

مجلة

مجلة العلاقات العامة

الشرق الأوسط



دورية علمية محكمة تصدر عن الجمعية المصرية للعلاقات العامة - العدد الحادي عشر - أبريل / يونيو ٢٠١٦

▪ الرضا الوظيفي للعاملين بجامعة العلوم الحديثة بدبي

بحث جماعي شارك فيه جميع أعضاء الهيئة التدريسية لكلية الإعلام والاتصال الجماهيري (جامعة العلوم الحديثة بدبي)

إشراف:

... ص ٩

أ.د/ محمود يوسف

أ.م.د/ صفوت العالم

فريق البحث:

أ.م.د/ منى عمران - د/ طارق سلطان

د/ لمياء شحاتة - د/ بهاء حامد

د/ سمر عبد الحليم - د/ مهند الأمين

د/ أسماء حجازي - د/ ولاء عبد الرحمن

▪ واقع نشاط العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية العراقية

د. حافظ ياسين حميد الهيتي (جامعة الأنبار) ... ص ٤٣

▪ تأثير المواقع الإخبارية الإلكترونية الموجهة في تشكيل الأفكار والاتجاهات بالتطبيق على القضية المعروفة إعلامياً بـ "خليفة الماريوت" (دراسة تحليلية)

د. هالة توفيق إسماعيل الطلحاتي (الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات MTI) ... ص ٨١

▪ دور توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديث في التسويق الإلكتروني (دراسة نظرية)

د. حارث ياس خضير البياتي (الجامعة الماليزية للتكنولوجيا UTM - ماليزيا) ... ص ١٣١

▪ دور صحافة الفيديو في تشكيل اتجاهات الجاليات الأجنبية نحو "الإسلاموفوبيا" دراسة ميدانية على عينة من الناطقين وغير الناطقين بالعربية

د. علي حمودة جمعة سليمان (جامعة الأزهر) ... ص ١٧٣

▪ اتصال العلاقات العامة عبر الموقع الإلكتروني للمؤسسة "وزارة الداخلية الإماراتية أنموذجاً"

د. يسرا حسني عبد الخالق حسان (جامعة أسيوط) ... ص ٢٢٣

عروض الكتب:

▪ حملات التوعية الإعلامية بقضايا المجتمع للشباب

د. إيمان فتحي عبد المحسن حسين (جامعة أم القرى) ... ص ٢٥٦

(ISSN 2314-8721)

الشبكة القومية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)

جميع الحقوق محفوظة ٢٠١٦ © EPRA

www.epra.org.eg

هيئة النحكير العلمية للبحوث

أ.د علي السيد عجوة

أستاذ العلاقات العامة المتفرغ والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

Prof. Dr. Thomas A. Bauer

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

أ.د منى سعيد الحديدي

أستاذ الإذاعة والتلفزيون المتفرغ بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د ياس خضير البياتي

أستاذ الإعلام بجامعة بغداد ووكيل عميد كلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية
جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا

أ.د انشراح الشال

أستاذ الإعلام المتفرغ بكلية الإعلام جامعة القاهرة (دكتوراه الدولة فى الآداب والعلوم الإنسانية من فرنسا)

أ.د حسن عماد مكاي

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - العميد السابق لكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د نسمة يونس

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - كلية الإعلام جامعة القاهرة

أ.د محمد معوض إبراهيم

أستاذ الإعلام المتفرغ بجامعة عين شمس والعميد الأسبق لكلية الإعلام بجامعة سيناء

أ.د سامي السيد عبد العزيز

أستاذ العلاقات العامة والاتصالات التسويقية - العميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

أ.د عبد الرحمن بن حمود العناد

أستاذ العلاقات العامة والإعلام بقسم الإعلام كلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د محمود يوسف مصطفى عبده

أستاذ العلاقات العامة والوكيل السابق لكلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة

أ.د سامي عبد الرؤوف محمد طابع

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د بسيوني إبراهيم حمادة

أستاذ الإعلام السياسى والرأى العام بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د شريف درويش مصطفى اللبان

أستاذ الصحافة - ووكيل كلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة

أ.د حسن علي محمد علي

أستاذ الإذاعة والتلفزيون ورئيس قسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة المنيا

أ.د عابدين الدردير الشريف

أستاذ الإعلام وعميد كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الزيتونة - ليبيا

أ.د محمود حسن إسماعيل

أستاذ الإعلام وثقافة الأطفال - معهد الدراسات العليا للطفولة - جامعة عين شمس

أ.د حمدي حسن أبو العينين

أستاذ الإعلام وعميد كلية الإعلام والألسن نائب رئيس جامعة مصر الدولية

أ.د عثمان بن محمد العربي

أستاذ العلاقات العامة والرئيس السابق لقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د وليد فتح الله مصطفى بركات

أستاذ الإذاعة والتلفزيون ووكيل كلية الإعلام لشئون الطلاب - جامعة القاهرة

أ.د تحسين منصور رشيد منصور

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام بجامعة اليرموك - الأردن

أ.د محمد عبد الستار البخاري

بروفيسور متفرغ بقسم العلاقات العامة والدعاية، كلية الصحافة، جامعة ميرزة أولوغ بيك القومية الأوزبكية

أ.د علي قسايسية

أستاذ دراسات الجمهور والتشريعات الإعلامية بكلية علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر ٣

أ.د رضوان بو جمعة

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر



مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط
(JPRR.ME)

دورية علمية محكمة

العدد الحادي عشر - أبريل / يونيو ٢٠١٦

مؤسسها

ورئيس مجلس الإدارة

د/ حاتم محمد عاطف

رئيس EPRA

رئيس التحرير

أ.د/ علي السيد عجوة

أستاذ العلاقات العامة والعميد

الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

رئيس اللجنة العلمية ب EPRA

مدير التحرير

أ.د / محمد معوض إبراهيم

أستاذ الإعلام بجامعة عين شمس

والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة سيناء

رئيس اللجنة الاستشارية ب EPRA

مساعدو التحرير

أ.د/ رزق سعد عبد المعطي

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام والألسن

جامعة مصر الدولية

د/ السيد عبد الرحمن علي

مدرس العلاقات العامة بكلية تكنولوجيا الإعلام

جامعة سيناء

صبري محمد سليمان

مدقق اللغة العربية

المراسلات

الجمعية المصرية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية

الجيزة - الدقي

بين السرايات - ٢ شارع أحمد الزيات

Mobile: +201141514157

Tel : +2237620818

Www.epra.org.eg

Jpr@epra.org.eg

جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة
للجمعية المصرية للعلاقات العامة

لا يجوز، دون الحصول على إذن خطي من الناشر، استخدام أي من المواد التي تتضمنها هذه المجلة، أو استنساخها أو نقلها، كلياً أو جزئياً، في أي شكل وبأي وسيلة، سواءً بطريقة إلكترونية أو آلية، بما في ذلك الاستنساخ الفوتوغرافي، أو التسجيل أو استخدام أي نظام من نظم تخزين المعلومات واسترجاعها، وتطبق جميع الشروط والأحكام والقوانين الدولية فيما يتعلق بانتهاك حقوق النشر والطبع للنسخة المطبوعة أو الإلكترونية.

الترقيم الدولي للنسخة المطبوعة
(ISSN 2314-8721)

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية
(ISSN 2314-8723X)

ولتقديم طلب الحصول على هذا الإذن والمزيد من الاستفسارات، يرجى الاتصال برئيس مجلس إدارة الجمعية المصرية للعلاقات العامة على العنوان التالي:

EPRA Publications

Egyptian Public Relations Association, Giza, Egypt
Dokki, Ben Elsarayat -2 Ahmed Elzayat St.

بريد إلكتروني: jpr@epra.org.eg - chairman@epra.org.eg

موقع ويب: www.epra.org.eg

الهاتف : 818 - 02-376-20 (+2) - 151 - 14 - 15 - 0114 (+2) - 157 - 14 - 15 - 0114 (+2)

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

Journal of Public Relations Research Middle East

التعريف بالمجلة:

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط دورية علمية تنشر أبحاثاً متخصصة في العلاقات العامة وعلوم الإعلام والاتصال، بعد أن تقوم بتحكيمها من قبل عدد من الأساتذة المتخصصين في نفس المجال، وهي تابعة للجمعية المصرية للعلاقات العامة أول جمعية علمية مصرية متخصصة في العلاقات العامة.

○ المجلة معتمدة ولها ترقيم دولي ومصنفة دولياً لنسختها المطبوعة والإلكترونية من أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة، ومصنفة من لجنة الترقّيات العلمية تخصص الإعلام بالمجلس الأعلى للجامعات في مصر.

○ المجلة فصلية تصدر كل ثلاثة أشهر خلال العام.

○ تقبل المجلة نشر عروض الكتب والمؤتمرات وورش العمل والأحداث العلمية العربية والدولية.

○ تقبل المجلة نشر إعلانات عن محركات بحث علمية أو دور نشر عربية أو أجنبية وفقاً لشروط خاصة يلتزم بها المعلن.

○ يُقبل نشر البحوث الخاصة بالترقّيات العلمية - وللباحثين المتقدمين لمناقشة رسائل الماجستير والدكتوراة.

○ يُقبل نشر ملخصات الرسائل العلمية التي نوقشت، ويُقبل نشر عروض الكتب العلمية المتخصصة في العلاقات العامة والإعلام كذلك المقالات العلمية المتخصصة من أساتذة التخصص من أعضاء هيئة التدريس.

قواعد النشر:

- أن يكون البحث أصيلاً ولم يسبق نشره.
- تقبل البحوث باللغات: (العربية - الإنجليزية - الفرنسية) على أن يكتب ملخص باللغة الإنجليزية للبحث في حدود صفحة واحدة إذا كان مكتوب باللغة العربية.
- أن يكون البحث في إطار الموضوعات التي تهتم بها المجلة في العلاقات العامة والإعلام والاتصالات التسويقية المتكاملة.
- تخضع البحوث العلمية المقدمة للمجلة للتحكيم ما لم تكون البحوث قد تم تقييمها من قبل اللجان والمجالس العلمية بالجهات الأكاديمية المعترف بها أو كانت جزءاً من رسالة أكاديمية نوقشت وتم منح صاحبها الدرجة العلمية.
- يراعى اتباع الأسس العلمية الصحيحة في كتابة البحث العلمي ومراجعته ويراعى الكتابة ببنت (Simplified Arabic) والعناوين الرئيسية والفرعية Bold.
- يتم رصد المراجع في نهاية البحث وفقاً للمنهجية العلمية بأسلوب متسلسل وفقاً للإشارة إلى المرجع في متن البحث وفقاً لطريقة APA الأمريكية.
- يقدم الباحث عدد (٢) نسخ مطبوعة من البحث ونسخة إلكترونية على CD مكتوبة بصيغة Word مصحوبة بسيرة ذاتية مختصره عنه.
- في حالة قبول البحث للنشر بالمجلة يتم إخطار الباحث بخطاب رسمي بقبول البحث للنشر. أما في حالة عدم قبول البحث للنشر فيتم إخطار الباحث بخطاب رسمي وإرسال جزء من رسوم نشر البحث له في أسرع وقت.
- إذا تطلب البحث إجراء تعديلاً بسيطاً فيلتزم الباحث بإعادة إرسال البحث معدلاً خلال أسبوع من استلام ملاحظات التعديل وإذا حدث تأخير منه فسيتم تأجيل نشر البحث للعدد التالي أما إذا كان التعديل جذرياً فيرسله الباحث بعد ١٥ يوم من إرسال الملاحظات له.

- قيمة نشر البحث ٨٥٠ جنيه مصري للمصريين من داخل مصر وللمصريين المقيمين بالخارج والأجانب ٤٥٠ \$.
- يتم رد مبلغ ٢٥٠ جنيه للباحثين من داخل مصر ورد مبلغ ١٣٠ \$ للباحثين المصريين المقيمين بالخارج والأجانب في حالة رفض هيئة التحكيم البحث وإقرارهم بعدم صلاحيته للنشر بالمجلة.
- لا يزيد عدد صفحات البحث عن (٣٥) صفحة A4- في حالة الزيادة تحتسب الصفحة بـ ٢٠ جنيه مصري للمصريين داخل مصر وللمقيمين بالخارج والأجانب ٥ \$.
- يتم تقديم خصم خاص من قيمة النشر العلمى لعضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة من المصريين والجنسيات الأخرى بنسبة ١٠% ولأى عدد من المرات خلال العام.
- يُرسل للباحث عدد (٣) نسخة من المجلة بعد نشر بحثه، وعدد (٣) مستلة من البحث الخاص به.
- ملخص رسالة علمية (ماجستير) ٢٥٠ للمصريين ولغير المصريين ١٥٠ \$.
- ملخص رسالة علمية (الدكتوراه) ٣٥٠ جنيه للمصريين ولغير المصريين ١٨٠ \$.
- على أن لا يزيد ملخص الرسالة عن ٨ صفحات. ويتم تقديم خصم ١٠% لمن يشترك في عضوية الجمعية المصرية للعلاقات العامة . ويتم إرسال عدد (٣) نسخ من المجلة بعد النشر للباحث على عنوانه بالبريد الدولى.
- نشر عرض كتاب للمصريين ٧٠٠ جنيه ولغير المصريين ٣٠٠ \$
- يتم إرسال عدد (٣) نسخ من المجلة بعد النشر لصاحب الكتاب على عنوانه بالبريد الدولى السريع.
- ويتم تقديم خصم ١٠% لمن يشترك في عضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة .
- بالنسبة لنشر عروض تنظيم ورش العمل والندوات من داخل مصر ٦٠٠ جنيه ومن خارج مصر ٣٥٠ \$. بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- بالنسبة لنشر عروض المؤتمرات الدولية من داخل مصر ٨٥٠ جنيه ومن خارج مصر ٤٥٠ \$ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- جميع الآراء والنتائج البحثية تعبر عن أصحاب البحوث المقدمة وليس للجمعية المصرية للعلاقات العامة أى دخل بها.
- ترسل المشاركات باسم رئيس مجلس إدارة المجلة على عنوان الجمعية المصرية للعلاقات العامة- جمهورية مصر العربية - الجيزة - الدقى - بين السرايات - ٢ شارع أحمد الزيات، والإميل المعتمد من الجمعية jpr@epra.org.eg ، epra_cairo@yahoo.com أو إميل رئيس مجلس إدارة المجلة Chairman@epra.org.eg بعد تسديد قيمة النشر وإرسال صورة الإيصال التى تفيد ذلك.

الافتتاحية

في العام الرابع ومنذ بداية إصدارها في أكتوبر/ ديسمبر من العام ٢٠١٣ - تتواصل صدور أعداد المجلة بانتظام ليصدر منها أحد عشر عددًا متتابعة تضم أبحاثًا ورؤى علمية متعددة لأساتذة ومتخصصين وباحثين من مختلف دول العالم.

وفي العدد الحادي عشر من المجلة نقدم للباحثين في الدراسات الإعلامية والمهتمين بهذا المجال بحوثًا ورؤى علمية للأساتذة والمساعدات والمدرسين، وكذلك عرضًا لكتاب منشور لأحد الإعلاميين المتخصصين.

- تعد المجلة أول دورية علمية محكمة في بحوث العلاقات العامة بالوطن العربي والشرق الأوسط وجد فيها الأساتذة الراغبون في تقديم إنتاجهم للمجتمع العلمي بكافة مستوياته ضالته للنشر على النطاق العربي وبعض الدول الأجنبية التي تصل إليها المجلة من خلال مندوبيها في هذه الدول وكذلك من خلال موقعها الإلكتروني.

- وباعتراف اللجنة العلمية (تخصص إعلام) لترقية أعضاء هيئة التدريس إلى أساتذة وأساتذة مساعدين بعد اطلاعهم على العدد الأول من المجلة وتقييمها بنفس درجة المجلات العلمية لأقسام الإعلام في الجامعات المصرية - فإن مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط تعد نافذة جديدة لنشر بحوث طلبة وطالبات مرحلة الدكتوراه وبحوث أعضاء هيئة التدريس الراغبين في التقدم للترقي لدرجة أستاذ مساعد وأستاذ.

ففي البداية نجد مشاركة جماعية لأعضاء هيئة التدريس بكلية الإعلام والاتصال الجماهيري بجامعة العلوم الحديثة بدبي إشراف أ.د/ محمود يوسف مصطفى عبده وأ.م.د/ صفوت العالم، كما تضمن العدد بحوثًا مقومة للنشر العلمي بهدف تكوين رصيد للباحثين من أعضاء هيئة التدريس للتقدم لدرجة أستاذ مساعد منهم: د/ حافظ ياسين الهيتي - جامعة الأنبار - من (العراق) والذي قدم بحثًا عن: " دوافع نشاط العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية العراقية".

كما قدمت: د/ هالة توفيق إسماعيل - الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات (MTI) - من (مصر) دراسة تحليلية عن: " تأثير المواقع الإخبارية الموجهة في تشكيل الأفكار والاتجاهات بالتطبيق على القضية المعروفة إعلاميًا (بخلية الماريوت)".

بينما قدم د/ حارث ياس خضير البياتي - الجامعة الماليزية للتكنولوجيا (UTM) - من (العراق) دراسة نظرية عن: " دور توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديث في التسويق الإلكتروني".

وقدم د/ علي حمودة سليمان - جامعة الأزهر - من (مصر) " دراسة ميدانية على عينة من الناطقين وغير الناطقين بالعربية عن: "دور صحافة الفيديو في تشكيل اتجاهات الجاليات الأجنبية نحو (الإسلاموفوبيا)".

كما قدمت د/ يسرا حسني عبد الخالق حسان - جامعة أسيوط- من (مصر) بحثاً عن: " اتصال العلاقات العامة عبر الموقع الإلكتروني للمؤسسة (وزارة الداخلية الإماراتية أنموذجاً) " .
بينما قدمت د/ إيمان فتحي عبد المحسن - جامعة أم القرى - من (مصر) عرضاً لكتاب: "حملات التوعية الإعلامية بقضايا المجتمع للشباب".

وهكذا فإن المجلة ترحب بالنشر فيها لمختلف الأجيال العلمية من جميع الدول. ومن المعلوم بالضرورة أن جيل الأساتذة وبحوثهم لا تخضع للتحكيم طبقاً لقواعد النشر العلمي المتبعة في المجالات العلمية.

أما البحوث المنشورة لأعضاء هيئة التدريس الراغبين في التقدم للترقي للدرجة الأعلى والطلاب المسجلين لدرجة الدكتوراة فتخضع جميعها للتحكيم من قبل الأساتذة المتخصصين.
وجميع هذه البحوث والأوراق العلمية تعبر عن أصحابها دون تدخل من هيئة تحرير المجلة التي تحدد المحكمين وتقدم ملاحظاتهم إلى أصحاب البحوث الخاضعة للتحكيم لمراجعة التعديلات العلمية قبل النشر.

وأخيراً وليس آخراً ندعو الله أن يوفقنا لإثراء النشر العلمي في تخصص العلاقات العامة بشكل خاص والدراسات الإعلامية بشكل عام.

