

داخل العدد

- المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام (دراسة تطبيقية علي أزمة المرور في مصر)
- الأغاني التلفزيونية المصورة (الفيديو كليب) ونظرية تأثير الشخص الثالث third person effect (دراسة تطبيقية علي عينة من الجمهور المصري)
- كيف ترى المرأة صورتها المقدمة في إعلانات التلفزيون (دراسة كيفية علي طالبات جامعة الإمارات العربية المتحدة)
- التعرض لسلسلات التلفزيون وعلاقته بالأسلوب الذي يفضله المشاهد في إتخاذ القرار داخل الأسرة .
- دور وسائل الاتصال في تشكيل الصورة الذهنية لدى الصحفيين العاملين بالصحف الأمريكية تجاه العرب والمسلمين بعد أربعة أعوام من أحداث الحادي عشر من سبتمبر ٢٠٠١م (دراسة ميدانية).
- معالجة الأفلام السينمائية المصرية لقضايا التفكك الأسري (دراسة تحليلية وميدانية).
- اتجاهات المرأه الصعيدية المتميزة نحو صورتها في وسائل الإعلام المقروءة والسموعة والمرئية (دراسة تحليلية وميدانية).
- الأثار التربوية لعولمة الثقافة والإعلام في الوطن العربي .
- العلاقة بين ثنائية اللغة لدى المراهقين المستخدمين للإنترنت وتشكيل هويتهم الثقافية .
- دور الصحافة السعودية في تشكيل اتجاهات الناخبين (دراسة تطبيقية مقارنة علي المصرية السعودية)
- بيئة الإحتلال الإسرائيلي وتأثيرها علي التحرير الصحفي في الصحف اليومية الفلسطينية (دراسة تحليلية خلال عامي ٢٠٠٠، ٢٠٠٢).

العدد

الرابع والعشرون

أكتوبر ٢٠٠٥م

**دار الاتحاد التعاونى
للطباعة**

ش سيدى بلال من مصطفى حافظ
جسر السويس

ت ٢٩٩٩٥٤٥

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية

٦٥٥٥

العدد الرابع والعشرون

أكتوبر ٢٠٠٥ م

مجلة

البحوث الإعلامية

دورية علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر

رئيس مجلس الإدارة

الأستاذ الدكتور: أحمد الطيب

رئيس التحرير

أ.د: محيي الدين عبد الحلیم

مدير التحرير

أ.د: شعبان أبو اليزید شمس

رئيس قسم الصحافة والإعلام

سكرتير التحرير

د/ أحمد منصور هببة

توجه باسم الدكتور سكرتير التحرير على العنوان التالي : جامعة الأزهر
كلية اللغة العربية بالقاهرة قسم الصحافة والإعلام ت ٥١٠١٤٦٦



دور وسائل الاتصال في تشكيل الصورة الذهنية لدى الصحفيين العاملين بالصحف الأمريكية تجاه العرب والمسلمين

بعد أربعة أعوام من أحداث الحادي عشر من سبتمبر ٢٠٠١م
(دراسة ميدانية)

إعداد

دكتور/ حسان عمر بصفر

أستاذ مساعد بقسم الإعلام بكلية الآداب والعلوم الإنسانية

جامعة الملك عبدالعزيز

المستخلص

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على الصورة الذهنية لدى الصحفيين العاملين في الصحافة الأمريكية تجاه صورة العرب والمسلمين بعد مرور أعوام من أحداث الحادي عشر من سبتمبر ٢٠٠١ م، نتيجة لأثر الصحافة والإذاعة والتلفاز والسينما والفيديو والشبكة العنكبوتية والاتصال الشخصي على تصورهم وانطباعاتهم عن العرب والمسلمين، والذي انعكس على كتاباتهم الصحفية اليومية والأسبوعية والسنوية، بحسب الأحداث والصورة النمطية السلبية عن العالمين العربي والإسلامي، والذي يظهر على توجهاتهم خلال انتقاء وكتابة الأخبار والقصص والموضوعات والمقالات الصحفية، بالإضافة إلى آرائهم وتعليقاتهم التي يقدمونها لقرائهم.

وتوضح هذه الدراسة أيضاً أثر مصادر الأخبار الصحفية والإعلامية الرسمية وغير الرسمية كوكالات الأنباء العالمية، والشخصيات السياسية صاحبة القرار في الولايات المتحدة، والخبراء والمحللين السياسيين بوسائل الإعلام الأمريكية، وهي دراسة مسحية لعينة عشوائية من الصحفيين العاملين في الصحف الأمريكية، والذين بلغ مجموعهم 3125 صحفياً وصحفية بواقع 2217 وبنسبة (71%) من الذكور، و 906 (29%) من الإناث الذين شاركوا في هذه الدراسة.

ولقد توصلت هذه الدراسة إلى عدد من النتائج الهامة، التي يمكننا أن نستخلص منها عدة استنتاجات علمية مهمة نجملها فيما يأتي:

١- فقد توصلت الدراسة إلى أن أثر متابعة الأخبار والقصص والموضوعات الإعلامية، التي تستعرضها شبكة الإنترنت، بمواقعها الإخبارية المتنوعة، فضلاً عن مواقع ومنتديات المحادثات الإلكترونية Chatting عن صورة العرب والمسلمين، مما يؤثر بشكل واضح وعميق على تكوين صورة ذهنية سلبية لدى الصحفيين العاملين بالصحف الأمريكية،

المقدمة :

الحمد لله الذي لا يحصي نعماءه العادون، ولا يبلغ قدره المجتهدون، ولا يحيط بعلمه العالمون، والصلاة والسلام على سيد الأولين والآخرين، سيدنا محمد شفيعنا يوم الدين وبعد:

لا تزال بحوث وسائل الإعلام المقروءة (الصحف والمجلات الأمريكية المطبوعة)، والمسموعة (الإذاعات الحكومية والتجارية الأمريكية)، والمرئية (محطات التلفزة الحكومية والتجارية الأمريكية)، والسينما، والفيديو، والاتصال الشخصي للعاملين في الصحافة الأمريكية في حاجة إلى دراسات وبحوث علمية، مستفيضة وعميقة تكشف لنا أبعاد التطور والتغير الإعلامي العالمي والتقني العلمي السريع والمواكب للإحداث العالمية لليومية وعصر العولمة، والذي أدى إلى زيادة التدخلات الأجنبية السياسية والاقتصادية وحتى العسكرية في بلدان الشرق الأوسط والعالم الإسلامي، بالإضافة إلى ازدياد حجم النشاطات الاستثمارية والتجارية والاقتصادية والعمرانية في عالمنا العربي والإسلامي، وخاصة في عهد جديد بما يسمى عهد مكافحة "الإرهاب" و"الشرق الأوسط الجديد" كما رسمت له وتبنته إدارة للقطب الأوحدي في العالم (إدارة الرئيس الأمريكي بوش) وذلك بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر عام ٢٠٠١م وما تبعه من تأكيدات للصورة النمطية المتعارف عليها وذلك منذ الخمسينيات وحتى يومنا هذا عن الصورة السلبية للعرب والمسلمين، مما كان سببا في تقديم صورة مشوهة وسلبية عن العالمين العربي والإسلامي على جميع الأصعدة الإعلامية والسياسية والاقتصادية.

ومما لا شك فيه بأن تصور العاملين بوسائل الإعلام ولا سيما الصحافة المطبوعة (الصحف الأمريكية) له أثر واضح يلتمسه الباحث والملاحظ العلمي للحملات الصحفية الأمريكية التي تشوه صورة المسلمين والعرب على حد سواء، فجاءت هذه الدراسة لتوضيح وشرح هذه الظاهرة الإعلامية المفروضة على واقع صورة العرب والمسلمين، من خلال القائمين

إنترفاكس الروسية) على تصور الصحفيين العاملين بالصحف الأمريكية تجاه صورة العرب والمسلمين.

٧- توصلت الدراسة إلى استنتاجات وتوصيات علمية ستفيد الباحثين والمهتمين - بإذن الله تعالى - عن أثر الصحافة والإذاعة والتلفاز والسينما والإنترنت والاتصال الشخصي على تصور الصحفيين العاملين بالصحف الأمريكية، وعلى تصور الصحفيين العاملين بالصحافة في الدول الغربية المشابهة للثقافة الصحفية الأمريكية والنظام السياسي والإعلامي الأمريكي تجاه صورة العرب والمسلمين.

حيث جاء هذا التأثير بوضوح في المرتبة الأولى بنسبة (23.6%) كمؤثر رئيسي للعينة المستهدفة.

٢- توصلت الدراسة أيضاً إلى أن مشاهدة محطات التلفاز (الحكومية والأهلية) وقراءة الصحافة المطبوعة من (صحف ومجلات) لأخبار وموضوعات صحفية عن العرب والمسلمين تحدث أثراً واضحاً لتصور الصحفيين العاملين بالصحف الأمريكية تجاه العالمين العربي والإسلامي، وتأتي هذه المؤثرات في المرتبة الثانية (19.4%)، والثالثة (17.2%) على التوالي.

٣- كما توصلت الدراسة إلى أن أثر استماع الصحفيين العاملين بالصحف الأمريكية للإذاعات الأمريكية المسموعة (الحكومية والأهلية) لقصص وأخبار وموضوعات إعلامية عن العرب والمسلمين تحدث تأثيراً على الصورة الذهنية لدى عينة الدراسة تجاه العرب والمسلمين، حيث أتت في المرتبة الرابعة بنسبة (12.5%).

٤- وأتى الاتصال الشخصي - الذي يعطي انطباعات سلبية لصورة تمطية قائمة عن العرب والمسلمين - في المرتبة الخامسة، حيث كان نقاش الصحفيين عن أحداث العالمين العربي والإسلامي عن طريق الاتصال الشخصي في المرتبة الخامسة (11.3%).

٥- بينما أتى تأثير مشاهدة السينما بالمرتبة السادسة (8.9%)، وأخيراً أتى تأثير مشاهدة الفيديو في المرتبة الأخيرة بنسبة (7.7%).

٦- كشفت الدراسة عن وجود تأثير واضح لمصادر الأخبار الصحفية والإعلامية الرسمية وغير رسمية كالشخصيات السياسية، ورؤساء الشركات الأمريكية الكبرى ورجال الأعمال المؤثرين على الانتخابات الأمريكية، وخبراء ومحللين سياسيين بوسائل الإعلام الأمريكية، ووكالات الأنباء العالمية (كوكالة الأسوشيتد برس ووكالة اليوناييتد برس الأمريكيتين، ووكالة رويتر البريطانية، ووكالة الأنباء الفرنسية، ووكالة

بالاتصال أنفسهم فى هذه الوسائل، خاصة أن دراسة المؤثرات الإعلامية على صورة العرب والمسلمين أصبحت تحظى باهتمام كبير فى الدول المتقدمة والنامية على حد سواء، وذلك لما تقوم به هذه الصحف من دور مهم وفاعل فى حشد الرأي العام، واجتذاب النخب المؤثرة على قرارات كل من الولايات المتحدة الأمريكية بشكل خاص ودول العالم الغربى بشكل عام، وامتداد تأثير تلك الصحف إلى وسائل الإعلام الأخرى من قنوات تلفازية الأكثر مشاهدة، ومحطات إذاعية أكثر انتشاراً، فكان ذلك عبارة عن أرصدة إعلامية استثمارية، استغلها ووظفها اللوبى الصهيونى فى أروقة الكونغرس الأمريكى.

ومن الواضح أن التأثيرات الإعلامية فرضت ودعمت الصورة السلبية عن العرب والمسلمين، ليس فقط فى الولايات المتحدة الأمريكية بل حتى فى القارة الأوروبية، وكثير من الدول الإفريقية والآسيوية المسلمة وغير المسلمة، كما أنها زادت بن معدلات العنف والكرهية، لشعوب ومجتمعات تلك البلدان تجاه العرب والمسلمين سواء أكانوا طلاب علم أو مقيمين أو مستثمرين أو عابري سبيل .. كما تسببت هذه الصورة السلبية للعرب والمسلمين الى حالة من عدم الاستقرار الكبير فى تعاملات دول الغرب ذات النزعة الاستعمارية تاريخياً مع دول العالمين العربى والإسلامى، الأمر الذى تسبب فى إلحاق خسائر كبيرة للكثير من اقتصاديات بعض الدول العربية والإسلامية، وبخاصة الدول الفقيرة.

وفى قريتنا الصغيرة، لا يخفى على الملاحظ المدقق ما يواجه الإسلام والعرب من حملات سلبية شرسة تمس جوهر العقيدة وشخصية الرسول صلى الله عليه وسلم، ومن ثم جاءت تصريحات أكبر مرجعية مسيحية فى العالم ممثلة فى تصريحات شخصية البابا "بينديكت" - التى اعتذر عنها لاحقاً- حيث إنه يمثل أكبر مؤسسة مسيحية عالمية، ولقد لوحظ بأن هناك تمييزاً عرقياً ودينياً - وهذا أساساً يتنافى مع مبادئ جميع الديانات والأعراف والمواثيق الدولية التى حثت على التسامح واحترام حقوق الآخرين واحترام

الأديان»^(٤) - هذه الحملات الشرسة لا يمارسها الغرب فقط بل يمارسها أكبر هيئة عالمية كهيئة الأمم المتحدة المتحيزة مع تأثيرات اللوبي الصهيوني، الذي نجح في التأثير على أروقتها وتنظيمها بل وحتى قراراتها فيما يخص البلدان الإسلامية بشكل عام وبلدان الشرق (العربي) الأوسط بشكل خاص، حيث وجود مشكلة ما يسمى سياسياً وإعلامياً بمشكلة الشرق الأوسط، - قضية الحق العربي والإسلامي في فلسطين- التي أصبحت حديث الصحف الغربية لأكثر من نصف قرن، وأصبحت وسائل الإعلام المطبوعة ممثلة في الصحافة الغربية تؤثر وتتأثر بالأحداث اليومية مما يترك انطباعات وتجاهات تعكسه من خلال ما ينشر يومياً من أخبار وموضوعات، كالآراء والتصورات والمقالات والتعليقات الإعلامية.

