافقة السياسية التي اتسمت بالحكمة والتعقل وبعد النظر ، ونتيجة لذلك ، فقد الاردن مؤسس المملكة المغفور له جلاله الملك عبد الله بن الحسين ضحية الارهاب، كما فقد الاردن اثنين من رؤساء وزرائه (وصفي النل وهزاع المجالي)، ضحايا للإرهاب الذي استهدف مواطنينا ومؤسساتنا في الداخل، وسفاراتنا ودبلوماسيينا ومصالحنا في الخارج، إن الأردن وبحكم موقعه الجغرافي ليس بمنأى عن التداعيات الأمنية والسياسية في المنطقة، الأمر الذي حتم التصدي وبكل حزم لإفرازات وانعكاسات هذه التداعيات، حفاظاً على أمن واستقرار الأردن، والاخذ بعين الاعتبار المعادلة بين الأمن والحرية.

رغم توسع دائرة الارهاب، وما تعرض له الاردن من اضرار وتبعات مادية، بشرية واقتصادية، فان الاردن لا زال يشدد على ادانة ومقاومة الارهاب بكافة اشكاله وبكل الوسائل، وسيبقى ملتزماً بمكافحته، وعدم السماح او التغاضي عن استخدام أراضييه منطلقاً لأية نشاطات إرهابية.

أبرز إجراءات الأردن في إطار مكافحة الإرهاب:

-التشريعات الوطنية:

-المعاهدات والاتفاقيات المتعلقة بموضوع مكافحة الإرهاب:

-قامت الحكومة الأردنية بالانضمام إلى العديد من الاتفاقيات الدولية المعنية بمكافحة الارهاب،

أحداث العملية الارهابية في محافظة الكرك الاردنية

لم يكن الهجوم الإرهابي الذي استهدف محافظة الكرك، الأحد، الأول خلال عام 2016، إذ سبقته 3 هجمات، ليصبح إجمالي التهديدات الإرهابية التي ضربت الأردن خلال العام نفسه. هاجم مسلحون، الأحد

18 ديسمبر، مركزي أمن المدينة والقطرانة في محافظة الكرك، جنوبي البلاد، بالرصاص، ثم تحصنوا داخل قلعة الكرك التاريخية، وتبادلوا إطلاق النار مع قوات الأمن التي هرعت إلى المكان، مما أسفر عن سقوط 10 قتلى بينهم 7 رجال أمن وسائحة كندية وإصابة 28 آخرين.

على الرغم من التحفظ الرسمي على إعلان بعض تفاصيل وخلفيات المجموعة الإرهابية التي استهدفت مدينة الكرك الأردنية، إلا أن بعض التفاصيل تسربت حول هذا الهجوم، وحسب مصادر حكومية مطلعة فإن الإرهابيين الذين قتلوا في العملية هم من المحكومين بقضايا إرهابية سابقة، وأن أحدهم قد أطلق سراحه قبل فترة قصيرة فقط.

ووفقاً لمصادر ومواطنين، بدأت فصول العملية الإرهابية من بلدة القطرانة في محافظة الكرك، حيث أبلغ مواطن الأجهزة الأمنية عن إحساسه بتسرب رائحة بارود أو غاز غريبة من منزل بالبلدة يستأجره شبان من خارجها من ثلاثة أشهر تقريباً.

وحضرت الأجهزة الأمنية إلى المكان، حيث بادروهم أفراد الخلية الإرهابية بإطلاق النار، ما أدى إلى إصابة بعض أفراد الشرطة، وبعدها قام أفراد الخلية بسرقة مركبة، تعود لأحد المواطنين والإسراع باتجاه محافظة الكرك.

وقال شهود عيان إن الإرهابيين كانوا ملثمين ويحملون بنادق كلاشنكوف وكيسا يعتقد أن في داخله ذخيرة، حيث حاولوا اقتحام المركز الأمني في مدينة الكرك، وأطلقوا وابلاً من النيران باتجاه أفراد الأمن العام بداخله وخارجه، قبل أن يلوذوا بالفرار ويتحصنوا لاحقاً داخل قلعة الكرك، الواقعة في الحي الجنوبي من مدينة الكرك الأردنية.

وأشار الشهود إلى أن "أغلب الإصابات بين المدنيين كانت في البطن والأقدام، ومصدرها المجرمون الذين كانوا يعتلون أسوار القلعة من الجهة الجنوبية"، لافتين إلى أن "المسلحين كانوا يطلقون النار بشكل عشوائي على المنطقة التي يقع فيها المركز الأمني، الذي لا يبعد سوى أمتار عن القلعة".

وقال أحد عناصر شرطة مركز أمن مدينة الكرك إن: "3 ملثمين بادروا بإطلاق العيارات النارية على مركز الأمن، وأصابوا 5 من أفراد الشرطة قبل أن يلوذوا بالفرار إلى القلعة"، وأضاف: "تبادل إطلاق النار استمر بعد فرارهم إلى القلعة التي تحصنوا فيها، ومنها بدأوا بتوجيه رصاصهم باتجاه الشرطة والمواطنين المتجمهرين حول القلعة".

العملية الإرهابية التي بدأت فصولها منذ ساعات ظهر يوم الأحد في بلدة القطرانة على الخط الصحراوي جنوب الأردن، واحتدمت بفصلها الدموي في قلعة الكرك الأثرية، انتهت بمقتل 4 إرهابيين و4 من رجال

الأمن العام و 3 من قوات الدرك ومواطنين اثنين وسائحة كندية. فيما أصيب 11 من مرتبات الأمن العام و 4 من مرتبات الدرك و 17 مواطناً وشخصان من جنسيات أجنبية.

الدراسات السابقة

دراسة اسماعيل وصفى الاغا (2004) بعنوان: "معالجة الصحف العربية لظاهرة الارهاب (دراسة تحليلية من الصحف العربية)".

دراسة د. طه عبد العاطي مصطفى نجم (2006) بعنوان " الأطر الإخبارية للمقاومة الإسلامية اللبنانية في الصحافة العربية دراسة تحليلية لعينة من صحيفتي الوطن السعودية وتشرين السورية خلال الحرب الإسرائيلية على لبنان"

دراسة خالد ناصر بن نجم (2006) بعنوان: "تغطية الصحافة السعودية للعمليات الارهابية صحيفتا الرياض والوطن نموذجاً دراسة تحليل المضمون".

دراسة تركي بن صالح عبد الله الحقابني (2006) بعنوان: "مدى اسهام الاعلام الامني في معالجة الظاهرة الارهابية دراسة تحليل محتوى لعدد من الصحف المحلية اليومية السعودية".

دراسة كامل كريم عباس الدليمي (2008) بعنوان: اتجاهات التغطية الاخبارية لصحيفتي الرأي والعرب اليوم ازاء الاحتلال الامريكي العراقي).

دراسة العلاونة (2009م)، بعنوان: التغطية الصحفية لتفجيرات عمان الإرهابية في الصحف الأردنية اليومية.

دراسة محمد بن سعود البشر (2010) بعنوان " التغطية الصحفية لأحداث التفجيرات الإرهابية في مدينة الرياض، دراسة كيفية وصفية تقويمية لأداء الصحف المحلية"

دراسة أشرف جلال (2015) بعنوان: "أطر المعالجة الإعلامية لظاهرة الإرهاب في الإعلام المصري".

دراسة جوهر الهماي قشوط (2016) بعنوان: "تحليل مضمون الصفحات الأولى في الصحف الأردنية اليومية - دراسة تحليلية".

دراسة "Gabriel Weinann" (1991)

دراسة " MC Connell " (2001)

دراسة "Buragohain Monmi" (2005)

دراسة "Manuel R. Torres Soriano" (2008)

توضح الدراسات السابقة التي اجريت خلال السنوات الماضية اهتمامها بموضوع التغطية الاخبارية وتحليل المضامين في الصحف سواء كانت هذه الدراسات اجنبية ام عربية، فكان هناك دراسات ذات صلة مباشرة بموضع دراستي ،كدراسة كل من : أشرف جلال (2015) بعنوان: " أطر المعالجة الإعلامية لظاهرة الإرهاب في الإعلام المصري، دراسة العلونة (2009م)، وهي بعنوان: التغطية الصحفية لتفجيرات عمان الإرهابية في الصحف الأردنية اليومية، دراسة كامل كريم عباس الدليمي(2008) بعنوان: اتجاهات التغطية الاخبارية لصحيفتي الرأي والعرب اليوم ازاء الاحتلال الامريكي العراقي)، دراسة خالد ناصر بن نجم(2006) بعنوان: " تغطية الصحافة السعودية للعمليات الارهابية صحيفتا الرياض والوطن نموذجاً دراسة تحليل المضمون، دراسة اسماعيل وصفي الاغا(2004) بعنوان: " معالجة الصحف العربية لظاهرة الارهاب (دراسة تحليلية من الصحف العربية)"، دراسة محمد بن سعود البشر بعنوان: " التغطية الصحفية لأحداث التفجيرات الارهابية في مدينة الرياض دراسة كيفية وصفية لأداء الصحف المحلية".

إن معظم هذه الدراسات وبنسبة متساوية الى حد قليل منها ما اعتمد على تحليل المضمون كمنهج للدراسة، والبعض الاخر اعتمد عليه كأداة لجمع المعلومات حيث إن هذه المنهجية، تستهدف الوصف الدقيق والموضوعي لما يقال عن موضوع معين في وقت معين. كما تكونت عيناتها من الصحف التقليدية (الورقية)، والقليل منها من المحطات التلفزيونية، ولم تتطرق إلى وسائل الإعلام الاخرى كالمحطات الإذاعية والمواقع الاخبارية على الشبكة العنكبوتية.

منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات)

اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي من خلال أسلوب تحليل مضمون صحيفتي الرأي والغد الأردنيين ازاء أحداث العملية الإرهابية في محافظة الكرك. وقد استخدم في الدراسة اسلوب التحليل الكمي، الذي يعتمد على العد والقياس باستخدام الأرقام مما ادى إلى توفير كم من المعلومات للتحكم فيها باستخدام الأساليب الاحصائية، والخروج باستنتاجات كمية، ساعدت القائم بالتحليل في التوصل إلى نتائج. وعن طريق استخدام الدراسة لهذه الأساليب التحليلية سوف تبين الأعداد والنسب المئوية لأعداد المضامين الصحفية الاخبارية والتقارير في المادة الإخبارية في صحيفتي الرأي والغد الأردنيين المتعلقة بالعملية الإرهابية في محافظة الكرك، وتطورات العملية الإرهابية محليا وسياسيا واقتصاديا وأمني ... الخ، والاطلاع على آراء ومواقف صحيفتي الدراسة من هذه العملية الإرهابية.

مجتمع الدراسة: يتكون مجتمع الدراسة من صحيفتي الرأي والغد الأردنيين التي تصدران في الأردن بشكل يومي وتقدم نوعية من الأخبار السياسية والاجتماعية والمقالات وغيرها. وعليه تم اختيار عينة قسدية (هادفة) من جميع اعداد صحيفتي الدراسة من بداية العملية الإرهابية في (19 كانون الأول 2016 لغاية

19 كانون الثاني 2017)، وتم اختيار صحيفة الغد الأردنية (الخاصة) وصحيفة الرأي الأردنية (الحكومية) لأنه كل من صحيفتي الدراسة يمثل جانب من المجتمع ويقوم بتغطية الحدث بشكل يتوافق مع أجندة المؤسسة الإعلامية وأولوياتها ومصدر تمويلها، وغير ذلك من الأمور، أما صحيفة الغد فتم اختيارها على أساس أنها مستقلة عن الحكومة مالياً، وتمثل الرأي والرأي الآخر وليس هناك تأثير حكومي على سياساتها، أم صحيفة الرأي فتم اختيارها باعتبارها صحيفة شبه رسمية تمثل وجهة نظر الحكومة- الأردنية وتصنف على أنها من الصحف الموالية.

عينة الدراسة: تم اختيار عينة قصدية (هادفة) من جميع أعداد صحيفتي الدراسة التي وردت في الأعداد بخصوص العملية الإرهابية في محافظة الكرك، كون صحف الدراسة تصدر بشكل يومي. وتعرف العينة: بأنها جزء من مجتمع الدراسة وتمثل مجتمع الدراسة تمثيلاً صادقاً ولهذا يمكن تعميم نتائج الدراسة المبينة على العينة على المجتمع بأكمله. علماً أنه تم استبعاد بعض الأعداد بسبب عدم توفر أي مادة إخبارية ذات صلة بالموضوع. وبعد الدراسة للمادة الإخبارية في الفترة (19/كانون الأول/ 2016 لغاية 19/كانون الثاني/ 2017)، التي مثلت جميع الأعداد من بداية العملية الإرهابية في محافظة الكرك مع الأخذ بعين الاعتبار تم الاستغناء عن (10) أعداد بسبب عدم توفر أي مادة إخبارية حلو العملية الإرهابية في الكرك. أداة الدراسة

تم استخدام أداة تحليل المضمون بهذه الدراسة باعتبارها أداة قادره على الوصول إلى نتائج وتوقعات علمية وبحثية جيدة في الوقت الذي فشلت فيه بعض أدوات التحليل الأخرى في الوصول إلى نتائج. (حسين، 1938: ص 87).

حيث تم تصميم كشاف تحليل مضمون جرى تحكيمة من قبل مجموعة اساتذة الإعلام لتحليل مضمون صحيفتي الرأي والغد الأردنية في فترة الدراسة وتم وضع فئات تغطي اهداف الدراسة وتساؤلاتها. فئات التحليل: تم اختيار الفئات المناسبة للبحث، وما يعطي أبعاد لقياس قيمة ومحتوى المادة موضع التحليل، علماً أن استخدام فئات كثير ومتفرعة، قد تؤدي الى تشابك الموضوع وتداخله، والصعوبة في قراءة نتائجه، لذا تم اختيار ما تراه مناسباً يتمشى مع البحث ويعزز نتائجه.

وحدة التحليل: هي الشيء الذي نقوم حقيقة باحتسابه، وهي أصغر عنصر في تحليل المضمون، ولكنها أيضاً من أكثرها أهمية. (روجر ودومينيك، 1977، ص 215). وفئات التحليل عبارة عن مجموعة من التصنيفات أو الفصائل التي يقوم الباحث بإعدادها طبقاً لنوعية المضمون ومحتواه، وهدف التحليل، لكي يستخدمها في وصف هذا المضمون، وتصنيفه بأعلى نسبة ممكنة من الموضوعية والشمول، بما يتيح إمكانية التحليل، واستخراج النتائج بأسلوب سهل وميسور. (حسين، 1983: ص 88) وتم اختيار وحدة

- الصفحة الاولى وتعرف اجرائيا: بأنها الصفحة التي تنشر فيها الصحيفة أهم أخبارها السياسية والاقتصادية وغيرها وهي الواجهة التي تلفت وتجذب انظار القراء بسرعة .
- الصفحات الداخلية: الصفحات التي تأتي بعد الصفحة الاولى وقبل الصفحة الاخيرة وتحتوي على جميع انواع المادة الصحفية من أخبار ومقالات.. الخ وعلى تتمات الأخبار الموجودة في الصفحة الاولى.
- الصفحة الاخيرة وتعرف اجرائيا: بأنها اخر صفحة في الصحيفة وتحتوي على أخبار متنوعة من مختلف انحاء العالم.

3-فئة العناوين

- العنوان العريض: الذي ظهر لأول مرة في الصحف الامريكية واشتهرت به في الفترة التي عرفت باسم الصحيفة الصفراء قبيل مطلع القرن العشرين، ثم ظهر بعد ذلك في الصحف الاوروبية ويكون العنوان عريضا عندما يأتي على عرض صفحة الجريدة او المجلة كاملة او يغطي مساحة افقية تمتد على جميع اعمدها ويسمى بالفرنسية "Manchette" ومنها جاءت التسمية "مانشيت". (عبد الله، 2014: ص96).
- العنوان العامودي: عندما يمتد العنوان على عرض عامود واحد فقط ويعد ملمحا اساسيا من ملامح الإخراج الرأسي حيث تتخذ الموضوعات شكلا طويلا لا عرضيا. (اللبان، 1997: ص 80-84).
- العنوان الرئيسي: وهو من اهم العناوين من حيث وظيفته الاعلامية واهم مستوياتها في حالة وجود مستويات وفي حالة اختيار عنوان مفرد فيقتصر الامر في هذه الحالة عليه ويمثل جوهر القصة. (عبد الله، 2014: ص98).
- العنوان الفرعي: ويمثل مستوى اخر من العناوين الفرعية ويقع تحت العنوان التحتي الاول، وكلما زادت العناوين الفرعية فإنها تسمى بالتحتية بحسب ترتيبها من بقية العناوين الفرعية في الموضوع. (عبد الله، 2014: ص99).

4-فئة عناصر الابراز

- الصورة الإخبارية: وهي التي تروي تفصيلاتها خيرا او حدثا.
- الصورة الموضوعية: وهي التي يحصل عليها من الأرشيف وتساعد على فهم موضوع ما وتسمى احيانا التعبيرية كما انها قد تكون ذات طابع انساني وتتميز بتركيزها الواضح على الموضوع. (النجار، 2001: ص 169).
- الصورة الشخصية: التي تمثل الشخصية محور الموضوع او الخبر.
- الرسوم التعبيرية: هو اشبه بلوحة فنية يتغاضى رساموها عن كثير من التفاصيل والرتوش التي يعطيها الرسام عناية وتستخدم في التأثير على القارئ بالتعبير عن الانفعالات النفسية (النجار، 2001: ص220-223)

- الخريطة: التي تمثل تخطيطا للمواقع الجغرافية للدول او لمواقع داخل المدن.
 - 5- فئة الاتجاه: هي الفئة التي توضح التأييد او الرفض او الحياد في المضمون بالنسبة للمواقف او القضايا او الموضوعات التي تشمل عليها المضمون (lasswell,1942: p287).
 - 6- فئة القوى الفاعلة: ويقصد بها بالشخصيات الأكثر نشاطا التي يتم ذكرها في الأخبار التي يتم نشرها في هذه الصحف.
 - 7- فئة الأساليب الإقناعية: ويقصد بها نوع الاسلوب الذي كان يسيطر على الأخبار في صحيفتي الدراسة وهل هي: عقلية، عاطفية، مختلطة.
 - 8- فئة القيم: وهي Values وثيقة الصلة بفئة المستويات والاسس ويطلق عليها بعض الباحثين احيانا مصطلح الاهداف، وأحيانا اخرى مصطلح الاحتياجات حيث تسعى الى التعرف على ما يريده الجمهور وما يتطلع للحصول عليه
 - 9- فئة الموضوع: والتي يتم من خلالها الكشف عن المواضيع الاكثر بروزا في موضوع "العملية الارهابية في محافظة الكرك" في صحيفتي الدراسة (الرأي، الغد) وهي:
 - ضبط اسلحة و متفجرات.
 - احتجاز رهائن.
 - تفجيرات.
 - مواجهات حية مع الارهابيين.
 - اصابات.
 - استشهاد ضحايا.
 - قتل ارهابيين
 - اخرى
 - 10- فئة النوع الصحفي: تم استخدام ثلاث قوالب صحفية لتحليل المادة الاخبارية في صحيفتي الدراسة وهي: خبر بسيط، خبر مركب، تقرير اخباري.
 - 11- فئة المساحة: وهي الفئة التي تقيس الحجم المتاح في الجريدة للمضمون الخاضع للتحليل، حيث يشير عنصر الحجم إلى مدى الاهتمام بعرض الموضوع وتقديمه، وزيادة المساحة تدلّ على زيادة الاهتمام. (ريتشارد بن واخرون، 1992: ص142)
- تم اجراء عمليات صدق الأداة وثبات الأداة وفق الأسس العلمية المعتمدة في البحوث

أساليب التحليل الإحصائي: هدفت للإجابة عن أسئلة الدراسة تم استخدام الأساليب الإحصائية:

1- التكرارات والنسب المئوية.

2- اختبار مربع كاي.

مناقشة النتائج والتوصيات

نشير هنا الى أهم النتائج التي توصلت اليها الدراسة، وذلك في ضوء الدراسات والأبحاث السابقة، والنظريات الإعلامية المستخدمة فيه، كما نذكر بعض التوصيات والمقترحات التي أفضت اليها الدراسة.

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الأول: ما هي سمات المحتوى الظاهر لما تنشره صحيفتي الدراسة في تغطيتها للعملية الإرهابية في محافظة الكرك؟ أظهرت نتائج تحليل المادة الإخبارية في صحيفتي الدراسة ان هناك تنوع في استخدام عناصر الإبراز وتوظيف مخزون المعلومات وأرشيف الصور، بشكل يتفق مع دراسة محمد بن سعود البشر (2010) بعنوان " التغطية الصحفية لأحداث التفجيرات الإرهابية في مدينة الرياض، دراسة كيفية وصفية تقويمية لأداء الصحف المحلية". أكثر عناصر الإبراز استخداما في تغطية العملية الإرهابية في محافظة الكرك في صحيفتي الدراسة (الرأي، الغد) هي الصور التعبيرية بنسبة بلغت (60.90%)، ثم تلتها الصورة الشخصية بنسبة (33.8%)، ثم الصورة الموضوعية بنسبة (6.8%)، ثم الصورة الإخبارية بنسبة (5.3%)، وأخيرا الصورة الأرشيفية بنسبة (4.5%). بالنسبة لصحيفة الغد نلاحظ ان عناصر الإبراز المستخدمة في التغطية الإخبارية لحادثة الإرهاب في محافظة الكرك بالدرجة الاولى للصور التعبيرية بنسبة (35.30%)، تليها الصور الشخصية بنسبة (18.0%)، ثم الصورة الموضوعية بنسبة (5.30%)، الصورة الأرشيفية بنسبة (3.80%)، وأخيرا للصورة الإخبارية بنسبة (0.0%). اما صحيفة الرأي، نلاحظ ان عناصر الإبراز المستخدمة في التغطية الإخبارية لحادثة الإرهاب في محافظة الكرك بالدرجة الاولى للصور التعبيرية بنسبة (25.60%) تليها الصور الشخصية بنسبة (15.80%)، ثم الصورة الإخبارية بنسبة (5.30%)، الصورة الموضوعية بنسبة (1.50%)، وأخيرا للصورة الأرشيفية بنسبة (0.80%).

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني: ما حجم التغطية الإخبارية لصحيفتي الدراسة حول العملية الإرهابية في محافظة الكرك؟

نلاحظ بأن أكثر مساحات المادة استخداما في تغطية العملية الإرهابية في محافظة الكرك في صحيفتي الدراسة (الرأي، الغد) كانت عامودين بنسبة (27.4%)، ثم أكثر من أربعة أعمدة بنسبة بلغت (26.00%)، ثم أربعة أعمدة بنسبة (24.7%)، ثم ثلاثة أعمدة بنسبة (12.7%)، ثم عامود بنسبة (9.2%). اذ

تعتبر هذه النتيجة نتيجة جديدة تم التوصل اليها من خلال النتائج ولا يوجد أي اتفاق او اختلاف مع الدراسات السابقة.

بالنسبة لمساحة المادة الإخبارية في صحيفة الغد نلاحظ ان مساحة أكثر من أربعة اعمدة بنسبة، (15.10%)، تليها عامودين بنسبة (13.40%)، أربعة أعمدة بنسبة (11.60%)، وأخيرا كل من ثلاثة أعمدة وعامود بنسبة (5.10%).

اما بالنسبة لمساحة المادة الإخبارية في صحيفة الرأي نلاحظ ان مساحة عامودين بنسبة (14.00%)، تليها أربعة أعمدة بنسبة (13.00%)، أكثر من أربعة أعمدة بنسبة (11.00%)، ثلاثة أعمدة بنسبة (7.50%)، وأخيرا عامود بنسبة (4.10%).

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث: ماهي الأفكار والقيم والاتجاهات السائدة لدى القارئ في الاتصال في كل من صحيفتي الدراسة حول العملية الإرهابية في محافظة الكرك؟

أظهرت نتائج تحليل المادة الإخبارية في صحيفتي الدراسة انه هناك تنوع في استخدام القيم والاتجاهات التي كانت سائدة لدى لقائمين في الاتصال، حيث نلاحظ بأن أكثر القيم السائدة في تغطية العملية الإرهابية في محافظة الكرك في صحفتي الدراسة (الرأي، الغد) كانت الدفاع عن الوطن والمواطن بنسبة (37.30%)، ثم نبذ الإرهاب والتطرف بنسبة (36.0%)، ثم حب الوطن بنسبة بلغت (32.5%)، ثم التعاون بنسبة (29.8%)، أخرى بنسبة (22.30%)، ثم المواطنة الصالحة بنسبة (21.9%)، ثم التضحية والايثار بنسبة (19.2%)، ثم تحمل المسؤولية بنسبة (11.3%)، ثم الولاء للقيادة بنسبة (8.9%)، الشجاعة بنسبة (5.1%)، النصر والدفاع عن الاسلام ومبادئه بنسبة (4.8%)، احترام القانون بنسبة (3.10%)، مساعدة الضعيف بنسبة (1.00%)، وأخيرا المحافظة على الممتلكات و الحرية بنسبة (0.30%). جاء ذلك بشكل يختلف مع دراسة العلونة (2009) بعنوان "التغطية الصحفية لتفجيرات عمان الإرهابية في الصحف الأردنية اليومية"، حيث إن موضوعات الدعم والتأييد والولاء للقيادة الأردنية، حصلت على أعلى نسبة من موضوعات التفجيرات، حيث بلغت (24.1%).

ان الافكار والقيم السائدة لدى القارئ بالاتصال في صحيفة الرأي جاء بالدرجة الاولى لنبذ ارهاب والتطرف بنسبة (20.50%)،التعاون بنسبة (16.80%)، الدفاع عن الوطن والمواطن بنسبة (17.10%)،حب الوطن بنسبة (16.40%)،المواطنة الصالحة بنسبة (12.70%)،أخرى بنسبة (10.30%)،التضحية الايثار بنسبة (9.20%) ، وتساوت كل من الولاء للقيادة وتحمل المسؤولية بنسبة (7.50%)،الدفاع عن الاسلام بنسبة (3.40%)،النصر بنسبة (2.40%)، احترام القانون بنسبة (1.40%)،مساعدة الضعيف

بنسبة (0.70%)، الشجاعة بنسبة (0.30%)، و أخيراً تساوت كل من الحرية و المحافظة على الممتلكات بنسبة (0.00%).

أما بالنسبة لصحيفة الغد فإن الأفكار والقيم السائدة لدى القائم بالاتصال جاء بالدرجة الأولى الدفاع عن الوطن والمواطن بنسبة (20.20%) حب الوطن بنسبة (16.10%)، نبذ الارهاب والتطرف بنسبة (15.40%) تعاون بنسبة (13.00%) أخرى بنسبة (12.00%)، التضحية والايثار بنسبة (9.90%)، مواطنة الصالحة بنسبة (9.20%)، الشجاعة بنسبة (4.80%)، احترام القانون بنسبة (1.70%)، تساوت كل من الولاء للقيادة و الدفاع عن الاسلام بنسبة (1.40%)، تحمل المسؤولية بنسبة (3.80%)، النصر بنسبة (2.40%)، و أخيراً تساوت كل من الحرية و مساعدة الضعيف و المحافظة على الممتلكات بنسبة (0.30%).

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع: ماهي الاتجاهات السائد لدى القائمين في الاتصال في كل من صحيفتي الدراسة؟ أظهرت نتائج التحليل ان اتجاهات المادة الإخبارية المنشورة على صفحات صحيفتي الدراسة (الرأي، الغد)، هي ان الصحف تؤيد مضمون الأخبار التي تقوم بنشرها نلاحظ بأن أكثر الاتجاهات السائدة في تغطية العملية الإرهابية في محافظة الكرك في صحيفتي الدراسة (الرأي، الغد) كانت الاتجاه المؤيد بنسبة (79.5%)، ثم المحايد بنسبة (16.8%)، معارض بنسبة (3.40%). اذ تعتبر هذه النتيجة نتيجة جديدة تم التوصل إليها من خلال النتائج ولا يوجد أي اتفاق او اختلاف مع الدراسات السابقة. بالنسبة لجريدة الرأي، نلاحظ أن الاتجاه (المؤيد) هو الأعلى تكرار والذي بلغ (43.20%) تليها الاتجاه المحايد بنسبة (3,80%) وبنسبة أقل للاتجاه المعارض بنسبة بلغت (2,70%). بالنسبة لجريدة الغد، نلاحظ أن الاتجاه (المؤيد) هو الأعلى تكرار والذي بلغ (36.30%) تليها الاتجاه المحايد بنسبة (13,00%) وبنسبة أقل للاتجاه المعارض بنسبة بلغت (0,70%). ومن خلال قيمة مستوى الدلالة والتي تزيد عن (0.05)، نلاحظ عدم وجود فروقات دالة احصائياً بين صحيفتي الدراسة في الاتجاهات السائدة لدى القائمين في الاتصال في كل من صحيفتي الدراسة حول العملية الإرهابية في محافظة الكرك. نستنتج من نتائج تحليل اتجاهات المادة الإخبارية المنشورة في صحيفتي الدراسة (الرأي/الغد)، هي أن الصحف تؤيد مضمون الأخبار التي تقوم بنشرها حيث يبدو من خلال التحليل، أن هذه الصحف تتوافق في طبيعة مضمون هذه الأخبار، بينما وجدنا الأخبار التي تحمل الطابع المعارض في مضمون أخبارها هو الأقل تكراراً، أي أنها لا تهتم في نشر الأخبار التي تحمل الرأي الإيجابي أو السلبي في مضمونها، ويمكن ان نعزو هذا إلى أن هذه الصحف تهتم في الأخبار التي تتوافق معها على الأغلب.

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الخامس: ماهي المصادر الرئيسية التي تعتمد عليها صحف الدراسة في تغطيتها لعملية الإرهاب في محافظة الكرك؟ أظهرت نتائج تحليل المادة الإخبارية في صحيفتي الدراسة ان هناك تنوع في استخدام المصادر الرئيسية التي تعتمد عليها في تغطيتها للعملية الإرهابية، حيث نلاحظ بأن أكثر المصادر استخداما في تغطية العملية الإرهابية في محافظة الكرك في صحيفتي الدراسة في صحيفتي الدراسة (الرأي، الغد) كانت وكالة الأنباء بترا بنسبة (38.3%)، ثم مراسل الصحيفة بنسبة (34.9%)، ثم بلا مصدر بنسبة (32.5%)، وأخيرا أخرى بنسبة (0.70%). بالنسبة لجريدة الغد، نلاحظ أن المصادر التي تعتمد عليها الصحيفة بالدرجة الاولى بلا مصدر بنسبة (20.50%)، وكالة الانباء الأردنية (بترا) بنسبة (16.40%)، مراسل صحفي بنسبة (14.40%)، وأخيرا ل أخرى بنسبة (0.00%). اما بالنسبة لجريدة الرأي، نلاحظ أن المصادر التي تعتمد عليها الصحيفة بالدرجة الاولى وكالة الانباء الأردنية (بترا) بنسبة (21.90%)، مراسل الصحيفة بنسبة (20.50%)، بلا مصدر بنسبة (12.00%)، وأخيرا ل أخرى بنسبة (0.70%). وعليه تعتبر هذه النتيجة نتيجة جديده مقارنة بالدراسات السابقة التي لم تسبق ان ظهرت فيها. يلاحظ من خلال نتائج التحليل السابقة لمصادر الأخبار المنشورة في صحيفتي الدراسة (الرأي/الغد) حول العملية الإرهابية في محافظة الكرك، أن هذه الصحف تعتمد على مواد صحفية خاصة بالصحف، ما يمكننا تفسيره أن هذه الصحف تمتلك عددا من الجهات الخاصة بها والتي تزودها بالعديد من الأخبار التي يتم نشرها في الصحف.

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال السادس: ما الاستمالات النفسية والعاطفية التي كانت سائدة في صحف الدراسة؟ نلاحظ بأن أكثر الإستمالات العاطفية السائدة في تغطية العملية الإرهابية في محافظة الكرك في صحيفتي الدراسة (الرأي، الغد) كانت العقلية بنسبة (62.40%)، ثم المختلطة بنسبة (28.7%)، ثم العاطفية بنسبة (8.9%). جاءت هذه النتيجة بشكل يختلف مع دراسة العلونة (2009م)، بعنوان: التغطية الصحفية لتفجيرات عمان الإرهابية في الصحف الأردنية اليومية، حيث بلغت نسبة الإستمالات العاطفية (63.4%) من موضوعات التفجيرات، مقارنة بالاستمالات العقلية التي بلغت نسبة (25.9%) . بالنسبة لصحيفة الغد نلاحظ ان الاستمالة العقلية هي الاعلى تكرر بنسبة (29.50%) تليها الاستمالة المختلطة بنسبة (14.70%) وأخيرا الاستمالة العاطفية بنسبة (6.20%). بالنسبة لصحيفة الرأي نلاحظ ان الاستمالة العقلية هي الاعلى تكرر بنسبة (32.90%)، تليها الاستمالة المختلطة بنسبة (14.0%) وأخيرا الاستمالة العاطفية بنسبة (2,70%).

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال السابع: على أي الصفحات تنشر صحف الدراسة المواد المتعلقة بالعملية الإرهابية في محافظة الكرك؟ أظهرت نتائج تحليل المادة الإخبارية في صحيفتي الدراسة ان هناك تنوع من حيث المواد التي تنشر بحيث نلاحظ بأن الصفحات الداخلية كانت الأكثر في تغطية العملية الإرهابية في

محافظة الكرك في صحيفتي الدراسة (الرأي، الغد) بنسبة (82.5%)، وتليها الصفحات الأولى بنسبة (17.50%). جاء ذلك بشكل يتفق مع دراسة تركي بن صالح عبد الله الحقابني (2006) بعنوان: "مدى اسهام الاعلام الامني في معالجة الظاهرة الارهابية دراسة تحليل محتوى لعدد من الصحف المحلية اليومية السعودية"، دراسة العلونة (2009م)، بعنوان: التغطية الصحفية لتفجيرات عمان الإرهابية في الصحف الأردنية اليومية. بأن معظم المادة الصحفية المتعلقة في كل من الدراسات السابقة كانت تنشر في الصفحات الداخلية. بالنسبة لصحيفة الغد نلاحظ ان موقع المادة الاخبارية بالدرجة الاولى للصفحات الداخلية بنسبة (39.40%)، ثم الصفحات الاولى بنسبة (11.00%). اما بالنسبة لصحيفة الرأي نلاحظ ان موقع المادة الاخبارية بالدرجة الاولى للصفحات الداخلية بنسبة (43.20%)، ثم الصفحات الاولى بنسبة (6.50%). مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الثامن: ما هو نوع التغطية الإخبارية لصحيفتي الدراسة حول العملية الإرهابية في محافظة الكرك؟ أظهرت نتائج تحليل المادة الإخبارية لصحيفتي الدراسة بأن أكثر الأنواع الصحفية استخداماً في تغطية العملية الإرهابية في محافظة الكرك في صحيفتي الدراسة (الرأي، الغد) هو الخبر البسيط بنسبة (43.80%)، ثم الخبر المركب بنسبة (40.4%)، ثم التقرير الاخباري بنسبة (15.7%). جاء ذلك بشكل يتفق مع دراسة جوهر الهماي قشوط (2016) بعنوان: "تحليل مضمون الصفحات الأولى في الصحف الأردنية اليومية - دراسة تحليلية"، حيث أظهرت نتائج التحليل ان الفن الصحفي الأكثر تداولاً هو (الخبر بشكل عام).

بالنسبة للنوع الصحفي في صحيفة الغد، نلاحظ ان الخبر المركب هو الاكثر تكرار بنسبة (21.20%)، يليه الخبر البسيط بنسبة (20.90%)، واخيرا التقرير الاخباري بنسبة (8,20%). بالنسبة للنوع الصحفي في صحيفة الرأي، نلاحظ ان الخبر البسيط هو الاكثر تكرار بنسبة (22.90%) يليه الخبر المركب بنسبة (19.20%) واخيرا التقرير الاخباري بنسبة (7.50%).

توصيات الدراسة

- توصي الدراسة على ان يكون هناك توازن فيما يخص الاعتماد على المصادر العربية والعالمية بغية تنوع المواد في الصحف.
- رفع الكفاءة المهنية للصحفيين والإعلاميون خاصة في مجال التغطية الإخبارية للعمليات الإرهابية.
- ان يكون هناك جهة رسمية ناطقة باسم الحكومة يتم الاعتماد عليها في بث الأخبار والمعلومات حول كل ما يتعلق بأمن الدولة.
- التوصية بالتوسع في استخدام كافة الأشكال الصحفية بشكل أساسي وتوظيفها في تغطية الأزمات الأمنية.

- تنظيم دورات لرفع كفاءة الصحفيين والعاملين في مجال الإعلام بين الفترة والأخرى بهدف تعزيز المعايير المهنية من (الدقة، الموضوعية، والتوازن) في التغطية الإخبارية للآزمات الأمنية والعمليات الإرهابية.

المصادر والمراجع

1. عبد الله، نسرین، (2014م) الاخراج الصحفي الحديث الاسس العلمية والعملية 1، عمان/دار المسيرة للنشر والتوزيع الطباعة.
2. أبو الحسن، سلام (2005م)، الإرهاب في وسائل الإعلام، الإسكندرية دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر. الحنوة، محمد سلمان، (2012م)، مناهج كتابة الاخبار الاعلامية وتحريرها.
3. الدليمي، عبد الرزاق، (2012م)، التحرير الصحفي، ط1، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
4. الدليمي، عبد الرزاق، (2016م)، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، ط1، عمان: دار اليازوري للنشر والتوزيع والطباعة
5. الموسى، عصام سليمان، (1998م)، تطور الصحافة الأردنية (1920- 1997 م)، المكتبة الوطنية، عمان، الأردن.
6. حسين عزيز نور الحلو، البروفسور جلال خضير الزبيدي، (2014م)، الارهاب في القانون الدولي: دراسة قانونية مقارنة. عمان: مركز الكتاب الأكاديمي.
7. حسين، سمير، (1976م) بحوث الاعلام. القاهرة: عالم الكتب.
8. حسين، سمير، (1983م)، تحليل المضمون، ط1، القاهرة: عالم الكتب.
9. درويش اللبان، (1997م)، فن الاخراج الصحفي، ط2، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة.
10. روو، وليم أبيه، (1989م)، الصحافة العربية: الإعلام الاخباري وعجلة السياسة في العالم العربي، ترجمة موسى الكيلاني، مركز الكتب الاردني، عمان، الأردن.
11. ريتشارد بن وآخرون، ترجمة محمد ناجي الجوهر، (1992م)، تحليل مضمون الإعلام، المنهج والتطبيقات العربية، مديرية المكتبات (2) والوثائق الوطنية..
12. عز الدين، الارهاب والعنف السياسي، ص9، عز الدين (احمد جلال)، اساليب المعالجة وطويلة الاجل لمواجهة التطرف والارهاب في المنطقة العربية بحث منشور في تحديات العالم العربي في ظل المتغيرات الدولية"، اعمال المؤتمر الدولي الثاني الذي نظمه مركز الدراسات العربي الأوروبي، القاهرة من 25-1/27/1994م، مركز الدراسات العربي الاوروي، باريس 1994.
1. ورقة بحثية مقدمة من الدكتور هايل ودعان الدعجة الى مؤتمر جامعة الحسين بن طلال الدولي حول، الاعلام والارهاب، 2008، الاردن.

خامسا: المصادر الأجنبية والمترجمة

1. Bertson NB, and Salter, 1964, "Majority and minority Americans: An analysis of magazine Fiction, " Public Opinion Quart. 10.
2. Claes H. devreese, News framing theory and typology, john Benjamins publishing company, London, 2005, P:55.

3. Compiled by joyce M. see: oxford universal dictionary 736,1981, oxford, oxford university press, Hawkins.
4. Dietram Scheufele."Framing as A Theory of Media Effects "journal Of Communicaton.Vol.1.49. No.1 Winter 1999.Pp103-122
5. Helsingin Sanomat: Mass media's Agenda setting function, at: www.valt.helsinki, available.
6. James Watson, Media Communication: An Introduction to theory and Process, 2nd ed. (London: Palgrave Macmillan, 2006). P. 35

تقييم جودة المواقع الإلكترونية للصحف الخليجية

د. إيمان متولي محمد عرفات

أستاذ الصحافة المساعد بجامعة طيبة المدينة المنورة- المملكة العربية السعودية

مقدمة

مع التحولات الهائلة التي يشهدها العالم بفضل التطورات المتلاحقة للتكنولوجيا، واجهت وسائل الاتصال الجماهيري أزمات حقيقية بظهور وسائل التواصل الاجتماعي التي هددت وجودها لسهولة وسرعة وصولها للمتلقي، مما دعا وسائل الاتصال الجماهيري لمنافسة وسائل التواصل الاجتماعي حتى تلاحق التطورات التي فرضتها تكنولوجيا العصر، فأنشأت لها مواقع إلكترونية على الانترنت تستطيع من خلالها التحديث المستمر للأخبار والمعلومات التي تنشرها والمعروفة الآن باسم الصحافة الإلكترونية وتفتح مجالات التفاعل مع الجمهور.

وفي ظل التنافس بين الصحف الإلكترونية لإنشاء مواقع لها على الانترنت ظهرت تحديات عديدة لها، لاسيما مشكلات بطء التحميل، الجمال الإخراجي لمواقعها واستخدامها لأنواع الخطوط التي يدعمها المستعرضات الأكثر استخداماً، ومعايير استخدام الصور وأنواعها، والكثير من التحديات والإشكاليات التي تختلف بدورها عما تواجهه الصحف المطبوعة.

ومع تطور مفاهيم الجودة التي شملت كل شيء في حياتنا بدءاً من مجرد تقديم خدمات عالية الجودة للمتلقي.. إلى تحقيق كل احتياجات وتوقعات المتلقي حاضراً ومستقبلاً، فأصبح لزاماً على الصحف الإلكترونية مراعاة معايير الجودة لتحقيق توقعات المتلقي لكيلا تفقده ويتحول إلى موقع صحيفة أخرى.

لذا تقوم هذه الدراسة على تصميم مقياس لتقييم مواقع الصحف الإلكترونية ثم تطبيقه على الصحف الخليجية لضمان الجودة الشاملة لها.

الإطار العام للدراسة

أهمية البحث

- 1- تسعى هذه الدراسة إلى إثراء المعرفة في مجال تنمية الجودة عالمياً.
- 2- تعد هذه الدراسة من الدراسات الأولى التي تتناول تقييم مواقع الصحف الخليجية الإلكترونية في إطار معايير الجودة.
- 3- استخدام هذه الدراسة في تطوير نموذج لتقييم مواقع الصحف الإلكترونية.
- 4- تعمل هذه الدراسة على إثراء المعرفي في مجال تصميم وإخراج مواقع الصحف الإلكترونية.

المشكلة البحثية

تتنافس كل المواقع الصحفية الإلكترونية في هذه الآونة لتقدم للقارئ موقعا تتوافر فيه كل شروط الجودة ، في حين أنه لم يعد مفهوم الجودة كما أكد مفكر الجودة بيتر Peter بأنه التميز في تقديم الخدمة ، بل أصبح مفهوم الجودة ما أعلنه المفكر كروسبي Crosby بأنه أداء العمل بشكل صحيح من المرة الأولى وكل مرة ، وذلك لسد فجوة الجودة بين مقدم الخدمة والمستفيد منها ، وإنما يتم ذلك بتحسين الأداء والذي يعرفه دركار Drucker بأنه القدرة على الاستمرارية والبقاء بما يحقق التوازن بين رضا المستفيد الداخلي والخارجي ، لذا وجب على كل المؤسسات وضع معايير ومؤشرات لقياس الجودة فيها ، ومن هنا تقوم دراستنا على

تصميم مقياس لجودة المواقع الصحفية الإلكترونية ومن ثم اختباره لتقييم مواقع الصحف الخليجية.

أهداف الدراسة تتمثل في

- 1- تصميم مقياس لتقييم جودة المواقع الصحفية الإلكترونية.
- 2- التعرف على كيفية تصميم صحف الدراسة لصفحاتها.
- 3- الوقوف على مدى سهولة الوصول التي وفرتها صحف الدراسة.
- 4- الكشف عن جودة العملية الإخراجية لصفح الدراسة من حيث: الإنقرائية، وضوح العناوين، أنواع الخطوط وحجمها، استخدام الصور.

تساؤلات الدراسة

- 1- كيف تم تصميم صحف الدراسة لصفحاتها؟
- 2- ما سهولة الوصول التي وفرتها صحف الدراسة؟
- 3- ما جودة العملية الإخراجية لصفح الدراسة من حيث: الإنقرائية، وضوح العناوين، أنواع الخطوط وحجمها، استخدام الصور؟

إجراءات البحث وأدواته

نوع الدراسة

تعد الدراسة من البحوث الاستكشافية الوصفية التي تعمل على وصف خصائص مواقع الصحف محل الدراسة.

مناهج الدراسة

- 1- المنهج المسحي الذي يهدف إلى وصف وتوثيق مواقع الصحف محل الدراسة.
- 2- المنهج المقارن لعقد المقارنة بين موقعي صحف الدراسة، ومدى تطبيق كل منهما لمعايير الجودة.

أدوات جمع البيانات

تقوم الباحثة في هذه الدراسة بتصميم مقياس (1) لتقييم مواقع الصحف وتطبيقه على صحف الدراسة، وتتضمن عملية القياس إعطاء أرقام أو رموز للخصائص أو الأشياء وفق قواعد محددة تطبق بشكل ثابت لا يتغير باختلاف الوقت أو الأشياء.

عينة الدراسة اختارت هذه الدراسة موقعين لصحف خليجية وهما صحيفة الشرق الأوسط السعودية، أخبار الخليج البحرينية، وذلك لتقييم مواقع الصحيفتين في الفترة من 18: 25 يناير 2018.

نظرية الدراسة

نموذج اعتماد التكنولوجيا المتكاملة (2).

يعتمد النموذج المبتكر لنشر الابتكارات وكيفية تأثير التكنولوجيا المتغيرة على تطبيقاتها والتعميمات التي ينظر إليها على أنها "منتجات" للنموذج. وقد قام منظرو هذا النموذج بفحص بعض المفاهيم المتعلقة بمراحل العملية الاتصالية، بما في ذلك خصائص الابتكارات، ومحاولة تطوير فهم أكثر تعقيدا لعملية الانتشار من خلال دمج الأطر النظرية في تطوير نموذج لاعتماد التكنولوجيا نفسها.

الدراسات السابقة

سعت دراسة نجوى عبد السلام (2006)، إلى التعرف على العوامل المؤثرة في يسر استخدام النصوص الإخبارية المقدمة في الصحف الإلكترونية، باستخدام المنهج التجريبي ومن أهم نتائج الدراسة أن النوع والخبرة في استخدام الكمبيوتر لم يمثلوا عوامل مؤثرة في الشعور بالنشنت المعرفي (3).

كشفت دراسة مها عبد المجيد (2007)، عن المتغيرات التي تؤثر في مستويات التفاعلية التي يدركها مستخدمو هذه المواقع والتأثيرات الإيجابية التي تترتب عليها وذلك خلال منظورين وهما التفاعلية الموضوعية التي تعتمد عليها المواقع الصحفية، والتفاعلية كما يدركها الجمهور، واستخدمت المنهج المسحي والشبه تجريبي والملاحظة المباشرة، ومن أهم نتائج الدراسة أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مستويات التفاعلية وخبرات الباحثين في استخدامهم للكمبيوتر والانترنت (4).

وقدمت دراسة أحمد إبراهيم (2008)، قياس للعلاقة بين التفاعلية ومدى تذكر المعلومات، واستخدمت الدراسة المنهج المسحي والتجريبي، ومن أهم نتائجها وجود علاقة ارتباطية بين زيادة درجة التفاعلية وتذكر المتلقي للمعلومات المقدمة له (5).

هدفت دراسة مروة شبل (2009)، إلى التعرف على أثر عناصر الرسالة الإعلامية التي تشمل الصور والمتن والحركة في تذكر مضمون الإعلان من حيث كونها عناصر جرافيكية واتصالية تسهم في التصميم وتمثيل المعلومات، واستخدمت المنهج التجريبي أيضاً، وتوصلت إلى أن التصميم الذي يحتوي على اللون والحركة يساهم في زيادة تمثيل معلومات الرسالة الإعلانية (6).

عمدت دراسة نوال الصفتي (2000)، إلى دراسة مفهوم الصحف المنشورة على الانترنت والتعرف على بنيتها ومدى استخدام الصحف الدولية لتكنولوجيا الانترنت الحديثة من حيث استخدامها للنص الفائق والوسائط المتعددة، واستخدمت المنهج المسحي والمقارن، ومن أهم نتائج الدراسة اعتماد الصحف الدولية على النص الفائق بالدرجة الأساسية في صفحاتهم الرئيسية (7).

أجرى حلمي محسب (2004)، دراسة لتوصيف العناصر البنائية في الصحف المصرية والأمريكية على الانترنت، وذلك للتعرف على استخداماتها وأدوارها ووظائفها وسماتها وخصائصها، واستخدم المنهج المسحي والمقارن، وتوصل إلى أن الصحف الأجنبية كانت الأكثر مراعاة للمعايير الصحيحة في حين أن الصحف المصرية لم تستفد الاستفادة المثلى من النص الفائق ولا الوسائط المتعددة (8).

وقامت دراسة بسنت عبد المحسن (2005)، بالتعرف على احتياجات التلاميذ بالمرحلة الإعدادية في مواصفات الصحيفة الإلكترونية التي تتناسب من حيث الشكل والمضمون وتوصلت إلى مجموعة من المعايير، أهمها ضرورة الاهتمام بالشكل الإخراجي للصفحة الرئيسية وتدعيمها بالوسائط واستخدام الألوان اللامعة في كتابة العناوين (9).

واستهدفت دراسة أحمد عبد الحافظ (2008)، التعرف على تصميم الصفحات الأولى للصحف الإلكترونية المصرية، وتفضيلات القراء الإخراجية لها، من خلال كيفية استخدامها لكل من العناصر التصميمية التقليدية والتكنولوجية، وتوصل الباحث إلى أن العناصر البنائية التقليدية يتم مسحها بجهاز المسح الضوئي من الإصدار الورقي لصحف الدراسة.

وعملت دراسة معين صالح الميتمي (2009)، على توصيف تفضيلات مستخدمي المواقع الإخبارية لتصميم واجهاتها بحيث يتحقق يسر الاستخدام، وتوصلت نتائج الدراسة إلى تفضيل اللون الأزرق والأحمر من قبل مستخدمي المواقع، ويفضلون كذلك ضرورة تواجد خارطة الموقع للوصول للمعلومات (10).

واستهدفت دراسة يوسف أحمد فراويلة (2011)، التعرف على تصميم موقع إخباري يجمع بين معايير الجودة ويسر الوصول والاستخدام وتوصل إلى أن المواقع الإلكترونية تفرط في الاهتمام بالجوانب الجمالية في التصميم وتتجاهل إلى حد ما الجوانب الوظيفية، كما أن هذه المواقع لم تلتزم بمعايير الجودة في التصميم (11).

وبحثت دراسة عائشة محمود أبو هذب (2016)، في تصميم مواقع وكالات الأنباء العالمية الناطقة باللغة العربية وعلاقته بيسر استخدام هذه المواقع للحصول على الأخبار، وقد توصلت لمجموعة من المؤشرات التي تساعد في سهولة ويسر استخدام المواقع (12).

مفاهيم الدراسة

التقييم يعرف ثورندايك وهيجن التقييم بأنه وصف شيء ما، ثم الحكم على قبول أو ملاءمة ما وصف، أما داووني فيعرفه بأنه إعطاء قيمة لشيء ما وفقا لمستويات حددت مسبقا (13).

المعايير تعرف بأنها أعلى مستويات الأداء التي يسعى الفرد للوصول إليها ويتم في ضوءها تقويم مستويات الأداء المختلفة والحكم عليها (14).

الجودة الشاملة هي مجموعة من المواصفات المعايير المحددة التي تعمل باستمرار على تطوير وتحسين الأداء الصحفي (15).

نتائج الدراسة التحليلية

قامت الباحثة في هذه الدراسة بتصميم مقياس لتقييم مواقع الصحف الإلكترونية وتطبيقه على صحف الدراسة، وقد اختارت موقعين لصحف خليجية وهما صحيفة الشرق الأوسط السعودية، أخبار الخليج البحرينية، وذلك لتقييم مواقع الصحفيتين.

وقد اطلعت الباحثة على عينة عشوائية من الإنتاج الفكري مما تيسر الحصول عليه العديد من المراجع والدراسات والبحوث علمية لاستنباط قائمة معايير المقياس الذي صمته.

أهم مصادر الإنتاج الفكري الذي استرشدت به الباحثة

1- WAN –IFRA Reports (16)

ISO 12647 – 3: 2013 Quality Standard for newspaper production

تقرير صادر عن دار WAN –IFRA للنشر، يحمل عنوان معايير الجودة في إنتاج الصحف، وهو يناقش معايير الجودة للصحف الإلكترونية والورقية.

- 2- دراسة جبريل العريشي، منى الغانم (17)، بعنوان تقييم بوابات الجامعات السعودية المتاحة على الانترنت في ضوء المعايير الدولية.
- 3- دراسة نهى جعفر سر الختم (18)، رسالة دكتوراه، بعنوان أسس ومعايير تقييم جودة الصحافة الإلكترونية.
- 4- دراسة فراس محمد العزة (19)، بعنوان معايير جودة المواقع الإلكترونية وتصنيفها.
- من خلال دراسة الباحثة وفحصها للمصادر السابقة قامت بإعداد قائمة من المعايير والتي احتوت على أربعين معيار لضمان جودة مواقع الصحف الإلكترونية، ثم وضعت درجة أهمية لكل معيار من المعايير التي قدمتها لبناء المقياس الذي صمته لتقييم جودة مواقع الصحف الإلكترونية،
أولا معايير الجودة لمواقع الصحف الإلكترونية وهي كالتالي

1 سهولة الوصول إلى الموقع درجة الأهمية 5/5

يجب مراعاة سهولة وصول المستخدم إلى موقع الصحيفة على الانترنت، وبمجرد كتابة الحروف الأولى يظهر رابط موقع الصحيفة مباشرة.

2 سرعة التحميل درجة الأهمية 5/4

يجب تقليل زمن تحميل الموقع وذلك بتقليل حجم الصفحات وتوزيع الوسائط المتعددة بدقة على الصفحات للتقليل من زمن التحميل.

3 تعرف المتصفحات على موقع الصحيفة درجة الأهمية 5/4

يجب مراعاة التوافق مع المتصفحات الشهيرة أثناء تصميم وتطوير موقع الصحف.

4 وجود خريطة لموقع الصحيفة درجة الأهمية 5/4

هي عمل فهرس لصفحات موقع الصحيفة على هيئة محرك بحثي وفقا للترتيب الهرمي وذلك لتصنيف الصحيفة بصورة تسهل من عملية وصول القارئ إلى المعلومات داخل الصحيفة.

5 وجود الرؤية والرسالة والأهداف من الصحيفة (من نحن) درجة الأهمية 5/3

لضمان تحقيق عملية الجودة لموقع الصحف لابد من وضع الرؤية والرسالة والهدف من صدورها وما الجمهور المستهدف وتوجهها.

**6 توفر خدمة إمكانية حفظ وطباعة المحتوى
درجة الأهمية 5/3**

من المهم إتاحة توفير الصحيفة على ملف pdf ليسهل على القارئ طباعته وقراءته في أي وقت يرغب فيه.

**7 وجود لوجو وشعار للصحيفة
درجة الأهمية 5/5**

من الأهمية بمكان وجود لوجو للصحيفة وشعار يرتبطان بها ويعبران عنها حتى يستطيع القارئ التعرف عليها بسهولة.

**8 كتابة التاريخ والوقت
درجة الأهمية 5/5**

من الضروري إعلان الصحيفة توقيت نشرها للمادة التحريرية على موقعها، لتعريف القارئ زمن النشر.

**9 كتابة العدد
درجة الأهمية 5/3**

يؤكد البعض على أهمية كتابة عدد الصحيفة في حين يقلل الآخرون تلك الأهمية.

**10 وجود وصلات لحساب الصحيفة بمواقع التواصل الاجتماعي
درجة الأهمية 5/4**

يجب على أي صحيفة إلكترونية إنشاء حسابات لها على مواقع التواصل الاجتماعي وعمل روابط لها على موقعها الإلكتروني لسهولة تنقل القارئ لها ومتابعتها خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

**11 وجود آلية للبحث في موقع الصحيفة
درجة الأهمية 5/4**

إتاحة خدمة البحث البسيط لضمان سهولة حصول القارئ على ما يبحث عنه في موقع الصحيفة.

**12 وجود وصلات بين الصفحات
درجة الأهمية 5/5**

هي روابط يستخدمها القارئ للتنقل بين طيات الصحيفة، يجب أن تكون معبرة وتدل على محتوى الصفحات المشار إليها.

13 وجود وصلات للرجوع للصفحة الرئيسية

درجة الأهمية 5/5

وهي الروابط التي يستخدمها القارئ بعد إبحاره في صفحات داخلية والرغبة في العودة للصفحة الرئيسية ويجب أن يكون هذا الرابط كوجود في كل الصفحات الداخلية ليسهل على القارئ العودة إلى الصفحة الرئيسية للصحيفة.

14 وجود روابط للموضوعات ذات الصلة

درجة الأهمية 5/5

على الصحف مسؤولية أدبية بتقديم روابط للقارئ يستطيع خلالها الإبحار لصفحات أخرى سواء داخل موقع الصحيفة أو خارجه لإشباع رغبته في المعرفة

15 وجود وصلات لمصادر المعلومة

درجة الأهمية 5/3

إتاحة مصدر المعلومات امام القارئ من معايير الجودة لضمان حق الحصول على المعرفة.

16 وجود وصلات مع الصحيفة

درجة الأهمية 5/5

على الصحف إتاحة طرق لتواصل القراء مع إدارة الصحيفة للرد على استفساراتهم وتلقي آرائهم خاصة بالبريد الإلكتروني أو بنشر التعقيب مباشرة على المواد المنشورة.

17 وجود وصلات مع الصحفيين

درجة الأهمية 5/4

من الضروري وضع طرق تواصل القراء مع صحفيي وكتاب الصحيفة، حتى يسهل عملية قياس رجع الصدى من الرء على ما تنشره الصحيفة خلال صحفييها وكتابها.

18 وجود وصلات مع القوى الفاعلة

درجة الأهمية 5/4

المقصود بوجود وصلات مع القوى الفاعلة هو توفير البريد الإلكتروني من الذين يتصل بهم المواد التحريرية من القوى الفاعلة سواء كانوا سياسيين أو اقتصاديين أو المشاهير من الفنانين والرياضيين.

19 وجود غرف للحوار والدرشة

درجة الأهمية 5/3

غرف الدردشة هي إحدى وسائل التواصل بين الصحيفة وقرائها وتمكن الصحيفة من التعرف على وجهات نظر القراء تجاه الموضوعات المختلفة.

20 وجود أرشيف لأعداد الصحيفة

درجة الأهمية 5/5

وهو حفظ صفحات الصحيفة وموضوعاتها بصورة منتظمة وله طريقتين إما حفظ الموضوعات وفقا لأهميتها وترتيبها الزمني أو إتاحة الأعداد في صورة ملفات.pdf

21 تميز الصفحة الرئيسية

درجة الأهمية 5/5

الصفحة الرئيسية هي مدخل موقع الصحيفة لكل صفحاته، لذا لابد من الاهتمام بتصميمه جيدا ذو عناصر محكمة، فالصفحة الرئيسية تعطي الانطباع الأول عن جودة موقع الصحيفة، فيجب تمييزها عن باقي الصفحات، ولابد من احتوائها على رؤية ورسالة الصحيفة وأهدافها، والتأكد على فاعلية كل الروابط للصفحات الداخلية وخدمات الموقع.

22 وحدة الشعار

درجة الأهمية 5/5

يجب وضع شعار واحد للصحيفة بنفس الخطوط والحجم في كل الأوقات وفي موقع ثابت في كل الصفحات.

23 وحدة اللافتة

درجة الأهمية 5/5

من الضروري تصميم لافتة ثابتة لا تتغير بتغير أعداد الصحيفة حتى تساهم في الحفاظ على شخصية ووحدة الصحيفة.

24 تنوع تصميم الصفحات مع الحفاظ على وحدة التصميم الأساسية

درجة الأهمية 5/4

على الصحف الإلكترونية التنوع في أساليب تصميم صفحاتها مع الحفاظ على التصميم الأساسي للصحيفة، وذلك لعدم تسريب الملل إلى القارئ لشعوره بالرتابة في التصميم.

25 الإنقرائية ووضوح حجم الحروف

درجة الأهمية 5/4

وهي العمل على سهولة القراءة وذلك باستخدام حجم الحروف المناسب بدون إجهاد عين القارئ.

26 التنوع في استخدام نوع الحروف

درجة الأهمية 5/4

يجب التنوع في استخدام الخطوط بحيث يتراوح من نوعين أو ثلاثة على الأكثر حتى لا يشتت القارئ.



27 جاذبية العناوين

درجة الأهمية 5/5

وهي تعني إضفاء الجاذبية على العناوين من حيث حجم الخط واستخدام الألوان.

28 التنوع في استخدام أنواع العناوين

درجة الأهمية 5/4

على الصحيفة استخدام أنواع العناوين المختلفة لجذب انتباه القراء وإصباح الصحيفة بعدم الرتابة.

29 التنوع في اشكال النصوص الفانقة

درجة الأهمية 5/3

يجب مراعاة استخدام أشكال مختلفة من الروابط والتنوع ما بين الرابط النصي والرابط الجرافيكي.

30 توظيف الألوان

درجة الأهمية 5/4

يجب عند توظيف الألوان الأخذ في الاعتبار رؤية العين للألوان وتأثيرات العجلة اللونية.

31 التنوع في الخلفيات

درجة الأهمية 5/3

من الضروري إيجاد تباين عالي بين النصوص والخلفيات حتى تسهل عملية القراءة وإراحة العين.

32 وجود مساحات بيضاء مناسبة

درجة الأهمية 5/4

وذلك بتوفير مسافات بين السطوع ويكون الاتساع بين الحروف مناسباً لتعزيز الإنقرائية.

33 توظيف الحدود والفواصل

درجة الأهمية 5/2

المقصود بها الفواصل التنظيمية والجمالية التي تفصل بين المواد التحريرية بعضها البعض.

34 توظيف الصور

درجة الأهمية 5/5

الصور إحدى وسائل الإبراز الإخراجية الهامة ولكن يجب أن تنتبه الصحف بعدم الإفراط في استخدامها.

35 توظيف الرسوم التعبيرية

درجة الأهمية 5/3

وهي الرسوم اليدوية التي تصاحب المواد التحريرية لإضفاء الشكل التعبيري لتقرب للقارئ الموضوع وتجعله يعيش في إطاره.

36 توظيف الرسوم التوضيحية

درجة الأهمية 5/4

وهي الرسوم التي تصاحب المواد التحريرية لتدعمها بالحقائق والمعلومات والإحصائيات والخرائط.

37 توظيف الرسوم الكاريكاتيرية

درجة الأهمية 5/4

وقد تقدمها الصحيفة منفردة أو مكملة لموضوع ما ومن خلالها تستطيع الصحيفة إيصال رسالة ما في إطار ساخر.

38 توظيف الصوت

درجة الأهمية 5/2

توظف الصحف الإلكترونية الصوت باستخدام العديد من الملفات، سواء عن طريق تحميلها أو بالبت المباشر.

39 توظيف الرسوم المتحركة

درجة الأهمية 5/3

تقوم الرسوم المتحركة بالعديد من الوظائف في الصحافة الإلكترونية، فهي تساهم في تمديد مساحة الصفحة وتقدم قيمة جمالية وتثبت الحركة والحيوية على الصفحة.

40 توظيف الفيديو

درجة الأهمية 5/5

ينبع أهمية الفيديو من أنه تجسيد للأحداث، فهو يجعل القارئ يتعاش مع الحدث، لكن يعيبه التأثير على سرعة التحميل.

ثانياً تطبيق المقياس على صحف الدراسة

وقد قامت الباحثة باختيار صحيفتين خليجيتين لتطبيق المقياس الذي صممته عليهما لقياس مدى جودتهما وهما صحيفة الشرق الأوسط السعودية وصحيفة الخليج البحرينية،

كما يوضح الجدول التالي فقد حصل كل موقع من موقعي الصحيفتين على درجة من عشرة في كل معيار من معايير المقياس، ثم ضرب هذه الدرجة في معامل الأهمية للحصول على الدرجة الموزونة، ثم تم الحصول على المجموع الكلي لحاصل جمع الدرجات الموزونة لكل موقع من موقعي الدراسة.



صحيفة أخبار الخليج		صحيفة الشرق الأوسط		المقياس			المؤشرات المعيارية لتقييم الصحف الإلكترونية	م
الوزن النسبي	الدرجة المحققة	الوزن النسبي	الدرجة المحققة	الوزن النسبي للمؤشر	درجة الأهمية للمؤشر	درجة المؤشر		
10	10	10	10	10	5/5	10	سهولة الوصول إلى الموقع	1
6.4	8	6.4	8	8	5/4	10	سرعة التحميل	2
8	10	8	10	8	5/4	10	تعرف محركات البحث على موقع الصحيفة	3
6.4	8	6.4	8	8	5/4	10	وجود خريطة لموقع الصحيفة	4
4.2	7	3	5	6	5/3	10	وجود الرؤية والرسالة والأهداف من الصحيفة (من نحن)	5
6	10	6	10	6	5/3	10	توفر خدمة إمكانية حفظ وطباعة المحتوى	6
10	10	10	10	10	5/5	10	وجود شعار للصحيفة	7
10	10	8	8	10	5/5	10	كتابة التاريخ والوقت	8
6	10	4.2	7	6	5/3	10	كتابة العدد	9
8	10	8	10	8	5/4	10	وجود وصلات لحساب الصحيفة بمواقع التواصل الاجتماعي	10
8	10	8	10	8	5/4	10	وجود آلية للبحث في موقع الصحيفة	11
10	10	10	10	10	5/5	10	وجود وصلات بين الصفحات	12
10	10	10	10	10	5/5	10	وجود وصلات للرجوع للصفحة الرئيسية	13
9	9	8	8	10	5/5	10	وجود روابط للموضوعات ذات الصلة	14
0	0	0	0	6	5/3	10	وجود وصلات لمصادر المعلومة	15
10	10	10	10	10	5/5	10	وجود وصلات مع الصحيفة	16
0	0	3.2	4	8	5/4	10	وجود وصلات مع الصحفيين	17
0	0	0	0	8	5/4	10	وجود وصلات مع القوى الفاعلة	18
0	0	0	0	6	5/3	10	وجود غرف للحوار والردشة	19
10	10	10	10	10	5/5	10	وجود أرشيف لأعداد الصحيفة	20
10	10	10	10	10	5/5	10	تميز الصفحة الرئيسية	21
10	10	10	10	10	5/5	10	وحدة الشعار	22
10	10	10	10	10	5/5	10	وحدة اللافتة	23
4.8	6	6.4	8	8	5/4	10	تنوع تصميم الصفحات مع الحفاظ على وحدة التصميم الأساسية	24
7.2	9	8	10	8	5/4	10	الإنقرائية ووضوح حجم الحروف	25
6.4	8	8	10	8	5/4	10	التنوع في استخدام نوع الحروف	26
6	6	8	8	10	5/5	10	جاذبية العناوين	27
4	5	6.4	8	8	5/4	10	التنوع في استخدام العناوين	28
4.8	8	4.8	8	6	5/3	10	التنوع في أشكال النصوص الفاتحة	29
6.4	8	4	5	8	5/4	10	توظيف الألوان	30

3.6	6	4.2	7	6	5/3	10	التنوع في الخلفيات	31
6.4	8	8	10	8	5/4	10	وجود مساحات بيضاء مناسبة	32
2.8	7	2.8	7	4	5/2	10	توظيف الحدود والفواصل	33
10	10	10	10	10	5/5	10	توظيف الصور	34
4.8	8	4.8	8	6	5/3	10	توظيف الرسوم التعبيرية	35
6.4	8	6.4	8	8	5/4	10	توظيف الرسوم التوضيحية	36
6.4	8	6.4	8	8	5/4	10	توظيف الرسوم الكاريكاتيرية	37
0	0	0	0	4	5/2	10	توظيف الصوت	38
0	0	0	0	6	5/3	10	توظيف الرسوم المتحركة	39
5	5	8	8	10	5/5	10	توظيف الفيديو	40
247	292	255.4	301	322	5/5	400	الإجمالي	

يتضح من الجدول السابق أن موقع صحيفة الشرق الأوسط السعودية حقق 301 درجة من 400 وكانت درجته الموزونة 255.4 من مجموع الدرجات الموزونة لكل المعايير وهي 322 وهو ما يعني توافق موقع صحيفة الشرق الأوسط مع معايير جودة المواقع الإلكترونية بنسبة 79.3 %، في حين كانت الدرجة الموزونة لجودة موقع صحيفة الخليج البحرينية 247 أي يتوافق مع معايير الجودة وفقا للمقياس بنسبة 76.7 %.

ثالثا مناقشة نتائج الدراسة

- اتسم كلا موقعي صحف الدراسة بسهولة الوصول إليهما حيث تم تصميمهما بطريقة سهلة التصفح والإبحار خلالهما للحصول على المعلومات التي يبحث عنها القارئ ببسر وسهولة، وقد وضع شريط القوائم في مواضع مناسبة.
- واستغرقت الفترة الزمنية لفتح الموقع وقت مناسب إلى حد ما لكنه لا يضاهي سرعة مواقع الصحف الكبرى، فقد كان متوسط الفترة التي يفتح فيها الموقعان من أربع إلى خمس ثوان طوال فترة الدراسة.
- اعتمدت الباحثة على محرك البحث جوجل للتعرف على ترتيب مواقع صحف الدراسة عند كتابة كلمة "صحيفة" خليجية ووجدتها احتلت مركزا متراجعا، بينما عند اختبار تعرف المتصفحات المشهورة لها وجدت أن أكثر المتصفحات تتعرف على موقعي صحيفتي الدراسة ومنها OPERA، FIRE FOX ،

INTERNET EXPLORER

- بالنسبة لموقع صحيفة الشرق الأوسط لا يوجد لديه سوى وسائل التواصل الاجتماعي وبعض المعلومات عن المؤسسة مثل (شروط الانتفاع) ولا يوجد رؤية ولا رسالة ولا أهداف، هذا في الوقت الذي وفرت فيه صحيفة الخليج البحرينية بعض المعلومات عن الصحيفة (عن أخبار الخليج) لكن لم تذكر أي توجهات لها ولم تذكر رؤيتها ولم تذكر شيئاً عن رسالتها ولا الأهداف التي تنو إليها ولم يحدد كلا من موقع الصحيفتين من الجمهور المستهدف لهما.
- وفر كل من موقعي صحف الدراسة نسخة مطبوعة من الصحيفة أو من بعض صفحاتها.
- حرصت كلتا الصحيفتين على وضع شعار لها فكان شعار صحيفة الشرق الأوسط السعودية "جريدة العرب الدولية" بينما شعار صحيفة الخليج البحرينية "الجريدة اليومية الأولى في البحرين"
- عمدت صحيفة الشرق الأوسط السعودية على كتابة التاريخ والوقت عند الدخول للخبر فقط وليس على الصفحة الرئيسية، لكنه متوفر في الصفحة الرئيسية على نسخة ال pdf، بينما حرصت صحيفة الخليج البحرينية على كتابة التاريخ بالميلادي والهجري في أعلى الصفحة الرئيسية للموقع، بالإضافة إلى كتابة منذ كم من الوقت مضى على نشر المادة التحريرية.
- عمدت صحيفة الشرق الأوسط السعودية إلى عدم كتابة عدد الصحيفة لكنها حرصت على كتابته في النسخة الورقية الموجودة بصيغة pdf، في الوقت الذي حرصت صحيفة الخليج البحرينية على كتابة العدد في كل الأحوال.
- حرصت موقع كلا الصحيفتين على إيجاد وصلات لحساباتهما على مواقع التواصل الاجتماعي من الفيس بوك وتويتر وانستجرام.
- عمل موقع صحيفتا الدراسة على وجود آلية للبحث في موقعيهما.
- وفرت صحف الدراسة وصلات بين الصفحات لتسهيل عملية التصفح من قبل القارئ والتي تميزت بسهولة التنقل بين الصفحات.
- تميز موقعي صحف الدراسة بوجود وصلات في كل صفحات الموقع للرجوع للصفحة الرئيسية بسهولة وبسر.
- أوجدت صحف الدراسة روابط للموضوعات ذات الصلة وكانت تحت مسمى (مواضيع ذات صلة) في صحيفة الشرق الأوسط السعودية، وبمسمى (اقرأ أيضاً) في صحيفة الخليج البحرينية، لكن ما يلاحظ على موقع الصحيفتين أنه لم يتم وضع روابط لخارج صحفهما.
- لا يوجد وصلات لمصادر المعلومة في كلا الصحيفتين.

- أما عن وجود وصلات مع الصحيفة فقد وفر موقع كلا الصحفيين البريد الإلكتروني للتواصل مع الإدارة، وقد خصصت صحيفة الخليج أيقونة (اتصل بنا) تحتوي على أرقام تليفونات وفاكس المكتب الرئيسي والإعلانات والتحرير.
- لم يوفر موقع كلا الصحفيين أي وصلات مع الصحفيين، فقط قدم موقع صحيفة الشرق الأوسط السعودية تعريفا لبعض الكتاب عند الضغط على اسم الكاتب يظهر كل المقالات التي كتبها في الصحيفة.
- لا يوجد وصلات مع القوى الفاعلة في موقع كلا الصحفيين، كما لا يوجد غرف للحوار والردشة في الموقعين أيضا.
- يتميز موقعا صحف الدراسة بوجود أرشيف لأعداد الصحيفة، حيث موقع صحيفة الشرق الأوسط الأعداد كاملة بصيغة pdf، بينما توفر صحيفة الخليج المعلومات مرتبة ومنظمة وفقا للتاريخ من الأحدث إلى الأقدم.
- تميزت الصفحة الرئيسية في كلا موقعي صحف الدراسة ، حيث تتميز صحيفة الشرق الأوسط بصفحة رئيسية لا يوجد بها سوى إعلانات وتبويب للأقسام ووسائل التواصل الاجتماعي ولا تحوي أي مواد إخبارية لكنها لم جذابة ولم تستفد من الألوان واحتوت الصفحة الرئيسية على توفير العدد pdf ووصلات توضح من هو رئيس التحرير وهيئة التحرير وشروط الانتفاع والإعلان والاشتراكات والتوزيع واللغات التي تتوافر فيها الصحيفة وهي (العربية - الانجليزية - الفارسية - الأردو - التركية) ، في حين تميزت الصفحة الرئيسية في موقع صحيفة الخليج بشريط إخباري متحرك مع صور مقاس كبير مع تعليق متحركة لكن الحركة في اتجاهين مختلفين مما يرهق عين القارئ.
- عمل موقع صحيفتنا الدراسة على وحدة الشعار واللوجو وذلك من خلال وضع خريطة لأفريقيا وآسيا مع عبارة جريدة العرب الدولية، موحدة في كل الصفحات بنفس المقاس والمكان وفي كل أعداد صحيفة الشرق الأوسط السعودية، كما عملت صحيفة الخليج البحرينية على نفس الشيء من خلال وضع خريطة للخليج العربي مع عبارة جريدة الجريدة اليومية الأولى في البحرين، موحدة في كل الصفحات بنفس المقاس والمكان وفي كل الأعداد.
- لم تعمل صحف الدراسة على عمل تنوع في تصميم الصفحات مع الحفاظ على وحدة التصميم الأساسية، والعمل على إخراج كل الصفحات بنفس الطريقة ما عدا قسم أعمدة في صحيفة الخليج، وهو ما عمل على رتابة شكل الموقعين.
- حرص موقع صحيفتي الدراسة على الإيقراطية ووضوح حجم الحروف فقد استخدمت صحيفة الشرق الأوسط السعودية في العناوين والمتن خط تايمز نيو رومان وهو من الخطوط الواضحة بحجم في

العنوان 22.5، 27، وحجم المتن 16.5، أما صحيفة الخليج البحرينية فقد استخدمت العناوين في حجم 19.5، 18، 13، 14، المتن اما المتن استخدمت حجم 13 بخط تايمز نيو رومان أيضا.