والله الموفق،،

رئيس تحرير المجلة

أ.د/ علي عجوة

**” دور صحافة الفيديو في تشكيل اتجاهات الجاليات الأجنبية نحو الإسلاموفوبيا ”
دراسة ميدانية على عينة من الناطقين وغير الناطقين بالعربية**

إعداد

د. علي حمودة جمعة سليمان^(*)

^(*) المدرس بقسم الصحافة والنشر بكلية الإعلام - جامعة الأزهر

" دور صحافة الفيديو في تشكيل اتجاهات الجاليات الأجنبية نحو الإسلاموفوبيا" دراسة ميدانية على عينة من الناطقين وغير الناطقين بالعربية

د/ علي حمودة جمعة سليمان

alyhamouda128@gmail.com

كلية الإعلام - جامعة الأزهر

مقدمة:

يحدث في المجال الإعلامي بشكل عام تغيرات هائلة ستعيد صياغة الإعلام الجماهيري، هذه التغيرات بدأت بسبب التكنولوجيا، ولكنها كما يقول الكثير من المنظرين الإعلاميين ستغير جوهر الرسالة الإعلامية وطبيعتها وما سيتلقاه الجمهور، وهناك تفاؤل واسع النطاق بأن هذه التغيرات ستكون إيجابية وليست سلبية وإذا كانت هذه التغيرات الجذرية قد ظهرت بشكل جيد في الغرب فإنها أصبحت تطرق أبواب الإعلام العربي تسمى التكنولوجيات الجديدة بـ "الإعلام الجديد new media" وتشمل الإعلام على الإنترنت وصحافة الفيديو (video journalism) حيث يرسل الناس من مختلف أنحاء العالم مقاطع فيديو إخبارية التقطوها بأنفسهم لينشروها على الإنترنت والمدونات الشخصية (blogs) التي يكتب فيها المدونون مذكراتهم وقراءاتهم الإخبارية وآراءهم والأخبار التي حصلوا عليها بشكل يومي على مواقعهم وأما التغيير الهائل الآخر فهو ما يسمى "ديمقراطية الإعلام damaqrath media"، وذلك لأنها في صحافة الفيديو وصحافة المدونات الشخصية يمكن لأي شخص يملك كاميرا صغيرة وجهاز كمبيوتر محمولاً أن ينشئ محطته الخاصة بها يصور ما يريد بناء على خياراتها ويضعها على الإنترنت ليصبح متاحاً لملايين القراء والمشاهدين، مما يعني تحرير الإعلام من سيطرة المؤسسة الإعلامية التقليدية وإعطاء الفرصة لكل شخص أن يقول ما يريد لكن هناك عدة قضايا يجب على النظام الإعلامي الجديد أن يحسمها قبل أن يسيطر على الساحة الإعلامية ومنها "المصادقية"، فالشخص العادي يحتاج إلى الكثير من الجهد ليثبت مصداقيتها للقراء وزوار الموقع أو مشاهدي الفيديو، كما أن الإمكانيات المحدودة للأفراد تجعل من الصعب عليهم منافسة المؤسسات الإعلامية التي تملك موارد مالية ضخمة، أي أن الجودة والنوعية هي أيضاً قضية مهمة تثير قلق الناظرين للإعلام الجديد، وتجعل البعض يؤكد أن سيطرة الإعلام التقليدي ستستمر في ظل التكنولوجيا الجديدة بمجرد أن تغير نفسها وتستغل هذه التغيرات بالصورة المتحركة لغة عالمية عظيمة الأثر لذا أصبحت أهميتها في العمل الصحفي تستوجب أن نعطيها حقها وعنايتها لأنها تأتي من خلال الواقع ولها خصوصيتها وتفرداها، والعناصر التي تسجلها عدسة صحفي الفيديو من مكان وحدث وشخصية تجعلنا نتعاش معها واقعاً ودلالة^(١). وتحديدًا فيما يتعلق بصحافة الفيديو فإن لها أثر في إخراج العمل الصحفي من خلال ما تقوم

من تأثير في ممارسة العمل بذاته (٢). وتعد صحافة الفيديو هي أحدث أنواع "صحافة البث" حيث يقوم الصحفي بإعداد ومونتاج المادة الخاصة به، ظهرت بدايتها في الولايات المتحدة ١٩٣٠، أحدثت كاميرا الفيديو ديجيتال ثورة في البث الحي، وفي عام ١٩٩٠ كانت بداية ظهور صحفي الفيديو كوظيفة بنيويورك، وفي عام ٢٠٠١ بالمملكة المتحدة تحولت وكالة البي بي سي لصحافة الفيديو وتم تعيين أكثر من ٦٠٠ صحفي فيديو عام ٢٠٠٥، ومع انتشار الإنترنت والإنتاج منخفض التكاليف تنافس المواقع الإلكترونية والصحافة الشعبية مع القنوات التلفزيونية في إنتاج ما نراه اليوم في شكل صحافة فيديو معاصرة، ومما لا شك فيه أن ظاهرة الإسلاموفوبيا في المجتمعات الغربية تجاه المسلمين والإسلام هي الحقيقية انعكاس للمشاعر السلبية التي تكونت لدى المواطن الغربي بسبب الأحداث الدامية التي تحدث من حين إلى آخر باسم الإسلام وبفضل الآلة الإعلامية الغربية التي لعبت دوراً محورياً في تكوين هذه المشاعر السلبية من خلال تصوير المسلمين بشكل عام كمجموعة من الإرهابيين يؤمنون بعقائد تحثهم على العنف تجاه الآخر وإهدار حقوق الإنسان حتى استقرت هذه المزاعم في نفوس مناهضي الإسلام والمسلمين في المجتمعات الغربية بشكل عام والإسبانية بشكل خاص، ومن هذا المنطلق كان ذلك بمثابة تبرير لمظاهر العنف والكراهية التي يظهرونها تجاه المسلمين. (٣). وهناك قراءات مختلفة لأسباب صعود ظاهرة الإسلاموفوبيا خلال الآونة الأخيرة، منها قراءة ثقافية ترى أن صعود الإسلاموفوبيا هو انعكاس لمشاعر سلبية عميقة مدفونة في وعي المواطن الغربي ضد الإسلام والمسلمين، وتعبير عن تحيز تاريخي وثقافي ضد الإسلام كدين وضد المسلمين وحضارتهم. وقراءة ثانية ترى أن ظاهرة الإسلاموفوبيا هي نتاج لبعض الأحداث الدولية التي أثرت بقوة على العلاقات بين العالم الإسلامي والمجتمعات الغربية خلال السنوات الأخيرة، وعلى رأس هذه الأحداث هجمات الحادي عشر من سبتمبر/أيلول ٢٠٠١ الإرهابية وما تبعها من هجمات إرهابية رفع مرتكبوها شعارات إسلامية ضربت مجتمعات غربية مختلفة مثل إسبانيا وبريطانيا هذا إضافة إلى بعض المشكلات الثقافية الدولية التي أثرت سلباً على العلاقات الإسلامية الغربية، وقد لعبت السينما العالمية ووسائل الإعلام المغرضة التي تخضع لسيطرة واضحة من جانب الدوائر الصهيونية في العالم دوراً أساسياً في ترسيخ معالم تلك الصور النمطية وتضخيمها وتعميمها، حتى غدت بمثابة الحقائق الثابتة التي لا تحتل النقاش، التي تحكم تعاطي كثير من أبناء الغرب مع الإسلام والمسلمين، ومن العرض السابق يتبين أن الباحث مهتم بالتعرف على الدور الذي من الممكن أن تقدمه صحافة الفيديو كوسيلة إعلامية في تشكيل اتجاهات الجاليات الأجنبية نحو ظاهرة الإسلاموفوبيا.

صحافة الفيديو:

هي تصوير قصة صحفية في أماكن نائية لا تستطيع أي وسيلة أخرى دخولها أو التصوير والاقتراب الأكثر من القصة الصحفية وإضفاء مزيد من الحس الشخصي على تلك القصة إلى جانب

وفرة الإمكانيات الإبداعية عن الوسائل الأخرى، وتعتبر صحافة الفيديو بمثابة الخطوة المتقدمة التي تتجاوز تصوير الأخبار للتلفزيون؛ حيث أنها تمثل تحول عن المسار التقليدي الذي ظل التلفزيون مقيدا به منذ إنشائه، ولهذا فهي تعتبر تلفزيون المستقبل وذلك لاختلاف طريقة سرد القصص الصحفية بدون أن تتقيد بالقيود العديدة للإنتاج التقليدي للأخبار. ومن ثم فإن هذه الدورة التدريبية المكثفة تهدف إلى مساعدة المتدرب على اتخاذ أولى خطواته ليصبح صحفي فيديو، وأنتج الانقلاب الرقمي كاميرات ذات جودة عالية للغاية إذا ما قورنت بالكاميرات التلفزيونية التقليدية، بينما حجمها لا يزيد كثيراً عن كاميرات الهواة الحديثة، وأقل كثيراً أيضاً من كاميرات الهواة التقليدية هذه الكاميرات توفر سهولة كبيرة في الاستخدام حتى إن مشغلها ما عادت تؤرقه كثيراً المسائل الهندسية كضبط الإضاءة والوضوح بقدر ما يشغله المحتوى، بالإضافة للكاميرات الحديثة المتطورة، ظهر أيضاً المونتاج اللاخطي، وتطورت أجهزة الحاسب حتى أصبح في الإمكان بسهولة فائقة عمل المونتاج وتصحيح أي عيوب بالصورة ومكساج الصوت كل هذا على جهاز حاسوب شخصي متنقل بينما كانت غرف المونتاج التقليدية تكلف عدة مئات الآلاف كل هذا اختصر في حاسوب نقال وكاميرا صغيرة يمكن حملها إلى أي موقع للتصوير والمونتاج في موقع الحدث، ثم بث المادة الإعلامية إلى أي مكان في العالم عن طريق الإنترنت الذي هو ثورة إضافية، حيث جعل الإنترنت وتطوره السريع وسرعته الحالية الفائقة والتي تزيد يوماً بعد يوم، إضافة لتطور برامج ضغط الفيديو، التي انتهت لتصغير حجم الملفات بشكل ملحوظ مع الحفاظ على الجودة العالية للصورة والصوت، كما يحدث عند استخدام صيغ للضغط مثل MPEG4 ، كل هذا أضاف وزاد من أهمية صحافة الفيديو التي أصبحت مهمة ليس فقط لمحطات التلفزيون، بل أيضاً لمواقع الإنترنت والصحف التي سارعت بإصدار نسخ إلكترونية تزيد حالياً معدلات قراءتها عن معدلات بيع النسخ الورقية، هذه المواقع تتيح للصحف إمكانية وضع تقارير فيديو ضمن أبوابها لتكتسب ميزة طالما انفردت بها محطات التلفزيون تضيفها إلى ميزاتها التقليدية كصحيفة مقروءة، ولكم أن تعرفوا أن صحيفة شهيرة كالواشنطن بوست توظف حالياً ستة صحفيي فيديو ضمن طاقمها، لا بد من الإشارة إلى أن العالم العربي و مصر تحديداً أصبح فيه من يعمل كصحافي فيديو، وفيه أيضاً صحافة فيديو تبنتها المواقع الصحافية الإلكترونية والمحطات التلفزيونية الإخبارية، لكن المصطلح لازال غير مطروح في أوساط العامة مما سيشكل عقبة في سبيل صحافي الفيديو المحترفين خلال الفترة القادمة، فمثلاً في مصر لا توجد أية جهة مسئولة عن صحافي الفيديو الذي يعمل غالباً بشكل حر بعيداً عن المؤسسات الكبرى.

تعريف الإسلاموفوبيا:

(إسلاموفوبيا) مركبة من كلمة عربية (= إسلام) وكلمة يونانية (= فوبيا) وتعني "خوف" (أصلها: فوبوس). فيكون معنى (إسلاموفوبيا) الحرفي: "الخوف من الإسلام" وكذلك "الخوف من

المسلمين".

وبما أن الكلمة اليونانية (فوبيا) "خوف" ترد كثيراً لاحقاً في مصطلحات غربية في لغات غربية كثيرة، فإن المترجمين العرب اصطالحوا على ترجمتها بـ "رهاب"، وعليه فإن المعنى الاصطلاحي أو المقابل العربي الاصطلاحي لكلمة (إسلاموفوبيا) هو: "رهاب الإسلام" أي الخوف منه. إن مصطلح (إسلاموفوبيا) حديث نسبياً نشأ بداية التسعينيات من القرن الماضي ويشار به إلى غير المسلمين الذين يرون في الإسلام ديناً غير قابل للتعايش مع الحضارة المادية الحديثة وغير قابل للتأثر بها أو التأثير فيها وأنه أي الإسلام دين يبرر استخدام العنف لتحقيق أهدافه الخ. ومن الجدير بالذكر أن مصطلح (إسلاموفوبيا) بالنسبة إلى المسلمين مثل مصطلح (معاداة السامية) بالنسبة إلى اليهود، فهما مصطلحان يدلان على الكراهية التي يكنها في الغرب غير المسلم للمسلم (إسلاموفوبيا) وغير اليهودي لليهودي (معاداة السامية) ويستعمل المصطلحان لتبرير التمييز العنصري ضد المسلمين اليوم، واليهود في الماضي. (٤).

أسباب الإسلاموفوبيا:

وفيما يشن الكثيرون من دعاة الكراهية بعد أن تم تطبيع وابل أحاديث الكراهية التي يقصون بها المسلمين وأصبحت ضوضاء بيضاء معتادة تنبعث من البرامج الحوارية بالتلفزيون والإذاعة تمضي الدوائر الليبرالية تستخدم الأضاليل القائمة على الإسلاموفوبيا (٥) ووجد العداء للإسلام طريقة للظهور في برامج وخطابات اليمين المتطرف وجاءت النتيجة مزدوجة بصعود مميز للأحزاب اليمينية المتطرفة في مختلف الانتخابات الأوروبية وانتشار لهذه الظاهرة الإسلاموفوبيا علي نطاق واسع (٦). ولعل سبب شيوع مصطلح الإسلاموفوبيا يعود إلي أنه يبرر العداء للإسلام دون الاعتراف به إذ يحول العداء للإسلام من مظهر تمييزي إلي رد فعل مرضي مخفف ناجم عن ممارسات ومظاهر إسلامية متعارضة والقيم الغربية بدءاً من الحجاب وحتى اتهام الإسلام بحوادث ١١ سبتمبر ومن جانب آخر نحن لا ننفي القراءات المطروحة حول نشأة وتطور هذه الظاهرة ولكننا نغيب عليها دراساتنا للإسلاموفوبيا كأحداث منعزلة. (٧).

ومنها أيضاً احتشاد التاريخ من وقائع الصراع بين الإسلام والغرب والجهل بالإسلام وتضارب المصالح واختلاف المنطلقات القيمية والخلط بين الدين الإسلامي وواقع المسلمين وتبني صورة نمطية سلبية للمسلمين (٨).

مظاهر الإسلاموفوبيا:

مازالت المناهج المدرسية وحتى الجامعية في العالم الغربي مثقلة بكم هائل من المعلومات المغلوطة والمضللة عن الإسلام التي تعود في جذورها إلي نتاج المدرسة الإستشراقية إحدى الأذرع التقليدية الرئيسية للاستعمار الغربي التي يوجد من الشواهد ما يؤكد انطلاقها من مرجعيات مصطبغة

بروح الحروب الصليبية لا ينقصها الكثير من التعصب والتحيز وتزييف الوقائع لإثبات مزاعم وافتراضات عارية عن الصحة ^(٩) وإن الغربيين خرجوا حقاً عن رشدهم فتأثروا بوباء الإسلاموفوبيا ومارسوه في أبشع صوره في عدد من المظاهر ومنها على سبيل المثال: تشدد سفارات الدول الغربية في منح تأشيرات الدخول إليها للمسلمين، الوقوف بشدة ضد مظاهر الحجاب والنقاب لحد سن القوانين المانعة لهذه الظاهرة الدينية البحتة، وعدم التصريح ببناء مآذن للمساجد في سويسرا وإجراء استفتاء بذلك، ومعارضة إقامة مزيد من المراكز الإسلامية كما وقع لمشروع المركز الإسلامي بالقرب من مركز التجارة العالمي بنيويورك، ونشر رسومات كاريكاتورية مسيئة للرسول صلى الله عليه وسلم، وإنتاج أفلام مهينة للإسلام ولشخصية الرسول صلى الله عليه وسلم، إهانة المصحف الشريف مبالغة في استفزاز المسلمين كما نادي البعض بحرق المصحف، ونشر صور نمطية لرجال مسلمين ذوي لحية كثيفة ووجوه متجهمة أو لنساء مسلمات يتسترن بالكامل وراء ملابسهن السوداء وربط هذه الصور بموضوعات تتحدث عن الإرهاب، والتحذير من أسلمة أوروبا بهجرة المسلمين إليها وتكاثرهم فيها ومطالبة بعض الأحزاب اليمينية بطرد المسلمين وإعادتهم إلى بلادهم ^(١٠) والقول بأن العرب والمسلمين يكرهون الحضارة الغربية بسبب قيمها وتقاليدها، وهذا غير صحيح، ولا يقول به إلا متطرفون متشددون يمثلون أقلية مهجورة ومنبوذة في المجتمعات الإسلامية فالأغلبية الساحقة من العرب والمسلمين تحترم الحضارة والأمم الغربية، وتعتبرها في الغالب مثالا للتقدم، وتحاول أن تقتدي بها في مجالات كثيرة. ويتجاهل الذين يروجون مثل هذه التهم للعرب والمسلمين أن في مجتمعاتهم تيارات متطرفة تكره السود واليهود والمسلمين، وتتبنى أطروحات عنصرية متشددة، لكن لا أحد من ضحايا هذه التيارات يعمم الاتهام لكل الأوروبيين والأمريكيين ويخلط بينهم وبين الأقليات المتطرفة والعنصرية الموجودة في صفوفهم. ^(١١)

الدراسات السابقة :

المحور الأول: دراسات تناولت صحافة الفيديو

١- دراسة ماري بوك ^(١٢) بعنوان "أساسيات صحافة الفيديو ٢٠١١".

وتهدف هذه الدراسة إلى التعرف على ممارسات العمل اليومي لصحفيي الفيديو في مختلف وسائل الإعلام بما في ذلك الصحف ومحطات التلفزيون. بالإضافة إلى معرفة جوانب سرد الأخبار بعيداً عن الصحفيين ومصادر معلوماتهم، وتوصلت الدراسة إلى: ارتفاع نسبة مشاهدة مقاطع الفيديو على موقع يوتيوب بواسطة المستخدمين لشبكة الإنترنت، كما أن مستخدمي موقع يوتيوب دائماً ما يحملون بعض مقاطع الفيديوهات على موقع تويتر، وكثيراً ما تحتوي مقاطع الفيديو على الموسيقى وتقديم المطربين والعديد من البرامج والإعلانات التجارية.

٢- دراسة نادية الشيخ ^(١٣)، بعنوان : دوافع استخدام الشباب الجامعي لصحافة الفيديو والإشباع

المتحققة منها ٢٠١٣.