أهمية الدراسة :

بما إن الصحافة الأمريكية تؤثر على صناع القرار الأمريكي تجاه العالمين العربي والإسلامي بسبب الصورة التي رسمها وتبناها الإعلام الأمريكي تجاه كثير من قضايا العرب والمسلمين، والمعروضة بشكل يومي وأسبوعي في الصحف الأمريكية من مفاهيم تدور حول الإرهاب وحجاب المرأة، ومساواة المرأة بالرجل، وحقوق الإنسان والتخلف العلمي والاقتصادي والاجتماعي والزراعي، والتي ظهر أثرها على السياسة الخارجية الأمريكية تجاه العرب والمسلمين. وحيث إن الصحفيين العاملين بالصحافة الأمريكية لهم دور وأثر بارز فيما يكتب عن العرب والمسلمين، والذين يؤثرون ويتأثرون بما ينشر في وسائل الإعلام المطبوعة والمسموعة والمرئية، إضافة إلى تأثير الشبكة العنكبوتية (الإنترنت) والاتصال الشخصي، جاءت هذه الدراسة لتكشف بالتحديد عن أثر الصحافة والإذاعة والتلفاز والسينما والفيديو والشبكة العنكبوتية والاتصال الشخصي على تأكيد الصورة النمطية السلبية للعرب والمسلمين، على تصور الصحفيين العاملين بالصحافة الأمريكية تجاه صورة العرب والمسلمين الحالية.

مشكلة الدراسة :

جاءت هذه الدراسة لتكشف عن تصورات الصحفيين وانطباعاتهم عن العرب والمسلمين ، ومما لا شك فيه بأن تصور هؤلاء الصحفيين ينعكس على ما يكتب من أخبار وقصص وموضوعات ومقالات من آراء وتعليقات عن صورة العرب والمسلمين، وبدون شك الصحف التي يعمل بها هؤلاء الصحفيون لها انتشارها وتأثيرها على أصحاب القرارات في أروقة الكونغرس الأمريكي، والبيت الأبيض، وتوجهات آراء الشعب الأمريكي بشكل خاص والهيئات والمنظمات والجمعيات الحكومية وغير الحكومية في الدول الغربية بشكل عام.

تساؤلات الدراسة :

من أجل الا تتحرك هذه الدراسة في فراغ بحثي، فقد حرصت أن تركز المشكلة البحثية في عدد من التساؤلات والاستفسارات التي سعت الدراسة للإجابة عنها وهي :

السؤال العام والرئيس لهذه الدراسة: يستكشف أثر الصحافة والإذاعة والتلفاز والسينما والفيديو والشبكة العنكبوتية والاتصال الشخصي على تأكيد الصورة النمطية والذهنية لدى الصحفيين العاملين بالصحافة الأمريكية تجاه صورة العرب والمسلمين الحالية، وذلك على النحو التالي:

ما مدى تأثير الصحافة، والإذاعة والتلفاز، والسينما والفيديو، والشبكة العنكبوتية والاتصال الشخصي على تأكيد الصورة النمطية والذهنية لدى الصحفيين العاملين بالصحافة الأمريكية تجاه صورة العرب والمسلمين؟
وجاءت الأسئلة التفصيلية للإجابة عن التفاصيل على النحو الآتي:

١ - هل يتابع الصحفيون العاملون بالصحافة الأمريكية موضوعات وقضايا العالم الإسلامي المطروحة عبر وسائل الإعلام، كقضايا: الإرهاب، وحجاب المرأة المسلمة، ومساواة المرأة بالرجل، وحقوق الإنسان، والتخلف

عن صورة العرب والمسلمين من خلال وسيلة الصحافة الأمريكية (الصحف والمجلات الأمريكية) وإلى أي مدى؟

٢ - هل يتابع الصحفيون العاملون بالصحافة الأمريكية موضوعات وقضايا العالم الإسلامي المطروحة من خلال الإذاعات الأمريكية الحكومية والتجارية؟ وإلى أي مدى؟

٣ - هل يتابع الصحفيون العاملون بالصحافة الأمريكية موضوعات وقضايا العالم الإسلامي من خلال التلفاز (محطات التلفزة الأمريكية الحكومية والتجارية)؟ وإلى أي مدى؟

٤ - هل يتابع الصحفيون العاملون بالصحافة الأمريكية موضوعات وقضايا العالم الإسلامي من خلال أفلام السينما الأمريكية؟ وإلى أي مدى؟

٥ - هل يتابع الصحفيون العاملون بالصحافة الأمريكية موضوعات وقضايا العالم الإسلامي من خلال أفلام الفيديو الأمريكية؟ وإلى أي مدى؟

٦ - هل يتابع الصحفيون العاملون بالصحافة الأمريكية موضوعات وقضايا العالم الإسلامي من خلال المواقع الإخبارية بالشبكة العنكبوتية؟ وإلى أي مدى؟

٧ - هل يتابع الصحفيون العاملون بالصحافة الأمريكية موضوعات وقضايا العالم الإسلامي من خلال الاتصال الشخصي؟ وإلى أي مدى؟

٨ - ما أكثر الوسائل الاتصالية تأثيراً على تصور الصحفيين العاملين بالصحافة الأمريكية تجاه موضوعات: الإرهاب، وحجاب المرأة المسلمة، ومساواة المرأة بالرجل، وحقوق الإنسان، والتخلف عن صورة العرب والمسلمين؟

٩ - ما أكثر مصدر مؤثر من مصادر الأخبار الصحفية والإعلامية الرسمية وغير الرسمية (وكالات الأنباء العالمية، كبار الشخصيات السياسية، خبراء ومحللين، إعلاميين وسياسيين، رؤساء الشركات الأمريكية الكبرى ورجال الأعمال البارزين المؤثرين على الانتخابات الأمريكية) على تصور

الصحفيين العاملين بالصحافة الأمريكية تجاه القضايا المطروحة عن صورة العرب والمسلمين؟

أهم النظريات التي اعتمدت عليها الدراسة :

تعتمد هذه الدراسة في إطارها النظري التفسيري بشكل رئيسي على "نظرية الاعتماد": "Dependency Theory" للأفراد (الصحفيين العاملين بالصحف الأمريكية) على وسائل الإعلام كالصحافة والإذاعة والتلفاز، إضافة إلى الانترنت والاتصال الشخصي . ويعتبر هذا المنظور لنظرية الاعتماد جزء من نظرية الاعتماد المتبادل "Interdependence Theory" بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية، والتي بدورها علاقات الجمهور مع وسائل الإعلام. ويفسر علماء الغرب هذه العلاقة على أساس الاعتماد المتبادل وهو ما يتفق مع الأسس الخاصة بالبنائية الوظيفية - فعلى سبيل المثال- يستخلص ديفليور وروكيتش:

(Defleur & Rokeach, 82: 236-38) أن العلاقات القائمة على الحاجة المتبادلة بينهما يمكن تفسيرها في إطار مفهوم الاعتماد المتبادل فكل من المؤسسات الأخرى ووسائل الإعلام تعتمد على بعضها بعض فأصبحت عملية إلزامية في أي مجتمع حضاري حديث^(٥).

وهذا الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاقتصادية يقوم بتشكيل أدوار وسائل إعلامية اقتصادية بالنسبة للأفراد والمجتمع.

من جانب آخر تعتمد الكثير من النظم الاجتماعية في المجتمع مثل العائلة والمؤسسات التعليمية والمؤسسات العسكرية والمؤسسات الاقتصادية وغيرها على ما تقدمه وسائل الإعلام من معلومات أكثر من غيرها من الوسائل أو الطرق الأخرى. وينطبق ذلك على القائمين على الاتصال (كالصحفيين) وفي نفس الوقت فإن هذه العلاقات المتبادلة تفسر أسباب وكيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام وتأثرهم بها حيث تبعية الأفراد لوسائل الإعلام واعتمادهم عليها يمكن تحديدها في جانبها الأكبر من خلال علاقات الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية الأخرى.

فالفرد (الصحفي) يعتمد على وسائل الإعلام كمصدر ليتفاعل مع المشكلات الإعلامية والسياسية والاقتصادية ويتخذ قراراته الصحفية وغيرها من الأهداف. وبشكل آخر نجد أن علاقات الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية الأخرى هي التي تحدد الأدوار الاجتماعية لوسائل الإعلام، وتحدد كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام، فالأفراد لا يستطيعون أن يسيطروا على نشر الأنواع المختلفة من الرسائل الإعلامية لأنه يجب أن يؤخذ علاقة وسائل الإعلام كنظام قائم مع النظم الأخرى. ويمكن أن نستنتج بأن علاقات الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية الأخرى تشكل طبيعة اعتماد الأفراد (الصحفيين) على وسائل الإعلام^(١).

وبشكل عام يقوم المنظور الخاص باعتماد الأفراد على وسائل الإعلام على دعامتين رئيسيتين قدمهما ميلفين وروكيتش:

الأولى: أن هناك أهداف للأفراد (للصحفيين) يريدون تحقيقها من خلال المعلومات التي توفرها المصادر.

والثانية: اعتبار نظام وسائل الإعلام نظام معلومات يتحكم في مصادر تحقيق الأهداف الخاصة بالأفراد . (للصحفيين)^(٢)

ويمكننا أن نستخلص بأن هذه الدراسة تعتمد في إطارها النظري بشكل رئيسي وصريح على "نظرية الاعتماد" للصحفيين (القائمين على الاتصال) على وسائل الإعلام كالصحافة والإذاعة والتلفاز، إضافة إلى الإنترنت والاتصال الشخصي والشائعة. ويعتبر هذا المنظور لنظرية الاعتماد جزء من نظرية الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية، والتي يشكل دورها علاقات الجمهور مع وسائل الإعلام.

أهداف الدراسة :

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على تصور (آراء ووجهات نظر الصحفيين العاملين في الصحف الأمريكية) وتشمل مجموعة من الصحفيين العاملين بالصحف الأمريكية.. وذلك يتلخص في سؤال عام على النحو

التالي: هل يوجد أثر للصحافة والإذاعة والتلفاز والسينما والفيديو والشبكة العنكبوتية والاتصال الشخصي على تأكيد الصورة النمطية السلبية للعرب والمسلمين على تصور الصحفيين العاملين بالصحف الأمريكية، تجاه صورة العرب والمسلمين الحالية؟

.. وفي إطار هذا الهدف العام تبرز بعض الأهداف الفرعية التي تسعى هذه الدراسة إليها ومن أهمها :

١. التعرف على مدى متابعة الصحفيين العاملين بالصحف الأمريكية لأخبار وموضوعات وقضايا العالم العربي والإسلامي المطروحة في وسائل الإعلام الأمريكية كالإرهاب وحجاب المرأة المسلمة ومساواة المرأة بالرجل وحقوق الإنسان والتخلف عن صورة العرب والمسلمين الحالية من خلال الصحافة، والإذاعة، والتلفاز، والسينما، والفيديو، والشبكة العنكبوتية، والاتصال الشخصي.

٢. إبراز تصور الصحفيين العاملين بالصحف الأمريكية تجاه الصورة النمطية السلبية عن صورة العرب والمسلمين الحالية عن طريق ما ينشر في الصحافة والإذاعة والتلفاز والسينما والشبكة العنكبوتية والاتصال الشخصي، عن الصورة السلبية للعرب والمسلمين.

٣. التعرف على الموضوعات والصور النمطية السلبية التي تركز عليها الصحافة الأمريكية عن صورة العرب والمسلمين كصورة "الارهاب العربي والإسلامي"، وصورة "حجاب المرأة المسلمة"، وصورة "حقوق الانسان" وعدم "مساواة المرأة بالرجل"، وصورة "التخلف" لشعوب العالمين العربي والإسلامي مادياً وحضارياً كما يراها القائمون بالاتصال في وسائل الإعلام الأمريكية، وعلى وجه خاص المحررون بالصحف الأمريكية.

٤. إبراز تأثير مصادر الأخبار الصحفية والإعلامية الرسمية وغير رسمية كوكالات الأنباء العالمية، وكبار الشخصيات السياسية، وخبراء ومحللين إعلاميين وسياسيين، ورؤساء الشركات الأمريكية الكبرى ورجال

الأعمال البارزين المؤثرين على الانتخابات الأمريكية على تصور الصحفيين العاملين بالصحف الأمريكية تجاه موضوعات الإرهاب، وحجاب المرأة المسلمة، ومساواة المرأة بالرجل، وحقوق الإنسان، والتخلف، وصورة العرب والمسلمين.

٥. المقارنة بين أكثر من وسيلة من الوسائل الإعلامية والاتصالية (الصحافة، الإذاعة، التلفاز، السينما، الفيديو، الشبكة العنكبوتية، الاتصال الشخصي) على تصور الصحفيين العاملين بالصحف الأمريكية تجاه موضوعات الإرهاب، وحجاب المرأة المسلمة، ومساواة المرأة بالرجل، وحقوق الإنسان، والتخلف من خلال صورة العرب والمسلمين.

٦. إبراز مدى تركيز الصحافة الأمريكية بحسب تصور الصحفيين العاملين بالصحف الأمريكية على موضوع الإرهاب، وموضوع الحجاب للمرأة المسلمة، وموضوع مساواة المرأة بالرجل في الوظيفة والحقوق المدنية وموضوع حقوق الانسان (الحرية الفردية في جميع مناحي الحياة)، وموضوع مفهوم التخلف (التخلف العلمي والصناعي والتجاري والزراعي) من خلال صورة العرب والمسلمين.