- أما عن التنوع في استخدام أنواع الحروف ، فقد تنوعت صحيفة الشرق الأوسط في استخدام الحروف تنوعا كبيرا ، فقد استخدمت في الكتابة بحروف اللغة العربية خط تايمز نيو رومان ، وأريال ، واستخدمت في حروف اللغة الانجليزية حروف ونقط وأرقام خط Awsat Light 16.5 ، لكنها استخدمت في طبعتها الانجليزية خط Minion Pro حجم ، 22.5، 27، بالعناوين وحجم 16.5 في المتن . ، أما عن صحيفة الخليج البحرينية فقد استخدمت في حروف اللغة العربية خط تايمز نيو رومان وأريال أما عن حروف الانجليزية GE_SS_Two حجم 14، أما النقط والأرقام فاستخدمت خط جريتا Greta نفس الحجم .

- وعن جاذبية العناوين فهي لم تتوافر في كلتا الصحيفتين ، فقد استخدمت صحيفة الشرق الأوسط تستخدم العناوين الثانوية مع الرئيسية أعلى الموضوعات لكنها لا تضع عناوين فرعية بين الفقرات ، واعتمدت عليها كلها منطلقا من اليمين ، وأحيانا يوضع فاصل بعرض الخبر تحت العنوان مما يؤثر على وحدة الموضوع ، وبالانتقال إلى موقع صحيفة الخليج البحرينية نجدها تضع عناوين فرعية لكنها غير مميزة أي بنفس حجم الخط وحروفها بيضاء وأحيانا تضع العناوين باللون الرمادي مما يقلل من جاذبيتها وغالبا تكون بحروف سوداء ويكون المتن هو باللون الرمادي مما يرهق عين القارئ ، أحيانا يوضع فاصل بعرض الخبر تحت العنوان مما يؤثر على وحدة الموضوع ، كما أنه كذلك توضع الإعلانات في وسط المادة التحريرية لتفصلها شطرين مما يؤثر على وحدة الموضوع ، كما يوجد خلط في أنواع العناوين ما بين العنوان التمهيدي والرئيسي والفرعي عندما تستخدم في الأخبار الهامة ، كلها منطلقا من اليمين ومن النادر استخدام العنوان الموسطن ، فلا يوجد تنوع في استخدام أنواع العناوين كما أنها لا تتوافر فيها الجاذبية للقارئ.

- التنوع في اشكال النصوص الفائقة، تنوعت الروابط في الصحيفتين ما بين الروابط النصية الصور والايقونات.

- لم تستفد صحيفة الشرق الأوسط من الألوان ولم توظفها في موقعها، بينما وظفتها إلى حد ما صحيفة الخليج البحرينية، فقد وظفت الألوان في شريط التبويب وبعض المواد التحريرية.

- لم تقدم صحيفتا الدراسة تنوعا في الخلفيات (الأرضيات)، فقد ثبتت الأرضيات بيضاء أو رمادية في صحيفة الشرق الأوسط، وكانت على الدوام بيضاء في صحيفة الخليج.

- وجود مساحات بيضاء مناسبة في موقعي صحف الدراسة، فقد وفرت صحيفة الشرق الأوسط مسافات بين الأسطر، ولم تزيد عدد الكلمات في السطر الواحد عن 20 كلمة، والمسافة بين الأسطر

مقدارها 1.15، في حين كانت مسافات بين الأسطر في صحيفة الخليج عند استخدام خط أريال بنط 15 كانت المسافة 1.15، وعند استخدام خط مع تايمز نيو رومان بنط 15 المسافة 1 فقط ولم تزيد عدد الكلمات في السطر الواحد عن 16 كلمة.

- لم تقم صحيفتا الدراسة بتوظيف الحدود والفواصل لتوظيفاً جيداً، بل العكس التام، أحيانا يتم وضع فاصل بعرض الخبر تحت العنوان مما يؤثر على وحدة الموضوع.

- وعن توظيف الصور فقد استطاعت صحف الدراسة بالتوظيف المناسب للصور، فقد تنوعت صحيفة الشرق الأوسط في الصور الشخصية ذات الخلفيات المختلفة وليست موحدة وذات إطار دائري ن وتميز مقياس الصور الموضوعية بالثبات 4.88 بوصة ارتفاع في عرض 8.73 بوصة، أما عن صحيفة الخليج فاستخدمت الصور الشخصية ذات الخلفيات الموحدة بيضاء اللون تبدو وكأنها مفرغة من الصفحة، واستخدمت الصور الموضوعية بمقاسات مختلفة.

- لم توظف صحف الدراسة الرسوم التعبيرية توظيفاً جيداً حيث إنها لم تهتم بها إلا في بعض الأقسام منها (رمضانيات - الانتخابات الأمريكية 2016 - ريو 2016 - يورو 2016) فقط، وهو ما اتبعته أيضاً صحيفة الخليج حيث إنها لم تستخدم الرسوم التعبيرية طوال فترة التحليل إلا في أقسام بريد القراء - الخليج الطبي.

- وعند الانتقال للحديث عن توظيف الرسوم التوضيحية نجد أنها لم تكن أفضل حالاً من الرسوم التعبيرية، فلم تستخدمها صحف الدراسة، الشرق الأوسط والخليج إلا في الأقسام الاقتصادية في فترة الدراسة.

- وعن توظيف الرسوم الكاريكاتيرية، فلم تحسن صحف الدراسة توظيفه، حيث استخدمت كل من صحيفتي الشرق الأوسط والخليج الكاريكاتير بشكل منفصل خاصة في الموضوعات السياسية ولم تقرنه مع أي مادة تحريرية.

- كما لم توظف صحف الدراسة الصوت والرسوم المتحركة على الإطلاق في فترة الدراسة.

- أما عن الفيديو ، لم توظفها صحيفة الشرق الأوسط في كل الصفحات واعتمدت على الصور الفوتوغرافية فقط ، لكنها خصصت صفحة واحدة تحت مسمى (الوسائط المتعددة) والتي تحتوي في المتوسط على 13 فيديو كل منهم في حدود الدقيقة ، لكنها جعلت من الصفحة ثقيلة والفيديوهات صعبة التحميل وهي من النوع الذي يحمل أولاً ثم التشغيل مما يستغرق من القارئ وقتاً أطول للحصول على مقطع الفيديو الذي أتاحته الصحيفة ، بينما لم تستخدم صحيفة الخليج أكثر من ثلاث فيديوهات في العدد الواحد وتربطهم ب انستجرام ، والفيديو لا يزيد عن الدقيقة ، وهو من النوع الذي يعرض مباشرة ، سريع التحميل يعرض فوراً.

- مما سبق يتضح لنا أن كلتا الصحفيين لم تستفد من كثير من الإمكانيات التي أتاحتها تكنولوجيا الويب، وعليها العمل على الاستفادة القصوى من تلك التكنولوجيا، للحصول على الجودة الشاملة لمواقعها.

رابعا التوصيات

- 1- الاهتمام بعمل روابط للتواصل بين القراء والصحفيين.
- 2- الاهتمام بعمل روابط للتواصل بين القراء ومصادر المعلومات.
- 3- الاهتمام بعمل روابط للتواصل بين القراء والقوى الفاعلة.
- 4- الاهتمام بالعناصر الإخراجية التي تزيد من جاذبية مواقع الصحف مثل، الكاريكاتير، الصوت، الرسوم المتحركة، الفيديو.
- 5- اهتمام الصحف في مواقعها بمجال المعايرة والقياس والتقييم.
- 6- ضرورة اهتمام البحوث العلمية في المجالات الإعلامية بتطوير عمليات المعايرة والقياس والتقييم.
- 7- دراسة المقياس الذي صممه الباحثة والعمل على تطويره.

(1) قام بتحكيم المقياس كل من

- الأستاذ الدكتور سليمان صالح أستاذ الإعلام بجامعة القاهرة.
- الأستاذ الدكتور المشارك دلال جرايدة أستاذة الإحصاء بجامعة طيبة.
- الدكتور عبد العال حمزة حسن محمد صالح خبير الجودة والاعتماد بجامعة الأمير مقرن بن عبد العزيز.
- الأستاذ مشعل المحلاوي رئيس مجلس إدارة صحيفة عيون المدينة الإلكترونية.

(2) David J. Atkin , Daniel S. Hunt & Carolyn A. Lin , Diffusion Theory in the New Media Environment: Toward an Integrated Technology Adoption Model , mass communication and society , volume 18 , 2015 issue 5 : A Symposium on Mass Communication Theory , 2015, pages 623-650.

Available at

<http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/15205436.2015.1066014?src=recsys>

- (3) نجوى عبد السلام ، العوامل المؤثرة في سهولة استخدام النصوص الإخبارية على شبكة الانترنت ، دراسة تجريبية ، المؤتمر الخامس والعشرون للجمعية الدولية لبحوث والاتصال والإعلام ، مجتمع المعرفة ، القاهرة ، الجمعية الدولية لبحوث الاتصال والإعلام ، 2006م.
- (4) مها عبد المجيد ، المتغيرات المؤثرة على التفاعلية في النشر الصحفي على شبكة الانترنت ، دراسة تحليلية وشبه تجريبية ،
- (5) أحمد محمد إبراهيم ، أثر التفاعلية المتاحة في الصحف الإلكترونية العربية على تذكر المعلومات ، دراسة تجريبية ،
- (6) مروة محمد شبل ، تصميم الإعلان الإلكتروني على شبكة الانترنت وأثره في تذكر مضمون الإعلان في إطار نظرية تمثيل المعلومات ، دراسة تجريبية على عينة من طلاب الجامعة ،
- (7) نوال الصفتي ، مفهوم الصحافة الدولية وبنيتها على الانترنت ،
- (8) حلمي محسب ، إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الانترنت ، دراسة تطبيقية مقارنة بي الصحافيتين المصرية والأمريكية ، رسالة ماجستير ، جامعة جنوب الوادي ، كلية الآداب ، قسم الإعلام ، 2004م.
- (9) بسنت عبد المحسن العقباوي ، تصميم صحيفة إلكترونية لتلاميذ المرحلة الإعدادية ،
- (10) معين صالح الميتمي ، تفضيلات مستخدمي الانترنت لتصميم المواقع الإخبارية العربية ،
- (11) يوسف الرفاعي أحمد فراويلة ، العلاقة بين تصميم المواقع الإخبارية ويسر استخدام المكفوفين لها وتفاعلهم معها: دراسة شبه تجريبية على عينة من الطلاب والطالبات الأكفاء بالمرحلة الجامعية ، رسالة ماجستير ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، قسم الصحافة ، 2011م.

(12) عائشة محمود عاطف أبو هذب، في تصميم مواقع وكالات الأنباء العالمية الناطقة باللغة العربية وعلاقته ببسر استخدام هذه المواقع للحصول على الأخبار، رسالة ماجستير، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2016م.
(13) توفيق محمد عبد المحسن، قياس الجودة والقياس المقارن، أساليب حديثة في المعايرة والقياس، القاهرة: دار الفكر العربي 2006م.
(14) علاء محمد سيد قنديل، معايير الجودة الشاملة في العمليات الإدارية التعليمية، القاهرة مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، ط1 2010م.
(15) توفيق محمد عبد المحسن، مرجع سابق.

(16) ISO 12647 – 3: 2013 Quality Standard for newspaper production, WAN – IFRA for Publishing, Frankfurt , Germany ,
Available at
http://www.graficar.si/vzemisi/34/WAN-IFRAnewspaper26v5_info.pdf

(17) جبريل العريشي ، منى غانم ، تقييم بوابات الجامعات السعودية المتاحة على الانترنت في ضوء المعايير الدولية ، مجلة دراسات المعلومات ، معهد الملك سلمان للدراسات والخدمات الاستشارية ، العدد 11 ، مايو 2011م ،

متاح على

<http://crmang.com/download/%D8%AA%D9%82%D9%8A%D9%8A%D9%85%20%D8%A8%D9%88%D8%A7%D8%A8%D8%A7%D8%AA%20%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%A7%D9%85%D8%B9%D8%A7%D8%AA%20%D8%A7%D9%84%D8%B3%D8%B9%D9%88%D8%AF%D9%8A%D8%A9%20%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AA%D8%A7%D8%AD%D8%A9%20%D8%B9%D9%84%D9%89%20%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%86%D8%AA%D8%B1%D9%86%D8%AA%20%D9%81%D9%8A%20%D8%B6%D9%88%D8%A1%20%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B9%D8%A7%D9%8A%D9%8A%D8%B1%20%D8%A7%D9%84%D8%AF%D9%88%D9%84%D9%8A%D8%A9.pdf>

(18) نهى جعفر سر الختم ، أسس ومعايير تقييم جودة الصحافة الإلكترونية ، قسم الصحافة والنشر ، كلية علوم الاتصال ، جامعة السودان ، 2014م.

Available at

<http://repository.sustech.edu/handle/123456789/11179>

(19) فراس محمد العزة ، بعنوان معايير جودة المواقع الإلكترونية وتصنيفها ،

متاح على

<http://www.zuj.edu.jo/Arabic/pdf/Quality/study5.pdf>

دور الاعلام وكنيات العلوم الاسلامية في بث الهوية الاسلامية والدعوة الى الوسطية ونبذ التطرف والغلو

أ.د. احمد مناف حسن القيسي

المقدمة

الحمد لله مستحق الحمد والصلاة والسلام على من لا نبي من بعده وعلى اله وصحبه وسلم الى يوم الدين وبعد فان للفكر التربوي دورا عظيما في تقويم العقول وتوجيهها نحو الصواب ولاشك ان حماية عقول الشباب كانت ومازالت مكفولة بحماية التربويين ففي كل زاوية تجد لهم جهودا مشكورة يبذلونها مع النشء حتى يخرجوا لنا جيلا عظيما من بناء وحماة الامة وها نحن نرى جهودهم المبذولة في تربية النشء ونطلب منه مزيدا من ذلك لمواجهة تحديات العصر وتقع المسؤولية في الاول والاخير على مؤسسات الدولة في تسخير الامكانيات التي يحتاجها التربويون لبذل جهودهم في تحصين الشباب من الفكر المنحرف ثم توجيهه نحو الفكر الذي يخدم دينه وامته بدلاً من اعتناق هذه الافكار الهدامة التي تدمر مستقبل الشباب وتؤدي به الى الهاوية السحيقة، ثم انه من الامور التي لا خلاف فيها ان الجهود التي يبذلها التربويون كفيلة بالوقاية من استثناء هذا المرض العضال فحري بنا نحن افراد المجتمع بشتى اطرافه ان نضع ايدينا بأيديهم ونبارك لهم جهودهم بالدعم السخي في جميع ما يحتاجونه فكثير منهم يحتاج الى هذا الدعم ولن يتأتى هذا الدعم حتى يتولد شعور لدى جميع الدارسين في كليات الشريعة بأن هذه النعمى نعمى الأمن هي حاجة الجميع، ومن هنا تتولد المسؤولية عليهم افراداً وجماعات ومؤسسات لبذل اقصى جهودهم من اجل احلال الأمن ومن ثم عودة النهضة للبلاد ولتعود على الجميع بالنفع والخير العميم.

ان الشخصيات التربوية هي شخصيات ذات قدرة على استقراء واقعها ودراسة مشاكله الاجتماعية وتكوينها وهم الاقدر من غيرهم في التعامل معها وهذا يؤكد لنا ضرورة القيام بجميع ما يمكننا من خلال مساعدتهم وبذل اقصى الجهود التي تجعلهم يفعلون نظرياتهم في دراسة هذه المشاكل والظواهر الاجتماعية وبعد ذلك سنجني ثمرة هذا التعاون ليس في تقييم العقول الناشئة فحسب بل في توجيهه التربوي السليم ايضاً والذي يجعلهم عناصر فعالة في مجتمعاتهم وينمي روح الذل والعطاء على الدوام عندهم لتراب هذا الوطن العظيم وكان سبب اختياري للموضوع لما له من اهمية كبيرة خصوصا بعد ان انتشر الغلو والتطرف بأسبابه الكثيرة ولذا صار من الواجب بيان اسبابه وطرق علاجه وابرار دور كليات العلوم الاسلامية في محاربة الغلو والتطرف من خلال منهاجها المعتدلة ودعوتها الى الوسطية وتخريج جيل ناشئ يحارب الغلو والتطرف ويرشد الناس الى جادة الصواب .

فستلزم البحث ان يكون من مقدمة واربعة مباحث وخاتمة توجت هذا البحث فتناولت في المبحث الاول تعريف الغلو والتطرف لغة واصطلاحا والمبحث الثاني أهم أسباب الغلو أسباب من الاعلام المجتمع

والمبحث الثالث طرق وسبل معالجة الغلو والتطرف والمبحث الرابع دور كليات العلوم الاسلامية في بث الهوية الاسلامية والدعوة الى الوسطية ونبذ الغلو والتطرف
كما اشتمل على خاتمة بأهم نتائج هذا البحث.

فأسأل الله تعالى ان يكون عملي هذا خالصا لوجه الكريم وان ينفع به الاسلام والمسلمين والوطن والحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على سيدنا محمد وعلى إله وصحبه اجمعين ومن سار على نهجهم الى يوم الدين.

المبحث الاول:

تعريف التطرف والغلو.

التطرف لغة: فمن الطرف، وهو الناحية من الشيء. يقال: تطرف، إذا انتحى ناحية من الشيء، أي ابتعد عن لبه ووسطه. وقال أبو عبيد، المَطْرُوفَةُ - التي تطرف الرجل لا تثبت على واحد، أبو زيد، وكذلك الرجل، أبو عبيد، وامرأة طامح الطرف - وهي ضد القاصرة الطرف⁽ⁱ⁾

ويقال تطرفت الشمس دنت للغروب ومنه تنحى وفي كذا جاوز حد الاعتدال ولم يتوسط والشيء. (ii)

الغلو: غلا السعُرُ يغلو غلاءً ممدود، وغلا الناس في الأمر، أي: جاوزوا حدّه، كغلو اليهود في دينها. ويقال: أغليت الشيء في الشراء، وغاليت به. والغالي يغلو بالسهم غلواً، أي: ارتفع به في الهواء، والسهم نفسه يغلو. والمغالي بالسهم: الرفع يده يريد به أقصى الغاية، وكل مَرَمَاة منه غلوة. والمغلاة: سهم يتخذ لمغلاة الغلوة، ويقال: المغلى بلا هاء في لغة... والفرسخ التام: خمس وعشرون غلوة. والدابة تغلو في سيرها غلواً، وتغتل بخفة قوائمها. يقال غلا في الأمر غلواً، أي جاوز حدّه. هذا هو المعنى اللغوي العام للكلمة. (iii)

المصطلح عليه في الشريعة الإسلامية، فهو تجاوز الحد المشروع في المعتقد

أو السلوك. ومن ذلك قول الله تعالى: ﴿ يَا أَهْلَ الْكِتَابِ لَا تَغْلُوا فِي دِينِكُمْ وَلَا تَقُولُوا عَلَى اللَّهِ إِلَّا الْحَقَّ ﴾ (النساء:171).

أما المعنى المصطلح عليه لهذه الكلمة، فهو الابتعاد عن الوسط الذي هو العدل المقرر ميزانه في كتاب الله وسنة رسوله، والانحياز إلى أحد طرفيه المتجه إلى تكلف الشدة، أو المتجه إلى قصد التساهل والتملص من المسؤولية.

فبين الكلمتين اتفاق في «المصداق» وإن كان بينهما اختلاف في المفهوم الذهني. ومما لا ريب فيه أن كتاب الله تعالى قد نهى عن الغلو في أكثر من مناسبة.. ونظراً إلى أنّ مصداق الكلمتين واحد كما قلت، إذن فقد كان النهي عن الغلو مستلزماً للنهي عن التطرف.^(iv)

المبحث الثاني أهم أسباب الغلو أسباب من الاعلام المجتمع

هناك اسبابا في ظهور ظاهرة الغلو والتطرف ومن اهمها:

1- ضعف ورداءة الأسلوب والخطاب الإعلامي في التعبير عن الوجهة الشرعية لمواقف الدولة وقراراتها بل كثير من تعبيرات وسائل إعلامنا عن هذه الأمور يثير السخرية والأسف، ويفقد مصداقيته لدى الأصدقاء والعقلاء، فكيف بالخصوم والسفهاء وهم كثيرون فالمفروض تصاغ القرارات وتعرض على اهل الشأن من اهل الاختصاص من خريجي الكليات الشرعية.^(v)

2- غموض موقف الدولة من قضايا حساسة تغذي التكفير والغلو والتطرف لدى المغرضين والجاهلين، وعلى غير بصيرة، وتحاكم فيها الدولة غيابيا ويجعلون صمتها دليلا على الإدانة بزعمهم

3- ظهور بعض القرارات والظواهر الاستفزازية التي لم تكن مناسبة نحو مكون معين ومحاولة تصويره بمنظر الارهاب والتطرف والغلو مما دفع بالجماعات المتطرفة استغلال هذا الجانب، للفتنة وشحن عواطف الناس - لا سيما الشباب - ضد الدولة والعلماء والمجتمع.

4- عدم اعطاء دور بارز الى كليات العلوم الاسلامية في توعية الناس واخذ حظها من التعيين في مؤسسات الدولة ولاسيما في المؤسسات التربوية.

5. يتجرأ بعض الجاهلين ومن في قلوبهم مرض إلى اتهام المناهج الدراسية في كليات العلوم الاسلامية بمساندة الغلو، وهذه دعوى عريّة من البرهان بل على العكس، والحق أن المناهج بجملتها تقرر الاعتدال والوسطية، وتربي الشباب على رعاية الحقوق المشروعة من حب الله ورسوله ﷺ والإسلام والسلف الصالح، ورعاية حقوق الولاة والعلماء والآباء والمعلمين، وترسم منهج الاعتدال في القلوب والعقول، والمواد التي تدرس في مناهجنا شاهدة بذلك وسأثبت ذلك لاحقاً.^(vi)

6. الجهل بعدم معرفة حكم الله تعالى مع الغيرة على دين الله وتعظيم الحرمات وشدة الخوف من الله، فلا يتحمل الإنسان أن يرى من أخيه المسلم معصية كبيرة، ولا يتصور أن تصدر هذه الكبيرة من مسلم، لذا فسرعان ما ينقله من دائرة الإسلام إلى خارجها. وهذا الجهل ناتج عن غياب الوعي الديني والفهم العميق للنصوص وربما أدى به ذلك إلى الجرأة على الأحكام الشرعية، ومعالجة النوازل من غير أهل الاختصاص دون فهم للنصوص الشرعية ومعرفة مقاصد الأحكام والإلمام بأسرار اللغة والرجوع لمن

شاهد التنزيل وفهم التأويل. الجهل يعالج بإثباته أولاً من خلال تخطئته وإبراز الصواب أي بالعلم والمناظرة والمناصحة وقد ناظر ابن عباس الخوارج بأمر على رضي الله عنه فرجع منهم أربعة آلاف.

وبعث عمر بن عبد العزيز رحمه الله من يناظرهم في عهده فرجع منهم ألفي إنسان وهكذا على أهل العلم فتح صدورهم ومجالسهم للسؤال والإجابة على أسئلة الشباب وشبها تهم والاقتراب منهم والنزول إلى ميدانهم لرفع الجهل عنهم ولقطع الطريق على من يتصدر من غير أهل الاختصاص. (vii)

7. الهوى عند بعض الشباب الغير دارسين من حدثاء الاسنان المؤدي للتعسف في تأويل النصوص ولي أعناق الآيات والأحاديث طلباً للشهرة والرياسة والزعامة وقد وافق ذلك نفسية مريضة منحرفة فهي تميل إلى العنف والحدة والانحراف مما التطرف والغلو.

8. أسباب تتعلق بالمجتمع والدولة إن الانحلال الخلقي المدعوم أحياناً بالقانون تحت غطاء الحرية هو أحد أسباب حصول التطرف والغلو.

فمظاهر الرذيلة التي يشاهدها المسلم خاصة في المجتمعات الإسلامية في الشارع والمدرسة والجامعة والإعلام الرسمي والصحافة والإذاعة والأسواق من ناحية، والاستهزاء بالدين وحملته وتشويه صورته ومحاربتة، ومحاصرة رجل الدين في فكره وإغلاق منافذ التعبير عليه، كل ذلك من أسباب نشوء التطرف والإرهاب وردة الفعل القاسية وإن كانت غير مبررة إلا أننا نبحث في الأسباب. (viii)

9. أسباب سياسية تتعلق بواقع الأمة الخارجي من احتلال أراضيها وقتل أبنائها وهتك عرض بناتها ومصادرة ثرواتها وكشف أستارها وإسقاط هيبته لا شك أنه سينعكس انتقاماً في نفوس الشباب وسيكون وقوداً صالحاً للاشتغال متى ما أتاحت الفرصة.

10. الأوضاع الاقتصادية الصعبة لدى الشباب وعدم تكافؤ الفرص وعدم خلق فرص عمل لهم وتوفير وظائف للخريجين والعاطلين عن العمل ولا يمكنهم الحصول على شيء إلا من خلال التسول وإراقة ماء الوجه ، وإهدار كرامة الإنسان فماذا نتوقع من ألوف من الجامعيين العاطلين عن العمل فإنه وبحكم الطبيعة البشرية سيرتفع مستوى الحقد والحسد والتحامل والتطرف والنقمة على الآخر الذي يرى ان فئة حاكمة او حزبية استأثروا بالسلطة وانتشرت بينهم الرشاوي والفساد المالي والمجمعي كل ذلك يولد حالة من الفوضى الفكرية لدى الشباب والذي بدوره يؤدي الى التطرف والغلو تحت مسمى الدين أو غيره .

11. الفراغ الروحي الذي يحيط بالشباب من عدم وجود علماء مربين خريجين دراسات شرعية ذو منهجية صحيحة يربون الشباب ووجود الجفوة بين العلماء والشباب ففي أغلب بلاد المسلمين تجد العلماء (بعلمهم وحكمتهم وفقههم وتجاريتهم) في معزل عن أكثر الشباب، وربما يسيئون الظن بالكثير منهم كذلك،

وبالمقابل تجد الشباب بحيويتهم ونشاطهم وهمتهم بمعزل عن العلماء، وربما تكون سمعتهم في أذهان الكثيرين على غير الحقيقة، وبعض ذلك بسبب انحراف مناهج التربية لدى بعض الجماعات، وبسبب وسائل الإعلام المغرضة التي تفرق بين المؤمنين، مما أوقع بعض الشباب في الأحكام والتصرفات الجائرة والباطلة التي لا تليق تجاه علمائهم، وتجاه حكاهم، وكذلك هناك حاجز نفسي كبير بين النخبة من الشباب، وبين المسؤولين، تجعل كلا منهم يسيء الظن بالآخر، ولا يفهم حقيقة ما عليه الآخر إلا عبر وسائط غير أمينة غالبا، ومن هنا يفقد الحوار الذي هو أساس التفاهم والإصلاح. يودي الى أحرف الشباب ومحاولة ملئ هذا الفراغ بأفكار هدامة ومتطرفة كما رأينا في الكثير في مجتمعنا.

13. إعراض أكثر المسلمين عن دينهم، عقيدة وشريعة وأخلاقا، إعراضا لم يحدث مثله في تاريخ الإسلام، مما أوقعهم في ضنك العيش وفي حياة الشقاء. كما قال تعالى: ﴿ وَمَنْ أَعْرَضَ عَن ذِكْرِي فَإِنَّ لَهُ مَعِيشَةً ضَنْكًا وَنَحْشُرُهُ يَوْمَ الْقِيَامَةِ أَعْمَى ﴾ ^(ix) يتجلى هذا الإعراض بأمر كثيرة في حياة كثيرة من المسلمين اليوم؛ أفرادا وجماعات ودولا وشعوبا وهيئات ومؤسسات، ومن مظاهر هذا الإعراض:

14- ترك الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر والتقصير فيه وإيجاد مؤسسة تعنى بذلك ادى الى ظهور الغلو والتطرف بين الشباب.^(x)

15. تصدر صغار الأسنان والسفهاء وأشباههم للدعوة والشباب بلا علم ولا فقه، فاتخذ بعض الشباب منهم رؤساء جهالا، فأفتوا بغير علم، وحكموا في الأمور بلا فقه، وواجهوا الأحداث الجسام بلا تجربة ولا رأي ولا رجوع إلى أهل العلم والفقه والتجربة والرأي، بل كثير منهم يستنقص العلماء والمشايخ ولا يعرف لهم قدرهم، وإذا أفتى بعض المشايخ على غير هواه ومذهبه، أو بخلاف موقفه أخذ يلمزهم إما بالقصور أو التقصير، أو بالجبن أو المداهنة أو العمالة، أو بالسذاجة وقلة الوعي والإدراك! ونحو ذلك مما يحصل بإشاعته الفرقة والفساد العظيم وغرس الغل على العلماء والحط من قدرهم ومن اعتبارهم، وغير ذلك مما يعود على المسلمين بالضرر البالغ في دينهم ودنياهم.

16. تصدر ادعاء العلم للفتوى: فمن أسباب ظهور الغلو والعنف في بعض فئات الأمة اليوم ادعاء العلم، في حين أنك تجد أحدهم لا يعرف بديهيات العلم الشرعي والأحكام وقواعد الدين، أو قد يكون عنده علم قليل بلا أصول ولا ضوابط ولا فقه ولا رأي سديد، ويظن أنه بعلمه القليل وفهمه السقيم قد حاز علوم الأولين والآخرين، فيستقل بغروره عن العلماء، عن مواصلة طلب العلم فيهلك بغروره ويهلك. وهكذا كان الخوارج الأولون يدعون العلم والاجتهاد ويتناولون على العلماء، وهم من أجهل الناس.^(xi)

17. فساد الإعلام: الإعلام في العصر الحديث صار -غالبا- مطية الشيطان إلى كل فتنة وضلالة وبدعة ورذيلة، فإن وسائل الإعلام في أكثر البلاد الإسلامية غالبا ما تسخر في سبيل الشيطان، وهي من خيله ورجله في الدعوة إلى الضلالة ونشر البدعة والزندقة وترويح الرذيلة والفساد، وهتك الفضيلة، وحرب التدين وأهله، وبالمقابل فإن إسهام الإعلام في نشر الحق والفضيلة قليل وباهت جدا، ولا شك أن هذا الوضع منكر عظيم ومكر كبار، ويعد أعظم استفزاز يثير غيرة كل مؤمن وحفيظة كل مسلم، فإذا اقترن ذلك بشيء من قلة العلم والحلم والصبر والحكمة، وغياب التوجيه الشرعي السليم، أدى ذلك بالضرورة إلى الصلّف والقسوة في الأحكام والتعامل، وإلى الإحباط والتشاؤم واليأس عند بعضهم فيندفع إلى التغيير بعنف. لذا فإن علاج هذه الظواهر لن يكون حاسما إلا بإزالة أسبابها. (xii)

المبحث الثالث: علاج التطرف والغلو

1. تمكين العلماء الربانيين المخلصين والمشهود لهم بالعلم والإخلاص والتجرد وعدم التبعية أو التعصب من توجيه الجماهير وفتح القنوات الإعلامية لهم وأن يكونوا مرجعية حقيقية صادقة مخلصه للحاكم والمحكوم. كما لا بد من إجراء حوارات ولقاءات ومناظرات مع من يحمل فكرا فيه غلو أو تطرف أو عرضت عليه شبهة بقصد تشخيص المشكلة ومعالجتها، بعيدا عن المزايدات والتشهير وكيل التهم واستباق الأحكام والبحث عن مكاسب دنيوية.

2- دراسة شبهات اهل التطرف، وتتبع مقالاتهم ومؤلفاتهم وسائر مزاعمهم والتعرف على رؤوسهم ومرجعياتهم، ثم الرد عليهم بالحجة والدليل والبرهان الشرعي والعقلي، والحوار الجاد مع المنظرين والمتبوعين منهم، (xiii).

3. يجب عدم الخلط بين القضايا التي لها أصول شرعية وبين ما فيه مخالفة للشرع، فالجهاد والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر ونحوها كلها أصول عقديّة معتبرة شرعا بشروطها، فيجب بيان الخطأ في تفسيرها وفهمها، وعدم الخلط بينها وبين التكفير والعنف والإرهاب والغلو، ولا سيما في الخطاب الرسمي للدولة، وفي الخطاب الإعلامي الذي يمثلها.

فليس كل أهل الغلو والتكفير خوارج. وليس كل مكفر جهاديا، وليس كل مجاهد مكفرات، والخلط بينهم أدى إلى تعاطف بعضهم مع بعض وإلى التباس الأمور على كثير من الناس، وإلى تعاطف آخرين معهم كذلك.

4. لابد من إنشاء لجان تضم خبراء من الشرعيين والنفسانيين والاجتماعيين والاقتصاديين والأمنيين والإعلاميين لمعالجة ظاهرة الغلو والتطرف في المجتمعات، عبر دراسات علمية وميدانية جادة غير منحازة.

5. محاسبة المجتمع والدولة على ما يضره الإعلام من انحراف خلقي وما يخالف العقيدة والآداب ومنع المساس بالدين وأهله ومعرفة أن الحريات المنفلتة لا تولد إلا ردة فعل منفلتة غير منضبطة. (xiv)

6. أهمية الوضوح والشفافية والصراحة في طرح قضايا التكفير والعنف والغلو وأسبابها والاعتراف بوجودها وآثارها، ولا سيما بعد أن شاعت هذه الأمور عبر وسائل الإعلام والإنترنت ومجالس الناس الخاصة والعامة.

7. تحسين الوضع الاقتصادي للشباب بتوزيع الثروات بالشكل العادل وإتاحة فرص العمل والإبداع والمشاركة وإعادة تأهيل الشباب ليكون فردا صالحا في مجتمعه وأمتة والقضاء على هاجس الرزق وانتظار الفئات واستغلال هذا الفقر من قبل البعض لتجنيد الشباب لتحقيق أهدافا وغايات غير مشروعة. (xv)

8. ضرورة العدل وإعطاء الناس حقوقهم سواء كانت حقوقا مالية أو سياسية أو اجتماعية أو شخصية والقضاء على الظلم أو تقليصه فإن المجتمعات لا يمكن أن يتزعزع فيها الأمن وقد ساد الظلم ومن الظلم سرقة أوقات الناس وأخذهم بالظنة وتعذيبهم ومصادرة عقولهم، وعد أنفاسهم وأخذهم بجريرة غيرهم، فإن الله ينصر الدولة العادلة ولو كانت كافرة ولا ينصر الدولة المسلمة إذا كانت ظالمة.

9. ملء الفراغ الروحي لدى الشباب من خلال:

1. عقد الندوات والمؤتمرات التثقيفية على مدار السنة.

2. تفعيل دور المساجد وكليات العلوم الاسلامية في توعية الناس.

10. كشف مواطن الإشكال واللبس والغموض في القضايا الحساسة، وإعلان الوجهة الشرعية فيها، وتأسيس ما لم يتم تأسيسه شرعا وربطها بكليات العلوم الاسلامية والتعليم الاسلامي فتحرر جميع المسائل المشكلة شرعا، وترتبط بأصولها وقواعدها وأدلتها وفتاوى العلماء، وربط ذلك كله مما يحدو به الى الحد من التطرف والغلو.

11. اعطاء فرصة للعلماء وأنهم على رأس أهل الحل والعقد، وهم الذي يقررون المواقف المهمة والأحكام في قضايا الأمة الكبرى، ومصالحها العظمى. (xvi)

12. حفظ الأمن، وأنه واجب على الجميع، وأن الإخلال به فساد في الأرض، والدين جاء بحفظ الضروريات الخمس (الدين والنفس والمال والعرض والعقل) ولا يمكن ذلك إلا بالأمن.

هذه الأصول الكبرى إذا حرّرت مع الغلاة (ورؤوسهم بخاصة) تميز الحق من الباطل والهدى من الضلال والهوى، وانهدمت ذرائعهم من أصولها.

13. طرح برامج وخطط علمية مدروسة ومبرمجة بعناية لعلاج ظواهر الغلو بالحوار والمناقشة والحجة والتربية وبالبرامج العلمية والإعلامية والتربوية والاجتماعية قريبة المدى وبعيدة المدى.

فمن الجانب العقدي والفقهي يجب أن تسهم الجامعات والمؤسسات التربوية كأقسام العقيدة والفقهاء، ومراكز البحث ومراكز خدمة المجتمع، ودعم البحوث والدراسات والمواقف الإيجابية بحوافز - ودعم الدولة بجوائز كبيرة لمن يسهم في معالجة الغلو والتطرف.

14. استنهاض هم العلماء والدعاة والمفكرين والمربين للإسهام في حل المشكلة وتخفيف آثارها والحد من انتشارها بأكثر مما هو حاصل ويكل الوسائل المتاحة - والتقصير في هذا حاصل - فمثلا لا نعرف أي خطوة رسمية جادة في اللقاء المباشر مع أساتذة الجامعات، والقضاة والدعاة من قبل المسؤولين في الدولة - اللهم إلا النادر - للتشاور والتعاون في حل هذه المشكلات الكبرى. فيجب على الجميع طرح المشكلة بوسائل الإعلام، ومؤسسات التربية والتعليم، بأسلوب علمي مدروس، لا بما يحصل في بعض اللقاء والبرامج والإسهامات (شبه العفوية) وغير المعدة إعدادا جيدا. (xvii)

15. التأكيد على أهل الحل والعقد وعلية القوم في المجتمع في ممارسة دورهم الريادي للانفتاح على الناس وضبطهم بالمرجعية الدينية والقبلية والاجتماعية والرسمية. وأول ذلك: العلماء وكبار المسؤولين في كل منطقة يجب لزاما التأكيد عليهم بفتح أبوابهم للشباب وعامة المجتمع، وأن يخصص كل واحد منهم وقتا يوميا أو أسبوعيا، يستقبل فيه الناس ويحاورهم، ويخصص للشباب المنذفع وقتا يحاورهم ويرفق بهم ويرشدهم، وأشهد أن غالب الشباب المنذفع الذي قد يتعاطف مع الغلاة مستعدون للرجوع للحق، إذا تم حوارهم برفق وسعة صدر وحلم وتذكير بالأصول الشرعية، وهذا مجرب وناجح، لكن العلماء غالبا مشغولون عن هذه المهمة، فانصرف كثير من الشباب إلى الفضائيات والإنترنت ودعاة السوء والفتنة والتيارات المعادية .

15. يجب إنشاء مراكز وجمعيات ومؤسسات متخصصة رسمية وغير رسمية، تعنى بهذه الأمور يكون فيها باحثون ومتخصصون منفرعون يعكفون على البحث والدراسة والحوار، وتوفر لهم الإمكانيات اللازمة والوسائل العلمية والإعلامية وغيرها.

16. حبذا لو كان في أجهزة الدولة ومؤسساتها المعنية مراكز وإدارات متخصصة في العقيدة والفكر والتيارات المعاصرة كالدخلية - والشورى - والتربية والتعليم، والتعليم العالي، والثقافة والإعلام، والصحف، والعمل والشؤون الاجتماعية، والشؤون الإسلامية، والإفتاء، وما كان موجودا منها يطور ويفعل ويدعم ليؤدي الدور الواجب في هذه الظروف.

17. توسيع دائرة الفتوى والمفتين نوعا وعددا وطريقة، وإنشاء دوائر للفتوى في كل المناطق واسعة الصلاحيات كبيرة الإمكانيات تتصدى لحاجات المجتمع ومشكلاته وإشكالاته الكبيرة والكثيرة والخطيرة، وكذلك الدعوة والشؤون الإسلامية. فالناس في هذه البلاد لا تزال تثقهم بعلمائهم جيدة على رغم ما حدث لها من صدع كبير، لكن لم تتوافر للعلماء الإمكانيات والوسائل المتطورة لسدّ حاجة الناس، ولا يزال عدد الذين يسمح لهم بالفتوى على نطاق إعلامي محدود جدا.^{xviii}

18. كبار المسؤولين من المدنيين والعسكريين بحاجة ملحة إلى دورات مركزة في أصول الدين وثوابته ومسلّماته، وأصول الغلو واتجاهاته، والقواعد الشرعية وضروريات الأحكام، ونحو ذلك مما يؤدي الجهل به إلى انتشار التطرف والغلو.

19. التفريق بين أحكام الدين في الجهاد بشروطه والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر بضوابطهما الشرعية، وبين التشدد والغلو والتطرف الذي يحدث باسم هذه الأصول الشرعية العظيمة؛ لأن الخط وتجاوز هذه الأصول من قبل البعض، والتتكر لها من بعض وسائل الإعلام والكتّاب يؤدي إلى استفزاز الناس، ويتذرع به أهل الفتنة والغلو.

20. حول الفئة الغالية واستصلاحها. أغلب أفراد الغلاة من المتدينين ذوي العاطفة والغيرة والحماس، لكنهم ينقصهم عمق الفقه، والحكمة والصبر والتجارب، واستهوتهم التيارات والأهواء، وأرى حيالهم:

أ - الحوار المباشر ما أمكن من قبل العلماء والدعاة والدولة، ولو في السجون.

ب- توجيه رسائل وبحوث علمية مؤصلة (ومطويات) تطرح بكل الوسائل المتاحة ولا سيما الإنترنت، وتكون من متخصصين جديرين، وتعالج القضايا الكبرى بأسلوب ميسر، ويتبع ذلك:

ج- الإكثار من الإصدارات والندوات والدورات والمحاضرات واللقاءات في علاج الغلو، وأن تكون هناك برامج ثابتة في الإعلام ولا سيما.

د - الإسراع بالإذن للجمعيات الخيرية والمؤسسات التطوعية لأنها تستوعب كثيرا من طاقات الشباب وتسد فراغهم وتمتص عواطفهم.

هـ- اعطاء دور بارز للأعلام في محاربة التطرف والغلو من خلال الوسائل المرئية والمسموعة والندوات والمؤتمرات واللقاءات وبيان مواطن الشبهات واعطاء الحلول المناسبة لها. (xix)

21. أمور يحسن التنبه لها في معالجة الغلو أو ما يسمى (التطرف الديني) منها:

* أن أعظم سبب لوجود التطرف في العصر الحاضر، هو التطرف المعاكس في رفض الدين أو التساهل والإعراض عنه وعدم الجدية في علاج النوعين بتوازن.

* يجب في هذه الحال التفريق (بوضوح) بين التمسك بالدين والسنة (وهو حق) وبين الغلو والتطرف (وهو باطل).

* أن الغلو (التطرف الديني) لا يمكن علاجه علاجاً حاسماً إلاّ بأمرين، وهما:

1- الحوار الجاد والمجادلة بالتي هي أحسن، ومن خلال النصوص الشرعية والقواعد المعتمدة من قبل الراسخين والمتخصصين الذين يحترمهم المحاور ويعترف بجدارتهم.

2- ثم الجد والحزم في معالجة أسباب الغلو، بعد إقامة الحجة وكشف مواطن الانحراف بجلاء.

* أن أكثر ما يثيره أهل الغلو (التطرف الديني) مبني على أوهام وظنون وشائعات، وتلبيس، ثم أدى ذلك إلى التهاجر والقطيعة بينهم وبين العلماء والمفكرين ورجال الدولة.

* فالحل هو كشف الحقائق، والشفافية والحوار الجاد واللقاء المباشر وفتح الأبواب بضوابط.

* يجب أن تضبط التعددية (وحرية) الرأي التي ظهرت الدعوة إليها أخيراً بالضوابط الشرعية؛ بحيث تكون التعددية في الاجتهادات لا في العقيدة والمسلمات والثوابت، ولا تكون ترويجاً للفرق والبدع والأهواء. (xx)

المبحث الرابع: دور كلية العلوم الاسلامية في بث الهوية الاسلامية والدعوة الى الوسطية ونبذ التطرف والغلو.

ان مما لاشك فيه ان الدور الذي تطلع اليه الكلية دورٌ عظيم ولاشك ان الجامعات هي المحرك والموجه الذي يصنع توجه الشباب وارتقائهم الفكري، ومن هنا فانه يقع على وزارة التعليم دور كبير في توجيهه التربوي والحماية من ظاهرة التطرف والغلو ومازال الدور العظيم الذي يقوم به الاستاذ الجامعي في توجيهه الجيل في مختلف المراحل دوراً مؤثراً في تحديد التوجه الذي يسير عليه الطلبة والمجتمع واصبح من المحتم بشكل ضروري ان يزيد الاهتمام بالعمل على خلق مناخ تفاعل عوامل التفكير السليم المستقيم لدى الطلبة وهو يتلقى تعليمه وهذا يحتاج الى تأصيل تربوي من أجل تحريك نقطة انطلاق سليمة في

التوجيه التربوي للأجيال القادمة وهذا ما لا نجد اليوم وللأسف في الكليات ما هو إلا تلقين لمعلومات تنتهي علاقة الطالب بها بمجرد أن يضعها في ورقة الامتحان ولا نجد لها أي انعكاس ايجابي على حياته وذلك بسبب غياب آلية المتابعة لمثل هذه المعلومات وعدم انتظار انعكاسها على حياته، من هنا فانه تقع على الدولة مسؤولية تفعيل أدوات التعليم وتنشيط وسائله وذلك من اجل العمل على تفعيل دوره في التوجيه التربوي والحماية من الافكار المنحرفة والتي انتشرت بين الشباب دون اتخاذ أي اجراء جماعي في هذا الصعيد المهم.

ونلاحظ من خلال مناهج كليات العلوم الاسلامية والمدارس الدينية ان مناهجها مناهج وسطية وتنبذ الغلو والتطرف فكتب العقيدة التي تدرس فيها منهج وسطي معتدل سارت عليه الامة منذ قرون عدة وقد جمعة الاستاذ الدكتور المرحوم رشدي عليان والاستاذ الدكتور قحطان الدوري رحمهما الله في كتابهما اصول الدين والذي تناول منهج الاشاعرة الماتريديّة المعتدل والذي يمثل المنهج الوسط لعلماء الامة (xxi).

اما في كتب الفقه الاسلامي فنلاحظ ان كليات العلوم الاسلامية تدرس الفقه على المذاهب الستة المعتمدة من الاحناف والشافعية والحنابلة والمالكية والامامية والظاهرية وبقية المذاهب الاخرى المعتمدة كمذهب سفيان والاوزاعي وغيره وخير ذلك كتاب الفقه المنهجي وكتاب الفقه المقارن للأستاذ الدكتور هاشم جميل (xxii) والذي يبين سعة هذه الامة وان تنوعها تنوع رحمة لا تنوع تضاد.

واما كتاب الفكر الاسلامي وكتاب الدعوة للدكتور عبد الكريم زيدان فخر دليل على منهج الوسطية والاعتدال ونبذ الفرقة والطائفية وكذا كتب التفسير.

ولو نظرنا الى كتاب حقوق الانسان وبيان مابه من بيان حق الحياة وحق حفظ كرامة الانسان خير دليل على ذلك.

ويحتاج ان يضاف لها كتاب في مفاهيم يجب ان تصحح والتي تعالج بعض مظاهر الانحراف الفكري والغلو والتطرف.

واعادة صياغة كتاب حقوق الانسان الى حقوق المخلوقات في الكون كي يكون اشمل ووسع بمفاهيمه الصحيحة

كما يجب جعل بعض هذه المناهج مثل كتاب حقوق المخلوقات في الكون وكتاب مفاهيم يجب ان تصحح وكتاب الاختلاف اختلاف تنوع ورحمة لاتضاد منهج يدرس في كافة اقسام الجامعات ولو لسنة واحدة يدرسه الطالب كذا في المراحل الاعدادية لاسيما انها مراحل تنشأة لما يسهم من دراستها الى نبذ فكر التطرف والغلو وسبل معالجتها.

كما ينبغي اعطاء فرصة أكبر لتعيينات طلبة كليات العلوم الاسلامية ليشمل التعيين على ملاك وزارة التربية لما يحملوه من فكر معتدل من خلال ماحرسوه واستفادة من خبراتهم لاتحجيمهم فقط في المساجد.

الخاتمة بأهم نتائج البحث

بعد هذه الجولة السريعة في بحثي هذا نستطيع ان نتوصل الى اهم نتائج الذي خرج به البحث.

1. ان الغلو والتطرف جاء من مغالة الرجل في شيء اي خرج عن حده المؤلف والتطرف هو ان يكون الرجل طرفا في شيء وعلى العموم هو تجاوز الحد الطبيعي للشيء.

اما اهم اسباب الغلو والتطرف فيرجع الى:

2. ضعف ورداءة الأسلوب والخطاب الإعلامي في التعبير عن الوجهة الشرعية لمواقف الدولة وقراراتها بل كثير من تعبيرات وسائل إعلامنا عن هذه الأمور يثير المشاعر من خلال تحريف الحقائق.

3. عدم اعطاء دور بارز الى كليات العلوم الاسلامية في توعية الناس واخذ حظها من التعيين في مؤسسات الدولة ولاسيما في المؤسسات التربوية.

4. تجرأ بعض الجاهلين ومن في قلوبهم مرض إلى اتهام المناهج الدراسية في كليات العلوم الاسلامية بمساندة الغلو، وهذه دعوى عريّة من البرهان بل على العكس، والحق أن المناهج بجمالها تقر الاعتدال والوسطية كما هو مشاهد وملموس.

5. الأوضاع الاقتصادية الصعبة لدى الشباب وعدم تكافؤ الفرص وعدم خلق فرص عمل لهم وتوفير وظائف للخريجين والعاطلين عن العمل ولا يمكنهم الحصول على شيء إلا من خلال التسول وإراقة ماء الوجه، وإهدار كرامة الإنسان فماذا نتوقع من أوف من الجامعيين العاطلين عن العمل فإنه وبحكم الطبيعة البشرية سيرتفع مستوى الحقد والحسد والتحامل والتطرف والنقمة.

اما طرق معالجة الغلو والتطرف فمن اهمها.

1. تمكين العلماء الربانيين المخلصين والمشهود لهم بالعلم والإخلاص والتجرد وعدم التبعية أو التعصب من توجيه الجماهير وفتح القنوات الإعلامية لهم وأن يكونوا مرجعية حقيقية صادقة مخلصه للحاكم والمحكوم.

2. دراسة شبهات اهل التطرف، وتتبع مقالاتهم ومؤلفاتهم وسائر مزاعمهم والتعرف على رؤوسهم ومرجعياتهم، ثم الرد عليهم بالحجة والدليل والبرهان الشرعي والعقلي، والحوار الجاد مع المنظرين والمتبوعين منهم.

3. لابد من إنشاء لجان تضم خبراء من الشرعيين والنفسانيين والاجتماعيين والاقتصاديين والأمنيين والإعلاميين لمعالجة ظاهرة الغلو والتطرف في المجتمعات، عبر دراسات علمية وميدانية جادة غير منحازة.

4. محاسبة المجتمع ووسائل الاعلام على ما يضحخه من انحراف خلقي وتشويه للحقائق وما يخالف العقيدة والآداب ومنع المساس بالدين وأهله ومعرفة أن الحريات المنفلتة لا تولد إلا ردة فعل منفلتة غير منضبطة.

5. توفير فرص عمل للعاطلين وايجاد فرص تعيينات للخريجين.

اما دور كليات العلوم الاسلامية في الدعوة الى الوسطية ونبذ الغلو والتطرف فيتمثل.

1. من خلال المطالعة والاستقراء نجد ان مناهج كليات العلوم الاسلامية مناهج معتدلة من ناحية العقيدة والفقہ والدعوة فهي تدرس جميع المذاهب ولا تتعصب الى منهج او فكر او طرح معين.

2. زج خريجي كليات العلوم الاسلامية في مديريات التربية والتعليم كمدرسين لأنهم حملة الفكر المعتدل وهم اولى بتربية الجيل الناشئ على الوسطية.

3. عقد ندوات وحلقات ومؤتمرات برعاية كليات العلوم الاسلامية لمناقشة الفكر المتطرف وبيان اسباب الضعف ومحاولة ارجاعه الى جادة الصواب.

وبعد هذه الخاتمة اسأل الله تعالى ان يجعل عملنا خالصا لوجه الكريم وان ينفع به المجتمع وان يعم الامن والامان على ربوع وطننا الحبيب وسائر بلاد المسلمين انه على ما يشاء قدير وصل اللهم على سيدنا وحبينا محمد خاتم الانبياء والمرسلين وعلى إله وصحبه ومن اهتدى بهديهم الى يوم الدين.

قائمة المصادر والمراجع

- (1) اصول الدين الاسلامي الدكتور رشدي عليان والدكتور فحطان الدور مطبعة دار الفكر سنة 2005
- (2) تحصين الاسرة للأولاد من مزالق التطرف والعنف الدكتور اسماعيل لطفي جافاكيا رئيس جامعة فطاني تايلاند بحث مقدم الى المؤتمر الاسلامي العالمي لمكافحة الارهاب في مكة المكرمة جمادي الاول 1436هـ ص24
- (3) التطرف والغلو الأسباب - المظاهر - العلاج. إعداد. طارق محمد الطواري الأستاذ المساعد بكلية الشريعة جامعة الكويت.
- (4) التطرف والغلو الأسباب - المظاهر - العلاج ورقة مقدمة للمؤتمر الدولي الرابع المنعقد بمدينة فيفاي Vevey بسويسرا برعاية جامعة الكويت - كلية الشريعة بالتعاون مع جمعية مسلمي فيفاي A.M. V - سويسرا ما بين 19 - 20 أغسطس 2005. إعداد. طارق محمد الطواري الأستاذ المساعد بكلية الشريعة جامعة الكويت..

- (5) التعصب المذهبي والتحزب الطائفي الدكتور مصطفى تسيرتيش المفتي العام في البوسنة والهرسك.
- (6) الخوارج مناجم واصولهم وسماتهم قديما وحديثا وموقف السلف منهم الدكتور ناصر عبد الكريم العقل طبع دار القاسم الطبعة الثانية سنة 1417هـ.
- (7) دور الاعلام الاسلامي في تعزيز الموقف ضد التكفير لدى الشباب. الدكتور محمد مراح. كلية الشريعة والدراسات الاسلامية. جامعة قطر
- (8) ضعف التشريعات والقوانين المتعلقة بحقوق الانسان اعداد هشام جعفر عبد السلام. ط. مكة المكرمة
- (9) ضعف المناهج التعليمية في تقديم ثقافة متزنة بحث للدكتور الريح حمد النيل الاستاذ بكلية الشريعة بجامعة ام القرى مكة المكرمة.
- (10) ضعف المؤسسات الدعوية والعلائق بالتطرف والارهاب. الدكتور رضوان بن نايف السيد رئيس المعهد العالي للدراسات الاسلامية لبنان. طبع في مكة المكرمة. 25 فبراير 2015 م
- (11) العين للخليل بن أحمد الفراهيدي دار صادر - بيروت الطبعة الثالثة
- (12) الغلو الأسباب والعلاج اعداد أ.د. ناصر بن عبد الكريم العقل أستاذ العقيدة والمذاهب المعاصرة كلية أصول الدين بالرياض - جامعة الإمام
- (13) الغلو والتطرف والإرهاب وموقف الإسلام منها. للشيخ محمد رمضان البوطي مجلة ثقافتنا العدد 8 سنة 1426هـ.
- (14) الفقه المقارن الدكتور هاشم جميل مطبعة دار الكتب العلمية 2007.
- (15) لسان العرب. محمد بن مكرم بن منظور الأفرقي المصري دار صادر - بيروت الطبعة الأولى
- (16) المخصص أبو الحسن علي بن إسماعيل النحوي اللغوي الأندلسي المعروف بابن سيده تحقيق: خليل إبراهيم جفال دار النشر: دار إحياء التراث العربي - بيروت - 1417هـ. 1996م الطبعة: الأولى
- (17) المذاهب المعاصرة كلية أصول الدين بالرياض - جامعة الإمام
- (18) المعجم الوسيط المؤلفون: إبراهيم مصطفى . أحمد الزيات . حامد عبد القادر . محمد النجار . دار النشر: دار الدعوة تحقيق / مجمع اللغة العربية.
- (19) الهوية الاسلامية. الدكتور جاسم بن محمد المهلهل ط السماحة سنة 2010

(i) . ينظر لسان العرب 9/ 213 والمخصص . لابن سيده 1 / 351

(ii) . المعجم الوسيط . 2 / 555

(iii) . العين للخليل بن أحمد 1 / 362

(iv) . الغلو والتطرف والإرهاب وموقف الإسلام منها. للشيخ محمد رمضان البوطي مجلة ثقافتنا العدد 8 سنة 1426هـ.

(v) . ضعف المؤسسات الدعوية والعلائق بالتطرف والارهاب. الدكتور رضوان بن نايف السيد رئيس المعهد العالي للدراسات الاسلامية لبنان. طبع في مكة المكرمة. 25 فبراير 2015 م /ص22.

- (vi) ينظر الخوارج مناهيم واصولهم وسماتهم قديما وحديثا وموقف السلف منهم الدكتور ناصر عبد الكريم العقل طبع دار القاسم الطبعة الثانية سنة 1417هـ / ص 89_99.
- (vii) . ينظر التطرف والغلو الأسباب - المظاهر - العلاج ورقة مقدمة للمؤتمر الدولي الرابع المنعقد بمدينة فيفاي Vevey بسويسرا برعاية جامعة الكويت - كلية الشريعة بالتعاون مع جمعية مسلمي فيفاي A.M. V - سويسرا ما بين 19 - 20 أغسطس 2005. إعداد. طارق محمد الطواري الأستاذ المساعد بكلية الشريعة جامعة الكويت ص10.
- (viii) . ينظر تحصيل الاسرة للأولاد من مزالق التطرف والعنف الدكتور اسماعيل لطفي جافاكيا رئيس جامعة فطاني تايلاند بحث مقدم الى المؤتمر الاسلامي العالمي لمكافحة الارهاب في مكة المكرمة جمادي الاول 1436هـ ص24
- (ix) سورة طه، آية (124).
- (x) . ضعف المناهج التعليمية في تقديم ثقافة متزنة بحث للدكتور الريح حمد النيل الاستاذ بكلية الشريعة بجامعة ام القرى مكة المكرمة. ص17
- (xi) . ينظر الغلو الأسباب والعلاج إعداد أ.د. ناصر بن عبد الكريم العقل أستاذ العقيدة والمذاهب المعاصرة كلية أصول الدين بالرياض - جامعة الإمام ص5
- (xii) . ينظر المصدر نفسه.
- (xiii) . ينظر دور الاعلام الاسلامي في تعزيز الموقف ضد التكفير لدى الشباب. الدكتور محمد مراح. كلية الشريعة والدراسات الاسلامية. جامعة قطر ص22. والغلو الأسباب والعلاج إعداد أ.د. ناصر بن عبد الكريم العقل أستاذ العقيدة والمذاهب المعاصرة كلية أصول الدين بالرياض - جامعة الإمام ص8
- (xiv) . ينظر دور الاعلام الاسلامي في تعزيز الموقف ضد التكفير لدى الشباب. الدكتور محمد مراح. كلية الشريعة والدراسات الاسلامية. جامعة قطر ص19
- (xv) . ينظر ضعف التشريعات والقوانين المتعلقة بحقوق الانسان اعداد هشام جعفر عبد السلام. ط. مكة المكرمة ص14 والغلو الأسباب والعلاج إعداد أ.د. ناصر بن عبد الكريم العقل أستاذ العقيدة والمذاهب المعاصرة كلية أصول الدين بالرياض - جامعة الإمام ص10
- (xvi) ينظر الغلو الأسباب والعلاج إعداد أ.د. ناصر بن عبد الكريم العقل أستاذ العقيدة والمذاهب المعاصرة كلية أصول الدين بالرياض - جامعة الإمام ص12
- (xvii) . ينظر التعصب المذهبي والتحزب الطائفي الدكتور مصطفى تسيرتيش المفتي العام في البوسنة والهرسك ص22.
- (xviii) . ينظر والغلو الأسباب والعلاج إعداد أ.د. ناصر بن عبد الكريم العقل أستاذ العقيدة والمذاهب المعاصرة كلية أصول الدين بالرياض - جامعة الإمام ص 16 وينظر ضعف المناهج التعليمية في تقديم ثقافة متزنة بحث للدكتور الريح حمد النيل الاستاذ بكلية الشريعة بجامعة ام القرى مكة المكرمة. ص22
- (xix) . ينظر الهوية الاسلامية. الدكتور جاسم بن محمد المهلهل ط السماحة سنة 2010 ص219
- (xx) . الغلو الاسباب والعلاج. أ.د. ناصر عبد الكريم العقل كلية اصول الدين جامعة الامام الرياض ص 21
- (xxi) . ينظر اصول الدين الاسلامي الدكتور رشدي عليان والدكتور قحطان الدور مطبوعة دار الفكر سنة 2005.
- (xxii) . ينظر الفقه المقارن الدكتور هاشم جميل مطبوعة دار الكتب العلمية 2007.

دور الإعلام في مواجهة التطرف والإرهاب (نحو نموذج اتصالي مطّور)

د. محمد أحمد فياض

الأستاذ المشارك عميد كلية الإعلام والعلاقات العامة كلية الإمارات للتكنولوجيا/ أبو ظبي

المقدمة:

لقد شاع خطاب التطرف والإرهاب في السنوات الأخيرة وخصوصاً قبل وبعد أحداث 11 سبتمبر 2001م وانتشر بشكل واسع في الأوساط السياسية وبين النشطاء، لاسيما مع انتشار مواقع التواصل الاجتماعي التي ساهمت في حرية التعبير وأضحت أكثر قرباً زمنياً ومكانياً من الأحداث ومن المتلقي في آن واحد، إلا أنها أدت إلى ازدياد العنصرية والتطرف الفكري والاستقطاب من جهة أخرى، وهذا مثال لما جلبته لنا التكنولوجيا من فرص وتحديات.

ومع تطور وسائل الاتصال الجماهيري وشيوع خطابها بدأت تتأثر بهذه الوسائل التواصلية بشكل أو بآخر، الأمر الذي أضعف من قوة خطابها الذي أضحى أسيراً للأفكار الأيديولوجية والدينية والعنصرية والفئوية فضلاً عن المصالح السياسية والاقتصادية، والذي انعكس بدوره على شيوع خطاب التطرف والإرهاب بشكل غير مسبوق ولعب الإعلام دوراً في تكريس حواضن لأصحاب هذا الفكر المتطرف، انعكس على السلم الإلهي والاستقرار العالمي بشكل واضح.

كما تضع نُظم الإعلام المنتشرة في بلدان العالم وكذلك وسائل الإعلام عادة، مجموعة من اللوائح والقوانين والتشريعات التي تحاول العمل وفقها، وتطالب الإعلاميين وكذلك الجمهور العام بضرورة التمسك بهذه اللوائح وعدم مخالفتها، خاصة فيما يتعلق الأمر بخطاب التطرف والإرهاب.

لقد قدّم الباحثون نماذج ونظريات اتصالية لاحصر لها، تناولت تأثير وسائل الإعلام على المجتمعات والمحلية والدولية وكيف يمكن أن تُوظف هذه الوسائل في خدمة السلام والتضامن والتعايش بين النظم والأيديولوجيات، لكننا لازلنا نلمس وبقوة خطاب التضليل والتطرف الذي يقود إلى الإرهاب وخاصة في وسائل التواصل الاجتماعي أو ما أُصطلح على تسميته بالإعلام الجديد، وعليه سنحاول في هذا البحث الوقوف على أسباب شيوع خطاب التطرف والإرهاب في وسائل الإعلام، وكيف يمكن العمل على رسم خطوط عريضة لهذا الإعلام في الوقوف بوجه هذه التحديات المصيرية.

أولاً: منهجية البحث

مشكلة البحث:

أثار موضوع سرعة انتشار الإعلام تفاعلاً غير مسبوق بمستقبل وسائل الاتصال الحديثة، سيما وأن الإعلام الجديد ولد في أحضان الإعلام التقليدي، وأصبح محفزاً له دون أن يلغيه، حيث أدى إلى اندماج

وسائل الإعلام المختلفة، التي كانت في السابق وسائل مستقلة لا تقترن ببعضها البعض، ما أدى إلى إلغاء الحدود الفاصلة بين تلك الوسائل، فأصبحت وسائل الاتصال الجماهيرية تتسم بالشمولية والطابع الدولي. وتتصف في طبيعة عملها وخطابها وتأثيراتها بالكونية وهي سمة تتسم بها جميع وسائل الإعلام الجديد كونها أضحت بنية عالمية دولية عابرة للحدود الجغرافية لأنها تستعمل فضاءً كبيراً وتسمح بتدفق رأس مال المعلومة في نقاط تركز المعلومات، وسمحت اللامركزية بازدهارها في البيئة العالمية وتجاوز اشكالية الزمان والمكان.

وتتصف دول الخليج العربي بوجود العديد من القواسم المشتركة التي تجمع بين شعوبها، والمتمثلة في: اللغة، الانتماء، والدين، والتاريخ والتقارب الاجتماعي والبيئي وغيرها من العوامل التي تجعل نتائج أي دراسة خاصة بعلوم الإعلام والاتصال التي قد تجري في أي من دول الخليج تتفق إلى حد كبير مع نظيرتها من الدراسات المشابهة والتي قد تجري في دولة خليجية أخرى هذا مع عدم إغفال جانب الخصوصية الثقافية التي تتميز بها كل دولة عن الأخرى.

لذا فإن مشكلة البحث تتمثل في: الجدل الذي بات شائعاً بين الباحثين، حول حدود الحريات المسموح بها، لممارسة حرية التعبير في الإعلام، عبر قنواته المختلفة، وطبيعة المسؤوليات التي يمكن أن يتحملها المستخدمون، أمام هذا السيل الجارف من خطاب التطرف والإرهاب وممارساته المتعددة، الأمر الذي يجعل أجهزة الإعلام أمام مسؤولية تاريخية - مجتمعية للوقوف بوجه التطرف والإرهاب عبر تبني استراتيجية فاعلة تخدم المجتمع قبل أن تخدم وسائل الإعلام ذاتها.

أهمية البحث:

مما لا شك فيه أن حقل الإعلام في حالة تغير مستمر تبعاً لمتغيرات تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، ولذلك فإن كل مصطلحات الاتصال الجماهيري تواجه ذات التحدي نتيجة منح تكنولوجيا وسائل الإعلام الجديدة دوراً أكبر للمستخدم في السيطرة على العملية الاتصالية والتحكم بآليات عملها. ولذلك فإن نظرية الاتصال تحتاج إلى تبني وإعادة هيكلة بعض المفاهيم القديمة السائدة وبلورة المتغيرات الجديدة. رغم علمنا أن بعض النظريات القائمة سوف تستمر في البيئة الإعلامية الجديدة ولكن البعض الآخر قد يحتاج إلى تعديل لكي يتناسب مع المتغيرات الجديدة، ومع شيوع قنوات الإعلام الجديد، وانتشارها في مختلف أنحاء العالم، وزيادة أعداد المستخدمين يوماً بعد آخر، وظهور تجاوزات مسيئة بحق الأفراد والمجتمعات خاصة في قضايا التطرف والإرهاب، إلى الدرجة التي أضحت تمثل تحديات جدية تهدد البنى الاجتماعية والثقافية والاقتصادية في الدول العربية ومنها دول الخليج، أضحي لزوماً علينا العمل

الجديّ على بلورة خطط جديدة هادفة لدور الإعلام في مواجهة هذه التحديات، ومن هنا تبرز أهمية هذا البحث.

أهداف البحث:

يهدف البحث إلى الوقوف على أسباب شيوع خطاب التطرف والإرهاب ورسم نموذج واضح لأبعاده الاتصالية كمدخل نحو تطوير نموذج اتصالي مطور يوضح دور الإعلام في مواجهة التطرف والإرهاب. يمكن أن يفتح الباب لبناء خطاب إعلامي متوازن وقريب من الجمهور، بعيداً عن لغة التطرف والإرهاب، ويعمل على تعزيز الأمن والتحصين الفكري ويفتح نوافذ للتعاون بين وسائل الإعلام والمؤسسات الحكومية فضلاً عن منظمات المجتمع المدني.

منهج البحث:

يستند هذا البحث على المنهج الكيفي التحليلي القائم على قراءة وتحليل الاتجاهات السائدة في وسائل الإعلام حول الخطاب الإعلامي والبحث في مكوناته وأساسه الفلسفية التي ترتبط بمفاهيمه المتعددة ورصد العلاقات المتبادلة في إنتاج خطاب التطرف والإرهاب، وصولاً إلى محاولة تطوير نموذج اتصالي يرسم ملامح ودور الإعلام ووسائله المتعددة في مواجهة التطرف والإرهاب ويعزز الأمن الفكري في المجتمع ويعمل على تحصينه عبر استراتيجيات متكاملة من التعاون والتنظيم.

مفاهيم البحث:

مفهوم الإعلام:

الإعلام لغة من (عَلِمَ)، حيث يقول ابن منظور: عَلِمَ بالشيء: شَعَرَ،⁽¹⁾ والإعلام من أَعْلَمَ، فيقال: أَعْلَمُهُ الأمر، أي اطّلع عليه، والعلم نقيض الجهل، فيقال علمتُ الشيء أَعْلَمُهُ علماً: عرفته. ويقال: استعلم لي خبر فلان وأعلمنيه حتى أعلمه، واستعلمني الخبر فأعلمته إياه.⁽²⁾

وفي الاصطلاح تعددت التعريفات التي وضعها المتخصصون في مجال الاتصال، حيث يشهد الإعلام اتساعاً متسارعاً في مفهومه، أدى إلى التباين وعدم الاتفاق على مفهوم واحد مباشر بذلك، فيعرف الإعلام بأنه: "تزويد الجمهور بأكبر قدر ممكن من المعلومات الصحيحة أو الحقائق الواضحة، ويقدر ما تكون هذه الصحة أو السلامة في المعلومات أو الحقائق يكون الإعلام في ذاته سليماً وقويماً".⁽³⁾ وعرف أيضاً بأنه: "تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة، التي تساعد على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجمهور واتجاهاته وميوله".⁽⁴⁾

مفهوم التطرف:

التطرف لغة هو تفعل - بتشديد العين - من طرف يطرف طرفاً بالتحريك، وهو الأخذ بأحد الطرفين والميل لهما: إما الطرف الأدنى أو الأقصى (5) ومنه أطلقوه على الناحية وطائفة الشيء.. ومفهوم التطرف في العرف الدارج - في هذا الزمان - : الغلو في عقيدة أو فكرة أو مذهب أو غيره يختص به دين أو جماعة أو حزب.

والتطرف من وجهة نظر علماء الاجتماع، "أحد المظاهر الباثولوجية الاجتماعية ويعني انتهاك القيم الاجتماعية والسياسية والخروج عليها، ويندرج هذا الإنتهاك من مجرد الخروج على الفكر والأيدولوجية السائدة إلى صورة أكثر تجسيدا كما في أعمال العنف التي تمارسها الجماعات المتطرفة، والتطرف كظاهرة إجتماعية يظهر في صور مختلفة أبرزها التطرف الديني". (6)

ويبرز التطرف قياساً للمعاني التي يحتويها مفهومه، كوضعية تاريخية عامة تنم عن حال ثقافي اجتزائي - احتوائي، ينطلق من ذهنية تفسير العالم بطريقة الاختزال والإلغاء، وتنتقي من المواقف أغربها وأشدّها، وتحكم على المخالف بالمروق والخروج عن جادة الصواب والهداية، وتستند إلى مرجعية إقصائية، تبرر الأحادية، وتدفع بالمختلف إلى التلاشي، مستعينة بأكثر الإجراءات قسوة وحديّة، وتستعمل المقدّس شعاراً وعنواناً تصدر عنه وتعمد إلى مناخزة الغير على أساسه، وتستमित في الدفع بالغير خارج دائرته، فالعنف ليس مكوناً من مكونات القداسة، بل هو تعريفه. (7)

مفهوم الإرهاب:

الإرهاب لغة: مصدر مأخوذ من رهب كعلم يرهب رهبا ورهبانا وأرهابا بالفتح والكسر، وهو الإخافة والتخويف. (8) ويدور معنى الإرهاب شرعاً حول شدة الخوف والتخويف الواقع على الفرد أو على الجماعة.

وفي قاموس أكسفورد (Oxford Dictionary) وردت كلمة "Terrorism" (الإرهاب) ويُقصد به "استخدام العنف والتخويف أو الرعب بهدف تحقيق أغراض سياسية" في حين نجد الصفة "Terrorist" (الإرهابي) بمعنى "الشخص الذي يستعمل العنف المُنظم لضمان نهاية سياسية محددة" (9).

وظهر أول تعريف إصطلاحي للإرهاب في "اتفاقية منع الإرهاب" التي نظمتها عصبة الأمم المتحدة عام 1937م، فقد تم تعريف الإرهاب بأنه " أفعال إجرامية موجهة ضد دولة من الدول، بقصد خلق حالة من الرهبة في أذهان أشخاص معينين، أو مجموعة من الأشخاص أو الجمهور العام ". (10) وعرف الباحثان ريغان (Reagan) وشولتز (Schulz) الفعل الإرهابي بأنه: " الاستخدام المحسوب للعنف، أو التهديد

بالعنف للوصول إلى أهداف ذات طبيعة سياسية أو دينية أو أيديولوجية، من خلال التهريب والإجبار وبت الخوف" (11).

ثانياً: تطور وسائل الاتصال وبرز الإعلام التفاعلي:

في ظل ثورة تكنولوجيا الاتصال والمعلومات أضحى العالم اليوم يعيش فترة رفاية إعلامية تزواج بين وسائل الإعلام التقليدية التي عرفها الجمهور في الماضي وما زالت حاضرة حتى الآن، وتتمثل في الصحافة والإذاعة والتلفزيون وغيرها من وسائل الاتصال ذات الاتجاه الواحد، وتعد وسائل الاتصال الجماهيرية وسائل تقليدية كونها تعتمد على التوجيه المباشر من الوسيلة الإعلامية للجمهور دونما إتاحة الفرصة للجمهور في الرد على الرسالة الاتصالية أو الاشتراك فيها، وهذه الوسائل التقليدية عادة ما تكون مملوكة للحكومة أو خاصة في حدود رأس المال الذي تملكه الشركات والمنظمات والهيئات، وهذا ما يعزز سلطة الإعلام التابعة للنفوذ الاقتصادي أو السياسي أو كليهما معاً.

ومع المتغيرات الحديثة التي عرفها الاتصال المعاصر، وتأسيساً على ما تقدم، فإن الإعلام لم يعد مجرد انتقال المعلومة في اتجاه واحد، ففي العملية الاتصالية بات الجمهور يحتل دوراً مهماً في التبادل الاتصالي، ويشترك في صناعة الرسالة في ظل تطور وسائل الاتصال وانتهاج وسائل الإعلام الحديثة لمثل هذه الآلية في التواصل والإخبار، بل ذهبت بعض الوسائل إلى إشراك الجمهور في وضع الخطط البرمجية لهذه الوسائل التي باتت أكثر قدرة على ربط المرسل بالمستقبل، والتعرف أكثر على حاجات الجمهور أو ما يدور في خلد. وكل ذلك ما كان ليرتقي لولا ظهور ما أصرح على تسميته بالإعلام الجديد، وهو مصطلح حديث العهد ومثير للجدل، نتيجة حجم آفاه الممتدة والمتنوعة والمقترنة في أحيان كثيرة بالإعلام التقليدي.

والإعلام الجديد هو إعلام رقمي لاعتماده على التكنولوجيا الرقمية، وهو الإعلام التفاعلي الذي أراح احتكار الإعلام بيد القلة، ليتيح إمكانية التفاعل لكل شخص يدلي برأيه وينشره ليراها الآخرون، ويعلق على أقوال الآخرين أيّاً كانت سلطاتهم ومناصبهم، كما أنه الإعلام الشبكي الذي يعتمد على الشبكات كالإنترنت، وهو إعلام المعلومات والمعرفة وإعلام الوسائط المتعددة الذي دمج بين النص والصورة والفيديو. (12)

لذلك يعرف قاموس ليستر الإعلام الجديد بأنه: (مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام والطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو). (13) ومع ما حققه الإعلام الجديد من حضور وتفوق على الإعلام التقليدي، استطاع دمج الإعلام التقليدي بتقنياته،

فلم يكن ظهوره إلغاءً تاماً للتقليدي، بقدر ما كان احتواءً للصحف والأفلام والبرامج التلفزيونية والإخبارية والإذاعية وغيرها وجعلها جزءاً من الاتصال التفاعلي، كتعبير عن مرحلة تغيير جذري، من مراحل تطور وسائل الاتصال، اتسمت بالسرعة والشمولية والتعدد في أساليب الاتصال والتواصل، التي جمعت بين الاتصال الشخصي والجماهيري على شبكة الانترنت، وحولت عمليات الاتصال إلى عمليات تفاعلية آنية على مختلف المستويات المهنية والاجتماعية .