تستهدف الدراسة محاولة معرفة واقع استخدام الشباب الجامعي (١٨-٢١) لصحافة الفيديو والإشباعات المتحققة منها بهدف الكشف عن المضامين الأكثر تداولاً بين الشباب الجامعي عبر صحافة الفيديو كذلك التعرف على الإشباعات المتحققة من استخدام الشباب الجامعي لصحافة الفيديو كخدمة من الخدمات المقدمة على الإنترنت، تنتمي الدراسة للدراسات الوصفية، والتي تعتمد على استخدام منهج المسح الإعلامي، تم تطبيق الدراسة ميدانياً على عينة عشوائية من الشباب الجامعي قوامها (٤٠٠) مفردة (٢٠٠ ذكور - ٢٠٠ إناث) بمحافظة القاهرة والمنوفية، البالغين من العمر (١٨-٢١) عاماً، واستخدمت استمارة استبيان لجمع المعلومات من عينة البحث الميدانية، توصلت الدراسة إلى: أن نسبة من يتابعون مقاطع الفيديو التي تنتجها مواقع الصحف الإلكترونية على الإنترنت، دائماً وبصورة منتظمة بلغت ١١.٩٨ %، ونسبة الذين يتابعونها بصورة غير منتظمة نحو ٧٦.٨٢ % في حين أن بلغت نسبة من لا يتابعونها نحو ١١.٢٠ %. كما أوضحت الدراسة أن من يعرفون أن هذه المقاطع يطلق عليها صحافة فيديو من المبحوثين المتابعين تمثلت نسبتهم ب ٤٨.٩٧ % ومن لا يعرفون نسبتهم ٥١.٠٣ %، جاءت (أحداث سياسية) في مقدمة الموضوعات التي يفضل المبحوثين مشاهدتها على صحافة الفيديو بوزن مؤوي ١٦.١٤ %، ثم موضوعات (الدروس الدينية) في المرتبة الثانية بوزن مؤوي ١٤.٥١ %، ثم (محاضرات علمية) في المرتبة الثالثة بوزن مؤوي ٢٠.٩ %، ثم (برامج مشهورة) في المرتبة الرابعة بوزن مؤوي ٩.٨٠ %، وأخيراً (خطب سياسية) بوزن مؤوي ١٣.٨ %. تمثلت الإشباعات التي تحققها صحافة الفيديو للمبحوثين بالنسبة للإشباعات الاجتماعية جاءت (زيادة المعرفة والاطلاع) في مقدمة الإشباعات، ثم (التعرف على كل ما هو جديد في عالم الإعلام والاتصال). أما الإشباعات التوجيهية جاءت (التسلية والترفيه) في المقدمة، ثم (أشعر بالمتعة والسعادة).

٣- دراسة يونغ هوان^(١٤). بعنوان " استكشاف خصائص السلوك الاستهلاكي في مختلف وسائل

الإعلام الاجتماعية باستخدام الفيديو ٢٠١٤

استهدفت الدراسة التوصل إلى رصد استكشاف الاختلافات في سلوكيات المستخدمين للظهور في وسائل الإعلام المختلفة وطريقة استخدام المواطنين للفيديو من خلال شبكة الإنترنت، ومعرفة مدى تفضيل المستخدمين للفيديو للمضامين التي تحتوي على موسيقى البوب في موقع يوتيوب، ومحاولة فهم سلوك مستخدمي الفيديو في وسائل الإعلام. واستخدمت الدراسة المنهج المقارن، وتوصلت الدراسة إلى استخدام مقاطع الفيديو في كل وسائل الإعلام بطريقة مختلفة وأن موقع يوتيوب لديه مميزات في مقاطع الفيديو فغالباً ما يحتوي على موسيقى لذلك يعتبر يوتيوب وسيلة تعكس مدى استخدام الأشخاص إضافة إلى اعتمادهم على وسائل الإعلام المختلفة وأن تفضيلهم للمحتوى يختلف من كل موقع، على يوتيوب

يرغب المستخدمون في مشاهدة الفيديوهات الأكثر شعبية بينما على تويتر يفضل المستخدمون مشاهدة الفيديوهات التي تحتوي على أفكار وآراء.

٤ - دراسة أحمد علوان^(١٥) بعنوان " تحرير صحافة الفيديو الإلكترونية المصرية وآليات إنتاجها" دراسة

مسحية ٢٠١٥

تهدف الدراسة إلى إلقاء الضوء صحافة الفيديو الإلكترونية المصرية من خلال رصد حجم الإنتاج الإعلامي المصري لصحافة الفيديو وآليات تحريرها، ومدى توافر إمكانيات الإنتاج لذلك النوع المستحدث على إعلامنا العربي والمصري، ومدى الاعتماد على التكنولوجيا الحديثة في آليات إنتاج صحافة الفيديو (متطلبات الإنتاج) من معدات وأجهزة كاميرات التصوير، كذلك استهدف الباحث من خلال تلك الدراسة التحليلية رصد أكثر الفنون الصحفية وأكثر المضامين إنتاجاً في صحافة الفيديو الإلكترونية المصرية، كذلك الكشف عن أكثر الفنون الصحفية استخداماً في إنتاج المضامين الإعلامية عبر الفيديو، الكشف عن مصادر الإنتاج المختلفة لصحافة الفيديو في الصحف الإلكترونية المصرية، ورصد حجم إنتاج صحافة الفيديو بالدقائق، والكشف عن منصات الفيديو التي تستخدمها الصحف الإلكترونية المصرية لبث ملفات الفيديو عبرها.

أما الدراسة الميدانية استهدفت التعرف على تأثير خصائص صحافة الفيديو على العمل المهني للقائم بالاتصال في المواقع المصرية الإلكترونية، من خلال التعرف على رصد سمات صحفيي الفيديو في الصحف الإلكترونية المصرية والكشف والتدريب وتطوير مهارات صحفيي الفيديو وعن الكيان التنظيمي الذي يطمحون إليه، كذلك الكشف عن أهم المشكلات التي تواجه صحفيي، وتقييمهم لصحافة الفيديو في صحفهم، كما هدفت الدراسة إلى رصد مقترحات القائم بالاتصال الخاصة.

تتنتمي الدراسة إلى البحوث الوصفية أما عينة الدراسة فقد بلغت ثمانين مفردة من صحفيي الفيديو في ثلاث صحف الكترونية مصرية تنتج صحافة الفيديو وهي صحيفة فيديو اليوم السابع، وبوابة الأهرام الإلكترونية، وبوابة الوفد، وتمثلت أدوات الدراسة الميدانية في الاستبيان الموجه إلي صحفيي الفيديو في الصحف الإلكترونية عينة الدراسة، أما الدراسة التحليلية فقد اعتمدت على استمارة تحليل المضمون توصلت الدراسة إلى: جاءت فيديو اليوم السابع في المرتبة الأولى كأكثر الصحف عينة الدراسة إنتاجاً بحجم، (بنسبة ٨٥.٩%)، (بنسبة ٨.٥%)، وبلغ إنتاج بوابة الوفد (٥.٦ طول مقطع الفيديو: تحتاج بوابة الأهرام إلى ٣ ثواني حتى يبدأ محتوى الفيديو، بينما تحتاج صحيفة فيديو اليوم السابع إلى ٤ ثواني، أما بوابة الوفد فتحتاج إلى ١٢ ثانية. احتل اليوتيوب المركز الأول كأكثر منصة تستخدمها الصحف الإلكترونية المصرية لرفع محتوى مقاطع الفيديو التي تنتجها، فمن مجموع ٣٠٦ مقطع فيديو تم رفع ٢٦٢ مقطع فيديو على منصة اليوتيوب جاءت الموضوعات المتعلقة بالحوادث والأمن أكثر الموضوعات المقدمة في صحافة الفيديو في الصحف الإلكترونية المصرية عينة الدراسة فقد أنتجت الصحف الثلاث

مجتمعة ٩٦ مقطع فيديو (بنسبة ٣١.٤%)، ثم الموضوعات الرياضية ثانياً (بنسبة ٢٣.٢%)، ثم الموضوعات السياسية (بنسبة ٢٢.٢%).

٥- دراسة رضوى سعد محمد مبروك^(١٦) بعنوان "العلاقة بين صحافة الفيديو الإلكترونية وقارئية ومشاهدة الوسائل التقليدية" ٢٠١٥

ركزت الدراسة على ظاهرة صحافة الفيديو على شبكة الإنترنت كنتيجة لسياسات الاندماج الإعلامي، وتسعى الدراسة إلى فهم تأثير هذه الظاهرة على قارئية ومشاهدة الوسائل التقليدية فضلاً عن دراسة درجة المصادقية المتصلة بها. واستخدمت الدراسة المنهج المسحي واستمارة الاستبيان التي تم توزيعها عبر الإنترنت كأداة لجمع البيانات، حيث اشتملت العينة على ٤٠٤ مبحوث تتراوح أعمارهم ما بين ١٨ وحتى ٥٥ عاماً فأكثر وينتمون إلى مختلف المستويات الاقتصادية والاجتماعية في محاولة لمعرفة تأثير الخصائص الديموغرافية على ظاهرة صحافة الفيديو على شبكة الإنترنت، وتوصلت الدراسة إلى: أن صحافة الفيديو على شبكة الإنترنت تتمتع بدرجة متوسطة من المصادقية لا تتأثر بجودة إنتاج الفيديو. كما توصلت الدراسة إلى أن استخدام صحافة الفيديو على شبكة الإنترنت يؤدي إلى تقليل مشاهدة أخبار التلفزيون بشرط أن يغطي فيديو الإنترنت الحدث من كافة جوانبه ويشتمل على كافة تفاصيله.

٦- دراسة وائل محمد عناني وآخرون^(١٧) بعنوان " صحافة الفيديو الرقمية وتأثيرها بظهور الإعلام الجديد" ٢٠١٥

تهدف الدراسة إلى التعرف على مراحل الإعداد والتحضير والتصوير والمونتاج لأفلام صحافة الفيديو، التي انتشرت بظهور الإعلام الجديد على مواقع الصحف الإلكترونية والمؤسسات الإعلامية ومواقع التواصل الاجتماعي ومحطات التلفزيون. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي لطرق وخطوات إنتاج أفلام صحافة الفيديو، وتوصلت الدراسة إلى: التزام صحافة الفيديو بالقيم الصحفية ومنها الحياد والموضوعية والدقة والأمانة والتوازن، واستخدام اللقطات الثابتة في صحافة الفيديو عند الحاجة إلى لقطات متحركة. يزداد تأثير الصورة الصحفية بسبب تصنيف الأساليب التقنية الحديثة، وإشباعها بالألوان والأصوات والمؤثرات بحيث يستفز أحاسيس المشاهد البصرية والسمعية وتستحوذ عليه، وتوصلت الدراسة إلى أن صحافة الفيديو أصبحت مستقبل الصحف الإلكترونية في ظل التطور التكنولوجي الهائل، خاصة مع دخول الهاتف المتحرك معها في تقديم ملفات الفيديو الإخبارية. تعتبر صحافة الفيديو أيسر الأشكال المعرفية والتعبيرية المجسدة للواقع الاجتماعي تعاملًا مع الفئات المختلفة من الجماهير غير أن تأثير الصحيفة الفيديوية يتفاوت ويتباين بين الفئات المختلفة في المجتمع.

٧-دراسة ناثن فاريل^(١٨) بعنوان مشاهدة المواطن للفيديو ٢٠١٥

تستهدف الدراسة معرفة القضايا المحلية التي يشاهدها المواطن في مقاطع الفيديو ورصد أهم التحديات التي واجهت صحفي الفيديو ومدى تجهيز الصحفيين للتعامل مع الكاميرات والتدريب على استخدامها، وتوصلت الدراسة إلى: من خصائص الفيديو هو توثيق التقارير المهنية من خلال فكرة بث الفيديو الذي يتميز بالنزاهة وعدم التزييف، كما أنه يعتبر مصدر فعال في دعم المعلومات الواردة في التقارير، وفي الوقت نفسه، فإن الطلب المتزايد على المواد البصرية يجبر المحررين على إعادة تشكيل تكاليف الممارسات، ويتميز الفيديو بعرض وجهات النظر المختلفة من أماكن صعبة، حتى في بعض الأحيان يستحيل للصحفيين الوصول إليها، ولقطات الفيديو تلقي الضوء على تجارب لا يمكن تجاهلها، أو تهملها، أو التقليل منها في تصوير وسائل الإعلام، كما يمكن لمقاطع الفيديو هذه أن تساعد على توفير إطار تفسيري غالبا ما تفتقر إليه التقارير الإخبارية التي تركز على الحدث مما يسهل فهم أعمق للأحداث.

٨- دراسة دان ميسانو^(١٩) بعنوان " تفعل ذلك بمفردها: هل تؤثر صحافة الفيديو على جودة ومصداقية الأخبار التلفزيونية؟ (٢٠١٥).

أجبرت الضغوط المالية الأخيرة المحطات التلفزيونية الإخبارية المحلية منها كل من مديريها وأصحابها على تغطية الأحداث اليومية من خلال تقليص عدد العاملين بها، والتفت أصحابها لصحافيين الفيديو لخفض التكاليف بغرفة الأخبار وأصبح ثقل الموضوع ملقى على كاهل الصحافيين يقومون بكل شيء من خلال التقديم أو إجراء المقابلات والإعداد وكتابة النصوص وتحرير الفيديو، ومع كثرة عدد المحطات تحول ذلك فيها إلى ما يعرف بصحافة الفيديو، لذا تسعى هذه الدراسة لاستكشاف إلى أي مدى صحافة الفيديو تؤثر على جودة ومصداقية الأخبار التلفزيونية.

المحور الثاني: الدراسات الخاصة بالإسلاموفوبيا :

١- دراسة محمد رضوان^(٢٠) بعنوان " الخوف من الإسلام وخبرات المسلمين الدينية في الغرب الأوسط واقترح نظرية المسلمات الحاسمة وعلم المجتمعات الإسلامية (٢٠١٣).

وبحثت هذه الدراسة الإسلاموفوبيا والتجارب الدينية للمسلمين في الغرب الأوسط وتهدف إلى اقتراح نظرية جديدة تسمى نظرية المسلم النقدية من خلال الاختلاف بين الدين والقانون أو الدين والجنس أو الدين العرف وتمثل هذه النظرية مبادئ أساسية وهي: انتشار وتوطن الإسلاموفوبيا، والنظرية الإسلامية الحاسمة وهي كيفية نظر المجتمعات المهيمنة للإسلام والمسلمين، والبناء الاجتماعي من

أساسيات الإسلاموفوبيا والأساس القانوني، والسياق التاريخ الذي تأسس للمسلمين في الولايات المتحدة، وتوصي هذه الدراسة بمكافحة الجهل من خلال التعليم وإقامة علاقة نقية بين المسلمين وغير المسلمين من خلال الحوار من أجل التفاهم ونقترح وعي إسلامي مزدوج كمجال للبحث في المستقبل.

٢- دراسة ميلسا الجربا^(٢١). بعنوان " تصور كراهية الإسلام والهوية الدينية بين المسلمين في المجتمعات الغربية دراسة كمية (٢٠١٣) .

وهذه الدراسة الكمية التي تهدف إلى فهم أفضل للتفاعل بين الإسلاموفوبيا والهوية الدينية والأمة بين الأقليات المسلمة في المجتمعات الغربية ونظرية الهوية الاجتماعية التي من شأنها أن تعزز عندما يتم تصور الإسلاموفوبيا، وهذا يختلف باختلاف السياقات الوطنية، وتم جمع بيانات الدراسة من ١٧٩ من المسلمين في أمريكا وبريطانيا وتوصلت الدراسة إلى أن أكثر الآثار الملموسة للإسلاموفوبيا في وسائل الإعلام وأن ذلك يتحقق بشكل أعلى في عينة الدراسة من الولايات المتحدة أكثر من بريطانيا، وتم التوصل إلى أن الإسلاموفوبيا تتناسب طردياً مع الهوية الوطنية واتفق الجنسين على التنبؤ بالآثار والقيود من نتائج الإسلاموفوبيا.

٣- دراسة رافا هاجا جهسيما^(٢٢). التنبؤ بالإسلاموفوبيا بين الأمريكيين غير المسلمين (٢٠١٣).

وكان الغرض من هذه الدراسة استكشاف العلاقات العنصرية والمواقف السلبية تجاه المسلمين والمواقف نحو الحرب ضد الإسلام في الأشهر التي تلت هجمات ١١ سبتمبر وفهم العلاقات بين هذه العوامل التي قد تساعد على فك الأسباب الكامنة والمحتملة لهجمات ١١ سبتمبر وعلى وجه الخصوص بدء الولايات المتحدة الحروب في أفغانستان والعراق وأن العنصرية وكراهية الإسلام والتشدد الديني قد تؤدي إلى العنف وفي بعض حالات الحرب ، وقد تم تطبيق هذه الدراسة على ١٩٩ من الرجال والنساء في كل من لوس انجلوس ونيويورك، وتوصلت الدراسة بأنها صورة ايجابية كبيرة فقد تم العثور على جميع المتغيرات الأربعة وشكلت العنصرية أهمية مقدار التباين بنسبة ٩٣.٧% في قبول الحرب والتوقع بالخوف من الإسلام والتشدد الديني وإظهار العلاقة الفردية التي تؤدي إلى تأييد الموقف المؤيد للحرب على الرغم من أن الحرب هي نظام معقد وهذه الأطروحة توصي بأن المواقف بالمعتقدات الأساسية وغير المعلن عنها قد تكون ذات صلة بكيف ومتى نذهب إلى الحرب وتقتصر إجراء بحوث إضافية لمعرفة آثارها لمعرفة وفهم آثار السلام.

٤- دراسة ميسرات زوهير^(٢٣). بعنوان "الآثار المترتبة من المركز الإسلامي على الإسلاموفوبيا (٢٠١٢) .

إن أحداث ١١ سبتمبر ٢٠١١ زادت من الحوادث التي تؤدي الى التحامل والتمييز ضد المسلمين وفي عام ٢٠١٠ تم من خلال إثارة اقتراح لبناء المركز الإسلامي فإنه أثار جدلا ومن خلال استطلاعات الرأي بين الأمريكيين والتي كانت نتائجها سلبية تجاه المسلمين والإسلام وأشارت النتائج إلى ارتفاع في

المشاعر والسلوكيات تجاه المسلمين والإسلام عندما تم اقتراح بناء المركز الإسلامي الراهن، وتشير النتائج من خلال استطلاع آراء الأشخاص الذين سوف يتم بناء المركز بالقرب منهم وما يترتب عن ذلك من دواعي الإسلاموفوبيا إلى أن هناك حاجة إلى موقف تجاه الإسلام والمسلمين لبث روح التسامح والمساواة بين أطياف المجتمع.

٥- دراسة صادق رابح ٢٠٠٨^(٢٤) بعنوان " تجليات الإسلاموفوبيا في خطابات الوسائط الاعلامية الفرنسية : بحث في المصادر "

استهدفت التعرف على ماهية الإسلاموفوبيا في خطابات الوسائط الإعلامية الفرنسية، ومعرفة المصادر التي يتغذى منها الإسلاموفوبيا لإنتاج صورة ذهنية نمطية عن الإسلام، سواء العقدي منه أو السوسيولوجي، ووصف وتحليل بعض الخطابات (الديني والأكاديمي الاستشراقي والمدرسي) لإبراز أن الإسلاموفوبيا الإعلامية تتغذى بشكل أو آخر من هذه الخطابات سواء القديمة أو المعاصرة لها وتوصلت الدراسة إلى أن المقاربات السائدة للإسلام هي مقاربات الماهوية في عمومها عجزت عن تمثيل حركية الإسلام داخل التاريخ، بحيث أفرغته من أي محتوى إنساني وحضاري وجعلت منه كيانا ثابتا لا حراك فيه، وأنكرت مشاركته في فعل التاريخ وصياغته. فإسلام المقاربات الماهوية كم هائل من السلبات المضخمة: تطرف، تعصب، راديكالية، جهاد، حرب مقدسة، تخلف، تواكل، إرهاب، شمولية خانقة للفرد، حجاب، تعدد زوجات، الخ.. فبنيات الخطاب المنتجة للإسلام عبر هذه الفترة الطويلة وإن تباينت في أشكالها اللغوية وتعددت في تعبيراتها، فهي متجانسة المحتوى وذات وحدات فنية ثابتة، تتغذى من نفس المصادر التي لا تتضب أبدا.