نوع البحث ومنهجه :

يصنف هذا البحث ضمن البحوث الوصفية المسحية، والذي يعتمد على منهج المسح ويستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص معينة أو موقفاً معيناً يغلب عليه صفة التحديد أو دراسة الظاهرة المدروسة أو دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة محددة أو موقف محدد أو مجموعة من الناس أو مجموعة من الأحداث أو مجموعة من الأوضاع، بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها دون الدخول في أسبابها أو التحكم فيها، وبغض النظر عن وجود أو عدم وجود فروض محددة لأنه ليس بالضرورة للدراسات الوصفية أن تتضمن فروضاً سببية^(٨)، ولذلك نجد أن هذه الدراسة تعتمد على منهج المسح الذي يعتبر من أبرز المناهج المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية خاصة البحوث الوصفية والاستكشافية^(٩) .. ومنهج

المسح يعد جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة موضوع البحث، بهدف تكوين قاعدة أساسية من البيانات والمعلومات المطلوبة في مجال معين^(١٠) .. ولذلك تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح بهدف الحصول على بيانات ومعلومات حول تصور الصحفيين العاملين بالصحف الأمريكية .. وتعتمد الدراسة على المسح بالعينة نظراً لصعوبة إجراء مسح شامل لكبر حجم مجتمع الدراسة، حيث إن المسح بالعينة أسلوب علمي يتبع في غالبية البحوث^(١١).

عينة الدراسة :

وفقاً لحدود الدراسة وإمكانات البحث، فقد اختار الباحث عينة عشوائية من الصحفيين العاملين بالصحف الأمريكية. ووفقاً للجمعية الأمريكية للصحف:

(The American Association for Newspapers) فإن عدد الصحفيين

العاملين بالصحف الأمريكية قد بلغ (37560) صحفي وصحفية^(١٢)

ومن ثم اختار الباحث عينة عشوائية عن طريق الشبكة العنكبوتية (الإنترنت) وأرسلت الاستبانة إلى العينة العشوائية التي بلغ مجملها 3756 مفردة.

ولقد أجاب عنها 3125 مفردة فقط (أي 83 %) وهي الصالحة للتحليل من مجموع 3756 مفردة، وتعتبر نسبة 83% نسبة جيدة ومقبولة علمياً في الدراسات المسحية المشابهة لهذه الدراسة^(١٣)، وبذلك بلغ إجمالي عدد مفردات عينة الدراسة بعد جمعها (3125) مفردة، وهم الذين تم تطبيق استمارة الاستقصاء عليهم.

أسلوب جمع البيانات :

قام الباحث بإعداد صحيفة استقصاء للإجابة عن تساؤلات البحث الأساسية، وقد احتوت هذه الصحيفة على مجموعة من الأسئلة التي تجيب في النهاية على هذه التساؤلات الأساسية. وقد قام الباحث بعرض هذه الصحيفة

على أساتذة محكمين من قسم الإعلام، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة الملك عبدالعزيز بجدة، لإبداء آرائهم فيها، ومن ثم تم تعديلها وفقا لآرائهم^(١٤).

وقد قام الباحث بتفريغ صحيفة استقصاء، وجدولتها، ومعالجتها إحصائياً بعد تعبئة الاستمارات ميدانياً، كما قام بتحليل وتفسير النتائج في إطار أهداف هذه الدراسة الأساسية.

مصطلحات الدراسة :

مفهوم الإرهاب: هو مفهوم يتضمن أخبار ومقالات وتعليقات عن العنف والتطرف والإرهاب يصدرها فرد أو جماعة ذات أفكار متطرفة.

مفهوم مساواة المرأة بالرجل: هو مفهوم مساواة المرأة بالرجل في جميع الحقوق والوظائف، ويطبق على المرأة نفس القوانين والأحكام التي تطبق على الرجل. ومن أبرز المسائل التي يناقشها الغرب في هذا المجال هو حجاب المرأة المسلمة، ومشكلة تعدد الزوجات في الإسلام وغيره من القضايا المتعلقة بالحجاب وتعدد الزوجات.

مفهوم حقوق الإنسان: هو مفهوم حقوق الإنسان التي أقرتها هيئة الأمم المتحدة بإجماع جميع أعضائها وينطلق من مفاهيم غربية.

مفهوم التخلف: هو مفهوم ظاهرة التخلف في مناحي الحياة المتعددة مثل التخلف في مجالات التعليم والصناعة والزراعة والتجارة وغيره.

الصحافة الأمريكية: هو الإنتاج الصحفي المطبوع وأيضاً الإلكتروني كالإنتاج الصحفي لصحيفة نيويورك الأمريكية، وصحيفة واشنطن بوست الأمريكية، وصحف أمريكية أخرى.

الاتصال الشخصي: هو الاتصال وجه لوجه الذي يتم بين صحفي وآخر أو بين صحفي ومجموعة من الصحفيين مباشرة دون وسائط.

السينما: وسيلة تستخدم لأغراض ترفيهية بالدرجة الأولى، كما أنها تستخدم لإغراض تعليمية وثقافية.

وكالات الأنباء العالمية: وكالة الأسوشيتد واليونتايتد برس الأمريكيتين، ووكالة الأنباء الفرنسية، ووكالة رويترز البريطانية، ووكالة إنترفاكس الروسية التي تزود الصحف ووسائل الإعلام المسموعة والمرئية الأمريكية بالأخبار المحلية والإقليمية والعالمية على مدى الأربع والعشرين ساعة وعلى مدار العام. والملاحظ المدقق يستنتج بأن هذه الوكالات العالمية يعتمد عليها الصحفي العامل بالصحف الأمريكية وخاصة الوكالتين الأمريكيتين والوكالتين البريطانية والفرنسية، إضافة إلى اعتماد الصحف الأمريكية والغربية الكبرى على مراسليهم ومندوبيهم الصحفيين المنتشرين في أنحاء العالم.

الشبكة العنكبوتية (الانترنت وبال توك Paltalk): الشبكة العنكبوتية المستخدمة ويعرض خلالها أخبار عن العالمين العربي والإسلامي وتبادل تعليقات عن آراء خبراء ومحللين غالبًا ما يكونوا خبراء من أساتذة الجامعات متخصصين في مجالات ذات علاقة بالإعلام والسياسة والاقتصاد، وأيضًا خبراء محللين إعلاميين واقتصاديين من منظمات حكومية و أهلية ذات علاقات مع العالمين العربي والإسلامي.

الصحافة/وسائل الإعلام المطبوعة/الصحف الأمريكية: مجموعة الصحف الأمريكية التي تصدر وتطبع في الولايات المتحدة الأمريكية.

خبراء ومحللون إعلاميون: غالبًا ما يكونون خبراء من منظمات حكومية أو أهلية ذوي علاقات مع العالمين العربي والإسلامي، يشاركون بتحليلاتهم وتعليقاتهم عبر وسائل الإعلام والشبكة العنكبوتية عن أحداث العالمين العربي والإسلامي.

رؤساء مجالس الشركات الكبرى ورجال الأعمال المؤثرين على الانتخابات الأمريكية: رؤساء مجالس الشركات الأمريكية الكبرى ورجال الأعمال من متعاملين مع أصحاب النفوذ السياسي داخل أروقة الكونغرس الأمريكي والبيت الأبيض، ولهم تأثير واضح وقوي على الانتخابات الأمريكية.

نتائج الدراسة :

استهدفت هذه الدراسة التعرف على تصورات (آراء ووجهات نظر الصحفيين العاملين في الصحف الأمريكية) وشملت مجموعة من الصحفيين العاملين بالصحف الأمريكية.. وفي إطار هذا الهدف العام تبرز بعض الأهداف الفرعية التي تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على آراء الصحفيين العاملين في الصحف الأمريكية ووجهات نظرهم في عدد من الجوانب المهمة المتصلة بهذا الهدف العام.

السؤال العام والرئيس لهذه الدراسة: يستكشف مدى تأثير وسائل الإعلام من خلال وسائل الإعلام المطبوعة (الصحف والمجلات الأمريكية)، والمسموعة (الإذاعات الحكومية والتجارية)، والمرئية (محطات التلفزة الحكومية والتجارية) والسينما والفيديو، والاتصال الشخصي والشبكة العنكبوتية على تأكيد الصورة النمطية السلبية عن العرب والمسلمين من خلال تصور الصحفيين العاملين بالصحف الأمريكية على النحو التالي: ما مدى أثر وسائل الإعلام المطبوعة والمسموعة والمرئية والشبكة العنكبوتية والاتصال الشخصي على تصور الصحفيين العاملين بالصحف الأمريكية على الصورة الذهنية لديهم عن العالم العربي والإسلامي؟

وجاءت الإجابات عن الأسئلة التفصيلية على النحو الآتي:

١- هل يتابع الصحفيون العاملون بالصحافة الأمريكية موضوعات وقضايا العالم الإسلامي المطروحة عبر وسائل الإعلام، كقضايا: الإرهاب، وحجاب المرأة المسلمة، ومساواة المرأة بالرجل، وحقوق الإنسان، والتخلف عن صورة العرب والمسلمين من خلال وسيلة الصحافة الأمريكية (الصحف والمجلات الأمريكية) وإلى أي مدى؟

يوضح جدول رقم (١) التالي آراء الصحفيين العاملين بالصحف الأمريكية (مفردات عينة الدراسة) على سؤال البحث الأول وكانت إجاباتهم عن السؤال الأول بنعم، وبشكل عام، أجابوا بأن متابعتهم للصحافة فيما يخص أخبار وموضوعات العرب والمسلمين كان واضحًا وجليًا بالرغم من

تفاوتت مستويات المتابعة من فرد إلى فرد آخر بالعينة. ويوضح الجدول رقم (١) مدى متابعة الصحفيين العاملين بالصحف الأمريكية أخبار وموضوعات العرب والمسلمين من خلال الصحافة (الصحف والمجلات الأمريكية).

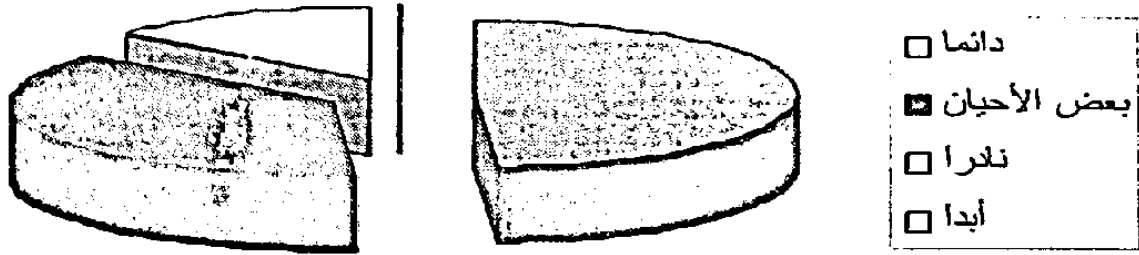
جدول رقم (١)

مدى متابعة الصحفيين العاملين بالصحف الأمريكية أخبار وقصص وموضوعات صحفية عن العرب والمسلمين من خلال الصحافة المطبوعة (الصحف والمجلات)

مدى المتابعة	العدد	النسبة
دائمًا	1532	49%
بعض الأحيان	1156	37%
نادرًا	437	14%
الإجمالي	3125	100%

رسم بياني رقم (١)

مدى متابعة الصحفيين العاملين بالصحف الأمريكية أخبار
وقصص وموضوعات صحفية عن العرب والمسلمين من
خلال الصحافة المطبوعة (الصحف والمجلات)



ويمكننا أن نستنتج من قراءة الجدول و الرسم البياني السابقين، أن مدى متابعة الصحفيين العاملين بالصحف الأمريكية لأخبار وموضوعات عن صورة العرب والمسلمين عن طريق الصحف والمجلات الأمريكية جاء بنسبة 49 % وذلك بشكل دائم، بينما 37 % من الصحفيين يتابعون أخباراً وقصصاً وموضوعات عن صورة العرب والمسلمين أحياناً، بينما 14 % من الصحفيين يتابعون أخباراً وقصصاً وموضوعات عن صورة العرب والمسلمين بشكل نادر.

ويتضح أيضاً من استعراض جدول رقم (١) بأنه يوجد نسبة من العينة أي ما يعادل نسبة 49% من عينة البحث أجابوا بأنهم يتابعون أخباراً وقصصاً وموضوعات عن صورة العرب والمسلمين بشكل دائم ونسبة 37% يتابعون أحياناً. وهذه النسبة تدل بوضوح على أن هناك مستوى لا بأس به من القراءة لهذه الصحف والمجلات ومتابعة جيدة للعينة عن طريق هذه الوسيلة المطبوعة المهمة (الصحف والمجلات الأمريكية).