ويُحدد فيدلر (Fiddler) ستة مبادئ أساسية لعملية التغيير الجذري هذه وهي (14):

- 1- تعايش Coexistence وتطور مشترك Coevolution للأشكال الإعلامية القديمة والجديدة.
- 2- تغيير جذري متدرج للأشكال الإعلامية من القديمة إلى الجديدة.
- 3- انتشار السمات السائدة في الأشكال الإعلامية المختلفة بين بعضها البعض.
- 4- بقاء أشكال إعلامية ومؤسسات في بيئات متغيرة.
- 5- ظهور الاستحقاقات والحاجات الموضوعية لتبني أجهزة الإعلام الجديدة.
- 6- حالة التأخر في تبني المفهوم ثم التبني الواسع لأجهزة الإعلام الجديدة.

وطبقاً لذلك فإن أهم ثلاث أدوات تغيير جذري في مستحدثات الإعلام الجديد في مراحل تطور الاتصال الإنساني، هي اللغة المنطوقة Spoken Language، واللغة المكتوبة Written Language، واللغة الرقمية Digital Language. "فاللغة المنطوقة أدت إلى تكوين المجتمعات البشرية، وإلى تطور المهارات والقدرات التي تحل المشكلات المعقدة وتطوير الأشكال المُداعة مثل رواية القصص وأداء الطقوس الصوتية والتي قسّمت المجتمع إلى مؤدين وحراس بوابات ومستمعين، ثم كانت اللغة المكتوبة منفذاً لتطوير الوثائق المنقولة، والطباعة الآلية، والإعلام الجماهيري. في حين أن اللغة الرقمية وبخلاف الأديتين السابقتين، مكنت من عملية الاتصال بين الآلة والإنسان" (15).

وفي خضم التطورات التكنولوجية، أصبح مفهوم التفاعلية مرتبطاً أكثر فأكثر بالوسائط المتعددة، وبالتالي فإن هذا المفهوم عادة ما يشير إلى مفهوم تسويقي، يتضمن الكثير من الوهم، لأنه يمكننا التحدث عن أشكال متعددة من التفاعلية المرتبطة بتعدد البرمجيات التطبيقية (16) عبر الاتصال التفاعلي، والذي يعني المشاركة الديمقراطية المفتوحة من خلال الوسائط الإلكترونية مثل حلقات النقاش المباشرة (Online) والمناقشات الحية في غرف المحادثة (Chat room) ومواقع تبادل رسائل البريد الإلكتروني الحالية Online Email Sites. أما جوهر التفاعلية للوسيط الإلكتروني فيتبلور بمدى دعمه لعمليات الاتصال متعدد الاتجاهات، ومن هنا تتحدد التفاعلية وعلاقتها بالاتصال (17) والتي تعني، العلاقة الثنائية الاتجاه التي تسمح للمرسل والمتلقي بتبادل الآراء والأدوار من خلالها وبفرصة متساوية للمشاركة في عملية

الاتصال، ويستطيع المشاركون في العملية التأثير على أدوار الآخرين. " فالإعلام لم يعد رسالة تعدّها الدولة أو الجهة المالكة للوسيلة الاتصالية ويتلقاها الجمهور، بل أصبح مؤسسة يتشارك في إدارتها وملكيته وصياغة سياستها جميع الناس، وهي تحولات تَحتم على وسائل الإعلام إعادة صياغة برامجها وطريقة عملها كلياً، وأن تأخذ في الاعتبار اتجاهات الجمهور ومواقفه، وتعطيه أيضاً مساحة كبيرة من المشاركة والتعبير، بل قد يصل الأمر إلى المشاركة الفعلية والفنية في التخطيط والتقييم والمراجعة، فالجمهور عبر الإعلام التفاعلي دخل في كافة النشاطات مثل التعليم والتدريب والإدارة والتسويق والتصويت والتواصل الاجتماعي"⁽¹⁸⁾.

وقد أثر الإعلام الجديد في تحول التلقي الثقافي للمتابع العربي عما كان سائداً في ظل الإعلام التقليدي، ويتبين ذلك من خلال (19):

- 1- الإعلام التقليدي ذو اتجاه واحد من الوسيلة الإعلامية إلى الجمهور، فالمشاهد أو المتابع يتلقى الثقافة التي تريدها الوسائل الإعلامية، فيما يختار المتابع في الإعلام الجديد من الكم الكبير من الألوان والثقافات ما يلائمه ويستهو به.
- 2- تفرض وسائل الإعلام التقليدي على الجمهور الالتزام بأوقات عرض البرامج أو إعادتها، فيما يمكنه الإعلام الجديد من مشاهدة أي برنامج في أي وقت والتحكم بإعادته والاحتفاظ به.
- 3- التلفاز جهاز تقليدي ثابت يبقى في مكان مخصص في البيت يفرض على من يريد مشاهدته الجلوس أمامه، فيما أتاحت الابتكارات الجديدة وظهور الأجهزة اللوحية والهواتف الذكية إمكانية المشاهدة من أماكن مختلفة من خلال حمل الجهاز واختيار المكان الذي يريده المتابع.
- 4- المشاهد أو المتابع أمام الإعلام التقليدي مستقبل فحسب، ليس لديه أي دور تفاعلي إلا فيما تسمح به الوسيلة الإعلامية من مساحة في حدود ضيقة، فيما تفتح وسائل الإعلام الجديد أبواب التفاعل مع كل ما فيها، وتستقبل ردود الفعل والانطباعات من الجمهور.

ثالثاً: الإعلام وانتشار خطاب العنف والإرهاب:

يعد الإعلام سلاحاً فتاكاً وخطيراً يتقدم أحيانا على السلاح العسكري، بفعل ما يمتلكه من تأثير سايكولوجي وتعبوي خطير في قيادة وتوجيه الشعوب، الأمر الذي جعل الأمم المتحضرة توليه اهتماماً كبيراً وتحاول من خلاله دفع التحديات التي قد تواجه دولها الى خارج حدودها، عن طريق بناء ترسانة إعلامية مُحكمة تعكس سياستها الداخلية والخارجية مستندة بذلك على دراسات علمية تتخذ من التخطيط الاستراتيجي والتكتيكي مرتكزاً أساسياً في توجيه هذه الوسائل وخطابها الإعلامي.

بيد أن وسائل الإعلام التقليدية بقيت لمدة ليست بالقليلة مسيطرة على المشهد الاتصالي في المجتمعات البشرية المعاصرة، وكانت النظرة التقليدية لوسائل الإعلام بأنها وحدة مركزية للتواصل داخل المجتمع لا يمكن تجاوزها، فكل من يرغب في التواصل بشكل مجتمعي (أفراداً ومؤسسات) كان يجب عليه أن يصل لهذه المؤسسات لكي يستطيع العبور من خلالها للجماهير العامة، وفي ظل هذا الأسلوب واجهت الكثير من الفعاليات المجتمعية في معظم الأحيان صعوبة في الوصول لجماهيرها المستهدفة عبر هذه البوابات، نظراً لمتطلبات متعلقة بالسياسات والتكاليف المادية وأسلوب العمل في هذه المؤسسات، وجاءت وسائل الإعلام الجديد لتحل سيطرة مركزية وسائل الإعلام التقليدية المركزية، وأصبح بإمكان الأفراد والمؤسسات مخاطبة الجميع مباشرة وبتكلفة معقولة⁽²⁰⁾.

وفي ظل هذه التطورات التكنولوجية، يمكن القول أن عملية التواصل مع الجمهور لم تعد حكراً على الأقوياء الذين يمتلكون القدرات المادية والفنية والمهنية فحسب، بل أضحت الكثير من الناشطين، سواء كانوا أفراداً أو جزءاً من مؤسسات تنظيمية ناشطة تعمل في السر أو العلن يمتلكون القدرة في توجيه خطابهم نحو جمهور محدد بدقة بغية التأثير فيه، أو استمالاته أو تحريك عواطفه، بل والعمل إلى دفعه للقيام بأفعال ملموسة خارج الأسس والتشريعات والقوانين التي تتحكم بمنظومة القيم الإعلامية، مستندين على حرية التعبير التي أتاحتها شبكات التواصل الاجتماعي وعولمة الإعلام والسرعة في اقتناص الفرص المتاحة قبل الآخرين من أجل تحقيق غاياتهم، ولعل من أهم القضايا التي تم رصدها بشكل جلي، هي قضايا التطرف والإرهاب التي نشطت في وسائل الإعلام الحديث بشكل يفوق التصورات وعكست هشاشة منظومة التشريعات الإعلامية التقليدية التي باتت بالية وغير قادرة على مواكبة تحديات العصر بكل كينونته ومرتكزاته المستحدثة التي واكبت تكنولوجيا الاتصال ومتغيراته المتسارعة.

فقد عرفت معظم الدراسات البحثية عنف وسائل الاعلام بأنه تصوير الحدث المادي العلني الذي يؤدي أو يقتل أو يهدد بفعل ذلك كما يعرف الفعل الارهابي باعتباره فعلاً ينطوي على العنف،⁽²¹⁾ وتتجه الظروف المتعلقة بتأثير وسائل الاعلام في إشاعة السلوك العنيف لدى المتلقين باتجاهين منها من يذهب بتأثيرها الفعلي والآخر يأخذ بتأثيرها المحتمل، وفي كلا الحالتين هنالك توجس يدعو إلى القلق يمكن أن يمس جوهر منظومة الترابط والأمن المجتمعي.

توجد نظريتان رئيسيتان تطرحان مدى تأثير التغطية الإعلامية للعنف والإرهاب على الرأي العام وهما:⁽²²⁾

1- نظرية العلاقة السببية بين الخطاب الإعلامي والعنف والإرهاب:

ووفقاً لهذه النظرية فإن التغطية الإعلامية للعنف تؤدي إلى انتشار ظاهرة العنف بأشكاله، حيث تتكاثر العمليات الإرهابية كنتيجة طبيعية للتغطية الإعلامية، وحسب هذه النظرية هناك ثلاثة أنواع للتأثيرات الإعلامية هي: الوعي والتبني، انتشار العدوى، الوساطة. فالعلاقة بين الطرفين تأخذ شكلاً دائرياً لا ينتهي، حيث يستفيد كل طرف منهما من الطرف الآخر.

2- نظرية الخطاب الإعلامي والعنف والإرهاب والعلاقات المتبادلة:

يرى أصحاب هذه النظرية أنه لا يوجد دليل علمي على أن التغطية الإعلامية للعنف هي المسؤولة عن مضاعفة العمليات الإرهابية، فليس هناك أية علاقة قائمة بين المتغيرين، ولهذا يدعو أصحاب هذه النظرية إلى عدم التدخل في أداء وسائل الإعلام عامة وفي علاقتها بالإرهاب خاصة، لأنه من غير المعقول -حسب رأيهم- أن تكون هناك علاقة بين الطرح الإعلامي لقضايا العنف والإرهاب وزيادة معدله.

إلا إن الاتجاه المهيمن في التقصي والبحث يتجه نحو أساس فكرة الآثار المباشرة للسلوك الناتجة بالنسبة لبعض المتلقين من التعرض المكثف لنماذج معينة من العنف والتي تؤدي الى خلق حالة من الشعور بالخوف والقلق والكآبة بين أوساطهم،⁽²³⁾ فالعنف يحدث اضطراباً نفسياً وجسمانياً واجتماعياً للأشخاص والمجموعات ويمكن أن يكون علنياً أو متسترًا وتقدم وسائل الاعلام العنف بكل أنواعه الجسدي، العاطفي، النفسي، اللفظي والرمزي.⁽²⁴⁾ والملفت للإنتباه أن مواضيع العنف المعروضة في نشرات الأخبار لم تخضع للدراسة بشكل كاف، فوسائل الإعلام المرئية أصبحت تنتج الجريمة والعنف بمختلف أشكاله، لأن تواتر العنف في برامج التلفاز قد أصبح مدعاة للقلق في جميع الأوساط الاجتماعية في العالم⁽²⁵⁾. وهذه الوسائل لا تكتفي بإعطاء المعلومات تأويلاً انتقائياً بل تقوم بتكوين وعي مخطئ ومشوه أي نسخة غير حقيقية للواقع.⁽²⁶⁾ وتتدخل في تعديل الأحداث بإعطائها بعداً درامياً أو مأساوياً وتتنافس في عرض الصور الأكثر دموية وعنفاً حتى طال العنف كل البرامج ومنها البرامج الاخبارية⁽²⁷⁾.

ويمكن القول بأن الاستفادة متبادلة من العمليات الإرهابية والعنف ما بين الإعلام والإرهاب، فالإعلام يستفيد من خلال ازدياد المشاهدة والقراءة مادياً، والإرهابيون يستفيدون من خلال الدعاية المجانية لأعمالهم من أجل الاستقطاب وإبراز التفوق التقني والنوعي والعددي، وهم يستغلون هرولة وسائل الإعلام من أجل السبق الصحفي، وذلك في نشر الصور المروعة، والخسائر والأضرار بشكل متكرر، مقرونة بوجهات نظر الإرهابيين، مما يجعل من الإعلام بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، أداة طيبة في خدمة الإرهاب، فضلاً عن الحضور الفاعل عبر الإنترنت وغيره من الوسائط المعلوماتية، التي تروج للأفكار الظلامية الهدامة وتعمل على تجنيد الشباب⁽²⁸⁾.

وبذلك فرض الإعلام الإلكتروني واقعاً إعلامياً جديداً بكل المقاييس، إذ انتقل بالإعلام إلى مستوى السيادة المطلقة من حيث الانتشار، واختراق كافة الحواجز المكانية والزمنية والتنوع اللامتناهي في الرسائل الإعلامية والمحتوى الإعلامي، لما يملكه من قدرات ومقومات الوصول والنفوذ للجميع، وامتداده الواسع بتقنياته وأدواته واستخداماته وتطبيقاته المتنوعة - على الفضاء الإلكتروني المترامي الأطراف بلا حدود أو حواجز أو فوارق.⁽²⁹⁾ حيث تكمن الخطورة في أن هذا الإعلام لا يخضع للقوانين أو اللوائح، مع سهولة انشائه على الشبكة العنكبوتية، طالما توفرت الإمكانيات المادية والظروف الملائمة والدوافع الافتراضية ومظلات التغطية؛ الواقعية منها أو الافتراضية، والقدرة على المواكبة والتحديث للمحتوى المنشور، وهو ما يؤكد مقولة كاستيل عن العالم الافتراضي (عالم لا تحكمه القيمة وإنما تحكمه الشروط التي يحددها الإنسان التي وفقها يتم عمل الآلة التقنية ذاتها والإنسان هو من يحدد الأهداف لهذه الشبكات وهي نتاج لصراع البشر الاجتماعي)⁽³⁰⁾.

وعليه... فإن الإعلام الجديد أصبح يمثل نظاماً إعلامياً موازياً للإعلام التقليدي، الذي أنتجه ظرف اتصالي تقصه الحرية، وتسيطر عليه الأنظمة بضوابطها السياسية، ويضغط عليه المال بسطوته، ما أبعد في كثير من الأحيان عن اهتمامات الجمهور وقضايا الحقيقة، فضلاً عن انعدام الثقة في معظم المؤسسات الإعلامية الرسمية، بل أصبح له دور فاعل ومؤثر في اختيار الرسالة الإعلامية وتحديد مساراتها، وأضحى الجمهور إلى حد بعيد يصنع إعلامه، بدلاً من أن تكون للإعلام وحده سيطرة تحديد أولويات القضايا التي يُفكر فيها الجمهور⁽³¹⁾. الأمر الذي يدفعنا إلى اختصار المشهد، بتساؤل كبير، من يؤثر في الآخر، الإعلام أم الجمهور؟ وبالتالي حان الوقت لإعادة النظر بالتراث النظري للاتصال وتحديث نماذجه وتطويرها بما يتلائم مع هذه التطورات.

رابعاً: الاعلام الجديد وأهمية تحديث النموذج الاتصالي:

تمثل التغييرات في البيئة الإعلامية تحدياً جديداً لمنظري الاتصال. وتطرح هذه التغييرات أسئلة مهمة حول كيف يجب أن تتغير نظرية الاتصال لكي تتوافق مع الوسائل الإعلامية الجديدة؟، وما المداخل التي يجب أن نستخدمها لتطوير النظريات لكي تكون أكثر ملاءمة للوسائل الجديدة. والواقع أن هناك ثلاثة مداخل يمكن أن تكون مفيدة في تطوير النظريات لتكون قادرة على التعامل مع الاتصال في الفضاء الافتراضي⁽³²⁾:

1- التركيز على المفاهيم النظرية المتصلة بالوسائل الجديدة. وتشمل هذه المفاهيم: التفاعلية، الوسائط المتعددة، النص الفائق، الروابط الفائقة، اندماج وسائل الإعلام، المعلومات الرقمية وغيرها.

2- بحث إمكانية تطبيق النظريات القائمة على البيئة الإعلامية الجديدة. وعلى سبيل المثال: هل تصلح نظرية وضع الأولويات ونظرية الغرس للتطبيق في الفضاء الافتراضي بنفس الطريقة التي طبقت بها في وسائل الإعلام التقليدية؟ وكيف يمكن تعديل النظريات القائمة للتعامل مع الأنماط الجديدة من الاتصال.

3- تطوير نظريات جديدة ومداخل بحثية جديدة للتعامل مع الوسائل الجديدة. ومن أمثلة هذا النوع من النظريات الجديدة الفكرة التي قدمها روجر فلدر (Fiddler, 1997) عن التشكل العضوي لوسائل الإعلام Metamorphosis التي تحاول شرح أثر الوسائل الجديدة على الوسائل الإعلامية التقليدية.

لقد أفرز عصر المعلومات نمطاً إعلامياً جديداً يختلف في مفهومه وسماته وخصائصه ووسائله عن الأنماط الإعلامية السابقة، كما يختلف في تأثيراته الإعلامية والسياسية والثقافية والتربوية الواسعة النطاق لدرجة أطلق بعضهم على عصرنا هذا اسم (عصر الإعلام)، ليس لأن الإعلام ظاهرة جديدة في تاريخ البشرية، بل لأن وسائله الحديثة قد بلغت غايات بعيدة في عمق الأثر وقوة توجيهه وشدة الخطورة أدت إلى تغييرات جوهرية في دور الإعلام وجعلت منه محوراً أساسياً في منظومة المجتمع، فنحن اليوم أمام إعلام جديد هو (إعلام عصر المعلومات) (33).

وقد دفع هذا الاهتمام عدداً من الباحثين إلى إجراء دراسات لتقويم حالة البحث في هذا المجال بهدف تحديد الاتجاهات البحثية والنظرية فيه، ووضعها في أنماط وتقديم نتائجها وكشف نواحي الضعف فيها واقتراح اتجاهات جديدة للبحث. ومن هذا المنطلق يركز الباحثون في الاتصال على البحث عن إجابات لأسئلة تتعلق بكيفية استخدام الناس لهذه الوسائل الجديدة التي تتميز بالتفاعلية والنصية الفائقة والوسائط المتعددة؟ ووظائفها وآثارها على الأفراد والمجتمع ككل؟ وكذلك التأثيرات التي أحدثتها في وسائل الإعلام التقليدية؟ وللإجابة عن هذه الأسئلة، سلك الباحثون طريقتين، الأولى يتمثل في تطبيق نظريات الاتصال القائمة على الوسائل الجديدة، والثاني يتمثل في البحث عن نظريات جديدة تناسب بنية وسمات الوسائل

الجديدة (34). وقد هيا نشوء المجتمع المعلوماتي مجالاً لتعميم ظاهرة التحول من تقديم (الخدمات الإعلامية) للمتلقى السلبي في عملية الاتصال الجماهيري الذي يتلقى المعلومات الموجهة إليه بلا مشاركة إيجابية واضحة منه في جوانب اختيار أو إعداد أو أساليب نشر تلك المعلومات عبر وسائل الاتصال الجماهيرية التقليدية المختلفة إلى مشاركة عناصر التركيبة الاجتماعية الفاعلة جميعها في عملية اختيار وإعداد وتخزين وتوجيه ونشر المعلومات والإفادة منها، والمشاركة المؤثرة في عملية التبادل الإعلامي داخل المجتمع الواحد بعناصره وشرائحه كلها، وبين المجتمعات المختلفة بشكل عام بما يوفر فرص الحوار والتفاهم والتفاعل (35).

وهنا تتبين بدايات تشكيل الساحة الإعلامية مجدداً بدخول وسائل الإعلام الجديد لهذه الساحة، إذ أن من بين سمات التغيير الإعلامي البارزة قدرته العالية فيما يتعلق بالتفاعلية، فقد أكدت معظم نماذج الاتصال التقليدية ابتداءً من (نموذج شانون وويفر مروراً بنظرية الرصاصة السحرية ونموذج انتقال المعلومات على مرحلتين ونموذج الانتباه والادراك الانتقائي وصولاً إلى نموذج ويستلي وماكلين) ومفاهيمهما عن حراس البوابة على أن وسائل الإعلام التقليدية وسائل اتصالية ذات اتجاه واحد وتفقر إلى رجع الصدى الفوري، في حين أن التفاعل الحقيقي يتطلب نموذجاً اتصالياً ذا اتجاهين أو اتجاهات متعددة⁽³⁶⁾.

خامساً: نموذج إنتاج وسير خطاب التطرف والكراهية:

بشكل عام يمكن لنا أن نلخص الأسس الرئيسة لنموذج إنتاج وسير خطاب التطرف والكراهية في وسائل الاتصال، وخصوصاً الإعلام الجديد من خلال النقاط الآتية (يُنظر شكل رقم 1)⁽³⁷⁾:

1- أضحى عالم اليوم أشبه ببنية إلكترونية، تتكون من مجموعة من الطبقات التي تضم شقق ومكاتب، يسكنها أناس يمثلون مختلف الاتجاهات والتيارات والآيديولوجيات، مثلما يختلفون فكراً وعرقياً ودينياً وطائفيّاً، تربطهم المصالح المشتركة في ظل العولمة التي فرضت نفسها بقوة في عالم اليوم.

2- النموذج الاتصالي الذي يوضح خط سير خطاب التطرف والإرهاب، هو أشبه بالمصعد الإلكتروني، الذي يخترق البنية بسرعة فائقة (كتشبيه للوسائل التكنولوجية الحديثة)، وهو اختراق للمنظومة الثقافية والقيمية للجمهور المُخاطب.

3- تُعد إمكانية اختراق الفضاء اللامنتمي أصعب كثيراً للقائم بالاتصال من اختراق الفضاء المنتمي له، خاصة عندما لا تتوافق رسالة خطاب التطرف والكراهية في اللغة والنص والصورة مع طبيعة الجمهور المتلقي.

4- يركز القائم بالاتصال في ترويج خطاب التطرف والكراهية على وسائل التواصل الاجتماعي، أكثر من تركيزه على وسائل الإعلام التقليدية، لأسباب عدّة، منها:

- محاولة إخفاء الجهة المرسلّة أو القائم بالاتصال.
- الابتعاد عن المساءلة القانونية.
- سرعة الوصول إلى الهدف، بحكم التقنيات الحديثة وانتشارها الكبير.

5- جمهور الخطاب الإعلامي، عادة ما يتكون من مجاميع كبيرة من الأفراد المنفصلين عن بعضهم جغرافياً، والمختلفين في مراكزهم ومهنهم وثقافتهم، ولا يعرفون بعضهم بعضاً، ولا يتفاعلون أو يتبادلون



المشورة والخبرة، وليس لهم تنظيم. كما لا تتوافر لهم مقومات المجتمع، فليس لهم تنظيم اجتماعي، أو عادات وتقاليد ثابتة.

6- تركز مؤسسات ووسائل إنتاج وترويج خطاب التطرف والكراهية على بث كم هائل من الرسائل المتنوعة، التي تحمل بين سطورها أفكار لإرث تاريخي مدجج بالقصص الحقيقية أو الأسطورية التي تداعب مخيلة المتلقي، وهذه الرسائل عادة ما تتكرر ولكن بأساليب متعددة أيضاً، تبتغي فضاءً إلكترونيّاً رحباً ومفتوحاً أمام الجمهور بحكم تعدد وتنوع وسائل الاتصال.

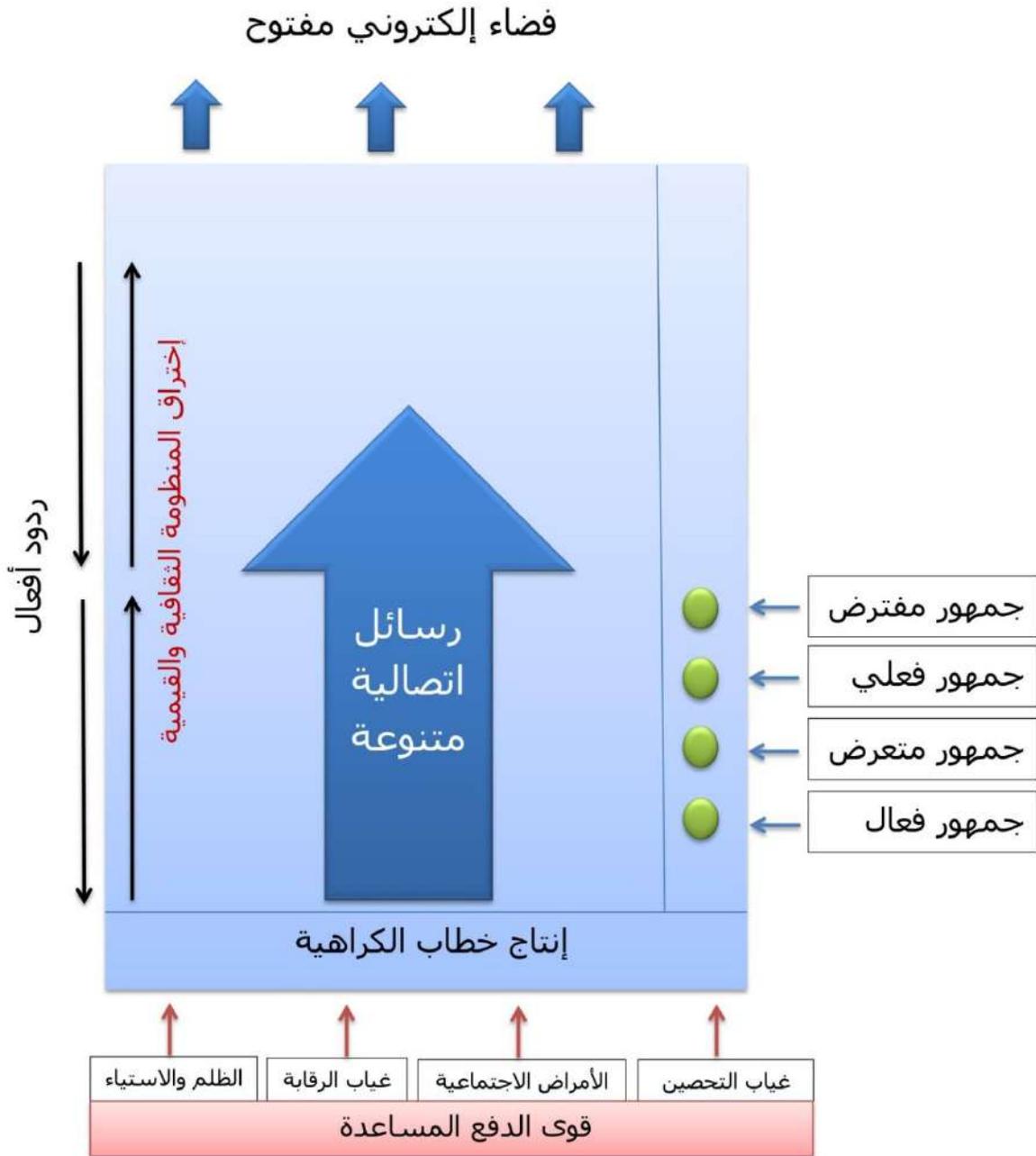
7- يستند إنتاج خطاب التطرف والكراهية على مجموعة من "قوى الدفع المساعدة" والمتمثلة بمجموعة من العوامل من أهمها:

■ غياب التحصين: فعندما لا يتوفر الأمن للمواطنين بالقدر الذي يزيد من تنمية الشعور بالانتماء والولاء، وتغيب مؤسسات التوجيه الوطني لبث الروح المعنوية، وزيادة الإحساس الوطني بانجازات الوطن واحترام تراثه الذي يمثل هويته وانتماءه الحضاري، وعدم وجود ثقافة مشتركة جامعة تحتوي كل شرائح المجتمع، حين ذاك يصبح المتلقي فريسة سهلة لخطاب التطرف والإرهاب.

■ الأمراض الاجتماعية: عندما يغيب التحصين الفكري والاجتماعي، تفرض الأمراض الاجتماعية واقعاً خطيراً يمكن أن يهدم أسس التعايش بين مكونات المجتمع الواحد، مثل الغلو والتطرف والعنصرية والطائفية والتمييز بين الأفراد، كلها أمراض قد تشكل قوة دفع مساندة لوصول خطاب التطرف إلى مبتغاه المنشود.

■ غياب الرقابة: إذا كان مفهوم الرقابة الإعلامية قد اقترن بسياسة تكميم الأفواه أو مصادرة حرية التعبير، وأضحى المفهوم محل ترحيب من بعض الناس، وبعضها الآخر محل استنكارهم، وأخرون بين الأخذ والرد، إلا أن ما يجمع عليه هؤلاء جميعاً؛ أن أسباب تطبيق مقص الرقيب قد يكون سياسياً، أو أخلاقياً أو دينياً أو اجتماعياً، خاصة أن بعض وسائل الإعلام استغلت غياب الرقابة المنضبطة وراحت تروج لخطاب التطرف والكراهية بشكل واسع، على سبيل المثال، وخلال أحداث العنف التي ضربت المملكة المتحدة في أغسطس 2011م، قام رئيس الوزراء البريطاني ديفيد كاميرون بإبلاغ البرلمان أنه يجب على فيسبوك وتويتر وبلاتكيري أن يقوموا بمسئولياتهم ضد أي محتوى ينشر على شبكاتهم، تبعها اجتماع لوزارة الداخلية (Home Office) بممثلي هذه الشركات الذين هرعوا لمساعدة الحكومة، وإثبات أنهم يقومون بدورهم ضد كل محتوى يحرض على العنف ونتج عن كل ذلك عدة وسائل؛ للحد من نشر المحتوى الذي يهدد الأمن القومي.

- الظلم والاستياء: إن الشعور بالظلم السياسي أو الاجتماعي أو الاقتصادي أو التهميش قد يتحول إلى ثقافة استياء قهرية وكراهية وحقد يمكن أن تزداد مع مرور الزمن وترسم ثقافة عبثية وغير واعية مرتبطة بأشكال مفزعة من اللاوعي والعجز المكتسب والإحباط الذي يدفع للتضحية بكل شيء، الأمر الذي يجعل الضحية هدفاً لأصحاب الفكر المتطرف ويجعل منه متبنياً لخطاب الكراهية ومروجاً له، وقد يدفعه إلى الفعل الإرهابي.



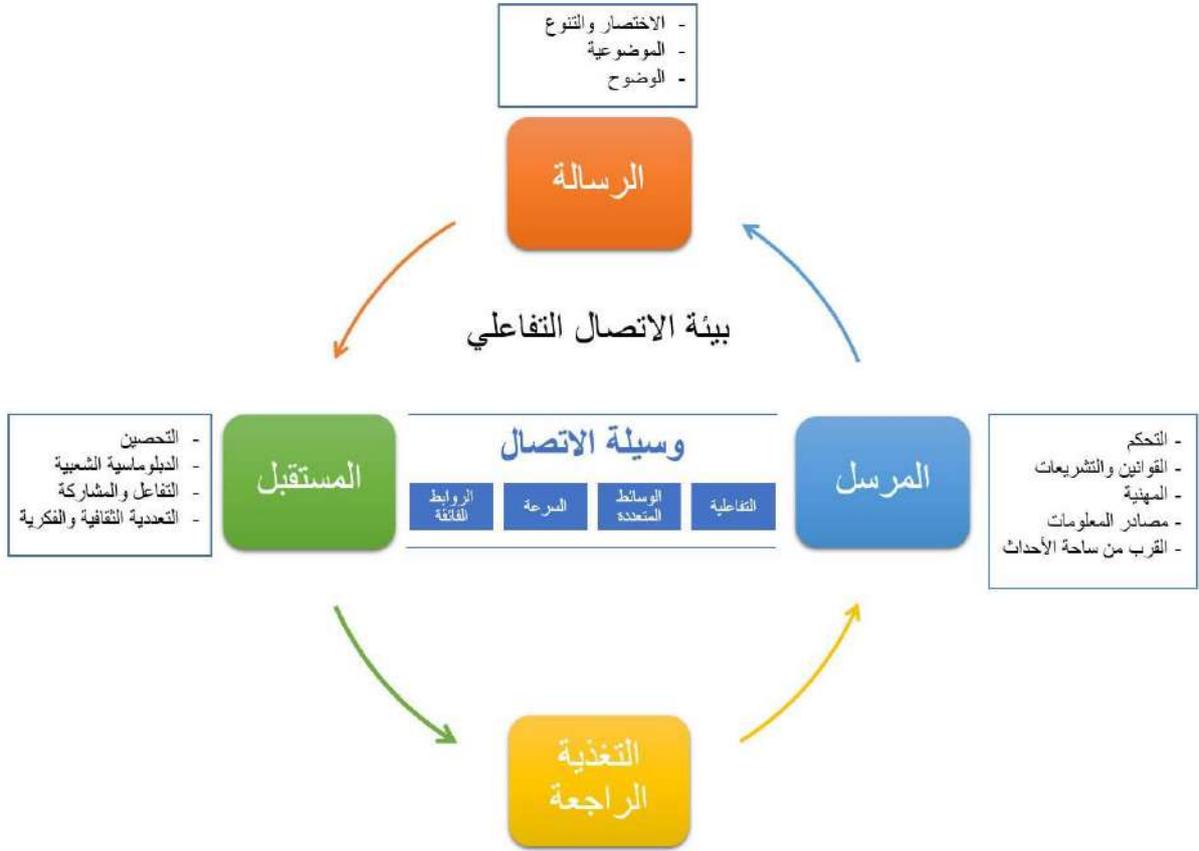
شكل رقم (1) نموذج المصعد الاتصالي، إنتاج وسير خطاب التطرف والكراهية (فياض، 2017)

سادساً: مقترح نموذج اتصالي مطور في مواجهة التطرف والإرهاب:

يستند النموذج المطور على عناصر الاتصال الرئيسية المتعارف عليها في العملية الاتصالية، بيد أن مقومات الاتصال التفاعلي الحديث قد اعتمدت على أهمية البيئة التفاعلية وفق النموذج الدائري - التبادلي، وما تتضمنه من معطيات أساسية تتعلق بالوسيلة الاتصالية ومقوماتها التكنولوجية والمعلوماتية.

ويرتكز هذا النموذج على مجموعة من الأسس والمبادئ من أهمها: (يُنظر شكل رقم 2)

- 1- يركز النموذج على مبادئ أساسية تتعلق بالنظريات الاتصالية والاجتماعية، من منطلق قائم على ربط المعرفة بالمهارات الذاتية والمكتسبة.
- 2- يقوم النموذج التفاعلي على مرتكزات أساسية تُمثل العناصر الرئيسية للاتصال التفاعلي (المرسل، المستقبل، الرسالة، الوسيلة، والتغذية الراجعة)، مع جملة من الاعتبارات الملازمة لهذه العناصر تمثل نقاط التأثير والتأثير.
- 3- لا يمكن عزل خطوات بناء هذا النموذج الاتصالي عن بيئة الجمهور المستهدف، فالعملية تُشكل دائرة مغلقة توفر خطوط واضحة ومترابطة، بحيث يُمكن أن يصبح المرسل مستقبلاً، ويأخذ المستقبل دور المرسل، من خلال عملية تبادل الأدوار.
- 4- تمثل وسيلة الاتصال، بوابة إلكترونية أو رقمية تعطي المرسل والمستقبل فرصاً متساوية في التعبير أو الإصغاء، حيث تستند الوسيلة على التفاعلية واستخدام الوسائط المتعددة، والسرعة في الاستجابة أو نقل الخبر أو المعلومة، وتوظيف الروابط الفائقة.
- 5- العلاقة التنافسية بين المرسل والمستقبل تتمثل في مدى قدرة كل طرف على امتلاك القدرات التكنولوجية والإلمام بمعطياتها المتعددة، واستخدام الوسائط والروابط بمهارة عالية وذكاء، مع أهمية عنصر السرعة في التفاعل مع الآخرين.
- 6- أي إخلال بدعامة أو إهمال لخطوة من خطوات بناء النموذج، سوف ينعكس سلباً على طبيعة العملية التفاعلية وخطابها المُنتج، ويقلل من فاعليته.



شكل رقم (2) نموذج اتصالي مطور في مواجهة التطرف والإرهاب (فياض، 2018)

عناصر وعلاقات التأثير والتأثير في النموذج الاتصالي المطور:

1- المرسل: أو القائم بالاتصال، قد يكون شخصاً عادياً، فرداً أو معنوياً أو مؤسسة إعلامية، بغض النظر عن ملكيتها. بيد أن هناك مؤثرات يخضع لها المرسل في هذا النموذج المطور، لابد من مراعاتها، منها:

■ التحكم: تُعد خاصية التحكم في لدى القائم بالاتصال في الهاتف والإنترنت أو وسائل التواصل الاجتماعي متوفرة وبقوة، بينما لا تتوفر في حالة الإذاعة أو التلفزيون لأن التحكم بالمضمون الاتصالي يخضع للقائمين على هذه الوسائل.

■ القوانين والتشريعات: على القائم بالاتصال استيعاب منظومة القوانين والتشريعات الخاصة بوسائل الإعلام، فهناك حاجات مجتمعية وحاجات فردية وعامة يجب حمايتها بواسطة القوانين، ومن ثم هناك حاجة إلى جيل جديد من قوانين الإعلام، لكن يجب أن يتم إصدار هذه القوانين بعد دراسة جادة لحاجات المجتمع ومعطيات ثورة الاتصال، وأن تكفل هذه القوانين حرية الإعلام، حيث تسهم هذه

الحرية في تطوير صناعة الإعلام والاتصال. فالوسائل الجديدة تقدم طرقاً جديدة في التقيد والمنع لم تكن موجودة في السابق، فقد ابتكرت الوسائل الجديدة طرقاً خاصة للحد من حرية التعبير، إذ لأول مرة أصبحت وسائل التقيد تكنولوجية وموجودة داخل الوسائل الإعلامية ذاتها⁽³⁸⁾.

■ المهنية: إن أغلب المعارف والمهارات الذاتية والمكتسبة التي يتحلّى بها الإعلاميون العاملون في المؤسسات التقليدية ووسائلها المعروفة، تكاد تنطبق بشكل أو بآخر على الإعلاميين العاملين في المؤسسات الإعلامية الإلكترونية، وكذلك هي الحقوق المهنية والسياسية والاجتماعية والثقافية والمادية والمعنوية التي يطمح لها هؤلاء الإعلاميون من أجل تحقيق الذات أولاً وتحقيق أهداف المؤسسة التي ينضون تحت خيمتها ثانياً، بيد أن تطور وسائل الإعلام ومواثيق الشرف الإعلامية وأخلاقيات المهنة، جعلت أمام الإعلامي تحديات كبيرة، تتعلق بحرية التعبير وحرية الوصول إلى مصادر المعلومات، والحق في التواصل مع صانعي الحدث أو أطرافه، من خلال التفاعل الفوري مع الحدث وكتابة التقرير وتحريره وعدم السماح بالتلاعب في المضمون بحيث يمكن أن يتشوه أو يفقد صورته الحقيقية.

ومع التطور التكنولوجي أصبح لزاماً على الصحفي أن يجيد التعامل مع أجهزة الحاسوب وبرامجها المتنوعة، فضلاً عن مهارات التحرير والالتزام بالقيم الإعلامية وأخلاقيات المهنة. وكلما طوّر الإعلامي من مهاراته وقدراته الذاتية أصبح أكثر قدرة في التعامل بمصداقية مع الحدث أو الخبر وصولاً إلى تسلق اللبنة الأولى في سلّم بناء خطاب إعلامي متوازن وآمن.

■ تنوع مصادر المعلومات: إن التنوع في النظم الإعلامية ينتج مزيداً من التعددية في إطار الملكية التي يجب أن تعكس تنوعاً واضحاً على المستوى الدولي، وبالتالي تأخذ الملكيات المختلفة لوسائل الإعلام دورها في توضيح الحقائق والمعلومات وعرض كل وجهات النظر، فتظهر وسائل الصحافة والإعلام في مستوياتها المختلفة الخاصة والحكومية والتعاونية والإلكترونية البديلة والمتخصصة، إلى جانب صحافة وإعلام المجتمعات المحلية. أو تبرز في مستويات متباينة من حيث حجمها فتظهر وسائل إعلامية صغيرة ومتوسطة وكبيرة، تتيح فرصة للجماعات والأقليات والتيارات الفكرية ومنظمات المجتمع المحلي للتعبير عن نفسها، وهذا ما يعبر عنه بتعددية المصادر الإعلامية أو مصادر المعلومات⁽³⁹⁾.

■ القرب من ساحة الأحداث: فبالإضافة إلى الصحفيين المحترفين التابعين للصحف والقنوات الفضائية الاخبارية، أضحت ساحات الأحداث تضم صحفيين هواة ومستقلين وغير محترفين ذوي انتماءات مختلفة وأهداف مغايرة تماماً جاهزين للدفع بالأخبار في التو واللحظة، خاصة لمواقع ومنابر الإعلام الجديد، وكلما كان القائم بالاتصال قريباً من الحدث ازدادت مصداقية رسالته الإعلامية.



2- الرسالة: مضمون يرغب الشخص القائم بالاتصال بتوصيلها باستخدام الرموز (لفظية أو غير لفظية)، يمكن تفسيرها من قبل الجميع بنفس المعنى، لأن اختلاف المعنى أو اللفظ قد يسبب حرجاً أو نتيجة عكسية. والرسالة الناجحة هي التي تتضمن أو تتميز بالآتي:

■ الاختصار والتنوع: في عالم اليوم لم تعد الرسالة الإعلامية تعتمد على المساحة أو الإسهاب والإطناب، بل الاختصار وانتقاء المفردات القادرة على تكوين المعنى المطلوب، مثلما قد تنتوع الرسائل ما بين أخبار ومعلومات وصور ورسوم أو رموز مجتزأة، ولنا في تويتر خير مثال.

■ الموضوعية: الحيادية والموضوعية والنزاهة هي المفاهيم الأقرب إلى قلوب الإعلاميين، والأشد غموضاً في رسالتهم الإعلامية أو خطابهم المهني، والأكثر عرضة للإهمال والتخلي في إنتاجهم الإعلامي، وكثيراً ما يسود الخطاب الإعلامي فضلاً عن الانحياز، الغموض أيضاً، وهو غموض يبدو أنه ناتج في أغلب الأحيان، عن غموض في وعي هذه المفاهيم التي تُشكل الأسس الضرورية لأي إعلام فاعل، وفي ذلك يرى مايكل شادسن الأكاديمي الأمريكي في علم الاجتماع، أن الاعتقاد بالموضوعية هو إيمان بالوقائع، وانعدام الثقة بالقيم، والتزام بانفصال تلك الوقائع والقيم بعضها عن بعض. وبالتالي لا يمكن إحالتها إلى الأيديولوجيا السائدة لدى جمع الأخبار والمعلومات وصياغتها، ولكن من خلال الاعتماد على شهود العيان وتسلسل الأحداث والتثبت من صحة الوقائع، عبر تعدد المصادر، والموازنة بين وجهات النظر، ثم التوافق مع السلطة الرابعة المستقلة عن الحكومة والالتزام بمصالح الجماعات (40).

■ الوضوح: حيث تلعب درجة وشفافية الرسالة الاتصالية دوراً مهماً في ترسيخ معانيها في أذهان المتلقين، وتعزيزاً للمصداقية، فوسائل الإعلام الجديد تعتمد على النص الواضح القادر على التأثير.

3- المستقبل: أو متلقي الرسالة الإعلامية. سواء أكان شخصاً واحداً أم مجموعة أو جمهور عريض في مجتمع محدد، وهذا المتلقي يمكن أن يصبح مرسلاً في ذات الوقت، طالما امتلك أدوات التفاعل عبر الوسيلة الاتصالية، بيد أن المستقبل عادة ما يتلقى كميات هائلة من الرسائل والمعلومات، الأمر الذي يجعله عرضة للوقوع فريسة لأشخاص أو منظمات ذات أهداف تخريبية، لذا وجب أن نقف عند بعض المؤثرات التفاعلية، منها:

■ التحصين: هو أية عملية أو ممارسة أو تداخل يستهدف توفير الحماية والحصانة للفرد أو المجتمع ضد المخاطر أو الشرور أو التقليل من آثارها المحتملة أو عواقبها التي قد تؤدي إلى نتائج خطيرة، ومتى ما أدركت المجتمعات أهمية التحصين للمجتمع والفرد في مواجهة الأخطار، مثل الأفكار الهدامة والممارسات المضرة بالمجتمع فضلاً عن الكوارث الطبيعية والأمراض.

لقد أحدثت العولمة بشتى صورها وكافة أشكالها، وباختلاف آلياتها وقنواتها تغييراً جذرياً في أنماط التفكير في المجتمع، وذلك لأن تأثيرها تجاوز كل الحدود المحلية ليأخذ طابعاً عالمياً. ولقد أفرزت العولمة الكثير من الأخطار والتداعيات التي تعد تهديداً للأمن الفكري للمجتمعات، وبات الأمن الفكري هاجساً قومياً ومطلباً وطنياً، ورؤية استراتيجية تستتفر جميع أفراد المجتمع أقصى جهودها وطاقتها لتحصيلها، ويبقى تحقيق الأمن الفكري ليس قائماً عند حدود أجهزة الدولة السياسية ووحداتها الأمنية فقط، بل أصبح لزاماً على كافة المؤسسات المجتمعية بما فيها التربوية والتعليمية ضرورة تضافر الجهود وتكامل الأدوار لتحقيق مبادئ الأمن الفكري داخل المجتمع (41).

■ الدبلوماسية الشعبية: باتت اليوم القنوات الدبلوماسية الرسمية الممثلة للدول والحكومات تتزاحم في فضاء التواجد الأفقي عبر إيجاد قنوات إعلامية رقمية شعبية على تماس مباشر مع الجماهير، تعمل من خلالها على نشر أنشطتها، وإبراز أخبارها وتوصيل صوتها وعكس صورتها، بطرق مستحدثة لم يكن مسموح بها في العرف الدبلوماسي التقليدي وإلى فترة قريبة جداً. ومتى ما استطعنا أن نبني جيلاً واعياً يتعامل بإنفاقة وأتكنيت مع وسائل التواصل الاجتماعي، لشعوره بأنه يمثل أمة أو دولة أو مجتمع، هو ممثله بدون قرار أو تنصيب رسمي، حين ذاك نكون قد قطعنا شوطاً كبيراً في التنمية البشرية.

■ التفاعل والمشاركة: إن تحقيق عملية الإصلاح الجذري لمنظومات الدول، لا يتم دون عقد اجتماعي بين الدولة ومواطنيها، يكون ترجمة للتوافقات الكبرى والقيم المركزية المؤطرة للاجتماع البشري للمواطنين في رقعة معينة، ويستند إلى قيم حقوق الإنسان وحكم القانون وضمان فرص التنافس العادل، وتمكين مختلف القوى السياسية والمدنية من التعبير عن آراءها ومصالحها ومطالبها من خلال قنوات شرعية، تسمح لها بتنفيذ وتجسيد طموحاتها بشكل عادل ومتوازن لا يضر بمصالح الفئات الأخرى، وتحقيق المشاركة والتفاعل لجميع الفئات الاجتماعية دون تمييز على أساس الجنس أو العرق أو اللون أو الدين أو غيرها من الاختلافات، وهو بذلك تأسيس لمفهوم المواطنة بمعناه العصري، كما هو متعارف عليه دولياً (42).

■ التعددية الثقافية والفكرية: يشير مفهوم التعددية الثقافية إلى وجود تباينات ثقافية تشمل الأنماط الثقافية للمجتمعات الإنسانية، وتعدد هوياتها الثقافية وتباين منظومة قيمها وعاداتها وتقاليدها وأنماط حياتها وتراثها. ويشمل هذا التباين المجتمعات الإنسانية بصورة عامة، والمجتمعات التي تشكل نطاقاً واحداً حينما تسود فيها ثقافة جامعة، إلى جانب ثقافات فرعية، الأمر الذي يعكس حالة من حالات التنوع الثقافي في إطار الإقرار بوجود ثقافة جامعة. ولعل أبرز ما خلفته التحولات الكبرى على الصعيد السياسي والاقتصادي والتقني التي شهدتها العالم خلال العقدين الأخيرين تأثيراتها المتنامية على الخصوصية

الثقافية لمجتمعات العالم المختلفة. مثلما أن التعددية الفكرية هي اعتراف بأن العقل الإنساني ما زال يعمل ويجتهد، وهي في الوقت ذاته إقرار بأن الفكر الإنساني قائم على التنوع والديناميكية، وهي كذلك تأكيد على أن أحادية الفكر تمثل معوقاً للحركة الفكرية ومعطلاً لصيغ التقدم والتجديد⁽⁴³⁾.

4- التغذية الراجعة: ونقصد بها الاستجابة التي يبديها المستقبل تجاه الرسالة.

5- الوسيلة: وهي الوسيط الإلكتروني التي من خلاله يتفاعل الجمهور بقوة، وهذا الوسيط قد يكون جهاز الهاتف، وخاصة المحمول، أو شبكات الإنترنت، بما تضمه من مواقع إلكترونية وبرامج ومواقع تفاعلية واجتماعية هائلة أو القنوات الفضائية أو الإذاعات المسموعة التي أضحت هي الأخرى وسيلة تعتمد على تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات بشكل كبير. وتتميز الوسيلة في بيئة الاتصال بالتفاعلية واستخدام الوسائط المتعددة والسرعة في انتقال المعلومة فضلاً عن استعمال وتوظيف الروابط الفائقة.

6- بيئة الاتصال: ونعني بها الجو العام المتمثل في المحيط النفسي والمادي الذي يحدث فيه الاتصال. وتشمل البيئة المواقف والمشاعر والتصورات والعلاقات بين المتصلين وكذلك خصائص المكان مثل سعته، وطبيعته، وترتيبه، ودرجة الحرارة فيه، ولا شك في أن بيئة الاتصال تؤثر على طبيعة الاتصال ومدى جودته. كذلك السياق الذي يتم فيه الاتصال (هل اتصالنا بالآخرين رسمي أو عادي، هل هو ثنائي أو مع مجموعة صغيرة أو كبيرة ... إلخ) وهذا يتطلب منا تحديد ما نقول وما نفعل. وتبعاً للنموذج التفاعلي، يمكن القول إن الاتصال في الوسائط الإلكترونية وخاصة الهاتف والإنترنت هو اتصال يمكن أن يكون (تزامني أو لا تزامني)، بينما يكون حتماً (تزامنياً) في الإذاعة أو التلفزيون.

الخلاصة:

يظهر مما سبق أن مفهوم بيئة الاتصال التفاعلي في مواجهة التطرف والإرهاب، يتسع للعديد من المرتكزات والمتطلبات، ويتجاوز حدود عرض الرأي والرأي الآخر، فالنظرة الشمولية للمفهوم لا بد أن تأخذ بعين الاعتبار مجموعة التعددات التي أشرنا إليها سابقاً في هذا البحث والتي تمثل عناصر أساسية، ومكونات مهمة، تساعد بشكل كبير على فهم معنى الدور المؤمل للإعلام في مواجهة التطرف والإرهاب وخطاب الكراهية التي اكتضت به وسائل الإعلام، التقليدية منها والحديثة، لذا حاولنا تطوير نموذج اتصالي تفاعلي، رغم يقيننا أن نظريات الاتصال ونماذجها كانت وما تزال موضع جدل من الناحية الفكرية فضلاً عن الناحية العملية، تبعاً للتبعات السياسية والثقافية والاجتماعية المتنوعة في هذا العالم. ويشير النموذج المقترح الذي تمت الإشارة إليه إلى مكونات المفهوم إلى جانب العلاقات التي تحكم عملية التأثير والتأثر بين هذه المكونات.

الهوامش والمراجع:

- 1- ابن منظور، محمد بن مكرم، لسان العرب، (صححه) أمين عبد الوهاب ومحمد العبيدي، دار إحياء التراث العربي، بيروت، مؤسسة التاريخ العربي، ج2، 1999، ص871.
- 2- المرجع نفسه، ج9، ص268.
- 3- عبد اللطيف حمزة، الإعلام له تاريخه ومذاهبه، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 2002، ص23.
- 4- إبراهيم إمام، أصول الإعلام الإسلامي، القاهرة، دار الفكر العربي، 1985، ص14.
- 5- يُنظر: الفيروز آبادي (محمد بن يعقوب)، القاموس المحيط، ط8، مؤسسة الرسالة، 2005، و" شرحه تاج العروس " و " لسان العرب " و" معجم مقاييس اللغة "، و"الصاحح " و" المصباح المنير " مادة (طرف).
- 6- عاطف فؤاد، الحرية والفكر السياسي المصري، القاهرة، دار الكتاب، 1988، ص44.
- 7- أمل اليازجي ومحمد عزيز شكري، الإرهاب الدولي والنظام العالمي الراهن، بيروت ودمشق، دار الفكر المعاصر، 2002، ص 129. وللمزيد عن مفهوم التطرف والإرهاب يُنظر: محمد أحمد فياض، بحوث وقضايا معاصرة في الإعلام، عمان، دار اليازوري العلمية، 2018.
- 8- يُنظر: الفيروز آبادي، " القاموس المحيط "، مرجع سبق ذكره، مادة (رهب).
- 9- محمد المنصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال، كلية الآداب والتربية، الأكاديمية العربية في الدنمارك، 2012، ص25.
- 10- Mcswete O.A, The challenge of social networks, Administrative theory and praxis, vol 13, issue 1, March 2009, p 95-96.
- 11- للمزيد يُنظر: العربي بوعمامة، المنظومة الإعلامية الجديدة والأمن الاجتماعي، مقارنة معرفية في الأنساق والسياق، المؤتمر الإعلامي الدولي المُحكّم، الإعلام بين خطاب الكراهية والأمن الفكري، كلية الصحافة والإعلام، جامعة الزرقاء، الأردن، 18-16 مايو 2017.
- 12- عبد الله محمود عدوي، ملكية وسائل الإعلام والتحول الثقافي في الإعلام الجديد، المؤتمر العلمي الثاني، مستقبل الإعلام التقليدي والجديد في ضوء التحولات التقنية والاجتماعية والثقافية في الوطن العربي، كلية الإعلام، جامعة البترا، عمان، 13-14 ديسمبر 2016.
- 13- نسرین حسونة، الإعلام الجديد. المفهوم الوسائل والخصائص والوظائف، يُنظر الرابط:
<http://blog.amin.org/nisreenhassouna/2018/01/06>
- 14- عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد، المفاهيم والوسائل والتطبيقات، عمان، دار الشروق، 2008، ص46-47.
- 15- يُنظر:
- Roger F. Fiddler. Media morphosis: Understanding New Media, Sage Publications, Inc. First edition, 1997.
- 16- ميشال انيولا، الوسائط المتعددة وتطبيقاتها في الإعلام والثقافة والتربية، العين، دار الكتاب الجامعي، 2004، ص20.
- 17- Vankoert, The impact of democratic on electronic media rural development, first Monday, 2002, volume7, number4.

- 18- شفيق حسنين، الإعلام التفاعلي، القاهرة، دار فن للطباعة، 2010، ص7.
- 19- عبد الله محمود عدوي، مرجع سبق ذكره.
- 20- حمزة احمد امين بيت المال، أهمية التخطيط الاتصالي والإعلامي لتوظيف وسائل الإعلام الجديد في التوعية بأخطار المخدرات وأضرارها، مركز النشر العلمي بجامعة الملك عبد العزيز، 2011، ص3.
- 21- آرثر آسابيرغر، وسائل الإعلام والمجتمع، ترجمة: صالح ابو إصبع، الكويت، سلسلة عالم المعرفة، العدد (386)، مارس 2012، ص 172.
- 22- ياس خضير البياتي، المسؤولية الاجتماعية والمهنية لوسائل الإعلام العربية في تحصين الشباب من التطرف والعنف، المؤتمر الإعلامي الدولي المُحكّم، الإعلام بين خطاب الكراهية والأمن الفكري، كلية الصحافة والإعلام، جامعة الزرقاء، الأردن، 18-16 مايو 2017.
- 23- جون كورنر، التلفزيون والمجتمع، ترجمة: أديب خضور، دمشق، المكتبة الإعلامية، 1999، ص211.
- 24- نصر الدين العياضي، وسائل الإعلام والمجتمع، الإمارات، دار الكتاب الجامعي، 2004، ص32.
- 25- أنتوني غيدنيز، علم الاجتماع، ترجمة: فايز الصباغ، ط 4، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2004، ص508.
- 26- حارث القرعاوي، الإعلام وتشكيل الرأي العام وصناعة القيم، بيروت، مجلة المستقبل العربي، ص154.
- 27- نصر الدين العياضي، مرجع سابق، ص38.
- 28- ياس خضير البياتي، مرجع سابق.
- 29- أكرم فرج الربيعي، الإعلام الجديد ومستويات التحكم بالعملية الاتصالية وتوجيه الرأي العام، المؤتمر العلمي الثاني، مستقبل الإعلام التقليدي والجديد في ضوء التحولات التقنية والاجتماعية والثقافية في الوطن العربي، كلية الإعلام، جامعة البترا، عمان، 13-14 ديسمبر 2016.
- 30- باقر النجار، الفضاء السيبري، عن كتاب الإعلام وتشكيل الرأي العام وصناعة القيم، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2013، ص322.
- 31- ياس خضير البياتي، الإعلام الجديد، الحرية والفوضى والثورات، الإمارات، هيئة الفجيرة للثقافة والإعلام، 2014، ص 458-457.
- 32- حسني محمد نصر، من السلطة إلى دوامة الصمت: واقع توظيف نظريات الإعلام التقليدي في بحوث الإعلام الجديد، المؤتمر العلمي الثاني، جامعة البترا، مرجع سبق ذكره.
- 33- سميرة شيخاني، الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق، المجلد 26، العدد الأول + العدد الثاني، 2010، ص437.
- 34- حسني محمد نصر، مرجع سابق.
- 35- رحيمة الطيب عيساني، الصراع والتكامل بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي، مجلة الباحث الإعلامي، العدد: 20، 2013، ص50.
- 36- المرجع نفسه، ص50.
- 37- محمد أحمد فياض، محاربة خطاب الكراهية وتعزيز الأمن الفكري في وسائل الإعلام، المؤتمر الإعلامي الدولي المُحكّم، جامعة الزرقاء، 2017، مرجع سبق ذكره.
- 38- شريف درويش اللبان، الضوابط المهنية والأخلاقية والقانونية للإعلام الجديد، مجلة رؤى استراتيجية، القاهرة، يوليو 2014، ص 121.

- 39- محمد نجيب الصرايرة، التعددية الإعلامية على الصعيد الدولي - نحو نموذج مطور، ورقة بحثية مقدمة إلى المؤتمر العلمي الثاني، مستقبل الإعلام التقليدي والجديد، عمان، جامعة البترا، ديسمبر 2016.
- 40- إسماعيل الأمين، التلفزة المعاصرة، بيروت، شركة المطبوعات للنشر والتوزيع، 2015، ص 41-43.
- 41- أحمد كنعان، دور التربية في مواجهة العولمة وتحديات القرن الحادي والعشرين- تعزيز الهوية الحضارية والانتماء، ندوة العولمة وأولويات التربية، كلية التربية، جامعة الملك سعود، الرياض، أبريل 2004، ص 18.
- 42- سلمان بونعمان، فلسفة الثورات العربية، مقارنة تفسيرية لأنموذج انتقاضي جديد، بيروت، مركز نماء للبحوث والدراسات، 2012، ص 157.
- 43- محمد نجيب الصرايرة، مرجع سبق ذكره.

دور القنوات الفضائية العربية في مكافحة ظاهرة الإرهاب في ضوء رؤية المملكة العربية السعودية
2030 - (دراسة ميدانية)

د. تحسين محمد أنيس حسن شراذقة

الأستاذ المشارك رئيس قسم الصحافة والإعلام - جامعة الزرقاء - الأردن

الملخص

هدفت الدراسة التعرف إلى دور القنوات الفضائية العربية في مكافحة ظاهرة الإرهاب في ضوء رؤية المملكة العربية السعودية 2030، وذلك من خلال وضع آليات واستراتيجيات عملية من قبل الخليج العربي لمواجهة طوفان الإرهاب والتطرف والحد منه ومتابعته والقضاء عليه ومن خلال ما سعت إليه رؤية المملكة العربية السعودية 2030. بالإضافة إلى ضرورة إعداد برامج تدريبية نوعية لرفع مستوى العاملين القنوات الفضائية العربية في دول الخليج العربي وكفائتهم للتعامل مع القضايا والمشكلات المهمة التي تواجه الخليج العربي، وركزت الدراسة على الارتقاء بالعمل الإعلامي بشكل عام، وتبصير الرأي العام العربي الخليجي بأن الإرهاب يستهدف ترويع الأمنين وسفك دماء الأبرياء، وتدمير المنشآت الحيوية، وتدمير اقتصاد الدول، وتكونت عينة الدراسة من (25) من أعضاء هيئة التدريس في جامعة اليرموك، وكانت أداة الدراسة استبانة ركزت على بيان دور القنوات الفضائية العربية في مكافحة ظاهرة الإرهاب والتطرف في ضوء رؤية المملكة العربية السعودية 2030. وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتوصلت إلى مجموعة من النتائج مفادها:

1. بلغ المتوسط الحسابي لاستجابات أعضاء هيئة التدريس (أفراد العينة) عن عبارات القنوات الفضائية العربية في مكافحة ظاهرة الإرهاب في ضوء رؤية المملكة العربية السعودية 2030. (3.87) وهو يقع في المستوى المرتفع وفق مفتاح التصحيح، وتراوح المتوسطات الحسابية لعبارات القنوات الفضائية العربية ما بين (3.51-4.12)، بين أدنى وأعلى متوسط حسابي.

2. لا توجد فروقاً ذات دلالة إحصائية بين استجابات أعضاء هيئة التدريس وفقاً لمتغير المرتبة الأكاديمية نحو دور القنوات الفضائية العربية في مكافحة ظاهرة الإرهاب في ضوء رؤية المملكة العربية السعودية 2030.

الكلمات المفتاحية: دور القنوات الفضائية العربية في مكافحة ظاهرة الإرهاب في ضوء رؤية المملكة العربية السعودية 2030.

Abstract

The study aimed to identify the role of Arab satellite channels in combating terrorism in the light of the vision of the Kingdom of Saudi Arabia 2030 by establishing practical mechanisms and strategies by the Arab Gulf to confront, reduce, follow up and eliminate the flood of terrorism and extremism through the vision of Saudi Arabia 2030. In addition to the need to develop training programs to raise the quality of the workers in Arab satellite channels in the Gulf States and their competence to deal with the important issues and problems facing the Arabian Gulf. The study focused on improving the media work in general and to enlighten the Arab public opinion that terrorism aims to intimidate the innocent and shed innocent blood, the destruction of vital installations and the destruction of the economy of States. The sample of the study consisted of (25) faculty members at Yarmouk University. The study tool was a questionnaire which focused on the role of Arab satellite channels in combating terrorism and extremism in the light of the vision of Saudi Arabia 2030. The study used descriptive analytical method, and it reached a set of results that can be concluded as follows:

1. The arithmetical mean of the faculty members' responses on the items of the role of Arab satellite channels in combating terrorism in the light of the vision of Saudi Arabia 2030 was 3.54; in a high level. The arithmetical means of this dimension items ranged among (3.51-4.12) between the highest and lowest mean.
2. There are no statistically significant differences between the responses of faculty members according to the variable of academic rank towards the role of Arab satellite channels in combating the phenomenon of terrorism in the light of the vision of Saudi Arabia 2030.

Keywords: Vision of Saudi Arabia 2030 - Arab Satellite Channels - Terrorism.

المقدمة

تُعتبر القنوات الفضائية من أقوى أدوات الاتصال العصرية التي تعين الجمهور المتلقي على معايشة العصر والتفاعل معه، كما أصبح لها دور مهم في شرح القضايا وطرحها على الرأي العام من أجل تهيئته إعلامياً، وبصفة خاصة تجاه القضايا المعنية بالأمن الوطني، بالإضافة إلى ما يحصل على

المسرح العالمي. ومن هذه الزاوية يعتبر القرن الحادي والعشرون عصر الإعلام والدعاية الدولية بكل مكوناتها السياسية والعسكرية والاقتصادية والاجتماعية في ظل ثورة الاتصال والمعلومات، تلك الثورة التي لن تتوقف مع استمرار عملية الابتكار والتغيير والتي أدت إلى إحداث تطور ضخم في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، وجعلت السماء مفتوحة تسبح فيها الأقمار الصناعية لتمتد رسالة الإعلام إلى أرجاء المعمورة، وليصبح العالم قرية إلكترونية صغيرة، والواقع أن الإعلام والدعاية الدولية في العصر الحديث أصبحتا جزءاً من حياة الناس.

وتجدر الإشارة إلى أن القنوات الفضائية لها دور فاعل في تشكيل سياق الإصلاح السياسي في المجتمعات المختلفة؛ حيث تعكس طبيعة العلاقة بين الدولة والمجتمع، وبين النخبة والجمهير (المناعي، 2014). ويتوقف إسهام ودور القنوات الفضائية في عملية الإصلاح السياسي والديمقراطي على شكل ووظيفة تلك الوسائل في المجتمع وحجم الحريات، وتعدد الآراء والاتجاهات داخل هذه المؤسسات، بجانب طبيعة العوامل الثقافية والاجتماعية والسياسية المتأصلة في المجتمع (Mathieu, 2011).

ومن هذا الزاوية فإن القنوات الفضائية العربية والعالمية قد ركزت في بداية العام 2011 على ظاهرة الإرهاب والتطرف وانعكاساتها على المنطقة العربية والعالم ومنطقة الخليج العربي على وجه الخصوص، من حيث ماهيتها التي بدأت منذ عام 2012 بالتطور والشمول. وأن المستقرى لظاهرة الإرهاب والتطرف يجد أنها تحظى باهتمام الشعوب والحكومات في شتى أنحاء العالم لما لها من آثار خطيرة على أمن الدول واستقرارها، بعد أن اتضح أننا أمام ظاهرة إجرامية منظمة تهدف إلى خلق جو عام من الخوف والرعب والتهديد باستخدام العنف ضد الأفراد والممتلكات؛ ما يعني أن هذه الظاهرة الخطيرة تهدف إلى زعزعة استقرار المجتمعات والتأثير في أوضاعها السياسية وضرب اقتصادياتها الوطنية عن طريق قتل الأبرياء وخلق حالة من الفوضى العامة، بهدف تضخيم الأعمال الإرهابية وآثارها التدميرية في المجتمع (مصطفى، 2011)، ومن هذا المنطلق يصبح مبرراً للباحث بطرح مجموعة من الأسئلة حول هذه الظاهرة، والتي تفيد في تشخيص هذه الحالة ومنها الظروف والأجواء العامة المسؤولة عن انتشار ظاهرة الإرهاب والتطرف على أمل محاصرتها والقضاء عليها، وعليه، هل يمكن أن يعيش الإرهاب بدون إعلام؟ هل تغذي التغطية الإعلامية الأعمال الإرهابية وتشجع بالتالي الأشخاص الذين يقفون وراءها على ارتكاب المزيد من هذه الأعمال الإجرامية؟ هل يساعد الإعلام على نشر الثقافة الإرهابية؟ ومن ثم الإسهام في زيادة معدل ظواهر العنف والإرهاب. كل هذه الأسئلة وغيرها أصبحت مبررة ولهذا لا بد من التطرق إلى دور القنوات الفضائية في مكافحة ظاهرة الإرهاب والتطرف في ضوء رؤية المملكة العربية السعودية 2030.

ومن الأهمية بمكان الإشارة إلى ما جاء في رؤية المملكة العربية السعودية 2030، ومن خلال ما نوه عليه خادم الحرمين الشريفين الملك سلمان بن عبد العزيز آل سعود بقوله: "هدفي الأول أن تكون بلادنا نموذجاً ناجحاً ورائداً في العالم على كافة الأصعدة، وسأعمل معكم على تحقيق ذلك"، وذلك من خلال المبادئ العامة التي تقوم عليها الرؤية المتصلة بتحقيق مجتمع حيوي، واقتصاد مزدهر ووطن طموح لكل الخليج العربي، حيث يواجه الخليج العربي تحديات خطيرة حول الإرهاب، حيث يمثل الخليج العربي بما يعكسه من ثروات نفطية ومواقع استراتيجية ومنجزات تنموية ضخمة وتاريخ عروبي أصيل نقطة ارتكاز لكل الوطن العربي والعالم الإسلامي خاصة، ولهذه الأهمية المتزايدة للخليج العربي كان من الطبيعي أن يواجه تحديات ومطامع عديدة خاصة على المستوى الأمني والمستوى الاقتصادي، فالصراعات وأحداث الإرهاب تؤثر على معدلات التنمية، وتطور المجتمعات الإنسانية. وأصبح للمتطلع على الشأن الإعلامي وخاصة، فيما يتصل بالقنوات الفضائية، وما تبثه من برامج تلفزيونية سياسية وحوارية حول هذه الظاهرة، يجد أن هناك أدوراً مركبة لهذه الفضائيات والقنوات في تغذية التطرف والإرهاب أو في مواجهته والتصدي له، وينسحب الدور نفسه على التحدي (رؤية المملكة، 2030).

هنا كان لازماً على الباحث طرح سؤال: من صنع ظاهرة الإرهاب والتطرف؟ إن الإجابة على هذا السؤال من وجهة نظر الباحث تكمن في الوصول إلى معرفة العوامل والأسباب التي أسهمت في تكوين بيئة ملائمة لنمو ظاهرة التطرف وإنتاج تنظيمات إرهابية. إن الإجابة عن هذه الأسئلة تتركز في الدور الذي لعبته وسائل الإعلام بكافة أشكالها في تغذية أو دعم أو ظهور العنف والإرهاب والتطرف من خلال استغلال الإرهابيين لها في تسويق أغراضهم وغاياتهم وتوظيفها في تضليل الأجهزة الأمنية واكتساب السيطرة على الرأي العام عن طريق نشر أخبار العمليات الإرهابية التي يقومون بتنفيذها على اعتبار أن الحملات الإعلامية التي تغطي هذه العمليات تساعد على تحقيق واستكمال أهدافهم، حيث يرون في التغطية الإعلامية لجرائمهم معياراً هاماً لقياس مدى نجاح فعلهم الإرهابي، لدرجة أن البعض منهم اعتبر العمل الإرهابي الذي لا ترافقه تغطية إعلامية عملاً فاشلاً (العبد الله، 2010).

وبناءً على ما سبق فإن المتابع لما يجري في المنطقة العربية والمتابع للدراسات الغربية (Beater, 2002) (Robbie, 2001). يجد أن بعض الدراسات الغربية تناولت موضوع تعاطي الفضائيات مع أحداث الدول العربية الأخيرة، منها دراسة أجرتها مؤسسة "كومتراتكس سوليوشنز" اللبنانية المتخصصة في الرصد الإعلامي، حول تعاطي "العربية" و"الجزيرة" و"بي بي سي" مع الأحداث التي شهدتها عام 2011 في عدد من الدول، والتي سيطرت على النشرات الاخبارية لهذه المحطات (عبد الغني، 2011). وكانت الدراسة التي حملت عنوان "ساحات المعارك في الشرق الأوسط خلال" قد رصدت التغطية الإعلامية في

نشرات السادسة مساء بتوقيت جرينتش في المحطات الثلاث. أفادت هذه الدراسة بأن "حصّة العراق من التغطية الإعلامية للدول في المحطات الثلاث، بلغت 13 %، تلتها أخبار فلسطين حسب "الحياة" اللندنية (عبد الفتاح، 2014)، فيما دخلت إيران بنسبة 8 في المئة على خط التغطية الإعلامية للدول، بفعل استمرار أزمته بعد الانتخابات الرئاسية. ورأت الدراسة أن استحوذ الحدث العراقي على القسط الأوفر من التغطية الإعلامية يعود إلى الاهتمام الذي أولته "بي بي سي" و"الجزيرة" بهذا الموضوع، وخصوصاً بالتفجيرات التي شهدتها العراق في 19 أغسطس، غير أن "العربية" أبدت، بحسب الدراسة، "اهتماماً أكبر بالموضوع الإيراني الذي سيطر على بدايات نشراتها الاخبارية في أغلب الأحيان (غليون، 2015).

وعليه فإن البحث في دور القنوات الفضائية العربية في مكافحة ظاهرة الإرهاب في ضوء رؤية المملكة العربية السعودية 2030، له مبرراته في ظل ما يواجه الخليج العربي من تحديات حول هذه الظاهرة، وإيماناً من دول الخليج العربي في الحفاظ على أمن الخليج اقتصادياً وسياسياً وثقافياً، بالإضافة إلى معرفة آليات القنوات الفضائية وما تنبئه من برامج وسياسات تتصل بهذه الظاهرة الخطيرة التي تعتبر المحرك الرئيس للأحداث التي تحصل في الشرق الأوسط.

أولاً- مشكلة الدراسة

مما لا شك فيه أن الثورة الإعلامية أو تكنولوجيا الإعلام التي يشهدها العالم قد قلبت كل الموازين وأضحى الإعلام ركيزة أساسية في بناء مقومات المجتمعات، من حيث ما تنبئه القنوات الفضائية من روح الصورة النمطية المتصلة بالأحداث التي تجري في هذا الكوكب، ولأن الإعلام أداة فاعلة متكاملة فلا بد من تفعيل أدائه لترسيخ الثوابت الأساسية للمؤسسات الإعلامية في دول الخليج بما يسمح في المحافظة على أمن الخليج واستقراره من أي تحديات تؤثر في اقتصاده ومكونه الإسلامي الصحيح، بالإضافة إلى الدور الجوهري لمكافحة ظاهرة الإرهاب والتطرف التي تشهدها المنطقة والعالم، وتجدر الإشارة إلى أن الوضع الراهن، والواقع الجديد المتصل بالخليج العربي واحتمالاته المستقبلية أوجد تحديات هامة وخطيرة، ووضع على المؤسسات الإعلامية ومنها القنوات الفضائية مسؤولية مواجهتها والتعامل معها في الحاضر والمستقبل، وخاصة مع التوقعات بتزايد حدة وتسارع هذه التحديات في المستقبل في ظل التطورات والتغيرات التي يشهدها العالم في مختلف الميادين وخاصة السياسية منها. ولما كانت وسائل الإعلام ومنها القنوات الفضائية ومواقع التواصل الاجتماعي مطالبة بتطوير بنيتها وفقاً للتطورات السياسية الحادثة في العالم بشكل عام والخليج العربي بشكل خاص حتى تواكب كل ما يستجد على الساحة الدولية؛ فإن ذلك لن يحدث إلا من خلال تطوير نظمها وبرامجها وسياساتها، بما يتطلب مواجهة الإرهاب



والقضاء عليه؛ وذلك بتوظيف آليات تساهم في إيجاد حلول للحد من ظاهرة الإرهاب والتطرف موضوع البحث بالشكل الأمثل.

ومن هنا فإن ما سبق يدعو الباحث إلى النظر في معرفة دور القنوات الفضائية العربية في مكافحة ظاهرة الإرهاب في ضوء رؤية المملكة العربية السعودية 2030، وفي إطار تشخيص وفهم لسياق الوضع الراهن في الخليج العربي، وفي سياق الأوضاع المجتمعية الراهنة التي يمر بها الخليج العربي، محلاً ومفسراً ومقوماً إجاباتٍ عن سؤال الدراسة الرئيس الآتي:

ما دور القنوات الفضائية العربية في مكافحة ظاهرة الإرهاب في ضوء رؤية المملكة العربية السعودية 2030؟

ثانياً- أسئلة الدراسة

تنبّلور أسئلة الدراسة من خلال التساؤل الرئيس للمشكلة، وتتمثل في الآتي:

1. ما دور القنوات الفضائية العربية في مكافحة ظاهرة الإرهاب في ضوء رؤية المملكة العربية السعودية 2030؟
2. ما الدور المترتب على دول الخليج لوضع آليات مواجهة الإرهاب والقضاء عليه، مع الحفاظ على أمن واستقرار الخليج العربي.
3. ما دوافع أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الأردنية من متابعة قضية الإرهاب والتطرف ودورهم في الإسهام من الحد من هذه الظاهرة من خلال الأبحاث والدراسات المتعلقة بالموضوع؟
4. هل توجد فروق دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) فيما يتعلق بآراء أفراد العينة نحو دور القنوات الفضائية العربية في مكافحة ظاهرة الإرهاب والتطرف في ضوء رؤية المملكة العربية السعودية 2030 تُعزى لمتغير الرتبة الأكاديمية؟

ثالثاً- أهداف الدراسة

تنبّلور أهداف الدراسة في الآتي:

1. التعرف إلى دور القنوات الفضائية العربية في مكافحة ظاهرة الإرهاب في ضوء رؤية المملكة العربية السعودية 2030.