ملاحظات على الدراسات السابقة :

من خلال الإطلاع على الدراسات السابقة لاحظ الباحث ما يلي:

- عدم اهتمام الدراسات العربية بالدراسات الخاصة بالإسلاموفوبيا ومدى تأثيرها على غير المسلمين .
- عدم الاهتمام أيضا بدراسة صحافة الفيديو وما تقوم به من تأثيرات كوسيلة حديثة نسبية.
- لم يتم التركيز على دراسة هذه الجاليات الأجنبية ومدى تأثيرها بهذه الظاهرة بطريقة مباشرة أو غير مباشرة في أدبيات الدراسة.

مشكلة الدراسة:

تتبلور المشكلة البحثية في رصد وتحليل آراء واتجاهات الجاليات الأجنبية نحو الإسلاموفوبيا في صحافة الفيديو من خلال معرفة اتجاهات الجاليات الناطقة وغير الناطقة بالعربية وقياس التأثيرات التي يحدثها اعتماد الجاليات الأجنبية على صحافة الفيديو الإلكترونية في تشكيل اتجاهاتهم نحو هذه الظاهرة.

أهمية الدراسة:

- ١- ندرة الدراسات التي أجريت في حدود علم الباحث على صحافة الفيديو وخصائصها وجمهورها وما يقدم فيها من مضامين مختلفة تؤثر في الجمهور المتابع لها .
- ٢- محاولة استكشاف مستقبل صحافة الفيديو ودورها في الإسلاموفوبيا وحدود الاستفادة من التكنولوجيا الحديثة في صحافة الفيديو وأفاق تطويرها للاستفادة منها وخاصة إنها وسيلة الكترونية منفردة تمتلك من المقومات والسمات ما يجعلها جديرة بالاهتمام.
- ٣- يعتبر الفيديو أكثر أداة واقعية لتقديم الحقائق فمع التطور الذي يحدث في عالم الصورة ومشكلات التحريف التي يقوم بها البعض مما يشكك الكثير في مصداقيتها يعتبر الفيديو أكثر مصداقية من الصور.
- ٤- إن (الإسلاموفوبيا) ولاشك يحتاج منا إلى تقصى دقيق لعلاقة الإسلام (ديناً وحضارة) بالغرب، وأسباب هذا العداء الغربي للإسلام والذي ولد هذه الحالة من الخوف منه (الإسلاموفوبيا)، وما هي سبل المواجهة لهذه الظاهرة التي تزداد.
- ٥- التناول المكثف للقضايا المتعلقة بالإسلام في وسائل الإعلام الجديدة في ظل التطور الهائل الذي تشهده هذه الوسائل والذي يؤثر على المضامين المنشورة فتتداول وسائل الإعلام الغربية لكل ما يتعلق بقضايا الإسلام غير محايد وبعيد تماماً عن النزاهة والشفافية، وأن رؤوس أموال الصحف والقنوات التليفزيونية في أمريكا وأوروبا تلعب دوراً كبيراً في تشويه كل ما يمت للإسلام بصلة.

أهداف الدراسة:

الهدف الرئيس: حيث يعتمد البحث في دراسته على هدف رئيس هو: رصد ووصف مدى اعتماد الجاليات الأجنبية على صحافة الفيديو في تشكيل اتجاهاتهم نحو هذه الظاهرة والتأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد.

أهداف فرعية :

- حصر أهم مواقع صحافة الفيديو التي تعتمد عليها الجاليات الأجنبية في متابعة لهذه الظاهرة .
- تحديد مدى ثقة الجاليات الأجنبية في قدرة صحافة الفيديو حول تناولها لهذه الظاهرة.
- رصد أهم الأسباب التي أدت إلي انتشار هذه الظاهرة.
- العوامل التي أدت إلي هذه الظاهرة من خلال صحافة الفيديو.
- الوقوف علي سمات تفاعل الجاليات الأجنبية مع صحافة الفيديو.

تساؤلات الدراسة:

- ما أكثر القوالب التي تستخدم في صحافة الفيديو ؟
- ما الأسباب التي كونت هذه الظاهرة ؟
- ما المواقع التي تستخدم في صحافة الفيديو لنشر هذه الظاهرة ؟
- ما درجة الاعتماد علي صحافة الفيديو فيما يخص هذه الظاهرة ؟
- ما الاتجاه بعد التعرض لصحافة الفيديو فيما يخص هذه الظاهرة ؟

فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعرض لصحافة الفيديو وبين التعرض لموضوعات حسب النطاق الجغرافي (محلي - إقليمي - عالمي)

الفرض الثاني: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعرض لصحافة الفيديو وبين التوقع لصحافة الفيديو في المستقبل.

الفرض الثالث: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعرض لصحافة الفيديو وبين تشكيل الاتجاه نحو هذه الظاهرة.

الفرض الرابع: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تغير وجهة النظر فيما يخص الإسلاموفوبيا وبين تشكيل الاتجاه نحو هذه الظاهرة.

منهج الدراسة:

في هذا الإطار اعتمدت الدراسة على منهج المسح "SurveyMethod" باعتباره جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة الظواهر موضوع البحث^(٢٥). وهو من أبرز المناهج المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية ، حيث لا يقتصر فيه استخدام أسلوب واحد في عملية جمع البيانات ؛ بل يلجأ إلي استخدام مختلف الأساليب كالاستقصاءات والمقابلات المتعمقة والملاحظة المقننة وغيرها من طرق جمع البيانات والمعلومات^(٢٦). ويعد منهج المسح "Survey Method" نموذجاً معيارياً لخطوات جمع البيانات من المفردات البشرية بالتحديد دون سواها لأغراض ترتبط بمجموع هذه المفردات أو بعض هذا المجموع من خلال التعامل مع المجتمع الكلي أو عينات مختارة منه^(٢٧). لذلك تستخدم الدراسة منهج المسح من خلال مسح الجاليات الأجنبية الناطقين بالعربية وغير الناطقين بها.

أدوات الدراسة:

صحيفة الاستقصاء:

تستخدم الدراسة استمارة الاستقصاء في الدراسة الميدانية للجاليات الأجنبية الناطقين بالعربية وغير الناطقين بها؛ وذلك لمعرفة تشكيل اتجاهاتهم نحو ظاهرة الإسلاموفوبيا المختلفة وغيرها من التساؤلات التي تريد الدراسة الإجابة عنها، مع مراعاة التوزيع النسبي للمتغيرات المختلفة كالنوع والمستوى التعليمي، ومستوى الدخل الشهري وذلك للتعرف على وجهات نظرهم في موضوع الدراسة من خلال تسعة وعشرون سؤالاً، تمثل ستة محاور رئيسية هي:

المحور الأول :

قياس أنماط التعرض لصحافة الفيديو، ودوافع التعرض لصحافة الفيديو، التعرض لموضوعات معينة من خلال صحافة الفيديو، من خلال الأسئلة رقم (س ١، س ٢، س ٥).

المحور الثاني :

الوسائل التي ساعدت على تكوين مصطلح الإسلاموفوبيا، المواقع التي تستخدم في صحافة الفيديو من خلال الأسئلة رقم (س ٩، س ١١).

المحور الثالث :

عن ظاهرة الإسلاموفوبيا من خلال الأسئلة رقم (س ١٣، س ١٤، س ١٥، س ١٦).

المحور الرابع :

تشكيل الاتجاه، الاعتماد على صحافة الفيديو، من خلال السؤال رقم س ١٩، س ٢١، س ٢٢، س ٢٣، س ٢٤، س ٢٥، س ٢٥.

المحور الخامس :

المعوقات والمقترحات لعدم نشر ظاهرة الإسلاموفوبيا، من خلال السؤال رقم س ٢٧، س ٢٨.

مصطلحات الدراسة :

صحافة الفيديو هي : video journalism هي أحد أشكال الصحافة ، يقوم من خلالها الصحفيون بتصوير وتحرير الأحداث بشكل صحفي وغالباً تقدم مواد الفيديو التي يصورونها من خلال الفنون الصحفية.

الإسلاموفوبيا هي "خوف، أو كراهية، أو عداا مبالغ فيه ضدّ الإسلام والمسلمين، وتقوم على صور نمطية سلبية، وتؤدي إلى التحيز ضدّ المسلمين والتمييز ضدّهم وتهميشهم وإقصائهم من الحياة الاجتماعية والسياسية والعامة.

مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في الجاليات الأجنبية الناطقين بالعربية وغير الناطقين بالعربية.

عينة الدراسة:

سوف يتم اختيار عينة عمدية من مستخدمي صحافة الفيديو، وذلك لعدم توفر بيانات تفصيلية حول مستخدمي صحافة الفيديو من الجاليات الأجنبية الناطقين بالعربية وغير الناطقين بها قوامها ١٠٠ مفردة موزعة بالتساوي بينهما.

اختبار الصدق والثبات :

تم إجراء اختبارات الصدق والثبات على الاستمارة من خلال تحكيم الاستمارة من الأساتذة المتخصصين في الإعلام، وتمت مراجعة التعديلات طبقاً لرأي المحكمين^(٢٨).

اختبار الثبات: قام الباحث بإجراء اختبار الثبات للاستمارة ، باستخدام Test Re Test فتم تطبيق الاختبار القبلي على عينة بلغت نسبتها (٢٠) مفردة من إجمالي العينة من الجاليات الأجنبية ثم أعيد تطبيق الاختبار على نفس العينة بعد أسبوعين من تطبيق الاختبار القبلي وتم حساب معامل الارتباط بين التطبيق الأول والثاني وبلغ معامل الثبات ٠.٨٧ مما يدل على ثبات الاستمارة.

الإطار النظري للدراسة:

تعتمد هذه الدراسة في بنائها النظري على نظرية " الاعتماد" التي تفترض إمكانية أن تحقق الرسائل الإعلامية نطاقاً واسعاً من التأثيرات المعرفية والعاطفية والسلوكية عندما توفر النظم الإعلامية خدمات معلوماتية متميزة وأساسية وتزداد إمكانية التأثير إلى درجة كبيرة عندما تكون هناك درجة عالية من عدم الاستقرار الهيكلي في المجتمع بسبب الصراع والتغير، ويزداد اعتماد الجمهور على مصادر وسائل الإعلام في أوقات الصراع والتغير الاجتماعي؛ ولذلك يفترض أنه في المجتمعات ذات الأنظمة الإعلامية النامية يزداد اعتماد الجمهور على مصادر معلومات ووسائل الإعلام في أوقات زيادة عدم الاستقرار أو الصراع أي أن كثافة علاقات الاعتماد للفرد ترتبط إيجابياً بإدراك التهديدات.

ويزداد الاعتماد على وسائل الإعلام في حالة ما تكون القدرة على تلقي المعلومات المحتاج إليها من خلال مصادر الاتصال الشخصي مقيدة^(٢٩). ويعتبر النظام الإعلامي مهما للمجتمع وتزداد درجة اعتماد المجتمع عليه في حالة إشباعه لاحتياجات الجمهور كما تقل درجة اعتماده على النظام الإعلامي وذلك في حالة وجود قنوات بديلة للمعلومات^(٣٠). وتعتمد وسائل الإعلام على موارد تتحكم فيها النظم السياسية والاقتصادية والاجتماعية الأخرى لكي تمارس عملها بكفاءة ويمكن وصف هذا النظام بالاعتماد المتبادل Interdependent فوسائل الإعلام والمنظمات الأخرى لا تستطيع العمل بكفاءة دون الاعتماد على بعضها البعض^(٣١). ويختلف الجمهور في درجة اعتماده على وسائل الإعلام نتيجة اختلافهم في

المصالح والأهداف والحاجات الفردية^(٣٢). وإن الأفراد الذين يعتمدون علي وسيلة معينة يكونون أكثر قدرة علي استخلاص المعلومات من خلال تعرضهم لهذه الوسيلة، وكلما كانت نوعية الاعتماد أكبر كلما كانت درجة الآثار المعرفية مستوي الانتباه والإثارة العاطفية الحب والكره للمحتوي المقدم أثناء التعرض كبيرة.

وينتج عن الاعتماد علي وسائل الإعلام عدد من التأثيرات المختلفة المعرفية والوجدانية والسلوكية تمثل اتجاهات متباينة للتغير في المعرفة أو الشعور أو السلوك^(٣٣). ويحدث اعتماد الجمهور علي وسائل الإعلام من خلال السعي إلي تحقيق ثلاثة أهداف رئيسية هي: الفهم والتوجيه والتسلية.

وكلما زاد المجتمع تعقيدا زاد تحقيق الأهداف الشخصية التي تتطلب الوصول إلي مصادر المعلومات عبر وسائل الإعلام والاعتماد علي وسائل الإعلام لا يتم بشكل متساوي بين أعضاء مجتمع معين ، فالوضع التركيبي الاجتماعي للأفراد وهو عامل رئيسي في فهم اختلافات نماذج الاعتماد علي وسائل الإعلام والوضع التركيبي للمجتمع يتم تحديده بمتغيرات الطبقة Class والحالة الاجتماعية والسلطة والوضع البنائي Structural location الذي يشتمل علي متغيرات مثل : الدخل - التعليم - السن - النوع ، فالدخل يمكن أن يحد من الوصول لوسائل إعلام معينة والتعليم يمكن أن يحد من قدرة الأفراد في معالجة المعلومات من وسائل الإعلام^(٣٤).

ومن الانتقادات التي وجهت للنظرية أنها لم تتعرض لدور قنوات الاتصال الشخصي مثل الاتصال داخل الجماعة أو الاتصال داخل المنظمات، وذلك علي الرغم من أن الاتجاه يتزايد نحو تعظيم قدر المعلومات التي يستقبلها الفرد من شبكات الاتصال الشخصي، وتفتقر النظرية إلي الدليل المؤيد الموضوعي، ويرجع ذلك إلي صعوبة إجراء دراسة علي نطاق واسع تضم كل المتغيرات الخاصة بالنظرية^(٣٥). وتطبيق هذه النظرية يحتاج بداية إلي اتفاق علي المصطلحات والمهم منها وتوظيفها والربط بين النماذج المختلفة للإشباع في علاقتها بالمعاني المستقاة من المحتوى الذي يتعرض له الفرد وبجانب الانتقال من إلي التركيز علي الفرد إلي علاقته في الاستخدام والإشباع بالنظم الاجتماعية الأكبر، وهذا ما يحتاج إلي جهد علمي من الخبراء والباحثين للتوسع بالنظرية وتطبيقاتها تمهيدا لدراسة علاقتها بتأثيرات وسائل الإعلام علي الفرد ثم المجتمع بعد ذلك^(٣٦). وتقوم نظرية الاعتماد علي وسائل الإعلام علي العلاقات الثلاثية التي تتكون من النظام الاجتماعي ووسائل الإعلام والجمهور لكن معظم البحوث تتعامل مع مدخل الاعتماد علي الأفراد أو المستوي الفردي فقط.

وبالتالي تدرس أبعاد وآثار الاعتماد الناتجة عن اعتماد الأفراد علي الوسائل المختلفة دون التركيز علي النظام الاجتماعي والجماعات، وارتكازها علي خبرات مجتمع ذات خصوصية بنائية ووظيفة قد

يفقدها القدرة علي التعميم علي مجتمعات أخرى في البيئات الدولية كما لم تحدد النظرية علاقة كل عنصر من عناصر المجتمع بالنظام الإعلامي.

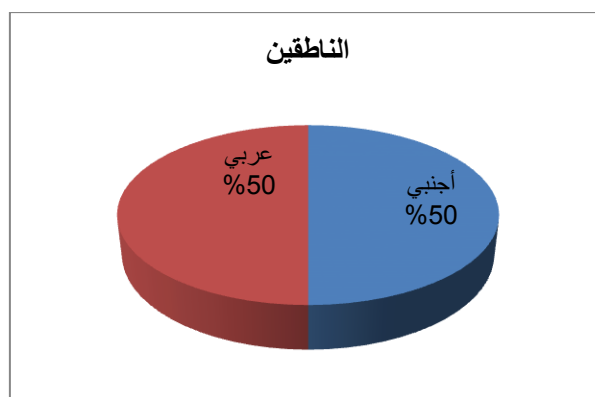
فعلي سبيل المثال، ما حدود تأثيرات الظروف الاقتصادية ؟ ما مدي تأثير الفلسفة السياسية علي تشكيل النظام الإعلامي^(٣٧) . ومبررات استخدام نظرية الاعتماد في هذه الدراسة وأسلوب تطبيقها في البحث الميداني حيث تتضمن نظرية الاعتماد تأثيرات معرفية Cognitive وتأثيرات وجدانية Affective وتأثيرات سلوكية Behavioral وقد استفادت الدراسة من هذا النموذج الخاص بالتأثيرات التي تحدد إلي أي مدي يعتمد الشباب الجامعي علي شبكة الإنترنت في استقاء وعيهم الديني، وحيث إن أبعاد الوعي الديني تشمل تأثيرات معرفية وجدانية وسلوكية مما يدل علي تناسب نظرية الاعتماد مع هذه الدراسة حيث تساعد النظرية في التعرف علي التأثيرات الناتجة علي الشباب الجامعي بسبب هذا الاعتماد، وإن هذه النظرية تساعدنا في التعرف علي نوع العلاقة بين حجم اعتماد الشباب الجامعي علي شبكة الإنترنت وبين إدراكه للموضوعات والقضايا الدينية.

مما سبق نجد أن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام تعد مدخلا ملائما لهذه الدراسة، وخاصة وأن الدراسة تتناول وسيلة إعلامية جديدة تتمتع بتأثير كبير على الأفراد.

نتائج البحث:

جدول رقم (١) يوضح نوع العينة

نوع العينة	ك	%
أجنبي	50	50.0
عربي	50	50.0
الإجمالي	100	50.0



شكل رقم (١) يوضح نوع العينة

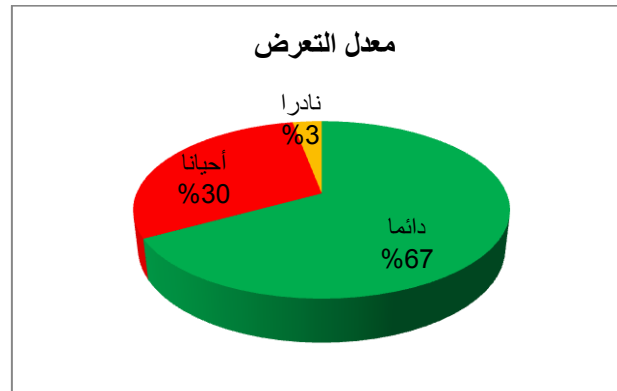
يتضح لنا من الجدول رقم (١) أن إجمالي أفراد العينة ١٠٠ مفردة موزعة إلي ٥٠ مفردة من الأجانب غير المسلمين الغير ناطقين باللغة العربية و ٥٠ مفردة من الأجانب غير المسلمين الناطقين

باللغة العربية وهذا متغير أساسي في الدراسة حيث تبني الدراسة على المقارنة بينهما وحتى يمكن اختبار الجنسية كمتغير وسيط.