٢- هل يتابع الصحفيون العاملون بالصحافة الأمريكية موضوعات وقضايا العالم الإسلامي المطروحة عبر وسائل الإعلام، كقضايا: الإرهاب، وحجاب المرأة المسلمة، ومساواة المرأة بالرجل، وحقوق الإنسان، والتخلف عن صورة العرب والمسلمين من خلال الإذاعة (الإذاعات الأمريكية الحكومية والتجارية) وإلى أي مدى؟

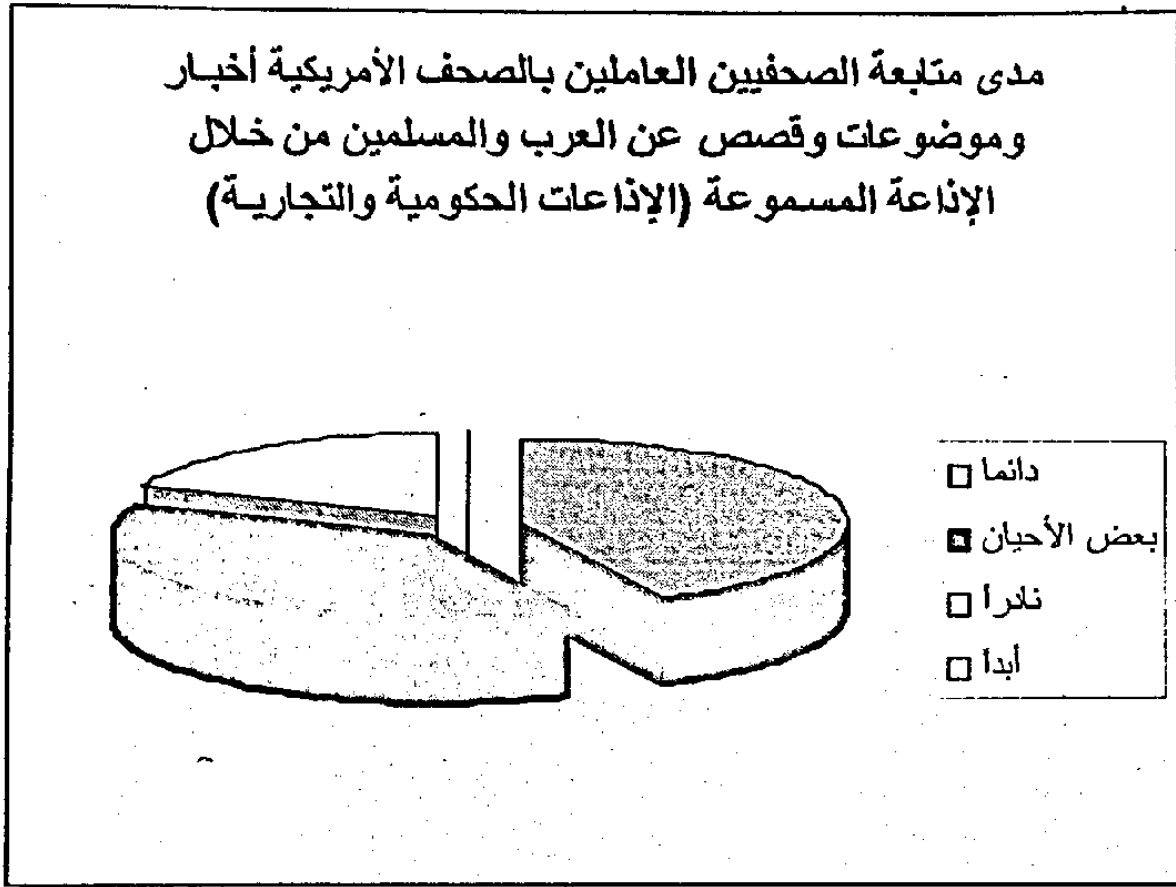
يوضح جدول رقم (٢) التالي آراء الصحفيين العاملين بالصحف الأمريكية (مفردات عينة الدراسة) على سؤال البحث الثاني، وكانت إجاباتهم للسؤال الثاني بنعم، وبشكل عام، أجابوا بأن متابعتهم للإذاعة فيما يخص أخبار وموضوعات عن العرب والمسلمين كان واضحًا وجليًا بالرغم من تفاوت مستويات المتابعة من فرد إلى فرد آخر بالعينة. ويوضح الجدول الآتي مدى متابعة الصحفيين العاملين بالصحف الأمريكية أخبار وقصص وموضوعات عن العرب والمسلمين من خلال الإذاعة (الإذاعات الحكومية والتجارية).

جدول رقم (٢)

مدى متابعة الصحفيين العاملين بالصحف الأمريكية أخبار
وموضوعات وقصص عن العرب والمسلمين من خلال الإذاعة المسموعة
(الإذاعات الحكومية والتجارية)

النسبة	العدد	مدى المتابعة
%43	1343	دائمًا
%38	1188	بعض الأحيان
%19	594	نادرًا
100%	3125	الإجمالي

رسم بياني رقم (٢)



ويمكننا أن نستنتج من قراءة الجدول والرسم البياني السابقين، أن مدى متابعة الصحفيين العاملين بالصحف الأمريكية لأخبار وقصص وموضوعات عن صورة العرب والمسلمين عن طريق الإذاعات الحكومية والأهلية جاء بنسبة 43 % وذلك بشكل دائم، بينما 38 % من الصحفيين يتابعون أخباراً وقصص وموضوعات عن صورة العرب والمسلمين أحياناً، بينما 19 % من الصحفيين يتابعون أخبار وقصص وموضوعات عن صورة العرب والمسلمين بشكل نادر.

ويتضح أيضاً من قراءة الجدول السابق، أن مدى متابعة الصحفيين العاملين بالصحف الأمريكية لأخبار وقصص وموضوعات عن صورة العرب والمسلمين جاء بشكل دائم بنسبة 43 %، ونسبة 38 % أحياناً وهي تعتبر نسب أقل من نسب متابعة الصحفيين لكل من التلفاز والسينما والفيديو والشبكة العنكبوتية والاتصال الشخصي والصحافة. وقد يعود انخفاض متابعة

الصحفيين العاملين بالصحف الأمريكية (عينة الدراسة) للاستماع إلى الإذاعة بسبب عدم عرض برامج إذاعية مدروسة ومقننة عن طريق الإذاعة تجذب المستمعين إليها من الصحفيين العاملين بالصحف الأمريكية، وتلبي احتياجاتهم إعلاميًا من عرض برامج ذات تحليل عالٍ يساعد الصحفيين العاملين بالصحف الأمريكية في الصحافة الأمريكية على أداء مهامهم بكل يسر وسهولة لفهم التغييرات والعوامل التي قد تطرأ على أحداث العالمين العربي والإسلامي. هذا فضلًا عن اضمحلال وتلاشي دور الإذاعة المسموعة وضعف دورها بعد ظهور الوسائل الحديثة وخاصة (المسموعة المرئية) التي تجمع بين الصوت والصورة، والمؤثرات الإعلامية الأخرى.

٣- هل يتابع الصحفيون العاملون بالصحافة الأمريكية موضوعات وقضايا العالم الإسلامي المطروحة عبر وسائل الإعلام، كقضايا: الإرهاب، وحجاب المرأة المسلمة، ومساواة المرأة بالرجل، وحقوق الإنسان، والتخلف عن صورة العرب والمسلمين من خلال التلفاز (محطات التلفزة الأمريكية الحكومية والتجارية) وإلى أي مدى؟

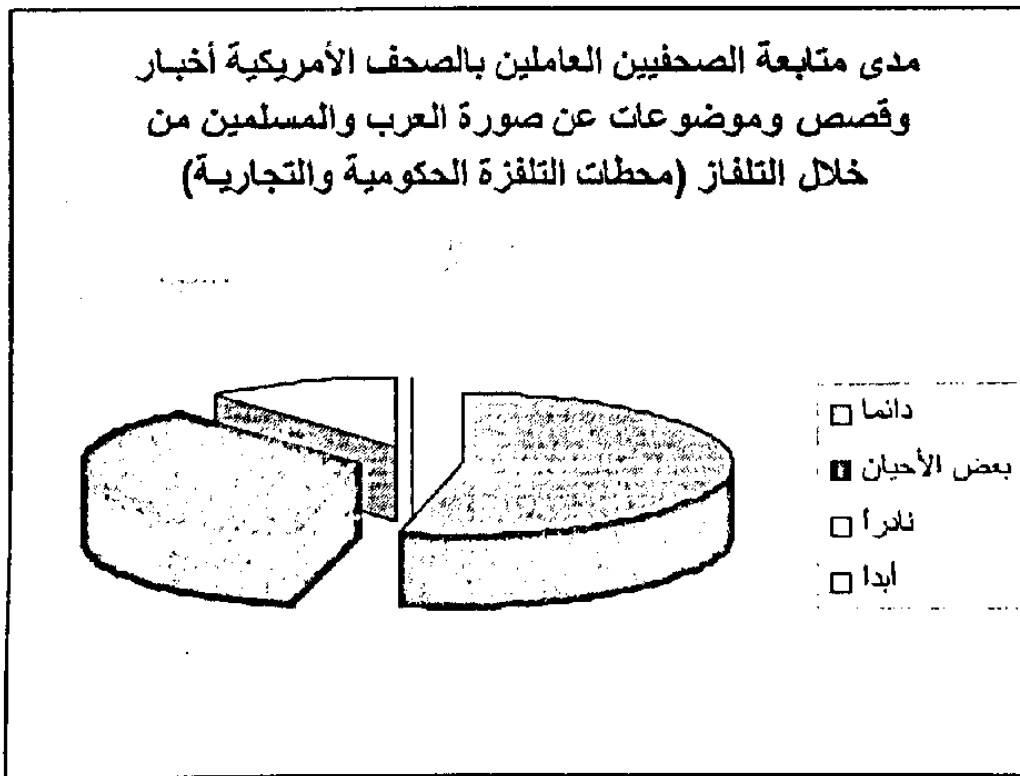
يوضح جدول رقم (3) التالي آراء الصحفيين (مفردات عينة الدراسة) على سؤال البحث الثالث، وكانت إجاباتهم للسؤال الثالث بنعم، وبشكل عام، أجابوا بأن متابعتهم لمحطات التلفزة الحكومية والتجارية فيما يخص أخبار وقصص وموضوعات العرب والمسلمين كان واضحًا وجليًا بالرغم من تفاوت مستويات المتابعة من فرد إلى فرد آخر بالعينة. ويوضح الجدول الآتي مدى متابعة الصحفيين أخبار وقصص وموضوعات العرب والمسلمين من خلال التلفاز (محطات التلفزة الحكومية والتجارية).

جدول رقم (٣)

مدى متابعة الصحفيين العاملين بالصحف الأمريكية أخبار وقصص وموضوعات عن صورة العرب والمسلمين من خلال التلفاز (محطات التلفزة الحكومية والتجارية)

النسبة	العدد	مدى المتابعة
54%	1688	دائمًا
35%	1094	بعض الأحيان
11%	343	نادرًا
0%	0	أبداً
100%	3125	الإجمالي

رسم بياني رقم (٣)



ويمكننا أن نستنتج من قراءة الجدول والرسم البياني السابقين ، أن مدى متابعة الصحفيين العاملين بالصحف الأمريكية لأخبار وقصص وموضوعات عن صورة العرب والمسلمين عن طريق التلفاز جاء بنسبة 54 % وذلك بشكل دائم، بينما 35 % من الصحفيين يتابعون أخبار وقصص وموضوعات عن صورة العرب والمسلمين أحياناً، بينما 11 % من الصحفيين يتابعون أخبار وقصص وموضوعات العرب والمسلمين بشكل نادر.

ويتضح أيضاً من استعراض جدول رقم (٣) بأنه يوجد نسبة عالية 54% من عينة البحث أجابوا بأنهم يتابعون أخبار وقصص وموضوعات عن العرب والمسلمين بشكل دائم ونسبة 35% يتابعون أحياناً. وهذه النسبة تدل على أن هناك نسبة عالية من المتابعة للصحفيين (عينة البحث) لوسيلة التلفاز حيث وجود الصورة والحركة والألوان والمؤثرات الصوتية وحركة الكاميرا وغيره من التأثيرات التلفازية، التي بدورها تجذب المشاهدين من الصحفيين وتضفي قوة ومصداقية إعلامية على الأخبار والموضوعات، التي يستعرضها التلفاز عن طريق برامج متنوعة على الشاشة الفضائية الصغيرة.

٤. هل يتابع الصحفيون العاملون بالصحافة الأمريكية موضوعات وقضايا العالم الإسلامي المطروحة عبر وسائل الإعلام، كقضايا: الإرهاب، وحجاب المرأة المسلمة، ومساواة المرأة بالرجل، وحقوق الإنسان، والتخلف عن صورة العرب والمسلمين من خلال أفلام السينما الأمريكية والى أي مدى؟

يوضح جدول رقم (٤) التالي آراء الصحفيين العاملين بالصحف الأمريكية (مفردات عينة الدراسة) عن سؤال البحث الرابع وكانت إجاباتهم بنعم، وبشكل عام، أجابوا بأن متابعتهم لأخبار وقصص وموضوعات عن العرب والمسلمين من خلال السينما الأمريكية كان واضحاً وجلياً بالرغم من تفاوت مستويات المتابعة من فرد إلى فرد آخر بالعينة. ويوضح الجدول

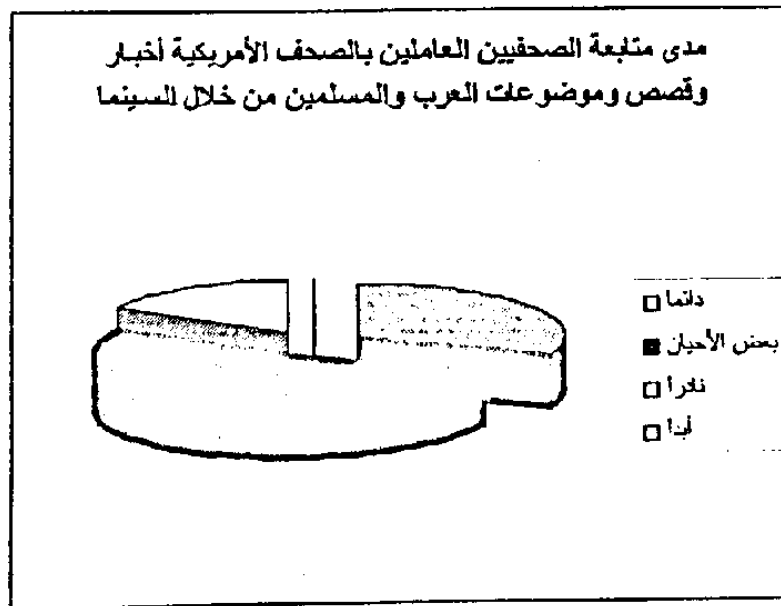
الآتي مدى متابعة الصحفيين أخبار وقصص وموضوعات العرب والمسلمين من خلال السينما.