2. تبصير الرأي العام العربي والخليجي بأن الإرهاب يستهدف ترويع الأمنين وسفك دماء الأبرياء، وتدمير المنشآت الحيوية، وتدمير اقتصاد الدول، وتكوين رأي عام مناهض للغلو والتطرف بصورة مختلفة.

3. تنقية البرامج الإعلامية من كل ما من شأنه التشجيع على الانحراف والغلو والتطرف والإرهاب.

4. تحقيق وحدة العمل الإعلامي الخليجي وتكامله في مجال مكافحة الإرهاب.

5. الكشف عما إذا كان هناك فروق دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) فيما يتعلق بآراء أفراد العينة نحو دور القنوات الفضائية العربية في مكافحة ظاهرة الإرهاب تُعزى لمتغير الرتبة الأكاديمية.

رابعاً- أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة في أهمية دور القنوات الفضائية في مكافحة ظاهرة الإرهاب، وما تعكسه هذه الوسائل على حياة الناس في الخليج العربي وفي الفضاء الإعلامي الواسع في الوطن العربي، وتتركز في الآتي:

1. بيان أهمية دور القنوات الفضائية في مكافحة ظاهرة الإرهاب في ضوء رؤية المملكة العربية السعودية 2030.

2. رصد واقع الإعلام من خلال شبكات التواصل الاجتماعي والقنوات الفضائية، كخطوة أولى وأساسية نحو العمل على إيجاد حلول للحد من ظاهرة الإرهاب.

3. قد تساعد القائمين في الإعلام العربي والخليجي في توظيف آليات جديدة لمكافحة هذه الظاهرة.

4. قد تكون قاعدة ينطلق منها الإعلاميون، للكشف عن المزيد من الحقائق المعرفية التي تهتم بظاهرة الإرهاب.

خامساً- حدود الدراسة

تمثلت حدود الدراسة في الآتي:

الحدود المكانية: الأردن، جامعة اليرموك.

الحدود الزمانية: تم تطبيق أدوات الدراسة في العام (2017).

الحدود البشرية: تم تطبيق أدوات الدراسة على عينة قصدية من أعضاء هيئة التدريس.

حدود الموضوع: اقتصرت الدراسة على معرفة دور القنوات الفضائية العربية في مكافحة ظاهرة الإرهاب في ضوء رؤية المملكة العربية السعودية 2030.

سادساً- مصطلحات الدراسة العلمية والإجرائية

الدور: يُعرفه (Spooner) بأنه سلوك متوقع في موقف معين، مراعيًا من خلاله المعايير الاجتماعية السائدة في الجماعة، وأخذًا بعين الاعتبار تطلعاتهم ومتطلباتهم وتنظيمهم الاجتماعي (2000، Spooner). ويعرفه الباحث بأنه "مهمات وسائل الإعلام ومنها القنوات الفضائية العربية في إعطاء الصور والحقائق والرسائل والآراء حول ظاهرة الإرهاب وانعكاس ذلك على المتلقي العربي.

الإعلام: هو جمع وتخزين ومعالجة ونشر الأنباء والبيانات والصور والحقائق والرسائل والآراء والتعليقات المطلوبة لمعرفة الحوادث الجارية وتغطية الأحداث بحيادية ودقة ومصداقية، كي تحظى باحترام الجمهور (Gavrilos, 2002).

الدور الإعلامي: ويُعرف على أنه توظيف الأحداث والقضايا المهمة، ومتابعة تطوراتها وانعكاساتها على المجتمع، وذلك لتلبية حاجة الإنسان الطبيعية لمعرفة البيئة المحيطة به، ومعرفة الحوادث الجارية من حوله، ويكاد المضمون الإعلامي يشكل النسبة الرئيسة السائدة اليوم في وسائل الإعلام التي يفترض أن تقوم بتغطية تلك الأحداث بحيادية ودقة ومصداقية، كي تحظى باحترام الجمهور (الأحمدي، 2005).

الإرهاب: ويُعرف بأنه أي عمل يهدف إلى ترويع فرد أو جماعة أو دولة بغية تحقيق أهداف لا تجيزها القوانين المحلية أو الدولية، وتقوم به عصابات غير منظمة لتحقيق مآرب خاصة بها (العاني، 2013).

ويُعرفه الباحث في هذه الدراسة إجرائياً بأنه ما يُمارس من خلال جماعات منظمة تمويلها وتشرف عليها مؤسسات أو هيئات أو دول معلنة أو غير معلنة، سعياً لتحقيق أهداف سياسية أو دينية أو مذهبية.

سابعاً- الدراسات السابقة

تطرقت دراسة الراوي (2012) إلى دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير، من حيث أسهامها في إعلاء قيم المعرفة والنقد والمراجعة وحوار الذات، وهي القيم التي ينطلق منها أي مشروع تنموي ثقافي، كما بينت الدراسة التحول النوعي الذي طرأ على استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، من كونها أداة للترفيه، والتواصل، إلى أداة للتنظيم والقيادة، ثم إلى وسيلة فعّالة لنقل الحدث، ومتابعة الميدان، ومصدراً أولياً لوسائل الإعلام العالمية. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

1- لا تمثل مواقع التواصل الاجتماعي العامل الأساس للتغيير في المجتمع، لكنها أصبحت عامل مهم في تهيئة متطلبات التغيير عن طريق تكوين الوعي.



2- أنها فضاءات مفتوحة للتمرد والثورة - بداية من التمرد على الخجل والإنطواء وأنتهاء بالثورة على الأنظمة السياسية.

3- يفتقر الإعلام الجديد الى الوضوح، بالنسبة إلى مجاله ومداه، وقد يعني هذا أن أشكال الإعلام الجديد تعكس علم الشك، والنسبية، والفوضى والأوصاف المشتركة للثقافة المعاصرة.

4- تتشكل الأجندة الإعلامية لمواقع التواصل الاجتماعي، عن طريق الأحداث البارزة التي تفرض نفسها.

كما بينت دراسة الطيار (2013) الموثيق الدولية المعنية بمكافحة الإرهاب، وذلك من خلال التطرق لعدة اتفاقيات أبرزها اتفاقية جنيف لمنع ومعاينة الإرهاب، وتتميز اتفاقية جنيف بأنها تتناول بالتحديد مجموعة الأفعال المكونة للإرهاب والتي تشكل جرائم معاقب عليها طبقاً لنصوصها كما توضح الاتفاقية هذه الجريمة والتدابير الوقائية والإجراءات الجنائية لمنع الإرهاب ومعاينة مرتكبيه. ولم تدخل اتفاقية جنيف حيز التنفيذ بسبب عدم التصديق عليها من جانب الدول الموقعة ولم يصدق عليها إلا دولة واحدة هي الهند ومع ذلك فالاتفاقية تعد أول محاولة جادة لمعالجة ظاهرة الإرهاب على المستوى الدولي. ثم هناك الاتفاقية الأوروبية لقمع الإرهاب لعام والاتفاقية الدولية لمناهضة أخذ الرهائن الموقعة في نيويورك. وهناك أيضاً الاتفاقية المتعلقة بقمع التدخل غير المشروع في خدمات الطيران المدني الدولي بعد أن تزايدت أعمال العنف ضد الطيران المدني.

وهدف دراسة عبد الفتاح (2014) إلى بيان أنماط العنف المتعددة المادية، والرمزية، واللفظية والخطابية، هو جزء لا يتجزأ من الأنساق السياسية والدينية والإيديولوجية والاجتماعية والثقافية... الخ، في المجتمعات الإنسانية، ومن ثم تنتج أشكالاً متعددة ومركبة من الاستبعادات والإقصاءات لفئات وشرائح اجتماعية وقومية ولغوية ودينية ومذهبية، وعرقية، ومناطقية عديدة. يترتب على الإقصاءات والاستبعادات السياسية والثقافية والدينية والسياسية تراكم الإحباطات، والإحساس بالظلم، والحقد والكراهية، والغضب لبعض العناصر المستبعدة. إن التراكمات النفسية والاجتماعية والسياسية المحبطة قد تولد في إحدى مراحل تطورها دوافع عدوانية، ومن ثم إنتاج مركب من العنف الذي قد يتخذ وجوهاً احتجاجية أو تمردية أو إرهابية أو فوضوية بما يؤدي إلى المساس بأهداف بشرية أو رموز أيقونية للقوة السياسية، أو الدينية أو الاقتصادية لدولة ما، أو جماعة عرقية أو قومية أو لغوية، أو قادة سياسيين، أو كتاب وصحفيين، ومبدعين، أو أشخاص عاديين يتحولون إلى أهداف بشرية لأعمال العنف، والإرهاب لإشاعة الرعب والخوف المعمم.

وأخيراً جاءت ورشة العمل حول دور الاعلام والاجهزة الأمنية في مكافحة الإرهاب (2015) للتعرف إلى الجهود الاعلامية المبذولة للوقوف والتصدي لظاهرة الإرهاب بكافة أشكاله من خلال وضع أسس التعاون والتكامل الأمني والإعلامي لمواجهة الإرهاب والتصدي له، لافتاً لدور الإعلام الواضح والبارز في مكافحة الإرهاب ثقافياً و إشاعة ثقافة النزاهة والشفافية وفي خلق بيئة إجتماعية رافضة لكافة أنواع الفساد والإرهاب، مبيناً أن وسائل الإعلام المختلفة (المرئي والمسموع والمقروء والالكتروني) باتت اليوم تلعب دوراً كبيراً من خلال إعداد البرامج والتقارير، وفتت الورشة إلى أن مكافحة الإرهاب لا تأتي ثمارها إلا بالتضامن والتعاون الصادق والجهود البناءة والتواصل الفعال والمستمر بين كافة القطاعات في الأردن لا سيما المؤسسات الإعلامية مع الأجهزة الأمنية للقضاء على الإرهاب وتجفيف منابعه واستئصاله ليس على مستوى الأردن فحسب بل في جميع دول العالم. موقع الدراسة الحالية من الدراسات السابقة

يتضح من خلال أهداف الدراسات السابقة ونتائجها، أنها تختلف مع الدراسة الحالية في جوانب، وتتفق معها في جوانب أخرى. ومما يستحق الذكر أن اختلاف هدف الدراسة الحالية وأسئلتها وعيئتها جعلها مختلفة عن الدراسات السابقة، مع الإشارة أن هذا الاختلاف لا ينفي أن الباحث استفاد من الدراسات السابقة من حيث المنهجية المتبعة والأدوات المستخدمة في بيان دور القنوات الفضائية العربية في مكافحة ظاهرة الإرهاب في ضوء رؤية المملكة العربية السعودية 2030، كما استفاد الباحث من النتائج التي توصلت إليها تلك الدراسات وطريقة عرضها في تطوير أداة الدراسة، وهذا يعني أن الدراسة الحالية جاءت امتداداً للدراسات السابقة من حيث أهمية توجيه المؤسسات الإعلامية نحو البحث والتنقيب عن السبل الكفيلة للقضاء على ظاهرة الإرهاب.

إجراءات الدراسة الميدانية

أولاً: منهج الدراسة

اتبع الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، حيث رصد دور القنوات الفضائية العربية في مكافحة ظاهرة الإرهاب في ضوء رؤية المملكة العربية السعودية 2030، من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة اليرموك في الأردن، وجمع البيانات حولها، ثم تحليلها بهدف الوصول إلى نتائج معينة تساعد في تفسير الظاهرة والإجابة عن أسئلة الدراسة، وذلك من خلال استبانة الكترونية.

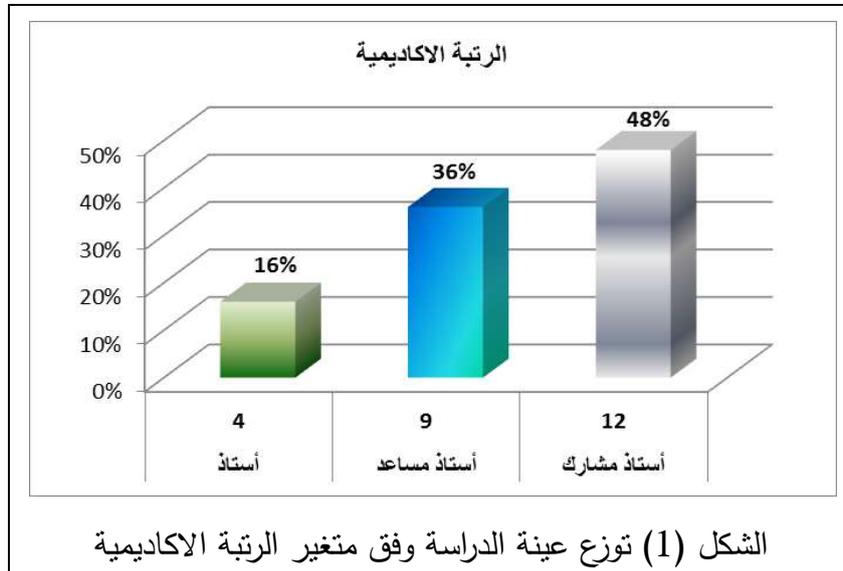
ثانياً: المجتمع الأصلي وعينة الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة من أعضاء هيئة التدريس في جامعة اليرموك في الأردن، في خطوة تالية اختار الباحث عينة قصدية مؤلفة من (25) عضو هيئة تدريس. ومُثلت العينة حسب متغير الرتبة الاكاديمية، والجدول الآتي يبين توزيع عينة الدراسة.

الجدول (1) يبيّن توزّع أعضاء هيئة التدريس حسب متغيرات الدراسة

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية
الرتبة الاكاديمية	أستاذ	4	16%
	أستاذ مساعد	9	36%
	أستاذ مشارك	12	48%
	المجموع	25	100%

يتضح من الجدول (1) أن أعضاء هيئة التدريس الممثلين في العينة، توزعوا حسب الرتبة الكاديمية إلى (4) بمرتبة أستاذ، و(9) بمرتبة أستاذ مساعد، و(12) بمرتبة أستاذ مشارك، والشكل البياني الآتي يبين ذلك:



ثالثاً: أداة الدراسة

لتحقيق أهداف الدراسة أعدّ الباحث استبانة الكترونية بهدف التعرف إلى القوات الفضائية العربية في مكافحة ظاهرة الإرهاب في ضوء رؤية المملكة العربية السعودية 2030، من وجهة نظر أعضاء هيئة

التدريس، حيث تكونت الاستبانة من قسمين: حُصِّص القسم الأول للمقدمة التي تم من خلالها توضيح هدف الدراسة ومتغيراتها، في حين حُصِّص القسم الثاني لبنود الاستبانة، البالغ عددها (12) عبارة.

1- صدق الاستبانة، تم حساب صدق الاستبيان بطريقتين هما:

1-1- الصدق الظاهري (صدق المحكمين)

تم عرض الاستبانة في صورتها الأولية على مجموعة من المحكمين بلغ عددهم (5) محكمين من المختصين في كلية الإعلام، وذلك بهدف التعرف إلى ما يلي: - مدى وضوح العبارات، ومدى أهمية العبارة، ومدى مناسبة مقياس الاستجابة، إضافة ما يروونه مناسباً ولم يرد في الاستبانة. وقد تم تحديد نسبة (80%) كحد أدنى للاتفاق بين المحكمين كمعيار للحكم على صلاحية العبارة، وبعد جمع آراء المحكمين اتضح أن معظم المحكمين وافقوا على صلاحية العبارات وانتمائها إلى مجالات الدراسة، وفي ضوء نتائج آراء المحكمين قام الباحث بالإجراءات الآتية: - قبول العبارات التي نالت اتفاق (80%) من المحكمين على مناسبتها، وقياسها ما وضعت لقياسه- إضافة عبارات للاستبانة- تعديل صياغة بعض العبارات لتكون أكثر سهولة ووضوحاً. وقد قام الباحث بإجراء جميع التعديلات المطلوبة. ومن ثم أصبحت الاستبانة في صورتها النهائية جاهزة للتطبيق، حيث استقر العدد النهائي لفقراتها على (12) عبارة، ستكشف استجابة أعضاء هيئة التدريس نحو دور وسائل الإعلام في مكافحة ظاهرة الإرهاب في ضوء رؤية المملكة العربية السعودية 2030.

1-2- صدق الاتساق الداخلي

تم توزيع الاستبانة على عينة استطلاعية مؤلفة من (10) من أعضاء هيئة التدريس، وتم تفريغ إجاباتهم في برنامج (SPSS 17). وبعد ذلك تم حساب معاملات الارتباط للاستبانة. والجدول الآتي يوضح إجراءات حساب صدق الاتساق الداخلي.

الجدول (2) معاملات ارتباط بيرسون للاستبانة كلها

قيمة الدلالة	معامل الارتباط	الاستبانة
0.000	0.791**	دور وسائل الإعلام في مكافحة ظاهرة الإرهاب والتطرف

يتبين من الجدول (2) أن معاملات ارتباط درجات الاستبانة الكلية بلغت بين (0.791) درجة، وهو معامل ارتباط عالي، كما أنه دال إحصائياً عند مستوى دلالة (0.000)، وهذا يدل على أن الاستبانة تتمتع بصدق الاتساق الداخلي.

2- ثبات الاستبانة، للتحقق من ثباتها اتبع الباحث الطرق الآتية:

2-1- طريقة ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha

وهي طريقة تتطلب حساب ارتباط العبارات مع بعضها بعضاً (ميخائيل، 2006). ويُظهر الجدول الآتي معاملات ثبات الاستبانة باستخدام معادلة ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha

الجدول (3) معاملات ألفا كرونباخ لثبات الاستبانة

معامل ألفا كرونباخ	الاستبانة
0.783	دور القنوات الفضائية العربية في مكافحة ظاهرة الإرهاب
0.857	الثبات العام (الاستبانة كلها)

يتبين من الجدول (3) أن معاملات ألفا كرونباخ لدور القنوات الفضائية العربية في مكافحة ظاهرة الإرهاب في ضوء رؤية المملكة العربية السعودية 2030. بلغت (0.783)، وهي معاملات ثبات عالية. كما يتضح من الجدول أن معامل الثبات العام (الاستبانة كلها) بلغ (0.857)، وهو معامل ثبات عالٍ.

2-2- طريقة تصحيح الأداة

تكونت الاستبانة في صورتها النهائية بعد التحقق من صدقها وثباتها من (12) عبارة، مدرّج كلّ منها على سلم من خمسة مستويات من الإجابة لمقياس ليكرت هي: (موافق بشدة، موافق، محايد، معارض، معارض بشدة) تعطى الدرجات الآتية على التوالي: (5، 4، 3، 2، 1). وتم إعطاء حكم تقويمي لدرجة تأثير عبارات الاستبانة باعتماد المتوسطات الحسابية لكل عبارة، وذلك وفق مفتاح التصحيح الآتي الذي اعتمد بحساب طول الفئة وفق القانون التالي: [طول الفئة = المدى/عدد الفئات] (سلامة، 2002).

الجدول (4) مفتاح تصحيح الاستبانة في صورتها النهائية

درجة الموافقة					درجة عليا	درجة دنيا	المتغير
موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة			
4.2 -	3.4 و اقل	2.6 و اقل	1.8 و اقل	1 و اقل من	5	1	متوسط العبارة والمتوسط الموزون
5	من 4.2	من 3.4	من 2.6	1.8			

نتائج الدراسة ومناقشتها

سؤال الدراسة الرئيس: ما دور وسائل الإعلام في مكافحة ظاهرة الإرهاب في ضوء رؤية المملكة العربية السعودية 2030. من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس؟

للإجابة عن هذا السؤال حُصِبَت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة (أعضاء هيئة التدريس) عن عبارات الاستبانة، وفق الترتيب التنازلي، والجدول الآتي يوضح ذلك. الجدول (5) المتوسطات والانحرافات المعيارية والترتب لاستجابات أعضاء هيئة التدريس عن عبارات دور وسائل الإعلام في مكافحة ظاهرة الإرهاب في ضوء رؤية المملكة العربية السعودية 2030.

م	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة التأثير
12	تقوم القنوات الفضائية العربية بعرض برامج للتعرف إلى تفاصيل قضية الإرهاب والتطرف ومنابعها	4.12	1.44	1	كبيرة
6	تستعين وسائل الإعلام بخبراء استراتيجيين لتوظيف النمط الإعلامي الذي يسهم في الحد من ظاهرة الإرهاب.	4.09	1.26	2	كبيرة
7	ساهمت القنوات الفضائية العربية من الحد من ظاهرة الإرهاب.	4.04	1.28	3	كبيرة
4	تركز وسائل الإعلام على الصورة النمطية للحرب العسكرية، مما أدى إلى زيادة ظاهرة الإرهاب.	4.01	1.32	4	كبيرة
5	تُعتبر وسائل الإعلام داعمة رؤية المملكة العربية السعودية 2030.	3.97	1.27	5	كبيرة
1	التأثير على الرأي العام أولوية المنظمات الإرهابية المتطرفة من خلال الإعلام.	3.95	1.44	6	كبيرة
3	تُعتبر وسائل الاعلام العربية داعمة لمبدأ الدعايه السياسية القائمة على مكافحة الإرهاب في ضوء رؤية المملكة العربية السعودية 2030	3.92	1.12	7	كبيرة
8	القنوات الفضائية من مثل الجزيرة والعربية والبي بي سي وغيرها، كان لها أثر سلبي في نقل الأحداث.	3.87	1.26	8	كبيرة
9	تُعتبر القنوات الفضائية العربية قادرة على المساهمة في التوعية بمخاطر الإرهاب ووسائل محاربتة.	3.72	1.45	9	كبيرة
10	للقنوات الفضائية العربية دوراً في بناء قيم التسامح والعدل والعيش المشترك	3.64	1.24	10	كبيرة
11	تقوم القنوات الفضائية العربية بالتطرق لدوافع الإرهاب والوقوف على أسبابه	3.57	1.39	11	كبيرة
2	تسخر المنظمات الإرهابية المتطرفة شبكات التواصل الاجتماعي لنشر الرعب والخوف في جمهور المتلقين	3.51	1.41	12	كبيرة
	المتوسط الموزون	3.87	1.48	-	كبيرة

من مراجعة الجدول (5) يتضح أن المتوسط الحسابي لاستجابات أعضاء هيئة التدريس (أفراد العينة) عن عبارات القنوات الفضائية العربية في مكافحة ظاهرة الإرهاب في ضوء رؤية المملكة العربية السعودية 2030. كلُّها قد بلغ (3.87) وهو يقع في المستوى المرتفع وفق مفتاح التصحيح، وتراوح المتوسطات الحسابية لعبارات القنوات الفضائية العربية ما بين (3.51-4.12)، بين أدنى وأعلى متوسط حسابي. ويمكن تفسير ارتفاع المتوسط الحسابي لاستجابات أعضاء هيئة التدريس عن عبارات دور القنوات الفضائية العربية في مكافحة ظاهرة الإرهاب في ضوء رؤية المملكة العربية السعودية 2030. ككل إلى

إيمانهم بأهمية الإعلام وقدرته على مكافحة الإرهاب من خلال تسخير كافة الوسائل المتاحة لها من بث وإعداد التقارير الصحفية حول ماهية هذه الظاهرة الخطيرة، وكشف الزيف الذي تدور حوله، بالإضافة إلى إدراك أعضاء هيئة التدريس نبذهم ثقافة العنف والعدوان التي سببت لشعوب المنطقة العربية المآسي والويلات والدمار، وهذا ما عكسته رؤية المملكة العربية السعودية 2030. من قيم حضارية دعا إليها الإسلام من التسامح والعيش المشترك ونبذ العنف والإرهاب والتطرف.

من جهة أخرى لو عدنا إلى الجدول (5) الذي يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أعضاء هيئة التدريس عن كل عبارة من عبارات القنوات الفضائية العربية في مكافحة ظاهرة الإرهاب في ضوء رؤية المملكة العربية السعودية 2030، وفق الترتيب التنازلي، سوف نجد أن أعلى متوسط حسابي لعبارات هذه القيمة كان للعبارتين رقم (12) التي نصها (تقوم القنوات الفضائية العربية بعرض برامج للتعرف إلى تفاصيل قضية الإرهاب والتطرف ومنابعها)، وتفسير ذلك يعود إلى أن القنوات الفضائية العربية تعرض برامج ودراسات وتستعين بالخبراء الاستراتيجيين المختصين بقضايا الإرهاب، كما أن وسائل الإعلام تركز على الصورة النمطية للحرب العسكرية بين الدول وهذه المنظمات الإرهابية المتطرفة، مما أدى إلى إعطاء صورة واضحة وجلية عن شكل ومسيرة هذه المنظمات وتم إيصال الفكرة الحقيقية للجمهور المتلقي على وسائل الإعلام بأن هذه المنظمات تحمل فكر ظلامي متوحش يرنو للدمار والخراب وقتل الشعوب. أما المتوسط الحسابي الأدنى فقد كان للعبارة رقم (2) التي نصها (تسخر المنظمات الإرهابية المتطرفة شبكات التواصل الاجتماعي لنشر الرعب والخوف في جمهور المتلقين)، وقد يعزى ذلك إلى الاستراتيجية الإعلامية وضخامة جهاز العلاقات العامة وقدرتهما على استمالة الشباب والفتيات للإنضمام إلى المنظمات الإرهابية المتطرفة المزعومة، إلى جانب قوة الخطابات التي يروجون لها عبر شبكات التواصل الاجتماعي. والملاحظ أيضاً أن الباحثين في شؤون الإرهاب ومنهم (جي أم بيرجر) تعقب نحو 3 ملايين تغريدة لهذه المنظمات على تويتر، فوجد أن من يحركها أكثر من 7500 حساب تديرها التنظيمات الإرهابية المتطرفة، بالإضافة إلى حسابات مناصريهم على الفيس والتويتر والانستغرام واليوتيوب، مستخدماً في ذلك هاشتاقات جهادية إلا أن عدداً كبيراً منها أغلقت بعد وضع هذه التنظيمات المتطرفة على لائحة الإرهاب وبدء العمليات ضده.

كما يتضح من الجدول السابق أن جميع العبارات المتصلة دور وسائل الإعلام في مكافحة ظاهرة الإرهاب في ضوء رؤية المملكة العربية السعودية 2030. جاءت بدرجة تأثير كبيرة من خلال استجابات أعضاء هيئة التدريس، حيث بلغ المتوسط الموزون العام لهذه العبارات (3.87) بانحراف معياري قدره (1.48).

السؤال المتعلق بالفرضية: هل توجد فروق دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) فيما يتعلق بآراء أعضاء هيئة التدريس نحو دور القنوات الفضائية العربية في مكافحة ظاهرة الإرهاب في ضوء رؤية المملكة العربية السعودية 2030. تُعزى لمتغير الرتبة الأكاديمية؟

للإجابة عن هذا السؤال جرى اختبار الفرضية الصفرية التي تنص على أنه (لا توجد فروق دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) فيما يتعلق بآراء أعضاء هيئة التدريس نحو دور القنوات الفضائية العربية في مكافحة ظاهرة الإرهاب في ضوء رؤية المملكة العربية السعودية 2030. تُعزى لمتغير الرتبة الأكاديمية؟ وذلك باستخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way Anova)، كما يتضح من الجدول الآتي:

جدول (6) نتائج تحليل التباين الأحادي لدور وسائل الإعلام

في مكافحة ظاهرة الإرهاب والتطرف وفقاً لمتغير الرتبة الأكاديمية

المرتبة الأكاديمية	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ف	مستوى الدلالة	القرار
أستاذ	4	131.90	15.109	2.565	0.080	غير دالة
أستاذ مساعد	9	125.35	14.572			
أستاذ مشارك	12	124.74	15.542			

تشير النتائج الواردة في الجدول (6) أن قيمة (ف) المحسوبة بلغت (2.565)، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.05)، حيث كانت قيمة مستوى الدلالة (0.080) < (0.05)، وهذا يؤكد عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات أعضاء هيئة التدريس وفقاً لمتغير الرتبة الأكاديمية نحو دور القنوات الفضائية العربية في مكافحة ظاهرة الإرهاب في ضوء رؤية المملكة العربية السعودية 2030، ويمكن أن يعزى ذلك إلى الرؤية الفكرية الإسلامية الحقة التي ينطلق منها الخليج العربي، وذلك ما أكدوه أفراد العينة في سعيهم إلى نبذ العنف والتطرف والإرهاب، بالإضافة إلى رفضهم كل أشكال القتل والتدمير التي تجلب الخراب والهلاك للمجتمعات.

مقترحات الدراسة

1. بناء على البيانات والنتائج التي أسفرت عنها الدراسة النظرية والميدانية، فإن الباحث يُقدم مجموعة مقترحات التي قد تُسهم في بيان دور القنوات الفضائية العربية في مكافحة ظاهرة الإرهاب في ضوء رؤية المملكة العربية السعودية 2030، والمتمثلة في الآتي:

2. وضع آليات واستراتيجيات عملية لمواجهة طوفان الإرهاب والتطرف والحد منه ومتابعته والقضاء عليه من خلال ما سعت إليه رؤية المملكة العربية السعودية 2030.
3. ضرورة إعداد برامج تدريبية نوعية لرفع مستوى العاملين القنوات الفضائية العربية في دول الخليج العربي وكفائتهم للتعامل مع القضايا والمشكلات المهمة التي تواجه الخليج العربي، وللارتقاء بالعمل الإعلامي بشكل عام.
4. إعداد برامج تثبت باللغات المختلفة للتعريف بالإسلام، وتوضيح أن الإرهاب والتطرف ليس من العروبة والإسلام في شيء.
5. ضرورة اعتماد وسائل الإعلام الخليجية الموضوعية في تناولها للقضايا والمشكلات المختلفة، ورفع مستوى مصداقيتها في نشرها للأخبار ومتابعتها للأحداث.
6. إعداد الإعلاميين العرب وتأهيلهم للتعامل مع ظاهرة الإرهاب والتطرف وفق مهنية عالية.
7. إنشاء قاعدة معلوماتية إعلامية حول ظاهرة الإرهاب والعمل على تحليل تلك المعلومات بما يضمن محاصرة الإرهابيين إعلامياً وثقافياً.
8. توجيه أدوات الوعي والثقافة السياسية ووسائلها المختلفة التي تزرع بها وسائل الإعلام لتكون فعالة في تنمية الشباب وتنمية مدركاتهم وإمكاناتهم للتصدي لظاهرة الإرهاب والتطرف التي تعصف بالمجتمعات.
9. تعزيز التبادل الإعلامي بين القنوات الفضائية العربية لمكافحة ظاهرة الإرهاب والتطرف والقضاء عليها من خلال إعداد البرامج والدراسات حول هذه الظاهرة
10. تكثيف برامج التصحيح الفكري باستخدام مختلف وسائل الاتصال الجماهيري، وخاصة الشبكة العنكبوتية العالمية، والمننديات الثقافية وغيرها.
11. تبني برامج إعلامية شاملة تهدف إلى تنمية الوعي الوطني العام، وتكريس حب الوطن وأهمية الإنتماء إليه في أوساط المجتمع، والتصدي لما يطرح عبر وسائل الإعلام من مغالطات وأفكار مغرضة للتأثير السلبي على الشباب.

قائمة المراجع

المراجع العربية

1. الأحمدى، طالب. (2005). استطلاع آراء الطلبة الجامعيين في معالجة الصحافة اليومية السعودية لقضايا الشباب، مجلة جامعة النجاح الوطنية للأبحاث، العدد (19)، غزة.

2. الجمعية العامة للأمم المتحدة. (2015). خطاب جلالة الملك عبد الله الثاني المعظم في الجلسة العامة للدورة السبعين، نيويورك، 28 أيلول 2015.
3. الراوي، بشرى. (2012). دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير. مدخل نظري، تم استرجاعه بتاريخ 2014/6/5، مجلة الباحث الإعلامي، العدد (18)، كلية الإعلام: جامعة بغداد.
4. سلامة، عبد الحافظ. (2002). الإحصاء في التربية. الطبعة الأولى، عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
5. الطيار، صالح بن بكر. (2013). الإرهاب والمواثيق الدولية المعنية بمكافحة الإرهاب. مركز الدراسات العربية الأوربية: باريس.
6. العاني، عامر وهاب خلف. (2013). الإعلام ودوره في معالجة ظاهرة الإرهاب والموقف من المقاومة، دار الحامد: عمان.
7. عبد الغني، حسين. (2011). كيف يمكن إعادة هيكلة الإعلام المملوك للدولة؟ تحديات التحول الديمقراطي في مصر خلال المرحلة الانتقالية، مؤتمر بالتعاون بين مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان وصندوق الأمم المتحدة للديمقراطية UNDEF ومركز العلاقات الدولية والحوار الخارجي FRIDE بأسبانيا، (القاهرة: 26-27 يوليو/تموز 2011).
8. عبد الفتاح، نبيل. (2014). الرؤى الملتبسة للإعلام والإرهاب، المركز العربي للبحوث والدراسات: القاهرة.
9. العبد الله، مي. (2010). دور الاعلام الفضائي العربي في "الثورات العربية"، الرابطة العربية لعلوم الاتصال، الجامعة اللبنانية. 2010.
10. غليون، برهان. (2015). ثورات الربيع العربي بين تحرر الشعوب وسقوط الدول، مجلة العربي الالكترونية، عن المصدر: www.alaraby.co.uk/opinion
11. مصطفى، صادق عباس. (2011). الإعلام الجديد: دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة، البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال.
12. المناعي، شمسان. (2014). ثورات الربيع العربي والوجه الأخر لمشروع الشرق الأوسط، مجلة الشرق الأوسط الالكترونية، عن المصدر: <http://aawsat.com/home/article/172761>
13. ميخائيل، امطانيوس. (2006). القياس والتقييم في التربية الحديثة. الطبعة الرابعة، دمشق، منشورات جامعة دمشق.
14. ورشة عمل حول دور الاعلام والاجهزة الأمنية في مكافحة الإرهاب. (2015). مجلة الدستور الالكترونية، العدد (17239)، الشركة الأردنية للصحافة والنشر: عمان.
15. رؤية المملكة العربية السعودية 2030م. (2016 م). نص رؤية المملكة العربية السعودية 2030. الرياض: الحياة، الإثنين، 25 أبريل/ نيسان 2016، تم استرجاعه من المصدر: <http://www.alhayat.com/Articles/15271590/%D9%>

المراجع الأجنبية

1. Beater, C. (2002). Up the Down Escalator: why the Global Pessimists Are Wrong. Viking: London.
2. Gavrilos, D. (2002). Arab Americans in a nation's imagined community: How news constructed Arab American reactions to the Gulf War. Journal of Communication Inquiry, 26, 426-445.



دور القوات الفضائية العربية في مكافحة ظاهرة الإرهاب
في ضوء رؤية المملكة العربية السعودية 2030 -
(دراسة ميدانية)

الجامعة الخالجية
GULF UNIVERSITY

د. تحسين محمد أنيس حسن شرادقة

3. Mathieu Guidère, (2011). Le choc des révolutions arabes, Ed. Autrement, Coll. Frontières, Paris 2011.
4. Mc Robbie, A. (2001). Everyone is Creative: Artists as New Economy Pioneers? Open Democracy, (accessed August 30).
5. Spooner, Keri. (2000). Strategies for Implementing Management Role of human resources Management. Journal of knowledge Management: VOL.4, N.4.

ظاهرة بروز غسيل الدماغ الإلكتروني مع ظهور التنظيمات الإرهابية

دراسة في توظيف تنظيم الدولة الإسلامية (داعش) للتقنيات الرقمية في تجنيد الشباب والمراهقين

د. أكرم فرج الربيعي

د. سعد معن ابراهيم

نغم التميمي

المستخلص

تبحث هذه الدراسة في الاساليب الالكترونية لغسيل الدماغ التي تتبعها التنظيمات الارهابية وتحديدًا تنظيم الدولة الاسلامية المعروف اعلاميا بـ(داعش) في تجنيد الشباب والمراهقين، ومقارنة هذه الاساليب بمراحل واساليب غسيل الدماغ التقليدي، فضلا عن كيفية توظيف التقنيات الرقمية في عملية غسيل الدماغ، ومدى تعرض الشباب الجامعي لموضوع الدراسة للتقنيات الرقمية ورسائل التنظيمات الارهابية التي تبثها على مواقع التواصل الاجتماعي او مواقع الكترونية اخرى على الشبكة الدولية (الانترنت)، وبرز ما توصلت اليه هذه الدراسة من استنتاجات الكشف عن خمس علامات اذا ظهرت واحدة منها او جميعها على أي شاب يستخدم التقنيات الرقمية فأنها تدل على تعرضه لمحاولة غسيل دماغه وتجنيد الكرونياء، وهذه العلامات على التوالي هي: (الانعزال ، شرود الذهن ، سرعة الغضب اثناء النقاش ، تغير مفاجئ بالسلوك ، التعنت في ابداء الرأي) ، اذ ثبت احصائيا وجود علاقة طردية موجبة بين التعرض للمواقع الالكترونية الاعلامية الخاصة بالتنظيمات الارهابية وظهور هذه العلامات على الشباب.

مقدمة

عاد مصطلح غسيل الدماغ الى الواجهة مرة ثانية ولكن ليس بصيغته التقليدية التي ظهر بها في بداية النصف الثاني من القرن العشرين بل اخذ منحى اخر في اساليب التجنيد التي اتبعها ، فمع تطور تكنولوجيا الاتصال وصعود التنظيمات الارهابية ، برز مصطلح غسيل الدماغ الإلكتروني ، اذ يعد التجنيد الإلكتروني اخطر من التجنيد بالأساليب التقليدية، فهو يختصر الوقت والجهد والتكلفة، فضلا عن صعوبة السيطرة عليه أمنيا ، ذلك ان عملية غسيل الدماغ الإلكتروني تبدأ بمرحلة الطعم بإثارة العواطف الدينية والحزن من خلال نشر مقاطع القتل ونشر الخطب والأخبار والمقالات وايصال ذلك بشتى وسائل التواصل المتاحة، اذ تسعى التنظيمات الارهابية لتزيد الاحتقان وتستخدم طرق عدة منها تغيير القالب الخارجي وابقاء المضمون كما هو حتى تجعل المشهد مشوقا وملفتا للنظر بحيث لا يمل الناس من متابعتة.

ومن هنا تأتي أهمية هذه الدراسة في انها تكشف عن اساليب غسيل الدماغ الالكتروني في تجنيد الشباب والمراهقين فقد وصل الامر الى تجنيد الاطفال فيما عرف بـ (اشبال الخلافة)، وتتكون هذه الدراسة من ثلاثة الاطر الاول المنهجي والاجرائي والثاني الاطار النظري الذي يؤصل لمصطلح غسيل الدماغ الالكتروني وكيفية تمييزه عن غسيل الدماغ التقليدي في الاساليب والطرق وموقعه ضمن مستويات الاتصال وانماطه ، والثالث الاطار العملي المتمثل بالدراسة الميدانية للشباب الجامعي من طلبة كلية الاعلام في جامعة بغداد من حيث مدى تعرضهم للبرامج والافلام والفيديوهات التي تبثها التنظيمات الارهابية على الشبكة الدولية الانترنت ومحاولات تجنيدهم الكترونيا بالوقوف على اساليب غسيل الدماغ والتجنيد الالكتروني التي تتبعها هذه التنظيمات .

اولا: اهمية البحث

تتبع اهمية البحث من اهمية الموضوع نفسه معرفيا واجتماعيا ، فالأهمية المعرفية تكمن في تسليط الضوء على مصطلح جديد يتطلب تأصيله الا وهو غسيل الدماغ الالكتروني بعد ان شاع هذا المصطلح بمفهومه التقليدي ، بينما تكمن الاهمية الاجتماعية في تبصير افراد المجتمع بالأساليب الالكترونية التي تستخدمها التنظيمات الارهابية في عملية غسيل دماغ الشباب وتجنيدهم الكترونيا وتوضيح الابعاد النفسية لعملية التجنيد وكيفية توظيف التقنيات الرقمية المتاحة في الانترنت لهذا الغرض اذ يشكل هذا النوع من غسيل الدماغ تحديا امنيا خطيرا للمجتمع يصعب السيطرة عليه.

ثانيا: مشكلة البحث

ما من ظاهرة اتصالية اتسمت بالغموض والغرابة وسوء الفهم مثلما اتسمت به ظاهرة (غسيل الدماغ) اذ يرتبط هذا الغموض والاختلاف في تحديد ودراسة هذه الظاهرة الاتصالية النفسية بمتغيرين رئيسيين الاول يتمثل بحدثة دراسة غسيل الدماغ كظاهرة اتصالية تمتلك كيانها المنفرد واشكالها واساليبها الخاصة في التعامل، والثاني يتمثل بالخلط في عملية الدراسة بين غسيل الدماغ وظاهرتين اتصاليتين هما (التنقيف) و (التحويل العفائدي) ، فضلا عن التصاق غسيل الدماغ بمصطلحات اخرى مثل (تغيير الاتجاه ، تقويم الافكار، الاختراق الفكري او الاقناع الخفي) الامر الذي ادى الى الوقوع في هذا القدر من التشويش والارباك في تطبيقات هذا المصطلح¹.

وعليه يكون مستوى الغموض الذي يحيط بمصطلح غسيل الدماغ الالكتروني اعلى من مستوى الغموض الذي يحيط بمصطلح غسيل الدماغ التقليدي من حيث التطبيقات والاساليب لحدثة ظهوره وخطورته في الوقت نفسه كونه يشكل تحديا امنيا خطيرا للمجتمع باستهدافه لشريحة مهمة تتمثل بفئة الشباب والفنئان ، وهنا تكمن مشكلة البحث في محاولة ازالة الغموض عن الاساليب الالكترونية التي تتبعها التنظيمات

الإرهابية في عملية غسيل ادماغ الشباب وتجنيدهم عن طريق توظيفها لتكنولوجيا الاتصال بمختلف تقنياته الرقمية ، ولغرض تغطية مشكلة البحث بأبعدها كلها استخدمت الدراسة مبدأ التساؤلات وعلى مستويين :

الاول: اسئلة تتعلق بمصطلح غسيل الدماغ الالكتروني وكالاتي:

1. في أي مستوى من مستويات الاتصال يصنف غسيل الدماغ الالكتروني؟
 2. هل تمر عملية غسيل الدماغ الالكتروني بالمراحل ذاتها التي تمر بها عملية غسيل الدماغ التقليدي؟
- الثاني: اسئلة تتعلق بتجنيد الشباب بأساليب غسيل الدماغ الالكتروني وكالاتي:
1. ما اساليب غسيل الدماغ الالكتروني التي استخدمتها التنظيمات الارهابية في تجنيد الشباب؟
 2. ما وسائل الاعلام الجديدة التي وظفتها هذه التنظيمات في تجنيد الشباب وغسل ادماغهم؟
 3. ما مستوى تعرض الشباب محل الدراسة للرسائل الاعلامية الصوتية والفيديوية التي تبثها التنظيمات الارهابية عبر وسائل الاعلام الجديد لتحقيق اغراض تجنيدهم للشباب وغسل ادماغهم؟
 4. ما دوافع تعرض الشباب محل الدراسة للبرامج والافلام التي تبثها التنظيمات الارهابية عبر التقنيات الرقمية على الانترنت؟
 5. ما الاثار الناجمة عن تعرض الشباب للتقنيات الرقمية؟

فرضية البحث

تقوم الدراسة على فرضية رئيسة مفادها وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين مستويات تعرض الشباب للرسائل الاعلامية الصوتية والفيديوية التي تبثها التنظيمات الارهابية عبر وسائل الاعلام الجديد والتأثيرات المعرفية والسلوكية التي تطرأ عليهم.

اهداف البحث

ترتبط اهداف البحث بأهميته وتجب عن تساؤلاته لذا تهدف هذه الدراسة الى ما يأتي:

1. تحديد موقع غسيل الدماغ الالكتروني ضمن مستويات الاتصال.
2. التعرف على المراحل التي تمر بها عملية غسيل الدماغ الالكتروني مقارنة بمراحل عملية غسيل الدماغ بمفهومه التقليدي.

3. الوقوف على مستوى تعرض الشباب محل الدراسة للرسائل الاعلامية الصوتية والفيديوية التي تبثها التنظيمات الارهابية عبر وسائل الاعلام الجديد.
4. تشخيص دوافع تعرض الشباب محل الدراسة للبرامج والافلام التي تبثها التنظيمات الارهابية عبر التقنيات الرقمية على الانترنت.
5. بيان اساليب غسيل الدماغ الالكتروني التي استخدمتها التنظيمات الارهابية في تجنيد الشباب.
6. الكشف عن وسائل الاعلام الجديدة التي وظفتها التنظيمات الارهابية في تجنيد الشباب وغسل ادماغهم.

نوع الدراسة ومنهج البحث

تنتمي هذه الدراسة الى البحوث الوصفية احادية المقطع اذ يصف هذا النوع من البحوث الوصفية الظاهرة في وضعها الراهن ويعتمد على سحب عينة واحدة من مجتمع الدراسة تجمع بياناتها مرة واحدة فقط ، وبذلك تصف دراستنا ظاهرة غسيل الدماغ الالكتروني للشباب بوضعها الراهن ، استنادا الى ان البحوث الوصفية تستخدم لتحقيق وظائف عدة منها وصف خصائص الظواهر او المجموعات محل الدراسة ، وتقدير نسب الوحدات التي تقوم بسلوك معين في مجتمع ما ، وتحديد درجة الارتباط بين المتغيرات والخروج بتنبؤاتⁱⁱ، وتطبق هذه الخصائص كلها على نوع دراستنا ، ولغرض التوصل إلى بيانات وإجابات دقيقة عن اساليب غسيل الدماغ الالكتروني المستخدمة في تجنيد الشباب، وتسجيل ما تتطوي عليه هذه الإجابات من معان ودلالات اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي بشقيه الوصفي والتحليلي وتحديد المسح بطريقة العينة إذ يكفي هذا النوع بدراسة عدد محدد من الحالات أو المفردات في حدود الوقت والجهد والإمكانات المتوفرة لدى الباحثⁱⁱⁱ، وعليه درس الباحثون اساليب غسيل الدماغ الالكتروني للشباب الجامعي لأحدى الكليات الانسانية في جامعة بغداد وفي حدود مدة زمنية معينة، وبذلك يناسب هذا المنهج بحوث الاعلام لأنه يستخدم في دراسة الظواهر أو المشكلات البحثية في وضعها الراهن ويسمح بدراسة عدد كبير من المتغيرات في وقت واحد.^{iv}

اداة البحث

اعتمدت الدراسة في جمع بياناتها على اداتين بحثيتين الاولى الملاحظة المنظمة من خلال تحديد ماذا سنلاحظ في ضوء تساؤلات البحث وفرضيته واهدافه والثانية اداة الاستبانة او صحيفة الاستقصاء للشباب الجامعي محل الدراسة.

مجتمع البحث وعينته

يتمثل مجتمع البحث بطلبة كلية الاعلام في جامعة بغداد بمراحله الاربعة اذ بلغ حجم المجتمع 885 طالبا ، اما عينه البحث فقد كان حجم العينة المختارة (84) طالبا ولأقسام الثلاثة في الكلية (الصحافة والصحافة الاذاعية والتلفزيونية والعلاقات العامة) وهي عينة عمدية (مقصودة) ، فقد اختيرت هذه الكلية لان طلابها معنيين بوسائل الاعلام والتقنيات الرقمية فضلا عن كون طلابها اكثر عرضة للرسائل الاعلامية في وسائل الاعلام الجديدة ، وقد تم مراعاة ان تكون العينة ممثلة لطلبة اقسام الكلية الثلاثة (الصحافة والصحافة الاذاعية والتلفزيونية والعلاقات العامة) وللمراحل الدراسية الاربعة في كل قسم ، اما نوع العينة فكانت العينة الصدفة.

اجراءات الصدق والثبات

1. صدق الاستبانة : يعتمد صدق المحتوى على مهارات الباحث في اختيار الأدوات التي تتفق مع طبيعة ووظيفة القياس وتحكيم حس الباحث ومشاهداته في تقرير ملائمة الأدوات لوظيفة القياس فضلا عن إجراءات التحكيم الخارجي خلال العملية المنهجية^v ، ويقوم هذا النوع من الصدق على فكرة مدى مناسبة المقياس لما يقيس ولمن يطبق عليه، ويمكن ملاحظة مثل هذا الصدق في وضوح البنود ومدى علاقتها بالقدرة أو السمة أو البعد الذي يقيسه المقياس، وغالبا ما يقرر ذلك مجموعة من المتخصصين في المجال الذي ينتمي إليه هذا المقياس أو ذلك^{vi} وتأسيسا على ذلك عرضت استبانة الاستبانة على مجموعة من المحكمين^{vii}، واجمع المحكمون بأن الأداة تقيس ما وضعت من اجله، فقد بلغت قيمة معامل الصدق بين آراء المحكمين وفقا لكتدال 89 % وهي قيمة مرتفعة .

2. الثبات : اعتمدت الدراسة في تقدير مستوى ثبات نتائج الاستبانة على طريقة الاختبار - وإعادة الاختبار test - retest ، أي طريقة ثبات الباحث مع نفسه ، وذلك بتحليل جزء من العينة مرتين وفي مدتين زمنيتين مختلفتين، ثم يحسب معامل الثبات اعتمادا على نتائج هاتين المرتين كما لو كان كل مرة قام بتحليلها مرمرز مختلف^{viii} فقد اجرى الباحث الاختبار الأول على 10% من الحجم الأصلي للعينة البالغ (84) مفردة ، إذ بلغ حجم جزء العينة الذي خضع للاختبار (8) مفردة ، وأعاد إجراء الاختبار على العدد نفسه من جزء عينة المبحوثين وباستخدام آليات القياس والترميز نفسها بعد مرور 15 يوماً، وبعد مقارنة النتائج التي توصل إليها الباحثون في الاختبار الثاني مع نتائج الاختبار الأول للتحقق من قدر الثبات تبين أن معامل الثبات لاختبار الاستبانة بلغت قيمته 87.5% ، وتحقق هذه النسبة درجة عالية من الثبات والاستقرار في النتائج التي أفرزتها استبانة الاستبانة، وتطبيق المعادلة الآتية^{ix} ، تم الحصول على معامل ثبات عالي .

$$100 \times \frac{2 \times \text{عدد الحالات المتفق عليها في الاختبارين}}{2 \times \text{عدد الحالات الأصلية}} =$$

$$87.5 = 100 \times \frac{7 \times 2}{8 \times 2} =$$

موقع غسيل الدماغ التقليدي والالكتروني ضمن انماط الاتصال

يعد غسيل الدماغ اصطلاحاً اتصالياً يتحدد موقعه ضمن مستويات الاتصال وانماطه في ضوء الغايات والوسيلة الاتصالية التي يتبعها ، فمن حيث المستوى الاتصالي ينتمي النوع التقليدي لهذا المصطلح الى الاتصال المباشر او المواجهي اذ يتيح هذا النوع من الاتصال فرصة التعرف الفوري والمباشر عن تأثير الرسالة ومن ثم تصبح الفرصة امام القائم بالاتصال ساحة لتعديل رسالته وتوجيهها بحيث تصبح اكثر فعالية^x ، وهو ما يتبع في مراحل عملية غسيل الدماغ ، اما النوع الالكتروني لهذا المصطلح فهو غير مباشر اذ يوظف التقنيات الرقمية لتحقيق غاياته الاتصالية ، وبذلك فهو يجمع بين بعض خصائص الاتصاليين الوسيطي والجماهيري ، فالالاتصال الوسيطي يمتلك بعض خصائص الاتصال الجماهيري ، ويمكن ان يكون جمهوره غير متجانس ويمكن ان يكون المشاركين فيه بعيدين مكانياً عن بعضهم بعضاً ، يستقبلون الرسالة نفسها في اماكن متعددة، فضلاً عن ان الرسالة تنقل بسرعة وتصل الافراد في آن واحد ، وبذلك يشبه الاتصال الوسيطي الاتصال الجماهيري من حيث استخدام معدات الكترونية في نقل الرسالة كما يعتمد الاتصال الجماهيري على التكنولوجيا او وسائط النقل سواء كانت ميكانيكية او الكترونية مثل الصحف بنوعها الجرائد والمجلات والاذاعة والتلفزيون والسينما او توليفه من كل ذلك بهدف نشر الرسائل على نطاق واسع وبسرعة كبيرة الى الجماهير المتناثرة اذ يغير استخدام كل وسيلة من طبيعة الاتصال الى حد ما^{xi} ، اما من حيث النمط الاتصالي فأن اصطلاح غسيل الدماغ بنوعيه التقليدي والالكتروني يمكن ان نجده في اكثر من نمط من انماط الاتصال ، فقد اتسع معناه، واستعمل في مختلف ميادين الحياة من إعلان تجاري، أو دعائية، أو اجتماع، أو سياسة، ليصبح له تعريف عام، وهو: كل وسيلة تقنية مخططة ترمي إلى تحويل الفكر أو السلوك البشري ضد رغبة الإنسان أو إرادته، أو سابق ثقافته وتعليمه^{xii} ، ولكن غسيل الدماغ يكون اكثر قرباً من نمط الحرب النفسية ، فهو سلاح من أسلحة الحرب النفسية يرمي إلى السيطرة على العقل البشري وتوجيهه بغايات مرسومة، بعد أن يُجرّد من مبادئه السابقة، فالحرب النفسية هي إحدى مستويات التعامل النفسي في علاقة السلطة بالمواطن وذلك من خلال الوظيفة الاتصالية للدولة، والتي تحدد بأربعة مستويات كل منها له خصائصه المتميزة وهي : الإعلام، الدعائية، الدعوة، الحرب النفسية ، وعليه يمثل غسيل الدماغ بنوعيه التقليدي والالكتروني احد

مستويات التعامل النفسي، فهو عملية إعادة البناء الفكري للشخص وذلك بتغيير الشخصية عن طريق أساليب فسيولوجية ونفسية، وتمثل غرض الحرب النفسية وتعني إعادة تشكيل فكري عند العدو المطلوب استخدامه لغايات سياسية أو غيرها، ولا يوافق عليها قبل خضوعه لهذه العملية، وبشكل عام يمكن تحديدها بأنها أسلوب من أساليب التعامل النفسي يدور حول الشخصية الفردية بمعنى نقل الشخصية المتكاملة أو ما في حكم المتكاملة إلى حد التمزق العنيف بحيث يصير من الممكن التلاعب بتلك الشخصية للوصول بها إلى أن تصبح مجرد أداة جامدة في أيدي المهيج أو خبير الفتن والقلق^{xiii}، وعليه يمكن تحديد موقع مصطلح غسيل الدماغ ضمن خارطة الاتصالية بتصنيفه ضمن اليات الاتصال النفسي واتجاهاته إذ يعد غسيل الدماغ عملية تطويع المخ أو إعادة تشكيل التفكير وتغيير الاتجاهات النفسية بحيث يتم هذا التغيير بطريقة التفجير، وهو محاولة توجيه الفكر الإنساني أو العمل الإنساني ضد رغبة الفرد أو ضد إرادته أو ضد ما يتفق مع أفكاره ومعتقداته وقيمه، فهي عملية تعليم وعملية تحويل الإيمان أو العقيدة إلى كفر بها ثم إلى الإيمان بنقيضها^{xiv}، وهنا يكمن غسل المخ في توغل القوى النفسية البيئية في الانفعالات الداخلية للفرد^{xv}.

طرق غسيل الدماغ الالكتروني ومراحله

ثلاثة أسئلة تشكل اجاباتها خارطة طريق لتحديد ظاهرة غسيل الدماغ الاتصالية بنوعها التقليدي المباشر والالكتروني غير المباشر هي: ما الاسس النفسية والفسولوجية للهيمنة على الفكر؟ وما هي اليات الاقناع؟ وما هي اسلحة معركة الاستنثار بالدماغ البشري على المستوى العام والفردى؟^{xvi}، ويحدد المختصون والخبراء اسس السيطرة على الدماغ وتحويل الفكر والاتجاه بالآتي^{xvii}.

1. تغيير الإطار العام للاتجاه: أي تغيير المرجع والمنبع الذي يستقي منه الفرد اتجاهاته، ويشمل تغيير هذا الإطار تغيير الجماعة والمحيط العائلي والاصدقاء والمفاهيم السابقة.

2. تغيير موضوع الاتجاه: أي تحويله حسب المطلوب، فيتم استبدال الاتجاه أو الشعور نحو شخص ما من شعور بالمحبة والارتياح إلى شعور بعدم الارتياح أو حتى الكراهية.

3. استخدام وسائل التوجيه المدروسة والمخططة: ويتم ذلك بإعطاء جرعات متواصلة من المعلومات السلبية التي تقوم على التضليل والمغالطات واستغلال الاحداث وابرزها وتضخيم ما يخدم الاغراض وعرض اجزاء مختارة من الحقائق والمقتطفات وطمس الاخرى حسب ما يخدم الهدف حتى تتكون الصورة السلبية المطلوبة لتغيير الموقف العقلي والنفسي تجاه شخص ما. وفي ضوء الاسئلة الثلاثة الانفة الذكر الخاصة بطريقة تحديد ظاهرة غسيل الدماغ الاتصالية وما اتفق عليه المختصون والخبراء في تحديد

اسس السيطرة على الدماغ يمكن تحديد طرق غسيل الدماغ الالكتروني ومراحلها بالآتي^{xviii}:

1. استخدام المناظرات: وتتم بين شخصين أحدهما يظهر بمظهر قوي وهو التنظيم وطرف آخر يظهر بمظهر ضعيف حتى يوهم الناس بشرعيته.
2. استخدام الرسومات: وكذلك الأخبار المسيئة للحقيقة أو الملفقة تجاه الدولة وأيضا الفتاوى المحرصة.
3. مرحلة الاستجابة: وتتم من خلال استقبال رسائل من تعاطف معهم في الإنترنت، وفرز المستجيبين وفقاً لأعمارهم وسداجة تفكيرهم.
4. مراقبة الشخص المستجيب: وتتم من خلال بريدته الإلكتروني ومعرفة مدى ارتباطه بالجهاز الأمني أم لا ويتبع ذلك متابعته ومراقبته بشكل شخصي لمعرفة اتجاهات وسلوك الفرد كخطوة اخيرة.
5. مرحلة السيطرة الفكرية: وتتم بالتواصل المستمر معه وزيادة جرعات الرسائل والمواضيع المرسله إليه.
6. كشف المستور
7. مرحلة الانتماء: وبهما يتم العودة إلى الغسيل التقليدي فهم يرون أنه يجب الالتقاء المباشر بين المحرض والمغسول دماغه.
8. الكلمة وسحرها: يرى الخبراء ان اهم اداة في عملية غسيل الدماغ بمفهومه التقليدي او الالكتروني كانت ولا تزال هي الكلمة وسحرها اذ سبق كل سحر وفن (ان من البيان لسحرا) فتأثير الكلمة في الاخر يتم عن طريق الاساليب المتقنة من تكرار واثارة عاطفية والتفنن في العرض ومحاولة الوصول الى اعماق المتلقي.

التجنيد الإلكتروني للشباب والتحديات الامنية

أثبتت عدد من الدراسات في ضوء التحقيقات التي اجريت في نشاط جماعات إرهابية في العالم العربي وخارجه أن كثيرا من المتطرفين يجري تجنيدهم وإعطائهم التوجيهات عبر الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي، الأمر الذي يضع الاعلام والأجهزة الأمنية والاستخباراتية أمام مسؤولية فريدة من نوعها ، اذ تبين أن منفعدي العمليات الإرهابية غالبا ما يرتبطون بهذه الآلية المنظمة لعملهم، فالآلة الإعلامية هي أهم وسيلة للتجنيد والتعبئة، وأيضا للتنسيق بين الإرهابيين بالذات ، فهذه التنظيمات تستخدم تويتر وفيسبوك والإنستغرام وغيرها لإيصال رسائل بلغات متعددة، وجرى تأسيس مراكز لهذه الغاية، سعيا إلى استقطاب الشباب وتوظيفهم في هذه المهام، وصار لديهم مئات من المتفرغين والمحترفين في إدارة المواقع الإلكترونية، ويجري توظيفهم من أجل بثّ صورة معاكسة تماما للواقع^{xix} ، وبهذا الصدد اكدت احد الدراسات ان نسبة 80 % من الذين انتسبوا الى التنظيمات الارهابية مثل تنظيم داعش تم تجنيدهم

عبر وسائل التواصل الاجتماعي ، كما وصل عدد المواقع المحسوبة على جماعات الارهاب العالمي الى 50 الف موقع في عام 2016 بعد ان كانت 12 موقعا في عام 1997 ، وأشارت تلك الدراسة الى وجود اكثر من 45 الف حساب للتنظيم على شبكة تويتر تنشر نحو 90 الف تغريدة يوميا^{xx}، وقد أدهشت المقاطع المرئية التي يبثها تنظيم الدولة الإسلامية (داعش) عبر هذه المواقع بفيديواته التي تصور عملياته الحربية وإعداماته مع ما يرافقها من دعاية وخطاب ملعن وآخر مبطن ، متخصصي الإعلام والتصوير لما تحمله من احترافية في التصوير والايخراج تضاهي أفلام هوليوود و تقنياتها ، وهذا يفسر العلاقة بين الارهاب والانترنت اذ ظهرت هذه العلاقة إلى حيز الوجود، واثارت اهتمام الدول والمنظمات المعنية بمكافحة الإرهاب بعد أحداث الحادي عشر من أيلول 2001، ما أدى إلى المنحى الخطير الذي بدأت التنظيمات الإرهابية اتباعه، الذي تمثل بعدم قصر نشاطاتها الإرهابية على المجال المادي الواقعي فحسب، وإنما انتقالها إلى الفضاء الإلكتروني أيضاً، وهو الأمر الذي أفرز تنظيماً يتبنى فكر القرون الوسطى ويحتضن تكنولوجيا القرن الحادي والعشرين، ويعتمد الإرهاب الإلكتروني على بعدين هامين: يتمثل أولها في أن يصبح الإرهاب الإلكتروني عاملاً مساعداً للإرهاب التقليدي المادي وذلك عبر توفير المعلومات عن الأماكن المستهدفة أو كوسيط في تنفيذ العملية الإرهابية، أما البعد الثاني فيمكن القول بأنه بعد معنوي يرمي إلى التحريض على بث الكراهية الدينية وحرب الأفكار.^{xxi}

ويمكن تحديد ركائز التجنيد الإلكتروني بمحورين هما.^{xxii}

1. التطرف الفكري وهو كل ما يؤدي إلى الخروج عن القواعد الفكرية والقيم والمعايير والأساليب السلوكية الشائعة في المجتمع منتهياً بالعزلة أو الانسحاب.

2. اساليب التخفي: تتبع الجماعات المتطرفة اساليب التخفي على شبكة الانترنت حتى لا تترك أثاراً تتمكن من خلالها الجهات المختصة من تقفي تحركاتها ويتم التخفي في شبكة الانترنت عن طريق استخدام برامج تصفح تقوم بإخفاء موقعك الحقيقي، ويتم استعمال رموز الكتابة الغريبة من قبل المتطرفين لعدم ظهورها في خوارزميات موقع التواصل الاجتماعي تويتر.

استراتيجيات التنظيمات الارهابية في تجنيد الشباب وغسل ادماغهم

حاول تنظيم "الدولة الإسلامية" المعروف إعلامياً باسم "داعش" اثبات قدرته على استعمال أحدث تقنيات وسائل الإعلام في حربه الدعائية، ولهذا الغرض يتم يوميا تحميل عشرات الأشطره التحريضية بعضها يحمل بصمات هواة والبعض الآخر مصنوع بمهنية عالية، فضلا عن متابعة هذا التنظيم بدقة لتفاصيل الجدل السياسي في الغرب، وتوظيف ذلك بشكل انتقائي في معركته الإعلامية، وعليه اتبعت التنظيمات الارهابية اساليب عدة في تجنيد الشباب وغسل ادماغهم عن طريق توظيف التقنيات الرقمية المتاحة ومنها

مواقع التواصل الاجتماعي، وجاءت هذه الاساليب من خلال استراتيجيات عدة اتبعتها تنظيم (داعش)
يمكن تحديدها بالاتي: ^{xxiii}

1. استراتيجية العزل: وتتخلص في عزل المجدد عن الالهل والاقرباء والاصحاب ومطالبته بالطاعة العمياء الى ان يتقبل افكار التنظيم.
2. استراتيجية ملازمة الجماعة: أي ملازمة الجماعة في لبسها وطريقة عيشها وتبني شعاراتها وتلقينه ما يريد التنظيم من كراهية ومعاداة ونحو ذلك.
3. استراتيجية الالتزام العلني: وتنفذ هذه الاستراتيجية عن طريق كتابة رسالة وداع خطبة او يعلن التزامه على الهواء او عن طريق التواصل الاجتماعي اذ يصبح لديه التزاما نفسيا انه لا مناص من التراجع.
4. استراتيجية سياسة المطالب: وفيها يطالب المجدد بمطالب صغيرة ثم تتطور المطالب وتكبر الى ان تصل الى القتال والتهديب والعمليات الانتحارية والتفجيرات ونحو ذلك.

توظيف داعش للتقنيات الرقمية في غسل ادمغة الشباب وتجنيدهم

استخدم تنظيم الدولة الاسلامية (داعش) كل التقنيات الرقمية المتاحة في غسل ادمغة الشباب وتجنيدهم من خلال تركيزه على ما يأتي: ^{xxiv}

اولا: الالعب الالكترونية: تعد الالعب الالكترونية من اخطر الالسايب التي يستخدمها (داعش) لجذب الالطفال والمراهقين ، ويستخدم هذه الالعب اكثر من مليار شاب وطفل، وقد ركز داعش على العالب الفيديو والبلايستيشن ، اذ اصدر نسخة من اللعبة الشهيرة (لعبة حرامي السيارات) ، فقد نشر فيديو عنها قال فيه ان هذه اللعبة يتم تطبيقها على ارض الواقع لحث الالطفال على الانضمام للتنظيم من باب المغامرة ، ويقدر عدد رواد هذه اللعبة حوالي 34 مليون شخص حول العالم ، كما طور داعش لعبة تمكن الالطفال من اختيار الزي العسكري الذي يلعب به والمكان والارض الجغرافية وكأنه ضمن التنظيم.

ثانيا: مواقع التواصل الاجتماعي: يشغل تنظيم داعش عشرات الالالف من الحسابات على مواقع التواصل الاجتماعي، ويدير حسابات بأسماء نساء بهدف تجنيد عناصر جدد.

ثالثا: الفيديوهات: أصدر داعش في عام 2014 فيديو مرئي بعنوان (لهيب الحرب) استخدم فيه اعلى التقنيات.

رابعا: استحداث غرف محادثات صوتية وكتابية: لتسهيل مهمة التجنيد.

خامسا: استخدام تقنيات عالية الجودة: للتحكم باللقطة من خلال تبطينها او تسريعها (مؤثرات).

سادسا: تويتر: يعد التنظيم وسوم (هاشتا) في تويتر بجميع لغات العالم للوصول الى أكبر عدد من المغردين.

ويتضح مما تقدم ان غسل الدماغ الالكتروني يشير الى كل وسيلة تقنية مخططة ترمي الى تحويل الفكر والسلوك البشري ضد ارادته وسابق تفكيره ومعلوماته ، وغدا في يومنا هذا يحمل معان اعم واشمل واكثر وضوحا مثل التحوير الفكري او المذهبة او الاقناع الخفي، وقد استغلت التنظيمات الارهابية ومنها تنظيم الدولة الاسلامية المعروف اعلاميا بداعش عملية غسل الدماغ واستثمرت التقنيات الرقمية المتاحة لتجنيد الشباب والفتيان والاطفال اذ كانت الاعمار المستهدفة وفقا لما اظهرته دراسات ميدانية سابقة بين 10 و 30 سنة والغالبية 15 و 25 سنة واتبعت عددا من الاساليب منها ايهام الشباب بأنه سيحررهم من القيود والمشكلات ومنح الحرية لهم واستثمار العلاقات الشخصية والعائلية (الحسنة والسيئة) واختراق حسابات الضحايا والبريد الالكتروني ومراقبتهم لمعرفة اهتماماتهم ، وتقديم بعض الاغراءات المادية ولاسيما في الدول التي يعاني الشباب فيها من البطالة فضلا عن استخدام اسلوب الشحن الطائفي وادراج بعض الاناشيد الحماسية والتحرير على الحكام ورسم صورة ناعمة لمقاتليه عبر عرض فيديوهات لهم .^{xxv} وبذلك تركز عمل تنظيم داعش في تجنيد الشباب وغسيل ادماغهم الالكتروني باتباع اساليب التجنيد الفكري واستغلال الظروف الاقتصادية كالبطالة مثلا والمشاكل الاجتماعية وبعض الاخطاء الحكومية فضلا عن اغراءهم بحور العين والنساء في الجنة واستخدام آيات قرآنية وتوظيفها بطريقه تتسجم مع اهداف هذا التنظيم ، وبصورة بعيدة جدا عن المضمون الحقيقي لكلام الله ، كما واستفاد هذا التنظيم من الخطاب الطائفي والمتعصب عند بعض السياسيين ورجال الدين من خلال بعض وسائل الاعلام التي تبعد عن المهنية وموائيق الشرف الاعلامية.^{xxvi}

الدراسة الميدانية

تضمنت الدراسة الميدانية شقين الاول حصر المواقع الالكترونية والمؤسسات الاعلامية واصداراتها التي تتبناها التنظيمات الارهابية على الشبكة الدولية (الانترنت) ، والثاني عرض ما اسفر عنه الاستبيان الذي تم اجرائه على الشباب ممثلين بطلبة كلية الاعلام في جامعة بغداد للتعرف عن مدى تعرضهم لتأثيرات الخطاب الاعلامي للتنظيمات الارهابية ومحاولة وقوعهم في شرك عمليات غسل الدماغ اذ كانت الاسئلة التي تضمنتها استمارة الاستبانة غير مباشرة حتى تعطي للمبحوث حرية الاجابة دون تردد.

1. المسح الميداني للمواقع الالكترونية الاعلامية للتنظيمات الارهابية

تم اجراء مسح للمواقع الالكترونية والاصدارات الصادرة عن هذه التنظيمات ومجموعة من المراكز والقنوات الاعلامية التي تم حصرها على الشبكة الدولية (الانترنت) ، وافرزت عملية المسح تحديد هذه

المواقع والاصدارات وكالاتي : (مركز الحياة للإعلام الخاص بتنظيم الدولة الإسلامية | محرك بحث جوجل ، موقع خلافة بوك ، مركز الاعتصام ، مؤسسة اعماق ، مؤسسة البتار ، مؤسسة دابق الاعلامية ، مؤسسة الخلافة ، مؤسسة اجناد للإنتاج الاعلامي ، مؤسسة الصقيل ، مؤسسة الاسراء للإنتاج الاعلامي ، مؤسسة الوفاء ، وكالات انباء وتشمل : وكالة البركة ووكالة الخير ، المجالات باللغتين العربية والانكليزية وتشمل مجلة دابق ومجلة الشامخة ، الاذاعات وتشمل اذاعة البيان كانت تبث من الموصل بعد سيطرة تنظيم (داعش) على هذه المدينة ، واخرى تبث من الرقة بالاسم نفسه ، مدونة باللغتين الروسية والانكليزية تقوم بترجمة الاصدارات الاعلامية الى لغات مختلفة الانكليزية والفرنسية والالمانية والاسبانية وغيرها) .

2. نتائج الاستقصاء (الاستبانة)

تضم استمارة الاستبانة ثلاثة محاور و21 سؤالاً، وقد تم اجراء هذا الاستبيان على عينة من طلبة كلية الاعلام في جامعة بغداد بلغ حجمها (84) طالبا موزعين على اقسامها الثلاثة ومراحلها الاربعة في كل قسم وكالاتي:

اولا: المعلومات الديموغرافية

وتهدف الى التعرف على البيانات الاولية للمبحوثين من حيث النوع والقسم والمرحلة الدراسية والمرحلة العمرية والحالة الاجتماعية ومستوى الدخل الشهري، وكما مبينة في الجداول الاتية:

جدول (1) توزيع عينة البحث على وفق النوع

ت	النوع	التكرار	النسبة %	المرتبة
1	ذكر	50	59.5	الاولى
2	انثى	34	40.5	الثانية
	المجموع	84	100	

يتضح من الجدول (1) اعلاه أن فئة الذكور اعلى نسبة من فئة الاناث بمقدار 19% اذ جاءت فئة ذكر بالمرتبة الاولى بنسبة 59.5 % ، بينما جاءت فئة انثى بالترتيب الثاني بنسبة 40.5 % ، ويعود سبب هذا التباين في التوزيع النسبي لفئتي النوع الى استخدام اسلوب الصدفة في توزيع استمارات الاستبانة على افراد عينة البحث استنادا الى نوع العينة المختارة ، وعلى الرغم من هذا التباين فإن هذا التوزيع النسبي في فئتي النوع يمكن ان يعطي صورة متكاملة وليست أحادية عن ظاهرة غسيل الدماغ الالكتروني واثار تعرض الشباب للتجنيد الالكتروني وغسل ادماغهم بتوظيف التنظيمات الارهابية للتقنيات الرقمية

لهذا الغرض، لأنه لم يهمل أي فئة من هذا النوع فضلا عن ان اسلوب التوزيع بالصدفة يبعد نتائج الاستبيان عن التحيز ويحقق الحياد.

جدول (2) توزيع المبحوثين على اقسام الكلية

ت	القسم	التكرار	النسبة %	المرتبة
1	علاقات عامة	36	42.9	الاولى
2	صحافة	27	32.1	الثانية
3	صحافة اذاعية وتلفزيونية	21	25	الثالثة
	المجموع	84	100	

يبين الجدول (2) التوزيع النسبي لأفراد عينة البحث على وفق اقسام الكلية الثلاثة اذ جاءت فئة قسم العلاقات العامة بالمرتبة الاولى بنسبة 42.9% تليها بالترتيب الثاني فئة قسم الصحافة بنسبة 32.1%، ثم فئة قسم الصحافة الاذاعية والتلفزيونية بالترتيب الثالث بنسبة 25%، ومن ملاحظة هذه المؤشرات الاحصائية في التوزيع النسبي نجد ان الفارق النسبي بين الفئات لم يكن كبيرا مما يمكن ان يعطي نتائج واضحة عن موضوع الدراسة.

جدول (3) المراحل الدراسية للمبحوثين

ت	المرحلة الدراسية	التكرار	النسبة %	المرتبة
1	الاولى	23	27.4	الثانية
2	الثانية	12	14.3	الرابعة
3	الثالثة	15	17.8	الثالثة
4	الرابعة	34	40.5	الاولى
	المجموع	84	100	

يمثل الجدول (3) التوزيع النسبي لأفراد عينة الدراسة على وفق المرحلة الدراسية، اذ يعطي هذا الجدول صورة عن تمثيل عينة البحث للمراحل الدراسية كلها بدون استثناء.

جدول (4) المرحلة العمرية للمبحوثين

ت	المرحلة العمرية	التكرار	النسبة %	المرتبة
1	18 - 21 سنة	45	53.6	الاولى
2	22 - 25 سنة	35	41.7	الثانية

المرتبة	النسبة %	التكرار	المرحلة العمرية	ت
الثالثة	4.7	4	26 سنة فأكثر	3
	100	84		المجموع

كشف الجدول (4) الخاص بالتوزيع النسبي للمبحوثين على وفق المرحلة العمرية ان اعلى نسبة كانت لفئة المرحلة العمرية (18 - 21) سنة بلغت 53.6% وجاءت بالمرتبة الاولى أي تجاوزت نصف حجم العينة بمقدار 3.6%، تليها بالترتيب الثاني فئة المرحلة العمرية (22 - 25) سنة بنسبة 41.7% ثم فئة المرحلة العمرية (26 سنة فأكثر) بالترتيب الثالث والاخير بنسبة 4.7%، وبذلك فإن العينة ممثلة لأعمار الشباب جميعها.