جدول رقم (٢) يوضح معدل التعرض

معدل التعرض		عربي		أجنبي		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%
دائما	32	64.0	35	70.0	67	67.0	
أحيانا	18	36.0	12	24.0	30	30.0	
نادرا	0	0.0	3	6.0	3	3.0	
الإجمالي	50	100	50	100.0	100	100	

دلالة معدل التعرض كا=٢=٤.٣٣٤ درجات الحرية=٢ مستوى الدلالة = ٠.١١٥ غير دالة



شكل رقم (٢) يوضح معدل التعرض

يتضح لنا من الجدول رقم (٢) أن معدل التعرض لصحافة الفيديو بلغ ٦٧% بشكل دائم، ثم يلي ذلك التعرض بمعدل "أحيانا" بنسبة بلغت ٣٠%، وكانت أقل النسب التعرض بشكل "نادرا" بنسبة بلغت ٣%، مما يعطي دلالة على مدى اهتمام العينة للتعرض لصحافة الفيديو نظرا لما تتمتع به من إمكانيات مختلفة منها أنها تدعم المعلومات والوقائع بالنص والحركة، وتوفر المصداقية في المحتوى المعروض، وتعطي تفاصيل عن المشاركين في الحدث بأكثر دقة.

- وبإجراء اختبار كا=٢ وجد عدم فروق ذات دلالة إحصائية بين معدل التعرض تبعا لنوع العينة "عرب- أجنب" حيث بلغت قيمة كا=٢=٤.٣٣٤ ودرجة الحرية ٢ وهي غير دالة عند مستوى معنوية ٠.١١٥

جدول رقم (٣) يوضح دوافع التعرض (٣٨).

دوافع التعرض		عربي		أجنبي		الإجمالي	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
34	68.0	22	44.0	56	56.0		
26	52.0	29	58.0	55	55.0		
16	32.0	26	52.0	42	42.0		
28	56.0	7	14.0	35	35.0		
22	44.0	11	22.0	33	33.0		
16	32.0	16	32.0	32	32.0		
10	20.0	21	42.0	31	31.0		
20	40.0	10	20.0	30	30.0		
10	20.0	10	20.0	20	20.0		
10	20.0	8	16.0	18	18.0		

دلالة دوافع التعرض كا ٢=٤٩٨.٤ درجات الحرية=١ مستوى الدلالة =٠.٠٣٤ دالة

يتضح لنا من الجدول رقم (٣) أن احتل الترتيب الأول من دوافع التعرض " تعطي تفاصيل عن المشاركين في الحدث بأكثر دقة" بنسبة بلغت ٥٦%، نظراً لما تمتع به من العرض للمحتوى من خلال الحركة والصور التي تدعم بها نصوص الموضوعات، ويلاحظ تفوق العينة العرب عن الأجانب في هذا البديل ، ثم يلي ذلك بالترتيب الثاني " لأنها تواكب الحدث أولاً بأول " بنسبة بلغت ٥٥%، حيث أنها تتم في ظل التقدم التكنولوجي الحديث إلي الاعتماد ليس على الكاميرات ولكن قد يكون ذلك بالموبايلات التي تتمتع كاميراته بقدرات عاليه، وتقاربت فيه نسبة العرب مع الأجانب في ذلك البديل، ثم جاء بالترتيب الثالث " توفر المصداقية في المحتوى المعروض" بنسبة بلغت ٤٢%، حيث تعرض المحتوى كما هو دون تلاعب كما قد يحدث في بعض الوسائل وإن كان ذلك يحدث بشكل نسبي ضئيل، وقد تفوق ذلك البديل لصالح الأجانب أكثر من العرب ، ثم توالى باقي البدائل بنسب أقل فأقل.

- وإجراء اختبار كا ٢ وجد فروق ذات دلالة إحصائية بين دوافع التعرض تبعاً لنوع العينة " عرب- أجانب" حيث بلغت قيمة كا ٢=٤٩٨.٤ ودرجة الحرية ١ وهى دالة عند مستوى معنوية

٠.٠٣٤

جدول رقم (٤) يوضح مكونات صحافة الفيديو (٣٩).

مكونات صحافة الفيديو		عربي		أجنبي		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	
الفيديو مع النص	26	52.0	19	38.0	45	45.0	
الفيديو فقط	22	44.0	15	30.0	37	37.0	
الفيديو مع النص مع الرسوم التوضيحية مع الصور	16	32.0	14	28.0	30	30.0	
النص مع الفيديو مع الصور	16	32.0	7	14.0	23	23.0	
الفيديو مع الصور	16	32.0	4	8.0	20	20.0	
الفيديو مع الرسوم التوضيحية	10	20.0	4	8.0	14	14.0	
الفيديو مع النص مع الرسوم التوضيحية	10	20.0	3	6.0	13	13.0	

دلالة المكونات كا ٢=٦.٢٦٧ درجات الحرية=١ مستوى الدلالة =٠.٠١٢ دالة

يتضح لنا من الجدول رقم (٤) أن مما يفضلهُ المستخدمين لصحافة الفيديو " الفيديو مع النص " بنسبة بلغت ٤٥% ويلاحظ التفاوت بين العرب والأجانب لصالح العرب وهو الشكل السائد لمكونات صحافة الفيديو، ثم جاء بالترتيب الثاني " الفيديو فقط " بنسبة بلغت ٣٧%، ويوجد تفاوت بين العرب والأجانب لصالح العرب أيضاً ، حيث يستخدم العرب الشكل المعتاد للفيديوهات وما يتميز به من حركة، ثم توالى باقي البدائل.

- وبإجراء اختبار كا ٢ وجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مكونات صحافة الفيديو تبعاً لنوع العينة " عرب- أجانب " حيث بلغت قيمة كا ٢=٦.٢٦٧ ودرجة الحرية ١ وهى دالة عند مستوى معنوية ٠.٠١٢

جدول رقم (٥) يوضح أشكال صحافة الفيديو (٤٠).

أشكال صحافة الفيديو		عربي		أجنبي		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	
الفيديو الذي يصوره محترف مستخدم أحدث التقنيات	28	56.0	43	86.0	71	71.0	
الفيديو الذي يصوره الصحفي أو المواطن من موقع الحدث ويتسم بانخفاض جودته	26	52.0	8	16.0	34	34.0	
الفيديو الوثائقي	16	32.0	4	8.0	20	20.0	
الفيديو الذي يصور المقابلات الصحفية مع المشاهير	10	20.0	7	14.0	17	17.0	
الفيديو التخليقي أو التفاعلي	10	20.0	0	0.0	10	10.0	
فيديو لاستطلاع رأي عشوائي لعينة من الجمهور بشأن قضايا أو أحداث جارية	10	20.0	0	0.0	10	10.0	

دلالة أشكال كا ٢=٨.١٤٥ درجات الحرية=١ مستوى الدلالة =٠.٠٠٤ دالة

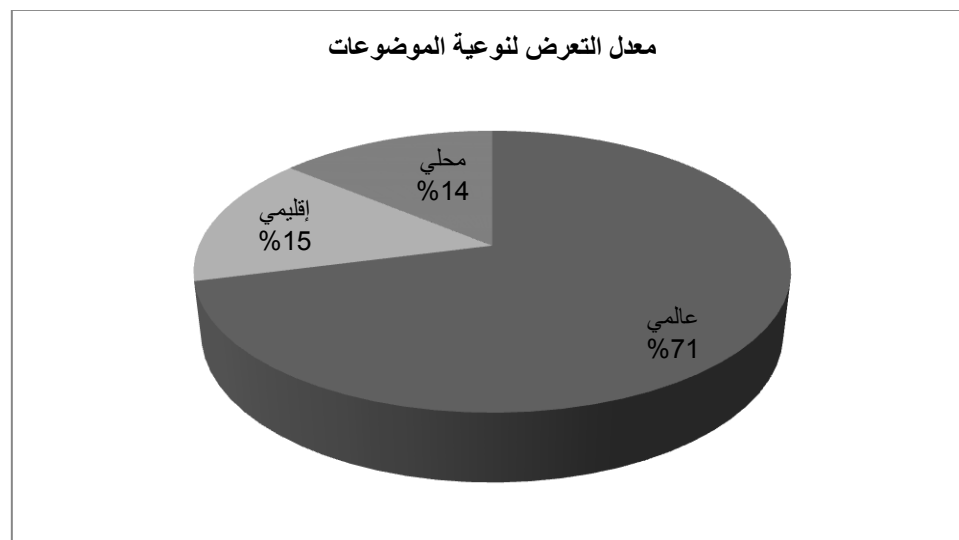
يتضح لنا من الجدول رقم (٥) أن أشكال صحافة الفيديو احتل الترتيب الأول " الفيديو الذي يصوره محترف مستخدماً أحدث التقنيات" بنسبة بلغت ٧١% وهذا يكون بشكل متفاوت يكون بنسبة أعلى للأجانب، وهذا ما يميز صحافة الفيديو عن الفيديوهات العادية نظراً لما تتميز به من مهنية تبرز أهم الفنون الصحفية المستخدمة فيها، ويلاحظ مدى التباين بين العرب والأجانب لصالح الأجانب في هذا البديل، ثم احتل الترتيب الثاني " الفيديو الذي يصوره الصحفي أو المواطن من موقع الحدث ويتسم بانخفاض جودته" بنسبة بلغت ٣٤%، ثم كان التركيز على أن يكون التصوير من موقع الحدث من خلال التباين في الاختيار بين العرب والأجانب لصالح العرب، ثم توالى باقي القوالب بنسب أقل.

- وبإجراء اختبار كا ٢ وجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أشكال صحافة الفيديو تبعاً لنوع العينة " عرب- أجانب" حيث بلغت قيمة كا $2 = 8.145$ ودرجة الحرية ١ وهى دالة عند مستوى معنوية ٠.٠٠٤.

جدول رقم (٦) يوضح معدل التعرض لنوعية الموضوعات

معدل التعرض لنوعية الموضوعات	عربي		أجنبي		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
عالمي	39	78.0	32	64.0	71	71.0
إقليمي	4	8.0	11	22.0	15	15.0
محلي	7	14.0	7	14.0	14	14.0

دلالة معدل التعرض حسب النطاق الجغرافي كا $2 = 3.957$ درجات الحرية = ٢ مستوى الدلالة = ٠.١٣٨ غير دالة



شكل رقم (٣) يوضح معدل التعرض لنوعية الموضوعات

يتضح لنا من الجدول رقم (٦) أن معدل التعرض لنوعية الموضوعات احتل الترتيب الأول التعرض للموضوعات حسب النطاق الجغرافي بشكل "عالمي" بنسبة بلغت ٧١%، وهذا يرجع إلى الاهتمام البشري سواء عربي أو أجنبي بالشؤون العالمية حيث يعتبر من أهم الأولويات، ثم احتل الترتيب الثاني التعرض

بشكل إقليمي بنسبة بلغت ١٥% ، ثم جاء في الترتيب الثالث والأخير التعرض بشكل للموضوعات التي تتناول بشكل "محلى" بنسبة بلغت ١٤%، ويلاحظ عدم الفروق بين العرب والأجانب في معدل التعرض حسب النطاق الجغرافي.

- وبإجراء اختبار كا^٢ وجد عدم فروق ذات دلالة إحصائية بين معدل التعرض حسب النطاق الجغرافي تبعاً لنوع العينة "عرب- أجانب" حيث بلغت قيمة كا^٢ = ٣.٩٥٧ ودرجة الحرية ٢ وهى غير دالة عند مستوى معنوية ٠.١٣٨.

جدول رقم (٧) يوضح حالات الاعتماد على صحافة الفيديو (٤١).

حالات الاعتماد على صحافة الفيديو		عربي		أجنبي		الإجمالي	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
32	64.0	42	84.0	74	74.0		
34	68.0	25	50.0	59	59.0		
26	52.0	31	62.0	57	57.0		
10	20.0	32	64.0	42	42.0		
16	32.0	17	34.0	33	33.0		

دلالة الاعتماد كا^٢ = ١١.٦٧٠ درجات الحرية = ١ مستوى الدلالة = ٠.٠٠١ دالة

يتضح لنا من الجدول رقم (٧) أن من حالات الاعتماد على صحافة الفيديو الذي احتل الترتيب الأول " في حالة التأكد من معلومات مغلوطة أو بها شك" بنسبة بلغت ٧٤% نظراً لما تتمتع به صحافة الفيديو من مصداقية وتأييد من خلال عرض الأحداث بالحركة والصور، ويلاحظ تفاوت في ذلك بين العرب والأجانب لصالح الأجانب، ثم جاء بالترتيب الثاني " عندما أتابع حدث مهم بالنسبة لي" بنسبة بلغت ٥٩%، حيث يتم عرض الحدث ومتابعته من موقعه وتدعيمه بالفيديو، ويلاحظ وجود تفاوت بين العرب والأجانب لصالح الأجانب، ثم احتل الترتيب الثالث " عندما أريد معرفة الشخصيات المكونة للحدث" بنسبة بلغت ٥٧% حيث يتم تناول كافة تفاصيل الحدث من خلالها، ثم تالت باقي البدائل.

- وبإجراء اختبار كا^٢ وجد فروق ذات دلالة إحصائية بين حالات الاعتماد على صحافة الفيديو تبعاً لنوع العينة "عرب- أجانب" حيث بلغت قيمة كا^٢ = ١١.٦٧٠ ودرجة الحرية ١ وهى دالة عند مستوى معنوية ٠.٠٠١.

جدول رقم (٨) يوضح التفاعلية مع صحافة الفيديو (٤٢).

التفاعلية مع صحافة الفيديو		عربي		أجنبي		الإجمالي	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
22	44.0	26	52.0	48	48.0		
16	32.0	29	58.0	45	45.0		
16	32.0	28	56.0	44	44.0		
28	56.0	14	28.0	42	42.0		
16	32.0	17	34.0	33	33.0		
10	20.0	15	30.0	25	25.0		
10	20.0	3	6.0	13	13.0		

دلالة التفاعلية كا = ١.٨٧٩ درجات الحرية = ١ مستوى الدلالة = ٠.١٧٠ دالة

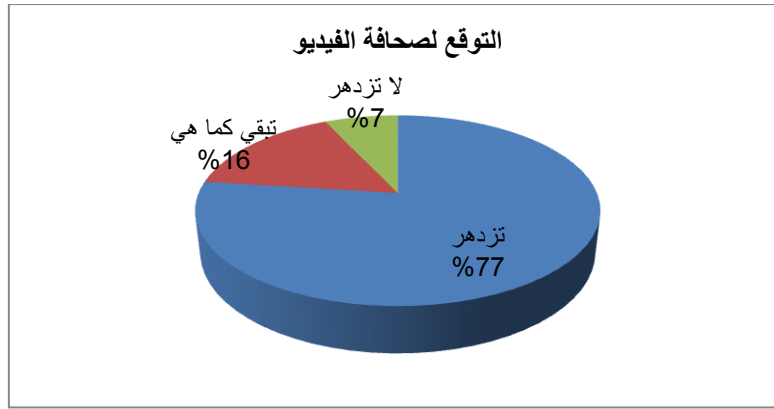
يتضح لنا من الجدول رقم (٨) احتلال " إضافة تعليق أسفل المحتوى " الترتيب الأول بنسبة بلغت ٤٨%، ويعتبر من أقوى التفاعلية من خلال رد فعل المستخدمين وتكوين رأي والتعليق عليه، ثم جاء بالترتيب الثاني " رفع المحتوى على مواقع أخرى " بنسب بلغت ٤٥% ، ويكون ذلك في الاقتناع الكامل الذي تحقق له ورفع لإقناع الآخرين، ثم جاء بالترتيب الثالث " أقوم بإرسال المحتوى للأصدقاء " بنسبة بلغت ٤٤%، ثم توالى باقي البدائل بنسب مختلفة وإن الإعلان علي صحافة الفيديو سيكون مثل إعلانات التلفزيون، بالإضافة إلي أنه يمكن المعلن من تحديد عدد الجمهور الذي يعرض له رسالته الإعلانية، وبالتالي فهو سيضمن له معرفة قدرة الإعلان في الوصول إلي الجمهور المستهدف أم لا.

- وبإجراء اختبار كا ٢ وجد فروق ذات دلالة إحصائية بين التفاعلية مع صحافة الفيديو تبعاً لنوع العينة " عرب- أجنب " حيث بلغت قيمة كا = ١.٨٧٩ ودرجة الحرية ١ وهى دالة عند مستوى معنوية ٠.١٧٠.

جدول رقم (٩) يوضح التوقع لصحافة الفيديو

التوقع لصحافة الفيديو		عربي		أجنبي		الإجمالي	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
40	80.0	37	74.0	77	77.0		
10	20.0	6	12.0	16	16.0		
0	0.0	7	14.0	7	7.0		

دلالة التوقع لها كا = ٨.١١٧ درجات الحرية = ٢ مستوى الدلالة = ٠.٠١٧ دالة



شكل رقم (٤) يوضح التوقع لصحافة الفيديو

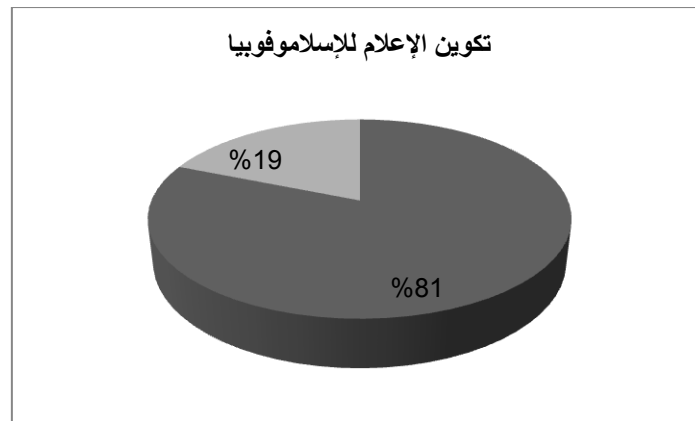
يتضح لنا من الجدول رقم (٩) أن التوقع لصحافة الفيديو بأن "تزدهر" احتل الترتيب الأول بنسبة بلغت ٧٧%، ثم جاء بالترتيب الثاني أن "تبقى كما هي" بنسبة بلغت ١٦%، ثم جاء بالترتيب الثالث والأخير "لا تزدهر" بنسبة بلغت ٧%، ويلاحظ وجود تفاوت بين العرب والأجانب لصالح الأجانب والتقنيات في المستقبل القريب لن تكون عقبة أمام انتشار هذا النوع من الصحافة، والتدريب أيضاً لن يكون عقبة لأنني أعتقد أن كثيراً من المحترفين في مجال الأخبار سيستطيعون إنشاء معاهد للتدريب على هذا الشكل الصحفي في القريب سواء كان ذلك بشكل مستقل أو من خلال وكالاتهم التي يعملون معها.

- وبإجراء اختبار كا ٢ وجد فروق ذات دلالة إحصائية بين التوقع لصحافة الفيديو تبعاً لنوع العينة "عرب- أجانب" حيث بلغت قيمة كا ٢ = ٨.١١٧ ودرجة الحرية ٢ وهي دالة عند مستوى معنوية ٠.١٧.

جدول رقم (١٠) يوضح تكوين الإعلام للإسلاموفوبيا

تكوين الإعلام للإسلاموفوبيا		عربي		أجنبي		الإجمالي	
نعم	لا	ك	%	ك	%	ك	%
44	6	44	88.0	46	92.0	90	90.0
6	50	6	12.0	4	8.0	10	10.0
50	50	50	100	50	100	100	100

دلالة التكوين للظاهرة كا ٢ = ٠.٤٤٤ درجات الحرية = ١ مستوى الدلالة = ٠.٥٠٥ غير دالة



شكل رقم (٥) يوضح تكوين الإعلام للإسلاموفوبيا

يتضح لنا من الجدول رقم (١٠) أن رأى العينة في تكوين الإعلام للإسلاموفوبيا بلغ بنسبة "نعم" ٩٠% في الترتيب الأول، ثم جاء في الترتيب الثاني "لا" بنسبة بلغت ١٠%، ويلاحظ مدي تأثير الإعلام في ذلك وبخاصة الإعلام الأجنبي من خلال خلق صورة سيئة عن الإسلام والمسلمين وتشويه صورتهم، ويلاحظ عدم التفاوت بين العرب والأجانب في ذلك وأن تناول وسائل الإعلام الغربية لكل ما يتعلق بقضايا الإسلام غير محايد وبعيد تمامًا عن النزاهة والشفافية، مشيرًا إلى أن رؤوس أموال الصحف والقنوات التليفزيونية في أمريكا وأوروبا تلعب دورًا كبيرًا في تشويه كل ما يمت للإسلام بصلة.