جدول رقم (٤)

مدى متابعة الصحفيين العاملين بالصحف الأمريكية أخبار وقصص وموضوعات العرب والمسلمين من خلال السينما

النسبة	العدد	مدى المتابعة
31%	972	دائمًا
53%	1656	بعض الأحيان
16%	497	نادرًا
100%	3125	الإجمالي

رسم بياني رقم (٤)



ويمكننا أن نستنتج من قراءة الجدول والرسم البياني السابقين، أن مدى متابعة الصحفيين لأخبار وقصص وموضوعات العرب والمسلمين عن طريق

السينما جاء بنسبة 31 % وذلك بشكل دائم، بينما 53 % من الصحفيين يتابعون أخبار وقصص وموضوعات العرب والمسلمين أحيانا، بينما 16 % من الصحفيين يتابعون أخبار وقصص وموضوعات العرب والمسلمين بشكل نادر.

ويتضح أيضا من استعراض جدول رقم (٤) بأنه يوجد نسبة عالية 31% من عينة البحث أجابوا بأنهم يتابعون أخبار وقصص وموضوعات العرب والمسلمين بشكل دائم ونسبة 53% يتابعون أحيانا. وهذه النسبة تدل على أن هناك نسبة عالية من المتابعة للصحفيين (عينة البحث) عن طريق السينما التي تتسم أحيانا بالتهويل والتضخيم للأحداث كما هو الحال بالنسبة لوسائل الإعلام الأخرى، ولكنها قد تدعم ما يبث من أخبار أو ما يطرح من قصص وموضوعات عن طريق وسائل الإعلام كالصحافة والإذاعة والتلفاز، وأيضا الشبكة العنكبوتية والاتصال الشخصي.

والسينما لها تأثيرها وجاذبيتها حيث يتفاعل المرسل والمستقبل مع موضوع الرسالة المطروح، وهي تعتمد على تكبير وتضخيم الانفعالات والعواطف الشخصية للنص والشخصيات المشاركة، والحدث ولذلك تميل إلى التضليل أكثر مما تميل إلى التحليل والدراسة والحصول على ردود الفعل المباشرة من كلا المرسل والمستقبل في نفس اللحظة التي بدأ فيها الاتصال، ولكن يبقى هذا الأمر محدودًا بحسب المعرفة ومستوى التحصيل العلمي للمرسل والمستقبل عن موضوع الرسالة المطروحة للنقاش التي تقدمه السينما، كما أنه يعتمد أيضًا على المزاج العام للموقف الاتصالي كما هو الحال بالنسبة للاتصال الشخصي ووسيلة الإنترنت وبال توك.

٥. هل يتابع الصحفيون العاملون بالصحافة الأمريكية موضوعات وقضايا العالم الإسلامي المطروحة عبر وسائل الإعلام، كقضايا: الإرهاب، وحجاب المرأة المسلمة، ومساواة المرأة بالرجل، وحقوق الإنسان، والتخلف عن صورة العرب والمسلمين من خلال أفلام الفيديو الأمريكية والى أي مدى؟

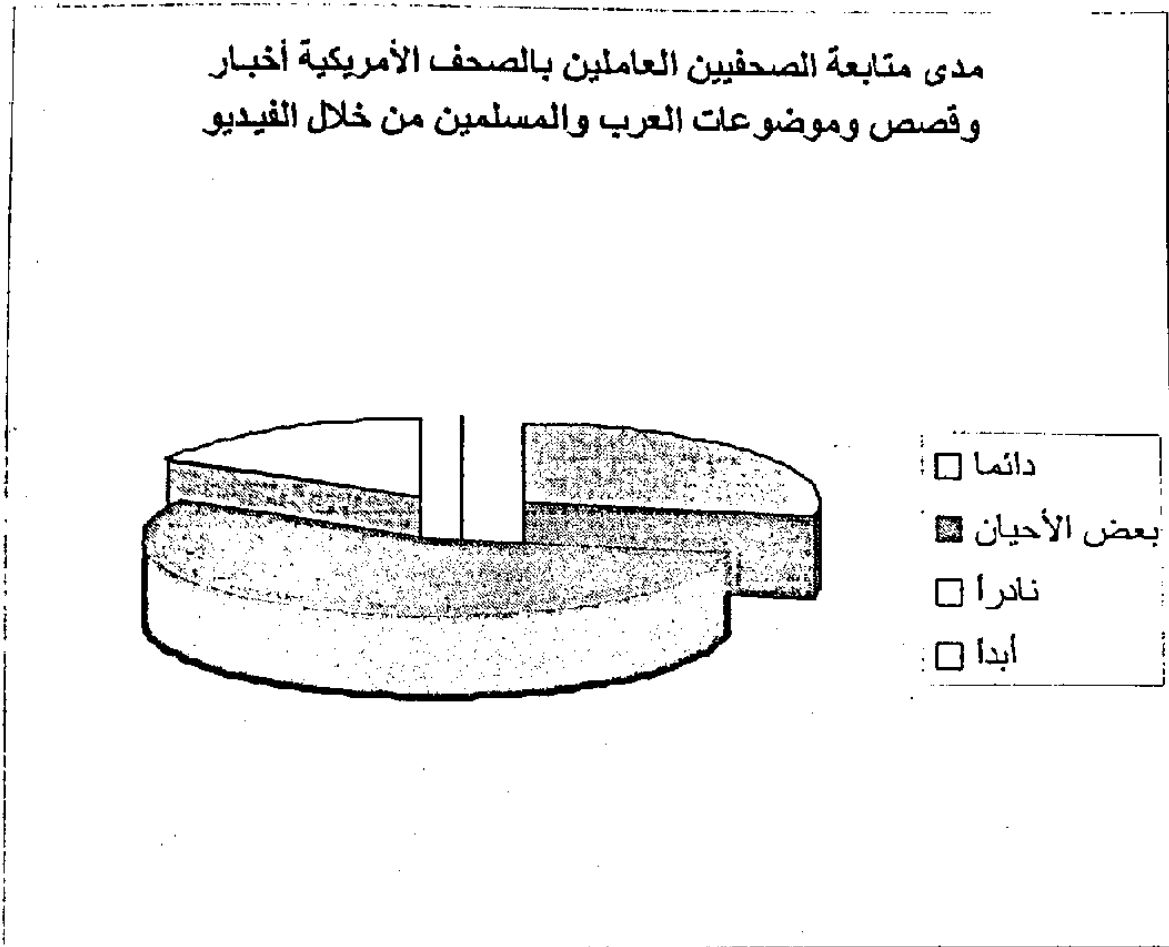
يوضح جدول رقم (5) التالي آراء الصحفيين العاملين بالصحف الأمريكية (مفردات عينة الدراسة) على سؤال البحث الخامس، وكانت إجاباتهم بنعم، وبشكل عام، أجابوا بأن متابعتهم لأخبار وقصص وموضوعات عن العرب والمسلمين من خلال السينما الأمريكية كان واضحًا وجليًا بالرغم من تفاوت مستويات المتابعة من فرد إلى فرد آخر بالعينة. ويوضح الجدول الآتي مدى متابعة الصحفيين أخبار وقصص وموضوعات العرب والمسلمين من خلال السينما.

جدول رقم (٥)

مدى متابعة الصحفيين العاملين بالصحف الأمريكية أخبار وقصص وموضوعات العرب والمسلمين من خلال الفيديو

النسبة	العدد	مدى المتابعة
28%	876	دائمًا
55%	1718	بعض الأحيان
17%	531	نادرًا
100%	3125	الإجمالي

رسم بياني رقم (٥)



ويمكننا أن نستنتج من قراءة الجدول والرسم البياني السابقين، أن مدى متابعة الصحفيين لأخبار وقصص وموضوعات العرب والمسلمين عن طريق الفيديو جاء بنسبة ٢٨ % وذلك بشكل دائم، بينما ٥٥ % من الصحفيين يتابعوا أخبار وقصص وموضوعات العرب والمسلمين أحياناً، بينما ١٧ % من الصحفيين يتابعون أخبار وقصص وموضوعات العرب والمسلمين بشكل نادر.

ويتضح أيضاً من استعراض جدول رقم (٥) بأنه يوجد نسبة أقل ٢٨% من عينة البحث أجابوا بأنهم يتابعون أخبار وقصص وموضوعات العرب والمسلمين بشكل دائم، بينما تكون المتابعة أعلى بنسبة ٥٥% ممن يتابعون أحياناً. وهذه النسبة تدل على أن هناك نسبة لا بأس بها في المتابعة للصحفيين (عينة البحث) عن طريق الفيديو الذي قد يضفي قوة ومصداقية إعلامية بشكل أقل على ما يبث من أخبار أو ما يطرح من موضوعات عن

طريق الشبكة العنكبوتية ووسائل الإعلام والاتصال الشخصي، ومما لا شك فيه أن كل ذلك سيدعم تأثير الشبكة العنكبوتية ووسائل الإعلام المطبوعة والمسموعة والمرئية، إضافة إلى مساندة السينما عن طريق متابعة الصحفيين لها والتأثر بها وأخذها محمل الجد كما هي، بدون أي تحليل أو نقاش عقلائي أو منطقي. الفيديو له تأثيره وجاذبيته حيث تفاعل المرسل والمستقبل مع موضوع الرسالة المطروح للتحليل والدراسة والحصول على ردود الفعل الغير مباشرة من كلا المرسل والمستقبل في نفس اللحظة التي بدأ فيها الاتصال، ولكن يبقى محدودًا بحسب المعرفة ومستوى التحصيل العلمي للمرسل والمستقبل عن موضوع الرسالة المطروحة للنقاش، ويعتمد أيضا على المزاج العام للموقف الاتصالي كما هو الحال بالنسبة للاتصال الشخصي.

٦. هل يتابع الصحفيون العاملون بالصحافة الأمريكية موضوعات وقضايا العالم الإسلامي المطروحة عبر وسائل الإعلام، كقضايا: الإرهاب، وحجاب المرأة المسلمة، ومساواة المرأة بالرجل، وحقوق الإنسان، والتخلف عن صورة العرب والمسلمين من خلال (المواقع الإخبارية بالشبكة العنكبوتية واستخدامات بال توك Paltalk) والى أي مدى؟

يوضح جدول رقم (٦) التالي آراء الصحفيين العاملين بالصحف الأمريكية (مفردات عينة الدراسة) على سؤال البحث السادس وكانت إجاباتهم بنعم، وبشكل عام، أجابوا بأن متابعتهم لأخبار وقصص وموضوعات العرب والمسلمين من خلال الشبكة العنكبوتية (المواقع الإخبارية بالشبكة العنكبوتية واستخدامات بال توك Paltalk)، كان واضحا وجليا بالرغم من تفاوت مستويات المتابعة من فرد إلى فرد آخر بالعينة. ويوضح الجدول الآتي مدى متابعة الصحفيين أخبار وقصص وموضوعات العرب والمسلمين من خلال الشبكة العنكبوتية.

جدول رقم (٦)

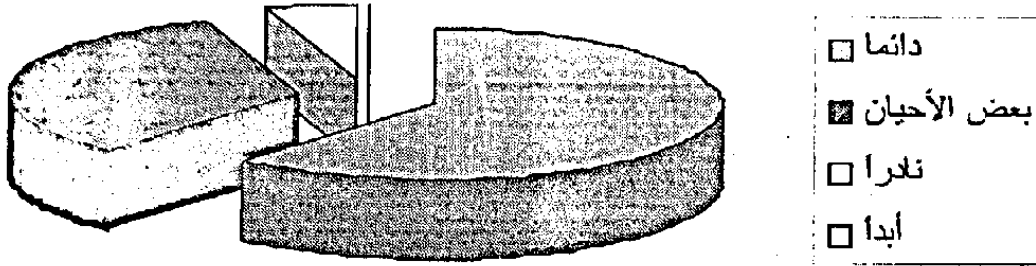
مدى متابعة الصحفيين أخبار وقصص وموضوعات العرب والمسلمين من خلال الشبكة العنكبوتية (المواقع الإخبارية بالشبكة العنكبوتية واستخدامات

بال توك Paltalk)

النسبة	العدد	مدى المتابعة
%61	1907	دائمًا
%34	1062	بعض الأحيان
%5	156	نادرًا
%100	3125	الإجمالي

رسم بياني رقم (٦)

مدى متابعة الصحفيين أخبار وقصص وموضوعات العرب
والمسلمين من خلال الشبكة العنكبوتية (المواقع
الإخبارية بالشبكة العنكبوتية واستخدامات بال توك
(Paltalk)



ويمكننا أن نستنتج من قراءة الجدول والرسم البياني السابقين، أن مدى متابعة الصحفيين لأخبار وقصص وموضوعات العرب والمسلمين عن طريق الاتصال الشبكة العنكبوتية (المواقع الإخبارية بالشبكة العنكبوتية واستخدامات بال توك Paltalk) جاء بنسبة 61 % وذلك بشكل دائم، بينما 34 % من الصحفيين يتابعوا أخبار وقصص وموضوعات العرب والمسلمين أحيانا، بينما 5 % من الصحفيين يتابعون أخبار وقصص وموضوعات العرب والمسلمين بشكل نادر.