جدول (5) الحالة الاجتماعية للمبحوثين

المرتبة	النسبة %	التكرار	الحالة الاجتماعية	ت
الاولى	92.9	78	أعزب	1
الثانية	4.8	4	متزوج	2
الثالثة	2.3	2	مطلق	3
	100	84	المجموع	

افرز الجدول (5) توزيع المبحوثين على ثلاث فئات من حيث الحالة الاجتماعية وكانت اعلى نسبة لفئة أعزب اذ تصدرت الفئة الاولى بفارق كبير جدا عن الفئات الاخرى وشكلت نسبة 92.9%، وتعد هذه النتيجة طبيعية لان الشباب موضوع الدراسة هم في مقتبل العمر والحياة الجامعية.

جدول (6) مستوى الدخل الشهري للمبحوثين

المرتبة	النسبة %	التكرار	مستوى الدخل الشهري	ت
الرابعة	8.3	7	ضعيف	1
الاولى	33.3	28	مقبول	2
الثانية	29.8	25	متوسط	3
الثالثة	26.2	22	جيد	4
الخامسة	2.4	2	جيد جدا	5
	100	84	المجموع	

يساعدنا هذا الجدول في معرفة مدى تأثير مستوى الدخل الشهري على الشباب في جعلهم عرضة للتأثر بالبرامج وافلام الفيديو التي تبثها التنظيمات الارهابية لتجنيد الشباب بتركيزهم على الحالات ذات المستوى الضعيف والمقبول لاستغلال هذه الحالة في عملية التجنيد وغسل الدماغ.

ثانياً: مستوى استخدام التقنيات الرقمية

وتهدف الى التعرف عن مدى استخدام التقنيات الرقمية وانواع المواقع الالكترونية التي يتعرض لها الباحثين والوقت الذي يقضونه في استخدام هذه التقنيات، والجدول الاتية تبين ذلك

جدول (7) مدى استخدام الباحثين للتقنيات الرقمية

ت	مدى استخدام التقنيات الرقمية	التكرار	النسبة %	المرتبة
1	دائماً	43	51.2	الاولى
2	احياناً	41	48.8	الثانية
	المجموع	84	100	

تبين من الجدول (7) اعلاه ان افراد عينة البحث كلها تستخدم التقنيات الرقمية المتاحة على الشبكة الدولية (الانترنت) مما يجعلهم عرضة لأساليب التنظيمات الارهابية في التجنيد وغسل الدماغ وهو ما ستكشف عنه الجداول اللاحقة.

جدول (8) التقنيات الرقمية التي يفضل استخدامها الباحثين

ت	التقنيات الرقمية ومواقع التواصل الاجتماعي	التكرار	النسبة %	المرتبة
1	الالعاب الالكترونية	3	3.6	الرابعة
2	الفيسبوك	40	47.6	الاولى
3	تويتر	3	3.6	الرابعة مكرر
4	يوتيوب	9	10.7	الثالثة
5	مواقع الكترونية اخرى	9	10.7	الثالثة مكرر
6	جميعها	20	23.8	الثانية
	المجموع	84	100	

كشف الجدول (8) اعلاه ان اعلى نسبة في استخدام التقنيات الرقمية المتاحة على الانترنت تمثلت بأحد مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك اذ جاء بالمرتبة الاولى بنسبة 47.6 %، فيما جاءت فئة استخدام الباحثين لجميع هذه التقنيات والمواقع بالمرتبة الثانية بنسبة 23.8 % وتوزعت باقي النسب على

المواقع الأخرى، مما يعني ان جميع هذه التقنيات مستخدمة بشكل واضح من أفراد الشباب الجامعي محل الدراسة.

جدول (9) الوقت الذي يقضيه المبحوثين في استخدام التقنيات الرقمية

ت	الوقت	التكرار	النسبة %	المرتبة
1	أقل من ساعة	7	8.3	الثالثة
2	ساعة - 5 ساعات	57	67.9	الأولى
3	6 ساعات فأكثر	20	23.8	الثانية
	المجموع	84	100	

كشف الجدول (9) اعلاه ان 91.7 % من المبحوثين تقضي وقتا كبيرا باستخدام التقنيات الرقمية المتاحة على الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي يبدأ من ساعة الى أكثر من ست ساعات في اليوم، وهذا الزمن الذي يقضيه الشباب الجامعي محل الدراسة في الاستخدام يمنح فرصة للتنظيمات الإرهابية في تعديل خططها واساليبها في عملية التجنيد وغسل الدماغ.

ثالثا: تأثير الاستخدام المكثف للتقنيات الرقمية

جدول (10) الحالات التي شعر بها المبحوثين عند الاستخدام المكثف للتقنيات الرقمية

ت	حالات التأثير	التكرار	النسبة %	المرتبة
1	شروذ الذهن	16	19	الثالثة
2	الانعزال	24	28.6	الأولى
3	سرعة الغضب اثناء النقاش	8	9.5	الخامسة
4	التعنت عند ابداء الرأي	1	1.2	السابعة
5	تغير مفاجئ بالسلوك	3	3.6	السادسة
6	جميع الفقرات اعلاه	9	10.7	الرابعة
7	لم اشعر بأي حالة	20	23.8	الثانية
8	اخرى	3	3.6	السادسة مكرر
	المجموع	84	100	

يكشف هذا الجدول عن حالات التأثيرات التي تظهر على المبحوثين بالاستخدام المكثف للتقنيات الرقمية كما تدل هذه المؤشرات عن علامات يمكن ان تدل على تعرض المستخدم لهذه التقنيات لمحاولات تجنيده

الالكتروني ومحاولات غسل دماغه وهو ما اثبتته العديد من الدراسات التي تناولت اساليب التجنيد الالكتروني، وكانت اعلى نسبة لهذه العلامات لفئة الانعزال تليها فئة لم اشعر باي حالة ثم فئة شرود الذهن ثم فئة جميع العلامات اعلاه وسرعة الغضب اثناء النقاش والتعننت في ابداء الرأي مما يتطلب وضع المعالجات النفسية المناسبة لهذه التأثيرات .

جدول (11) هل صادف وان تابع المبحوثين اناشيد حماسية في مواقع التواصل الاجتماعية

ت	هل تابع المبحوثين اناشيد حماسية	التكرار	النسبة %	المرتبة
1	نعم	41	48.9	الاولى
2	احيانا	37	44	الثانية
3	لا	6	7.1	الثالثة
	المجموع	84	100	

اظهر المسح الميداني للمبحوثين ان نسبة كبيرة جدا منهم يتابعون الاناشيد الحماسية التي تبث على مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الالكترونية الاخرى على اختلاف مصدرها اذ بلغت نسبة المبحوثين الذين يتابعون الاناشيد الحماسية على النت 92.9 % مقابل 7.1 % لم يتابعوا هذه الاناشيد.

جدول (12) مصدر الاناشيد الحماسية التي يتابعها المبحوثين

ت	مصدر الاناشيد الحماسية	التكرار	النسبة %	المرتبة
1	اناشيد حماسية تبثها مواقع حكومية ورسمية	35	44.9	الاولى
2	اناشيد حماسية تبثها مواقع تنظيمات اخرى	41	52.6	الثانية
3	اخرى	2	2.5	الثالثة
	المجموع	78	100	

افرز المسح الميداني ان اعلى نسبة من المبحوثين تجاوزت نصف حجم العينة كانت تتابع الاناشيد الحماسية التي تبثها مواقع تنظيمات اخرى غير حكومية او رسمية بلغت 52.6 %، وهذا يعني ان المبحوثين عرضه لأساليب التجنيد التي تتبعها التنظيمات الارهابية اذ يعد بث هذه الاناشيد واحدة من اساليب التجنيد التي يتبعونها تجاه الشباب والفتيان.

جدول (13) هل يتابع المبحوثين البرامج وافلام الفيديو التي تبثها التنظيمات الارهابية

ت	هل تابع المبحوثين افلام الفيديو للتنظيمات الارهابية	التكرار	النسبة %	المرتبة
1	نعم	30	35.7	الاولى

المرتبة	النسبة %	التكرار	هل تابع المبحوثين افلام الفيديو للتنظيمات الارهابية	ت
الثانية	33.3	28	احيانا	2
الثالثة	31	26	لا	3
	100	84	المجموع	

كشف الجدول (13) اعلاه ان نسبة كبيرة من المبحوثين بلغت 69 % تتابع البرامج وافلام الفيديو التي تبثها التنظيمات الارهابية على الانترنت مما يعني امكانية تعرض هذه النسبة لأساليب التجنيد الالكتروني وغسل الدماغ الالكتروني.

جدول (14) تقييم المبحوثين لمستوى البرامج التي تبثها التنظيمات الارهابية

المرتبة	النسبة %	التكرار	مستوى البرامج التي تبثها التنظيمات الارهابية	ت
الاولى	62.1	36	تقنية عالية في التصوير والايخراج	1
الثانية	20.7	12	مشوقة وجاذبة	2
الثالثة	15.5	9	غير مؤثرة	3
الرابعة	1.7	1	اخرى	4
	100	58	المجموع	

كشف الجدول (14) اعلاه عن تقييم المبحوثين الذين يتابعون برامج وفيديوهات التنظيمات الارهابية لهذه البرامج إذا كانت اعلى نسبة لفئة تقنية عالية في التصوير والايخراج مما يعني ان هذه التنظيمات الارهابية ابهرت الشباب بالبرامج التي تقدمها من حيث دقة التصوير والايخراج.

جدول (15) ما عكسته برامج وافلام الفيديو للتنظيمات الارهابية من صور في ذهن المبحوثين

المرتبة	النسبة %	التكرار	الصور التي عكستها برامج وافلام الفيديو للتنظيمات الارهابية	ت
السادسة	5.2	3	رسم صورة ناعمة لمقاتليها	1
الثانية	17.2	10	اظهار نقاط الضعف في تفكير الاخرين	2
الخامسة	10.3	6	تكفير بعض الشخصيات والحكام	3
الخامسة مكرر	10.3	6	اظهار أنفسهم بدور منقذي الشباب	4
الاولى	31.1	18	الشحن الطائفي	5
الرابعة	12.1	7	استثمار العلاقات الشخصية والعائلية	6
الثالثة	13.8	8	اخرى	7
	100	58	المجموع	

كشف الجدول اعلاه ان أبرز اسلوب اتبعته التنظيمات الارهابية في عملية غسيل الدماغ والتجنيد الالكتروني كان لفئة الشحن الطائفي تليها فئة اظهر نقاط الضعف في تفكير الاخرين ثم استثمار العلاقات الشخصية والعائلة بنوعها الحسنة والسيئة ثم بالنسبة ذاتها اظهر أنفسهم بدور منقذي الشباب، وتكفير بعض الشخصيات والحكام ثم رسم صورة ناعمة لمقاتليه فضلا عن اساليب اخرى عكستها هذه البرامج و اشار اليها عدد من المبحوثين ضمن فئة اخرى.

جدول (16) ما لمس المبحوثين من حالات اثناء متابعة برامج التنظيمات الارهابية

ت	ما لمس المبحوثين	التكرار	النسبة %	المرتبة
1	قيام تنظيم داعش بإعداد وسوم (هاشتاغ) في تويتر بجميع اللغات	28	33.3	الثانية
2	قرصنة تنظيم داعش هاشتاغات متداولة واختطافها مثل هاشتاغ كأس العالم	15	17.9	الثالثة
3	اختراق حسابات اشخاص وبريدهم الالكتروني	34	40.5	الاولى
4	اخرى	7	8.3	الرابعة
	المجموع	84	100	

كشف الجدول اعلاه عن الطرق والاساليب التي تتبعها التنظيمات الارهابية في عملية غسيل الدماغ والتجنيد الالكتروني اذ كانت اعلى نسبة لهذه الاساليب تنحصر في فئة اختراق حسابات اشخاص وبريدهم الالكتروني.

جدول (17) المواقع التي تجذب المبحوثين أكثر من غيرها في الانترنت

ت	المواقع	التكرار	النسبة %	المرتبة
1	الفيس بوك	49	58.3	الاولى
2	اليوتيوب	25	29.7	الثانية
3	تويتر	2	2.4	الرابعة
4	غرف الدردشة	4	4.8	الثالثة
5	الالعاب الالكترونية	2	2.4	الرابعة مكرر
6	اخرى	2	2.4	الرابعة مكرر
	المجموع	84	100	

أظهر الجدول اعلاه ان أكثر موقع يجذب الباحثين أكثر من غيره كان لفئة الفيسبوك التي حققت نسبة 58.3 % تليها فئة اليوتيوب بنسبة 29.7 % فيما توزعت النسبة المتبقية على التوالي للفئات غرف الدردشة وتويتر والالعاب الالكترونية ومواقع اخرى.

جدول (18) مدى متابعة الباحثين للمواقع الالكترونية الخاصة بالتنظيمات الارهابية

المرتبة	النسبة %	التكرار	مدى متابعة الباحثين للمواقع الالكترونية	ت
الثالثة	22.6	19	نعم	1
الاولى	45.2	38	احيانا	2
الثانية	32.2	27	لا	3
	100	84	المجموع	

كشف الجدول اعلاه ان نسبة كبيرة من الباحثين بلغت نسبتها 67.8 % تتعرض بصورة مستمرة او احيانا للمواقع الالكترونية الاعلامية للتنظيمات الارهابية مقابل 32.2 % لم يتابعوا هذه المواقع، وتدل هذه المؤشرات الاحصائية في التوزيع النسبي ان عملية التعرض هذه تمنح فرصة للتنظيمات الارهابية للتأثير النفسي على الشباب واستدراجهم وغسل ادماغهم وتجنيدهم الكترونيا لاسيما وان نسبة كبيرة من الباحثين اظهرت انبهارها بتقنية التصوير والايخارج لهذه البرامج والفيديوهات.

جدول (19) أبرز المواقع الالكترونية التي يتابعها الباحثين

المرتبة	النسبة %	التكرار	أبرز المواقع الالكترونية التي يتابعها الباحثين	ت
الثانية	10.5	6	قناة اعماق	1
الثانية مكرر	10.5	6	المركز الاعلامي	2
الاولى	79	45	فيديوهات على اليوتيوب	3
	100	57	المجموع	

يقدم هذا الجدول تصنيفا دقيقا لأبرز المواقع الاعلامية الالكترونية للتنظيمات الارهابية والتي يتعرض لها الباحثين اذ كانت اعلى نسبة لفئة الفيديوهات على اليوتيوب التي احتلت المرتبة الاولى بنسبة 79 % تليها بالمرتبة الثانية منافسة فتنا قناة اعماق والمركز الاعلامي بنسبة 10.5 % لكل منهما.

الاستنتاجات

1. كشفت الدراسة عن خمس علامات إذا ظهرت واحدة منها أو جميعها على أي شاب يستخدم التقنيات الرقمية فأنها تدل على تعرضه لمحاولة غسيل دماغه وتجنيد الكترولنيا، وهذه العلامات على التوالي (الانعزال، شرود الذهن، سرعة الغضب اثناء النقاش، تغير مفاجئ بالسلوك، التعتنت في ابداء الرأي).
2. تستخدم التنظيمات الارهابية اسلوب بث الاناشيد الحماسية في استدراج الشباب وغسل ادماغهم الكترولنيا اذ كشفت الدراسة عن نسبة ليست قليلة من المبحوثين تتابع هذه الاناشيد.
3. انبهار نسبة كبيرة من المبحوثين بالفيديوهات التي تبثها التنظيمات الارهابية على اليوتيوب من حيث تقنياتها الاحترافية في التصوير والاعراج.
4. أبرز الاساليب التي اتبعتها التنظيمات الارهابية في تجنيد الشباب وغسل ادماغهم هي على التوالي: (الشحن الطائفي، اظهار نقاط الضعف في تفكير الاخرين، استثمار العلاقات الشخصية والعائلية الحسنة والسيئة، تكفير بعض الشخصيات والحكام، اظهار أنفسهم بدور منقذي الشباب، رسم صورة ناعمة لمقاتليه).
5. أكثر طريقة اتبعتها التنظيمات الارهابية في عملية غسيل ادماغ الشباب وتجنيدهم الكترولنيا تكمن في اختراق حساباتهم ومنها بريدهم الالكتروني.
6. الفيسبوك أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما عند الشباب موضوع الدراسة يليه اليوتيوب ثم غرف الدردشة ثم الالعاب الالكترونية وتويتر.
7. ثلاثة مواقع الكترولنية اعلامية تابعة للتنظيمات الارهابية يتابعها عدد من المبحوثين هي على التوالي (الفيديوهات التي تعرض عمليات ذبح او نشاط التنظيم، قناة اعماق، المركز الاعلامي).
8. ثبت احصائيا باستخدام معامل ارتباط بيرسون وجود علاقة ارتباطية موجبة بين مستويات تعرض الشباب للرسائل التي تبثها التنظيمات الارهابية عبر الانترنت والتأثيرات السلوكية للشباب بلغت قيمتها 0.5.

المصادر

1. أيسر محمد عطية، الاليات الحديثة للحد من الجرائم المستحدثة (الارهاب الالكتروني وطرق مواجهته)، ورقة علمية قدمت الى المؤتمر العلمي (الجرائم المستحدثة في ظل المتغيرات والتحولت الاقليمية والدولية) خلال الفترة من 2 - 4 | 9 | 2014، كلية العلوم الاستراتيجية، عمان - المملكة الاردنية الهاشمية، 2014.
2. جبر مجيد حميد العتابي، طرق البحث الاجتماعي، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، جامعة الموصل، دار الكتب للطباعة والنشر، الموصل، 1991.

3. جدو ولد محفوظ، توظيف الجماعات الارهابية لمواقع التواصل الاجتماعي في تجنيد الشباب والترويج لأفكارهم - فيسبوك وتويتر نموذجاً، ورقة بحثية في المؤتمر الدولي الثاني (الاعلام والارهاب الوسائل والاستراتيجيات)، جامعة الملك خالد، ديسمبر 2016.
4. الجلسة الحوارية التي عقدها مركز الامير خالد الفيصل للاعتدال بالتعاون مع كلية الحاسبات وتقنية المعلومات بجامعة الملك عبد العزيز، (التجنيد الالكتروني ودور التقنية في الحد منه)، 19 ديسمبر 2017.
5. حسن عماد مكايي، وليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، ط 8، 2009.
6. حميدة سميسم، الحرب النفسية الايرانية في الحرب العراقية الايرانية، بغداد، بلا دار نشر، 1989.
7. سامي محسن ختاتنة، وأحمد عبد اللطيف ابو سعد، علم النفس الاعلامي، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2010.
8. سعد عبد الرحمن، القياس النفسي، النظرية والتطبيق، ط3، دار الفكر العربي، القاهرة، 1998م.
9. سعد معن الموسوي، تجنيد الارهابيين بأساليب غسيل الدماغ - شهادات حية - تحليل - احصائيات، مركز اضواء الاستشاري للدراسات والبحوث، بغداد، 2016.
10. شيماء ذو الفقار زغيب، مناهج البحث والاستخدامات الاحصائية في الدراسات الاعلامية، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2009.
11. علاء حيدر المرعبي، الحرب النفسية الاعلامية الامريكية وتطبيقاتها على الواقع العراقي، المركز الاسلامي للدراسات الاستراتيجية، نيسان 2017، متاح على الموقع الالكتروني، www.iicss.iq، تاريخ الاسترجاع 25 - 12 - 2017.
12. فخري الدباغ، غسيل الدماغ، بيروت، 1970.
13. فوزية أبل، التجنيد الالكتروني بين التعبئة والتضليل، صحيفة القبس الالكتروني، 24 يوليو 2016.
14. فيصل بن محمد، خطر الارهاب واساليب المنظمات الارهابية في استقطاب الشباب، محاضرة أقيمت بمركز الملك فيصل للمؤتمرات، جامعة الملك عبد العزيز، منشورة في الجزيرة نت، العدد: 16235 في 11 - 3 - 2017.
15. محمد عبد الحميد، بحوث الصحافة، عالم الكتب، القاهرة، 1992م.
16. محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، بيروت، دار مكتبة الهلال، 2008م.
17. محمد فنخور العبدلي، التجنيد الالكتروني، محافظة القريات، تم الاسترجاع على الموقع الالكتروني www.saaid.net، تاريخ الدخول للموقع 1 - 1 - 2018.
18. نورة حمد الجميح، غسيل الدماغ، جريدة الجزيرة السعودية، العدد: 10278، السبت 22 شعبان 1421 هـ.

^أ حميدة سميسم، الحرب النفسية الايرانية في الحرب العراقية الايرانية، بغداد، بلا دار نشر، 1989، ص105

^ب د. شيماء ذو الفقار زغيب، مناهج البحث والاستخدامات الاحصائية في الدراسات الاعلامية، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2009، ص89 - 90.

^ج د. جبر مجيد حميد العنابي، طرق البحث الاجتماعي، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، جامعة الموصل، دار الكتب للطباعة والنشر، الموصل، 1991، ص57.

- ^{iv} محمد عبد الحميد، بحوث الصحافة، عالم الكتب، القاهرة، 1992م، ص93.
- ^v محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، بيروت، دار مكتبة الهلال، 2008م، ص226.
- ^{vi} سعد عبد الرحمن، القياس النفسي، النظرية والتطبيق، ط3، دار الفكر العربي، القاهرة، 1998م، ص186.
- ^{vii} المحكمون مرتبين على الحروف الابجدية: أ.م. د. انمار وحيد فيضي، د. رياض محمد كاظم / أ. م. د. صباح فرج عبد الحسين.
- ^{viii} شيماء ذو الفقار زغيب، مصدر سابق، ص163
- ^{ix} محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، مصدر سابق، ص226.
- ^x حسن عماد مكاي، وليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، ط8، 2009، ص30.
- ^{xi} حسن عماد مكاي، وليلى حسين السيد، مصدر سابق، ص32 و34.
- ^{xii} فخري الدباغ، غسيل الدماغ، بيروت، 1970، ص11-12.
- ^{xiii} علاء حيدر المرعي، الحرب النفسية الاعلامية الامريكية وتطبيقاتها على الواقع العراقي، المركز الاسلامي للدراسات الاستراتيجية، نيسان 2017، متاح على الموقع الالكتروني، www.iicss.iq، تاريخ الاسترجاع 25 - 12 - 2017.
- ^{xiv} سامي محسن ختاتنة، واحمد عبد اللطيف ابو سعد، علم النفس الاعلامي، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2010، ص147.
- ^{xv} سعد معن الموسوي، تجنيد الارهابين بأساليب غسيل الدماغ - شهادات حية - تحليل - احصائيات، مركز اضواء الاستشاري للدراسات والبحوث، بغداد، 2016، ص12.
- ^{xvi} نورة حمد الجميح، غسيل الدماغ، جريدة الجزيرة السعودية، العدد: 10278، السبت 22 شعبان 1421 هـ.
- ^{xvii} المصدر نفسه، ص20.
- ^{xviii} فيصل بن محمد، خطر الارهاب واساليب المنظمات الارهابية في استقطاب الشباب، محاضرة أقيمت بمركز الملك فيصل للمؤتمرات، جامعة الملك عبد العزيز، منشورة في الجزيرة نت، العدد: 16235 في 11 - 3 - 2017.
- ^{xix} فوزية أبل، التجنيد الالكتروني بين التعبئة والتضليل، صحيفة القبس الالكتروني، 24 يوليو 2016.
- ^{xx} جدو ولد محفوظ، توظيف الجماعات الارهابية لمواقع التواصل الاجتماعي في تجنيد الشباب والترويج لأفكارهم - فيسبوك وتويتر نموذجاً، ورقة بحثية في المؤتمر الدولي الثاني (الاعلام والارهاب الوسائل والاستراتيجيات)، جامعة الملك خالد، ديسمبر 2016.
- ^{xxi} أيسر محمد عطية، الآليات الحديثة للحد من الجرائم المستحدثة (الارهاب الالكتروني وطرق مواجهته)، ورقة علمية قدمت الى المؤتمر العلمي (الجرائم المستحدثة في ظل المتغيرات والتحولات الاقليمية والدولية) خلال الفترة من 2 - 4 | 9 | 2014، كلية العلوم الاستراتيجية، عمان - المملكة الاردنية الهاشمية، 2014، ص2.
- ^{xxii} ينظر الى الجلسة الحوارية التي عقدها مركز الامير خالد الفيصل للاعتدال بالتعاون مع كلية الحاسبات وتقنية المعلومات بجامعة الملك عبد العزيز، (التجنيد الالكتروني ودور التقنية في الحد منه)، نادي الاعتدال في مركز الامير خالد الفيصل، 19 ديسمبر 2017.
- ^{xxiii} محمد فنخور العبدلي، التجنيد الالكتروني، محافظة القريات، تم الاسترجاع على الموقع الالكتروني www.saaid.net، تاريخ الدخول للموقع 1 - 1 - 2018.
- ^{xxiv} محمد فنخور العبدلي، التجنيد الالكتروني، محافظة القريات، تم الاسترجاع على الموقع الالكتروني www.saaid.net، تاريخ الدخول للموقع 1 - 1 - 2018.
- ^{xxv} محمد فنخور العبدلي، المصدر السابق نفسه.
- ^{xxvi} سعد معن الموسوي، مصدر سابق، ص211.

قضايا التنمية المستدامة في الصحافة الاقتصادية الإماراتية

(دراسة تحليلية للملحقين الاقتصاديين في صحيفتي الاتحاد والخليج)

د. عبد الملك ردمان الدناني أستاذ الإعلام المشارك كلية الإمارات للتكنولوجيا - أبو ظبي

د. خالد عبد الله أحمد درار أستاذ الإعلام المساعد كلية الإمارات للتكنولوجيا - أبو ظبي

مقدمة:

تعد التنمية المستدامة حصيلة تكامل مجالات التنمية المختلفة "التنمية البشرية، الإدارية والتشريعية، الذاتية، النفسية، البيئية، التنمية العلمية والبحثية والتقنية Technology، الاجتماعية، السياسية، وصولاً إلى التنمية الاقتصادية"، ليست مجالاً محدداً من مجالات التنمية يمكن إنجازها بمعزل عن المجالات الأخرى، كذلك فالتنمية الاقتصادية تتضمن مجالات متعددة تتكامل في مجملها لتشكل نقلة نوعية في المجال التنموي.

وتتمثل مسؤولية وسائل الإعلام المختلفة "صحافة، إذاعة وتلفزيون" تجاه عملية التنمية المستدامة في تزويد أفراد المجتمع بأكبر قدر من المعلومات والبيانات المتصلة بالسياسات والبرامج الأمر الذي يدفع أفراد المجتمع للإسهام الإيجابي في تنفيذ خطط التنمية المختلفة. ويحتل الإعلام مكانة محورية في تقدم المجتمعات وتطورها وفي مجالات حياتهم وأسباب رفاهيتهم، حيث إن وسائل الإعلام وتقنيات المعلومات الحديثة، تتيح لأفراد المجتمع إمكانيات متطورة وفرصاً للارتقاء في سلم التنمية، غير أن الكثير من الشعوب والأمم، لاسيما الأكثر فقراً لا تتاح لها بصورة حقيقية ومنصفة إمكانية إنتاج المعلومات ونشرها واستخدامها، الأمر الذي يحرمها من استغلال فرص التنمية الحديثة. وفي هذا السياق فإن التداول الحر للمعلومات والأفكار والمعارف والانتفاع الحر والمتكافئ بها، تشكل عوامل أساسية لتمكين الجماهير وضمان مشاركتهم في مجتمعاتهم.

وينطلق هذا الدور من التطور القائم بين الإعلام والتنمية من المنظور الذي يؤمن بأن المعرفة ليست عنصراً منفصلاً عن الواقع المادي الذي يفرزها من خلال التفاعل المستمر معها، وأن هذه العلاقة بين الفكر والعمل هي التي توضح وتحدد شكل الصلة بينهما.

وتسلط هذه الدراسة الضوء على الإسهامات التي يمكن أن تقدمها وسائل الإعلام ممثلة في الصحافة بقضايا التنمية المستدامة، وركزت على الصحافة الإماراتية ممثلة بصحيفتي "الاتحاد والخليج الإماراتيتين" خلال عام 2017، لما لهما من أدوار مهمة في تزويد القراء بمختلف المعلومات التي تعين في اتخاذ القرارات بالنسبة للأفراد، لاسيما في ظل التطور التنموي الواسع الذي تشهده دولة الإمارات، حيث احتلت

دولة الإمارات العربية المتحدة لعدة سنوات المركز الثالث أو الثاني عالمياً بالنسبة لمتوسط دخل الفرد. (تهامي، مهند علي، 2012)¹.

وقسمت الدراسة إلى ثلاثة مباحث خُصص الأول منها للإطار المنهجي للدراسة، وتناول المبحث الثاني الإطار النظري، حول الإعلام والتنمية المستدامة، وركز المبحث الثالث على الدراسة التحليلية لعينة من الملاحق الاقتصادية لصحيفتي "الاتحاد والخليج" الإماراتيتين.

المبحث الأول/ الإطار المنهجي للدراسة:

أولاً: مشكلة الدراسة:

تركز هذه الدراسة على القضايا الاقتصادية في الملحقين الاقتصاديين لصحيفتي "الاتحاد والخليج الإماراتيتين"، بعد التنمية مجالاً مهماً من مجالات التطور والارتقاء بالواقع الاجتماعي والتعبئة الجماهيرية. وتعمل الصحافة الاقتصادية على تعزيز الوعي والاهتمام وتشجيع السلوك الإيجابي من خلال نقل الحقائق الواقعية بحيادية وموضوعية. (آل تويم، عبد الله بن محمد، 2007)². وتتلور مشكلة الدراسة في التساؤل الآتي: ما اتجاهات تناول القضايا الاقتصادية بالملحقين الاقتصاديين لصحيفتي الاتحاد والخليج الإماراتيتين؟ ويتفرع من هذا التساؤل العديد من التساؤلات التي تتصل بنوعية الأشكال الصحفية المستخدمة خلال مدة الدراسة، ومستوى استكمال المواد الصحفية، والمصادر التي اعتمد عليها الملحقان في تغطيتهما للقضايا الاقتصادية، فضلاً عن طبيعة القضايا المتصلة بمواد الرأي والاستقصاء بالملحقين، وغير ذلك من الأسئلة.

ثانياً: أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة في كونها تهتم بتشخيص وتوضيح الدور الحيوي والمهم الذي تقوم به الصحافة الاقتصادية المتخصصة في التنمية المستدامة، في متابعتها وتغطيتها للأنشطة والفعاليات وتفاصيل التطورات الاقتصادية التي تحدث في دولة الإمارات العربية المتحدة، وكذلك الاهتمام بنشر الوعي بالقضايا الاقتصادية والتنموية بين المواطنين، من خلال دراسة تحليلية لعينة من الملحقين الاقتصاديين في صحيفتي الاتحاد والخليج الإماراتيتين خلال عام 2017م.

ثالثاً: هدف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى الآتي:

- التعرف على الأساليب المستخدمة في تغطية الصحافة الإماراتية المتخصصة بالقضايا والمواضيع الاقتصادية.

- التعرف على القضايا التي تناولها الملحقان الاقتصاديان في صحيفتي الاتحاد والخليج في تغطيتهما للقضايا الاقتصادية، خلال عام 2017.

- الكشف عن نقاط القوة والضعف والاتفاق والاختلاف بين الملحقين موضوع الدراسة.
- توضيح المصادر التي اعتمد عليها الملحقان في تغطيتهما الصحفية للقضايا الاقتصادية.
- التعرف على الفنون والأشكال الصحفية، الأكثر استخداماً في معالجة الملحقين للقضايا الاقتصادية.
- معرفة المساحة المخصصة لطبيعة القضايا في الملحقين الاقتصاديين موضوع الدراسة.

رابعاً: تساؤلات الدراسة:

تسعي هذه الدراسة الإجابة على العديد من التساؤلات، يمكن ايجازها بالآتي:

- 1- ما الأنماط الصحفية في ملحي صحيفتي الاتحاد والخليج الاقتصاديين؟
- 2- ما مستوى توزيع الاشكال الخبرية في الملحقين؟
- 3- ما نوعية الأخبار "الإيجابية" و"السلبية" التي تحتل مساحة واسعة في الملحقين الاقتصاديين؟
- 4- ما نوعية الفنون الصحفية المستخدمة في التغطية الصحفية في الملحقين؟
- 5- ما مجالات تغطية الملحقين الاقتصاديين للقضايا الاقتصادية؟
- 6- ما المصادر التي يعتمد عليها الملحقين في متابعة القضايا الاقتصادية؟

خامساً: المنهج المستخدم:

تعدّ هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تعتمد على استخدام منهج المسح، بعدّه أنسب المناهج ملائمة للدراسات الوصفية التي تسعى إلى وصف ما هو كائن وتفسيره. كما أن المنهج المسحي هو الشكل الرئيس أو المعياري لجمع المعلومات عندما تشمل الدراسة المجتمع الكلي أو تكون العينة كبيرة ومنتشرة بالشكل الذي يصعب الالمام بمفرداتها، الأمر الذي يوفر مجالاً من الوقت والنفقات والجهد المبذول من خلال خطوات منهجية وموضوعية، ولذلك يعدّ المنهج الرئيس لدراسة جمهور وسائل الإعلام في إطارها الوصفي والتحليلي³. وفيما يتصل بجمع المعلومات والبيانات فقد تم الاعتماد على أداة تحليل المضمون كأداة أساسية في الحصول على البيانات الأولية بُغية تحليل الملحقين الاقتصاديين لصحيفتي الاتحاد والخليج الاماراتيتين، فضلاً عن أداتي المقابلة والملاحظة كأدوات مساعدة في عملية التحليل.

وتضمنت استمارة تحليل المضمون عدداً من الوحدات، تمثلت في الآتي:

1- الأشكال الخبرية وتشمل: الخبر، التقرير، التحليل.

2- مستوى اكتمال الأخبار "مكتملة، غير مكتملة".

3- نوعية الأخبار "سلبية، إيجابية، سلبية إيجابية".

4- المصادر، ذاتية، محلية، خارجية".

5- المواد الاستقصائية ومواد الرأي بالملحقين.

6- مجالات التغطية، "داخلية، خارجية، داخلية خارجية".

7- حجم الاعلان بالملحقين.

وتم اخضاع استمارة تحليل المضمون للتحكيم من جهة بعض الزملاء المختصين في مجال الإعلام، وهم من زملائنا أعضاء هيئة التدريس في كلية الإمارات للتكنولوجيا* .

سادساً: مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع البحث في أعداد الملحقين الاقتصاديين في صحيفتي الاتحاد والخليج خلال عام 2017م، ولما كان كمية الأعداد كبيرة نسبياً، وأن أسلوب المعاينة يعطي النتائج نفسها، تم أخذ عينة عشوائية منتظمة من الملاحق الصادرة خلال مدة الدراسة قوامها أربعة أعداد لكل شهر من كل ملحق اعتماداً على أسلوب الأسبوع الصناعي، ومن ثم كان إجمالي الأعداد التي خضعت للتحليل 48 عدداً من كل ملحق. فالعينة المنتظمة إحدى أساليب الاختيار العشوائي أو الاحتمالي، وتتميز بوجود مسافات متساوية بين وحدات المعاينة التي يتم اختيارها، وتستخدم هذه العينة في حالة تجانس المجتمع وهي حالة هذه الدراسة. (مسعد، محيي الدين، 2000)⁴.

سابعاً: الدراسات السابقة:

اطلع الباحثان على العديد من الدراسات السابقة، منها دراسات تم إعدادها من جهة باحثين في الدراسات العليا للحصول على الماجستير والدكتوراه، وبعضها الآخر بحوث علمية منشورة في مجالات علمية محكمة. ولو حظ أن بعض الدراسات السابقة تناولت أفكاراً بحثية قريبة من هذه الدراسة أو أنها تناولت أجزاء منها. ومن بين الدراسات التي أطلع عليها الباحثان:

- دراسة بعنوان: اتجاهات الصحفيين السودانيين والنخبة الأكاديمية إزاء دور الصحافة في التنمية الاقتصادية- الصحافة السودانية أمودجاً. (درار، خالد عبد الله، 2015)⁵، هدفت إلى التعرف على آراء ووجهات نظر الصحفيين والنخبة الأكاديمية عن دور الصحافة في التنمية الاقتصادية في السودان،

والتعرف على آراء الباحثين عن واقع اهتمام الصحافة السودانية بالشؤون الاقتصادية، والوقوف على المشكلات التي تواجه الصحافة الاقتصادية في السودان، سواء المتخصصة منها أو تلك الصفحات الاقتصادية بالصحف الشاملة، وكذلك الملاحق الاقتصادية للصحف الشاملة، للتعرف على مدى قدرة الصحافة السودانية على تشكيل الاتجاهات تجاه السياسات والبرامج الاقتصادية في الدولة. وخرجت الدراسة بالعديد من النتائج، منها:

1- أن مستوى الاهتمام لا يفي باحتياجات القراء من المعلومات الاقتصادية، حيث اصطبغت المناقشات العامة للقضايا الاقتصادية وتغطية الأنشطة الاقتصادية من جهة الصحافة السودانية بوجهة النظر الرسمية.

2- تتأول الصحافة السودانية لمجمل القضايا والشؤون والموضوعات الاقتصادية تناوياً إخبارياً بسيطاً وسطحياً لا يلبي أدنى احتياجات عامة القراء، ولا المتخصصين ولا تفيد مواقع صنع القرارات الاقتصادية.

3- هناك عدم رضا عن أداء الصحافة السودانية تجاه الأدوار المتمثلة في نشر القيم الاقتصادية والتعريف بالمفاهيم الاقتصادية، وكذلك في رفع مستوى الوعي والتأثير في الرأي العام وفي صانع القرار والمشرع والمستثمر والمستهلك والعمالة وتفسير التعديلات والتشريعات للجمهور وتغيير الانطباعات السلبية.

4- اشارت الدراسة إلى أن الصحافة السودانية لا تملك القدرة الكافية في تشكيل الاتجاهات نحو السياسات والبرامج الاقتصادية نسبةً لمحدودية مقروئيتها ونوعية المضامين التي تحملها فيما يتصل بالقضايا الاقتصادية.

- دراسة بعنوان: دور الصحافة في معالجة مشكلات التنمية المستدامة بالتطبيق على عينة من الصحف العربية اليومية في المدة من 2005-2007. (د. مجدي محمد عبد الجواد، 2016)⁶، حيث قام الباحث بتحليل 724 موضوعاً صحفياً جاءت موادها في بعض الصحف العربية اليومية (الأهرام، القبس، الخليج، الصحافة، والسفير) عن قضايا التنمية المستدامة في البلدان العربية خلال المدة من 2005-2007، وتمثل ذروة الأحداث التنموية في الوطن العربي، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة:

1- أن التنمية البشرية على قائمة اهتمامات الصحف العربية اليومية عموماً، وذلك بنسبة 25.7%.
2- جاءت صحيفة السفير اللبنانية، الأعلى اهتماماً على مستوى الصحف العربية اليومية، وذلك بنسبة 37.4%.

3- تصدرت صحيفة الصحافة التونسية قائمة الصحف العربية اليومية اهتماماً بالتنمية السياسية وذلك بنسبة 32.2%.

4- جاءت صحيفة الخليج الإماراتية الأكثر تناوياً واهتماماً بقضية التنمية الاقتصادية وذلك بنسبة 26%. ما يميز دراستنا عن الدراسات السابقة:

لقد اطلع الباحثان على العديد من الدراسات السابقة، ولا يتسع المجال لعرضها بحكم الالتزام بضوابط المشاركة في المؤتمر والنشر، واستفادنا منها ومن الأفكار التي وردت فيها، ولعل أبرز ما يميز دراستنا عن الدراسات السابقة:

1- تركيزها على الصحافة الاقتصادية الإماراتية، والملحقان الاقتصاديان في صحيفتي الاتحاد والخليج على وجه التحديد.

2- توضيحها للعلاقة القائمة بين دور الملحق الاقتصادي في التنمية المستدامة.

3- تنفيذها في خضم التطورات الاقتصادية المتسارعة التي تعيشها دولة الإمارات.

ثامناً: المفاهيم المتصلة بالدراسة:

التنمية المستدامة: يقصد بالتنمية المستدامة كافة بنى المجتمع وتتضمن مجالاته المادية والمعنوية، فهي ليست مجرد عملية نمو اقتصادي وإنما لها أبعادها الحضارية والاجتماعية، واستراتيجيتها حضارية شاملة. وقد عرف تقرير "برونتلاند" الذي أصدرته اللجنة الدولية للبيئة والتنمية عام 1987 بعنوان: "مستقبلنا المشترك" التنمية المستدامة، بأنها التنمية التي تلبي احتياجات الحاضر من دون أن تعرض قدرة الأجيال التالية على إشباع احتياجاتها للخطر. وتتوجه جهود التنمية المستدامة في جانبها المادي والبشري لمواجهة الفاقد وتعظيم الاستفادة من الموارد وحمايتها وتأهيلها للاستمرار عبر الأجيال⁷. ويمكن التعرف على مصطلح التنمية المستدامة ودور الإعلام في تفعيل برامجها بهدف الارتقاء بالمجتمع وتحقيق تطلعاته المنشودة.

التنمية الاقتصادية: هي العملية التي من خلالها يمكن زيادة متوسط نصيب الفرد من إجمال الناتج القومي خلال مدة زمنية محددة، وذلك من خلال رفع متوسط إنتاجية الفرد واستخدام الموارد المتاحة لزيادة الإنتاج خلال تلك المدة. وهي نتاج لعمليات معقدة لكل من التعليم والخبرة والعمليات الانفعالية، وتشمل كافة أشكال النقصيات، ووجهات النظر العلمية المؤيدة أو المعارضة⁸، وأشكال المعالجة التي اتسمت بها تناول القضايا الاقتصادية من جهة الملحقين الاقتصاديين بالصحيفتين محل الدراسة. والمهام

المتقدمة ذات المجالات المشتركة في العملية الإعلامية فيما يتصل بالقضايا الاقتصادية والتنمية المستدامة بصورة عامة⁹.

الإعلام التنموي: تعددت التعريفات التي وضعها الباحثون والمختصون في مجال الإعلام حول تعريف الإعلام التنموي، وأقصر هذه التعريفات الذي يرى بأنه: المنظومة الإعلامية الرئيسة أو الفرعية المتخصصة في مجال التنمية¹⁰، ووفقاً لهذا المفهوم فإن الإعلام التنموي يتناول ضمناً، النشاط الإعلامي أو ما يعرف بالعملية الإعلامية، وطبيعة الرسالة الإعلامية، وصيغ التدخل المباشر أو غير المباشر للتأثير في السلوك¹¹.

تاسعاً: الصحف اليومية محور الدراسة:

تشجع دولة الإمارات على نمو الصحف الأهلية المستقلة، لا سيما بعد أن تخلت عن سيطرتها الرسمية على أكبر مجموعة إعلامية في البلد، هي مؤسسة "الإعلام الإماراتية"، وتتمتع باستقلالها الإداري وفي الرأي، على الرغم من أنها ظلت إلى مدى محدد معتمدة على التمويل الحكومي، ذلك إن معظم الصحف الإماراتية في الغالب يديرها القطاع الخاص، وأن عملية الخصخصة في تزايد مستمر، كما هو حاصل في العديد من المجالات التنموية الأخرى. (تهامي، مهند علي، 2012)¹²، حيث تتبأ المختصون في الاتصال السياسي والإعلام التنموي بأن الصحافة العربية ستؤدي دوراً مهماً في عملية البناء والتشييد وعملية التنشئة الاجتماعية والتوعية السياسية والمشاركة في صناعة القرار السياسي والمشاركة السياسية¹³. (قيراط، محمد، 2005).

ويصدر حالياً في الإمارات ثمان مطبوعات صحفية يومية باللغة العربية، ويصدر مع هذه الصحف العديد من الملاحق والصفحات المتنوعة في شتي مجالات المعرفة الاقتصادية والثقافية والصحية والفنية، والرياضية، وهي مواكبة للتطورات التقنية الحديثة الحاصلة في المجال الصحفي العالمي. وقد وقع اختيارنا في تطبيق هذه الدراسة على تحليل الملحقين الاقتصاديين بصحيفتي الاتحاد والخليج بحكم أنهما من أقدم الصحف صدوراً في دولة الإمارات، وتصدران في إمارتي أبو ظبي والشارقة. والجدول الآتي يوضح الصحف اليومية الحكومية والأهلية، التي تصدر باللغة العربية في الإمارات:

الصحف اليومية الصادرة في دولة الإمارات وتواريخ صدورها				
ت	اسم الصحيفة	تاريخ صدورها	ملكية الصحيفة	مكان الصدر
1-	الاتحاد	1969/10/20م	حكومية	أبو ظبي
2-	الخليج	1970/10/19.	أهلية	الشارقة
3-	الوحدة	1973/8/6.	أهلية	أبو ظبي

الصحف اليومية الصادرة في دولة الإمارات وتواريخ صدورها				
ت	اسم الصحيفة	تاريخ صدورها	ملكية الصحيفة	مكان الصدر
4-	الفجر	1975/3/7.	أهلية	أبو ظبي
5-	البيان	1980/5/10.	حكومية	دبي
6-	أخبار العرب - تحول تسميتها عام 2011.	2001/11/27.	أهلية	أبو ظبي
7-	الإمارات اليوم	2005/9/19.	حكومية	دبي
8-	الرؤية	2009/3/15.	أهلية	أبو ظبي
9-	الوطن - بالتسمية الجديدة	2011/10/13.	أهلية	أبو ظبي

1- صحيفة الاتحاد:

صدر العدد الأول من صحيفة الاتحاد عام 1969، أي قبل عامين من إعلان قيام دولة الإمارات العربية المتحدة عام 1971، وجاء صدورها متزامناً مع الخطوات التمهيدية لقيام الاتحاد، المتمثلة في اجتماع حكام الإمارات في أبو ظبي للاتفاق على قيام الدولة الاتحادية، وكرست الصحيفة عددها الأول الذي تألف من 12 صفحة بالحجم النصفى لتغطية تلك المناسبة خبراً وتعليقاً وتحليلاً. وظلت الاتحاد تراوح بين الصدور الأسبوعي واليومي إلى عام 1972 صدرت بشكل يومي إلى أن شهدت تطورات تقنية، وظهر الاهتمام بعملية الإخراج والتبويب، كما ازداد عدد النسخ الورقية من المطبوعة. ومنذ عام 1985، تحولت الاتحاد إلى مؤسسة مستقلة مالياً وإدارياً عن وزارة الإعلام، بصدر مرسوم بإنشاء مؤسسة الاتحاد للصحافة والطباعة والنشر.

وفي عام 1981 أدخلت صحيفة الاتحاد تجربة حديثة في مجال تطور الصحافة العربية المحلية، حينما بدأت بطباعة الصحيفة في دبي في وقت متزامن مع طباعتها في أبو ظبي، وذلك لتلافي التأخير في وصول الصحيفة إلى القارئ في المناطق الشمالية. وفي عام 1992 بدأت مرحلة أخرى من التطوير من حيث التقنيات والإمكانات الفنية والمهنية عندما انتقلت إلى مبناها الجديد، وتم شراء مطبعة حديثة من طراز "جلوس وار"، التي تدار بالحاسوب، ويمكنها طبع 50 ألف نسخة في الساعة، وطبع صحيفة في 36 صفحة بالقطع العادي مع طباعة الصفحة الأولى بالألوان، وكذلك الأخيرة وصفحتين داخليتين بأربعة ألوان إضافية، وتم تزويد المطبعة بأحدث آلات الطباعة، منها آلات "الأوفست" لطباعة الملازم الملونة، وجهاز فرز الألوان من خلال الليزر. (المشيخي، محمد بن عوض، 2008)¹⁴.

وتعد الاتحاد أول صحيفة إماراتية تدخل إلى شبكة الإنترنت عام 1996، لتقديم خدمة متطورة لقرائها، وقدمت في مراحلها الأولى مجاناً، ويمكن للمشاركين في الشبكة الاطلاع على محتويات العدد اليومي والأعداد السابقة من خلال موقعها الإلكتروني: www.emi.co.ae. (الدناني، عبد الملك، 2003)¹⁵

وفي عام 2000، حظيت صحيفة الاتحاد بمرحلة أخرى من التطوير أسفرت عن نقلة ملموسة في شكلها الإخراجي ومضمون المادة الصحافية المقدمة للقارئ. ومع صدور العدد 10.000 من "الاتحاد" عام 2003، دخلت الصحيفة مرحلة تطور واسعة من حيث الشكل والمضمون استهدف الارتقاء بمستوى الأداء المهني ونقطة نوعية في الخدمة الصحافية المقدمة للقارئ، ومواكبة التطور التقني في وسائل الاتصال، مع التركيز في طرح القضايا وتنوعها والاهتمام بالمعالجة الصحافية المتميزة للموضوعات الجماهيرية والقضايا المحلية والعربية والدولية، وشهدت عملية التطوير إدخال تغييرات إخراجية على صفحات الصحيفة وخفض عدد الصفحات إلى 32 صفحة، وإعادة تبويب الصفحات، واستحداث خدمات متطورة وزوايا وأبواب صحافية.

ومنذ العدد الأول لصدور الصحيفة خصصت "الاتحاد" صفحة تهتم بالشؤون الاقتصادية والنفط، ثم تحولت إلى باب أسبوعي يهتم بمتابعة الشؤون الاقتصادية، وفي عام 1980 بدأت التغطيات الاقتصادية تظهر يومياً في صفحة كاملة تحت عنوان "أخبار المال والاقتصاد"، وفي عام 1996، وتزامناً مع الاحتفالات باليوم الوطني للإمارات، وبالتوازي مع التطور المستمر الذي تشهده الصحيفة صدر ملحقاً اقتصادياً باسم "الاتحاد الاقتصادي"، وما يزال الملحق مستمر بالصدور حتى الآن، ويتألف الملحق من 16 صفحة، وتوسعت مجالات تغطيات الملحق لتشمل قطاعات التنمية المستدامة المختلفة، منها التنمية السياحية التي تحتل مكانة بارزة في صفحات الملحق الاقتصادي. (آل علي، فوزية عبد الله، 2016)¹⁶.

2- صحيفة الخليج:

تعد صحيفة الخليج أول صحيفة يومية أهلية تصدر في الإمارات، أسسها الأخوين تريم وعبد الله عمران بعد أن انهيها دراستهما في القاهرة، وصدر العدد الأول من صحيفة الخليج عام 1970، فكانت أعداد الأولى تحرر في الشارقة وتطبع في الكويت، وموادها الصحافية تأتي من الشاطئ ممتداً من مسقط والمهرة جنوباً حتى الكويت شمالاً وتصدر ليقراها عرب الخليج على الامتداد نفسه. (كتاب الخليج، 40 عاماً من الريادة والعطاء)¹⁷. وظلت صحيفة الخليج بعد عودتها الثانية تستخدم مطبعة منفصلة عن المبنى المستأجر للإدارة والتحرير في الشارقة، واستمر الحال هكذا حتى العدد الصادر في أول يناير عام 1991، وعكست هذه الخطوات شعور إدارة صحيفة الخليج في نهاية عقد الثمانينات من القرن العشرين بضرورة مواكبة التطورات التقنية في عالم الصحافة وأدخلت نظام الإنتاج الإلكتروني وشيدت مبنى حديثاً

بها، وتم تحديث مطابعتها حيث أصبح بالإمكان إصدار 28 صفحة منها 6 صفحات ملونة، وشهد مطلع عقد التسعينيات من القرن العشرين إدخال الألوان في العناوين والصور والإعلان على امتداد صفحات الصحيفة.

والملكية الأهلية للخليج جعلها تتميز بسياسة تحريرية تختلف عن الصحف المحلية الأخرى، من حيث معالجة المادة الصحفية المقدمة للقارئ وأسلوب عرضها، وتتمتع بهامش أوسع في تناول القضايا السياسية والحساسة محلياً وخليجياً وعربياً ودولياً، وإن كانت تلتزم بالقواعد والأسس التي حددها قانون المطبوعات والنشر الإماراتي، وأدت هذه الوضعية إلى قيام الخليج بطرح بعض القضايا الشائكة في الاعتبار السياسية، فضلاً عن المعالجة المباشرة للمشكلات المحلية مع التزام أقل في معالجة الأخبار الرسمية، واهتمامها بالرأي السياسي في القضايا الآتية الساخنة، كما أنها استقطبت بعض الكتاب والصحفيين العرب للكتابة في صفحاتها. (المشيخي، محمد بن عوض، 2008)¹⁸.

وجاءت صحيفة الخليج في مركز الصدارة ببعدها المطبوعة اليومية العربية الأكثر شعبية على مستوى دبي والشارقة والفجيرة ورأس الخيمة وعجمان وأم القيوين، يشار إلى أن نسبة من قراء الصحف تشترك أكثر في قراءة أكثر من مطبوعة يومية، لذلك تعدت النسب الإجمالية في الإحصاء 100%، وبهذا قفزت حصة صحيفة الخليج من قراء الصحف العربية في دولة الإمارات لعام 2010، إلى 89.5% في 2010، مقابل 83% في 2009، لتحافظ الصحيفة على مركز الصدارة بين الصحف العربية الأكثر شعبية في الإمارات.

وتتميز صحيفة الخليج بإصدار العديد من الملاحق، ومنها شباب الخليج وفضائيات الذي يهتم بشؤون السينما والتلفزيون، والخليج الرقمي الذي يركز على الإنجازات التقنية في شتي مجالات الحياة، وملحق الخليج الثقافي، وملحق آخر الأسبوع، وملحق الخليج الرياضي، وملحق استراحة الجمعة، وملحق فنون وفضائيات، وملحق الصحة والطب، وملحق يومي بعنوان أخبار الدار، وملحق السياحة والسفر، وتشير الصحيفة في موقعها إلى أنها الصحيفة العربية الأولى التي تصدر يومياً في عدة أجزاء، ومنذ عام 2000، خصصت لكل من الاقتصاد والرياضة جزءاً مستقلاً بذاته، كما أنها تطبع عدداً ثانياً يسمى "الخليج 2"، مخصص للأخبار والتحقيقات المحلية المتصلة بالتنمية الاقتصادية وبعض المواضيع والتقارير العلمية والمنوعة. (آل علي، فوزية عبد الله، 2016)¹⁹.

وجاء تطور الملحق الاقتصادي في صحيفة الخليج متلازم مع التطور الاقتصادي الحاصل في دولة الإمارات، إذ تحول من مجرد تغطية خبرية يومية لأنشطة الهيئات والدوائر الاقتصادية والغرف التجارية في الدولة موزعة على بضع صفحات متفرقة، إلى ملحق يومي متخصص ومتكامل متعدد الأبواب

ومتنوع الخدمات، يتألف من 36 صفحة، يعني بأسواق المال والأسهم المحلية والعربية والدولية، ويتولى تحريره العشرات من المحررين الصحفيين والمحللين الاقتصاديين المتخصصين. ويتهم بمتابعة الأحداث والأخبار اليومية لتحركات الأسهم في أسواق المال المحلية والخليجية والعالمية من خلال تقارير يكتبها متخصصون في هذا المجال، فضلاً عن التغطية الميدانية لمختلف القطاعات الحيوية في الدولة، من مصارف وقطاعات صناعية واستثمارية وتجارية ونفط وعقارات وسياحة وغير ذلك من المجالات الأخرى. (كتاب الخليج، 40 عاماً من الريادة والعطاء)²⁰.

المبحث الثاني

الإطار النظري للدراسة - الإعلام والتنمية المستدامة

أولاً: التنمية المستدامة والتخطيط الإعلامي:

يعود الفضل الأول في ظهور مفهوم الإعلام التنموي إلى الباحث في مجال الإعلام "ولبر شرام"، الذي ألف كتاباً في وسائل الإعلام والتنمية عام 1974، وأنطلق شرام من أهمية الإعلام بصفة عامة من خلال الذاكرة التاريخية للتحويلات والتطورات الكبرى، ووجد أن الإعلام أحدث أثراً كبيراً في المحيط الذي يعمل فيه²¹.

والهدف الحقيقي لبرامج التنمية المستدامة في المجتمعات النامية هو إحداث تغيير في اتجاهات أفراد المجتمع وفي البنية الطبيعية وبناء علاقات متطورة بينهم وبين الموارد المتاحة والتي يُمكن أن تتاح، والاستفادة من الوسائل والتقنيات الحديثة في مجال الإنتاج، وما ينتج عن ذلك من تغيرات في أساليب الانتاج ومفاهيم علمية متصلة بالثروة والدخل والاستهلاك، مما يترتب عليه تغيير في التركيب الاجتماعي والعلاقات ومجموع القيم الاجتماعية وادخال مفاهيم علمية حديثة في السلوك والعادات والخبرات التقليدية في مجالات العمل الجماعي والحياة السياسية والتعليم والإدارة والصحة والبيئة وغيرها من المجالات.

وتواجه التنمية المستدامة العديد من التحديات أو المعوقات، المتمثلة في الآتي²²:

- 1- القيم والعادات السيئة المتوارثة.
- 2- سيطرة العقلية التقليدية على تفكير معظم أفراد المجتمع.
- 3- تعاني بعض الشعوب من تحديات تتصل بنظم التعليم ومخرجاتها كماً وكيفاً.
- 4- تحديات تتصل بالوضع الاجتماعي للمرأة العاملة، وتدني مستوى انتاجيتها.
- 5- تحديات سكانية، تتمثل في ارتفاع الزيادة السكانية، وعدم استثمار الطاقات البشرية الاستثمار الأمثل.

كافة التحديات والمشاكل الآتية الذكر تتصل ببرامج التنمية المستدامة، ولا سبيل لمواجهتها وحلها إلا بتخطيطٍ محكم وإسناد بإعلام مستتير قائد للركب وليس منقاد.

ويقدم التخطيط الإعلامي للمعنيين بالتنفيذ كما هائلاً من المعلومات الدقيقة والحقائق الواضحة، وللتخطيط الإعلامي أهدافه ومسئولياته المحددة الأبعاد، ولا يخرج التخطيط الإعلامي عن الدور الذي وضعه (ماكس ميليكان)، فهو يقرر تسمية الدور الذي يقوم به الإعلام في مجال التنمية بالهندسة الاجتماعية للاتصال الجماهيري وكيفية توجيه الاتصال لخدمة الرخاء الانساني في المجتمع التقليدي.

والنقطة الرئيسة في التخطيط الإعلامي والتخطيط للتنمية المستدامة، هو أنهما يهدفان أساساً إلى تطوير الشخصية الانسانية من الجمود إلى الحركة ودفعها للإسهام الإيجابي في خطط التنمية ومشاريعها، فالمحور الرئيس في التنمية هو الإنسان نفسه، والتخطيط للتنمية هو ترتيب وتنظيم ذلك بوضوح، وإذا كان الإعلام يحاول أن يربط بين افكار افراد المجتمع وتصوراتهم وقيمهم واعتقاداتهم بخطط التنمية وبأسلوب التنفيذ، ووضع المستويات الاقتصادية والاجتماعية في الاعتبار فإن التخطيط الإعلامي يبرز ذلك الجهد للواقع، اعتماداً على أن الإطار الثقافي هو الذي يخلق الأفكار لدى افراد المجتمع بما فيها من اهتمام بالماضي وتحليل الحاضر الواقعي والتطلع إلى العمل، ومن الطبيعي أن يكون ذلك من بين مبادئ الاتصال الجماهيري، ومن أكثر خصوصيات التخطيط الإعلامي، ذلك أن عقلية الإنسان العصري في المجتمع الحديث تمتلك مهارات وقدرات تختلف من إمكانية الإنسان في العصور الماضية.

والعلاقة الارتباطية بين الإعلام والتنمية، تتمثل بالدور الحيوي والهام الذي تضطلع به وسائل الإعلام في تطوير وتنمية المجتمعات، من خلال التخطيط الإعلامي وعلاقته بالتنمية المستدامة، والعلاقة بين الإعلام والتغير في المجتمع، والدور الذي يمكن أن يقوم به الإعلام للمساعدة في عملية التنمية المستدامة.

ويمكن الاعتماد على تخطيط أوجه النشاط الإعلامي كوسيلة للتأثير في عملية التغير في الدول النامية تحديداً، وعلى مفهوم هذه الدول للتنمية وعلى ماهية الاهداف المطلوب تحقيقها بالجهود التنموية.

والتخطيط الإعلامي ليس سوى مجال من مجالات التخطيط القومي الشامل للتنمية في المجالين الاقتصادي والاجتماعي، إذا كان متوصلاً بالتنمية المستدامة، ولا يتصل التخطيط الإعلامي فقط بالتغير المادي ولكنه يتصل بالمتغيرات الاجتماعية والثقافية والمعنوية والنفسية لدى افراد المجتمع.

ويختلف التخطيط الإعلامي من مجتمع لآخر ومن دولة إلى أخرى ومن نظام إعلامي إلى آخر، وفقاً للمفاهيم الثقافية والفكرية السائدة، بما يضمن الأهداف التنموية للدولة والاستراتيجية الإعلامية ويستوعب

الأهداف العليا للسياسة الإعلامية، وتترجم الاستراتيجية الإعلامية إلى مبادئ ثابتة وترتبط معها في إطار السياسات الأخرى الاقتصادية والاجتماعية والزراعية والتعليمية والسكانية والبيئية وغيرها، وتعتبر عنها في شكل خطط إعلامية تمثل الاهداف التي ينشد المجتمع تحقيقها خلال مدة زمنية طويلة، وخطط تفصيلية دورية تمثل الترجمة التفصيلية لأهداف الخطة على شكل مشروعات واعمال بتوقيات زمنية محددة.

ويعد التخطيط ضرورة ملحة لإنهاء حالة التخلف التي تعيشها الدول النامية سواء بالنسبة للأنشطة التنموية أو الأنشطة الاتصالية، وترجع أهميته إلى أنه أصبح أحد السمات المميزة للعصر الحاضر، فأدركت دول العالم بأنه الضمان السليم لتوظيف الموارد الوطنية المادية والطبيعية والبشرية بأساليب علمية وعملية وإنسانية، لتحقيق الخير لأفراد المجتمع وتوفير الرفاهية لهم، مع البعد عن العشوائية والتفائنية والارتجال، ومن هنا يوصف العصر الحاضر في بعض الكتابات العلمية بأنه عصر العلم والمعرفة والتخطيط. ولا يمكن للتنمية أن تسير في مسارها الصحيح من دون تخطيط، وترجع أهميته للعديد من الأسباب، منها²³:

- 1- تحديد احتياجات المجتمع بأساليب علمية وترتيب أولوياته.
- 2- وضع استراتيجية العمل في المجتمع لمقابلة متطلباته واحتياجاته.
- 3- تحديد التحديات والمشكلات التي تواجه المجتمع واختيار انسب الأساليب لمعالجتها.
- 4- تحقيق التوازن في التنمية بين القطاعات المختلفة.
- 5- تحديد مستويات الجهات المختلفة المسؤولة عن التنفيذ.
- 6- ربط جهودات التنمية في مختلف اتجاهات المجتمع ببعضها.

ثانياً: وسائل الإعلام والتنمية المستدامة:

لم يعد الإعلام كما يتصوره البعض وسيلة للتسلية والترفيه بل أصبح محفزاً من محفزات التنوير، وفي الوقت ذاته يدفع بالهمم والعزائم، ليس هذا فحسب بل أصبح له دوره في حث الشعوب على التعاون والتضامن بهدف إحداث تنمية حقيقية في مجتمعاتهم بما تمتلكه وسائل الإعلام من قدرة على استنهاض الطاقات وتوجيه الانتباه للغايات والاهداف التي ينشدها أفراد المجتمع، وهذا الدور يمكن أن يقوم به الإعلام الجاد²⁴.

إن مسؤولية الإعلام تجاه عملية التنمية المستدامة، هي تزويد المجتمع بالحقائق والمعلومات الصحيحة، ويقدر ما في الإعلام من حقائق ومعلومات مفيدة، بقدر تحقيق اهداف التنمية، ويركز العديد من العلماء

المهتمين بدور الإعلام في التنمية على هذا المجال، ويطلقون على الدور الذي يقوم به الإعلام في تطوير المجتمعات، مجازاً تسمية "الهندسة الاجتماعية للإعلام الجماهيري"، لاسيما وأن هذا الدور ينصب على كيفية توجيه الجمهور لخدمة التطور والرخاء الإنساني²⁵.

وتتضح معالم تسمية دور الإعلام "بالهندسة الاجتماعية"، من خلال الهدف الجوهرية الذي لا يمكن تحقيقه من دون رفع المستوى الاقتصادي باستخدام برامج ومشروعات التنمية الاقتصادية والاجتماعية لتوفير الخدمات واشاعة العدالة، تلك التي تثير في نفوس أفراد المجتمع مشاعر الولاء لمجتمعهم، والذي ترتبط به مصالحهم الحيوية ارتباطاً قوياً، وما دامت تنمية افراد المجتمع وبيئتهم المادية من الاهداف الأساسية للتخطيط، فمن الضروري ان يتم انجاز هذه المسئوليات وفق خطة مدروسة قائمة على تخطيط شامل للمجالات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والإعلامية والبيئية²⁶.

وتقوم وسائل الإعلام بدور مهم في تحقيق التنمية المستدامة، ذلك أنها تسهم إسهاماً فاعلاً في تزويد افراد المجتمع بالمعلومات التي تمكنهم من اتخاذ المواقف الايجابية في مختلف المشاريع المخطط لها في إطار التنمية المستدامة، وتشجذ همم المجتمع بقطاعاته المختلفة وتدفعهم للمشاركة الايجابية في تلك المشاريع بحكم أن الانسان هو ركيزة التنمية وغايتها ووسيلتها.

وهناك أكثر من دور ومهمة يستطيع الإعلام الاقتصادي القيام بها بهدف رفع معدل التنمية، ويبقى دور الإعلام مهماً في المجال الاقتصادي حيث تقوم وسائل الإعلام بالإسهام في التنمية الشاملة للحياة وترسيخ قيم جديدة في مجال النشاط الاقتصادي والإسهام في إجراء الحوار والنقد حول الخطط التنموية المرسومة ومعوقات تنفيذها، فضلاً عن تعريف أفراد المجتمع بأهداف التنمية وتقويم المشاريع ومستوى الأداء ونتائج خطط التنمية الآنية والمستقبلية، ومما لا شك فيه أن هذه الأهمية التي يكتسبها الإعلام ناتجة عن التطور الكبير الذي حدث في وسائله، لذلك فإن الإعلام يمثل أساس عامل التنمية وأن كان من الصعب معرفة المدى الذي يبلغه ذلك ألا أنه من المسلم به اليوم هو أنه من دون وسائل إعلام لا سبيل إلى التطور والتقدم الاقتصادي والاجتماعي²⁷.

كما تسهم وسائل الإعلام بشكل إيجابي في المعاونة على تحقيق الأهداف التنموية في الدول النامية بعدها جزءاً مهماً من التطور القومي، وارتباطها بالنظام الاجتماعي والسياسي والاقتصادي في المجتمع الذي تعمل في إطاره، حيث أصبح نجاح خطط التنمية المستدامة مرهوناً بالمشاركة الإيجابية للقوى المنتجة من خلال الإعلام المخطط له، ودوره في التوعية والتربية والتنقيف مما يتطلب إعداد سياسات إعلامية وطنية تحدد الأولويات وترسم الوسائل لبلوغ الأهداف المرجوة انطلاقاً من أن الإعلام لا ينتج

التنمية بل يمهّد للوصول إليها، وأن تقصير الإعلام يمكن أن يؤدّي إلى تأخّر مسيرة التنمية في مراحلها كافة²⁸.

ثالثاً: أهمية الصحافة الاقتصادية في التنمية المستدامة:

تعدّ المادة الاقتصادية ذات أهمية بالنسب للقارئ، وتتأتّى هذه الأهمية من كونها تعمل على تكوين الحصيلة المعرفية لدى القارئ بعد اطلاعه على النشاطات، والفعاليات الاقتصادية التي تحدث على المستوى الوطني أو الدولي، حيث تعمل الموضوعات الاقتصادية المطروحة من خلال المؤسسة الإعلامية على زيادة وعي القارئ وتوسيع مداركه، وإعطائه مهارة التفكير المنطقي، والاستفادة من الفرص المتاحة في مجالات الاقتصاد المختلفة، فضلاً عن دفع أفراد المجتمع قاطبة باتجاه المشاركة الايجابية في تنفيذ خطط التنمية الاقتصادية والاستفادة منها²⁹.

وفي إطار تناول القضايا والموضوعات الاقتصادية من جهة المؤسسات الصحفية يمكن استخدام كافة الفنون الصحفية بدءاً بالأخبار وانتهاءً بالأشكال الأخرى للوفاء بالوظائف الإعلامية المعروفة، من إعلام وتثقيف وتسليّة وترفيه وغيرها من المجالات، بغية خدمة الجمهور المستهدف والذي يضم مجموعة من الأفراد يحركهم دافع اقتصادي مشترك، فأعضاء رابطة تجار التجزئة هم جمهور تجمع أعضاء المصلحة، ورابطة الدفاع عن المستهلكين تجمعهم الدوافع الاقتصادية ذاتها³⁰.

ولابد من الإشارة هنا إلى أنه ليس كل ما تعرضه الصحف من موضوعات تكون منسجمة مع رغبة القارئ بل ربما تقع الصحيفة في أمور خارجة عن إرادتها. فحاجتها إلى رؤوس الأموال يعرضها للوقوع تحت سيطرة رجال المال ونفوذهم، من خلال تخصيص مساحات للأخبار التي يقبل عليها السواد الأعظم من القراء لا على المقالات الهادفة الرصينة التي تزيد القارئ علماً وترفع مستواه الثقافي³¹، من جهة أخرى تسعى الصحيفة للمحافظة على ثقة الجمهور بعدها مهمة وحاسمة. فدرجة ثقتنا بمعلومة أو برأي ترتبط مبدئياً بمقدار ثقتنا بمصدر هذه المعلومة أو هذا الرأي.

وفي هذا السياق فإن المؤسسات الصحفية شأنها شأن وسائل الإعلام الأخرى تعمل على الآتي³²:

1- خدمة النظام الاقتصادي: خدمة الصناعة والزراعة في إيصال وتعليم مهارات وخبرات جديدة، وكشف المعوقات التي تعترض سبل الإنتاج، وتشجيع الادخار، والإعلان الذي يخدم زيادة الإنتاج، وتحسين العلاقات الاجتماعية بنمو العلاقات العامة.

2- احترام الملكية العامة، وأموال الدولة والحفاظ عليها من السرقة والتلاعب، والهدر، والإتلاف وصيانتها واجب وطني وأخلاقي.

3- تشجيع روح الاقتصاد والتدبير، وترشيد الإنفاق والاستهلاك، والتوازن في السلوك الفردي، ومعالجة ذلك في الوسائل الإعلامية، وجعلها سلوكاً مألوفاً لدى الأفراد والأسرة والمجتمع.

وعلى الصحف متابعة المتغيرات في الأحداث الاقتصادية من خلال العمل الجدي في تهيئة كادر تحرير متمرس ممثلاً بالمحررين من ذوي الاختصاص والمراسلين، والمندوبين لتغطية الأحداث أول بأول³³.

ويمكن وصف الصحافة التنموية بمفهوم الأسلوب الاقتصادي في الصحافة، الذي يمكن أن يشكلها أو تسترشد بها منظمة من المنظمات في تنظيم حملاتها وبرامجها لتحقيق أهدافها، وتفسيرها على أنها الخطوات المعدة، والمدروسة التي تتبعها الصحافة في تقديم المضمون الصحفي ومواضيع اقتصادية محددة³⁴. ويمكن تقسيم الصحافة الاقتصادية إلى نوعين، هما³⁵:

الصحافة الاقتصادية المتخصصة: وتتناول القضايا والموضوعات الاقتصادية والأكاديمية التي تنتشرها الدوريات المتخصصة، والتي يعدها باحثون اقتصاديون متخصصون في مجالات اقتصادية متعددة بأسلوب أكاديمي يفهمه المتخصصون.

الصحافة الاقتصادية الجماهيرية: وتتصل بالمواد الصحفية الاقتصادية، بما تحويه من موضوعات وبحوث ودراسات، وأخبار، وتقارير، وكتابات تركز على المجال الاقتصادي ذات الطابع النظري والتطبيقي، التي تنتشر بصيغة محددة أو فن من الفنون الصحفية التي تقدم من خلال صفحات الصحف المقروءة، وإيصالها إلى جماهير القراء بأسلوب مبسط، وبعبارة أخرى فإن الصحافة الاقتصادية الجماهيرية، تعنى بتقديم الإسناد بشكل مبسط ومفهوم إلى جمهور الصحف.

المبحث الثالث

الدراسة التحليلية للملحقين الاقتصاديين بصحيفتي الاتحاد والخليج

بههدف تنفيذ الدراسة التحليلية والميدانية قام الباحثان باختيار عينة الدراسة الميدانية، بعد أن تم استكمال الإجراءات المنهجية في المبحث الثاني من الدراسة، حيث الإطار المنهجي، وشملت الدراسة التحليلية، تحليل 48 عدداً من كل ملحق من الملحقين الاقتصاديين لصحيفتي الاتحاد والخليج الإماراتيتين، وذلك بواقع أربعة أعداد من كل شهر اعتماداً على أسلوب الأسبوع الصناعي، وجاءت النتائج على النحو الآتي:

أولاً: الأشكال الخبرية في الملحقين الاقتصاديين لصحيفتي الاتحاد والخليج:

الجدول رقم 1 يبين الأشكال الخبرية المنشورة بالملحقين الاقتصاديين لصحيفتي الاتحاد والخليج.

الأشكال الخبرية المنشورة في ملحي صحيفتي الاتحاد والخليج				
صحيفة الخليج		صحيفة الاتحاد		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	الأشكال الخبرية
40.3%	541	44.4%	800	خبر
52.5%	706	46.7%	840	تقرير
7.2%	97	8.9%	160	تحليل
100%	1344	100%	1800	المجموع

تدل نتائج الجدول رقم 1 إلى الآتي:

- 1- احتلت الأشكال الإخبارية المرتبة الأولى، وهي أكثر الأشكال الصحفية استخداماً في الملحقين.
 - 2- جاء ترتيب الأخبار المنشورة في الملحق الاقتصادي لصحيفة الاتحاد أكثر من الأخبار المنشورة في الملحق الاقتصادي لصحيفة الخليج.
 - 3- جاء ترتيب التقارير والتحليلات المنشورة في الملحق الاقتصادي لصحيفة الاتحاد أكثر من التقارير والتحليلات المنشورة بالملحق الاقتصادي لصحيفة الخليج.
 - 4- بما أن الملحقين يصدان بصورة يومية من الطبيعي أن يكون التركيز على الأشكال الخبرية، ذلك أن ضغط الزمن لا يمكن من التعمق في تناول مجمل القضايا أو الأحداث أو الموضوعات الاقتصادية، أو البحث بشكل متعمق عما وراء الأحداث.
 - 5- تناولت الأشكال الخبرية بالملحقين قضايا متعددة لأنشطة الاقتصادية المتصاعدة والمستمرة في دولة الإمارات العربية المتحدة، بحيث تساعد المستثمرين -الحاليين والمرقبين- في اتخاذ القرارات. وهذا ما يؤكد على دور الملاحق الاقتصادية في دعم عملية التنمية المستدامة.
- ويأتي هذا الكم المقدر من المواد الإخبارية في إطار الوظيفة الإعلامية الإخبارية والتعليمية وغيرها من الوظائف التي تسهم بصورة أو بأخرى في عملية التنمية الاقتصادية منها أو المستدامة. ومن ثم فإن الملحقين أسهما في مد المجتمع بالمعلومات والبيانات التي تتصل بالشأن الاقتصادي بعه جزء من التنمية المستدامة.

ثانياً: مستوى اكتمال الأخبار المنشورة في الملحقين الاقتصاديين:

الجدول رقم 2 يبين مستوى اكتمال الأخبار المنشورة بالملحقين الاقتصاديين لصحيفتي الاتحاد والخليج.

مستوي اكتمال الأخبار في ملحق صحيفتي الاتحاد والخليج				
صحيفة الخليج		صحيفة الاتحاد		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	مستوي الأخبار
96.1%	520	96.6%	773	مكتملة
3.9%	21	3.4%	27	غير مكتملة
100%	541	100%	800	المجموع

من خلال الجدول رقم 2 فإن:

- 1- احتلت الأخبار المكتملة نسبة 96%، في الملحقين الاقتصاديين لصحيفتي الاتحاد والخليج.
- 2- جاءت الأخبار المنشورة غير المكتملة بنسبة 4%.