- وبإجراء اختبار كا^٢ وجد عدم فروق ذات دلالة إحصائية بين تكوين الإعلام لهذه الظاهرة تبعاً لنوع العينة "عرب- أجانب" حيث بلغت قيمة كا^٢ = ٠.٤٤٤ ودرجة الحرية ١ وهى غير دالة عند مستوى معنوية ٠.٥٠٥.

جدول رقم (١١) يوضح وسائل تكوين الإسلاموفوبيا

الرتبة	الوزن المرجح	الترتيب السابع	الترتيب السادس	الترتيب الخامس	الترتيب الرابع	الترتيب الثالث	الترتيب الثاني	الترتيب الأول	وسائل تكوين الإسلاموفوبيا
١	6.400	6	٢	٥	٢	٤	29	42	صحافة الفيديو
٢	5.344	1	1	4	5	40	35	4	الإذاعات
٣	4.467	1	4	1	50	29	4	1	الصحف الورقية
٤	3.744	1	1	4	33	7	2	42	القنوات التليفزيونية
٥	2.733	6	10	45	6	8	6	9	الأسرة
٦	2.344	12	40	16	4	5	10	3	الأصدقاء
٧	2.167	60	10	6	2	6	3	3	الكتب

دلالة تكوين الوسائل للظاهرة كا^٢ = ٢.٩٨٥ درجات الحرية = ٦ مستوى الدلالة = ٠.٨١١ غير دالة

يتضح لنا من الجدول رقم (١١) أن من وسائل تكوين الإسلاموفوبيا احتل الترتيب الأول "صحافة الفيديو" بوزن مرجح بلغ 6.400 ، وذلك يكون بسبب من تبثه بعض المواقع الأجنبية من أحداث ومعلومات تشوه بها صورة الإسلام والمسلمين وبخاصة ما تقوم به الجماعات المتطرفة والتي تدعي الانتساب للإسلام والمسلمين، واحتل الترتيب الثاني "الإذاعات" بوزن مرجح بلغ 5.344، ولعل ذلك

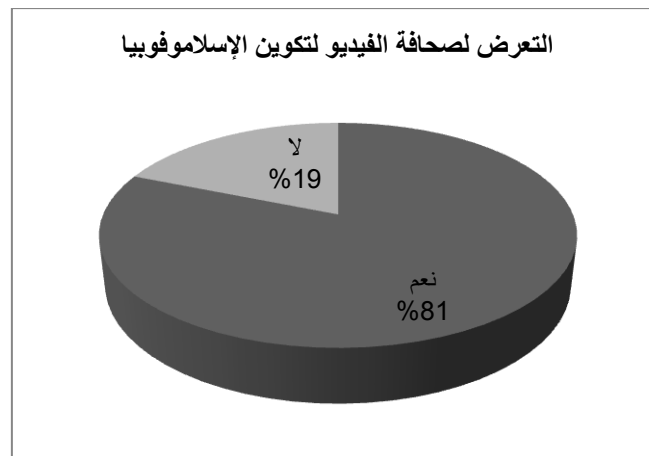
يتضح أكثر في بعض الإذاعات والتي تدعو للتبشير والإذاعات وبصفة خاصة الأجنبية التي تبث عقب الأحداث التي تحدث من بعض المنتسبين للإسلام، والتي تتصف بالتشدد وتبتعد عن الوسطية السمة، ثم احتل الترتيب الثالث " الصحف الورقية" بوزن مرجح بلغ 4.467، ولعل ذلك يرجع إلي ما تنشره الصحف ومنها الصحف الدانمركية من إساءات مسبقة، ثم توالى باقي البدائل بنسب أقل.

- وبإجراء اختبار كا^٢ وجد عدم فروق ذات دلالة إحصائية بين وسائل تكوين الإسلاموفوبيا تبعاً لنوع الوسائل حيث بلغت قيمة كا^٢ = ٢.٩٨٥ ودرجة الحرية ٦ وهى غير دالة عند مستوى معنوية ٠.٨١١.

جدول رقم (١٢) يوضح التعرض لصحافة الفيديو لتكوين الإسلاموفوبيا

التعرض لصحافة الفيديو لتكوين الإسلاموفوبيا		عربي		أجنبي		الإجمالي	
نعم	لا	%	ك	%	ك	%	ك
40	4	90.9	33	71.7	17	81.1	73
4	44	9.1	13	28.3	90	18.9	17
44	48	100	46	100	90	100.0	107

دلالة التعرض لصحافة الفيديو كا^٢ = ٥.٣٩٤ درجات الحرية = ١ مستوى الدلالة = ٠.٠٢٠ دالة



شكل رقم (٦) يوضح التعرض لصحافة الفيديو لتكوين الإسلاموفوبيا

يتضح لنا من الجدول رقم (١٢) أن " التعرض لصحافة الفيديو لتكوين الإسلاموفوبيا" احتل الترتيب الأول القائلين بـ"نعم" بنسبة بلغت 81.1%، ثم احتل الترتيب الثاني القائلين بـ"لا" بنسبة بلغت ١٨.٩%، ويلاحظ ذلك بصفة خاصة من صحافة الفيديو من خلال ما يبث من خلال المواقع سواء من مصادر معروفة أو مصادر غير معروفة

- وبإجراء اختبار كا^٢ وجد عدم فروق ذات دلالة إحصائية بين التعرض لصحافة الفيديو تبعاً لنوع العينة " عرب- أجنبى " حيث بلغت قيمة كا^٢ = ٥.٣٩٤ ودرجة الحرية ١ وهى غير دالة عند مستوى معنوية ٠.٠٢٠.

جدول رقم (١٣) يوضح مواقع صحافة الفيديو لنشر هذه الظاهرة

الرتبة	الوزن المرجح	الترتيب الخامس	الترتيب الرابع	الترتيب الثالث	الترتيب الثاني	الترتيب الأول	مواقع صحافة الفيديو لنشر الإسلاموفوبيا
١	4.444	27	45	١٠	6	٢	المواقع الصحافية
٢	3.878	44	19	١٦	9	٢	مواقع التواصل الاجتماعي
٣	2.500	13	26	44	7	0	المواقع الإلكترونية
٤	1.967	9	٣	٤	14	٠6	اليوآبات الإلكترونية
٥	1.911	6	٣	٠1	51	20	المدونات والمنتديات

دلالة مواقع صحافة الفيديو كا^٢ = ١.١٥٦ درجات الحرية= ٤ مستوى الدلالة = ٠.٨٨٥ غير دالة

يتضح لنا من الجدول رقم (١٣) أن " مواقع صحافة الفيديو لنشر الإسلاموفوبيا " احتل الترتيب الأول فيها "المواقع الصحافية " بوزن مرجح بلغ 4.444 ، ويتضح أكثر في الصحف الأجنبية أكثر من الصحف العربية، وجاء في الترتيب الثاني مواقع التواصل الاجتماعي بوزن مرجح بلغ 3.878، من خلال نقل مواقع التواصل لمقاطع الفيديو الصحفية ، وبخاصة في بعض الحوادث والتفجيرات التى تتسبب لمرتكبيها من المسلمين، واحتل الترتيب الثالث المواقع الإلكترونية بوزن مرجح بلغ 2.500، ويتضح أكثر في المواقع الإلكترونية الموجهة ضد المسلمين.

- وبإجراء اختبار كا^٢ وجد عدم فروق ذات دلالة إحصائية بين مواقع صحافة الفيديو لنشر الإسلاموفوبيا تبعاً لنوع المواقع حيث بلغت قيمة كا^٢ = ١.١٥٦ ودرجة الحرية ٤ وهى غير دالة عند مستوى معنوية ٠.٨٨٥.

جدول رقم (١٤) يوضح مواقع صحافة الفيديو الخاصة بهذه الظاهرة (٤٣).

الإجمالي		أجنبي		عربي		مواقع صحافة الفيديو الخاصة بالإسلاموفوبيا
%	ك	%	ك	%	ك	
51.1	46	52.2	24	50.0	22	Bbc
46.7	42	43.5	20	50.0	22	الصفحات الخاصة على مواقع التواصل
38.9	35	28.3	13	50.0	22	التايمز
34.4	31	28.3	13	40.9	18	الوشنطن بوست
33.3	30	13.0	6	54.5	24	الموند الفرنسية
30.0	27	19.6	9	40.9	18	النبيويورك تايمز
22.2	20	34.8	16	9.1	4	Cnn
20.7	18	14.0	6	27.3	12	الجارديان
13.3	12	0.0	0	27.3	12	اليوم السابع

دلالة أهم مواقع صحافة الفيديو المتعرض لها كا^٢ = ١٥.٢٣٠ درجات الحرية= ١ مستوى الدلالة = ٠.٠٠٠ دالة

يتضح لنا من الجدول رقم (١٤) أن " قناة bbc " احتلت الترتيب الأول كأهم مواقع القنوات واحتلت قناة "bbc" الترتيب الأول بنسبة بلغت 51.1% ثم جاء بالترتيب الثاني بالنسبة لمواقع صحافة الفيديو الخاصة بهذه الظاهرة "الصفحات الخاصة على مواقع التواصل" بنسبة بلغت 46.7%، ولعل ذلك يرجع إلى زيادة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، ثم جاء في الترتيب الثالث مواقع الصحف الأمريكية بنسبة بلغت 38.9%، ولعل ذلك يرجع إلى أن بداية ظهور الإسلاموفوبيا كان عقب أحداث ١١ سبتمبر بالولايات المتحدة الأمريكية، وفي عام ٢٠٠١، بدأت بي بي سي في الانتقال إلى صحافة الفيديو في كل مكاتبها الإقليمية [4]. ومنذ يونيو ٢٠٠٥، تم تدريب ٦٠٠ فرد من الموظفين المدربين في بي بي سي ليكونوا صحفيي فيديو، وتوظف نيويورك تايمز 12 صحفي فيديو أتوا في الغالب من خلفيات تلفزيونية ووثائقية وغالبًا ما تنتج وحدة الفيديو في صحيفة ذا تايمز وثائقيات لعرضها مع المطبوعات التي تظهر في الصحيفة.

والجدول التالي يرصد عدد مرات ظهور المصطلح في بعض أكثر الجرائد الإنجليزية شهرة ونفوذًا اعتمادًا على دائرة البحث الإلكترونية الأمريكية: Lexis Nexis (٤٤).

اسم الصحيفة	2001	2002	2003	2004	2005	2006
تايمز (بريطانية)	12	12	13	34	44	92
غارديان (بريطانية)	14	29	20	50	44	38
إندبندنت (بريطانية)	22	15	11	37	42	30
تورنتو ستار (كندية)	3	3	1	11	18	38
نيويورك تايمز (أميركية)	2	2	3	7	4	10
واشنطن بوست (أميركية)	2	3	2	2	5	5

- وبإجراء اختبار كا ٢ وجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مواقع صحافة الفيديو الخاصة بالإسلاموفوبيا تبعاً لنوع العينة " عرب- أجنبى " حيث بلغت قيمة كا ٢ = ١٥.٢٣٠ ودرجة الحرية ١ وهى دالة عند مستوى معنوية ٠.٠٠٠٠.

جدول رقم (١٥) يوضح أسباب تكوين الإسلاموفوبيا (٤٥).

أسباب تكوين الإسلاموفوبيا					
عربي		أجنبي		الإجمالي	
ك	%	ك	%	ك	%
38	86.4	28	60.9	66	73.3
16	36.4	36	78.3	52	57.8
28	63.6	21	45.7	49	54.4
32	72.7	15	32.6	47	52.2
14	31.8	28	60.9	42	46.7
10	22.7	25	54.3	35	38.9
26	59.1	7	15.2	33	36.7
10	22.7	20	43.5	30	33.3
10	22.7	19	41.3	29	32.2
10	22.7	11	23.9	21	23.3
10	22.7	10	21.7	20	22.2

دلالة أسباب تكوين الإسلاموفوبيا كا ٢ = ٠.٠٨٨ درجات الحرية = ١ مستوى الدلالة = ٠.٧٦٦ غير دالة

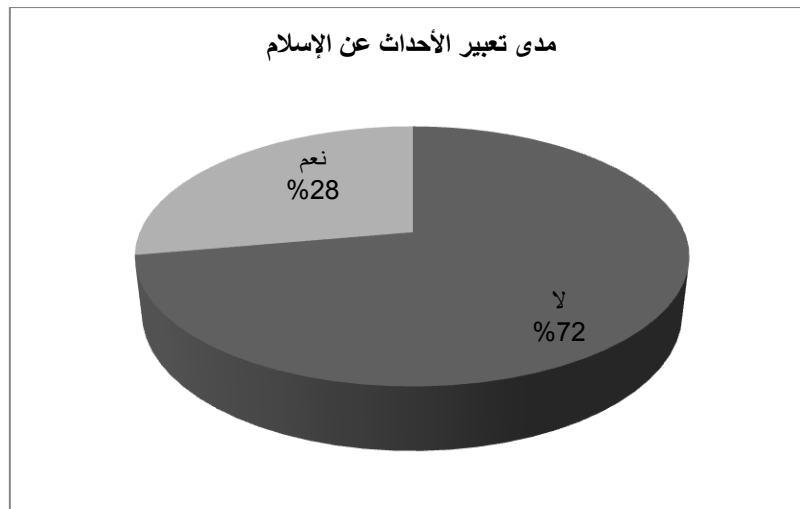
يتضح لنا من الجدول رقم (١٥) أن من أسباب تكوين هذه الظاهرة " تفجيرات ١١ سبتمبر " احتلت الترتيب الأول بنسبة بلغت 73.3%، ولعل هذا يتفق مع إعادة انتشار هذا المصطلح عقب هذه الأحداث في أمريكا، ثم جاء بالترتيب الثاني " الخلط بين الدين الإسلامي وواقع المسلمين " بنسبة بلغت 57.8%، ويتضح ذلك في الأحداث الإرهابية التي تقوم بها بعض الجماعات التي تنتسب للإسلام لتشوه صورته، ثم جاء بالترتيب الثالث " تضارب المصالح واختلاف القيم " بنسبة بلغت 54.4%، حيث كثيراً ما تبنى المصالح على حساب الدين وجعله غطاءً للوصول لهذه المصالح وهناك قراءات مختلفة لأسباب صعود ظاهرة الإسلاموفوبيا خلال الآونة الأخيرة، منها قراءة ثقافية ترى أن صعود الإسلاموفوبيا هو انعكاس لمشاعر سلبية عميقة مدفونة في وعي المواطن الغربي ضد الإسلام والمسلمين، وتعبير عن تحيز تاريخي وثقافي ضد الإسلام كدين وضد المسلمين وحضارتهم وقراءة ثانية ترى أن ظاهرة الإسلاموفوبيا هي نتاج لبعض الأحداث الدولية التي أثرت بقوة على العلاقات بين العالم الإسلامي والمجتمعات الغربية خلال السنوات الأخيرة، وعلى رأس هذه الأحداث هجمات الحادي عشر من سبتمبر/أيلول ٢٠٠١ الإرهابية وما تبعها من هجمات إرهابية - رفع مرتكبوها شعارات إسلامية - ضربت مجتمعات غربية مختلفة مثل إسبانيا وبريطانيا.

- وبإجراء اختبار كا ٢ وجد عدم فروق ذات دلالة إحصائية بين مواقع صحافة الفيديو لنشر الإسلاموفوبيا تبعاً لنوع المواقع حيث بلغت قيمة كا = ٠.٠٨٨ ودرجة الحرية ١ وهي غير دالة عند مستوى معنوية ٠.٧٦٦

جدول رقم (١٦) يوضح مدى تعبير الأحداث عن الإسلام

مدى تعبير الأحداث عن الإسلام		عربي		أجنبي		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%
لا	22	50.0	43	93.5	65	72.2	
نعم	22	50.0	3	6.5	25	27.8	
الإجمالي	44	100.0	46	100.0	90	100	

دلالة مدى تعبير الأحداث كا = ٢١.١٩١ درجات الحرية = ١ مستوى الدلالة = ٠.٠٠٠ دالة



شكل رقم (٧) يوضح مدى تعبير الأحداث عن الإسلام

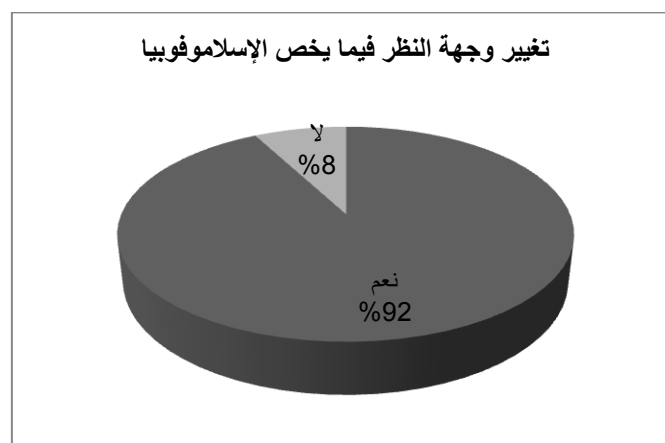
يتضح لنا من الجدول رقم (١٦) أن القائلين بـ"لا" في مدى تعبير الأحداث عن الإسلام بنسبة بلغت ٧٢.٢%، ويلاحظ عدم وجود تباين بين العرب والأجانب في ذلك، حيث أن هذه الأحداث لا تتم عن الإسلام والمسلمين بصفة عامة، ثم جاء بالترتيب الثاني القائلين بـ"نعم" بنسبة بلغت ٢٧.٨%.

- وبإجراء اختبار كا^٢ وجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى تعبير الأحداث عن الإسلام تبعاً لنوع العينة "عرب- أجانب" حيث بلغت قيمة كا^٢ = ٢١.١٩١ ودرجة الحرية ١ وهى دالة عند مستوى معنوية ٠.٠٠٠٠.

جدول رقم (١٧) يوضح تغيير وجهة النظر فيما يخص الإسلاموفوبيا

تغيير وجهة النظر فيما يخص الإسلاموفوبيا		عربي		أجنبي		الإجمالي	
نعم	لا	ك	%	ك	%	ك	%
40	4	90.9	93.5	43	93.5	83	92.2
4	4	9.1	6.5	3	6.5	7	7.8
44	4	100.0	100.0	46	100.0	90	100

دلالة تغيير وجهة النظر كا^٢ = ٠.٢٠٧ درجات الحرية = ١ مستوى الدلالة = ٠.٦٤٩ غير دالة



شكل رقم (٨) يوضح تغيير وجهة النظر فيما يخص الإسلاموفوبيا

يتضح لنا من الجدول رقم (١٧) أن القائلين بـ"نعم" في تغيير وجهة النظر فيما يخص الإسلاموفوبيا" بنسبة بلغت ٩٢.٢%، وذلك في حالات التعامل مع المسلمين والاقتراب منهم قد تتغير وجهة النظر، ثم جاء بالترتيب الثاني القائلين بـ"لا" بنسبة بلغت ٧.٨%.