ويتضح أيضا من استعراض جدول رقم (٦) بأنه يوجد نسبة عالية 61% من عينة البحث أجابوا بأنهم يتابعون أخبار وقصص وموضوعات العرب والمسلمين بشكل دائم ونسبة 34% يتابعون أحيانا. وهذه النسبة تدل على أن هناك نسبة عالية من المتابعة للصحفيين (عينة البحث) عن طريق الشبكة العنكبوتية الذي يضيف قوة ومصداقية إعلامية على ما يبث من أخبار أو ما يطرح من موضوعات عن طريق وسائل الإعلام والاتصال الشخصي،

ومما لا شك فيه أن كل ذلك سيدعم تأثير وسائل الإعلام المطبوعة والمسموعة والمرئية، إضافة إلى مساندة السينما والفيديو عن طريق متابعة الصحفيين لها والتأثر بها وأخذها محمل الجد كما هي، بدون أي تحليل أو نقاش عقلائي أو منطقي. والشبكة العنكبوتية لها تأثيرها وجانبيتها حيث تفاعل المرسل والمستقبل مع موضوع الرسالة المطروح للتحليل والدراسة والحصول على ردود الفعل المباشرة من كلا المرسل والمستقبل في نفس اللحظة التي بدأ فيها الاتصال، ولكن يبقى محدودًا بحسب المعرفة ومستوى التحصيل العلمي للمرسل والمستقبل عن موضوع الرسالة المطروحة للنقاش، ويعتمد أيضا على المزاج العام للموقف الاتصالي كما هو الحال بالنسبة للاتصال الشخصي .

٧. هل يتابع الصحفيون العاملون بالصحافة الأمريكية موضوعات وقضايا العالم الإسلامي المطروحة عبر وسائل الإعلام، كقضايا: الإرهاب، وحجاب المرأة المسلمة، ومساواة المرأة بالرجل، وحقوق الإنسان، والتخلف عن صورة العرب والمسلمين خلال الاتصال الشخصي والى أي مدى؟

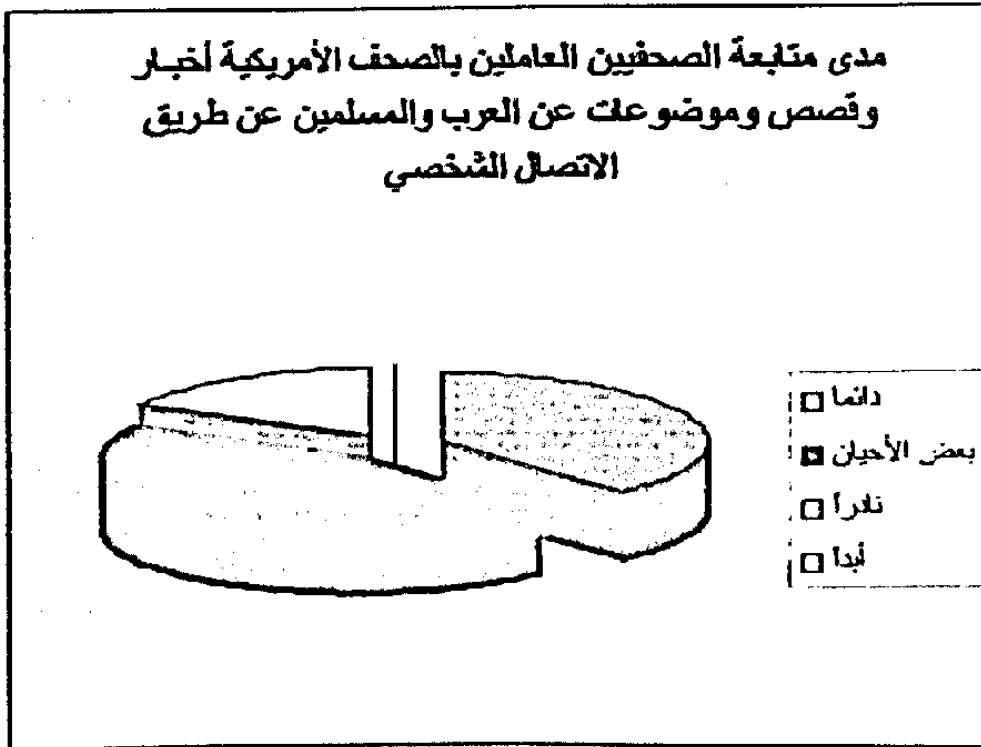
يوضح جدول رقم (٧) التالي آراء الصحفيين العاملين بالصحف الأمريكية (مفردات عينة الدراسة) عن سؤال البحث السابع وكانت إجاباتهم بنعم، وبشكل عام، أجابوا بأن متابعتهم لأخبار وقصص وموضوعات حركة العرب والمسلمين من خلال الاتصال الشخصي كان واضحا وجليا بالرغم من تفاوت مستويات المتابعة من فرد إلى فرد آخر بالعينة. ويوضح الجدول الآتي مدى متابعة الصحفيين أخبار وقصص وموضوعات العرب والمسلمين من خلال الاتصال الشخصي.

جدول رقم (٧)

مدى متابعة الصحفيين العاملين بالصحف الأمريكية أخبار وقصص وموضوعات عن العرب والمسلمين عن طريق الاتصال الشخصي

النسبة	العدد	مدى المتابعة
38%	1188	دائمًا
45%	1406	بعض الأحيان
17%	531	نادرًا
100%	3125	الإجمالي

رسم بياني رقم (٧)



١- ويمكننا أن نستنتج من قراءة الجدول والرسم البياني السابقين، أن مدى متابعة الصحفيين لأخبار وقصص وموضوعات العرب والمسلمين عن

طريق الاتصال الشخصي جاء بنسبة 38 % وذلك بشكل دائم، بينما 45 % من الصحفيين يتابعون أخبار وقصص وموضوعات العرب والمسلمين أحياناً، بينما 17 % من الصحفيين يتابعون أخبار وقصص وموضوعات العرب والمسلمين بشكل نادر.

ويتضح أيضاً من استعراض جدول رقم (٧) بأنه يوجد نسبة عالية 38% من عينة البحث أجابوا بأنهم يتابعون أخبار وقصص وموضوعات العرب والمسلمين بشكل دائم، ونسبة 45% يتابعون أحياناً. وهذه النسبة تدل على أن هناك نسبة عالية من المتابعة للصحفيين (عينة البحث) عن طريق الاتصال الشخصي الذي يضفي قوة ومصداقية إعلامية على ما يبث من أخبار أو ما يطرح من موضوعات عن طريق الاتصال الشخصي، حيث أن الاتصال الشخصي له تأثيره وجاذبيته، حيث تفاعل المرسل والمستقبل مع موضوع الرسالة المطروح للتحليل والدراسة والحصول على ردود الفعل المباشرة كل من المرسل والمستقبل في نفس اللحظة التي بدأ فيها الاتصال، ولكن يبقى محدوداً بحسب المعرفة ومستوى التحصيل العلمي للمرسل والمستقبل عن موضوع الرسالة المطروح للنقاش، ويعتمد أيضاً على المزاج العام للموقف الاتصالي. وأيضاً سيدعم ذلك تأثير الأخبار والقصص والموضوعات التي تناقش من خلال وسائل الإعلام من صحافة و إذاعة وتلفاز، وأيضاً وسيلة الشبكة العنكبوتية عن طريق متابعتها وأخذها محمل الجد كما هي، بدون أي تحليل أو نقاش عقلاني ومنطقي.

٨. ما أكثر وسيلة مؤثرة من الوسائل الإعلامية والاتصالية (الصحافة، الإذاعة، التلفاز، السينما، الفيديو، الشبكة العنكبوتية، الاتصال الشخصي) على تصور الصحفيين العاملين بالصحافة الأمريكية تجاه موضوعات: الإرهاب، وحجاب المرأة المسلمة ومساواة المرأة بالرجل وحقوق الإنسان، والتخلف عن صورة العرب والمسلمين؟

جدول رقم (٨) يوضح إجابات أفراد العينة عن سؤال البحث الثامن، وكانت إجاباتهم بأن أكثر وسيلة مؤثرة من الوسائل الإعلامية والاتصالية

(الصحافة، الإذاعة، التلفاز، الشبكة العنكبوتية، الاتصال الشخصي، والشائعة) على ثقافة العاملين والقائمين بالاتصال في الصحف الأمريكية، بحسب الأعلى تأثيراً تكون على النحو الآتي:

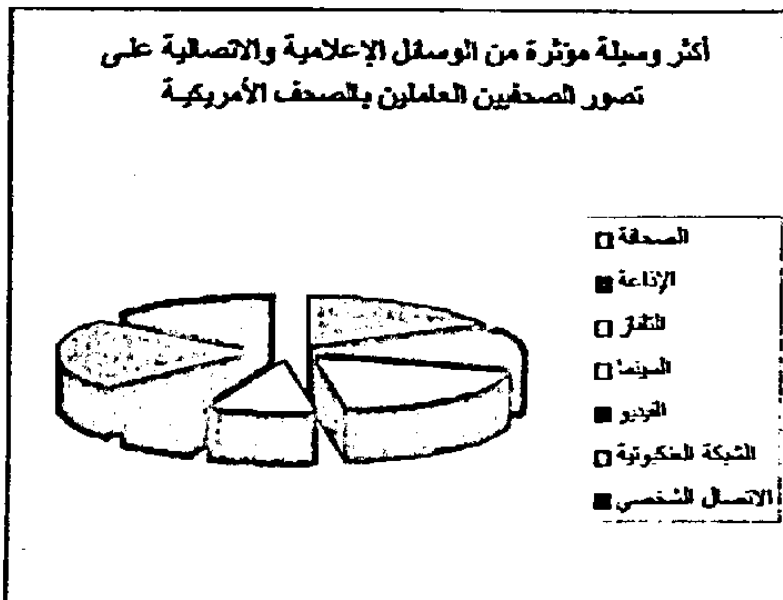
- (١) الصحافة.
- (٢) الإذاعة.
- (٣) التلفاز.
- (٤) السينما.
- (٥) الفيديو.
- (٦) الشبكة العنكبوتية.
- (٧) الاتصال الشخصي.

جدول رقم (٨)

أكثر وسيلة مؤثرة من الوسائل الإعلامية والاتصالية على تصور الصحفيين العاملين بالصحف الأمريكية

النسبة	العدد	اسم الوسيلة الإعلامية / الاتصالية
17.2%	537	الصحافة
12.5%	391	الإذاعة
19.4%	606	التلفاز
8.9%	278	السينما
7.7%	221	الفيديو
23.6%	738	الشبكة العنكبوتية (الانترنت)
11.3%	453	الاتصال الشخصي

رسم بياني رقم (٨)



ويتضح من قراءة الجدول و الرسم البياني السابقين، أن نسبة تأثير وسيلة الشبكة العنكبوتية جاء بالنسبة الأعلى من بين جميع نسب التأثير الأخرى، فعلى سبيل المثال، جاءت نسبة تأثير الشبكة العنكبوتية بنسبة ٢٣,٦% ، ويرجع ذلك إلى تفضيل الصحفيين لمتابعة أخبار وموضوعات عن العرب والمسلمين عن طريق الشبكة العنكبوتية حيث ديناميكية هذه الوسيلة وسرعتها في نقل الأخبار ما بين الصحفيين وما بين المصادر الرسمية وغير رسمية. إضافة إلى متابعتهم الأخبار من مصادر وكالات الأنباء والمواقع الإلكترونية رسمية وغير رسمية، فالطبيعة الإلكترونية للشبكة العنكبوتية من سرعة وزخم الأخبار والمعلومات فرضت نفسها بأن تحتل المرتبة الأولى للصحفيين ما بين الوسائل المتاحة الأخرى، ومما لا شك فيه سترك ذلك أثراً قوياً على مستقبل الرسائل الإخبارية والإعلامية.

بينما كانت نسبة التلفاز 19.4% وهي نتيجة مرتفعة نسبياً بين وسائل الاتصال الإعلامي ، حيث إن التليفزيون لديه مقدرة فائقة على نقل الأحداث حالة وقوعها، وقدرته على تخطي جميع الحواجز، فضلاً عن القدرات الخاصة للتليفزيون الكابلي التي تمكن المشاهد الأمريكي من مشاهدة المضمون الذي يريده في الوقت الذي يشاء.

بينما 17.2% عن طريق الصحافة، وقد يعود ذلك إلى عدم وجود الوقت الكافي للتفرغ إلى متابعة الصحف الأمريكية المتعددة، كما أن الصحافة ليست لحظية في نقل الأخبار والتحليلات والموضوعات كما هو الحال بالنسبة لوسيلة التلفاز والتي تستخدم النقل المباشر من واقع الحدث بالرغم من وجود خبراء ومحللين على مستوى عالي من العلم والمعرفة. بينما 11.3% عن طريق الاتصال الشخصي، وقد يعود ذلك إلى عدم وجود الوقت الكافي للاتصال عن طريق الاتصال الشخصي الذي يحتاج إلى إتاحة من الوقت بطبيعة الحال بين العاملين والقائمين بالاتصال في الصحافة ووسائل الإعلام الأمريكية.

بينما ١٢,٥% عن طريق الإذاعة ويعود ذلك إلى عدم وجود برامج إذاعية مقننة بشكل علمي جيد كما أنه لا يوجد برامج إذاعية شيقة تجذب إليها المستمعين ، وقد يعود ذلك إلى عدم وجود متخصصين إذاعيين يستغلون الخصائص الإعلامية التي تمتاز بها وسيلة الإذاعة.