3- تشير المعطيات الاحصائية إلى اهتمام الملحقين الاقتصاديين بالأخبار من الناحية المهنية، حيث إن نسبة الأخبار غير المكتملة كانت متدنية في الملحقين. وهذه النتيجة تؤكد الاهتمام بالمجالات المهنية للصحيفتين في معالجة قضايا التنمية بشكل مكتمل.

ثالثاً: الأشكال الخبرية بين السلبية والايجابية**:

الجدول رقم 3 يبين الأشكال الخبرية السلبية والايجابية بالملحقين الاقتصاديين لصحيفتي الاتحاد والخليج.

الأشكال الخبرية السلبية والايجابية في ملحق صحيفتي الاتحاد والخليج				
صحيفة الخليج		صحيفة الاتحاد		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	نوع الخبر
1.4%	19	31.3%	564	سليبي
12.7%	170	9.1%	163	إيجابي
85.9%	1155	59.6%	1073	سليبي إيجابي
100%	1344	100%	1800	المجموع

تشير مخرجات الجدول رقم 3 إلى الآتي:

- 1- إن نسبة الأخبار السلبية الايجابية كانت هي الأعلى في الملحقين، حيث لم يكتف الملحقان بالأخبار التي تأتيها من الجهات المختلفة في الدولة، بل سعيا إلى استكمالها واستطلاع الجهات ذات الصلة بها، ورصد وربط مجمل الأخبار بالخطط والسياسات الاقتصادية بما يعزز المجالات الإقناعية لدى جمهور

القراء فيما يتصل بمختلف خطط التنمية والمشاركة الايجابية فيها وصولاً إلى التنمية المستدامة والتي تشكل المحصلة النهائية لتكامل مجالات التنمية المختلفة. ويلاحظ الباحثان أن هناك تقارب في سياسة الصحيفتين في هذا الإطار رغم الاختلاف الطفيف في السياسة التحريرية لكليهما.

2- جاءت نسبة الأخبار السلبية في الملحق الاقتصادي لصحيفة الاتحاد أكثر من الاخبار السلبية المنشورة في الملحق الاقتصادي لصحيفة الخليج.

رابعاً: مصادر المواد الخبرية المنشورة في الملحقين:

الجدول رقم 4 يبين مصادر المواد الخبرية المنشورة في الملحقين الاقتصاديين لصحيفتي الاتحاد والخليج.

مصادر المواد الخبرية في ملحق صحيفتي الاتحاد والخليج				
صحيفة الخليج		صحيفة الاتحاد		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	مصادر المواد الخبرية
85.1%	1144	55.8%	1004	مصادر ذاتية (داخلية)
14.9%	200	44.2%	796	مصادر خارجية
100%	1344	100%	1800	المجموع

بالنظر إلى الجدول رقم 4 يتضح أن:

1- معظم مصادر المواد الخبرية المنشورة في الملحقين الاقتصاديين كانت ذاتية بنسبٍ متقاربة.

2- جاء استخدام المصادر الخارجية للأخبار المنشورة في الملحق الاقتصادي لصحيفة الاتحاد بشكل أكثر، وبنسبة 44.2%، فيما جاء الاستخدام في الملحق الاقتصادي لصحيفة الخليج في المرتبة الثانية بنسبة 14.9%.

خامساً: مصادر المواد الخبرية الذاتية بالملحقين الاقتصاديين:

الجدول رقم 5 يبين المصادر الذاتية للمواد الخبرية بالملحقين الاقتصاديين لصحيفتي الاتحاد والخليج.

المصادر الذاتية للمواد الخبرية في ملحق صحيفتي الاتحاد والخليج				
صحيفة الخليج		صحيفة الاتحاد		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	المصادر الذاتية
67.3%	691	59.4%	679	مندوب
30.2%	310	36%	412	مراسل (داخلي، خارجي)

المصادر الذاتية للمواد الخبيرة في ملحق صحيفتي الاتحاد والخليج				
صحيفة الخليج		صحيفة الاتحاد		
2.5%	25	4.6%	53	مركز المعلومات بالصحيفة
100%	1026	100%	1144	المجموع

تشير مخرجات الجدول رقم 5 إلى الآتي:

1- جاء المناديب في المرتبة الأولى من حيث المصادر الذاتية للمواد الخبيرة بالملحق الاقتصادي بصحيفة الاتحاد ونسبة 59.4% من إجمالي المصادر بالملحق.

2- احتل المراسل "داخلي، خارجي"، المرتبة الثانية بالنسبة للمصادر الذاتية للمواد الخبيرة بالملحق الاقتصادي في صحيفة الاتحاد، ونسبة 36%، ومن ثم مركز المعلومات بالصحيفة بنسبة 4.6%.

3- جاء ترتيب المناديب في المرتبة الأولى من حيث المصادر الذاتية للمواد الخبيرة بالملحق الاقتصادي في صحيفة الخليج، ونسبة 67.3% من إجمالي المصادر بالملحق.

4- احتل المراسل "داخلي، خارجي"، المرتبة الثانية بالنسبة للمصادر الذاتية للمواد الخبيرة بالملحق الاقتصادي في صحيفة الخليج، ونسبة 30.2%، ومن ثم مركز المعلومات بالصحيفة بنسبة 2.5%.

يتضح من النتائج أن الملحقين لم يعتمدوا كثيراً على مراكز المعلومات كمصدر للحصول على المواد الإخبارية بمختلف أشكالها، حيث كان الاعتماد بشكل أساسي على المناديب والمراسلين، وكان يمكن أن يكون لمراكز المعلومات بالملحقين الاقتصاديين في الصحيفتين دور فاعل في حالة اهتمام الصحيفتين بالتغطية الاستقصائية للقضايا الاقتصادية، أو الميل أكثر في التعمق والتحليل. وبما أن التوجه العام للصحافة اليومية إخباري فإن الملحقين الاقتصاديين إخباريين بدرجة أساسية، وكان من الطبيعي أن تتراجع الأشكال الصحفية الأخرى.

سادساً: مصادر المواد الإخبارية الخارجية المنشورة بالملحقين:

الجدول رقم 6، يبين المصادر الخارجية للمواد الخبيرة المنشورة في الملحقين الاقتصاديين لصحيفتي الاتحاد والخليج.

المصادر الخارجية للمواد الخبيرة في ملحق صحيفتي الاتحاد والخليج				
صحيفة الخليج		صحيفة الاتحاد		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	مصادر المواد الإخبارية
31.1%	99	44.3%	353	وكالات الأنباء العالمية

المصادر الخارجية للمواد الخبيرة في ملحق صحيفتي الاتحاد والخليج				
صحيفة الخليج		صحيفة الاتحاد		
39%	124	37.7%	300	وكالة أنباء الامارات "أم"
9.4%	30	7.2%	57	شبكة الإنترنت
8.8%	28	6.7%	53	القنوات الفضائية
11.7%	37	4.1%	33	الصحف العالمية
100%	318	100%	796	المجموع

من خلال الجدول رقم 6 يتضح:

1- أن استخدام الملحق الاقتصادي لصحيفة الاتحاد لوكالات الأنباء العالمية جاء في المرتبة الأولى بنسبة 44.3%.

2- فيما جاءت وكالة أنباء الامارات "وام" في المرتبة الثانية بنسبة 37.7%، من إجمالي المصادر الخارجية المستخدمة بالملحق الاقتصادي لصحيفة الاتحاد.

3- جاء استخدام الملحق الاقتصادي لصحيفة الخليج لوكالة أنباء الامارات "أم" في المرتبة الأولى بنسبة 39%، من مجمل المصادر الخارجية للملحق.

4- فيما جاء استخدام وكالة الأنباء العالمية كمصدر للمعلومات في الملحق الاقتصادي لصحيفة الخليج في المرتبة الثانية بنسبة 31.1%. وجاءت المصادر الأخرى بنسبٍ متقاربة في الملحقين، كما موضح في الجدول.

سابعاً: المواد الاستقصائية المنشورة بالملحقين الاقتصاديين:

الجدول رقم 7 يبين المواد الاستقصائية المنشورة في الملحقين الاقتصاديين لصحيفتي الاتحاد والخليج.

المواد الاستقصائية المنشورة في ملحق صحيفتي الاتحاد والخليج				
صحيفة الخليج		صحيفة الاتحاد		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	نوع المواد الاستقصائية
76.3%	135	75.7%	103	حوار
23.7%	42	24.3%	33	تحقيق
100%	177	100%	136	المجموع

يشير الجدول رقم 7 إلى الآتي:

- 1-نسبة المواد الاستقصائية المنشورة بالملحق كانت محدودة مقارنةً بالأشكال الصحفية الأخرى، ولعل المبرر لذلك يكمن في أن الملحقين إخباريين بدرجة أساسية.
 - 2-جاءت المواد الاستقصائية المنشورة بالملحق الاقتصادي بصحيفة الخليج أكثر من المواد الاستقصائية المنشورة بالملحق الاقتصادي لصحيفة الاتحاد.
 - 3-جاءت تكرارات المواد الاستقصائية المنشورة بالملحق الاقتصادي لصحيفة الخليج 177 تكراراً، فيما جاء عدد تكرارات في الملحق الاقتصادي لصحيفة الاتحاد 136 تكراراً.
 - 4-احتلت الحوارات المنشورة في الملحقين نسبة أعلى مقارنةً بالتحقيقات التي جاءت نسبتها محدودة. ثامناً: مواد الرأي المنشورة بالملحقين الاقتصاديين وفقاً للنوع:
- الجدول رقم 8، يبين مجال الحوارات المنشورة بالملحقين الاقتصاديين في صحيفتي الاتحاد والخليج وفقاً للنوع.

مجال الحوارات المنشورة في ملحق صحيفتي الاتحاد والخليج وفقاً للنوع				
صحيفة الخليج		صحيفة الاتحاد		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	مجال الحوارات المنشورة
7.4%	10	8.7%	9	شخصية
17%	23	18.5%	19	رأي
75.6%	102	72.8%	75	معلومة
100%	135	100%	103	المجموع

تشير مخرجات الجدول رقم 8 إلى:

- 1-أن أعلى نسبة للحوارات المنشورة في الملحقين الاقتصاديين هي حوارات معلومات بدرجة أساسية.
- 2-جاءت حوارات المعلومة في الملحق الاقتصادي لصحيفة الاتحاد بنسبة 72.8% من إجمالي الحوارات المنشورة بالملحق.
- 3-فيما احتلت حوارات المعلومة المنشورة بالملحق الاقتصادي لصحيفة الخليج نسبة 75.6%، من إجمالي الحوارات المنشورة بالملحق.

4- جاءت حوارات الرأي المنشورة بالملحقين الاقتصاديين في المرتبة الثانية وبنسب متقاربة، فيما جاءت الحوارات الشخصية في المرتبة الثالثة في الملحقين، وبنسب متقاربة.

يُشار إلى أن الحوارات المنشورة تتسجم مع طبيعة الملحقين الإخباريين، حيث قدمت معلومات تفصيلية تخص المجال الاقتصادي بمساراته ومجالاته المتعددة، الأمر الذي يساعد المستثمرين كثيراً في اتخاذ القرارات التي تخص استثماراتهم. أما التحقيقات الصحفية على قدر قلتها فقد كانت محدودة في مجملها.

تاسعاً: مواد الرأي المنشورة بالملحقين الاقتصاديين:

الجدول رقم 9، يبين مواد الرأي المنشورة بالملحقين الاقتصاديين في صحيفتي الاتحاد والخليج.

مواد الرأي المنشورة في ملحق صحيفتي الاتحاد والخليج				
صحيفة الخليج		صحيفة الاتحاد		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	أشكال مواد الرأي
43.2%	63	48%	61	المقال
39%	57	44.9%	57	العمود
17.8%	26	7.1%	9	الرسم الكاريكاتيري
100%	146	100%	127	المجموع

وفقاً لمعطيات الجدول رقم 9 يمكن الإشارة إلى الآتي:

1- احتلت مواد الرأي المنشورة في الملحق الاقتصادي لصحيفة الخليج المرتبة الأولى.

2- جاءت المقالات الصحفية في المرتبة الأولى بنسبة 43.2% من إجمالي مواد الرأي المنشورة بالملحق الاقتصادي لصحيفة الخليج. واحتلت الأعمدة الثابتة المرتبة الثانية بنسبة 39%، فيما جاء فن الرسم الكاريكاتيري في المرتبة الثالثة بنسبة 17.8%.

3- جاءت المقالات الصحفية المنشورة في الملحق الاقتصادي لصحيفة الاتحاد بنسبة 48%، من إجمالي مواد الرأي بالملحق، واحتلت الأعمدة الثابتة المرتبة الثانية بنسبة 44.9%، فيما جاء استخدام الرسم الكاريكاتيري في الملحق الاقتصادي لصحيفة الاتحاد بنسبة 7.1% فقط.

عاشراً: مجال تغطية المواد الصحفية الاستقصائية ومواد الرأي:

الجدول رقم 10 يبين المواد المنشورة وفقاً لمجال التغطية الصحفية بالملحقين الاقتصاديين في صحيفتي الاتحاد والخليج.

توزيع المواد الصحفية وفقاً لمجال التغطية في ملحق صحيفتي الاتحاد والخليج				
صحيفة الخليج		صحيفة الاتحاد		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	مجال التغطية الصحفية
47%	152	46.5%	107	داخلية
38.1%	123	41.3%	95	داخلية خارجية
14.9%	48	12.2%	28	خارجية
100%	323	100%	230	المجموع

تشير نتائج الجدول رقم 10 إلى الآتي:

1- إن معظم التغطيات الصحفية بالملحقين الاقتصاديين كانت داخلية، ثم التغطيات الداخلية والخارجية، ومن ثم الخارجية. ولعل ذلك يعود إلى طبيعة واهتمامات قراء الصحيفتين.

2- احتلت التغطية الصحفية في الملحق الاقتصادي لصحيفة الاتحاد، للقضايا الداخلية نسبة 46.5%، وجاءت القضايا الداخلية والخارجية، أي المتداخلة بنسبة 41.3%، في حين كانت القضايا الخارجية أي العالمية نسبتها 12.2%.

3- فيما جاءت التغطية الصحفية في الملحق الاقتصادي لصحيفة الخليج للقضايا الداخلية بنسبة 47% من إجمالي المواد الاستقصائية المنشورة بالملحق، أما التغطية المتصلة بالقضايا الداخلية والخارجية كانت بنسبة 38.1%، في حين جاءت القضايا الخارجية بنسبة 14.9%.

أحد عشر: نوع الإعلانات المنشورة في الملحقين:

الجدول رقم 11 يبين الإعلانات المنشورة وفقاً للنوع بالملحقين الاقتصاديين في صحيفتي الاتحاد والخليج.

الإعلانات المنشورة وفقاً للنوع في ملحق صحيفتي الاتحاد والخليج				
صحيفة الخليج		صحيفة الاتحاد		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	نوع الإعلانات المنشورة
45.1%	191	51.1%	143	سلعي
36.2%	153	37.5%	105	خدماتي
18.7%	79	11.4%	32	اجتماعي
100%	423	100%	280	المجموع

3-احتلت الإعلانات التي تتصل بمختلف المنظمات التجارية الأهلية نسبة 60.7% في الملحق الاقتصادي لصحيفة الاتحاد، أما الاعلانات المتصلة بالمنظمات كانت نسبة 24.7% في حين جاءت الاعلانات الحكومية بنسبة 14.6% من إجمالي الإعلانات المنشورة بالملحق خلال مدة الدراسة.

4-جاءت الإعلانات الأهلية -الخاصة المنشورة في الملحق الاقتصادي لصحيفة الخليج خلال مدة الدراسة بنسبة 70.9%، وإعلانات المنظمات بنسبة 20.1%، بينما كانت الإعلانات الحكومية بنسبة 9% خلال مدة الدراسة.

ثلاثة عشر: مساحة نشر الإعلانات بالملحقين الاقتصاديين:

الجدول رقم 13 يبين مساحة نشر الإعلانات بالملحقين الاقتصاديين في صحيفتي الاتحاد والخليج.

مساحة نشر الإعلانات في ملحق صحيفتي الاتحاد والخليج				
صحيفة الخليج		صحيفة الاتحاد		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	مساحة النشر في الملحق
34.1%	144	17.5%	49	صفحة كاملة
21%	89	20.7%	58	ثلاثة أرباع الصفحة
22.7%	96	25.3%	71	نصف صفحة
13.2%	56	22.5%	63	ربع صفحة
9%	38	14%	39	أقل من الربع
100%	423	100%	280	المجموع

وفقاً لمعطيات الجدول رقم 13 والتمتع بنسبة الإعلان إلى الصحفية بالملحقين:

1-احتل الملحق الاقتصادي لصحيفة الخليج أعلى نسبة من حيث الإعلانات المنشورة خلال مدة الدراسة مقارنةً بالإعلانات المنشورة بالملحق الاقتصادي لصحيفة الاتحاد.

2-جاءت الإعلانات التي احتلت مساحة صفحة كاملة في الملحق الاقتصادي لصحيفة الخليج بنسبة 34.1%، ثم الاعلانات التي شغلت نصف الصفحة بنسبة 22.7%، تلتها الإعلانات التي شغلت ثلاثة أرباع الصفحة بنسبة 21%، ثم الإعلانات التي شغلت ربع الصفحة بنسبة 13.2%، أما الاعلانات التي كانت مساحتها أقل من ربع الصفحة فقد كانت بنسبة 9% من إجمالي الإعلانات المنشورة بالملحق الاقتصادي لصحيفة الخليج خلال مدة الدراسة.

3- فيما جاءت الإعلانات التي تحتل صفحة كاملة في الملحق الاقتصادي لصحيفة الاتحاد أكثر من الإعلانات التي احتلت نصف الصفحة بنسبة 25.3%، تلتها الاعلانات التي شغلت ربع الصفحة بنسبة 22.5%، ثم الاعلانات التي كانت مساحتها ثلاثة أرباع الصفحة بنسبة 20.7%، فالإعلانات التي شغلت الصفحة بأكملها 17.5%، والاعلانات التي شغلت مساحة أقل من ربع الصفحة بنسبة 14.0% من إجمالي الإعلانات المنشورة بالملحق الاقتصادي لصحيفة الاتحاد خلال مدة الدراسة.

ولعل هذه النسب من الإعلانات من شأنها أن تدعم اقتصاديات الصحيفتين بصورة كبيرة تمكنها من مواجهة تحديات الاستمرار والتطوير، ذلك أن الملحقين يصدران بصورة يومية الأمر الذي يجعل من عائدات الإعلان باعاً للاستقرار والاستمرار والتطوير، ودعم قضايا التنمية المستدامة.

استنتاجات وتوصيات الدراسة:

توصلت الدراسة في جانبها النظري والعملي إلى جملة من النتائج العلمية التي تحقق أهدافها، ووردت في ثناياها العديد منها، ومن أهمها:

أولاً: الاستنتاجات:

1- ركز الملحقان الاقتصاديين في صحيفتي الاتحاد والخليج الإماراتيين في تناولهما لقضايا التنمية المستدامة على المواد الخيرية مقارنةً بالأشكال والفنون الصحفية الأخرى، كالتحقيقات والحوارات الصحفية ومواد الرأي الأخرى، واحتلت الأخبار نسبة 91%.

2- أعتمد الملحقان الاقتصاديان في صحيفتي الاتحاد والخليج على المصادر الذاتية بشكل أساسي في تغطيتهما للقضايا والموضوعات الاقتصادية المتصلة بقضايا التنمية المستدامة، وبنسبة تصل إلى 67%.

3- ركز الملحقان الاقتصاديان في صحيفتي الاتحاد والخليج في تغطيتهما الصحفية على القضايا الداخلية بشكل رئيس، وأعلى نسبة للتغطية وصلت في صحيفة الخليج 47%، وفي صحيفة الاتحاد 46%.

4- احتلت مواد الصحافة الاستقصائية والرأي المنشورة في الملحقين الاقتصاديين مساحة محدودة مقارنةً بالأشكال والفنون الصحفية الأخرى.

5- إن معظم الإعلانات المنشورة في الملحقين الاقتصاديين كانت مدفوعة من الجهات الأهلية الخاصة، فيما الإعلانات الحكومية حظيت بمساحة محدود من حيث مساحة نشر مشاريع وقضايا التنمية المستدامة.

ثانياً: التوصيات:

- 1- يوصي الباحثان بالاهتمام والتركيز على التغطية الصحفية في الملحقين على فن صحافة الاستقصاء، التي تغوص فيما وراء الخبر، لما لها من أهمية في خدمة أهداف التنمية المستدامة وابعادها الاستراتيجية.
- 2- يوصي الباحثان بضرورة نشر المعلومات المتصلة بقضايا التنمية المستدامة وابعادها، وشرط نجاحها، وذلك من خلال تنشيط وتوسيع فن الحوار الصحفي، لإتاحة الفرص أمام الناس للتعبير عن آرائهم وأفكارهم.
- 3- يوصي الباحثان بضرورة تأهيل الكوادر الصحفية المتخصصة في المجال الاقتصادي لمواكبة التطورات التي تتصل بقضايا التنمية المستدامة على مستوى الكفاءة والقدرة والإنتاج في المجتمع الإماراتي.
- 4- يوصي الباحثان باستغلال إمكانيات التطور التقني في الحصول على المعلومات التي تركز على قضايا التنمية وتوظيفها بشفافية في مضمون الرسالة الصحفية لخدمة أهداف التنمية المستدامة.
- 5- يوصي الباحثان بأشراك خبراء الإعلام الاقتصادي عند وضع استراتيجية وطنية لتنمية وتوجيه التنمية الاقتصادية أو في المجالات التنموية الأخرى خلال مراحل التخطيط والذي يسبق عملية التنفيذ.

المراجع والهوامش:

- 1 د. تهامي، مهدي علي، والألوسي، سؤدد فؤاد، النظام الإعلامي العربي: نحو أنموذج نظري جديد، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2012، ص37.
- * وقع الاختيار على صحيفتي الاتحاد والخليج بحكم أنهما من أقدم الصحف صدوراً في دولة الإمارات، وتصدران في إمارتي أبو ظبي والشارقة.
- 2 د. آل تويم، عبد الله بن محمد، العلاقات العامة والصحافة: استراتيجيات التحرير والردود، الرياض: مكتبة الملك فهد، 2007، ص42.
- 3 د. عبد الحميد، محمد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، القاهرة، عالم الكتب، 2004، ص158.
- ** الزملاء الذين حكموا استمارة تحليل المضمون، هم: د. فيصل كامل، أستاذ مساعد، ود. شامة أبو شام – أستاذ مساعد في الكلية.
- 4 د. مسعد، محيي محمد، كيفية كتابة الأبحاث والإعداد للمحاضرات، الطبعة الثانية، الإسكندرية، المكتب العربي الحديث، 2000م، ص53.
- 5 د. درار، خالد عبد الله أحمد، اتجاهات الصحفيين السودانيين والنخبة الأكاديمية إزاء دور الصحافة في التنمية الاقتصادية: الصحافة السودانية أنموذجاً، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العدد الحادي عشر، السنة الثالثة، 2015.
- 6 د. عبد الجواد، مجدي محمد، "دور الصحافة في معالجة مشكلات التنمية المستدامة بالتطبيق على عينة من الصحف العربية اليومية في المدة من 2005-2007، شبكة الإنترنت، 2016.

- ⁷ النجفي، سالم توفيق، أساسيات علم الاقتصاد، القاهرة، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، 2000، ص25.
- ⁸ د. حجاب، محمد منير، الموسوعة الإعلامية، المجلد الأول، الطبعة الأولى، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003م، ص: 17، 18.
- ⁹ د. غيث، محمد عاطف غيث، قاموس علم الاجتماع، الطبعة الأولى، القاهرة، الهيئة العامة للكتاب، 1979م، ص 195.
- ¹⁰ د. أبو سمرة، محمد، الإعلام التنموي، القاهرة، الرية للطباعة والنشر، 2012. ص 56
- ¹¹ د. الدليمي، حميد جاعد، التخطيط الإعلامي: المفاهيم والإطار العام، عمان، دار الشروق للنشر والتوزيع، 1998م، ص: 73-74.
- ¹² تهايمي، مهند علي، والألوسي، سوّد فؤاد، النظام الإعلامي العربي: نحو أنموذج نظري جديد، مصدر سابق، ص170.
- ¹³ قيراط، محمد، الصحافة العربية والمعوقات المهنية والتنظيمية، كتاب الصحافة العربية في عالم متغير، الشارقة: دار الخليج للصحافة والنشر، 2005، ص115.
- ¹⁴ المشيخي، محمد بن عوض، الإعلام في الخليج العربي: واقعه ومستقبله، الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 2008، ص152.
- ¹⁵ الدناني، عبد الملك، الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003، ص158.
- ¹⁶ آل علي، فوزية عبد الله ويونس، محمد أحمد، وسائل الإعلام الإماراتية: النشأة والتطور، مصدر سابق، ص86-87.
- ¹⁷ كتاب الخليج، 40 عاماً من الريادة والعطاء، إصدار دار الخليج للطباعة والنشر، 2010، ص9.
- ¹⁸ المشيخي، محمد بن عوض، مصدر سابق، ص 154.
- ¹⁹ آل علي، فوزية عبد الله ويونس، محمد أحمد، وسائل الإعلام الإماراتية: النشأة والتطور، مصدر سابق ص96-103.
- ²⁰ كتاب الخليج، 40 عاماً من الريادة والعطاء، إصدار دار الخليج للطباعة والنشر، 2010، ص40.
- ²¹ Gareth Locksley, the Media and Development, The International Bank for Reconstruction and Development Washington, 2009>
- ²² د. الدليمي، عبد الرزاق محمد، الإعلام والتنمية، عمان، دار أسامة، 2016، ص2-3.
- ²³ التخطيط الإعلامي: المفاهيم والإطار العام، ص 73-74.
- ²⁴ د. خضّور، أديب، الإعلام المتخصص: الاقتصادي، الرياضي، الثقافي، السكاني، العلمي، دمشق: بيانات الناشر غير مبينة، 2003، ص 76
- ²⁵ د. عجوة، علي إبراهيم، الإعلام وقضايا التنمية، القاهرة، عالم الكتب، 2004، ص 68
- ²⁶ د. أبو أصعب صالح خليل، دراسات في الإعلام والتنمية العربية، الإمارات: دبي، 1989، ص 59
- ²⁷ د. أبو أصعب، صالح خليل، تحديات الإعلام العربي: دراسات في الإعلام المصادقية الحرة والتنمية والهيمنة الثقافية، عمان، دار الشروق، 1999، ص59.
- ²⁸ أ. د. الجمال، راسم محمد، الاتصال والإعلام في العالم العربي في عصر العولمة، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2006، ص 134
- ²⁹ د. الغنام، عبد العزيز، مدخل في عالم الصحافة، الجزء الأول، القاهرة: مكتبة أنجلو، 1977، ص45.
- ³⁰ د. سميسم، حميدة، نظرية الرأي العام، بغداد، دار الشؤون الثقافية، 1992، ص66.
- ³¹ د. صابات، خليل، الصحافة رسالة واستعداد وفن وعلم، القاهرة، دار المعارف، بلا تاريخ، ص53.
- ³² غي دورندان، الدعاية والدعاية السياسية، ترجمة: د. رالف رزق الله، بيروت، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، 1983، ص47.

- ³³ الخفاف، مؤيد قاسم، "تغطية الموضوعات العلمية في الصحف العراقية"، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الإعلام، 1998، ص78.
- ³⁴ د. الديك، اسكندر، دور الاتصال والإعلام في التنمية الشاملة، بيروت، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، 1993 ص62.
- ³⁵ د. إبراهيم، إسماعيل، الصحفي المتخصص، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2001، ص273.
- ^{***} يقصد بالأخبار السلبية في الدراسة، تلك الأخبار الجاهزة التي لا تبذل الصحفية أي جهد في الحصول عليها، كالبيانات والتقارير التي تأتي من الجهات الحكومية والأهلية، ويقوم المحرر بالملحق الاقتصادي بنشرها من دون أية تعديلات، وفي بعض الحالات يتم إجراء تعديلات طفيفة، ويبرز التعديل بشكل واضح في الملحق الاقتصادي لصحيفة الاتحاد، بحكم أنها صحيفة حكومية رسمية. أما الأخبار الإيجابية فيتم إعدادها من جهة الصحفيين العاملين في الملحقين من البداية إلى النهائية، بينما الأخبار "السلبية الإيجابية" أو "الإيجابية السلبية"، فهي نقطة وسطى بين الإثنين تحتاج إلى استكمال، وجعلها أكثر تركيبياً وتداخلاً وشمولاً.

مصدقية الاخبار الرقمية ومواجهة الشائعات (دراسة ميدانية)

فاتن يوسف الجابي

باحثة بكلية الإعلام والعلوم الإنسانية جامعة عجمان

موضوع البحث وأهميته

أن غالبية الناس تستمع إلى الأحاديث اليومية لتعرف ما الجديد إما بالإنصات أو بالمشاركة فيه. ربما يكون هذا الحديث زائفاً أو صحيحاً أو خليطاً من هذا وذلك. فيتداول العامة هذا الحديث الذي إن كان يحوي نسبة عالية من الصحة فسيصبح تقريباً خاوياً من الصحة نتيجة إضافة وتحريف الناس له، وقد يتم بثها عن جهل أو عن قصد لتحقيق اغراض شخصية ضد فرد أو مجموعة أو بلد مضاد. ومن هنا نشأت الاخبار المفبركة والشائعات.

الاخبار المفبركة والشائعات هي الاخبار المحرفة وهي مرض خطير تفشى في جميع المجتمعات أياً كان مستوى تعليمها، والتي تؤدي إلى زعزعة المجتمع وإثارة البلبلة، وتأثيرها خطير على الرأي العام. والادهى إذا كان تسريب الاخبار المفبركة عن طريق مصدر معادي سواء من خارج الوطن أو داخله. (الهماش، ٢٠١٣)

تتزايد أهمية وسائل الاعلام الحديثة وخصوصاً مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الاخبار وتشكيل الرأي العام والتأثير عليه من خلال توجيه سلوكيات واختيارات الافراد والتعبير عن آرائهم، وساهمت هذه المواقع بتغييرات بالغة الأهمية والخطورة في جميع جوانب الحياة، حيث حققت تواصل ناجح مع الجماهير من مختلف الفئات العمرية والثقافية. (المركز الوطني للإحصاء والمعلومات، 2015)

يهتم اغلب الشباب في دولة الامارات بمصدقية الاخبار حيث انهم يتابعون وسائل التواصل الاجتماعي لكنهم يتقون بالتلفاز مدركين ضعف المصادر عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ولكنهم يفضلون استخدامها يومياً وبشكل اشبه بالإدمان لأنها توفر لهم عالماً افتراضياً متحرراً من القيود التي مازالت تلازم وسائل الاعلام التقليدي. (المجلس الوطني للاعلام، 2015)

كما اثبت تقرير وسائل التواصل الاجتماعي في العالم العربي (2015) على ان: "أكثر من نصف مستخدمي الانترنت في العالم العربي يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي للتواصل مع الناس بشكل أساسي في حين جاء الحصول على المعلومات، ومشاهدة مقاطع الفيديو، والاستماع إلى الموسيقى ومشاركة الصور كثاني أهم سبب لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، ويقضي ثلث المستخدمين أقل من 30 دقيقة تقريباً في الجلسة الواحدة، في حين أن 5% يقضون أكثر من 4 ساعات في كل جلسة، وينشط أكثر من نصف المستخدمين في ساعات المساء، ويعتبر العالم العربي منطقة تضم نسبة كبيرة من الشباب، حيث يتألف ثلث عدد السكان من الشباب الذين أعمارهم 25 عاماً أو أصغر من ذلك، ويمثل الشباب الغالبية العظمى من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في العالم العربي، ففي يونيو 2013 وصلت النسبة المئوية لإجمالي مستخدمي الانترنت في العالم العربي الذين تتراوح أعمارهم من

16 إلى 34 عاماً إلى 77 %، كما وصلت النسبة المئوية لإجمالي مستخدمي فيس بوك في العالم العربي، الذين تتراوح أعمارهم من 15 إلى 29 عاماً في مايو 2014 إلى 67%". (قمة رواد التواصل الاجتماعي العرب، 2015)

اي أن الفئة الأكثر استخداماً لهذه المواقع هم الذين تتحكم بهم انفعالاتهم السريعة والتي قد تكون ثغرة يستغلها من يطمح لزرع الافكار المغلوطة والسلبية وتغيير قناعاتهم.

ومن أكبر سلبيات وسائل الإعلام الرقمية هي انتشار الاخبار المفبركة بسهولة وسرعة فائقة، ومع محاولة اتخاذ المواقع الكبرى على الإنترنت قرارات صارمة للحد من الاخبار الكاذبة وإنهائها، إلا أن دراسة أجرتها جامعة ستانفورد أظهرت أن الأمر أصبح مشكلة خطيرة بالفعل، فمن مجموعة كبيرة من طلاب المدارس الثانوية والابتدائية في الولايات المتحدة الامريكية، وجد الباحثون أن 80% منهم لم يتمكنوا من التمييز بين الأخبار الكاذبة والصحيحة على الإنترنت (Brooke Donald, 2016)

ولا يجب القاء اللوم على التكنولوجيا لاستخدامها من قبل البعض بطريقة سيئة، ولكن على افراد المجتمع ان يكونوا على قدر من الوعي بضرورة التحقق من القصص الخبرية ومصدرها قبل تصديقها والتسرع بإصدار الاحكام المسبقة فيما يتعلق بالقضايا الجادة وبالتحديد التي تسعى الى الاستهانة بالجريمة والاستجابة للسلوك العدواني وتداول السلوكيات الخاطئة التي تبث الفرقة والفنن وتهدد الامن الوطني.

مما يشير إلى ضرورة استخدام هذه الشبكات في محاربة الشائعات والاخبار المفبركة ومن ثم سهولة مواجهتها وتوعية افراد المجتمع بأخطارها. (السديري وابو شامة، 2014)

نماذج واقعية على النطاق المحلي والخارجي عن الاخبار الكاذبة والاشاعات الرقمية والقضايا الخليجية المعاصرة:

ما نشر بعنوان "مواطن يعثر على 5 ملايين ريال داخل خزان وقود ويسلمها للحكومة" غير صحيح، والصور الحقيقية لإحباط عملية تهريب قامت بها الجمارك قبل 4 سنوات وذلك بعد ان أحبطت دوريات حرس الحدود بقطاع محافظة الطوال، التابعة لمنطقة جازان عام 2014 تهريب مبلغ مالي مقداره 4.351.330 ريالاً سعودياً، كانت مخبأة داخل خزاني الوقود في إحدى المركبات المغادرة عبر المنفذ.

(هيئة مكافحة الإشاعات، 2018)

شائعة سجون الإمارات السرية في اليمن، حيث سعت «الجزيرة» على تشويه الجهود الكبيرة التي يقوم بها التحالف في محاربة الإرهاب، وذلك لتخفيف الضغوط على الدوحة التي تعيش أزمة كبيرة. (صحيفة البيان، 2017).

الفيديو المتداول عن ضرب سعودي في الأردن من قبل الشرطة الأردنية غير صحيح بل يعود الى حادثة قديمة عام 2013 تخص الاشقاء في الاردن. (هيئة مكافحة الإشاعات، 2017).

الفيديو المتداول بعنوان "مطاردة سكران جسر البحرين" غير صحيح، وهو مشهد تمثيلي لأحدى المسلسلات للمخرج طارق ملفي. (هيئة مكافحة الإشاعات، 2017).
إشاعات التطبيع الكاذبة بين السعودية ودولة الاحتلال واتجهت بعض الدول لفبركة الصور لدعم تلك الإشاعات، ومنها الصورة المتداولة لطائرة سعودية تهبط في مطار بن غوريون الإسرائيلي، بالطبع الخبر كاذب والصور الحقيقية قبل الفبركة لطيران "إل عال" الإسرائيلي والتقط الصورة مصور شبكة رويترز نير الياس في مطار بن غوريون الإسرائيلي. (هيئة مكافحة الإشاعات، 2017)
في ضوء ما سبق، يسعى البحث الى التعرف على ماهية الاخبار الرقمية المفبركة والشائعات ومدى مصداقيتها والكشف عن الاسباب والدوافع وراء نشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومدى تأثيرها على الرأي العام والتلاحم المجتمعي سلباً، وايجاد حلول لتفعيل دور الاعلام في مواجهتها لأجل مستقبل أفضل.

الدراسات السابقة

نستعرض فيما يلي الدراسات السابقة المرتبطة بموضوع البحث وذلك وفق محورين: يتناول الأول الدراسات التي اختبرت استخدام الاخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومدى مصداقيتها وتأثيرها في الجمهور، ويتناول الثاني الدراسات التي ركزت على الشائعات عبر وسائل الاعلام الجديد وابعادها على الفرد والمجتمع.

أولاً: دراسات تناولت الاخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومدى مصداقيتها وتأثيرها على اتجاهات الجمهور.

ومن هذه الدراسات ما يلي:

دراسة كرسيتيان روتر و مارك اندريه كوفهولد و رينيه ستينفورت (2017) بعنوان "الشائعات والاخبار المزيفة وصراعها تجاه المصادقية في مواقع التواصل الاجتماعية"، تناولت استخدام وسائل الاتصال الاجتماعي كمصدر للمعلومات خصوصاً في حالات الطوارئ، وركزت على اختبار مصادقية المحتوى في وسائل الإعلام الاجتماعية، ومن اهدافها تطوير نهج التقييم الذي يعمل عبر أنواع مختلفة من وسائل الإعلام الاجتماعية، واستخدمت المنهج الادبي لاشتقاق نموذج ثلاثي المستويات لتقييم المصادقية، وتوصلت الدراسة إلى: أن تقييم المصادقية وخاصة في المجالات المشتركة بين المنصات بالكاد تم تناولها و ذلك يتطلب العديد من التطورات حتى يتم تحقيق آلية التقييم المناسبة

دراسة محمد السويد بعنوان "اعتماد المغردين الاعلاميين على معلومات تويتر وتقييمهم ومدى مصداقيتها"، ركزت اهتمامات الدراسة في التعرف على تعامل المغردين السعوديين مع تويتر باعتباره مصدراً مهماً للأخبار، ومدى وثوقيتهم بمعلوماته وتقييمهم لمصداقيته، دراسة ميدانية (استبانة الكترونية) على عينة من

الاعلاميين السعوديين المغردين في تويتر، وشارك فيها (429) اعلامياً ممن لهم تعامل معروف مع تويتر بمختلف التخصصات الإعلامية، ومن اهم النتائج المستخلصة: كثافة استخدام المغردين الاعلاميين في تويتر يومياً بمعدل يتراوح بين (2-4) ساعات فأكثر ،لدى حوالي 75% من العينة، ووجود حالة تفاعل ملحوظة.

اما دراسة عبد الله العساف (2016) بعنوان " الاعلام الجديد وتشكيل الاتجاهات نحو قضايا الارهاب" ، سعت في مجمل اهدافها إلى إمداد القائمين على الاعلام في المملكة العربية السعودية ببيانات ومعلومات علمية دقيقة حول دور الاعلام الجديد في تشكيل اتجاهات الجمهور السعودي نحو قضايا الإرهاب، وهو ما قد يساعد على ترشيد دور هذه الوسائل في معالجة قضايا الإرهاب بما يسهم في تفعيل دور الاعلام الجديد في هذا المجال، كما استخدم منهج الدراسة المسحية (المقابلة) على عينة (400) مفردة من مواطني مدينة الرياض، وانتهت الدراسة إلى :ايجابية توجهات عينة الدراسة بشكل عام نحو وسائل الاعلام الجديد ،اما عن الاحداث الارهابية الجارية داخل المملكة فقد انقسم الجمهور إلى راض عن دور الاعلام خلال هذه الازمات وبين رافض للعديد من التغطيات الاخبارية السلبية مثل نشر الشائعات والايخبار المغلوطة.

وسعت دراسة دينا احمد عرابي وبسنت العقابوي (2012) بعنوان "مصادقية المضمون الخبري لمواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب" ،إلى التعرف على مدى مصادقية الاخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب ،دراسة ميدانية طبقت على عينة من الشباب السعودي قوامها (200) مفردة، ومن ابرز نتائجها: اعتماد الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات والايخبار من مصادر تتصف بالمصادقية، وبطريقة سريعة، وإمكانية مناقشتها بحرية، بالإضافة إلى بثها للأخبار التي غالباً تحجب في وسائل الاعلام التقليدية، حيث تصدر تويتر المواقع الاكثر انتشاراً بين الشباب يليه الفيس بوك واليوتيوب بفارق نسبي كبير .

تناولت دراسة ديفيد ويسترمان وباتريك سبنس (2014) استخدام وسائل الاتصال الاجتماعي كمصدر للمعلومات، وركزت على اختبار العلاقة بين حادثة وسائل الاتصال وبين مصادقية المعلومات ، ومن اهدافها اختبار تأثير المعلومات المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على التصورات حول مصادقية المصادر، وتكونت العينة من (181) مفردة من طلاب جامعة (مد اتلانك) في الولايات المتحدة الامريكية، وتوصلت الدراسة إلى :وجود علاقة ايجابية بين الحادثة في التطورات على تويتر والوضع المعرفي بين المشاركين، وجود علاقة جيدة تربط بين المصادقية ومعرفة المشاركين، بينما قد لا تؤثر حادثة التطورات على مصادقية المصادر، على عكس الوضع المعرفي.

الأبعاد النفسية والاجتماعية في ترويج الإشاعات عبر وسائل الإعلام على الفرد والمجتمع وسبل علاجها والتعرف على الرؤية المقترحة للحد من ترويج الإشاعات من منظور إسلامي، كما استخدم الباحثان في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي الذي يحاول وصف ظاهرة موضوع الدراسة في تحليل بياناتها ثم بيان العلاقة بين مكوناتها والآراء التي تطرح حولها والعمليات التي تتضمنها والآثار التي تحدثها، وتم تطبيق الدراسة في مجتمع غزة، فلسطين، وقد أظهرت هذه الدراسة مجموعة من النتائج: إن الإشاعة دائماً تستهدف عقل الإنسان، وقلبه ونفسه وليس جسده؛ أي إنها تتجه إلى معنوياته لا ممتلكاته، حيث إن ميدانها هو الشخصية وتهدف إشاعة الفكر، والعقيدة والروح لتحطيم معنويات الأعداء، سواء مدنيين أو عسكريين على السواء، وخطر الإشاعة على المجتمع؛ يكون أكثر خطورة عندما يتناول هذا المجتمع بالأقويل والإشاعات؛ ما يمس عقيدته وقيمه ومثله وأسسه وبنائه.

دراسة الصادق رباح بعنوان "دور التفكير النقدي في عقلنة التعامل مع الاشاعات على شبكات التواصل الاجتماعي"، تبحث هذه الدراسة ظاهرة الاشاعة ومراحل تشكلها من منظور التأثير الاجتماعي، ومحاولة فهم آليات انتشارها عبر شبكات التواصل الاجتماعي، ومن اهدافها تتبع ومساءلة مفهومي التفكير النقدي والاشاعة في سياقاتهما التاريخية المختلفة، ومعرفة الابعاد النفسية والاجتماعية للإشاعة وتبيان اهمية التفكير النقدي، اخذ الباحث منهجية مركبة اذ اعتمد الاسلوب الوصفي الاستقصائي التحليلي الذي يقوم على ممارسة التعمق المعرفي في المفاهيم، كما اخذ المنهج الاستنباطي التحليلي التركيبي في مناقشة نقاط الدراسة، ثم اكدت الدراسة على ان وجود آلية تكنولوجية واجتماعية تقوم على تعزيز وترسيخ التفكير النقدي لمستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي سيساعد على تجاوز كثير من التضليل والتلاعب في الفضاءات الالكترونية، خاصة اثناء الكوارث والازمات.

تركي السديري ، عباس ابو شامة(2014)،دراسة بعنوان "توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الامنية ضد خطر الشائعات: دراسة مسحية على العاملين في إدارات العلاقات العامة بقطاعات وزارة الداخلية"، أهم اهدافها التعرف على واقع توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الامنية ضد خطر الشائعات، كما استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي عن طريق المدخل المسحي باستخدام الاستبانة كأداة لجمع البيانات ،وتكونت عينة الدراسة من (129) مفردة، ومن اهم النتائج: ضرورة فرض رقابة على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وحظر ما ينشر عبرها من شائعات واغلاق المواقع المشبوهة التي تروج هذه الشائعات وتعقبهم لتوقيع العقوبة المقررة بحقهم ،طبقت الدراسة في الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الامنية.

التعليق على الدراسات السابقة

بعد استعراض الدراسات السابقة التي اجمعت على مدى خطورة الاخبار الرقمية المفبركة والشائعات على الافراد ودورها في تفكك المجتمعات، ومهاجمة عقول الشباب وبث الفتنة، وبرزت دور مواقع التواصل الاجتماعي في نقل الإشاعة.

- أظهرت نتائج الدراسات السابقة اقبال الجمهور العربي -خاصة من الشباب- على استخدام وسائل الاعلام الجديد مقابل الاعلام القديم. ولكن أظهرت أيضاً تفاوت في نسب متابعة الجمهور العربي لوسائل الاعلام الجديد.
- كما أظهرت الدراسات السابقة أن المصادر الرسمية للمعلومات والاخبار (كالإذاعة والتلفزيون) هي أكثر دقة ومصادقية بالنسبة للجمهور.
- أشارت نتائج الدراسات السابقة ايضاً من أبرز مميزات الاعلام الجديد سرعة بث وتداول المعلومات والاخبار بين مستخدمين مواقع التواصل الاجتماعي.

أهداف البحث وتساؤلاته

- يسعى البحث إلى التعرف على المصادر الإخبارية التي يعتمد عليها الشباب العربي، ومدى ثقتهم فيها، ووعيهم بخطورة الأخبار المفبركة وكيفية التعامل معها. وهو ما يشمل الأهداف الفرعية التالية:
- التعرف على معدلات استخدام الشباب العربي لمواقع التواصل الاجتماعي.
 - التعرف على اسباب ومصادر نشر الاخبار الكاذبة عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
 - الكشف عن دوافع نشر الاخبار الرقمية المزيفة.
 - التعرف على آثار نشر الاخبار المفبركة في تماسك المجتمع العربي.

التساؤلات:

- يسعى البحث إلى الإجابة على التساؤلات التالية:
- ماهي المصادر التي تروج الاخبار المفبركة؟
 - ولماذا تروج لها؟
 - ما مدى مصادقية الاخبار الرقمية من وجهة نظر الشباب العربي؟
 - اي فئة هي المستهدفة بتوجيه الاخبار المفبركة اليها؟
 - ما هو أثرها على الشباب العربي وسلوكياتهم؟
 - هل للإعلام العربي دور واضح في مواجهة الاخبار المفبركة والشائعات؟
 - هل المواقع الاخبارية الالكترونية لها دور في تسهيل نشر الاخبار من دون التأكد من صحتها؟

• هل تؤثر الاخبار المفبركة والشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي على زعزعة أمن الدولة واثارة البلبلة؟

- ماهي أبرز مجالات نشر الاخبار المفبركة؟
- ما عادات استخدام الشباب العربي في التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما نوعية الاخبار التي يسعى الشباب للحصول عليها؟

نوع البحث:

ينتمي البحث إلى فئة الدراسات الوصفية. لأنه يسعى إلى تقديم معلومات عن موضوع الأخبار المفبركة ومدى تعرض الجمهور لها وكيفية تعاملهم معها.

منهجية البحث

اعتمد البحث على المنهج الوصفي، حيث تم تطبيقه بوصف علاقة الجمهور من الشباب العربي بمصادر الأخبار الرقمية، وذلك بدراسة الجمهور المستخدم لوسائل الإعلام.

أداة جمع البيانات

اعتمد البحث على الأسلوب الكمي، حيث تم تطبيق أداة الاستبيان الإلكتروني على عينة من الشباب العربي. وتكون الاستبيان من 23 سؤال. * ضمت الفئات التالية: فئة تتناول استخدامات الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي، وفئة تتناول مهارات الشباب في تمييز الأخبار المفبركة، وفئة تتناول مدى مصداقية الاخبار الرقمية، وفئة تناولت مصادر ودوافع نشر الاخبار المفبركة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وفئة تناولت أثر الأخبار المفبركة على الشباب العربي وسلوكياتهم، وفئة تناولت مدى فاعلية الإعلام العربي في مواجهة الاخبار المفبركة والشائعات، إضافة إلى فئة البيانات الشخصية.

عينة البحث:

تم تطبيق البحث على العينة المتاحة من الشباب العربي من طلبة الجامعات العربية من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعية. روعي في العينة اختلاف المستويات. وبلغ إجمالي عدد المستجيبين: 83 مفردة.

سمات العينة:

بلغت نسبة الإناث 66.3%، بالمقابل نسبة الذكور 33.7%، وجاءت الغالبية العظمى من الشباب الذين تقع اعمارهم بين 18-25 عاماً وذلك بنسبة 77.1%، يليها الذين تقع اعمارهم بين 26-34 عاماً بنسبة 13.3%، ثم من 35-42 عاماً بنسبة 9.6%. أما على مستوى المؤهل الدراسي، فتكونت العينة من ذوي المؤهل الدراسي العالي-جامعي- بنسبة 84.3%، بالمقابل اصحاب المؤهل الدراسي المتوسط-

اقل من جامعي- بنسبة 15.7%. وتضمنت العينة عدة جنسيات منها (العراق، الإمارات، مصر، سوريا، الأردن، فلسطين، السودان، الكويت).

اجراءات تطبيق اداة الاستبيان (بدأت بتاريخ 2017/10/14، استمرت لمدة اسبوع وانتهت يوم 2017/10/21، تم نشرها من خلال تطبيقات الهاتف الالكترونية (WHATS APP) وعبر الحسابات الشخصية للباحثة على مواقع التواصل الاجتماعي. (Snap chat and face book)

نتائج البحث

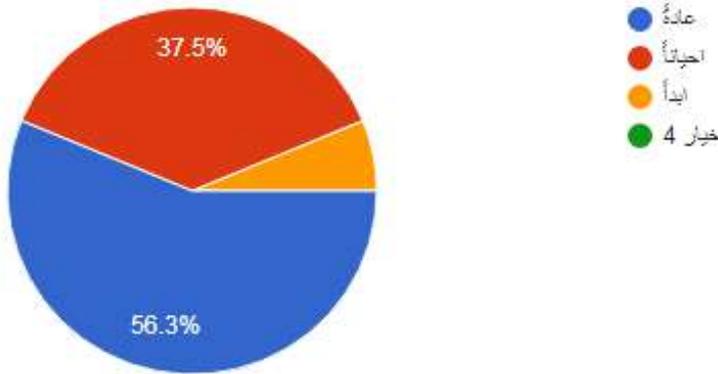
اولاً: واقع استخدام الشباب العربي لمواقع التواصل الاجتماعي للحصول على الاخبار. وهو يتضمن ما يلي:

1- مدى متابعة العينة للأخبار المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي: تشير نتائج في الشكل (1) أن الغالبية العظمى من العينة تتابع الاخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي عادةً وذلك بنسبة بلغت 56.3%، اما من يتابعونها احياناً فكانت نسبتهم 37.5%.

الشكل (1)

اتباع الاخبار والاحداث الجارية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

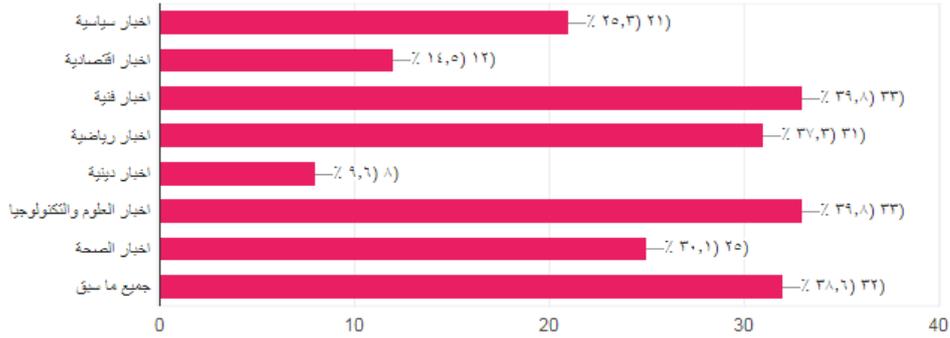
رأياً



2- نوعية الاخبار التي يسعى الشباب للحصول عليها من مواقع التواصل الاجتماعي بينت النتائج في الشكل (2) ان اغلبية العينة اختارت الاخبار الفنية واخبار العلوم والتكنولوجيا بنسبة متطابقة بلغت 39.8%، يليها خيار جميع البدائل بنسبة 38.6%، ثم الاخبار الرياضية بنسبة 37.3%، ثم اخبار الصحة ف نسبة 30.1%، تليها الاخبار السياسية بنسبة 25.3%، ثم الاخبار الاقتصادية بنسبة 14.5%.

الشكل (2)

2- ما نوعية الأخبار التي تسعى للحصول عليها من مواقع التواصل الاجتماعي؟* (يمكن اختيار أكثر من إجابة)
رأياً



3- عادات استخدام الشباب العربي في التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي:

أشارت النتائج في الشكل (3) إلى أن العينة تتصفح الاخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي من حين لآخر على مدار اليوم بنسبة 43.4%، أما الذين يتصفحونها في اوقات فراغهم كانت نسبتهم 42.2%، أما عند وقوع حدث مهم فقط ف كانت نسبة العينة 31.3%، بينما كانت نسبة من يتصفحونها بمجرد ان ترد لهم تنبيهات اخبارية 8.4%.

الشكل (3)

3- عادةً تتصفح الاخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟* (يمكن اختيار أكثر من إجابة)
رأياً



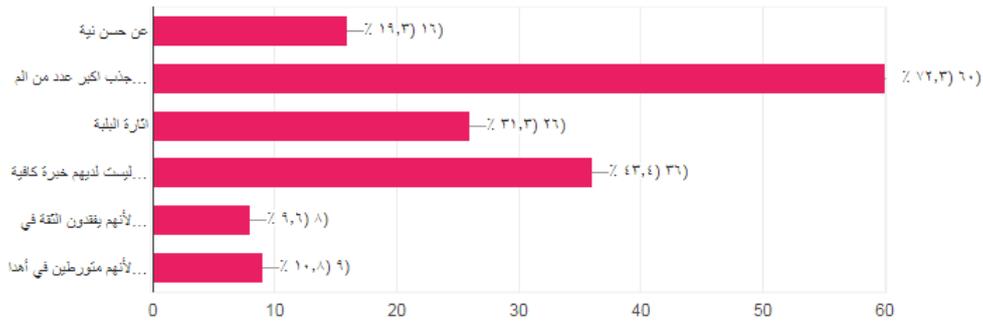
4- الفئة المستهدفة بتوجيه الاخبار المفبركة إليها

ترى العينة في الشكل (4) أن الفئة الأكبر المستهدفة هي الشباب الذي يعاني من ضغوطات واحباطات في مجتمعه بنسبة بلغت 44.6%، بينما كانت نسبة اختيار عموم الجمهور 33.7%، تليها الشباب من ذوي المستويات التعليمية المنخفضة بنسبة 31.3%، ثم جميع ما سبق بنسبة 15.7%، أخيراً تتطابق نسبة الشباب من ذوي المستويات التعليمية المرتفعة ولا اعرف بنسبة 10.8%.

الشكل (6)

12-ماهي الاسباب التي تدفع بعض الشباب العربي للتورط في ينشر الاخبار المفبركة من وجهة نظرك؟
(يمكن اختيار اكثر من اجابة)

رأى ٨٣



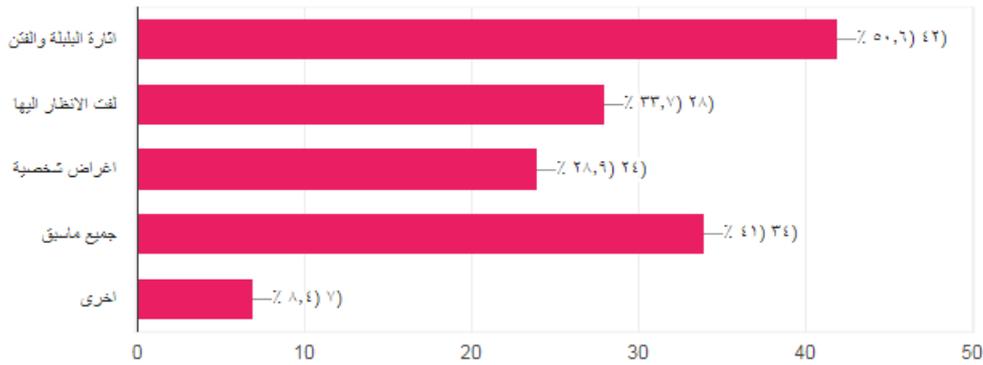
3- المكاسب التي تحققها بعض الجهات من نشر الاخبار المفبركة

اختارت العينة في الشكل (7) اثاره البلبلة والفتن على انها من اكثر المكاسب التي تحققها بعض الجهات من نشر الاخبار المفبركة بنسبة بلغت 50.6%، يليها جميع البدائل بنسبة بلغت 41%، ثم لفت الانتظار بنسبة 33.7%، ثم اغراض شخصية بنسبة 28.9%

الشكل (7)

9-ما المكاسب التي تحققها بعض الجهات من نشر الاخبار المفبركة من وجهة نظرك؟(يمكن اختيار اكثر من اجابة)

رأى ٨٣

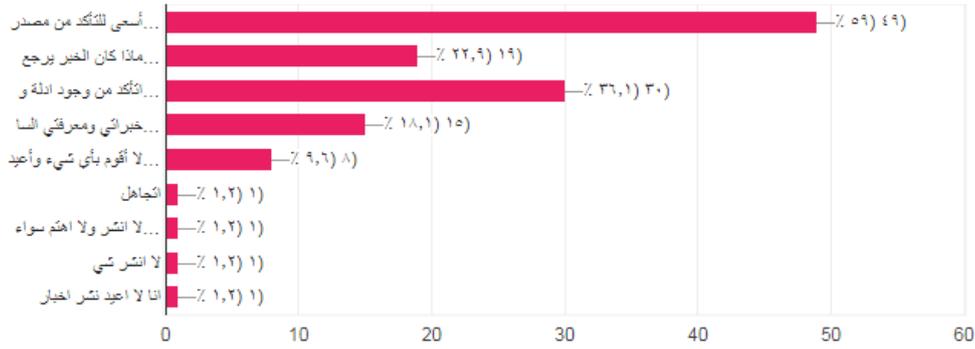


4- العوامل المؤثر في إعادة نشر الاخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي

أظهرت النتائج في الشكل (8) أن من أكثر العوامل التي تؤثر في إعادة نشر الاخبار هو سعي العينة للتأكد من مصدر الاخبار بنسبة بلغت 59%، يليها التأكد من وجود ادلة بنسبة 36.1%، ثم رجوع الخبر الى وسيلة إعلامية معروفة وذلك بنسبة 22.9%، ثم المعرفة السابقة بالموضوع بنسبة 18.1%، واخيراً لايقوم بأي شي ويعيد نشره فوراً بنسبة 9.6%.

الشكل (8)

13-من العوامل التي تؤثر إعادة نشرك للاخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي.(يمكن اختيار اكثر من اجابة)
٨٣ رداً

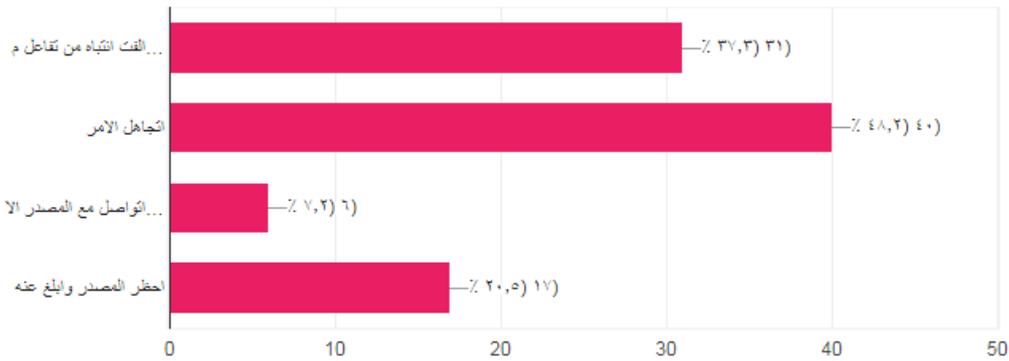


5- ردود الافعال عند مواجهة الاخبار المفبركة

بينت نتائج العينة في الشكل (9) أنه إذا تم مواجهة اخبار مفبركة فأنهم يتجاهلون الامر بنسبة بلغت 48.2%، يليها من يلفتون انتباه المتفاعلين مع الخبر بنسبة 37.3%، ثم من يحظر المصدر ويبلغ عنه بنسبة 20.5%.

الشكل (9)

14-ماذا تفعل اذا واجهت اخبار مفبركة او شائعات؟(يمكن اختيار اكثر من اجابة)
٨٣ رداً



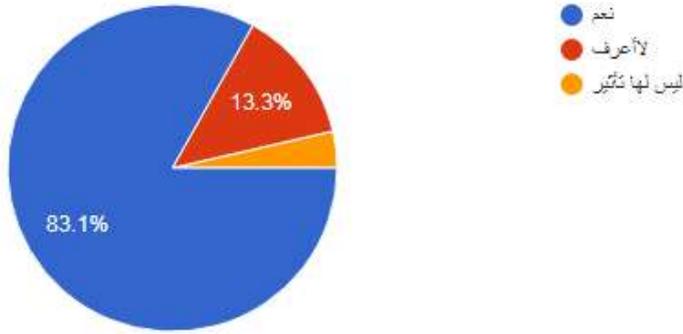
6- أبرز مجالات نشر الاخبار المفبركة

أشارت نتائج العينة في الشكل (10) إلى أن أبرز مجالات ترويج الاخبار المفبركة هي المجال السياسي حيث بلغت النسبة 81.9%، يليه المجال الديني بنسبة 61.4%، ثم المجال الفني بنسبة 50.6%، يليه المجال الاقتصادي بنسبة 22.9%، واخيراً المجال الرياضي بنسبة 12%.

الشكل (12)

16- في رأيك هل تؤثر الاخبار المفبركة والشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي على زعزعة أمن الدولة واثارة البلية؟

رأى ٨٣



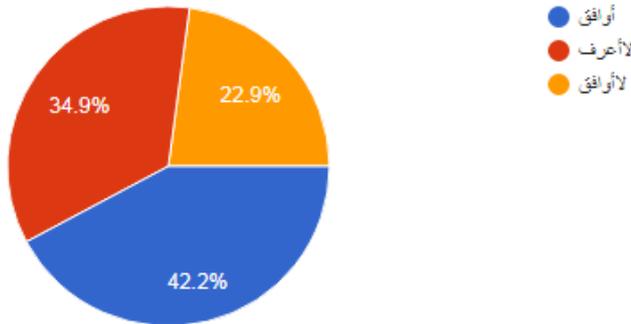
رابعاً: الكشف عن دوافع نشر الاخبار الرقمية المزيفة.

1- وافق عدد كبير من العينة في الشكل (13) على أن لوسائل الاعلام دوافع خفية وراء نشرها للأخبار المفبركة حيث بلغت نسبة الموافقة 42.2%، بالمقابل لم يوافق 34.9%، أما الباقي لا يعرف بنسبة 22.9%.

الشكل (13)

7- وسائل الاعلام لديها دوافع خفية وراء الاخبار التي تنشرها، يعكس مواقع التواصل الاجتماعي التي يهتم مستخدموها بنشر الاخبار لنشر المعرفة فقط؟

رأى ٨٣

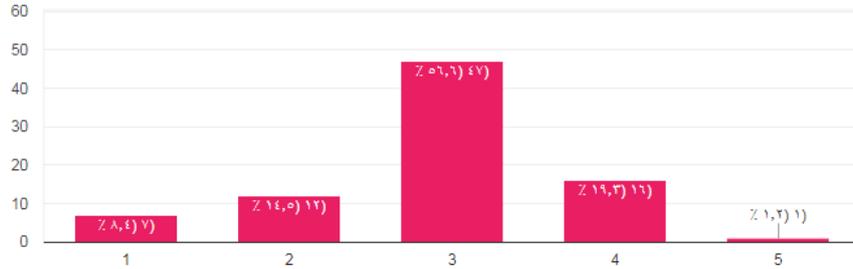


2- مدى مصادقية الاخبار الرقمية من وجهة نظرك الشباب العربي

تشير نتائج العينة في الشكل (14) أن مدى مصادقية الاخبار الرقمية تصل الى النصف (المستوى الثالث) حسب تدرج المصادقية المكون من 5 مستويات من الاقل الى الأعلى، وذلك بنسبة 56.6%، يليها المستوى الرابع بنسبة 19.3%، ثم المستوى الثاني بنسبة 14.5%، ثم المستوى الاول بنسبة 8.4%.

الشكل (14)

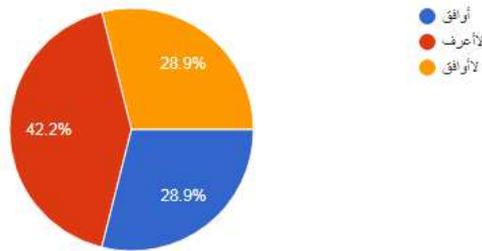
4-ما مدى مصداقية الاخبار الرقمية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظرك*؟
رأى



3- تشير النتائج الى أن العينة في الشكل (15) لا تعرف ما إذا كانت مصداقية الاخبار المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي تقل عن تلك المنشورة في وسائل الاعلام التقليدية بنسبة بلغت 42.2%، بينما تطابقت نسب الموافقة وعدمها حيث بلغت 28.9%.

الشكل (15)

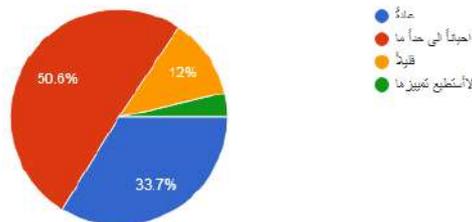
5-لا تقل مصداقية الاخبار المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي عن تلك المنشورة في وسائل الاعلام التقليدية
رأى



4- أظهرت النتائج ان العينة في الشكل (16) تستطيع تمييز مصداقية الاخبار المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي الى حد ما بنسبة 50.6%، ويستطيع البعض تمييزها عادةً بنسبة 33.7%، بينما يتم تمييزها قليلاً بنسبة 12%.

الشكل (16)

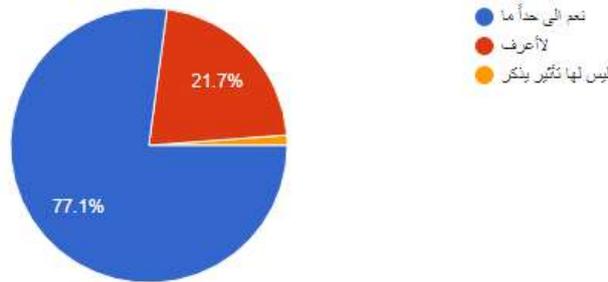
6-أنتستطيع تمييز صحة ومصداقية الاخبار المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي
رأى



5- هل المواقع الاخبارية الالكترونية لها دور في تسهيل نشر الاخبار من دون التأكد من صحتها؟ أظهرت النتائج أن العينة في الشكل (17) تعتقد الى حداً ما أن المواقع الاخبارية الالكترونية لها دور في تسهيل نشر الاخبار من دون التأكد من صحتها بنسبة 77.1%، بينما لاتعرف العينة ذلك بنسبة 21.7%.

الشكل (17)

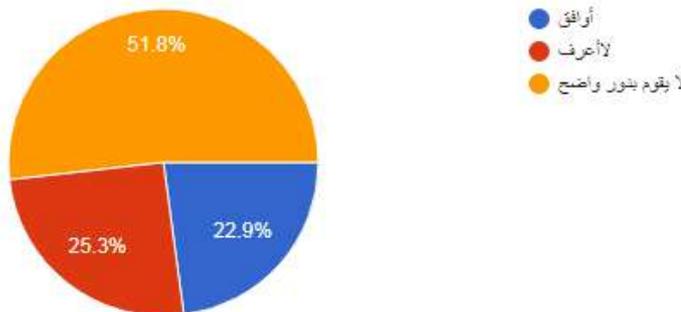
15- هل تعتقد أن المواقع الاخبارية الالكترونية لها دور في تسهيل نشر الاخبار من دون التأكد من صحتها؟



6- هل للإعلام العربي دور واضح في مواجهة الاخبار المفبركة والشائعات؟ بينت نتائج العينة في الشكل (18) أن الاعلام لا يقوم بدور واضح في مواجهة الاخبار المفبركة والشائعات وذلك بنسبة 51.8%، بينما لا يعرف البعض وبلغت النسبة 25.3%، ووافق البعض على قيامه بدوره بنسبة 22.9%.

الشكل (18)

18- يقوم الإعلام العربي بدوره في مواجهة الاخبار المفبركة والشائعات، ما رأيك بذلك؟



الخاتمة ومناقشة النتائج

تنفق نتائج البحث الحالي مع نتائج الدراسات السابقة من حيث اعتماد الشباب العربي على وسائل الاعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات وبالتالي يزداد معدل تأثيرات

الاعتماد على هذه الوسائل، روقد تكون تأثيرات معرفية إيجابية، أو سلبية تهدد أمن المجتمع وسلوكيات الافراد.

كشف النتائج في هذا البحث أن عينة الشباب العربي يتقون الى حداً كبير بالأخبار المنشورة في مواقع التواصل الاجتماعي ولكنهم لا يستطيعون تمييز الاخبار المفبركة والشائعات بسهولة، وايضاً اغلبهم لا يبادر برده فعل إذا واجهته اخبار رقمية مغلوطه بل يفضل أن يتجاهلها فقط.

وترى العينة أن الفئة الاكبر المستهدفة بتوجيه الاخبار المفبركة اليها هي الشباب الذي يعاني من ضغوطات واحباطات في مجتمعه وأن من أخطر تأثيرات هذه الاخبار هي اثاره البلبلة والفتن تؤثر على الرأي العام سلباً، وتعتبر من اكثر المكاسب التي تحققها بعض الجهات من نشر الاخبار المفبركة.

ويرجع الشباب العربي إلى وسائل الاعلام التقليدية عند حدوث الازمات لكثرة انتشار الشائعات والاخبار المفبركة على مواقع التواصل الاجتماعي وصعوبة تمييز مدى صحتها.

لذلك يجب رفع مستوى وعي الشباب وتفعيل دور الاعلام في مواجهة الاخبار المفبركة والشائعات من خلال وضع سياسات جديدة صارمة.

المقترحات والتوصيات

• تبني وسائل الاعلام لحملات توعية قانونية موجهه للشباب حول كيفية التعامل مع الاخبار المفبركة على مواقع التواصل الاجتماعي.

• توعية الشباب بالمادة [1/276] من قانون العقوبات الاتحادي رقم 3 لسنة 1987م وتعديلاته على أنه «يعاقب بالحبس وبالغرامة أو بإحدى هاتين العقوبتين كل من أبلغ كذباً ويسوء نية السلطات القضائية أو الجهات الإدارية بارتكاب شخص أمراً يستوجب عقوبته جنائياً أو مجازاته إدارياً» وضرورة نشره عبر وسائل الاعلام.

• تفعيل دور مكافحة الجرائم الإلكترونية في ملاحقة وعقاب مروجي الشائعات والأخبار الكاذبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

• إنشاء تطبيق الكتروني مرتبط بالجهاز الامني للدولة، يسهل الابلاغ عن الاخبار المفبركة عبر الانترنت ويرصد مصادر الاشاعات.

المراجع والمصادر

• البرزنجي، كشاو والشواني، نوزاد (2016) دراسة بعنوان "التشهير عبر الإنترنت وإشكالاته القانونية في العراق" العراق: كلية القانون والعلوم السياسية، جامعة كركوك.

https://www.researchgate.net/publication/320585743_altshhyr_br_alantrnt_washkalath_alqanwnyt_fy_alraq_drast_mqarnt Retrieved April 6, 2018

- السديري، تركي بن عبد العزيز وابو شامة، عباس (2014) دراسة بعنوان "توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الامنية ضد خطر الشائعات: دراسة مسحية على العاملين في إدارات العلاقات العامة بقطاعات وزارة الداخلية" الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الامنية.
<http://repository.nauss.edu.sa/bitstream/handle/> Retrieved September 18, 2017
- السويد، محمد بن علي (نوفمبر 2016) دراسة بعنوان "اعتماد المغردين الاعلاميين على معلومات تويتر وتقييمهم لمدى مصداقيتها" المجلة العربية للإعلام والاتصال، العدد السادس عشر.
https://samc.ksu.edu.sa/sites/samc.ksu.edu.sa/files/imce_images/16.pdf Retrieved September 17, 2017
- العساف، عبد الله بن عبد المحسن (2016) دراسة بعنوان "الاعلام الجديد وتشكيل الاتجاهات نحو قضايا الارهاب" المجلة العربية للإعلام والاتصال، العدد السادس عشر، 2016 نوفمبر. الرياض.
https://samc.ksu.edu.sa/sites/samc.ksu.edu.sa/files/imce_images/16.pdf Retrieved September 21, 2017
- المجلس الوطني للإعلام (2015) مصادر الشباب للحصول على المعلومات والاخبار: دراسة استطلاعية على الشباب في دولة الامارات العربية المتحدة.
<http://nmc.gov.ae/ar-ae/E-Participation/Lists/Publications/Attachments/5/Youths%20sources.pdf>
Retrieved September 19, 2017
- المركز الوطني للإحصاء والمعلومات (2015) استطلاع ثقة المواطن العماني في وسائل الاعلام. سلطنة عمان.
https://www.ncsi.gov.om/Elibrary/LibraryContentDoc/bar_media%2022%20March_ad1cc275-37d0-4bbb-ab72-7fe042c39f71.pdf Retrieved September 20, 2017
- الهماش، متعب بن شديد (2013) أساليب مواجهة الشائعات: تأثير الشائعات على الأمن الوطني، كلية التدريب قسم البرامج التدريبية، الرياض.
<http://www.siyassa.org.eg/Media/News/2017/8/8/2017-636378226135353375-535.pdf> Retrieved September 24, 2017
- الهمص، عبد الفتاح عبد الغني وشلدان، فايز كمال (2008 / 2009) دراسة بعنوان "الأبعاد النفسية والاجتماعية في ترويج الإشاعات عبر وسائل الإعلام وسبل علاجها منظور إسلامي"
<http://site.iugaza.edu.ps/fshaladan/files/.pdf> Retrieved September 25, 2017
- رابح، الصادق، دراسة بعنوان "دور التفكير النقدي في عقلنة التعامل مع الاشاعات على شبكات التواصل الاجتماعي"، المجلة العربية للإعلام والاتصال، العدد السابع عشر - مايو 2017
https://samc.ksu.edu.sa/sites/samc.ksu.edu.sa/files/imce_images/17.pdf Retrieved September 26, 2017
- روتر، كرستيان و كوفهولد، مارك اندريه و ستينفورت، رينيه (2017) دراسة بعنوان "الشائعات والاخبار المزيفة وصراعها تجاه المصادقية في مواقع التواصل الاجتماعية" جامعة سيجن، معهد نظم المعلومات
http://idl.iscram.org/files/christianreuter/2017/1492_ChristianReuter_etal2017.pdf Retrieved April 7, 2018

- عرابي، دينا احمد والعقباوي، بسنت عبد المحسن (2012) بعنوان "مصادقية المضمون الخيري لمواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب"، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، جامعة الملك سعود السعودية.
<https://samc.ksu.edu.sa/> Retrieved September 19, 2017
- قمة رواد التواصل الاجتماعي العرب (2015). تقرير وسائل التواصل الاجتماعي في العالم العربي (التقرير الأول).
<http://www.arabsmis.ae/assets/frontend/images/ASMISArabicReport.pdf> Retrieved September 21, 2017
- كافي، محمد عبد الوهاب الفقيه والصالح، حاتم علي حيدر (2017)، دراسة بعنوان "دور شبكات التواصل الاجتماعي في إمداد الشباب العربي بالمعلومات والاخبار حول ظاهرة الارهاب: دراسة مقارنة بين الشباب"، المجلة العربية للإعلام والاتصال، العدد السابع عشر - مايو 2017.
https://samc.ksu.edu.sa/sites/samc.ksu.edu.sa/files/imce_images/17.pdf Retrieved September 28, 2017
- ويسترمان، ديفيد وسبنس، باتريك (2014) دراسة بعنوان "استخدام وسائل الاتصال الاجتماعي كمصدر للمعلومات". الولايات المتحدة الامريكية.
Brooke Donald (November 22, 2016) Education scholars say youth are duped by sponsored content and don't always recognize political bias of social messages.
https://ed.stanford.edu/news/stanford-researchers-find-students-have-trouble-judging-credibility-information-online?utm_source=educator&utm_medium=email&utm_campaign=november-december-2016 Retrieved September 28, 2017

المصادر

- هيئة مكافحة الإشاعات (2018)
<http://www.norumors.net/2018/02/>
Retrieved April 6, 2018
- هيئة مكافحة الإشاعات (2017)
https://twitter.com/no_rumors?lang=ar
Retrieved October 22, 2017
- صحيفة البيان (11 يوليو 2017) خبر بعنوان: بدعم من منظمات محسوبة على حزب الإصلاح الممول من الدوحة "تنظيم الحمدين وراء تليفك شائعات «السجون السرية»" عدن.
<http://www.albayan.ae/one-world/arabs/2017-07-11-1.2999733>
Retrieved October 22, 2017

* - <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSc2YopTmJuxkPTZI9jncmaqzk4-5XzqSC2hC7SeykH9ZdEo2Q/viewform?c=0&w=1>

معالجة الغلو والتطرف والإرهاب من منظور علم الاجتماع الديني

د . هيثم فيصل علي الاحبابي

د . سرمد جاسم محمد الخزرجي

جامعة تكريت كلية الآداب . قسم الاجتماع

Abstract:

The subject of extremism, extremism and terrorism has recently received widespread scientific attention. This concern has come not only from the interest of states and international bodies but also from the increasing effects of extremism, extremism and terrorism and is strongly linked to the lives of individuals communities and become an integral part of the interactions of individuals in their daily lives and with this widespread spread of waves of extremism, extremism and terrorism, which has gone on in a different way and from the multiple life of most individuals and social segments where the Islamic Countries received the largest share of these Aarasat and imbalance , which cast a shadow on the community in general and the Islamic community in particular, and it is important at this time to study this problem and its negative impact on the Iraqi society, so I addressed this study from the perspective of religious sociology.