- وإجراء اختبار كا ٢ وجد عدم فروق ذات دلالة إحصائية بين تغيير وجهة النظر فيما يخص الإسلاموفوبيا تبعاً لنوع العينة "عرب- أجانب" حيث بلغت قيمة كا $\chi^2 = 0.207$ ودرجة الحرية ١ وهي غير دالة عند مستوى معنوية ٠.٠٥.

جدول رقم (١٨) يوضح كيفية تغير التفكير فيما يخص الإسلاموفوبيا(٤٦).

الإجمالي		أجنبي		عربي		كيفية تغير التفكير فيما يخص الإسلاموفوبيا
%	ك	%	ك	%	ك	
64.4	58	56.5	26	72.7	32	قمت بالاطلاع في الكتب الدينية الإسلامية
57.8	52	69.6	32	45.5	20	قمت بالتعامل مع المسلمين بشكل شخصي
42.2	38	26.1	12	59.1	26	سألت عن تعاليم الإسلام
33.3	30	17.4	8	50.0	22	سافرت إلى بعض الدول الإسلامية وتقربت منهم
24.4	22	26.1	12	22.7	10	تعرضت لبعض وسائل الإعلام التي تعرف بالإسلام

دلالة تغيير التفكير كا $\chi^2 = 1.771$ درجات الحرية = ٢ مستوى الدلالة = ٠.٣١٤ غير دالة

يتضح لنا من الجدول رقم (١٨) في كيفية تغير التفكير فيما يخص هذه الظاهرة، حيث احتل الترتيب الأول " قمت بالاطلاع في الكتب الدينية الإسلامية" بنسبة بلغت ٦٤.٤%، ويلاحظ ذلك أكثر في حالة التعرف على الدين الإسلامي عقب الأحداث العالمية التي تلصق بالإسلام والمسلمين، ثم يلي ذلك بالترتيب الثاني " قمت بالتعامل مع المسلمين بشكل شخصي" بنسبة بلغت ٥٧.٨%، م خلال التعامل سواء بالخارج أو بالداخل لتظهر سماحة الإسلام عكس ما تظهره وسائل الإعلام المضادة.

- وإجراء اختبار كا ٢ وجد عدم فروق ذات دلالة إحصائية بين كيفية تغير التفكير فيما يخص الإسلاموفوبيا تبعاً لنوع العينة "عرب- أجانب" حيث بلغت قيمة كا $\chi^2 = 1.771$ ودرجة الحرية ٢ وهي غير دالة عند مستوى معنوية ٠.٣١٤.

جدول رقم (١٩) يوضح أكثر البلاد لنشر الإسلاموفوبيا (٤٧).

أكثر البلاد لنشر الإسلاموفوبيا		عربي		أجنبي		الإجمالي	
	ك	%		ك	%	ك	%
أمريكا	34	77.3	42	91.3	76	84.4	
الدانمرك	32	72.7	29	63.0	61	67.8	
إسرائيل	14	31.8	25	54.3	39	43.3	
بريطانيا	22	50.0	22	47.8	44	48.9	
العراق	20	45.5	11	23.9	31	34.4	
فرنسا	10	22.7	18	39.1	28	31.1	
تركيا	10	22.7	15	32.6	25	27.8	
إيران	4	9.1	11	23.9	15	16.7	
سوريا	4	9.1	7	15.2	11	12.2	

دلالة أكثر البلاد لنشر الإسلاموفوبيا كا = ٢٠.٢٦٥ درجات الحرية = ١ مستوى الدلالة = ٠.٠٥٧ غير دالة

يتضح لنا من الجدول رقم (١٩) أكثر البلاد لنشر هذه الظاهرة حيث احتلت "أمريكا" الترتيب الأول بنسبة بلغت ٨٤.٤%، ولعل ذلك يرجع إلي أحداث ١١ سبتمبر وما تلاها من أحداث، ثم احتل الترتيب الثاني "الدانمرك" بنسبة بلغت ٦٧.٨%، وما تنتشره من رسوم مسيئة للرسول صلي الله عليه وسلم، ثم جاءت "إسرائيل" الترتيب الثالث بنسبة بلغت ٤٣.٣%، وما يحدث من حروب بسببها ورد فعل الدول الإسلامية والذي تبرزه وسائل الإعلام بالإرهاب. وكشف المدير التنفيذي لمجلس العلاقات الأمريكية الإسلامية (كبير)، نهاد عوض، عن وجود ٣٦ مؤسسة أمريكية تقف خلف شبكة كبيرة تدير حملة "الإسلاموفوبيا" وأشار عوض إلى أن تلك المؤسسات "أنفقت نحو ١١٩ مليون دولار، خلال أربعة أعوام، منذ عام ٢٠٠٨، لمحاربة الإسلام والمسلمين في أمريكا، الذين قُدر عددهم بنحو سبعة ملايين مسلم"، لافتاً إلى أن "هذه الشبكة المؤجلة ضد الإسلام والمسلمين، حاولت تقديم ٨٠ قراراً ومشروعاً في مختلف الولايات الأمريكية والمجالس النيابية لتحريم الممارسات الإسلامية".

- وبإجراء اختبار كا ٢ وجد عدم فروق ذات دلالة إحصائية بين كيفية تغير التفكير فيما يخص هذه الظاهرة تبعاً لنوع العينة "عرب- أجنبي" حيث بلغت قيمة كا = ٢٠.٢٦٥ ودرجة الحرية ١ وهي غير دالة عند مستوى معنوية ٠.٠٥٧.

جدول رقم (٢٠) يوضح الجماعات المتطرفة (٤٨).

الجماعات المتطرفة		عربي		أجنبي		الإجمالي	
	ك	%		ك	%	ك	%
تنظيم القاعدة	32	72.7	42	91.3	74	82.2	
تنظيم داعش	44	100.0	25	54.3	69	76.7	
حزب الله الشيعي	26	59.1	32	69.6	58	64.4	
جماعات بوكو حرام بنيجيريا	16	36.4	36	85.7	52	60.5	
حركة طالبان في أفغانستان	16	36.4	28	60.9	44	48.9	
أنصار بيت المقدس	16	36.4	21	45.7	37	41.1	

دلالة الجماعات المتطرفة كا = ٦.٦٩٠ درجات الحرية = ١ مستوى الدلالة = ٠.٠١٠ دالة

يتضح لنا من الجدول رقم (٢٠) أن من الجماعات المتطرفة التي احتلت الترتيب الأول "تنظيم القاعدة" احتلت الترتيب الأول بنسبة بلغت ٨٢.٢%، وما أعلنت به عن مسؤوليتها عن بعض الأحداث، وما تقوم به من عمليات تفجيرية تصيب بها الأبرياء، ثم احتل الترتيب الثاني "تنظيم داعش" بنسبة بلغت ٧٦.٧%، وما تقوم به من حرق وذبح وعمليات لا إنسانية، ثم احتل الترتيب الثالث "حزب الله الشيعي" بنسبة بلغت ٦٤.٤%، وما يقومون به من بعض المشاعر الدينية وإراقة الدم على أجسامهم وتقوم وسائل الإعلام بعرض هذه المناظر اللاإنسانية وأن جميع الديانات السماوية تحرم سفك الدماء والاعتداء على دور العبادة، مشيراً إلى أن الإسلام بريء من كل ما تقوم به الجماعات المتطرفة من أعمال عنف وسفك للدماء.

- وبإجراء اختبار كا ٢ وجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجماعات المتطرفة تبعاً لنوع العينة "عرب- أجانب" حيث بلغت قيمة كا ٢ = ٦.٦٩٠ ودرجة الحرية ١ وهى دالة عند مستوى معنوية ٠.٠١٠.

جدول رقم (٢١) يوضح الاتجاه نحو الإسلاموفوبيا (٤٩).

الاتجاه نحو الإسلاموفوبيا	عربي						أجنبي						الإجمالي		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري		
	مؤيد		محايد		معارض		مؤيد		محايد		معارض							
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك				
أكثر واقعية في تناولها للموضوعات	28	63.6	16	36.4	0	0	0.0	0	31	67.4	4	8.7	8	17.4	90	100.0	1.733	0.4948
لا تتخللها الرقابة من جهات أخرى	22	50.0	4	9.1	18	40.9	39	84.8	39	84.8	4	8.7	3	6.5	90	100.0	1.556	0.5698
ليس بها معلومات مغلوبة أو ملفقة	28	63.6	12	27.3	4	9.1	38	82.6	38	82.6	4	8.7	4	8.7	90	100.0	1.356	0.5811
لا تدعم وجهة نظر لجهة معينة	26	59.1	18	40.9	0	0.0	39	84.8	39	84.8	0	0.0	7	15.2	90	100.0	1.356	0.6237
مصادرها معروفة لذا يمكن الثقة بها	32	72.7	6	13.6	6	13.6	39	84.8	39	84.8	7	15.2	0	0.0	90	100.0	1.278	0.6415
تعرض الموضوعات بدون تحيز	22	50.0	22	50.0	0	0.0	39	84.8	39	84.8	3	6.5	4	8.7	90	100.0	1.367	0.8495
أكثر مصداقية في عرض المحتوي	28	63.6	0	0.0	0	0.0	33	71.7	33	71.7	9	19.6	4	8.7	90	100.0	1.189	1.847

دلالة الاتجاه نحو الإسلاموفوبيا كا ٢ = ٢٧.٥٥٦ درجات الحرية = ٢ مستوى الدلالة = ٠.٠٠٠٠ دالة

يتضح لنا من الجدول رقم (٢١) أن الاتجاه بعد التعرض لصحافة الفيديو فيما يخص موضوعات هذه الظاهرة احتل الترتيب الأول " أكثر واقعية في تناولها للموضوعات" بمتوسط حسابي بلغ 1.733 وانحراف معياري 0.4948، من خلال عرضها تفاصيل الحدث بكل محتوياته من شخصيات مختلفة، وذلك بالتركيز على كافة التفاصيل دون ترك بعضها، وكان الرأي المؤيد أكثر المعارض من ثم احتل الترتيب الثاني " لا تتخللها الرقابة من جهات أخرى" بمتوسط حسابي بلغ 1.556 وبانحراف معياري 0.5698، حيث تكون الرقابة عليها محدودة وبخاصة مواقع التواصل وكان الرأي المؤيد أكثر المعارض، ثم توالى باقي البدائل.

- وبإجراء اختبار كا^٢ وجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الاتجاه نحو الإسلاموفوبيا تبعاً لنوع العينة " عرب- أجانب" حيث بلغت قيمة كا^٢= ٢٧.٥٥٦ ودرجة الحرية ٢ وهى دالة عند مستوى معنوية ٠.٠٠٠٠.

جدول رقم (٢٢) يوضح درجة الاعتماد على صحافة الفيديو (٥٠).

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإجمالي		أجنبي						عربي						درجة الاعتماد على صحافة الفيديو
				ضعيفة		متوسطة		قوية		ضعيفة		متوسطة		قوية		
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
.2508	1.456	100.0	90	0	0	0.0	0	100.0	46	0	0	13.6	6	86.4	38	تفجيرات داعش
.5853	1.289	100.0	90	0	0	17.4	8	82.6	38	0	0	13.6	6	86.4	38	أحداث ١١ سبتمبر
.5316	1.178	100.0	90	0	0	8.7	4	91.3	42	0	0	22.7	10	77.3	34	صراع الشيعة والسنة
.3645	1.156	100.0	90	0	0	8.7	4	91.3	42	0	0	22.7	10	77.3	34	تفجيرات لندن
.3645	1.156	100.0	90	0.0	0	8.7	4	91.3	42	13.6	6	0.0	0	86.4	38	تفجيرات تنظيم القاعدة
.3645	1.156	100.0	90	0.0	0	8.7	4	91.3	42	13.6	6	22.7	10	63.6	28	تفجيرات فرنسا
.7214	1.067	100.0	90	0.0	0	15.2	7	84.8	39	27.3	12	22.7	10	50.0	22	تفجيرات تركيا

دلالة درجة الاعتماد كا^٢= ٣٨.٨٢٧ درجات الحرية= ٢ مستوى الدلالة = ٠.٠٠٠٠ دالة

يتضح لنا من الجدول رقم (٢٢) أن "تفجيرات داعش" بالنسبة لدرجة الاعتماد على صحافة الفيديو احتلت الترتيب الأول بمتوسط حسابي بلغ 1.456 وانحراف معياري بلغ 0.2508، ثم جاء "أحداث ١١ سبتمبر" بالترتيب الثاني بمتوسط حسابي بلغ 1.289 وانحراف معياري بلغ 0.5853، وجاء بالترتيب

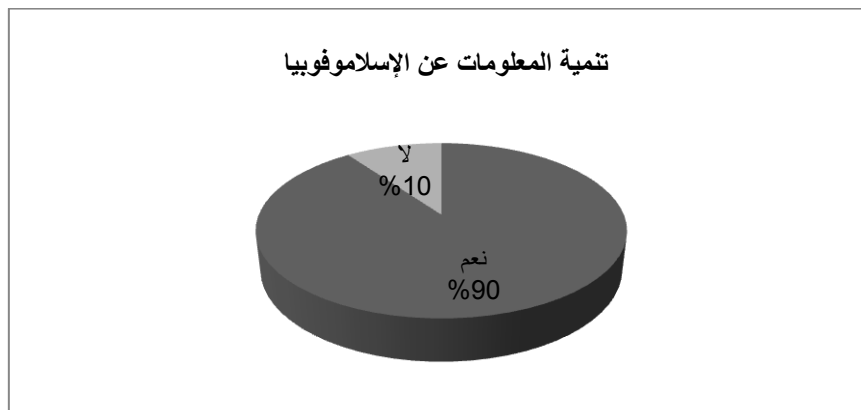
الثالث " صراع الشيعة والسنة" بمتوسط حسابي بلغ 1.178 وانحراف معياري بلغ 5316.، وكانت درجة الاعتماد على صحافة الفيديو القوية أكثر من الضعيفة بالنسبة للعرب والأجانب.

- وبإجراء اختبار كا^٢ وجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الاتجاه نحو هذه الظاهرة تبعاً لنوع العينة " عرب- أجانب" حيث بلغت قيمة كا^٢= ٣٨.٨٢٧ ودرجة الحرية ٢ وهى دالة عند مستوى معنوية ٠.٠٠٠.

جدول رقم (٢٣) يوضح تنمية المعلومات عن الإسلاموفوبيا

تنمية المعلومات عن الإسلاموفوبيا		عربي		أجنبي		الإجمالي	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
38	86.4	43	93.5	81	90.0		
6	13.6	3	6.5	9	10.0		
44	100.0	46	100.0	90	100		

دلالة تنمية المعلومات عن الإسلاموفوبيا كا^٢= ١.٢٥٦ درجات الحرية= ١ مستوى الدلالة = ٠.٢٦١ غير دالة



شكل رقم (٩) يوضح تنمية المعلومات عن الإسلاموفوبيا

يتضح لنا من الجدول رقم (٢٣) أن القائلين بأن صحافة الفيديو تنمي المعلومات عن هذه الظاهرة "نعم" بلغت ٩٠%، بينما القائلين بـ"لا" بلغت ١٠%، ولعل ذلك يرجع إلي أن تأثير الفيديو قد يكون أسرع وأقوي من المادة المكتوبة.

- وبإجراء اختبار كا^٢ وجد عدم فروق ذات دلالة إحصائية بين صحافة الفيديو تنمي المعلومات عن الإسلاموفوبيا تبعاً لنوع العينة " عرب- أجانب" حيث بلغت قيمة كا^٢= ١.٢٥٦ ودرجة الحرية ١ وهى غير دالة عند مستوى معنوية ٠.٢٦١.

جدول رقم (٢٤) يوضح نتائج التعرض لصحافة الفيديو (٥١).

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإجمالي		أجنبي						عربي						نتائج التعرض لصحافة الفيديو فيما يخص الإسلاموفوبيا
				معارض		محايد		مؤيد		معارض		محايد		مؤيد		
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
.9179	2.211	100.0	90	67.4	31	2.2	1	30.4	14	40.9	18	22.7	10	36.4	16	كراهية للإسلام والمسلمين
.7352	1.767	100.0	90	8.7	4	32.6	15	58.7	27	27.3	12	50.0	22	22.7	10	الازدراء للعرب والمسلمين
.6054	1.356	100.0	90	0.0	0	8.7	4	91.3	42	13.6	6	36.4	16	50.0	22	تصحيح صورة الإسلام والمسلمين
.4655	1.311	100.0	90	8.7	4	91.3	42	8.7	4	0	0	45.5	20	54.5	24	حب التعرف على الإسلام والمسلمين
.4181	1.222	100.0	90	0	0	95.7	44	4.3	2	40.9	18	59.1	26	40.9	18	أحاول الاقتراب من المسلمين
.3845	1.178	100.0	90	0	0	8.7	4	91.3	42	0	0	27.3	12	72.7	32	التعاطف مع الإسلام والمسلمين

دلالة نتائج التعرض لصحافة الفيديو كا = ٢٠.٤٨٩ درجات الحرية = ٢ مستوى الدلالة = ٠.٠٠٠٠ دالة

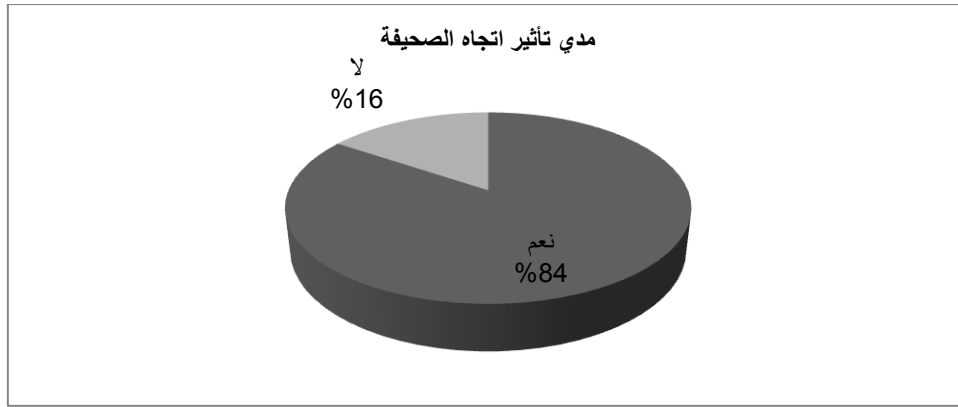
يتضح لنا من الجدول رقم (٢٤) أن نتائج التعرض لصحافة الفيديو فيما يخص هذه الظاهرة، احتلت " كراهية للإسلام والمسلمين " بمتوسط حسابي بلغ 2.211 وانحراف معياري بلغ ٠.9179، ثم جاء بالترتيب الثاني "الازدراء للعرب والمسلمين" بمتوسط حسابي بلغ 1.767 وانحراف معياري بلغ ٠.7352، وجاء بالترتيب الثالث بمتوسط حسابي بلغ 1.356 وانحراف معياري بلغ ٠.6054.