٩. ما أكثر مصدر مؤثر من مصادر الأخبار الصحفية والإعلامية الرسمية وغير رسمية (وكالات الأنباء العالمية، كبار الشخصيات السياسية، خبراء ومحللين إعلاميين وسياسيين، رؤساء الشركات الأمريكية الكبرى ورجال الأعمال البارزين المؤثرين على الانتخابات الأمريكية) على تصور الصحفيين العاملين بالصحافة الأمريكية تجاه موضوعات الإرهاب وحجاب المرأة المسلمة ومساواة المرأة بالرجل وحقوق الإنسان والتخلف عن صورة العرب والمسلمين ؟

جدول رقم (٩) يوضح إجابات أفراد العينة عن سؤال البحث التاسع، وكانت إجاباتهم بأن أكثر مصدر مؤثر من مصادر الأخبار الصحفية والإعلامية الرسمية وغير رسمية على تصور الصحفيين بحسب الأفضلية والأولوية لهم تكون على النحو الآتي:

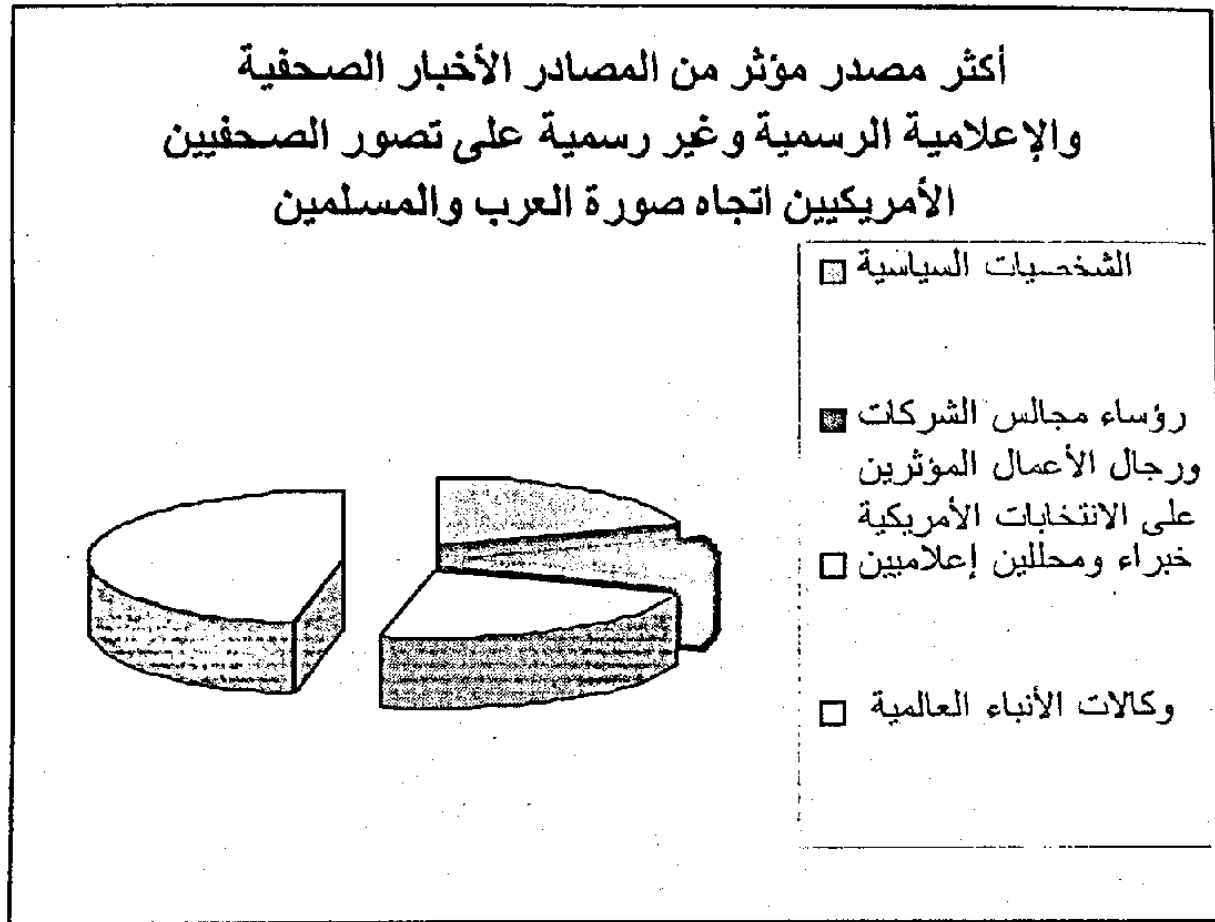
- (١) وكالات الأنباء العالمية.
- (٢) رؤساء مجالس الشركات ورجال الأعمال الأمريكيين المؤثرين على الانتخابات الأمريكية.
- (٣) خبراء ومحللين إعلاميين.
- (٤) الشخصيات السياسية.

جدول رقم (٩)

أكثر مصدر مؤثر من المصادر الأخبار الصحفية والإعلامية الرسمية وغير الرسمية على تصور الصحفيين الأمريكيين تجاه صورة العرب والمسلمين

النسبة	العدد	مصادر الأخبار الصحفية والإعلامية الرسمية وغير الرسمية
%19.6	613	الشخصيات السياسية
%10.6	331	رؤساء مجالس الشركات ورجال الأعمال المؤثرين على الانتخابات الأمريكية
%22.8	712	خبراء ومحللين إعلاميين
%47.0	1469	وكالات الأنباء العالمية
%100	3125	الإجمالي

رسم بياني رقم (٩)



ويتضح من قراءة الجدول و الرسم البياني السابقين، أن أعلى نسبة (47.0%) أثرت على تصور الصحفيين العاملين بالصحف الأمريكية فيما يخص أخبار وقصص وموضوعات العرب والمسلمين كانت عن طريق وكالات الأنباء، وقد يعود ذلك إلى تأثير وكالات الأنباء العالمية التي تزود جميع وكالات الأنباء المحلية والإقليمية والصحف والمجلات في جميع أنحاء العالم لنشر ثقافة العولمة الغربية والتي قد بدأت منذ العقد الماضي، بينما 22,8% عن طريق خبراء ومحللين إعلاميين، حيث وجود مصداقية أكثر من مصداقية الشخصيات السياسية، ورؤساء الشركات ورجال الأعمال، بينما 19,6% عن طريق الشخصيات السياسية، وقد يعود ذلك إلى مصداقية الصورة الذهنية الإيجابية التي يحملها الصحفيون عن تصريحات الشخصيات السياسية، بينما نسبة 10.6% عن طريق رؤساء مجالس الشركات ورجال

الأعمال، حيث إنها تعتبر الأقل نسبة من تأثيرات وكالات الأنباء والخبراء المحليين الإعلاميين والشخصيات السياسية.

أهم نتائج الدراسة :

يمكننا أن نستخلص من هذه الدراسة نتائج مهمة على النحو الآتي:

١. توجد نسبة عالية من العينة أي ما يعادل نسبة ٤٩% من عينة البحث أجابوا بأنهم يتابعون أخبار وقصص وموضوعات العرب والمسلمين عن طريق الصحافة بشكل دائم ونسبة ٣٧% يتابعون أحيانا. وهذه النسبة تدل بوضوح على أن هناك مستوى لا بأس به من المتابعة الجيدة للعينة عن طريق هذه الوسيلة المطبوعة المهمة (الصحف والمجلات الأمريكية).

٢. أما عن مدى متابعة الصحفيين العاملين بالصحف الأمريكية لأخبار وقصص وموضوعات العرب والمسلمين عن طريق الإذاعات (الأمريكية الحكومية والتجارية) فقد جاءت جاء بشكل دائم بنسبة ٤٣%، ونسبة ٣٨% أحيانا وهي تعتبر نسبة منخفضة بالنسبة لمتابعة الصحفيين لكل من التلفاز الأمريكي والشبكة العنكبوتية (المواقع الإخبارية والبال توك) والاتصال الشخصي للصحفيين مع زملائهم والصحافة والفيديو والسينما. وقد يعود انخفاض متابعة الصحفيين (عينة الدراسة) للاستماع إلى الإذاعة بسبب عدم عرض برامج إذاعية مدروسة ومقننة عن طريق الإذاعة تجذب المستمعين إليها من الصحفيين، وتلبي احتياجاتهم إعلاميا من عرض برامج ذات تحليل عال يساعد الصحفيين في العمل الصحفي على أداء مهامهم بكل يسر وسهولة لفهم التغييرات والعوامل التي قد تطرأ على العالمين العربي والإسلامي.

٣. Hk نسبة عالية ٥٤% من عينة البحث أجابوا بأنهم يتابعون أخبار وقصص وموضوعات العرب والمسلمين بشكل دائم، ونسبة ٣٥% يتابعون أحيانا عن طريق التلفاز. وهذه النسبة تدل على أن هناك نسبة عالية من متابعة الصحفيين العاملين بالصحف الأمريكية (عينة البحث) لوسيلة التلفاز حيث وجود الصورة والحركة والألوان والمؤثرات

الصوتية وحركة الكاميرا وغيره من التأثيرات التلفازية، التي بدورها تجذب المشاهدين من الصحفيين، وتضفي قوة ومصداقية إعلامية على الأخبار والقصص والموضوعات التي يستعرضها التلفاز عن طريق برامجه المتنوعة على الشاشة الفضائية الصغيرة.

٤. يوجد نسبة عالية ٣١% من عينة البحث أجابوا بأنهم يتابعون أخبار وموضوعات السينما بشكل دائم، ونسبة ٥٣% يتابعون أحياناً عن طريق السينما. وهذه النسبة تدل على أن هناك نسبة عالية من المتابعة للصحفيين العاملين بالصحف الأمريكية (عينة البحث) عن طريق السينما التي لا يوجد لها مصداقية كما هو الحال بالنسبة لوسائل الإعلام (الصحافة والإذاعة والتلفاز)، ولكنها قد تدعم ما يبث من أخبار أو ما يطرح من قصص وموضوعات عن طريق وسائل الإعلام والشبكة العنكبوتية والاتصال الشخصي، والسينما لها تأثيرها وجاذبيتها حيث تفاعل المرسل والمستقبل مع موضوع الرسالة المطروح، وهي تعتمد على التضميل و لا تميل إلى التحليل والدراسة والحصول على ردود الفعل المباشرة من كلا المرسل والمستقبل في نفس اللحظة التي بدأ فيها الاتصال، ولكن يبقى هذا الأمر محدوداً بحسب المعرفة ومستوى التحصيل العلمي للمرسل والمستقبل عن موضوع الرسالة المطروحة للنقاش التي تقدمه السينما، كما أنه يعتمد أيضاً على المزاج العام للموقف الاتصالي كما هو الحال بالنسبة للاتصال الشخصي ووسيلة الشبكة العنكبوتية.

٥. أن غالبية أفراد العينة وبنسبة ٦١% أجابوا بأنهم يتابعون أخبار وقصص وموضوعات العرب والمسلمين بشكل دائم، ونسبة ٣٤% يتابعون أحياناً عن طريق الشبكة العنكبوتية، وهذه النسبة تدل على أن هناك نسبة عالية من المتابعة للصحفيين (عينة البحث) عن طريق الشبكة العنكبوتية (المواقع الإخبارية وإستخدامات البال توك) الذي يضفي قوة ومصداقية إعلامية على ما يبث من أخبار أو ما يطرح من موضوعات وقصص

عن طريق وسائل الإعلام والاتصال الشخصي، ومما لا شك فيه كل ذلك سيدعم تأثير وسائل الإعلام المطبوعة والمسموعة والمرئية، إضافة إلى مساندة السينما والفيديو عن طريق المشاهدة وأخذ ما يشاهد محمل الجد كما هو، بدون أي تحليل أو نقاش أحياناً. والشبكة العنكبوتية لها تأثيرها وجاذبيتها حيث تفاعل المرسل والمستقبل مع موضوع الرسالة المطروح للتحليل والدراسة والحصول على ردود الفعل المباشرة من كلا المرسل والمستقبل في نفس اللحظة التي بدأ فيها الاتصال، ولكن يبقى محدوداً بحسب المعرفة ومستوى التحصيل العلمي للمرسل والمستقبل عن موضوع الرسالة المطروحة للنقاش، ويعتمد أيضاً على المزاج العام للموقف الاتصالي كما هو الحال بالنسبة للاتصال الشخصي.

٦. أن نسبة ٣٨% من عينة البحث يتابعون أخبار وقصص وموضوعات العرب والمسلمين عن طريق الاتصال الشخصي بشكل دائم، ونسبة ٤٥% يتابعون أحياناً. وهذه النسبة تدل على أن هناك نسبة عالية من المتابعة للصحفيين (عينة البحث) عن طريق الاتصال الشخصي الذي يضفي قوة ومصداقية إعلامية على ما يبث من أخبار أو ما يطرح من قصص وموضوعات، حيث أن الاتصال الشخصي له تأثيره وجاذبيته حيث تفاعل المرسل والمستقبل مع موضوع الرسالة المطروح للتحليل والدراسة، والحصول على ردود الفعل المباشرة من كلا المرسل والمستقبل في نفس اللحظة التي بدأ فيها الاتصال، ولكن يبقى محدوداً بحسب المعرفة ومستوى التحصيل العلمي للمرسل والمستقبل عن موضوع الرسالة المطروح للنقاش، ويعتمد أيضاً على المزاج العام للموقف الاتصالي. وأيضاً سيدعم ذلك تأثير الأخبار والموضوعات التي تناقش من خلال وسائل الإعلام المطبوعة والمسموعة والمرئية والشبكة العنكبوتية (المواقع الإخبارية وإستخدامات البال توك)، إضافة إلى مساندة السينما والفيديو عن طريق المشاهدة إليها، وأخذها محمل الجد كما هي، بدون أي تحليل أو نقاش أحياناً.