ملخص:

يحظى موضوع الغلو والتطرف والإرهاب في الآونة الأخيرة باهتمام علمي واسع ، هذا الاهتمام جاء لا لنتيجة اهتمام الدول والهيئات الدولية فحسب بل لتزايد أثار الغلو والتطرف والإرهاب ودخوله بقوة إلى حياة الأفراد والمجتمعات وأصبح جزا لا يتجزأ من تفاعلات الأفراد في حياتهم اليومية ومع هذا الانتشار الواسع لموجات الغلو والتطرف والإرهاب والذي طال بصوره المختلفة وإشكاله المتعددة حياة معظم الأفراد والشرائح الاجتماعية ، حيث حظيت الدول الإسلامية منها بالنصيب الأكبر من هذه الإرهاصات والاختلال والتي ألفت بظلالها على كاهل المجتمع الدولي عامة والمجتمع الإسلامي خاصة ، ويكون من المهم بهذا التوقيت دراسة هذه المشكلة وأثارها السلبية على المجتمع العراقي، لذا تناولت هذه الدراسة من منظور علم الاجتماع الديني.



المقدمة:

تعد ظاهرة التطرف الديني والغلو من الظواهر التي شغلت الرأي العام في الآونة الأخيرة وكثر حولها الجدل من قبل كثير من العلماء والمفكرين من داخل صفوف التيار الديني ومن خارجه، لقد أصبحت هذه الكلمة مصطلحاً شائعاً على ألسنة الناس وفي وسائل الإعلام وأخذت تستعمل في المقام الأول للدلالة على معارضة العرف الاجتماعي العام، أو الشرعية الوضعية القائمة باسم الإسلام، مهما بلغت درجة المخالفة في هذا العرف العام والأوضاع السائدة للثوابت الإسلامية، ومهما بلغت درجة الاعتدال في هذه المعارضة وتحركها من خلال الأطر والقنوات الشرعية؛ بل ساد التناقض في معالجة هذه الظاهرة بصورة تدعو إلى الدهشة، وتغري بالمزيد من هذا التطرف.

لقد رفعت المؤسسات الحاكمة في مواجهة هذا التطرف شعار الفصل بين الدين والسياسة، ولكنها لم تغذ السير في هذا الطريق إلى نهايته، فما فتئت رغم إعلانها بهذا الشعار تستخدم الدين وتوظف العلماء الرسميين لإضفاء الشرعية على كثير من سياساتها الداخلية والخارجية، فإن عارضها معارض باسم الدين قذفت في وجهه بهذا الشعار وأكدت على ضرورة الفصل بين الدين والسياسة؛ فالدين والسياسة شقيقان إن كنت في مقعد السلطة، وعدوان إن كنت في مقعد المعارضة ولقد أدى هذا المسلك إلى أن فقدت الشعارات الإسلامية كثيراً من مصداقيتها، وأصبحت لا تعدو في حس كثير من المواطنين أن تكون مجرد شعارات ترفع للاستهلاك اليومي أو الموسمي بحسب الأحوال ثم تتراجع لتحل محلها شعارات أخرى تفصل بحسب الطلب وتتسج بحسب المقاس، ثم تتراجع بعد أن تؤدي دورها المنشود لتحل محلها شعارات جديدة، وهكذا دواليك.

والعجيب أن هذا المصطلح استعمل أول ما استعمل في إسرائيل عندما بدأ الشباب المتدين في الأرض المحتلة يتعرف على جذوره الحضارية، ويتلمس طريقه نحو الأصالة الأيديولوجية، ويرفض ركام التصورات العلمانية التي أهدرت قضيته ربحاً طويلاً من الدهر وقذفت بها إلى سراديب المفاوضات ومهزلة النضال بالكلمات، ولم يجن بعد هذه المعاناة الطويلة إلا مزيداً من الشتات والفواجع، فرمت قوات الاحتلال هذا الشباب بهذه التهمة ومنها انتقلت إلى البلاد العربية التي رمت بهذه التهمة كل معارض للسلطة باسم الإسلام.

ويقابل هذا المصطلح في الشرق مصطلح الأصولية في الغرب وهو تعبير شاع استخدامه في الأوساط الغربية للدلالة على ظاهرة التطرف أو السلفية أو العودة إلى النصوص المقدسة، وإذا كان للغربيين عذرهم في رفض هذا الاتجاه لأن العودة إلى الكتب المقدسة عندهم تعني العودة إلى الجهل والخرافة



ومعاداة التقدم نظرًا لما أصاب هذه الكتب على يد الأبحار والرهبان من العبث والتحريف الفاحش، فإن الأصولية في العالم الإسلامي ينبغي أن تكون على النقيض من ذلك لأن العودة إلى الكتاب والسنة تعني العودة إلى النبع الصافي والوحي المعصوم، الذي لا يأتيه الباطل من بين يديه ولا من خلفه كما قال تعالى: ﴿إِنَّا نَحْنُ نَزَّلْنَا الذِّكْرَ وَإِنَّا لَهُ لَحَافِظُونَ﴾ فما أبعد الشقة بين الشرق والغرب في هذه القضية، وما أتعب من يحاكون بغير وعي وينقلون بغير بصيرة .

ولسنا في صف التطرف بطبيعة الحال، ولن نكون كذلك إن شاء الله ما بقي فينا نفس يتردد كما لا ننكر اشتغال التاريخ الإسلامي على بعض مواقف التطرف التي حفل بها تاريخ الفرق الغالية، كالخوارج وأمثالهم، كما لا ننكر أن صفوف التيار الديني المعاصر قد تسرب إلى بعضها هذا الداء بجرعات متفاوتة، وما دعاوى تكفير الأمة والتشكك في إسلامها إلا جرعة من هذه الجرعات، وإن كانت أكثر هذه الجرعات كثافة، وأمرها مذاقا .

كما لا ننكر كذلك أن التطرف علة من علل التدين، وأنه قد تسرب إلى الأمم السابقة فأهلكها، وإن تسربه إلى أي تجمع معاصر يعني إيذانا بإخفاقه في أداء مهمته، وفشله في الوصول إلى غايته فيتحول من بارقة من بوارق الأمل إلى هوة من مهاوي اليأس وبؤرة من بؤر الشتات .

نقول مع إيماننا بهذا كله، إلا أننا نؤمن وبنفس المستوى أن اعتبار كل معارضة للسلطة باسم الإسلام تطرف ديني نوع من أنواع الاستطالة البالغة والعدوان الظلوم، وأساء من هذا أن نرى مجرد الالتزام بالمظهر الإسلامي علامة من علامات التطرف وسمة من سمات الانحراف الديني فنربط بين التدين وبين التطرف، كما نربط بين التهلكة وبين الاعتدال وفي هذا غاية التطرف وغاية المراغمة للدين والمكابرة للحقيقة وللواقع وللتاريخ. هذا وسيتناول ابحت عدة محاور منها المشكلة والأهمية والهدف والتعريف بالمفاهيم التطرف والغلو والإرهاب والدين .

المبحث الأول

المحور الأول الإطار العام للبحث

أولاً- مشكلة البحث:

في هذا البحث نؤكد على قضية الغلو والتطرف والإرهاب لذا نؤكد على أننا لا نريد لهذا الفكر أن يكون امتداداً للمنهج الذي يهجه بعض رموز هذا التطرف ممن ينطلقون في أعمالهم من رؤية جزئية لبعض القضايا الإسلامية والاجتماعية ، أو يحبسون أنفسهم ومن وراءهم في اجتهادات قاصرة في بعض

النصوص الشرعية، ويعطلون روح الشريعة وما جاءت لتحقيقه ابتداء من رفع الحرج والوفاء بالمصالح البشرية، كما لا نريد له في نفس الوقت وبنفس القدر أن يكون امتداداً لأبواق السلطة التي تسلط هذه التهمة على كل من تسول له نفسه بالمعارضة الدينية لأعمالها التسلطية، أو الذين ينطلقون في معالجتهم لقضية التطرف من كراهية التدين في ذاته تطرفاً أو اعتدالاً ويتحول الأمر في برامجهم من هجوم على التطرف إلى هجوم على الإسلام، وهذا أمر في غاية القبح والتنكر. كما نؤكد إيماننا العميق بأن قيام هذا الحوار يعد إنجازاً في ذاته، وأن استمرار هذا الحوار وعدم انقطاعه يعد إنجازاً آخر مهما كانت نتيجة هذا الحوار من التقاء فكري بين الفريقين أو مجرد تقارب بينهما أو حتى بقاء كل منهما في مواقفه الفكرية. وقد يتساءل البعض وما قيمة الحوار إن لم يفض إلى غاية، ولم يصل أطرافه من خلاله إلى نتيجة ونقول له: إن مجرد استماع كل فريق إلى الآخر وإدراكه لحقيقة القناعات الفكرية التي يحملها، وتحرير محل النزاع بين الفريقين تحريراً دقيقاً يعد في ذاته إنجازاً هائلاً، ينتفي معه الغبش في رؤية كل منهما للأخر ويمتهد به سبيل أمامهما للمراجعة والتأمل، بعد أن يخلد كل منهما لنفسه، ويقف وجهاً لوجه أمام محكمة الضمير لقد طوف هذا البحث مجالات متعددة، صال وجال في أمور شائكة ومناطق محرمه يتهيبها الكثيرون، وينقطع دونها الأكثرون، ورغم حساسية ودقة هذه المسائل فقد جاء الحوار صريحاً واضحاً مباشراً، قذف فيه كل فريق بما عنده، وعارض الآخر بأقصى ما عنده، وترك للقارئ والمشاهد الحق في إصدار الحكم النهائي لصالح هذه الحجة أو تلك. ولعل هذا الحوار هو أطول وأشمل حوار شهدته ساحات المساجلات الفكرية، واستقراء هذه القضية من مختلف جوانبها في شمول عجيب وترابط غريب.

وإننا ندعو المهتمين والباحثين وعلماء الدين أن يتجردوا مؤقتاً من المواقف المسبقة، وأن يجعلوا من هذه المحاوره سياحة للفكر ونزهة للعقل وفرصة نادرة للمراجعة والتدبر وألا يحمل أحداً منهم تعاطفه مع ممثله في الحوار على القبول المجمل بكل ما يقول مهما بدا في حديثه من قصور أو تكلف في بعض المواضيع، كما لا تحمله معارضته للطرف الآخر على الرفض المجمل لكل ما يقول مهما بدا في حديثه من موضوعية ومنطقية في بعض المواقف.

إنها فرصة نادرة للمراجعة ووقفه هادئة للتأمل وإن العاقل من يجعل الحق ضالته والاعتدال بغيته، ولا يبالي بعد ذلك من أي جهة جاء كما لا يبالي صاحب الضالة الذي ينشدها مع فريق ممن فزع لمعونته أن يجدها لنفسه أو يجدها له غيره، إن مقصوده الأول أن يجد ضالته، ويستوي عنده بعد ذلك أن يتم هذا على يده أو على يد الآخرين، وما هؤلاء الذين خفوا لنجدته إلا كرام محسنون فهم على سعيهم مشكورون، ويحسن تقديرهم جديرون.



إن القصد والاعتدال هو غاية السعي من هذا الحوار، ومما سوف يعقبه من محاورات بإذن الله، وإذا كان ذلك كذلك فسواء جاءت هذه الغاية من هذه الجهة أو تلك أو جاء بعضها من هنا وبعضها من هناك، فإن هذا لا ينبغي أن يؤثر في حس استقبالننا لهذه الغاية المرجوة بكل عدل وتقدير وموضوعية، شاكرين لمن أجريت هذه الغاية على لسانه، وتحقق هذا المقصود من خلاله.

ثانياً- أهمية البحث:

فأهمية هذه الدراسة تبرز من الخطورة التي تتطوي عليها مشكلة التطرف والغلو والإرهاب، بوصفهما مؤشراً لحدوث كثير من الانقسامات والتناقضات والتوترات داخل نطاق الأسرة والمجتمع خاصة، ونظراً لما تلحقه هذه المشكلة من آثارٍ مدمرة على أفراد المجتمع بشكل عام، جعل الباحث يفكر في إمكانية تقديم صورة واقعية للتطرف والغلو في المجتمع يمكن أن يُنتفع منها للحد من هذه المشكلة. ان تسليط الضوء على هذه الظاهرة بوصفها من الظواهر التي تهدد كيان المجتمع الدولي بشكل عام والمجتمعات العربية والإسلامية بشكل خاص، ولتجنيب المجتمع من هذه المخاطر التي تكاد تكون الخطر الأكبر من حيث التحديات المستقبلية، ان أهمية الدراسة جاءت لتحديد أسباب التطرف والغلو والإرهاب وتسليط الضوء على هذه الظاهرة وإيجاد المعالجات الجذرية لها.

ثالثاً- أهداف البحث:

1- إن التطرف والغلو والإرهاب ظاهرة مركبة متعددة التغييرات، ولا يمكن تفسيرها بمتغير أو عامل واحد فقط. فالمؤكد أن هناك مجموعة من العوامل تتفاعل بل تتداخل وتتربط وتتوثر بعضها على بعض سلباً أو إيجاباً فيما بينها لتفجر أعمال التطرف والغلو.

2- إنه يجب التمييز بين الأسباب المباشرة والموقفية التي تفجر أعمال التطرف والغلو والإرهاب، وتلك العوامل غير المباشرة أو الكامنة التي تقف خلفها. فالأولى تعتبر بمثابة المناسبات والشرارات ولكنها ليست الأسباب والعوامل البنائية الكامنة التي تولد الظاهرة. فقيام حكومة ما برفع أسعار بعض السلع مثلاً يسبب عنفاً جماهيرياً فإنه لا يعد السبب الرئيسي للتطرف حيث يرتبط غالباً بوجود أزمة تموية تتمثل بعض أبعادها الاقتصادية في موجات التضخم والبطالة والعجز.

3- وبالرغم من تعدد وتداخل العوامل التي تؤدي إلى حدوث ظاهرة التطرف والغلو إلا أن التأثير النسبي لهذه العوامل ليس واحداً، بل يختلف من دولة إلى أخرى، طبقاً للاختلافات والتميزات المرتبطة بالتركيب الاجتماعي والثقافي والبناء السياسي والظروف الاقتصادية.



4 . تهدف الدراسة على تسليط الضوء على ظاهرة الغلو والتطرف والإرهاب لمعرفة الأسباب الرئيسية لهذه الظاهرة ووضع الحلول والمعالجات.

رابعاً- منهجية البحث:

إن هذه الدراسة يمكن أن تدخل ضمن إطار الدراسات الوصفية، فهي تعتمد على جمع الحقائق وتحليلها وتفسيرها لاستخلاص دلالتها، والتعرف على خصائصها، وذلك لمعرفة معالجة الغلو والتطرف والإرهاب من منظور علم الاجتماع الديني.

المحور الثاني: مفاهيم البحث

1- تعريف الغلو في اللغة: بالرجوع للمصادر والمعجمات اللغوية ظهر إن الغلو: هو مجاوزة الحد وتعديه. وقال الجوهري في الصحاح: (غلا في الأمر يغلو غلوا، اي جاوز فيه الحد). وقال ابن منظور في اللسان (أصل الغلاء: الارتفاع ومجاوزة القدر في كل شيء.. يقال: غاليت صدق المرأة أي اغليته. ومنه قول عمر رضي الله عنه (ألا لا تغالوا في صدقات النساء) وفي رواية: (لا تغالوا في صدق النساء). أي لا تبالغوا في كثرة الصدق (1).

تعريف الغلو اصطلاحاً: لقد اجتهد العلماء في وضع تعريف للغلو منها عرف الحافظ بن حجر رحمه الله انه: المبالغة في الشيء والتشديد فيه ويتجاوز الحد. ومن التعارف عليه ان الغلو من المفاهيم النسبية التي تختلف من زمن إلى آخر، ومن مجتمع إلى آخر، وفق القيم والعادات والتقاليد السائدة، فما يعتبر غلوا في زمن قد لا يكون كذلك في زمن اخر، وما ينظر اليه في مجتمع على انه غلو قد يكون مألوفاً في مجتمع آخر، والاعتدال يتغير مفهومه بتغير الثقافات والديانات والحضارات (2).

للتطرف كما ذكرت ثلاثة معايير منها تجاوز الحدود الشرعية في الإنكار على المخالف، وعلى هذا فإن الخروج على الشرعية القائمة فيما خالفت فيه الشرعية الإسلامية يجب أن يكون ضمن الضوابط والأطر المقررة شرعاً في باب الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر والجهاد في سبيل الله هذه الضوابط التي تقوم على اعتبار المال والموازنة بين المصالح والمفاسد والالتزام بأداب الاحتساب ودرجاته هي التي تكفل الاعتدال والرشد في ممارسة هذه الأعمال، وبدونها يتحول الأمر إلى تطرف منكر وردود أفعال عشوائية لا توتي أكلها ولا تحقق أهدافها بل تنذر بخطر جسيم وشر مستطير.

هل يعد الالتزام بالفرائض والمندوبات، ولتجافي عن المحرمات والمتشابهات أو دعوة الناس إلى شيء من ذلك من قبيل التطرف أو الغلو في الدين؟



كيف يكون التزام الواجبات واجتناب المحرمات والورع عن المتشابهات من قبيل الغلو في الدين؟ وإذا كان هذا هو الغلو في الدين فما هو الدين إذن ، وما عسى يكون ذلك الاعتدال المنشود؟، إن جماع الدين هو التزام الواجبات والكف عن المحرمات والورع عن المتشابهات، قال صلى الله عليه وسلم: (الحلال بين والحرام بين، وبينهما أمور مشتبهات لا يعلمهن كثير من الناس فمن اتقى الشبهات فقد استبرأ لعرضه ودينه ومن وقع في الشبهات فقد وقع في الحرام كالراعي يرعى حول الحمى يوشك أن يواقعها، ألا وإن لكل ملك حمى ألا وإن حمى الله في أرضه محارمه) (3)، وقال صلى الله عليه وسلم (إن الله تعالى فرض فرائض فلا تضيعوها، وحد حدوداً فلا تعتدوها، وحرم أشياء فلا تنتهكوها، وسكت عن أشياء رحمة بكم من غير نسيان فلا تسألوا عنها) (4).

وإن الدعوة إلى ذلك هي الدعوة إلى الدين وإن اتهام العمل بذلك أو الدعوة إليه بالتطرف أو الغلو إنما هو اتهام للدين، وإن من نكد الدنيا أن يطرح هذا السؤال ابتداء في أمة تنتسب إلى الإسلام وفي مجتمع يعلن أن دينه الرسمي هو الإسلام وأن الشريعة الإسلامية هي مصدره الرئيسي للتشريع.

2-العنف: العنف في اللغة هو الخرق بالأمر وقلة الرفق به، وهو ضد الرفق ويقال عنفه تعنيفاً، إذا لم يكن رفيقاً في أمره وهو الشدة والمشقة، وكل ما في الرفق من الخير ففي العنف من الشر مثله (5).

وقد عُرِّفَ العنف في بعض العلوم الإنسانية المعاصرة تعريفاً مشابهاً، فجاء في المعجم الفلسفي بأن العنف مضاد للرفق، ومرادف للشدة والقسوة، والعنيف هو المتصف بالعنف، فكل فعل شديد يخالف طبيعة الشيء ويكون مفروضاً عليه من خارج فهو بمعنى ما فعل عنيف (6). كما عُرِّفَ في العلوم الاجتماعية بأنه استخدام الضبط أو القوة استخداماً غير مشروع أو غير مطابق للقانون من شأنه التأثير على إرادة فرد ما (7).

3-الإرهاب: يعد تعريف مصطلح الإرهاب من التعريفات المختلفة عليها في العالم، إذا لا يوجد تعريف مقبول ومتفق عليه عالمياً حتى الآن وتعتمد الدراسة الحالية إجرائياً التعريف المحلي للإرهاب بحسب ما ورد في قانون مكافحة الإرهاب في العراق، إذا عرف على أنه كل عمل إجرامي يقوم به فرد أو جماعة منظمة تستهدف فرداً أو مجموعة أفراد أو جماعات أو مؤسسات رسمية أو غير رسمية تؤدي إلى أوقع الإضرار بالممتلكات العامة أو الخاصة بغية الإخلال بالوضع الأمني أو الاستقرار والوحدة الوطنية، أو إدخال الرعب أو الخوف والفرع بين الناس أو إثارة الفوضى تحقيقاً لغايات إرهابية (8).



كما يمكن تعريفه هو عمل عنفوي يستهدف ارضاخ الجماعة لأرائه وفرض معادلة مغايرة بمنطق القوة من خلال تجذير الخوف وزرع القلق في محيطه، ويكون الإرهاب وسيلة يستخدمها الأفراد والجماعات ضد الحكومات، ويمكن أن تستخدمها وترعاها حكومات ضد مجموعات معينة.

الإرهاب لغتا: كلمة حديث في اللغة العربية وجذورها رَهَبٌ، هو كل من يتخذ العنف والإرهاب لإقامة سلطته وفي الوقت الحالي الإرهاب هو الرعب الذي تلجا اليه مجموعة او فرد كالقتل والتخريب والحكم الإرهابي هو نوع من أنواع الحكم الاستبدادي الإرهاب ليس اختراعا عربيا ولا هو بدعة إسلامية انه ظاهرة نافرة ومدمرة من مظاهر الاضطراب السياسي في العصر الحديث (9).

إن الإرهاب معناها من اللغة هو فعل يستعمل للعدية في مادة الرهب والرهبه فمعنى والرهبه تقول رهيب الشيء، والرهب، التعبد ومن باب الإرهاب بقوله هو قدع الإبل من الحوض وذباها (10).

تعريف الإرهاب في قاموس اكسفورد: (سياسة، او أسلوب يعد الإرهاب، وإفزاز المناوئين، أو المعارضين لحكومة ما، كما إن كلمة (إرهابي) تشير بوجه عام إلى إي شخص يحاول إن يدعم آراءه بالإكراه أو التهديد أو الترويع (11).

المبحث الثاني

التنشئة الاجتماعية ودورها في معالجة الغلو والتطرف والإرهاب

حظي مفهوم التنشئة الاجتماعية باهتمام كبير في مختلف مجالات المعرفة (علم الاجتماع الأنثروبولوجيا، علم النفس) وفي المعاجم والقواميس، فضلاً عن الأبحاث والدراسات الاجتماعية والنفسية والتربوية، وعليه يمكن القول إنه لا يمكن استيعاب مفاهيم التنشئة الاجتماعية في مبحث أو في مقال، وما سنذكره هنا لا يعني سوى قليل من كثير وغيض من فيض. ويلاحظ أنه لا يوجد تعريف جامع مانع لهذه العملية لأنها إحدى عمليات العلوم الاجتماعية التي تتسم بالنسبية والتغير عبر الزمان والمكان، فهي أصلاً عملية تتعلق بالإنسان في سياقه الاجتماعي وفيما يلي نماذج لبعض مفاهيم التنشئة الاجتماعية.

وقد ورد مفهوم التنشئة الاجتماعية بصورة أدق واشمل ليبدل على (عملية اجتماعية نفسية تتقوم بها نفسية الفرد وتتطور للتعلم داخل وخارج الأسرة او بوسائل الضبط الاجتماعي Social control يتلاءم الفرد مع حضارته. ويصبح قادراً على العيش في مجتمعه وعلى تطبيق نظمه والتفاعل مع حضارته وتتضمن عملية التنشئة الاجتماعية غرس قيم الجماعة ومثلها وأهدافها في نفس الشخص وتعليمه كيفية التعبير



عنها بمعايير اجتماعية وبأطر من ادوار وفعاليات اجتماعية وتستغرق عملية التنشئة الاجتماعية عمر الإنسان كله (12).

كما نعرف عملية التنشئة الاجتماعية Socialization Process على أنها العملية التي يتحول فيها الفرد إلى إنسان اجتماعي وما يرافق ذلك من تحولات تساعده على المحافظة على حياته وعاداته وتقاليده التي تمكنه من العيش مع الجماعة (13).

ونظرا لأهمية دور المؤسسات التربوية في بناء وتكامل شخصية الطفل وتنشئته فإننا سوف نستعرض أبرز هذه المؤسسات.

أولاً. الأسرة: تعد الأسرة من أهم المؤسسات الاجتماعية التي تقوم بعملية التنشئة الاجتماعية لان الدور الرئيس للتنشئة الاجتماعية يقع على عاتق الأسرة فالأسرة هي المؤسسة التربوية الأولى التي يتلقى الطفل منذ ان يفتح عينيه على النور وهي الوعاء الذي تشكل داخله شخصية الفرد تشكيلا فرديا واجتماعيا، وهي أول جماعة يعيش فيها الطفل ويشعر بالانتماء إليها، ويتعلم كيف يتعاون مع الآخرين في سعي لإشباع حاجاته كما وتعد الأسرة الوحدة الاجتماعية البنائية الأساسية للمجتمع وتنشأ منها مختلف التجمعات الاجتماعية وتعد الأسرة الثمرة الطبيعية للزواج(14) وقد اجمع الباحثون على أهمية المراحل الأولى من عمر الطفل كونها أكثر أهمية وخطورة، ففيها يكتسب المهارات البدنية والعقلية والنفسية والاجتماعية التي تساعده على أدائه شؤونه وكل هذا يتطلب من الأسرة الوعي الكامل بحاجاته اللازمة لنموه وتطوره ومن أهم هذه الحاجات حاجة الطفل إلى الشعور بالأمن والاستقرار والى تعزيزه بنفسه(15) هذا وان عملية التنشئة الاجتماعية ليست عفوية أو عشوائية وإنما هي تربية مقصودة ومعيارية تساعد على الاستدماج في ثقافة مجتمعه .

ثانيا - الإقران (الرفاق): على الرغم من كون جماعة الإقران لا تمثل مؤسسة بالمفهوم العلمي إلا أنها ذات أهمية في بناء شخصية الطفل إذ تقوم جماعة الإقران أو الرفاق أو الصحية بدور مهم في عملية التنشئة الاجتماعية وفي النمو الاجتماعي للفرد فهي تؤثر في معايير الاجتماعية وتمكن له القيام بأدواره الاجتماعية المتعددة وتتوقف مدى تأثير الفرد لجماعة الإقران على درجة ولائه لها ومدى تقبله لمعاييرها وقيمتها واتجاهاتها وعلى تماسك هذه الجماعة ونوع التفاعل القائم بين أعضائها(16) حيث انه كلما تقدم الطفل في عمره قل تأثير أسرته في عملية التأسيس والإنماء الاجتماعي ويقابل هذا الضعف الأسري ازدياد تأثير جماعات الأصدقاء واللعب في المدرسة وخارجها بسبب ميله لإقامة علاقات وصدقات مع أفراد نفس شريحته العمرية لأنهم يمثلوا طموحه وحيويته وهوايته ومصالحه(17) .



ثالثا- المدرسة : والمدرسة هي بيئة تعليمية وتربوية لاتحد أسوارها ولها مكان الصدارة في اهتمامات الدولة بوصفها أداة ضرورية للتربية والتعليم والتنقيف وتدعيم النظام القائم واستقراره وهي أداة استكمال لما قام به الأسرة من تنشئة اجتماعية وتصحيح لما اكتسبه الطفل من معارف وقيم واتجاهات لا تتبثق والنظام المجتمع القائم⁽¹⁸⁾ فضلا عن وظيفتها الاجتماعية الرئيسية وهي ديمومة ثقافة وتميبتها وتوفير البيئة الملائمة لتيسير عملية قيم المجتمع واتجاهاته ومعايير السلوك فيه وتكييفهم لأنماط السلوك التي يرتضيها المجتمع في المواقف والمناسبات الاجتماعية المختلفة بما يؤدي إلى حصول عملية التنشئة الاجتماعية وفي إطار هذه البيئة تمارس المدرسة أنشطة عديدة تتوسل بها لتحقيق وظيفتها الاجتماعية وتشرف على التفاعلات والمعاملات المؤدية الى تسريع عملية الاجتماعية ومنها ما يحدث في المدرسة من نشاطات مصاحبه غير منهجية تواكب التحصيل الدراسي وتعززه بشكل غير مباشر مثل احترام النظام والمواظبة وحسن الإصغاء والتوقعات المرتبطة بالتحصيل الدراسي والتنافس وكل ما من شأنه المساعدة في تنمية الذات وفق الأنموذج المطلوب كما تمارس المدرسة معادلة الثواب والعقاب بمستوياتها المتدربة ولكن من غير بعد عاطفي أو انفعالي مثلما في الأسرة⁽¹⁹⁾ لما كانت المدرسة هي إحدى المؤسسات الاجتماعية المهمة التي تقوم بعملية التنشئة الاجتماعية وان لها دورا تقليدياً في نقل التراث الثقافي من جيل الى جيل وفي مساعدة الأفراد على تقبل العادات والتقاليد والمعايير والقيم السائدة في المجتمع، وفي تحقيق الاستقرار والتكامل بين مختلف الجماعات والمنظمات الاجتماعية فان هذا الدور المحافظ للمدرسة لا يساعد على بناء الإنسان العصري الذي يستجيب للتغيرات السريعة والتي أصبحت سمة من سمات العصر والذي يعمل على تجديد الأوضاع القائمة في المجتمع ويسعى إلى خلق حياة علمية واجتماعية وثقافية جديدة ويتطلب بناء الإنسان العصري غرس مجموعة من القيم والاتجاهات في نفوس الطلبة على اختلاف مستوياتهم وتزويدهم بالمعارف والمهارات تمكنهم من المساهمة الايجابية في صنع المستقبل وتهينه المناخ العلمي الذي يساعدهم على البحث والتجديد والابتكار وغرس قيم العلم بتعويدهم على إتباع الأسلوب العلمي في التفكير والالتزام بالدقة والحياد والموضوعية ونبذ التفكير الارتجالي ذلك لان هذه الأنواع الأخيرة من التفكير تكبل عقل الطفل وتحد من طموحه وتعوق تقدمه⁽²⁰⁾ ومن الضروري إن تعمل المدرسة على تشكيل شخصية الإنسانية على أساس ديمقراطي وجعل المبادئ والقيم الديمقراطية أسلوبا لها وان تكون سلطة المدرسة بعيدة عن نظام صارم ومعتمدة على التسامح وتشير الدراسات الحديثة إلى إن العلاقة التسلطية بين المدرس والطالب تناسب عكسيا مع قدرة الطالب الابتكارية والإبداعية، وان تعمل المدرسة على تأكيد مقومات الشخصية القومية، وغرس القيم والاتجاهات



الدينية حتى تتعمق الصلة بين الدين والدنيا ويتصل ماضي المجتمع يحاضره ومستقبله في تكامل حي خلاق.

رابعا - دور العبادة: تعد دور العبادة من المظاهر البيئية الاجتماعية عرفت في كثير من المجتمعات القديمة والمعاصرة ولا يقف تأثيرها عند كونها لممارسة الشعائر الدينية بل أنها مؤسسات مارست تأثيرها في أعمق مظاهر الحياة الاجتماعية فمازال من القادة في بعض الدول من يتولون السلطة في بلادهم في هذا الدور ويتأييد من القائمين عليها(21) وقد أصبح للأديان نفوذا ضخما في اغلب المجتمعات الإنسانية تكاد تفوق الضوابط الأخرى في المجتمع. فالدين له تأثير في تنظيم المجتمع وهو يضبط سلوك الأفراد والجماعات على السواء ويعد الدين الإسلامي من أقوى الأديان ضبطا للمجتمع وتشمل الدين الإسلامي العبادات والمعاملات إما العبادات فتتعلق بالصلة بين العبد وربّه بينما المعاملات فتتعلق بالعلاقات بين الأفراد:

رابعا - المؤسسة الإعلامية: تعتبر وسائل الإعلام تحدث تأثيرها بما تتطوي عليه من أحاطه الطفل بموضوعات وإغراء الأطفال واستمالتهم ليسلكوا بما يتفق مع رغبه موجه الرسالة فضلا عن إتاحة الفرصة للترفيه والترويح.. وهو هدف يأتي في المقدمة، والاستفادة من وسائل الإعلام في التنشئة الاجتماعية للطفل ليست حديثة، فالحكايات والقصص والملاحم الشعبية كانت تستعمل قصدا وبغير قصد في اكتساب الطفل كثير من عادات المجتمع وتقاليدّه إلى إن أصبح للطفل مساحة من صفحة أو أكثر في جريدة يومية أو مجلة خاصة به أو برنامج إذاعي موجه يقصده. وتعد وسائل الإعلام ومنها التلفاز بمثابة الناقل الأساسي للثقافة في عصرنا الحديث وهي أدوات ثقافية تساعد على دعم المواقف أو التأثير فيها، وعلى تعزيز ونشر الأنماط السلوكية وتحقيق التكامل الاجتماعي، وهي الوسيلة الأساسية بالنسبة للملايين في الحصول على الثقافة بجميع أشكال التعبير وتستطيع إن تقدم روائع الإبداع في الماضي والحاضر(22) ولا تزال السينما والإذاعة والتلفاز من اهم وسائل التسلية والترفيه وقضاء الوقت الفراغ وخاصة عند الأطفال وقد اختلف الرأي بشأن هذه الوسائل فيما يتعلق بمدى علاقتها بالانحراف الأطفال فتوصلوا من خلال دراساتهم وتجاربهم إلى نتائج تأثيرها على نفوس الأطفال ايجابيا وسلبيا، كما اتجهت كثير من الدول المعاصرة الى الرقابة التامة على الوسائل وتوجيهها قانونيا وثقافيا تفاديا لمضارها واستغلالها ذات الوقت لفائدة الأطفال والكبار على حد سواء(23) هذا ولاشك إذا أحسن توجيهها فإنها تستطيع ان تصبح أداة فعالة وقوية في إرساء القواعد الخلقية والدينية لمجتمع فاضل .

المحور الثالث المؤسسة الدينية ودورها بالتنشئة الاجتماعية

أولاً - المؤسسة الدينية ودورها في عملية التنشئة الاجتماعية. يمثل الدين البناء المعياري الذي يسير عليه سلوك الفرد وينتظم عليه بناء المجتمع .وتتميز الثقافة العراقية بصفة عامه بقوة النظام الديني ، ويعتبر الدين مركز الثقافة العراقية ، وفلسفة شاملة تقدم الإجابة على كل تساؤل وتعطي مبررات لكل عمل ، وتمثل دور العبادة المركز الديني والثقافي الوحيد الذي تلتقي فيه أعداد كبيرة من الناس بحرية وبدون تصريح رسمي سابق كما إن أهمية دور العبادة ترجع إلى أنها لا تعترف بالفروق الطبقية لدى الكبار والصغار أثناء ممارسة الشعائر الدينية ، وتدعم لديهم الإحساس بالتضامن والتآخي والتآزر في المحن التي قد يبتلى الإنسان بها .ولا يتوقف دور العبادة على ممارسة الطقوس والشعائر الدينية فقط بل هي تزود الناشئة بالكتب والدراسات التي تعينهم على فهم دينهم ، وتعينهم أيضاً على تدعيم وبتث القيم الروحية التي لا غنى عنها في تماسك وتعاضد المجتمع الإنساني.

ثانياً. معالجة ظاهره العنف والتطرف. إن التعامل مع هذه الظاهرة إنما يحيلنا إلى المفهوم عبر مظهراته. أن كلمة (عنف) كلمة غير ساكنه كلمة محتدمة وجارحه وتحمل سمات متناقضة ظاهرياً. ولكن ذلك لا يجعلنا نبحر باتجاه النيات الحسنة التي تغلق هذه الظاهرة المنفلتة من عقالها والتي تكسيها الرؤيا المضادة بعدا لا شرعياً يستند بالدرجة الأساس إلى تاريخ طويل من العلاقة ألقائمه على مبدأ القراءة المخالف هو المضادة في العالم. وتقف خلف كل سلوك جملة دوافع وعوامل تفسر أسباباً كامنة تغل انتهاج السلوك المعين. وظاهرة التطرف والعنف لها أسبابها ودوافعها وعلينا تحديدها بشكل واضح للوصول إلى جوهر الحلول وجذورها، ولا شك أننا سنكون في حالة إرباك إذا لم نعرف حقاً الأسباب التي تدفعنا وتسيرنا، من هنا علينا تحاشي الأحكام المتسرعة لظاهرة العنف.

وهي من أهم الظواهر التي تؤثر سلبياً في بناء الفرد والمجتمع على السواء والتي أصبحت في أيامنا جزءاً لا يتجزأ من مجموع السلوكيات في الحياة اليومية والتي تظهر في غالبية جوانب الحياة، في العائلة، في العمل، في المؤسسات على أنواعها من ضمنها مؤسسات التربية والتعليم والأماكن العامة وغيرها. هذه الظاهرة هي ظاهره العنف التي بدأت تنتشر في مجتمعاتنا وإن كانت تلبس أوجه مختلفة ومتنوعة فهي في ماهيتها متشابهة وتظهر كرد فعل سلبي وتكون موجهة إلى الفرد نفسه أو إلى الغير أو للاتجاهين معاً .أسباب العنف ودوافعه كثيرة وهي تنحدر من مصادر شعورية و عقلانية .ولما لهذه الظاهرة من تأثير ومخاطر فإن المجتمعات ترفضها وتولي الأهمية لمعالجتها ومحاربتها ونحن بدورنا نتكاتف سوية كمجتمع متحضر للعمل على منع العنف في جميع جوانب حياتنا البيت والأهل من خلال دورهم في

تربيته أولادهم يهتمون ببناء أفراد صالحين يتعاملون فيما بينهم ومع الآخرين وفي المجتمع من منطلق التسامح وعدم العنف. فالمدرسة وما لها من دور كبير في تنشئة الطلاب أجيال المستقبل وهي مسؤولة عن تطور هذه الأجيال ، تهتم من خلال التربية والتعليم بأن ينشأ جيل وأجيال تتعامل بالمحبة والتعاون والتفاهم وينطلقون في أداء أدوارهم في مواقع مختلفة من الحياة وهم يتمتعون بالقيم السامية ويتحلون بالأخلاق الحميدة. من هذا المنطلق نرى أن المدرسة والبيت شركاء في تنمية هذه الأجيال وتضع نصب أعينها وفي مقدمة أولوياتها أن يتخرج من بين جنابتها رجال ونساء أعضاء نافعون صالحون ، يتعاملون في مجالات حياتهم بالأخلاق الحميدة ويرفضون العنف. في البداية لا بد لنا من أن نقول أن العنف يعد ظاهره اجتماعيه ولكن هل هو ظاهره اجتماعيه أم انه ظاهره لغويه ونفسيه وعضويه . إن الحديث عن العنف على اعتباره ظاهره اجتماعيه قائمه بحد ذاتها خارج هذه الدائرة الثلاثية إنما يوقعنا في وهم التجريد. فالعنف ظاهره عدمية محضة تستند على المغالطة في وجهات النظر والإمعان في تدمير الآخر (24).. لقد أصبح ظاهرة في بلاد الغرب واني لا أخفى عليكم أرى المشاهد هذه يوميا وبشكل مستمر إذا كان في الشارع أو التلفزيون. حالات شاذة مؤذيه ومع تصورنا أن هذه الجرائم في مجتمعاتنا تبقى في إطار محدود إلا أن الأمر يستدعي التذكير بشناعة هذا الأمر ومخالفته لشريعة الإسلام ونظامه الأخلاقي. فهذا رسول الإسلام - صلى الله عليه وسلم - يقول: "إني أخرج حق الضعيفين: اليتيم والمرأة. ولما أخبر - صلى الله عليه وسلم - بأن رجالا يضربون نساءهم. قال: " ليس أولئك بخياركم. وإن احتاجت المرأة أو الطفل إلى التقويم يبقى الكي آخر العلاج(الرِّجَالُ قَوَّامُونَ عَلَى النِّسَاءِ بِمَا فَضَّلَ اللَّهُ بَعْضَهُمْ عَلَى بَعْضٍ وَبِمَا أَنْفَقُوا مِنْ أَمْوَالِهِمْ فَالصَّالِحَاتُ قَانِتَاتٌ حَافِظَاتٌ لِلْغَيْبِ بِمَا حَفِظَ اللَّهُ وَاللَّاتِي تَخَافُونَ نُشُوزَهُنَّ فَعِظُوهُنَّ وَاهْجُرُوهُنَّ فِي الْمَضَاجِعِ وَاصْرَبُوهُنَّ فَإِنْ أَطَعْنَكُمْ فَلَا تَبْغُوا عَلَيْهِنَّ سَبِيلًا إِنَّ اللَّهَ كَانَ عَلِيمًا كَبِيرًا)" (25) (وعندئذ لا بد من مراعاة الضوابط الشرعية التي تضمن سلامة النفس والجسد ولا تبيح الإيذاء.

يمكن البعض ان يستهينوا بالعنف مع الحيوان...ولا يدركون من أنهم سوف يحاسبون عليه يوما لا يفيد فيه الندم.

إن بعض من انتكست فطرتهم يتلذذون بتعذيب الحيوانات ويستعملون العنف معها، وهذا مما نهى عنه الإسلام، فقد دخل النبي - صلى الله عليه وسلم - بستانا لرجل من الأنصار فإذا جمل، فلما رأى الجمل النبي - صلى الله عليه وسلم - حنَّ وزرقت عيناه فمسحه النبي - صلى الله عليه وسلم - ثم قال: من رب هذا الجمل؟ لمن هذا الجمل؟ فجاء فتى من الأنصار فقال: لي يا رسول الله. فقال: أفلا تتقي الله في هذه البهيمة التي ملكك الله إياها؟ فإنه شكا إلى أنك تجيعه وتدئبه (تتعبه) (26) وتقف خلف كل سلوك

جملة دوافع وعوامل تفسر أسباباً كامنة تغل انتهاج السلوك المعين. وظاهرة التطرف والعنف لها أسبابها ودوافعها وعلينا تحديدها بشكل واضح للوصول إلى جوهر الحلول وجذورها، ولا شك أننا سنكون في حالة إرباك إذا لم نعرف حقاً الأسباب التي تدفعنا وتسيرنا، من هنا علينا تحاشي الأحكام المتسارعة لظاهرة العنف. لكن هناك عدة ملاحظات منهجية في بحث مسألة الدوافع والأسباب.

1- إن العنف ظاهرة مركبة متعددة التغييرات، ولا يمكن تفسيرها بمتغير أو عامل واحد فقط. فالمؤكد أن هناك مجموعة من العوامل تتفاعل بل تتداخل وتتربط وتؤثر بعضها على بعض سلباً أو إيجاباً فيما بينها لتفجر أعمال العنف.

2- إنه يجب التمييز بين الأسباب المباشرة التي تفجر أعمال العنف وتلك العوامل غير المباشرة أو الكامنة التي تقف خلفها. فالأولى تعتبر بمثابة المناسبات والشرارات ولكنها ليست الأسباب والعوامل البنائية الكامنة التي تولد الظاهرة. فقيام حكومة ما برفع أسعار بعض السلع مثلاً يسبب عنفاً جماهيرياً فإنه لا يعد السبب الرئيسي للعنف حيث يرتبط غالباً بوجود أزمة تنموية تتمثل بعض أبعادها الاقتصادية في موجات.، فإنه من المحتم أن خلف هذه الحادثة تقف ثمة أسباب مباشرة لاندلاع العنف كان هذا الحدث شرارة نهوضها على أرض الواقع.

3- إنه على الرغم من تعدد وتداخل العوامل التي تؤدي إلى حدوث ظاهرة العنف إلا أن التأثير النسبي لهذه العوامل ليس واحداً بل يختلف من دولة إلى أخرى طبقاً للاختلافات والتميزات المرتبطة بالتركيب الاجتماعي والثقافي والبناء السياسي والظروف الاقتصادية. وفي بعض الحالات، يمكن القول بوجود عامل أو عوامل جوهرية أو مركزية تؤدي إلى أعمال العنف بينما يأتي تأثير العوامل الأخرى في مرتبة تالية. فعلى سبيل المثال كانت تعتبر أزمة التكامل وتسييسها عاملاً محورياً للعنف السياسي في السودان والعراق بينما الأزمة الاقتصادية كانت عاملاً جوهرياً للعنف السياسي في لبنان وتونس في الثمانينيات. أن نتعمق في مسألة تفاوت الظرف والمكان، لإيماننا بأن العنف أمر نسبي متعدد الأوجه حيث إن هدفنا معالجة العنف في داخل العقول.

ويقول الدكتور علي الدين هلال في ندوة بجامعة القاهرة حول التطرف الفكري عام 1994: (إن التطرف يبدأ بالعقل ثم ينتقل إلى السلوك)، ويضيف (إنها ظاهرة عالمية تتسم بمجموعة من السمات المشتركة أهمها توهم (احتكار الحقيقة) والتفكير القطعي ورفض الاختلاف والتعددية واستخدام الألفاظ والمصطلحات السياسية الغليظة كالخيانة والكفر والفسوق وعدم التسامح) (27).



وقد حدد مفتي الجمهورية دكتور سيد طنطاوي في الندوة ذاتها الإنسان المتطرف بأنه (المتجاوز للحدود الشرعية في أي أمر من الأمور حتى في العبادة نفسها).

ومن الذين طرحوا رأياً متميزاً في مجال تعريف التطرف الدكتور سمير نعيم أحمد أستاذ ورئيس قسم اجتماع في جامعة عين شمس حيث قال: (إن التطرف ليس كما يشاع بأنه خروج عن المألوف فكل الأديان السماوية كانت خروجاً عما ألفه الناس، بل أنه مرادف للكلمة الإنجليزية (Dogmatism) أي الجمود العقائدي والانغلاق العقلي) (28).

عرف الدارسون في مجال العلوم الاجتماعية ثلاث صور أساسية للعنف:
1 - العنف المؤسسي، الذي تعبر عنه ممارسات بعض الحكومات خروجاً عن الدساتير والمواثيق والشرعية التي ارتضتها لنفسها.

2 - المقاومة المسلحة.

3- العنف الهيكلي الذي ينجم عن التفاوت في توزيع الدخل والثروات وفرص الحياة أو هو نتيجة الانقسام الطبقي داخل كل مجتمع.

لا زالت الأطر الديمقراطية في مجتمعاتنا العربية هشة مما يقلص إمكانية استقرار الدولة المدنية ويفضي إلى تكريس مفاهيم أقرب للديكتاتورية والعنف. ولعل أهم وأبرز الأطر الديمقراطية فتح قنوات قانونية للتعبير عن الرأي والفكر دون التعرض لهم أو إيجاد وصاية على إبداعهم، وكلما ضاقت هذه السبل نما الشعور بالظلم وعظمت مشاعر القنوط والسخط (29)

وقد تنشأ تبعاً لذلك ظاهرة الفئات المهمشة اجتماعياً وسياسياً في ظل فقدان الأطر الديمقراطية المتاحة وإدماجهم في نسيج المجمع المدني وما يصاحبه استبعاد الأقليات أو الفئات المعارضة وحركات الرفض ما يكونوا مادة خامة للعمل السياسي العنيف، ألم يكن الطلبة والعمال نموذج الفئات المهمشة التي وجدت طريقها نحو العنف والشغب متى أتاحت الفرصة لذلك؟

يقول الأستاذ حافظ الشيخ: (إن مجرد العزل القسري للناس ومجرد إقصائهم عن مجاري الشأن العريض العام هو في حد ذاته يخلق أفضل الظروف لنشأة التطرف وهكذا فإن التطرف يزداد مع الزمن ويشد بفعل حالة العزل والإقصاء ومع الإمعان فيها).

لقد حاربت بريطانيا الجيش الجمهوري الإيرلندي بكل وسائل الأمن والجيش وأحدث المعدات الحربية الاستخباراتية والإعلامية لدرجة حجب بث أصوات ممثليهم، لكن أصوات قنابلهم ضلت تلعلع في بريطانيا



حتى اضطرت الحكومة العمالية الجلوس على طاولة الحوار للتفاهم. وإسبانيا ضلت عقوداً طويلة في حرب منهكة واستنزافية مع منظمة (إيتا) التي تطالب بانفصال إقليم إلباسك (شمال غرب إسبانيا) حتى قبل الطرفان الحوار الهادئ بدلاً عن الرصاص. إن ضيق قنوات الحوار وغياب القنوات الوسيطة أو عدم فاعليتها - وهي التي تقوم بتجميع المطالب وتوصيلها وتنظيم علاقة الحاكم والمحكوم - وعدم الاعتراف بمبدأ المعارضة السياسية وغلق كل قنوات التعبير الشرعي يكون حافزاً لتحريك العنف لدى فئات عريضة من المجتمع. في الوقت ذاته فإن إغلاق منافذ الحوار يشكل حزمة تمنع القوى السياسية والاجتماعية من تنمية ذاتيتها الفكرية والاجتماعية بحيث تطرح بدائل عملية للإصلاح السياسي والنظم الفاسدة القائمة في المجتمع أو تقدم برامج لكيفية بناء السلطة وممارسة الحكم الصحيح وكيفية مواجهة المشاكل الاقتصادية والاجتماعية والسياسية المترامية، حيث تظل منهكة في صراع وتحدي السلطة وردود الأفعال وتكتفي بإعلان المعارضة والاحتجاج والرفض للنظم السياسية القائمة (30).

ثالثاً- التعالي السلطوي:

أثرتنا أن نضيف هذه النقطة منفصلة عن النقاط السابقة برغم كونها لا تمس الدوافع الفكرية لنشأة العنف أو النظم الداخلية للتيارات السياسية والفكرية المختلفة، ذلك أنه من الصعب حصر التطرف في الأفراد والجماعات وتناسي القابضين على الحكم باعتبار أن التطرف والعنف هو في الغالب رد فعل (31) وعادة ما تكون الدولة هي المبتدئة بالعنف، فهي المؤهلة بسهولة للانزلاق إليه نظراً لضيق أفق الحاكمين وسعيهم الحثيث للحفاظ على الحكم واستغلال المكنة والقدرة التي تمنحهم الدولة في تكريس سطوتهم. وتقصّد بذلك التطرف الذي يمارسه أصحاب الدولة لإضفاء الشرعية على حكمهم بتوظيف الدين توظيفاً سياسياً عندما لا تكون ثمة شرعية سياسية، فإنهم يلجئون إلى التعالي بالسياسة لجعل حكمهم يعلو على كل شرعية بشرية. لنا في التاريخ السالف أمثلة عديدة ذات دلالة مهمة في تكريس التعالي السلطوي نذكر بعضها ونحيل جُلها إلى دفاتر التاريخ المليئة بحبر أسود تنثر الشجون وحرقة القلوب على فداحة العبث بالدين والإسلام.

وساهم الأمويون أيضاً في تكريس أيديولوجية الجبر طلباً للشرعية فأسبغوا على أنفسهم ألقاباً تجعل وجودهم من وجود الله، مثل خليفة الله في الأرض وأمين الله.. الخ. وهي الألقاب التي تنهض من قبل طبقة الشعراء والقصاص وخطباء الجمعة الرسميين، بل عمدوا إلى وضع أحاديث ترفع من شأنهم وتجعل مقامهم عند الله أسمى من مقام جميع البشر وهكذا نسبوا إلى النبي (صلى الله عليه واله) أنه قال: (الأماء عند الله ثلاثة جبريل وأنا ومعاوية). كما نسبوا إليه حديثاً يقول: (اللهم علم معاوية الكتاب ومكن



له في البلاد وقه العذاب). ولما توفي معاوية عم خلفاؤه جملة ادعاءات ففسبوا إلى النبي أنه قال: (إن الله تعالى إذا استرعى عبداً رعيته كتب له الحسنات ولم يكتب له السيئات). وأنه قال أيضاً: (إن من قام بالخلافة ثلاثة أيام لم يدخل النار). وخطب هشام بن عبد الملك حين ولي الخلافة فقال: (الحمد لله الذي أنقذني من النار بهذا المقام وأحضر يزيد بن عبد الملك أربعين شيخاً شهدوا له أنه ما على الخلفاء حساب وعقاب) (32).

إن السلطة والدولة بحكم امتلاكها المكنة المادية والقدرة تفضي إلى أن تكون سبباً مباشراً في تكريس العنف في الأفراد والجماعات. فبالإضافة إلى الإضفاء الشرعي وخلق الهيبة والقدسية على سلوكيات السلطة فإنها تمارس سياسات دكتاتورية من شأنها زج الجماهير قسراً للعنف من مثل التمييز وسلب الحقوق السياسية والاجتماعية والسياسات الاقتصادية الخاطئة واضطهاد وتعذيب الشعوب وقمع الهوية الثقافية والدينية لشعب أو أمة ما، مما يكون سبباً رئيسياً لنشأة الأصولية.

وعادةً ما تبدأ السلطات بممارسة العنف من خلال اتخاذ إجراءات وقائية كما يطلق عليها من مثل حملات الاعتقال أو المحاكمات الاستثنائية وهذا يمكن أن يخلق ردود أفعال مضادة. بل إن النظم السياسية ما برحت تفتأ تكس مخازنها كافة الأسلحة الفتاكة والتجسسية والقمعية وتعطي اهتماماً متزايداً لأجهزة ومؤسسات القمع والقهر كالجيوش وقوات الأمن، وقوات الحرس الجمهوري والاستخبارات العسكرية والمدنية والمليشيات الميدانية وكأنها في حرب دائمة مع (الشعب) نفسه ويقول الباحث الفرنسي فرانسوبورجا: (إن ما يطلق عليه العنف الديني يستتر وراءه - في معظم الأحيان - العنف الذي تمارسه النظم التي تفضل أن تقدم خصومها الذين يتحدونها في صورة الشيطان، وذلك لتجنب مواجهة نتائج الانتخابات. وعندما تغلق الأنظمة - بهذه الطريقة - أبواب الوصول إلى الساحة السياسية الشرعية أمام الإسلام السياسي فهي تدفعه إلى ممارسة هذا العنف لكي تبرر لجوؤها إلى القمع لحماية كيانها). يقول الكاتب مصطفى حجازي: (ردود فعل السلطة عنيفة ومباشرة وتأخذ طابعاً مادياً. والبنية الاجتماعية التي تنتج عن هذه الوضعية جامدة متصلبة، لا تتضمن أي صمامات أمان أو أي تقنية للعدوانية التي لا بد أن تتراكم، ولذلك فإن هذه العدوانية لا بد أن تنفجر في الداخل والخارج تبعاً للظروف). والأدهى من ذلك أنها أحياناً - ومن خلال أجهزتها وعناصرها الاستخبارية تتسلل داخل القوى الوطنية والمعارضة لتدفع تلك القوى نحو ممارسة أعمال عنف وشغب وتحدي أو تشعل فتيل الفتنة بين عناصرها أو تمارس نشاطاً تخريبياً مرعباً تنسبه لتلك القوى، وحينها تصبح عملية ضربها وتفتيتها أمراً مبرراً وشرعياً تتبجح به أمام محطات التلفاز (33).

- 2- ممارسة النقد الذاتي للتكيف مع روح العصر وملاحقة العلل والمثالب.
- 3- فتح حوار مع المتطرفين والتعاون معهم في المجالات السياسية والاجتماعية والدينية كسبيل لوقف تماهي التطرف فيهم.

المبحث الرابع: نتائج وتوصيات البحث

اولا - نتائج البحث

1. البيئة المغالية، أو المستخدمة للشدة والضغط والإكراه والتي ينتج عنها ومنها: التكوين النفسي والفكري لبعض المغالين، والفراغ وعدم البصيرة بالأولويات، والاعتماد على النفس من أول الأمر في تحصيل العلم أو المعرفة، أو التلقي عن جاهلين، مع خلو الساحة من العلماء الذين يضبطون الفكر والتصور والسلوك، والتصدر للفتوى والاجتهاد قبل الاستواء والنضج.
2. لقد أثبتت الدراسة أن ضعف المستوى العلمي والثقافي يولد الرغبة في الطاعة مع الجهل لممارسة أفعال الغلو والتطرف والإرهاب.
3. وقد يحدث الغلو في مجتمع شهد المغالون فيه تعطيل شرع الله في الأرض و"العلمنة الصريحة، وإعراض أكثر المسلمين عن دينهم، متمثلاً في: كثرة البدع والعقائد الفاسدة، والإعراض عن منهج السلف، وشيوع الفساد وترك الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، أو التقصير في القيام بذلك وشيوع الظلم، وتحكم الكافرين في مصالح المسلمين، ومحاربة التمسك بالدين، والجفوة بين العلماء والشباب، والخلل في مناهج التعليم، كل هذا مع وجود قوة العاطفة والرغبة الأكيدة في حب الله وطاعته من قبل المغالين إلا أنهم ضلوا السبيل بالتشدد والتعصب الأعمى.
- 4 - ان شبكة المعلومات الدولية (الانترنت) تعد اليوم من الوسائط القوية الأثر في خدمة عمليات الغلو والعنف والإرهاب، فهذه الشبكات تنشط في نشر الأفكار والمعلومات والتصريحات بين الأطراف المشتركين فيها عالمياً.
5. أثبتت الدراسة أن لرفاق السوء دور كبير في النزوع نحو الغلو والإرهاب والتطرف لا سيما يكون تأثير هذه المجاميع كبيراً على رفاقهم والذين ينتمون إليهم.



ثانيا- توصيات البحث

- 1 . تفعيل الدور الرقابي على القنوات الفضائية والإعلامية والمواقع الالكترونية التي يكون لها دور في عملية زرع الأفكار المتطرفة وخاصة الدينية منها والعمل على غلقها بالتنسيق مع الجهات المختصة.
- 2 - تفعيل الدور القضائي بصوره الرئيسية ليكون له دور صارم وفعال من اجل ردع أي شخص أو حزب أو منظمة تقوم بزرع روح الفتنة الطائفية أو القومية أو الدينية في البلاد من اجل التخلص من كل أشكال التطرف والحفاظ على النسيج الاجتماعي والعيش بأمن وسلام.
- 3 - على المؤسسة التعليمية أن تأخذ دورها الحقيقي في عملية التربية التعليمية من أجل أبعاد أي مادة تعليمية لها دور فكري متطرف مما يؤدي شق وحدة الصف لأبناء الوطن الواحد واستبداله بمادة تزرع أفكار لها دور ايجابي للحفاظ على أبناء وبناء الوطن لان للتعليم دور مهم في ذلك المجال.
- 4 - على المؤسسة الدينية ان تأخذ دورها الحقيقي والبناء من خلال بث روح الحب والتسامح والتعاون والتعايش السلمي بين جميع أبناء الوطن الواحد بغض النظر عن الديانة والعرق أو الطائفة أو القومية ويأخذوا من منطلق قوله تعالى (تعاونوا على البر والتقوى ولا تتعاونوا على الإثم والعدوان) (24) وعلى الجهات الرقابية المختصة تقوم بمراقبة كل المؤسسات الدينية وما تقوم به من بث أفكار وتعاليم دينية حتى يكون للمؤسسة الدينية دور في عملية بناء الدولة وليس العكس ويجب اتخاذ الإجراءات اللازمة لذلك من خلال فرض القانون.
- 5 - على الدولة ان يكون لها دور فعال في عملية بناء المجتمع من خلال محاربة التطرف بكل أشكال وأنواعه وبصورة عامة بغض النظر على الانتماء العرقي أو الطائفي أو القومي وتكون الهوية الوطنية أي الهوية العراقية هي الأساس في التعامل وليس الهويات الفرعية ويجب سن قوانين بذلك ويكون العدل أساس التعامل مع الجميع من خلال الحقوق والواجبات.
- 6 - وعلى الأسرة ان تأخذ دورها الحقيقي في عملية التنشئة الوطنية الحقيقية والابتعاد عن كل المسميات الجانبية لان الأسرة هي أساس نواة وبناء المجتمع ولها دور في عملية بث روح الحب والوئام والتسامح والتعاون والابتعاد عن كل الأفكار المتطرفة ومالها أثر سلبي في خلق العداء والفتن والاضطراب بين أبناء المجتمع الواحد.

الخاتمة:

ظاهرة العنف ليست ظاهرة حديثة وليدة العولمة وإنما يعود تاريخها إلى المجتمع الإنساني الأول من حكاية قابيل مع أخيه هابيل. ومنذ ذلك اليوم وحتى يومنا هذا شهدت البشرية أصنافاً لا تحصى كماً وكيفاً من مظاهر القسوة والبربرية. والعنف. التي سببت سلسلة من الكوارث المأساوية المتعاقبة؛ لأن العنف لا يولد إلا العنف. وهذه الظاهرة الخطيرة تتنافى والفترة السليمة وطبيعة التكوين البشري كما تتنافى وروح التعاليم الإلهية والشريعة الإسلامية فهناك العشرات من النصوص القرآنية، وهناك السنة النبوية الشريفة وسيرة أهل البيت (ع)، كلها تثبت بوضوح أن الأصل في الحياة وفي معاملة الإنسان مع أخيه الإنسان هو مبدأ السلم والعمو والتسامح، أما القسوة والعنف فهو الاستثناء والذي لا يلجأ إليه إلا العاجزون عن التعبير بالوسائل الطبيعية السلمية. من جهة عدم ثقة الفرد أو الجماعة بقوة أو صحة أفكارهم وقناعاتهم فيعمدون إلى فرضها على الآخرين بالقهر والإكراه.

إن الإسلام يرفض جميع أشكال العنف والإرهاب ويدعو إلى السلام والرفق واللين والإخاء كما يتجلى ذلك في قوله تعالى: (وقولوا للناس حسناً) (1) - (أدعُ إلى سبيل ربك بالحكمة والموعظة الحسنة وجادلهم بالتي هي أحسن) (2) - (وإن تعفوا أقرب للتقوى) (3) - ويقول النبي (ص): (تعافوا تسقط الضغائن بينكم) (4) - ويقول (ص): (العفو أحق ما عمل به) (5) - وعن الإمام أمير المؤمنين علي بن أبي طالب (ع) قال: (شر الناس مضمّن لا يعفو عن الزلة، ولا يستر العورة) (6) - ويقول (ع): (بالعفو تستنزل الرحمة) (7) - وعنه (ع): (اخلط الشدة بالرفق وأرفق ما كان الرفق أوفق) (8) -.

ولقد قدم النبي (ص) وأهل بيته (ع) دروساً عملية في العفو والتعامل الحسن والتسامح حتى مع الأعداء وقد تجلّى ذلك في موقف النبي (ص) من الكفار والمشركين حين فتح مكة، قائلاً (ص) لهم: (أذهبوا أنتم الطلقاء) وعلى الرغم مما تسبّب به أعداء النبي (ص) من الأذى إلا أنه (ص) يكرّر دعاءه لهم بالقول: (اللهم اغفر لقومي فإنهم لا يعلمون).

ولا يخفى على القارئ الكريم أن ظاهرة العنف لا تختص بمجموعة معينة في المجتمع دون أخرى، فكلّ من الرجل والمرأة والطفل معرّضون لشتى مظاهر العنف، فالحروب المدمرة التي يسجل لنا التاريخ أرقاماً خيالية من ضحاياها والنزاعات الدموية المنتشرة اليوم في مختلف بقاع العالم. إنما يذهب ضحيتها عدد كبير من الرجال والنساء والأطفال ويلقى الجميع نصيبهم من القتل والأسر والسجن والتعذيب والتشريد والتطهير العرقي.. من دون تمييز بين رجل أو امرأة أو طفل، وما يجري يومياً في فلسطين والعراق وأفغانستان و. خير شاهد على ما نقول.

المصادر والمراجع

1. د. علي بن عبد العزيز بن علي الشبل، الجذور التاريخية لحقيقة الغلو والتطرف والإرهاب والعنف، بدون سنة طبع، ص5.
2. شريف رزق العسلي، ظاهرة الغلو في الدين لدى طلبة الجامعات الفلسطينية أسبابها وعلاجها في ضوء معايير التربية الإسلامية، رسالة ماجستير غير منشورة الجامعة الإسلامية - غزة - كلية التربية الإسلامية، 2010، ص 10.
3. د. إبراهيم د. حسنين توفيق ظاهرة العنف السياسي في النظم العربية - مركز دراسات الوحدة
4. د. عبد الرحمن عدس ومحي الدين طوق. علم النفس الاقصى
5. صحيفة الوطن الكويتية 1992/2/12.
6. ظاهرة العنف والتطرف، منتدى التنمية مايو 1996.
7. الرميحي، د. محمد مجلة العربي العدد 332 سبتمبر 1995.
8. رواة البخاري ومسلم.
9. ابن منظور لسان العرب، ج9، دار صادر، بيروت - لبنان، 1388هـ / 1968م، ص 257
10. جميل صليبية، المعجم الفلسفي، ج2، بيروت دار الكتاب اللبناني، 1980، ص122.
11. احمد زكي بدوي، معجم مصطلحات الاجتماعية مكتبة لبنان، 1986، ص144.
12. د. عبد الرحمن بن معلى اللويحق، مشكلة الغلو في الدين في العصر الحاضر الأسباب - الآثار - العلاج، 2015، ص10.
13. قانون مكافحة الإرهاب رقم 13 لسنة 2015، جهاز مكافحة الإرهاب في العراق.
14. فيصل عايض الهاجري، الأسرة والتشنة الاجتماعية، (الانترنت)
- http: www, itf,org,ir /Arabi/altahirah20142%men/20% maghoomat.htm
15. خليل الفاعوري، الأسرة والطفولة، ط1، المكتبة الوطنية، عمان، 1999، ص33.
16. د. حامد عبد السلام زهران، علم النفس الاجتماعي، مصدر سابق، ص260-ص261.
17. د. معن خليل، علم اجتماع الأسرة، ط1، دار الشروق، عمان، 1994، ص126-ص127.
18. د. عبد الله الرشدان، علم الاجتماع التربوية، مصدر سابق، ص84-ص85.
19. د. محمد عبد العزيز الذهب، التربية والمتغيرات الاجتماعية في الوطن العربي، ط1، بيت الحكمة، بغداد، 2002، ص182-ص183.
20. د. ناصر ثابت، علم الاجتماع التربوي، مصدر سابق، ص 24.
21. د. زكريا الشرييني، يسرية صادق، تشنة الطفل وسبل الوالدين في معاملة ومواجهه مشكلاته، مصدر سابق، ص138-ص139.
22. عبد الرحمن الغريب، اشكالية الهوية بين الاعلام التلفزيوني والتشنة الأسرية للطفل العربي، مجلة الطفولة والتنمية، المجلس العربي للطفولة والتنمية، العدد 1، 2001، ص133.
23. محمد السويدي، محاضرات في الثقافة والمجتمع، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1990، ص128.
24. د. اسماء بنت عبد العزيز الحسين، أسباب الإرهاب والعنف والتطرف دراسة تحليلية، الرياض، ص25.
25. سورة النساء الآية 34.
26. رواه الدار قطني، وغيره، [جامع العلوم والحكم]، ص242.



- .27. الدكتور علي الدين هلال، التطرف الفكري، جامعة القاهرة، 1994.
- .28. الدكتور سمير نعيم احمد، التطرف الديني، جامعة عين شمس، محاضرة علمية.
- .29. الصحاح، ج6ص2448، مادة: غلا.
- .30. عبد الرحمن عدس ومحي الدين طوق. علم النفس الأقصى العربية 1992.
- .31. لسان العرب، ج15ص132، 131. 12- محي الدين طوق.
- .32. محي الدين طوق. علم النفس الاقصى
- .33. معجم مقاييس اللغة (باب العين واللام من كتاب الغين، ج4ص388، 387).
- .34. وفيق عزيزي، الإرهاب اليهودي من عهد موسى حتى المسجد الأقصى، ط2، المركز العربي للأبحاث والتوثيق، لبنان، 2005، ص87.

الاعلام الرقمي في دول الخليج الواقع والتحديات

د. اخلاص مصطفى عمر التني

جامعة الفجيرة

المقدمة

بسم الله والحمد حمداً كثيراً طيباً مباركاً فيه ونصلي ونسلم على أفضل خلقه وخاتم رسله الصادق الوعد الأمين وعلى صحبه ومن دعاء بدعوته إلى يوم الدين.

أن الاتصال في الدول المتقدمة قد قطع شوطاً كبيراً في استخدام أحدث التقنيات التي تساعد على إيصال الرسالة الاتصالية في أسرع وقت وفي استخدام أمثل يحقق الأهداف في زمن وجيز ودقة وفي أمثل صورة متاحة تجذب المتلقي.

أما في الدول النامية فإننا نجد غير ذلك رغم المحاولات والاجتهادات في سبيل الرقي بمهنة الاتصال بكافة أفرعها ولكن الاختلاف بين الدول النامية والدول المتقدمة في مجال الاتصال لا يوجد فقط من حيث الأبعاد والأسس و المتطلبات ولكن الاختلاف يظهر بصورة جلية عند التطبيق على مستوى الاسلوب و الطريقة و المجالات التي يوظف فيها الاتصال و هذا يرجع للبيئة و الظروف التي يحكمها في الدول المختلفة و الأنظمة المختلفة أيضاً و الخلاف الأكبر في التقنية العالية المصاحبة لكافة الأجهزة الاتصالية في الدول المتقدمة زائداً للإمكانيات والقدرات الهائلة للعاملين علي هذه الأجهزة و الذين تتوفر لهم دراسات عالية و دقيقة و شاملة في كافة المجالات الاتصالية التي تساعدهم على أداء رسالتهم بارتكازهم على قدرات شخصية عالية ثم دراسات متمكنة ثم تدريب يواكب التطور المتسارع في مجال عملهم ..

والجامعات كمؤسسات تهتم كجزء من عملها بالدراسات والبحوث لفت انتباهي أثر وسائل الاتصال الرقمي بمختلف اشكاله على المجتمعات العربية وتأثيراته الإيجابية والسلبية على هذه المجتمعات، فجاءت فكرة البحث عندما تم طرحها من قبل الجامعة الخليجية في مؤتمرها الدولي الاول عن الاعلام وتحديات الخليج العربي في المحور الرابع: الاعلام العربي وصناعة المحتوى الاعلامي الرقمي تحت عنوان: الاعلام الرقمي في دول الخليج الواقع والتحديات.

وقد أحست الباحثة بوجود قصور كبير في دراسة آثار الاتصال الرقمي، وكان هذا هو الدافع الأساسي الذي حدا بالباحثة إلى التفكير في هذه الدراسة في محاولة للحصول على رؤية واضحة لهذه الآثار في محاولة للاستفادة من تجربتها العلمية في مجال دراسات الاتصال مع الدراسة العلمية التي كانت مرتكزاً لها.

مشكلة البحث:

هناك عدة عوامل امدت الباحثة بنقطة الانطلاق نحو مشكلة البحث وأهمها:

1- قلة المعلومات عن آثار وسائل الاتصال الرقمي بصورة علمية ومتطورة داخل المؤسسات الجامعية في دولة الامارات العربية المتحدة، فعلى الرغم من أن الاتصال هو عصب الحياة ووسائله تؤثر في حياتنا.. فرغم أن نشأة الجامعات في دول الخليج ودولة الامارات العربية المتحدة بصفة خاصة كانت في نهايات القرن الماضي وتعتبر بانها قد وصلت الى مصاف الجامعات على المستوى العربي والأفريقي إلا أنه لا تتوفر معلومات أو دراسات علمية منظمة تتناول وسائل الاتصال الرقمي أو المحوسب داخل هذه الجامعات تميزها باستخدام تكنولوجيا الاتصالات فيها.

2- افتقار المكتبة الأكاديمية للدراسات التي تهتم بوسائل الاتصال الرقمي في المؤسسات الجامعية والتي أصبحت تسعى لتجويد أعمالها في ظل التنافس الكبير على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي، واختلاف تأثير وسائل الاتصال الرقمي على الطلاب من مؤسسة جامعية لأخرى باختلاف الاهتمامات والتجربة الخاصة واختلاف وجهات النظر.

3- وبما أن علوم الاتصال قد قطعت شوطاً كبيراً وبعيداً كعلوم ومناهج أوضحت الطريق للعاملين في مجالاتها إلا أننا نلاحظ أن الفرق مازال كبيراً بين ما هو ممارس فعلاً والمناهج التي يتم تدريسها في الجامعات والكليات المعنية بدراسة علوم الاتصال في دول الخليج ودولة الامارات العربية المتحدة كنموذج مقارنة بما هو موجود على المستوى الإقليمي والعالمي.

4- وبذلك يمكن تحديد مشكلة البحث في أن جامعات دولة الامارات العربية المتحدة بصفة خاصة والجامعات في دول الخليج بصفة عامة تعاني من اختلال في التخطيط في المجال الاتصالي في مؤسساتهم في التدريس و التدريب و خلق نماذج و منصات للاتصال التفاعلي يستفيد منها الطلاب في تحصيلهم و دراساتهم مما ينعكس ايجاباً على آدابهم باختلاف وجهات النظر والرؤى لكل جامعة ، هذه الجامعات لا تخضع لمنهجية علمية تسعى لتنمية و تطوير هذه الوسائل لتلحق بركب الحياة المتسارع في مجال استخدام التقنيات والدراسات والعلوم المحوسبة في الحصول على أفضل خدمة يمكن أن تقدم في اي مؤسسة .

لذا يسعى هذا البحث إلى الوقوف على تأثير وسائل الاتصال الرقمي على الطلاب في المؤسسات الجامعية بدولة الامارات العربية المتحدة والمجتمع المحيط الذي أتوا منه.

أهداف البحث:

يهدف البحث إلى إجراء دراسة كيفية يتم التعرف من خلالها على تأثير وسائل الاتصال الرقمي داخل المؤسسات الجامعية بدولة الامارات العربية المتحدة من اجل التعرف على آثار هذه الوسائل وانعكاساتها على حياتنا العامة خاصة الشباب وهم الشريحة الالهة مجتمعياً فهم امل المستقبل. وتتبع من ذلك الأهمية لما سيحدث من تأثيرات ايجابية او سلبية ستعكس على كافة مناحي الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والدينية وخاصة وان الاتصال التفاعلي خلق من الكل اعلاميين بلا ضوابط او رقيب او قوانين او اخلاقيات مما أصبح مهددا للقيم والدين والعادات والتقاليد وصحة وسلامة الاجيال القادمة في ظل طموحات بتنمية مستدامة يتبناها شباب اليوم وهم عماد المستقبل.

أهمية البحث:

أولاً: تأتي أهميته في كونه من البحوث التي تحاول الوصول إلى التأثير الفعلي في مجال تأثير وسائل الاتصال الرقمي في الحياة في دول الخليج كتحدوي واقعي.

ثانياً: قلة الدراسات في هذا المجال رغم توفر الدراسات في مجال وسائل الاتصال التقليدي.

وعليه يمكن أن يفيد البحث في: -

- 1- توضيح أثر وسائل الاتصال الرقمي الايجابية في المجتمعات العربية بصفة عامة ودول الخليج العربي.
- 2- يمكن للمهتمين والباحثين العلميين أن يجرؤوا المزيد من الدراسات في هذا المجال الذي يعتبر حديثاً جداً. ويوفر البحث معلومات للباحثين والمهتمين بالأمر.
- 3- يفيد الباحثون في مجال علوم الاتصال بتوفير معلومات من واقع التجربة العملية في تنفيذ بحوثهم النظرية في مجال وسائل الاتصال الرقمي. فالعاملون في هذا المجال بحاجة للدراسات المستمرة نسبة للتطور الهائل في مجال علوم الاتصال وتكنولوجيا المعلومات مما يتطلب مواصفات بعينها.

فروض البحث:

وسائل الاتصال الرقمي في دول الخليج لم تظهر تأثيراتها بصورة واضحة كما في الدول المتقدمة.

- أن الاختلاف بين مفهوم الاتصال التقليدي والرقمي ووسائلهم أحدث لبساً وتغيرت نماذج الاتصال التي تم التعرف عليها منذ ان وضعت نظريات الاتصال ونماذجه وعناصره مما يحتاج لنظريات وقواعد

جديدة للعملية الاتصالية في ظل الاتصال التفاعلي. حيث أصبح الكل قائمين بالاتصال وان لا حدود للنشر او البث.

- تعدد الكليات والمعاهد المتخصصة في مجال تدريس علوم الاتصال والتي لم تول الاتصال الرقمي ووسائله حقهم للحدثة احياناً ولعدم المواكبة احياناً اخرى ولانشغال المهتمين والباحثين بدراسات اعلامهم التقليدي ووسائله فرغم أهميته لم يمنح تركيزاً في مساقات التخصص مما يجعل الجرعة المعطاة شحيحة وغير كافية مما ينعكس سلباً على آدا العاملين في المجال.
 - هل الباحثون في مجال الاتصال الرقمي مؤهلين لإجراء هذه الدراسات من واقع علمي أم مجرد اجتهادات شخصية؟ خاصة إذا علمنا أن هؤلاء المعنيين لم يتم تأهيلهم بالمستوى المطلوب ويفتقرون لأقل الخبرات في المجال.
 - الإسهام الضعيف من قبل كليات علوم الاتصال في تأهيل خريجيها في هذا المجال ينعكس سلباً على المستوى العام وعلى مستوى المؤسسات التعليمية.
 - وجود عاملين غير مؤهلين ومن تخصصات أخرى من غير تخصص علوم الاتصال رغم بعض المهارات التي أثرت إيجاباً إلا أن الأصل هو التأثير السلبي لعمل هذه الكوادر غير المؤهلة.
- أسئلة البحث:**

- من حيث مشكلة البحث وأهميته انطلقت عدة تساؤلات تحاول الباحثة الإجابة عليها وأهمها: -
- هل يؤثر التدريب الذي يمكن أن يتلقاه العاملين في مجال الاتصال الرقمي على أدائهم ان سبق لهم الحصول على جرعات دراسية في المجال حيث تختلف المواد التدريبية من كلية علوم اتصال لأخرى ومن معهد لآخر؟ أم يعتمد ذلك على مهاراتهم؟
 - هل يؤثر التدريب الذي يمكن أن يتلقاه العاملين في المجال في أداء مهامهم؟ وهل لابد من مزج التدريب الداخلي بالخارجي لتلاحق المعلومات والتعرف على المستجدات الخاصة بطبيعة المهنة.
 - ماهي الاحتياجات الفعلية للقائم بالاتصال الرقمي في الفضاء المفتوح؟
 - هل يحتاج ممارس الاتصال الرقمي لتلقي دراسات وتأهيل في المجال الاعلامي مما ينعكس ايجاباً على طبيعة ممارسة المهنة؟ كادر بشري مؤهل - معينات عمل (معدات وأدوات) بيئة عمل مهياة - مفهوم واضح بطبيعة العمل تسنده موثيق الشرف والضوابط الأخلاقية.
 - كيف يمكن التأسيس للاتصال الرقمي بصورة منهجية وعلمية داخل الجامعات مما يؤدي لدور ايجابي له.

- إلى أي مدى يمكن توفير مناهج واساليب لتدريس الاتصال الرقمي واستخدام التقنيات الحديثة في مجال الاتصال؟
- هل ينتقي دور الرسائل المرسله بوسائل تختلف باختلاف الجمهور إذا كان داخلياً وخارجياً؟
- الإعلام المسموع والمرئي والمطبوع (وسائل الاتصال الجماهيري) هل ستتقضي استخداماتها؟
- وسائل الاتصال المباشر (المواجه) (الشخصي) إلى أي مدى سيظل استخدامها؟
- هل يمكن وضع قوانين وضوابط تحكم وسائل الاتصال الرقمي؟
- تدني مستوى خريجو الجامعات في كافة التخصصات هل انعكس سلباً على سوق العمل في مجال الاتصال التقليدي مما زاد من تأثير وسائل الاتصال الرقمي خاصة وأن الدراسة في مجال علوم الاتصال تتعدد كلياتها وأقسامها ومعاهدها ومراكزها وتعدد مناهجها وحتى مسمياتها وانعكس ذلك على خريجها والذين اثبتت المعايير العامة فشل أغلبهم في معايير التوظيف؟
- هل العمل في مجال الاتصال الرقمي يحتاج لدراسات متعمقة يجب أن تضاف للمناهج الدراسية في تخصصات علوم الاتصال؟ أم التدريب يكفي لتغطية الجوانب المختلفة في المجال خاصة فيما يتعلق بتقنيات الاتصال؟
- للإعلام الرقمي وسائله التي تساعد في إيصال الرسالة الاتصالية على مستوى جماهير عامة فما مدى تأثيرها وانعكاساتها على هذه الجماهير ومن الأكثر تأتياً على مستوى التركيبة الاجتماعية ابتداءً بالأسرة والمدرسة والمجتمع، ولأن الباحثون الآخرون سيتناولون عناصر عملية الاتصال في الجزء الخاص بالمحتوى الاتصالي اي الرسالة عبر وسائل الاتصال الرقمي فساهمت بعنصرين هما القائم بالاتصال والمتلقي لذلك المحتوى الاتصالي..
- تلاحظ أن هذه التساؤلات قد اهتمت بوسائل الاتصال الرقمي من حيث:
 - أ- تأثير وسائل الاتصال الرقمي على المجتمع الخليجي واقعها وتحدياتها.
 - ب- الوسائل للاتصال التقليدي والاتصال الرقمي وتغير النظريات والنماذج الاعلامية طبقا لذلك.
 - ج- الكادر البشري العامل في مجال والاتصال الرقمي.
 - د- معايير العمل.
 - هـ - تقنيات الاتصال.
 - و- التأهيل والتدريب للعاملين في مجاله.
 - ع- أثر القوانين ومواثيق الشرف في مجال الاتصال التفاعلي الذي تقدمه وسائل الاتصال الرقمي.

• وهل يمكن ان تنهي وسائل الاتصال الرقمي وسائل الاتصال التقليدية؟

هذه الاهتمامات تسعى الباحثة لعكسها عبر الحصول على إجابات على هذه التساؤلات حتى يصل البحث إلى نتائج ملموسة تحقق هدف الدراسة وتقدم أنموذجاً لوضع أمثل للاتصال الرقمي في دول الخليج عامة ودولة الامارات العربية المتحدة خاصة.

نوع البحث:

يعد هذا البحث من البحوث الكمية الوصفية التي تستهدف التعرف على طبيعة أثر الاتصال الرقمي، ويكون ذلك بغرض الوصول للمتغيرات المطلوبة ومن ثم الوصول لتوصيات ومقترحات تؤدي إلى تطويرها إيجاباً في دول الخليج وفي دولة الامارات العربية المتحدة بالاستفادة من التجارب الأخرى - إقليمياً وعالمياً.

مجال الدراسة:

لا شك الاتصال بكافة اشكاله يمثل عصب الحياة بل قلبها ولذا تم اختيار عينه من الطلاب بجامعة الفجيرة الذين درسوا مادة العلاقات العامة عبر الانترنت في تخصص العلاقات العامة، وبما أن الاتصال هو عصب العمل الإداري ويمثل القلب النابض في كل منشأة فقد تغلغل الاتصال في كل المواقع وفي كافة المجالات التعليمية والسياسية والتجارية والصناعية والاعلامية وغيرها وان طلاب علوم الاتصال هم المخرج من هذه الكليات والمناطق بهم حمل الرسالة الاعلامية وفق الضوابط والتشريعات التي تشبعوا بها. والان أصبح كل شخص اعلامي وأصبحوا منافسين لهذا المخرج.

ولاتساع هذه المجالات بالنسبة للتحديد العلمي للدراسة سنقتصر الدراسة على اختيار أكثر المجالات قرباً وتأثراً بوسائل الاتصال الرقمي في الجامعات بدولة الامارات العربية المتحدة والذين بقية فئات طلاب الجامعات وبالتالي سيتم حصر الدراسة في الفجيرة وعلى جامعة الفجيرة باعتبارها أحدث الجامعات في المنطقة وان طلابها من الناضجين العاملين في مؤسسات مختلفة ووضعهم الاجتماعي مرتبط بتكوينهم لأسر واسر ممتدة لتماسك المجتمع في امارة الفجيرة.

مجتمع الدراسة:

يدرس هذا البحث تأثير وسائل الاتصال الرقمي في جامعة الفجيرة على طلاب مادة العلاقات العامة عبر الانترنت وهم (عينة البحث)

طرق جمع المعلومات:

الأدوات:

استخدمت الدراسة في جمع المعلومات بعد الاطلاع على المصادر الثانوية من مجلات ودوريات ومطبوعات وكتب متخصصة وعبر المصادر الأولية اعتمدت الدراسة على جمع المعلومات عن طريق اللقاءات والمقابلات بعينة البحث، وبالملاحظة للوصول الى معلومات كيفية وليست كمية.

منهج البحث:

ستستخدم الباحثة المنهج الوصفي التحليلي الكمي والمنهج التاريخي لإنجاز هذه الدراسة.

مكان الدراسة:

تم اختيار جامعة الفجيرة التي توجد بإمارة الفجيرة بدولة الامارات العربية المتحدة ويرجع ذلك:

- 1- إنها في النطاق الجغرافي وهي أحدث جامعة في المنطقة.
- 2- سهولة الحصول على المعلومات في حدودها الجغرافية.
- 3- تأثير هذه الجامعة من خلال خريجها على المجتمع المحلي.
- 4- وجود مراكز التدريب التي تعمل في مجال تدريب وتأهيل العاملين في مجال الاتصال في الفجيرة.
- 5- نشأة تنظيمات العمل الإعلامي والاتصالي مما سهل ملاحظة تطور المهنة والانعكاس الإيجابي أو السلبي على هذه التنظيمات بمشاركة العاملين في مجال الاتصال من خريجي الجامعات وكليات علوم الاتصال. التي تدرس الاعلام التقليدي.
- 6- وجود الباحثة بالجامعة مكنها من ملاحظة المتغيرات على عينة البحث. وبالتالي التطور الذي صاحب المهنة الاتصالية مما يمكن من ملاحظته بوضوح.
- 7- الاهتمام بالمجال الاتصالي بالجامعة من خلال كلية الاتصال الجماهيري والعلاقات العامة أكثر وضوحاً على عينة البحث.
- 8- توفر المراجع والكتب للجانب النظري للدراسة بالمكتبات العامة وبمكتبة الجامعة مما سهل الحصول على المراجع لإجراء المقارنات في الجانب النظري بين عينة البحث. وسيتم الحصول عبر الأنترنت على المعلومات الناقصة.

الفترة الزمنية:

يغطي هذا البحث الفترة من يناير 2017 الى يناير 2018 وقد تم اختيار هذه الفترة لظهور العديد من وسائل الاتصال الرقمي وأصبح لها تأثيرها في المجتمع بإمارة الفجيرة ودولة الامارات وبلدان الخليج العربي.

الدراسات السابقة:

هناك مجموعة من الدراسات السابقة ذات المواضيع ذات الصلة بموضوع الدراسة ستستعين بها الباحثة وتعمل على تعريفها من حيث العناوين والمناهج المستخدمة والنتائج والتوصيات لتكسب الدراسة بعدها العلمي بالاستناد إلى مرجعيات علمية في المجال.

صعوبات متوقعة:

- 1- ندرة المراجع في الجانب العملي في مجال وسائل الاتصال الرقمي.
 - 2- شح المعلومات في مجال الاتصال الرقمي والتي تحتاج للحصول عليها إجراء مقابلات للطلاب عينة البحث وقد يحجموا عن الإدلاء بالمعلومات باعتبارها شخصية.
 - 3- التكاليف المالية العالية لعمليات الطباعة وجمع المعلومات والبيانات وتحليلها.
- ما قد يثيره البحث من بحوث أخرى:

يوجه البحث ويقود لبحوث أخرى في مجالات تستحق الدراسة والبحث فيها مثل: -

- 1- دراسات مقارنة بين مناهج كليات علوم الاتصال للتعرف على مخرجاتها في ظل تغير الوسائل الاتصالية.
- 2- المنظور الإسلامي للعمل الاتصالي وانعكاساته على التأثير من قبل وسائل الاتصال الرقمي.
- 3- مستقبل وسائل الاتصال الرقمي وانعكاساتها على وسائل الاتصال التقليدي.

بنية البحث (هيكله):

بالإضافة للإطار المنهجي العام للبحث كمبحث أول اشتمل البحث على ثلاث مباحث أخرى، المبحث الثاني سيكون تحت عنوان الإطار التاريخي لنشأة علوم الاتصال ووسائل الاتصال التقليدية والرقمية، المبحث الثالث نشأة الجامعات في دولة الامارات العربية المتحدة ونشأة جامعة الفجيرة (طلابها: عينة البحث) والمبحث الرابع الإطار التطبيقي وأدواته بالتطبيق على عينة البحث، والنتائج والتوصيات والخاتمة والمراجع والمصادر العربية والإنجليزية والمواقع الالكترونية والملاحق.

المبحث الثاني

الاتصال

الاتصال ظاهرة انسانية ضرورية لبقاء الانسان واستمراره في المجتمع وتعاضم دوره في تطوير قدرات الانسان على الابداع والابتكار.. (1)

فالإنسان الذي يمتاز على الحيوان بامتلاكه مهارة الإبداع واستعمال الرموز واللغة والتعبير الجسدية وغيرها فانه يحتاج للاتصال حاجته للأكل والشرب والنوم.. الخ فقد كرمه الله سبحانه وتعالى بأن جعله مخلوقاً ناطقاً وسميعاً وبصيراً فان هذه الحواس هي طريقه للتواصل مع الآخرين مفصحا عن مشاعره وافكاره..

ومن ذلك نلاحظ ان الاتصال عامل مهم في استمرار الحياة وازدهارها على الارض منذ زمن بعيد منذ بدء تكون المجتمعات والنمو الاقتصادي الذي صاحب ذلك من حياة الصيد الى الرعي فالزراعة والصناعة والتجارة وغيرها من الحرف التي احتاج اليها الانسان في تعميره للأرض..

فعند 7000 ق.م أحس الانسان بحاجته للتواصل مع الآخرين بغير لغة الجسد Body Language والتي أصبح التواصل فيها بين مبصر واعمى مستحيلا اذ تعتمد على حاسة البصر في التواصل.. فلجأ للرسومات والرموز واستخدام لغة الاشارات والكتابة التصويرية داخل الكهوف والمعابد، وفي حوالي 3000 ق.م ابتكر حوالي 600 رمز وحرف.. ومنها ظهرت اللغات واللهجات المختلفة كل حسب منطقته وطريقة حياته. (شمو-2008).

فاللغة اللفظية اتاحت التواصل عبر نقل الافكار أو الخبرات أو المفاهيم أو المهارات أو الأحاسيس أو الآراء وأصبحت أساساً للاتصال والتفكير والتخطيط والبحث وعبر اللغة تم تسجيل الجزء الأعظم من التراث الإنساني ونقله للحاضر..

إذن اللغة هي أداة الاتصال الرئيسية في المجتمع الانساني حيث انها الوسيلة الاكثر فعالية في تمكين الفرد من الدخول في علاقات وتفاعلات اجتماعية مختلفة.. ومن اللغة ما هو منطوق فقط وما هو مكتوب ومنطوق كالعربية والاربية والانجليزية والاسبانية وهناك لغات مستخدمة في اغراض خاصة وهي عبارة عن

1-د. اخلاص مصطفى - الانشطة والفعاليات في العلاقات العامة -دار البداية-2018 طبعة اولى ص

13

مصطلحات وليست لغات بالمعنى المتعارف عليه في المجتمعات كلغة مورس (شفره) Morse Code وهي عبارة عن نقاط وحروف وغيرها..

وأصبح الاتصال بعد اكتشاف اللغة يشغل معظم اوقات الانسان ويسيطر على سلوكه وتصرفاته ويستخدم الاتصال فيما يعود عليه بالنفع والخير.. لذلك فمن حقه ان يحذق المهارات العالية التي تؤدي الى اتصال فعال ومؤثر خاصة في مجال الاتصال الإنساني Human Communication. (التني-2017)

فالاتصال الانساني الذي لم يستطع العلماء تحديد بداياته تحديداً دقيقاً ولكن بعض المؤرخين يرجعون بدايات الاتصال الى قبل أكثر من خمسة قرون قبل الميلاد.. وذلك من خلال الوثائق المكتوبة التي خلفها قدماء المصريين والاشوريين والبابليين والاعريق وربط ذلك بظهور الاديان والتي اهتمت بالكلمة وأثرها على المتلقي وبالتالي على محتوى الرسالة الدينية الموجهة الى من يدعوهم القائم بالاتصال.. من الانبياء والرسول وتابعيهم.

فالاتصال كمفهوم وعلم يهتم بالسلوك الإنساني فأنا نجد بعض العلماء يرجعونه الى أصوله الإغريقية.. حيث اهتم الاعريق بعلم البلاغة والفصاحة والقدرة على التعبير وترتيب الحجج والافكار وجودة الالغاء وحسن الصوت والشكل في ايصال الرسالة الاتصالية.. وذكر بعض العلماء أن كوراكس Corax هو أول من وضع نظرية في علم الاتصال من اليونان والتي اعتمدت على اسلوب الاقناع واصبحت بعدها علوم البلاغة محلاً للدراسة والانتقان، فأفلاطون وتلميذه ارسطو اللذان عاشا في عصور النهضة الاعريقية قبل الميلاد يعتبران من المؤسسين للدراسات القديمة والاولية لعلوم وفنون الاتصال بعد ان توصلوا الى ان الاتصال فن أو صناعة يمكن تعلمها بالتمرين وانه علم قائم بذاته.. وقد وصفه ارسطو بأنه (عملية تتم بين الخطيب والسامعين أو الجمهور).. إذن اهتم الاعريق بالاتصال الشفهي والذي اقتصر على الخطب السياسية والقضائية

تعريف الاتصال

اخذ الاتصال اشكالا متعددة عند قدماء المصريين وكذلك في دولة بابل وآشور وتطور الاتصال بتطور الحياة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية فالاتصال في المجال الإداري يهدف إلى الارتقاء بمعدلات الأداء والارتقاء بالروح المعنوية لضمان زيادة الإنتاجية. (1)

1- المرجع السابق ص 15

وأصبح لديه عدة تعريفات عند علماء الاتصال أهمها:

- فالاتصال عند وليبر شرام (مجهود هادف يرمى إلى تهيئة قاعدة مشتركة بين المصدر والمستقبل مع ملاحظة أن كلمة الاتصال أصلاً في اللاتيني تعنى تماماً أو مشتركاً).

- الاتصال هو المجال الواسع لتبادل الآراء بين الناس.
- الاتصال هو شكل من التفاعل الذي يحدث من خلال الرموز والتي قد تكون حركة مرئية أو صورة أو شفاهية أو حرفية أو منطوقة.
- الاتصال يؤدي الى الفهم المشترك من خلال كافة أشكال التعبير.
- وسائل الاتصال التي كانت تستخدم لاتصال تفاعلي مواجهي مباشر وشخصي:
وسائل الاتصال الشخصي تنقسم إلى قسمين:
1- وسائل الاتصال الشخصي غير المباشرة (إلكترونية - غير إلكترونية).
2- وسائل الاتصال الشخصي المباشر.
- أما بالنسبة لوسائل الاتصال الشخصي غير المباشرة الإلكترونية فتتميز بمجموعة من السمات الأساسية هي:
- الإفادة من التطورات التكنولوجية في عالم الاتصال لزيادة القدرات الحسية للمرسل.
- قلة عدد القائمين بالاتصال إذ لا يزيدون عن فرد أو اثنين على الأكثر.
- صغر حجم الجمهور المستقبل للرسالة الإعلامية عبر هذه الوسائل، وعدم تجانسه وتباعده مكانياً.
- التجاوب الفوري بين طرفي عملية الانتقال ولكن بصورة أقل من الاتصال الشخصي المباشر لافتقاده حرارة المواجهة المباشرة.
- إمكانية السيطرة على الطرف الاتصالي.
- إن استقبال الرسالة يتم في نفس لحظة إرسالها من قبل المستقبلين للرسالة الإعلامية وتتضمن هذه الوسائل قائمة طويلة أهمها بالنسبة للعلاقات العامة:
1- التليفون.
2- التلغراف والتليكس والفاكس ميلي.
3- اتصالات الحاسب الآلي.
4- الدوائر التلفزيونية المغلقة .
- أما وسائل الاتصال الشخصي غير الإلكترونية فلا تعتمد على الكهرباء أو التطورات المستحدثة في عالم الاتصالات، ولذلك فهي أقل تكلفة من الوسائل الإلكترونية للاتصال الشخصي غير المباشر وذلك لعدم احتياجها إلى أدوات أو وسائط إلكترونية غالية التكاليف. (1)

وتتضمن الوسائل غير الإلكترونية للاتصال الشخصي غير المباشر مجموعة من الوسائل أهمها:

- 1- التقارير
 - 2- الخطابات
 - 3- لوحة الإعلانات
- وسائل الاتصال الشخصي المباشر تتميز عن وسائل الاتصال الشخصي غير المباشر بمجموعة من السمات أهمها:

- أن المرسل والمستقبل عبر وسائل الاتصال الشخصي المباشر يكونان وجهاً لوجه.
 - أن التجاوب والتفاعل يكون فورياً.
 - عدم احتياج هذه الوسائل إلى وسائط آلية.
 - تتيح الفرصة لاشتراك جميع أفراد المجموعة الصغيرة في عملية الاتصال.
- وسائل الاتصال الشخصي المباشر عديدة ومتنوعة وأهمها بالنسبة لخبير العلاقات العامة ما يلي:

- 1- المناقشات والمحادثات الرسمية وغير الرسمية
- 2- الاجتماعات
- 3- الزيارات
- 4- المقابلات

وسائل الاتصال الجمعي:

ووسائل الاتصال الجمعي التي تستخدمها العلاقات العامة عديدة وأهمها

- 1- صحف الحائط
- 2 - مجلة المنشأة
- 3- النشرات
- 4- الكتيبات
- 5- الملصقات
- 6- الندوات
- 7- المحاضرات
- 8- الخطب
- 9- المؤتمرات
- 10- المناظرات
- 11- المعارض
- 12- الاحتفالات
- 13- الرحلات
- 14- المعسكرات

وسائل الاتصال الجماهيري:

- وسائل سمعية بصرية: مسرح - سينما - تلفزيون - انترنت - ألعاب حاسوب - لافتات. وسائل سمعية:
إذاعة - أشرطة الكاسيت - يوت اس بي - سي دي وسائل مقروءة: صحف - مجلات - كتب - مطبقات
- كتيبات - نشرات - ملصقات - إعلانات شوارع.

1- المرجع السابق ص 30-34

* البداية الحقيقية لوسائل الاتصال الجماهيري كانت باكتشاف المطبعة على يد الالمانى جوتنبرج في عام 1456م.

وتستخدم وسائل الاتصال الجماهيري للاتصال بالجمهور الخارجي أكثر من الداخلي حيث يتم الاتصال به بوسائل الاتصال المباشر وتتمازج الوسائل لتقديم أمثل خدمة للاتصال في منشآت الاعمال.. حسب الموضوع والرسالة الاتصالية. (1)
وسائل الاتصال الرقمي:

تُعرّف شبكات التّواصل الاجتماعيّ (بالإنجليزية Social Networks) على أنّها مواقع إلكترونيّة مبنية على أسس مُعيّنة؛ تُمكن النّاس من التّعبير عن أنفسهم، والتّعرّف على أشخاص آخرين يُشاركونهم الاهتمامات نفسها، ويُمكن القول بأنّ شبكات التّواصل الاجتماعيّ هي عبارة عن مجتمعات افتراضيّة تُمكن مُستخدميها من مشاركة الأفكار والاهتمامات، بالإضافة إلى تكوين صداقات جديدة (1)

هناك عدد كبير من وسائل التواصل الاجتماعيّ، ومن أهمها وأكثرها شهرةً: [٢] المدونات (Blogs) وهي منصة للحوار العرضيّ، والمناقشات حول موضوع معين أو رأي معين. الفيسبوك (Facebook) يعدّ أكبر شبكة اجتماعيّة في العالم، يستخدمه أكثر من 1.55 مليار مستخدم نشط شهرياً، وذلك حسب إحصائيّة في عام 2015، حيث يقوم فيه المستخدمون بإنشاء ملف شخصيّ، ويضيفون الأصدقاء، ويتبادلون الرسائل فيما بينهم، وينشؤون صفحات تجارية. التويتر (Twitter) عبارة عن مدونة يسمح للمجموعات والأفراد بالبقاء على اتّصال من خلال تبادل رسائل قصيرة تصل إلى 140 حرفاً كحدّ أقصى. اليوتيوب (YouTube) وفيميو (Vimeo) وهي مواقع لمشاهدة الفيديوهات ومواقع الويب. فلكر (Flickr) موقع إلكترونيّ يسمح بنشر الصور والفيديو عبر الإنترنت، ومشاركة الصور على الفيسبوك والتويتر، ومواقع الشبكات الاجتماعية الأخرى. الإنستغرام (Instagram) هو تطبيق مجانيّ يسمح للمستخدمين بمشاركة الصور، والفيديوهات، واستخدام الفلاتر الرقمية، والإطارات والمؤثرات الخاصة على الصور، ومن ثمّ مشاركتها مع مجموعة متنوّعة من مواقع الشبكات الاجتماعية. السناب شات (Snapchat) تطبيق على الهاتف المحمول يتيح للمستخدمين إرسال الصور، ومقاطع الفيديو إلى الأصدقاء، أو إلى قصتهم (Story) والتي تختفي بعد 24 ساعة من نشرها. لينكدين (LinkedIn) موقع يسمح للمجموعات من المهنيين ذوي المجالات، والاهتمام المشترك في مشاركة المعلومات والمحادثات. مساوي وسائل التواصل الاجتماعيّ قد يسبّب الاستخدام الزائد لعدد من وسائل التواصل الاجتماعيّ إلى التعرّض لبعض المشاكل، مثل: الإدمان

- على استخدامها، أو التعرض لمحتوى غير لائق، أو التعرض لآثار نفسية، كما سيصعب على المستخدم تنظيم وقته أثناء استخدامها، كونها أصبحت من العادات اليومية. (2)(3)(4).
- المدونة كأحد وسائل الاتصال الرقمي التي تعتبر من الوسائل الايجابية التي يمكن الاستفادة منها في الجوانب العلمية مقارنة بالوسائل الاخرى التي سبق ذكرها تتميز بما يلي (1):
- يتم إنشاؤها وإدارتها من جانب شخص أو مجموعة صغيرة.
 - لا تستطيع الحكومة أو الشركات الكبرى احتكار المدونة مثل وسائل الإعلام التقليدية ومواقع الويب.
 - يمكن إخفاء اسم صاحبها ولذلك فهي تمتلك حرية في التعبير أكثر من غيرها.
 - تهتم بأخبار صاحبها في مختلف الأحداث والقضايا الخاصة والعامة وتعتمد على الوسائط المتعددة التفاعلية ويمكن أن تكون صحيفة متكاملة.
 - تأخذ شكل اليوميات المرتبة زمنياً وحسب فئات بسيطة.
 - يتم تصميمها من خلال أدوات تفاعلية محددة تتيح للزائر التصفح بيسر والتعليق عليها والانتقال إلى مواقع أخرى عبر روابط الويب فهي تأتي في شكل نصوص مرفهسة.
 - لها معايير شبه دولية نتيجة استخدام طريقة شبه موحدة عالمياً في الإنشاء والإدارة والتصميم.
 - تتسم بحرية أوسع في التعبير الحر عن الآراء ووجهات النظر والأسلوب الذاتي لصاحبها.
 - المدونات في الوطن العربي:
 - الثابت أن معرفة العرب بعصر المعلومات وتقنياتها كان سريعاً إلى حد كبير مقارنة بوسائل الاتصال التقليدية.
 - بدأت المدونات العربية بوجه عام في مطلع عام 2003 مع الغزو الأمريكي لدولة العراق من ذلك:
 - 1- حوليات صاحب الأشجار، وسردال، وطى المتصل، وطق حنك وغيرها من المدونات التي تبث من داخل وخارج الوطن العربي.
 - 2- يعد عام 2006 عام انفجار النشر على المدونات في الوطن العربي وأصبحت تمثل ظاهرة إعلامية جديدة بالرغم من نسبتها القليلة بسبب ظاهرة الخوف من التعبير الحر.
 - 3- تتوزع المدونات بشكل غير متساو على الدول العربية، وتأتي مصر في المرتبة الأولى، يليها السعودية ثم الكويت والمغرب.

- 4- غلب على المدونات العربية الطابع السياسي بالرغم من أن المدونات بدأت في دول الخليج وبخاصة في الكويت والبحرين.
 - 5- أول موقع تدوين في الوطن العربي (كويت، بلوغ) وذلك بسبب المستوى المعيشي المرتفع ورغبة في التعبير الحر.
 - 6- بالرغم من النشأة الخليجية للمدونات العربية إلا أن المدونين المصريين هم الذين أعطوا للمدونات زخما وحيوية في الوطن العربي.
 - 7- اتخذت المدونات العربية طابعا يتناسب مع الأقطار العربية وحسب جهاد الخازن في زاويته في الحياة الدولية فان المدونات المصرية صورة حية ومثيرة للعنف الرسمي في مواجهة المتظاهرين وفي العراق تعكس حالة المجتمع، وفي الأراضي الفلسطينية تهتم بالمواجهة مع سلطات الاحتلال، وفي السعودية إجماع على مشكلة واحدة وهي مقص الرقيب ووحدة خدمات الانترنت.
- عوامل انتشار المدونات في الوطن العربي: (1)
 - التطور التكنولوجي الهائل وتدفق المعلومات.
 - غياب المنافذ الإعلامية للتعبير لجميع الآراء والمستويات.
 - سهولة استخدام اللغة العامية بين الشباب.
 - اهتمام وسائل الإعلام العربية بالمدونات ودورها.
 - اهتمام كبار الكتاب بالمدونات ومتابعتها.
 - القبض على بعض المدونين واعتقالهم في بعض البلاد.
 - مشاركة أصحاب المدونات في المسابقات الدولية.
 - اهتمام المدونين بالإصلاح السياسي والاجتماعي.
 - وأخيرا الأوضاع السياسية للأنظمة العربية وانحسار الديمقراطية.
 - سوء الأوضاع المعيشية.

المبحث الثالث

الجامعات في دولة الامارات العربية المتحدة

النشأة

اول جامعة بدولة الامارات العربية المتحدة هي

جامعة الإمارات العربية المتحدة، جامعة حكومية تم إنشائها بمبادرة من المغفور له بإذن الله الشيخ زايد بن سلطان آل نهيان مؤسس دولة الإمارات العربية المتحدة – في العام 1976 في مدينة العين، حيث أراد لها أن تكون جامعة اتحادية ذات هوية عربية إسلامية ومصدر إشعاع حضاري للفكر والثقافة والعلوم، ومنذ إنشائها أعطت الجامعة الأولوية القصوى لتطوير برامجها وخططها الدراسية بما يتوافق مع حاجات ومتطلبات المجتمع مع الالتزام بالمعايير الأكاديمية العالمية مع الحفاظ على قيم وسياسات واستراتيجيات الدولة من موقع الجامعة.

بلغ عدد الجامعات بدولة الامارات العربية المتحدة أكثر من ثمانين جامعة حكومية وخاصة وكليات جامعية واكاديمية في الفترة من 1976 حتى 2018م.

جامعة الفجيرة

تعتبر جامعة الفجيرة من الجامعات الحديثة في دولة الامارات العربية المتحدة. من موقع الجامعة.

النشأة

افتتح صاحب السمو الشيخ حمد بن محمد الشرقي، عضو المجلس الأعلى حاكم إمارة الفجيرة، جامعة الفجيرة في الأول من يونيو 2016. كانت أول نواة للجامعة هي مركز الفجيرة للعلوم والثقافة الذي أنشئت جمعية الفجيرة الخيرية بمبادرة من رئيس مجلس إدارتها معالي السيد سعيد بن محمد الرقباني عام 1989، كأول مركز غير ربحي متخصص في التعليم المستمر والتطوير الإداري في الإمارة. تم تحويل المركز إلى "كلية الفجيرة" في الأول من سبتمبر 2006 وفقاً للترخيص الممنوح من هيئة الاعتماد الأكاديمي بوزارة التعليم العالي والبحث العلمي، ثم صدر قرار وزير الدولة للتعليم العالي رقم 6171 بتاريخ "جامعة الفجيرة" في 30 يونيو 2016 لتمثل الذراع الأكاديمي لجمعية الفجيرة الخيرية كمؤسسة تعليم عالي غير ربحية معتمدة.

بدأت الجامعة عملها، تحت مظلة ورعاية حكومة الفجيرة، بطرح برنامجين معتمدين من هيئة الاعتماد الأكاديمي هما "دبلوم إدارة الأعمال" ودبلوم تكنولوجيا المعلومات"، تلاهما برامج البكالوريوس في إدارة

الأعمال (التخصص العام وتخصصي إدارة الموارد البشرية والبنوك والاستثمار) وتكنولوجيا المعلومات (تخصصي أمن الشبكات والتجارة الإلكترونية) والإعلام (تخصصات العلاقات العامة والصحافة والإعلام الرقمي والإعلان) واللغة العربية وآدابها. كما تم اعتماد دبلوم العلاقات العامة.

تم إنشاء مركز التعليم المستمر والتطوير الإداري بالجامعة لإثراء المعارف والمهارات الإدارية في المجتمع المحلي، وكان ذلك من منطلق أن جامعة الفجيرة لا تسعى فقط لتقديم برامج أكاديمية، ولكن إلى خدمة المجتمع كذلك عبر حزمة من البرامج التدريبية والتنويرية والثقافية.

تبنى الجامعة خططها الإستراتيجية 2016-2020 على خمس أولويات أساسية:

1. تعظيم الاستفادة من التكنولوجيا المتطورة في مجال التدريس والأخذ بنظام التعليم الذكي.
 2. إدراك التميز الأكاديمي من خلال:
 - تطوير البرامج الأكاديمية القائمة.
 - توفير برامج أكاديمية جديدة، على مستوى البكالوريوس ومستوى الدراسات العليا، تسهم في دعم الابتكار وريادة الأعمال والقيادة.
 - تحسين عملية التعليم والتعلم وضمان الجودة في جميع مراحل العملية التعليمية.
 - ضمان التنمية المهنية المستمرة لجميع العاملين بالجامعة.
 3. تنمية المشاركة المجتمعية في اتجاهين.
 4. تكوين مجتمع بحثي يتفاعل مع احتياجات المجتمع.
 5. تطوير ثقافة الحرم الجامعي لضمان التميز في أداء الخدمة.
- ولإدراك تلك الأولويات الاستراتيجية، تمت إعادة هيكلة التنظيم الأكاديمي للجامعة في يونيو 2016، إذ تم إنشاء أربع كليات:

1. كلية إدارة الأعمال
2. كلية تكنولوجيا المعلومات
3. كلية الاتصال الجماهيري والعلاقات العامة
4. كلية الآداب والعلوم الاجتماعية والإنسانية

حصلت الجامعة على الاعتماد الأكاديمي لبرنامج الماجستير في إدارة الأعمال (MBA) في سبتمبر 2016 ليكون باكورة برامج الدراسات العليا التي تمثل أحد أهم الأولويات الاستراتيجية للجامعة التي تعد حالياً ل طرح برامج أكاديمية جديدة معتمدة في مستوى البكالوريوس ومستوى الدراسات العليا في تخصصات الهندسة والخدمة الاجتماعية والإعداد التربوي والاقتصاد الإسلامي والقانون.

كلية الاتصال الجماهيري والعلاقات العامة

تطرح كلية الإعلام اربعة برامج اكايدمية في تخصصات (الصحافة - الاعلام الرقمي - العلاقات العامة - والاعلان) بمعدل 126 ساعة معتمدة، وذلك في إطار سعي الكلية لدعم وتطوير قطاع الاعلام والاتصال والعلاقات العامة في دولة الإمارات العربية المتحدة عامة وإمارة الفجيرة خصوصاً، عبر إعداد وتأهيل كوادر تمتلك المهارات والقدرات المطلوبة لتحقيق هذا الهدف، فضلاً عن التفاعل المجتمعي، في سياق الرؤية العامة لجامعة الفجيرة.

الاهداف

توفر كلية الاتصال الجماهيري والعلاقات العامة بيئة تعليمية متطورة في تخصصات الصحافة والإعلام الرقمي والعلاقات العامة والإعلان تؤكد على جودة العملية التعليمية والبحث العلمي والتفاعل مع المجتمع بما يسهم في تحقيق رؤية جامعة الفجيرة.

مخرجات التعلم لكلية الاتصال الجماهيري والعلاقات العامة

تهدف الكلية الى ما يلي:

1. تقديم برامج بكالوريوس في الاتصال الجماهيري والعلاقات العامة في مسارات الصحافة والإعلام الرقمي والعلاقات العامة والإعلان وفق المعايير العالمية الرفيعة.
2. تخريج كوادر إعلامية مؤهلة في تخصصات الصحافة والإعلام الرقمي والعلاقات العامة والإعلان قادرة على تلبية احتياجات سوق العمل في هذه المجالات.
3. توفير بيئة تعليمية متكاملة تؤكد على جودة مخرجات التعليم والتعلم.
4. تعزيز مستوى التفاعل والتعاون بين جامعة الفجيرة والمؤسسات الإعلامية في الدولة والمجتمع وسوق العمل بعامة.
5. إعداد الطلبة مهنيًا وفنيًا لتصميم وتنفيذ وتخطيط جميع العمليات الإعلامية والاتصالية.

6. خلق التفكير النقدي والإبداعي في طرح الحلول الملائمة للمشكلات المتصلة بالاتصال الجماهيري والعلاقات العامة والإعلان.

7. تمكين الطلبة الخريجين من متابعة دراساتهم العليا في الإعلام والاتصال في الجامعات العربية والاجنبية.

برامج الكلية:

دبلوم العلاقات العامة

يهدف البرنامج إلى المساهمة في تطوير قطاع العلاقات العامة في دولة الإمارات العربية المتحدة من خلال برنامج تعليم مهني وسيط مدته سنتان بمعدل 66 ساعة معتمدة، يكتسب من خلالها الطالب المهارات والمعارف الأساسية في مجال العلاقات العامة، وذلك في بيئة تعليمية مهيئة للتحصيل المهني لبناء كادر قادر على الانخراط في سوق العمل والتفاعل مع المجتمع بما يسهم في تحقيق رؤية جامعة الفجيرة.

بكالوريوس الاتصال الجماهيري والعلاقات العامة - تخصص صحافة

يهدف هذا البرنامج إلى الاسهام في تطوير قطاع الصحافة في دولة الإمارات العربية المتحدة من خلال توفير كوادر صحافية تمتلك مهارات الإنتاج الفكري التفكير النقدي والتحليل الإبداعي وامتلاك المعارف النظرية والمهارات التطبيقية مثل القدرة على كتابة وتحرير مختلف الأشكال والقوالب الصحفية في مجال الصحافة والنشر.

بكالوريوس الاتصال الجماهيري والعلاقات العامة - تخصص اعلام رقمي

طرحت كلية الاعلام هذا البرنامج لتخريج كادر متخصص في مجال الاعلام الرقمي للإسهام في تطوير هذا القطاع في دولة الإمارات العربية المتحدة من خلال المهارات التي يكتسبها في الكتابة والتحرير والتفكير النقدي فضلاً عن القدرة على توظيف التقنيات الحديثة في مجالات الاعلام لتجويد الرسالة الاعلامية على مستوى دولة الإمارات والخليج والوطن العربي.

بكالوريوس الاعلام الجماهيري والعلاقات العامة-تخصص علاقات عامة

مناطق بهذا البرنامج اعداد وتخرج كوادر في مجال العلاقات العامة تمتلك المهارات الاعلامية والاتصالية المطلوبة لبناء كادر في هذا التخصص، فضلاً عن مهارات التفكير النقدي والقدرة على التحليل والكتابة وتنظيم الأنشطة والفعاليات وتطبيق قواعد المراسم والبروتوكول ونتاج المواد الاعلامية المختلفة في مجال

العلاقات العامة، وذلك لإمداد مؤسسات الدولة بالكادر المؤهل علمياً ومدرّب تدريباً احترافياً في تخصص العلاقات العامة.

بكالوريوس الاتصال الجماهيري والعلاقات العامة - تخصص الاعلان

بعد ان أصبح الاعلان نشاطاً اقتصادياً مهماً في ظل النهضة الاقتصادية التي تشهدها دولة الإمارات، أصبح من الضروري ان يضاف الى التخصص العلمي في هذا المجال. لذلك طرحت كلية الاتصال الجماهيري والعلاقات العامة هذا التخصص لتزويد سوق الاعلان بكوادر تمتلك المهارات النظرية والتطبيقية والقدرة على توظيف التقنية الحديثة في مجال الاعلان لإنتاج مواد اعلانية تستجيب لمعايير السوق.

المبحث الرابع

الإطار التحليلي

النتائج والخالصة والتوصيات

تحليل البيانات:

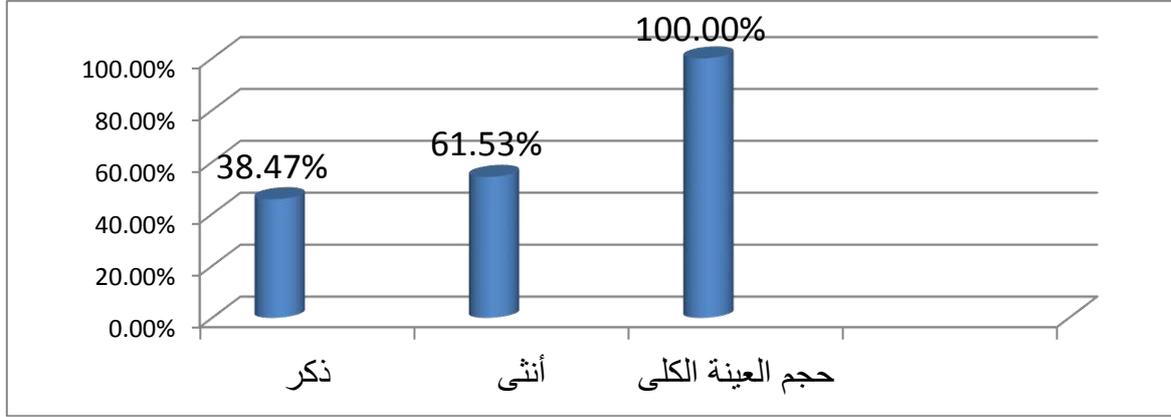
التي تم جمعها من خلال المقابلة الفردية والجماعية لعدد 78 طالباً وطالبة ممن درسوا مادة العلاقات العامة عبر الانترنت وهم العينة التي تمثل مجتمع البحث.

جدول رقم (1) يوضح وصف عينة البحث من الطلاب والطالبات لمادة العلاقات العامة عبر الانترنت لثلاث فصول دراسية بجامعة الفجيرة الممثلين لمجتمع البحث:

النسبة المئوية %	التكرار	
61.53%	48	أنثى
38.47%	30	ذكر
100.0%	78	حجم العينة الكلي

جدول رقم (1) يوضح أن عدد الذكور 30 شخص بنسبة 38.47%، فيما بلغ عدد الإناث 48 شخص بنسبة مئوية 61.53%، وهذا مؤشر على أن للإناث وضعهن المميز وهن الأكثر عدداً.

شكل رقم (1) يوضح وصف عينة البحث للأساتذة والموظفين بالمؤسسات الأكاديمية الممثلة لمجتمع البحث:



جدول رقم (2) يوضح الفئة العمرية للعاملين بالجامعات السودانية محل الدراسة

العمر	التكرار	النسبة المئوية %
اقل من 30 سنة	21	93.26%
31 - 40 سنة	52	66.66%
41 - 50 سنة	5	6.41%
حجم العينة الكلي	87	100.0%

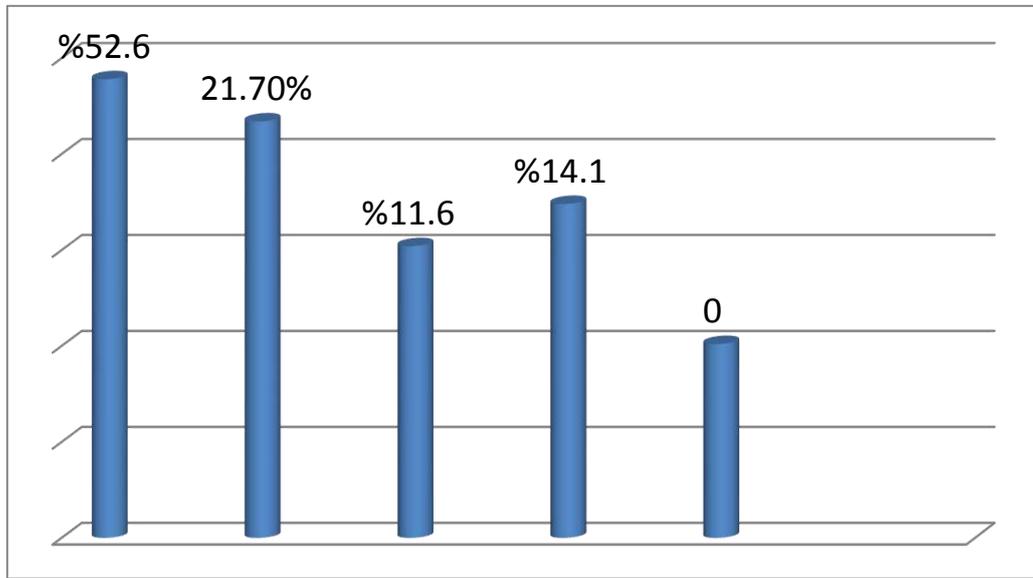
جدول رقم (2) يوضح الفئات العمرية للطلاب والطالبات الممثلين لمجتمع البحث والذين يتراوح أعمارهم بين اقل من 30 - 50 سنة ووجدت الباحثة أن أكبر نسبة في الفئات العمرية هم في الفئة العمرية 31 - 40 سنة إذ يمثلون 66.66% من عينة البحث، وأدنى نسبة لفئة اقل من 50 سنة فما دون إذ تمثل 6.41% وهذا يدل على أن فئة الشباب الناضجين هم الاغلبية.

جدول رقم (3) يوضح الحالة الاجتماعية للعينة الممثلة لمجتمع البحث

سنوات الخبرة	التكرار	النسبة المئوية %
متزوج	41	52.6%
عازب	17	21.7%
مطلق	9	11.6%
منفصل	11	14.1%
حجم العينة الكلي	78	100%

جدول رقم (3) يوضح الحالة الاجتماعية للعينة الممثلة لمجتمع البحث، ووجدت الباحثة أن أكبر نسبة في الفئات المتزوجة حيث بلغ عددهم 41 شخص بنسبة مئوية 52.6%، ويلاحظ من الجدول أن المتزوجون هم الغالبية، وهذا يتوافق تماما مع الجدول رقم (2) الذي يمثل الفئات العمرية يعني أن أغلب العينة من فئات الشباب الناضجين. ولم يكن في العينة أرمل. كما ان المطلقين والمنفصلين يمثلون 25.7% وهي نسبة عالية تعتبر وتمثل مؤشر يجب أخذه في الاعتبار.

شكل رقم (2) يوضح الحالة الاجتماعية لعينة البحث

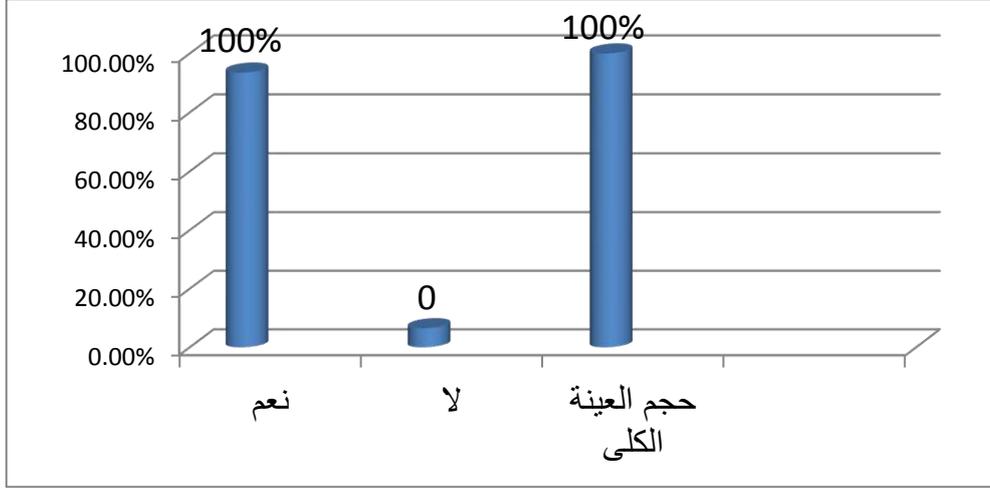


جدول رقم (4) يجيب على سؤال هل هناك تأثير سلبي وسائل الاتصال الرقمي

النسبة المئوية %	التكرار	
100%	78	نعم
0%	0	لا
%100.0	78	حجم العينة الكلي

بالنظر إلى الجدول رقم (4) نجد أن 100% من عينة البحث الممثلة لمجتمع البحث يرون أن هناك تأثيراً سلبياً لوسائل الاتصال الرقمي.

شكل رقم (3) يوضح إجابة عينة البحث على السؤال عن تأثير وسائل الاتصال الرقمي السلبى.

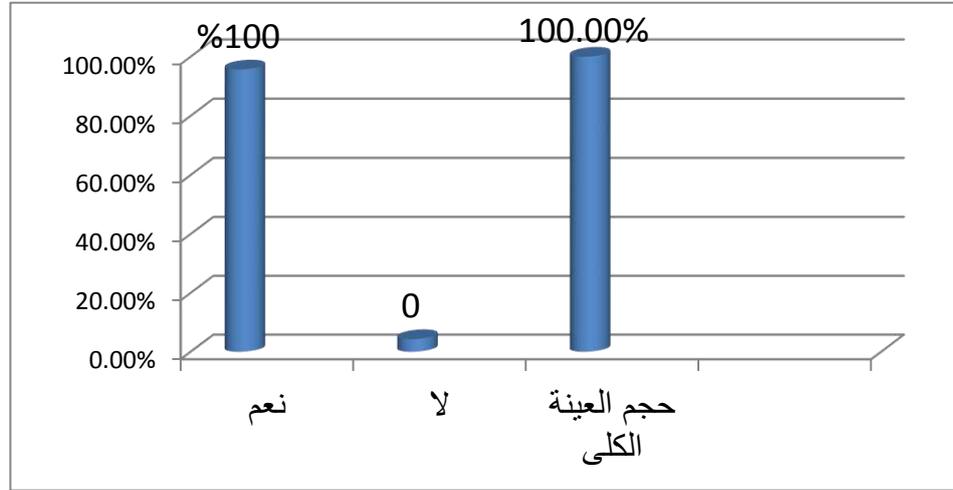


جدول رقم (5) يوضح انعكاس الاثر السلبى على حياة العينة اجتماعياً ودينياً واقتصادياً ونفسياً واسرياً واخلاقياً.

النسبة المئوية %	التكرار	العبارات
100%	100	نعم
0%	0	لا
%100.0	87	حجم العينة الكلى

بالنظر إلى الجدول رقم (5) نجد أن 100% من العينة الممثلة لمجتمع البحث يرون أن اجتماعياً ودينياً واقتصادياً ونفسياً واسرياً واخلاقياً.

وفي المقابلات التي تمت مع عينة البحث تحدثوا باستفاضة عن هذه الآثار السلبية التي انعكست عليهم وعلى أسرهم الممتدة والصغيرة. وأكدوا ان الام وهي نواة الاسرة لها الدور الاكبر في ان تحول الآثار السلبية لآثار ايجابية إذا انتبهت للتحديات والمهددات التي تمثلها وسائل الاتصال الرقمي والتي اشاعت نسبة التوحد لدى الاطفال وفككت الاسر وشغلت الاب والام والجد والجدة عن أداء دورهم التربوي مما ترك شروخا نفسيه بالنسبة للأطفال واستعاضت الاسر في ذلك بوسائل التكنولوجيا. مما سنركز عليه في النتائج والتوصيات



شكل رقم (4) يوضح انعكاس الاثر السلبي على حياة العينة اجتماعياً ودينياً واقتصادياً ونفسياً واسرياً واخلاقياً.

الخلاصة والنتائج والتوصيات

فيما يختص بمستقبل وسائل الاتصال الجماهيري فإن:

- 1- الاعلام التقليدي كما نعلمه جميعاً (الصحافة، الاذاعة، التلفاز السينما، الخ).
- 2- الاعلام المحوسب الاعلام الرقمي ومنه تتحول الصحافة الى صحافة الكترونية والاذاعة والتلفاز الى بث من خلال الانترنت. مع اتصال تفاعلي من قبل البرامج الجديدة والمتنوعة والتي تحدث نفسها على مدار الساعة.

وبما ان الاعلام بالمعنى التخصصي هو الذي ينقل المعلومة والخبر ويتميز عما ينقل بوسائل الاتصال الاجتماعي التي تنقل الآراء الشخصية في محادثات خاصة والتي تدار بواسطة افراد وليست كالتي تدار بواسطة مؤسسات فهذه الاخيرة تقدم مضمون يحتاج الى اعلاميين حقيقيين ومتخصصين على عكس الهواة الذين يقدمون المعلومات من خلال منصات التواصل الاجتماعي ويجهلون معرفة ما يجب ان ينشر وما لا ينشر وحدود النشر ومواقفته اذ تجب الموازنة بين حرية التعبير والمسؤولية الواجبة على الاعلام ومنصات التواصل الاجتماعي.

تحديات منصات الاتصال:

مواقع التواصل الاجتماعي

المهدد الأول: البقاء للإعلام التقليدي

المهدد الثاني: خلق لغات ومصطلحات تجمع بين أكثر من لغة (تهديد اللغة العربية)

المهدد الثالث: ذوبان الثقافات في بعضها البعض (مههد للثقافة والهوية الاسلامية والعربية: القيم والعادات والتقاليد.... الخ)

المهدد الثالث: محو الحواجز الجغرافية: فلم تعد هناك إمكانية للسيطرة على تدفق المعلومات من خلال الفواصل الحدودية والسياسية وأصبح العالم وحدة واحدة.

فإذا بدأنا بالتحديات التي تواجهها الصحافة بشكلها التقليدي والتي تحولت بعد اكتشاف المطبعة 1456م الى جماهيرية.. فالسؤال هل يمكن للصحافة بشكلها الحالي أن تتواجد بعد عامين؟

وللإجابة على هذا السؤال يجب أن نجيب على سؤال من هم المثقفين خلال هذه الأعوام؟ فمن خلال هؤلاء المثقفين وتكوينهم الاجتماعي والثقافي ووضعهم الاقتصادي والسياسي يمكننا أن نقول المجتمعات النامية ستظل تحافظ على الصحافة بشكلها التقليدي إذ ما زالت نسبة الجهل والأمية الحاسوبية متفشية في هذه البلدان والمتعلمين في هذه البلدان ارتبطت الصحافة في أذهانهم بأنها مصدر المعلومات (إن كانت حقيقية أو مكذوبة) كما أن الأمية الحاسوبية والتي تفرضها الظروف الاقتصادية تجعل للصحافة وضعا مميزاً بين المتعلمين وهم المثقفين للرسالة الاتصالية من خلال الصحافة.

• أما في المجتمعات المتقدمة والتي محت أميتها الحاسوبية والتقنية في ظل وضع اقتصادي وسياسي واجتماعي وثقافي مختلفين فستكمل بل قد تستأسد منصات التواصل الاجتماعي والصحافة الإلكترونية على الصحافة بشكلها التقليدي.

إذن نسبة التهديد عالية والتحديات التي يجب أن تكافحها لتبقى خاصة في ظل تراجع نسب التوزيع في العالم الغربي خاصة والعالم العربي عامة. مما يضطرها إلى:

• تجويد الخدمة الإخبارية التي تقدمها لمثقفها من خلال صحفيين مؤهلين ومحترفين إذ يجب أن تعدل كليات علوم الاتصال الأساليب والمناهج والتركيز على الوسائط المتعددة والاتصالات الحديثة وتأهيل وتدريب الأساتذة على الإعلام الرقمي الجديد.

• استخدام اللغة الأسهل والأوضح لإيصال الرسالة.

• السرعة والتحديث للمعلومات.

• محاولة إصدار أكثر من نسخة يومياً كما تفعل بعض الصحف في وطننا العربي لمواكبة الأحداث ومحاولة التغطية التي تلبى حاجة المثقفي.

• على الصحافة المحلية أن تتبنى أشكالاً جديدة لتقديم المحتوى بشكل مختلف وجاذب وان تعمل على تعزيز الحس الوطني بنشر قصص تعكس الهوية مما يخلق خطوط تماس قوية مع القراء.

• فكما تعايشت الصحافة في ظل التنافس مع الاذاعة والتلفاز فستظل باقية إن استفادت من وسائل التواصل الاجتماعي ويتم خلق صيغ للتوافق بين الصحافة المطبوعة ووسائل الاتصال الاجتماعي.

- أما التلغاز والإعلام المسموع (المذيع):
فإن أراد التلغاز و المذيع أن يعيشا فيجب أن يستفيدا من إمكانات منصات التواصل الاجتماعي كأن يقدم برامج بواسطة ناشطين في منصات التواصل الاجتماعي كما حدث في بعض الفضائيات (تلفزيون أبوظبي - برنامج درشات) 40 ألف متابع في وسائل التواصل الاجتماعي مما حقق الدمج بين التقليدي والحديث من الوسائل والمضامين - اذ يستقطب مشاهدين ويعرف الذين لا يتعاملون مع وسائل التواصل الاجتماعي مع الانتباه إلى أن من يقدمون المحتوى في وسائل الاتصال الاجتماعي ينشرون المضامين القصيرة اختصارا للوقت والجهد وعندما ينتقلون للتلفزيون لا يستطيعون المواكبة .
- فيسبوك - تويتر - استقرام - غوغل بلس - واتس آب - فايبر - تلغرام
منصات التواصل الاجتماعي: -
تعمل على نشر المعلومات وتداولها بلغات متعددة حتى يستطيع المستخدمون بث المعلومات بشكل أسهل يعكس شخصياتهم دون الوقوف أمام الحواجز اللغوية.
وأثبتت البحوث أن اللغة العربية واحدة من اللغات النشطة واستخدامها عالي جداً على تويتر وفيسبوك وبقية الوسائل وفي كافة المجالات.
ومنصات التواصل الاجتماعي تعمل على بث كم هائل من المعلومات مما يؤكد تحول المستخدم إلى منتج للمعلومات.
منصات التواصل الاجتماعي تستخدم بطريقة غير مهنية الأمر الذي ترتبت عليه أعباء كبيرة على الإعلام المهني ولذا يجب المتابعة والتدقيق لكل ما يأتي من معلومات من منصات التواصل الاجتماعي لنجنب مجتمعاتنا الجوانب السلبية ونستفيد من الجوانب الإيجابية لخدمة مجتمعاتنا ومن أجل المصلحة العامة.
استطاعت منصات التواصل الاجتماعي تعديل اقتصاديات المؤسسات الإعلامية بحصولها على الحصاة الأكبر من الإعلانات مما كان له تأثيره حول عدد المتلقين للإعلام التقليدي.
كذلك أصبحت وسائل الاتصال التقليدية تلجأ للحصول على المعلومات من وسائل الاتصال الاجتماعي.
فيجب أن تساهم وسائل الاتصال الاجتماعي في صناعة الوعي والحفاظ على كيان المجتمع وتعزيز الأمن والاستقرار وتوحيد صفوف الأمم وعدم استخدامها بشكل غير مسؤول في بذر الفتن والنزاعات والشائعات الهدامة.

فقد أعادت منصات وسائل الإعلام الرقمي الجديد بتشكيل المجتمعات وتحديد أولويات الرأي العام مما جعل من الصعب التحكم في طبيعة الخطاب الإعلامي وصناعة المواقف. وتعدلت عادات التلقي للإخبار والمصادر التي يعتمد عليها الجميع في نقل واسترجاع المعلومات.

مما يعتبر خاصية تعتمد الآنية في نقل المعلومات بما يتناسب واحتياجات المتلقي مما دفع بالأجهزة الإعلامية التقليدية الى إضفاء مزايا نسبية في صياغة الرسالة الإعلامية وحجم انتشارها والتكامل والتفاعل بين القائم بالاتصال والمتلقي مما أثرى المحتوى الإعلامي بنحو إيجابي.

كسر احتكار الشركات العالمية الكبرى التي كانت تحتكر المعلومات وبثها وظهر إعلام متحرر من تبعية رأس المال أو الانتماءات الفكرية والأيدلوجيا مما أتاح للكثيرين من الأصوات غير المسموعة بإسماع صوتها ومناقشة قضايا تؤثر في الرأي العام لأنه يتميز بتحرير النصوص وسهولة البث وقلة التكلفة مع إمكانية إخفاء المصدر وإمكانية تحول الاحتجاج الشخصي إلى قضية رأي عام مع تجاوز حاجز الحدود الجغرافية والثقافية واللغوية.

كذلك ضعف الرقابة وعدم وجود القوانين المنظمة لتدفق المعلومات في منصات التواصل الاجتماعي - وعدم الفصل بين الخاص والعام في ظل المعلومات وبين المحلي والدولي مع سرعة الانتشار للرسالة الإعلامية وسهولة الوصول إليها.

تحتاج كل مؤسسات الدولة التشريعية والقضائية لوضع قوانين وتشريعات تهدف للحد من سيطرة وسائل الاتصال الاجتماعي.

من إيجابيات منصات الاتصال الاجتماعي سرعة تداول المعلومة التي قد تنقلب إلى سلبية عندما يقود التسرع إلى أخطار انتهاك الخصوصيات.

وتتنوع التطبيقات للإعلام الإلكتروني من مواقع وغرف دردشة ومدونات ثم الشبكات الاجتماعية والهواتف الذكية.

من مساوئ منصات التواصل الاجتماعي الإدمان و الهيمنة على عقول المستخدمين مما يجعلهم لقمة سائقة لدى من يملكون أجنحة تعمل على غسل الأدمغة و السيطرة على الفئة الأكثر استخداما و هم الشباب الذين ابتعدوا عن الاطلاع و ممارسة أنشطتهم و التفاعل الاجتماعي و انعكس ذلك على التفكك الأسري فالجد و الجدة والأب و الأم مشغولون و الأبناء كذلك ، الكل يمارس الألعاب و يتواصل الكترونياً مع آخرين مما يباعد بين أفراد الأسرة ثم الأسرة الممتدة ثم المجتمع مما ساعد على تغيير السلوك من خلال ما يشاهده الأطفال و الشباب في المواقع التي لا مراقب لها.

ومن سلبياته ايضاً حسب مختصين في المجال انه يتم انتهاك حقوق الطبع والملكية الفكرية مع غياب القوانين التي تحاسب على ذلك. مما يتطلب بعداً أخلاقياً للذين يقومون ببث المعلومات عبر منصات التواصل الاجتماعي.

من إيجابيات منصات التواصل الاجتماعي مساهمتها بفعالية في برامج المسؤولية الاجتماعية والموضوعات البيئية ورفع الوعي بحماية البيئة ومكافحة الغش.

واستفادت منها المنظمات الخيرية غير الربحية في أداء أعمالها والوصول للمانحين والمستفيدين وعكس أنشطتها.

كذلك من إيجابياتها إنه يمكن الاستفادة منها في رفع درجة الوعي الاقتصادي والاجتماعي والسياسي والتوعوي بشكل عام ومكافحة الانقسامات المجتمعية والصراعات وذلك باستغلالها كأداة وظيفية إيجابية لإعادة بناء المجتمعات والربط بين دور الفرد والمجتمع والدولة في البناء والتنمية والتطور.

ومن إيجابياتها إمكانية المساهمة في صنع المستقبل وتطوير الثقافات وتوسيعها لخدمة البشرية والمساعد على تثبيت الأمن وتقليل الحروب والأزمات.

فقد ساهمت في خلق التواصل والتقارب بين قنوات الاتصال التقليدية ومتلقيها في ظل تفاعل المتلقي بنقاشه وتعبيره عي رأيه. وأصبح المتلقين يعبرون عن مشاغلهم المختلفة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية مع توفر المساحة الزمانية والمكانية المجانية.

توصيات

- السيطرة على محتوى منصات الاتصال الاجتماعي من خلال القوانين والتشريعات الأخلاقية المنظمة للعمل الإعلامي الإلكتروني.
- القيام بإضافة مواد لمناهج كليات علوم الاتصال تهتم بوسائل الاتصال الاجتماعي للحصول على مخرج قادر للتعامل مع وسائل الاتصال التقليدية والحديثة.
- الدمج بين وسائل الاتصال التقليدية والحديثة من حيث الاستفادة من المحتوى والمنشور في كلا الوسائل.
- التحديث ومواكبة السرعة والاختصار للمعلومات والأخبار في الإعلام المطبوع والمسموع والمرئي وتنويع المحتوى وما يقدم في الوسائل التقليدية يعدل في مواقعها في الإنترنت بما يلي احتياجات المتلقي (من خدمات حالة الطقس - أسعار العملات - الأسهم - الحجوزات - السوق الإلكتروني الخ).

كما تفعل صحيفة نيويورك تايمز في نسختها الإلكترونية وموقعها الآخر نيويورك تودي New York (Today).

المصادر والمراجع

أولاً: المصادر:

- (1) القرآن الكريم.
- (2) السنة النبوية.
- ثانياً: المراجع العربية:
 - (1) د. أحمد بدر - الإعلام الدولي، دراسة في الاتصال والدعاية الدولية- دار قباء للطباعة والنشر (القاهرة) - الطبعة الرابعة-1998م.
 - (2) د. أحمد مار -كيف تدفع مهاراتك الإدارية في الاتصال -الدار الجامعية للطباعة والنشر والتوزيع- الطبعة الأولى -1998م.
 - (3) داخلا مصطفى - الأنشطة والفعاليات في العلاقات العامة -دار البداية-2018 طبعة اولى.
 - (4) أدوين أمري وآخرون- ترجمة إبراهيم سلامة إبراهيم - الاتصال الجماهيري- المجلس الأعلى للثقافة - الشركة الدولية للطباعة- 2000م (Introduction to Mass Communication -Edwin Emery)
 - (5) د. إيمان محمد عز الدين -الإعلام والمجتمع في ظل النظام العالمي -دار المصطفى للطباعة والنشر الطبعة الأولى 2001م.
 - (6) أندرو براد بييري -كيف تحسن مهارات الاتصال مع الآخرين - اتقان مهارات العروض التقديمية -دار الفاروق للنشر والتوزيع طبعة أولى 2001م.
 - (7) توماس. ل ما كفيل- ترجمة. د. حسني محمد نصر -د. عبد الله الكندي -الإعلام الدولي - النظريات- الاتجاهات - الملكية -دار الكتاب الجامعي للنشر - الطبعة الأولى 2003م.
 - (8) جون جوتنبرج -الصحفي المحترف-الدار الدولية للنشر والتوزيع الطبعة الأولى 1990م.
 - (9) أ.د. جيهان أحمد رشتي- الأسس العلمية لنظريات الإعلام- دار النهضة العربية - 1993م.
 - (10) د. حسن إبراهيم مكي -د. بركات عبد العزيز محمد- مدخل إلى عالم الاتصال -منشورات ذات السلاسل الكويت - الطبعة الأولى 1995م.
 - (11) د. حسن عماد مكاوي ود. ليلي حسين السيد - الاتصال ونظرياته المعاصرة - الدار المصرية اللبنانية - الطبعة الثالثة- أكتوبر 2002م.
 - (12) د. حسني محمد نصر-مقدمة في الاتصال الجماهيري المدخل والوسائل-مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع - الطبعة الأولى 2001م.

- (13) دليل استعمال الناشر الصحفي -مؤسسة ديوان العلوم وتقنية المعلومات - الطبعة الأولى 1990-1991م.
- (14) رؤى كامل -إعداد الصحفي بين التدريب والتعليم، العربي للنشر والتوزيع الطبعة الأولى 2005م.
- (15) د. سامي عريفي- وخالج حسين مصلح ومفيد نجيب حواشين- في مناهج البحث العلمي وأساليبه- دار مجدلاوي للنشر والتوزيع-الطبعة الثانية 1419هـ-1999م.
- (16) أ.د. سامية محمد جابر ود. نعمات أحمد عثمان- الاتصال والإعلام وتكنولوجيا المعلومات- دار المعرفة الجامعية- الإسكندرية - 2003م.
- (17) أ.د. سوزان العليين ود. صلاح منكور- الإعلام وقضايا المجتمع- دار النهضة العربية - 2001م.
- (18) د. شريف درويش اللبان- تكنولوجيا النشر الصحفي- الدار المصرية اللبنانية- الطبعة الأولى - 2001م.
- (19) د. شعيب عبد الفتاح، الإعلام العربي وتحديات القرن الحادي والعشرين، الأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام.
- (20) د. صلاح محمد إبراهيم - مدخل إلى الصحافة والقانون -تولي للتوزيع- الخرطوم - الطبعة الأولى 1995م
- (21) د. طه عبد العاطي نجم- الاتصال الجماهيري في المجتمع العربي الحديث (الموضوع والقضايا) - دار المعرفة الجامعية- الإسكندرية - 2005م.
- (22) د. عامر إبراهيم قنذلي -البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات -مطبعة دار الشؤون الثقافية - طبعة أولى 1993م.
- (23) د. عبد الأمير الفيصل -الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي -دار الشروق للنشر والتوزيع - الطبعة الأولى 2006م.
- (24) د. عبد الرازق محمد الدليمي -إشكاليات الإعلام والاتصال في العالم الثالث -دار مكتبة الرائد العلمية - طبعة أولى العلمية - الطبعة الأولى 2004م.
- (25) د. عبد العزيز شرف- نماذج الاتصال في الفنون والإعلام والتعليم وإدارة الأعمال- الدار المصرية اللبنانية- الطبعة الأولى 2003م.
- (26) د. عبد العزيز شرف -الإعلام الإسلامي وتكنولوجيا الاتصال -دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع - الطبعة الأولى 1998م.
- (27) د. عبد الله محمد زلطة- الإعلام الدولي في العصر الحديث- دار الفكر العربي - الطبعة الثالثة- 2005م (تلفون 3930167 - 2752984).
- (28) د. عبد الله محمد عبد الرحمن- سوسيولوجيا الاتصال والإعلام- النشأة التطورية والاتجاهات الحديثة- الدراسات الميدانية- دار المعرفة الجامعية - 2005م.
- (29) د. عبد الله مسعود الطبرقي- قضايا في الإعلام والمجتمع - 1413هـ-1993م.
- (30) د. علي الباز - العلاقات العامة والعلاقات الإنسانية والرأي العام -مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية -طبعة عام 2002م.
- (31) د. علي محمد شمو - الاتصال الدولي والتكنولوجيا الحديثة -الدار القومية العربية للثقافة والنشر.
- (32) د. علي محمد شمو- أساسيات الاتصال ومهاراته - منشورات جامعة السودان المفتوحة - الطبعة الأولى 2005م.

- (33) د. محمد عبد الغني حسن هلال- مهارات التوعية والإقناع- سلسلة مهارات تطوير الأداء (18) - مركز تطوير الأداء والتنمية - القاهرة - 2004م.
- (34) د. محي الدين تيطاوين- النشر الإلكتروني والإخراج الصحفي- شركة مطابع السودان للعملة المحدودة- الطبعة الأولى 2004م.
- (35) د. مصطفى السيد - دليلك الشامل إلى شبكة الإنترنت- دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع الطبعة الأولى 1997م.
- (36) د. منصور أحمد عبد المنعم- تطوير المناهج (مدخل أخلاقي لمستقبل التعليم) - مكتبة زهراء الشرق للنشر الطبعة الأولى 2004م.
- (37) هارون أ. شنلر، المتلاعبون بالعقول - ترجمة عبد السلام رضوان- سلسل كتب عالم المعرفة العدد (106)، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب- لكويت- 1986م.

ثالثاً: المراجع الأجنبية:

- (1) Communication Plus: How to Speak so People will Listen, Marita Littauer and Florence Littauer. Paperback, May 19/2006.
- (2) Melvin L. DeFleur, Everette E. Dennis, Understanding Mass Communication, (A Liberal Arts Perspective),
- (3) Stanley J. Baran Dennis K. Davis, Mass Communication Theory, Foundations, Ferment and Future, third ed. 2003, Thomson, Wadsworth.

رابعاً: مراجع ومواقع وصحف من الشبكة العنكبوتية:

- 2016/8/ - الاعلام الرقمي هل يكتب نهاية التلفزيون؟ تامر عبيد المجيد / احمد النجار (ابوظبي - دبي) صحيفة الاتحاد.
- صحيفة الرأي - 2017/5/17 - الساعة 11 - عمان - بترا، منصات التواصل الاجتماعي تستخدم بطريقة غير مهنية - اعلاميات (د. محمد الموفي) وزير الدولة لشؤون الاعلام
- الشرق الاوسط 23 شعبان 1427 - 20 مايو 2016، مواقع التواصل الاجتماعي فضاء متعدد ومنصة للإعلام الجديد.
- مجلة آراء الخليج مارس 2017
- المركز العربي لأبحاث الفضاء الإلكتروني 2017/10/21، الاعلام الإلكتروني: منصة الفرص والمواجهة بين المجتمع والدولة - د. عادل عبد الصادق
- البيان - د. صالح أبو أصبع 2016/8/15 - الاعلام الجديد تحديات الانتشار والتأثير
- العرب 2017/10/21 - العدد 10788 - الاعلام الرصاصية الاولى في حروب المستقبل - د. ياس خضير البياتي (نشر في 2017/1/5 - العدد 10502) ص 18
- اتحاد اذاعات الدول العربية - جامعة الدول العربية - كتاب عصر الميديا الجديدة 2016 (مقالات لباحثين ومهتمين في مجال الاعلام والاتصال).
- مركز الروابط - للبحوث والدراسات الاستراتيجية - 22 ديسمبر 2016 - الصحافة الورقية العربية صراع البقاء ورهانات الرقمية

* "Introduction to Social Media", www.usf.edu, Retrieved 16-4-2018 Edited.

* "Social Media Overview", www.communications.tufts.edu, Retrieved 16-4-2018.

* "The Cause and Effects in Social Media", www.scalar.usc.edu, Retrieved 16-4-2018

1-موضوع موقع باللغة العربية 3 ابريل 2018 الساعة 13:00 ومنه المعلومات ومصادرها

(2) "Introduction to Social Media", www.usf.edu, Retrieved 16-4-2018 Edited.

(3) "Social Media Overview", www.communications.tufts.edu, Retrieved 16-4-2018.

(4) "The Cause and Effects in Social Media", www.scalar.usc.edu, Retrieved 16-4-2018

- محو الأمية الرقمية واستخدام أمثل للتقنيات الاتصالية لمواكبة الحداثة مع تدريب وتأهيل مراسلين ومصورين.
د. اخلاص مصطفى عمر التني
جامعة الفجيرة
2018-10 -31 -30

1-د. حسين ابو شنب محاضرات في الاعلام التفاعلي 5 ابريل 2018 الساعة 17:00



+973 17 620 092



Gulf University



gulf_university



gulfuniversity