٧. تعد الشبكة العنكبوتية (الإنترنت) الأعلى في التأثير بنسبة ٢٣,٦% حيث إنها تستخدم بشكل يومي في المنازل وفي صالات التداول وحتى أنها تستخدم بالمكتب والطائرة والمركبة وغيرها، بينما وسيلة التلفاز جاء في المرتبة الثانية من بين جميع نسب التأثير الأخرى، فعلى سبيل المثال، جاءت تأثير التلفاز بنسبة ١٩,٤%، ويرجع ذلك إلى تفضيل الصحفيين العاملين بالصحف الأمريكية لمتابعة أخبار وقصص وموضوعات العرب والمسلمين عن طريق التلفاز حيث وجود أثر حركة الكاميرا والمؤثرات الصوتية والإخراج الإبداعي التلفازي، بينما ١٧,٢% عن طريق الصحافة وقد يعود ذلك إلى عدم وجود الوقت الكافي للتفرغ إلى متابعة الصحف الأمريكية اليومية والمجلات المتعددة، كما أن الصحافة ليست لحظية في نقل الأخبار والتحليلات والقصص والموضوعات كما هو الحال بالنسبة لوسيلة التلفاز، والتي تستخدم النقل المباشر من واقع الحدث بالرغم من وجود خبراء ومحللين إعلاميين على مستوى غير عال من المعرفة بالعالمين العربي والإسلامي، والتي تأتي فقط بشكل طبيعي في أوقات فراغ الصحفيين، بينما ١٢,٥% عن طريق الإذاعة، ويعود ذلك إلى عدم وجود برامج إذاعية مقننة بشكل علمي جيد كما أنه لا توجد برامج إذاعية شيقة تجذب إليها المستمعين من الصحفيين، وقد يعود ذلك إلى عدم وجود متخصصين إذاعيين أمريكيين يفهمون ما يدور من أخبار وقصص وموضوعات عن العرب والمسلمين علماً أن هناك خصائص إعلامية تمتاز بها وسيلة الإذاعة يمكن استغلالها بشكل أفضل، بينما ١١,٣% عن طريق الاتصال الشخصي وقد يعود ذلك إلى عدم وجود الوقت الكافي للاتصال بين الصحفيين عن طريق الاتصال الشخصي الذي يحتاج إلى إتاحة من الوقت بطبيعة الحال، هو عامل مهم في عالم الصحافة لجميع الصحفيين، بينما ٨,٩% عن طريق السينما، وقد يعود ذلك كما هو الحال بالنسبة للاتصال الشخصي والصحافة حيث عدم وجود الوقت الكافي لمتابعة السينما.

٨. وقد جاءت وكالات الأنباء بنسبة ٤٧,٠% ، حيث إنها تعتبر مصدراً ناقلاً للأخبار والتصريحات والقرارات التي تصدرها الشخصيات السياسية، وتعمل بعض الوكالات العالمية على دعم بعض أبحاث وتحليلات علمية عما يجري بالعالمين العربي والإسلامي، ولذلك نجد أن مصدر وكالات الأنباء العالمية تكون أكثر تأثيراً على الصحفيين مقارنة بنسب تأثير مصدر الشخصيات السياسية، ومصدر رؤساء مجالس الشركات ورجال الأعمال، ومصدر الخبراء والمحللين الإعلاميين، وربما يرجع ذلك إلى خصوصية وكالات الأنباء التي تبت أخبارها ومضمونها إلى جميع الصحف في جميع أنحاء العالم، بينما ٢٢,٨% عن طريق خبراء ومحللين إعلاميين، حيث وجود مصداقية أكثر من غيرها، بينما كانت نسبة ١٩,٦% أثرت على تصور الصحفيين العاملين بالصحف الأمريكية فيما يخص مصادر أخبار وقصص وموضوعات عن العرب والمسلمين كانت عن طريق مصدر الشخصيات السياسية، وقد يعود ذلك إلى تأثير مصدر الشخصيات بما تمتلكه من قوة وتأثير على الصحفيين (العينة)، حيث إن الصحفيين ينتظرون تصريحات وقرارات الشخصيات السياسية وأخبار وقصص وموضوعات تجاه العرب والمسلمين أيضاً إعلانات الشركات الأمريكية الكبرى ورجال الأعمال المؤثرين على الانتخابات الأمريكية، وذلك يعطي الشخصيات السياسية نسبة مصداقية عالية لدى العينة. بينما ١٠,٦% عن طريق مصدر رؤساء مجالس الشركات الكبرى الأمريكية ورجال الأعمال الأمريكيين، وقد يعود ذلك إلى مصداقية الصورة الذهنية الإيجابية التي يحملها الصحفيين عن مصدر رجال الأعمال ورؤساء الشركات.

توصيات الدراسة :

وفي ضوء نتائج هذه الدراسة، فقد تم التوصل إلى التوصيات الآتية:

١. ضرورة توعية الجمهور المستقبل للرسائل الإعلامية من الصحفيين العاملين بالصحف الأمريكية بأثر مضمون الرسائل على تصورهم

الصحفي فيما يخص صورة العرب والمسلمين وذلك عن طريق عقد محاضرات وندوات إعلامية متخصصة للصحفيين، يشارك فيها كل مشرفي الصفحات المتخصصة بالصحف الأمريكية والغربية ومشرفي محطات الإذاعة والتلفاز ورؤساء الشركات ورجال الأعمال الأمريكيين، وخبراء ومحللين إعلاميين، وأساتذة أقسام الإعلام بالجامعات الأمريكية والغربية والعربية والإسلامية تحت عنوان: " أثر الصحافة والإذاعة والتلفاز والسينما والفيديو والشبكة العنكبوتية والاتصال الشخصي على تصور الصحفيين تجاه صورة العرب والمسلمين" ويقع ذلك على عاتق الدول الإسلامية والعربية التي ينبغي أن تبذل جهودا لتغيير هذه الصورة السلبية عن العرب والمسلمين.

٢. إنشاء مراكز أبحاث علمية متخصصة بجامعة الدول العربية ومنظمة المؤتمر الإسلامي وهيئة الأمم المتحدة بالتعاون مع أقسام الإعلام بالجامعات العربية والإسلامية والأمريكية والغربية لدراسة أثر الصحافة والإذاعة والتلفاز والسينما والفيديو والشبكة العنكبوتية والاتصال الشخصي على تصور الصحفيين الأمريكيين، بشكل خاص وتصور الصحفيين الغربيين بشكل عام تجاه العرب والمسلمين، بهدف توعية الصحفيين الأمريكيين والغربيين بذلك الأثر على المدى القريب والبعيد.

٣. تفعيل وإنشاء هيئة إعلامية منبثقة من جامعة الدول العربية ومنظمة المؤتمر الإسلامي مهمتها أن تكون الناطق الرسمي الإعلامي، وأن تعمل على بناء جسور إعلامية مع الصحفيين والإعلاميين في الولايات المتحدة الأمريكية والدول الغربية صاحبة القرار والنفوذ الواضح في هيئة الأمم المتحدة، وردم الفجوة الاتصالية ما بين العالمين العربي والإسلامي والعالم الغربي عن طريق الصحفيين الأمريكيين والغربيين فيما يخص صورة العرب والمسلمين، وذلك عن طريق تخطيط وتنفيذ حملات علاقات عامة وإعلام مقننة ومنظمة علمياً تهدف إلى بناء صورة ذهنية

حسنة عن العرب والمسلمين، مما سينعكس ذلك بشكل إيجابي على صورة المجتمعات العربية والإسلامية عالمياً.

٤. تشجيع مراكز البحث العلمي بالجامعات والهيئات والجمعيات العلمية العربية والإسلامية على عمل دراسات علمية مستفيضة عن أثر الصحافة والإذاعة والتلفاز والسينما والفيديو والشبكة العنكبوتية والاتصال الشخصي على تصور الصحفيين العاملين بالصحف الأمريكية والغربية، ورصد الميزانيات اللازمة لهذا النوع من الدراسات العلمية المهمة لخدمة المجتمعات العربية والإسلامية بشكل خاص وخدمة المجتمعات الغربية بشكل عام، مما سيزيد الوعي العلمي والإعلامي والاتصالي والثقافي العالمي.

٥. عقد دورات تدريبية متخصصة للصحفيين الأمريكيين تهدف إلى تحسين تصورهم الصحفي تجاه العرب والمسلمين، وتدريبهم أيضاً على استيعاب وتفهم أثر الصحافة والإذاعة والتلفاز والسينما والفيديو والشبكة العنكبوتية والاتصال الشخصي على تصورهم الصحفي.

٦. نظراً لحدود هذه الدراسة وإمكانات الباحث، فقد اختار الباحث عينة عشوائية من الصحفيين العاملين بالصحف الأمريكية، ويوصي الباحث بتوسعة العينة مستقبلاً لتشمل الصحفيين العاملين بالصحف الغربية بالدول الغربية المشابهة للنظام الثقافي والإعلامي والسياسي للولايات المتحدة الأمريكية.

الهوامش ومصادر الدراسة :

١ - حيث العنوان الثلاثي على مصر في عهد الرئيس المصري الراحل جمال عبد الناصر بعد تأميم قناة السويس، لمزيد من المعلومات، أنظر كتاب (صورة العرب في الصحافة الغربية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ١٩٨٨م).

٢ - حيث حرب سبعة وستين بين العرب وإسرائيل في عهد الرئيس المصري الراحل جمال عبد الناصر و ما تبعه من إعلام ودعاية صهيونية معادية في الغرب تشوه صورة العرب والمسلمين، لمزيد من المعلومات، أنظر كتاب (صورة العرب في الصحافة الغربية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ١٩٨٨م).

٣ - حيث لانتصار العرب على إسرائيل وما تبعه من حملة إعلامية صهيونية مشوشة لإضعاف تلك الانتصار على واقع الإعلام العالمي، و حيث عهد الثورة الإيرانية في عهد الخميني، واختطاف الأمريكيين في عهد الرئيس الأمريكي رونالد ريجان في إيران الذي واجه شخصيًا انتقادات حادة إزاء تعامله مع تلك الأزمة السياسية وما رافقه لتشويه صهيوني إعلامي غربي للمسلمين، لمزيد من المعلومات، أنظر كتاب (صورة العرب في الصحافة الغربية للدكتور حلمي خضر ساري (مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ١٩٨٨م).

٤ - صحيفة عكاظ ، ٢٧ سبتمبر ٢٠٠٥م، السنة الثامنة والأربعون العدد ١٤٦٤١ ص ٢٠.

٥ - عبد الحميد ، محمد ، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، (١٩٩٧م) القاهرة، جمهورية مصر العربية: عالم الكتب، ص ص: ١٤٠-١٤٢.

٦ - عبد الحميد ، محمد ، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، (١٩٩٧م) القاهرة، جمهورية مصر العربية: عالم الكتب، ص ص.١٤١:-١٤٣.

٧ - عبد الحميد ، محمد ، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، (١٩٩٧م) القاهرة، جمهورية مصر العربية: عالم الكتب، ص ص.١٤٠:-١٤٤.

٨ - حسين، سمير محمد، بحوث الإعلام (القاهرة، جمهورية مصر العربية: مكتبة عالم الكتب، ١٩٩٥م) ص ١٣١.

٩ - حسين، سمير محمد، بحوث الإعلام، نفس المرجع السابق، ص ١٤٧.

١٠ - حسين، سمير محمد، بحوث الإعلام، نفس المرجع السابق، ص ١٤٧.

١١ - استخدم واستفاد الباحث في إعداد الجزء المنهجي للدراسة من المصادر الآتية:

أ - صيني، سعيد إسماعيل، قواعد أساسية في البحث العلمي (بيروت، لبنان: مؤسسة الرسالة، ١٤١٥).

ب - حسين، سمير محمد، بحوث الإعلام (القاهرة، جمهورية مصر العربية: مكتبة عالم الكتب، ١٩٩٥م).

ج - الفوال، صلاح مصطفى، مناهج البحث في العلوم الاجتماعية (القاهرة، جمهورية مصر العربية: دار غريب، ١٩٨٢م).

د - الجوهري، محمد، الخريجي، عبدالله، طرق البحث الاجتماعي، الطبعة الثالثة مرجع سابق .

هـ. الحيزان، محمد عبدالعزيز، البحوث الإعلامية: أسسها، أساليبها، مجالاتها، الطبعة الثانية (الرياض، المملكة العربية السعودية: مطبعة سفير، ٢٠٠٤م).

- و. حسين، سمير، بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ (القاهرة، جمهورية مصر العربية: مؤسسة دار الشعب، ١٩٨٦م).
- ز. العبد، عاطف، استطلاعات وبحوث الرأي العام (القاهرة، جمهورية مصر العربية: مؤسسة دار الفكر العربي، ٢٠٠٢م).
- ١٢ — طبقاً للجمعية الأمريكية للصحف (٢٠٠٥م).
- ١٣ — استخدم واستفاد الباحث أيضا في إعداد هذا الجزء المتجهي للدراسة من المصادر الآتية:
- أ — صيني، سعيد إسماعيل، قواعد أساسية في البحث العلمي (بيروت، لبنان: مؤسسة الرسالة، ١٤١٥).
- ب — حسين، سمير محمد، بحوث الإعلام (القاهرة، جمهورية مصر العربية: مكتبة عالم الكتب، ١٩٩٥م).
- ج — الفوال، صلاح مصطفى، مناهج البحث في العلوم الاجتماعية (القاهرة، جمهورية مصر العربية: دار غريب، ١٩٨٢م).
- د — الجوهري، محمد، الخريجي، عبدالله، طرق البحث الاجتماعي، الطبعة الثالثة (القاهرة، جمهورية مصر العربية: دار الكتاب العربي، ١٩٨٢م).
- هـ. الحيزان، محمد عبد العزيز، البحوث الإعلامية: أسسها، أساليبها، مجالاتها، الطبعة الثانية (الرياض، المملكة العربية السعودية: مطبعة سفير، ٢٠٠٤م).
- و. حسين، سمير، بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ (القاهرة، جمهورية مصر العربية: مؤسسة دار الشعب، ١٩٨٦م).
- ز. العبد، عاطف، استطلاعات وبحوث الرأي العام (القاهرة، جمهورية مصر العربية: مؤسسة دار الفكر العربي، ٢٠٠٢م).
- ١٤ — لقد تم عرض الصحيفة على كل من :

— سعادة الدكتور/ مهدي إسماعيل جمال: أستاذ الإعلام المشارك بقسم الإعلام، ورئيس قسم الإعلام سابقاً، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة الملك عبد العزيز بجدة.

— سعادة الدكتور/ شارع البقمي: أستاذ الإعلام المساعد بقسم الإعلام، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة الملك عبد العزيز بجدة.