- وبإجراء اختبار كا ٢ وجد فروق ذات دلالة إحصائية بين نتائج التعرض لصحافة الفيديو فيما يخص هذه الظاهرة تبعاً لنوع العينة " عرب- أجانب " حيث بلغت قيمة كا = ٢٠.٤٨٩ ودرجة الحرية ٢ وهي دالة عند مستوى معنوية ٠.٠٠٠٠

جدول رقم (٢٥) يوضح مدي تأثير اتجاه الصحيفة

الإجمالي		أجنبي		عربي		مدي تأثير اتجاه الصحيفة نحو هذه الظاهرة
%	ك	%	ك	%	ك	
84.4	76	91.3	42	77.3	34	نعم
15.6	14	8.7	4	22.7	10	لا
100	90	100.0	46	100.0	44	الإجمالي

دلالة مدي تأثير اتجاه الصحيفة كا = ٣.٣٧١ درجات الحرية = ١ مستوى الدلالة = ٠.٠٦٦ دالة



شكل رقم (١٠) يوضح مدي تأثير اتجاه الصحيفة

يتضح لنا من الجدول رقم (٢٥) أن القائلين بـ "نعم" في مدي تأثير اتجاه الصحيفة نحو هذه الظاهرة بنسبة بلغت ٨٤.٤% ، ثم جاء بالترتيب الثاني القائلين بـ "لا" بنسبة بلغت ١٥.٦% ، ولعل ذلك يرجع إلي اتجاه الصحيفة ومدي معادتها للإسلام والمسلمين من عدمه مثل الصحف الدنماركية.

- وبإجراء اختبار كا ٢ وجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مدي تأثير اتجاه الصحيفة نحو هذه الظاهرة تبعاً لنوع العينة "عرب- أجنب" حيث بلغت قيمة كا ٢ = ٣.٣٧١ ودرجة الحرية ١ وهي دالة عند مستوى معنوية ٠.٠٦٦.

جدول رقم (٢٦) يوضح الخطاب الصحفي في صحافة الفيديو (٥٢).

الخطاب الصحفي في صحافة الفيديو فيما يخص الإسلاموفوبيا		عربي		أجنبي		الإجمالي	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
28	63.6	43	93.5	71	78.9		
26	59.1	25	54.3	51	56.7		
22	50.0	21	45.7	43	47.8		
4	9.1	32	69.6	36	40.0		
8	18.2	23	50.0	31	34.4		
4	9.1	21	45.7	25	27.8		

دلالة الخطاب الصحفي كا ٢ = ١٨.١٦٧ درجات الحرية = ١ مستوى الدلالة = ٠.٠٠٠٠ دالة

يتضح لنا من الجدول رقم (٢٦) أن احتل " القيام بحملات إعلامية معادية للإسلام" بالنسبة للخطاب الصحفي في صحافة الفيديو فيما يخص هذه الظاهرة الترتيب الأول بنسبة بلغت 78.9%، من خلال بعض المنظمات والدول المعادية للإسلام والمسلمين وما تقوم به بعض الأديان التي تعادي الإسلام، ثم احتل الترتيب الثاني " يربي الحقد والعداء للمسلمين والعرب" بنسبة بلغت 56.7% من خلال خلق اتجاه عام ضدهم ويتم منع ممارسة شعائرهم الدينية وحقوقهم الإنسانية في بلاد الأقليات المسلمة، ثم جاء بالترتيب الثالث " لها أهداف سياسية واقتصادية تضر بالعرب والمسلمين" بنسبة بلغت 47.8%،

وذلك يكون في الغالب في حالة تفوق البلاد الإسلامية على غيرها سياسياً أو اقتصادياً، ثم توالى باقي البدائل بنسب أقل.

- وبإجراء اختبار كا^٢ وجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخطاب الصحفي في صحافة الفيديو فيما يخص هذه الظاهرة تبعاً لنوع العينة "عرب- أجنبي" حيث بلغت قيمة كا^٢ = ١٨.١٦٧ ودرجة الحرية ١ وهى دالة عند مستوى معنوية ٠.٠٠٠٠.

جدول رقم (٢٧) يوضح التأثيرات المترتبة على التعرض لصحافة الفيديو (٥٣).

التأثيرات المترتبة على التعرض لصحافة الفيديو		عربي		أجنبي		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	
التعرف على أسباب وظهور هذه الظاهرة.	34	77.3	39	84.8	73	81.1	
اتناقش مع أسرتي وأصدقائي فيما يخص هذه الظاهرة	26	59.1	25	54.3	51	56.7	
تكوين رأي نحو الإسلام والمسلمين	22	50.0	29	63.0	51	56.7	
أشارك في تصحيح صورة الإسلام والمسلمين لظهورها بشكل إيجابي	16	36.4	28	60.9	44	48.9	
فهم ما يدور من أحداث تتعلق بالإسلام والمسلمين	14	31.8	29	63.0	43	47.8	
أتعاطف مع الإسلام والمسلمين في بعض القضايا	10	22.7	29	63.0	39	43.3	
لدي شعور بالخوف والقلق من التعامل مع المسلمين	16	36.4	15	32.6	31	34.4	
أتفاعل مع صحافة الفيديو من خلال التعليق أو رفع المحتوى لأصدقائي	14	31.8	15	32.6	29	32.2	
من خلال بحثي عن الإسلام أصبحت لدي الرغبة في حب الدخول فيه	14	31.8	15	32.6	29	32.2	

دلالة التأثيرات المترتبة كا^٢ = ١٣.٠٣٧ درجات الحرية = ١ مستوى الدلالة = ٠.٠٠٠٠ دالة

يتضح لنا من الجدول رقم (٢٧) أن التأثيرات المترتبة على التعرض لصحافة الفيديو احتل فيها الترتيب الأول " التعرف على أسباب وظهور هذه الظاهرة " بنسبة بلغت 81.1% من التأثيرات المعرفية، ثم احتل الترتيب الثاني "أتناقش مع أسرتي وأصدقائي فيما يخص هذه الظاهرة "و" تكوين رأي نحو الإسلام والمسلمين" بنسبة بلغت 56.7%، من التأثيرات السلوكية، وجاء بالترتيب الثالث أيضاً من التأثيرات السلوكية " أشارك في تصحيح صورة الإسلام والمسلمين لظهورها بشكل إيجابي" بنسبة بلغت 48.9%، ولعل ذلك يعطى دلالة على مدي التأثير حيث يعقب التأثيرات المعرفية التأثير السلوكي.

- وبإجراء اختبار كا^٢ وجد فروق ذات دلالة إحصائية بين التأثيرات المترتبة على التعرض لصحافة الفيديو تبعاً لنوع العينة "عرب- أجنبي" حيث بلغت قيمة كا^٢ = ١٣.٠٣٧ ودرجة الحرية ١ وهى دالة عند مستوى معنوية ٠.٠٠٠٠.

جدول رقم (٢٨) يوضح مواقف بسبب الإسلاموفوبيا (٥٤).

مواقف بسبب هذه الظاهرة		عربي		أجنبي		الإجمالي	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
26	59.1	39	84.8	65	72.2		
26	59.1	29	63.0	55	61.1		
22	50.0	28	60.9	50	55.6		
28	63.6	22	47.8	50	55.6		
20	45.5	22	47.8	42	46.7		
14	31.8	25	54.3	39	43.3		
16	36.4	22	47.8	38	42.2		
22	50.0	15	32.6	37	41.1		
14	31.8	19	41.3	33	36.7		
16	36.4	15	32.6	31	34.4		

دلالة مواقف بسبب هذه الظاهرة كا ٢=٢٠.١٩٧ درجات الحرية= ١ مستوى الدلالة = ٠.١٣٨ دالة

يتضح لنا من الجدول رقم (٢٨) أن من المواقف التي تحدث بسبب هذه الظاهرة احتل الترتيب الأول " تحدث مضايقات لمن يرتدين الحجاب" بنسبة بلغت 72.2%، ومن أمثلة ذلك الشهيدة مروة الشربيني شهيدة الحجاب بألمانيا، ومنع لبس الحجاب بالجامعات بفرنسا، ثم احتل الترتيب الثاني " الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم" بنسبة بلغت 61.1% حيث تم إنتاج أفلام وصور مسيئة للرسول صلى الله عليه وسلم، ثم احتل الترتيب الثالث " عدم رفع الأذان ومنع الأطفال من دخول المساجد" و" أحكام السيطرة وإغلاق المساجد" بنسبة بلغت 55.6% وتكثر الإساءات على الأقليات المسلمة.

- وبإجراء اختبار كا ٢ وجد فروق ذات دلالة إحصائية بين التأثيرات المترتبة على التعرض لصحافة الفيديو تبعاً لنوع العينة " عرب- أجنب" حيث بلغت قيمة كا ٢= ١٣.٠٣٧ ودرجة الحرية ١ وهى دالة عند مستوى معنوية ٠.٠٠٠٠.

جدول رقم (٢٩) يوضح معوقات صحافة الفيديو (٥٥).

معوقات صحافة الفيديو		عربي		أجنبي		الإجمالي	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
44	100.0	28	60.9	72	80.0		
10	22.7	42	91.3	52	57.8		
10	22.7	29	63.0	39	43.3		
16	36.4	19	41.3	35	38.9		
16	36.4	11	23.9	27	30.0		
10	22.7	7	15.2	17	18.9		

دلالة معوقات صحافة الفيديو كا ٢= ٤.٥٤٢ درجات الحرية= ١ مستوى الدلالة = ٠.٠٣٣ دالة

يتضح لنا من الجدول رقم (٢٩) أن من معوقات صحافة الفيديو " قلة وضوح اللقطات المعروضة بها" احتل الترتيب الأول بنسبة بلغت 80.0%، ثم احتل الترتيب الثاني " عدم عرضها للموضوعات بمصادقية دون تحيز" بنسبة بلغت 57.8، ثم احتل الترتيب الثالث " استخدام برامج تغير من الأحداث المعروضة بها" بنسبة بلغت 43.3%، قد تركز على إبراز لقطات معينة وإخفاء الأخرى من خلال التركيز على أحداث معينة دون الأخرى. هناك انتقال تجاه العثور على توزيع مستقل لصحفي الفيديو العاملين بالقطعة، ومن المشكلات المتعلقة بذلك مشكلة حقوق التأليف والنشر، التي يمكن الحصول عليها عندما تصر شركات ووكالات البث على امتلاك المقطع المصور بشكل كامل، وهناك صعوبة أخرى تتمثل في محاولة السعي للتوزيع بما يتجاوز التعاقدات المبرمة وبشكل متزايد، فإن العديد من الشركات المتاحة على الإنترنت، مثل Beamups تمنح صحفيي الفيديو الفرصة للاحتفاظ بملكية الروايات التي يصورونها والبحث عن وسيلة توزيع عالمية.

- وبإجراء اختبار كا ٢ وجد فروق ذات دلالة إحصائية بين معوقات صحافة الفيديو تبعاً لنوع العينة " عرب- أجانب" حيث بلغت قيمة كا ٢ = ٤.٥٤٢ ودرجة الحرية ١ وهي دالة عند مستوى معنوية ٠.٠٣٣

جدول رقم (٣٠) يوضح معدل التعرض (٥٦).

مقترحات لعدم نشر هذه الظاهرة		عربي		أجنبي		الإجمالي	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
22	50.0	40	87.0	62	68.9		
28	63.6	33	71.7	61	67.8		
26	59.1	30	65.2	56	62.2		
16	36.4	36	78.3	52	57.8		
16	36.4	33	71.7	49	54.4		

دلالة مقترحات لعدم نشر الإسلاموفوبيا كا ٢ = ٣١.٥٧٥ درجات الحرية = ١ مستوى الدلالة = ٠.٠٠٠٠ دالة

يتضح لنا من الجدول رقم (٣٠) أن من مقترحات عدم نشر هذه الظاهرة " أن لا تعرض محتويات تشوه بها صورة الأديان" حيث احتلت الترتيب الأول بنسبة بلغت 68.9%، وجاء بالترتيب الثاني " أن تتحري المصادقية في عرض الموضوعات" بنسبة بلغت 67.8%، واحتل الترتيب الثالث " أن لا تعرض ما تقوم به الحركات الدينية المتطرفة" بنسبة بلغت 62.2%.

- وبإجراء اختبار كا ٢ وجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مقترحات عدم نشر هذه الظاهرة تبعاً لنوع العينة " عرب- أجانب" حيث بلغت قيمة كا ٢ = ٣١.٥٧٥ ودرجة الحرية ١ وهي دالة عند مستوى معنوية ٠.٠٠٠٠

جدول رقم (٣١) يوضح النوع

النوع	عربي		أجنبي		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
ذكر	32	64.0	50	100.0	82	82.0
انثى	18	36.0	0	0.0	18	18.0
الإجمالي	50	100	50	100	100	100

يتضح لنا من الجدول رقم (٣١) أن تمثلت العينة في ٨٢% ذكور، ١٨% إناث، وذلك حتى يتسنى اختبار النوع كمتغير وسيط.

جدول رقم (٣٢) يوضح المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	عربي		أجنبي		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
تعليم أساسي	0	0	0	0	0	0
تعليم متوسط	0	0	0	0	0	0
تعليم جامعي	40	80.0	38	76.0	78	78.0
دكتوراه	6	12.0	8	16.0	14	14.0
تعليم فوق متوسط	0	0.0	4	8.0	4	4.0
ماجستير	4	8.0	0	0.0	4	4.0
الإجمالي	50	100	50	100	100	100

يتضح لنا من الجدول رقم (٣٢) أن احتل الترتيب الأول التعليم الجامعي بنسبة بلغت 78%، ثم جاء بالترتيب الثاني الحاصلين على دكتوراه بنسبة بلغت 14% ثم جاء بالترتيب الثالث " ماجستير، تعليم فوق متوسط" بنسبة بلغت ٤%، في حين لم تتناول التعليم الأساسي والمتوسط وذلك حتى يتسنى اختبار المستوى التعليمي كمتغير وسيط.

جدول رقم (٣٣) يوضح السن

السن	عربي		أجنبي		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
من ٣٥ سنة إلى أقل من ٤٥ سنة	24	48.0	12	24.0	36	36.0
من ٢٤ إلى أقل من ٣٥ سنة	14	28.0	19	38.0	33	33.0
من (١٩) إلى أقل من ٢٤ سنة	6	12.0	7	14.0	13	13.0
أقل من (١٩) سنة	6	12.0	4	8.0	10	10.0
من ٤٥ سنة فأكثر	0	0.0	8	16.0	8	8.0
الإجمالي	50	100	50	100	100	100

يتضح لنا من الجدول رقم (٣٣) أن السن الذي احتل الترتيب الأول " من ٣٥ سنة إلى أقل من ٤٥ سنة" بنسبة بلغت 36%، ثم جاء بالترتيب الثاني السن " من ٢٤ إلى أقل من ٣٥ سنة" بنسبة

بلغت 33%، وجاء بالترتيب الثالث " من (١٩) إلى أقل من ٢٤ سنة" بنسبة بلغت 13% وذلك حتى يتسنى اختبار السن كمتغير وسيط.

جدول رقم (٣٤) يوضح امتلاك سيارات

امتلاك سيارات	عربي		أجنبي		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
لا امتلك	22	44.0	17	34.0	39	39.0
سيارة واحدة	22	44.0	15	30.0	37	37.0
ثلاث سيارات	6	12.0	11	22.0	17	17.0
سيارتين	0	0.0	7	14.0	7	7.0
الإجمالي	50	100	50	100	100	100

يتضح لنا من الجدول رقم (٣٤) أن " لا امتلك" بنسبة بلغت ٣٩%، ثم جاء باقي الترتيب مما يمتلكون سيارة بنسبة بلغت ٦١%، مما يعني أن ٣٩% مستواهم المادي منخفض، في حين أن ٦١% مستواهم المادي مرتفع.

جدول رقم (٣٥) يوضح الدولة

الدولة	عربي		أجنبي		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
نيجيريا	4	8.0	16	32.0	20	20.0
لبنان	12	24.0	0	0.0	12	12.0
السودان	12	24.0	0	0.0	12	12.0
فرنسا	0	0.0	10	20.0	10	10.0
العراق	4	8.0	4	8.0	8	8.0
أمريكا	0	0.0	8	16.0	8	8.0
الصين	0	0.0	6	12.0	8	8.0
فلسطين	6	12.0	0	0.0	6	6.0
الأردن	6	12.0	0	0.0	6	6.0
ماليزيا	0	0.0	4	8.0	4	4.0
السنغال	0	0.0	3	6.0	3	3.0
إيطاليا	0	0.0	3	6.0	3	3.0
الإجمالي	50	100	50	100	100	100

يتضح لنا من الجدول رقم (٣٥) حيث احتل الترتيب الأول بالنسبة لجنسية العينة "نيجيريا" بنسبة بلغت ٢٠%، واحتل الترتيب الثاني "لبنان والسودان" بنسبة بلغت ١٢%، واحتل الترتيب الثالث "فرنسا" بنسبة بلغت ١٠%.

الفرض الأول: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعرض لصحافة الفيديو وبين التعرض لموضوعات حسب النطاق الجغرافي (محلي - إقليمي - عالمي).

جدول رقم (٣٦)
التعرض لصحافة الفيديو بالتعرض لموضوعات حسب النطاق الجغرافي (محلى- إقليمي- عالمي)

المتغير	عربي		أجنبي		الإجمالي		٢١٥	درجات الحرية	مستوى المعنوية	معامل التوافق	الدالة
	ك	%	ك	%	ك	%					
دائما	32	64.0	35	70.0	67	67.0	٦٠٧٣٩	٤	٠.١٥٠	٠.٢٥١	غير دالة
أحيانا	18	36.0	12	24.0	30	30.0					
نادرا	0	0.0	3	6.0	3	3.0					
الإجمالي	50	100	50	100.0	100	100					

- تشير بيانات الجدول رقم (٣٦) إلي ما يلي : -

- عدم ثبوت صحة الفرض القائل بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعرض لصحافة الفيديو وبين التعرض لموضوعات حسب النطاق الجغرافي (محلى- إقليمي- عالمي) حيث بلغت كا ٦٠٧٣٩ عند درجة حرية ٤ ومستوى معنوية ٠.١٥٠، ومعامل توافق ٠.٢٥١

الفرض الثاني: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعرض لصحافة الفيديو وبين التوقع لصحافة الفيديو في المستقبل.

جدول رقم (٣٧)
التعرض لصحافة الفيديو بالتوقع لصحافة الفيديو

التوقع لصحافة الفيديو	عربي		أجنبي		الإجمالي		٢١٥	درجات الحرية	مستوى المعنوية	معامل التوافق	الدالة
	ك	%	ك	%	ك	%					
تزدهر	40	80.0	37	74.0	77	77.0	٤٨.٢٥٧	٤	٠.٠٠٠	٠.٥٧١	دالة
لا تزدهر	0	0.0	7	14.0	7	7.0					
تبقى كما هي	10	20.0	6	12.0	16	16.0					

- تشير بيانات الجدول رقم (٣٧) إلي ما يلي : -

- ثبوت علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعرض لصحافة الفيديو وبين التوقع لصحافة الفيديو في المستقبل.

حيث بلغت كا ٤٨.٢٥٧ عند درجة حرية ٤ ومستوى معنوية ٠.٠٠٠، ومعامل توافق ٠.٥٧١

الفرض الثالث: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعرض لصحافة الفيديو وبين تشكيل الاتجاه نحو هذه الظاهرة.

جدول رقم (٣٨)

الاتجاه نحو الإسلاموفوبيا	عربي						أجنبي						٢كا	درجات الحرية	مستوي المعنوية	معامل التوافق	الدالة		
	مؤيد		محايد		معارض		مؤيد		محايد		معارض								
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك							
أكثر مصادقية في عرض المحتوي	28	63.6	0	0	0.	0	0.0	0	33	71.7	9	19.6	4	8.7	١٧.٢٤٣	٤	٠.٠٠٢	٠.٤٠١	دالة
لا تدعم وجهة نظر لجهة معينة	26	59.1	18	40.9	0	0.0	39	84.8	39	84.8	0	0.0	7	15.2	٤.٤٨٧	٤	٠.٣٤٤	٠.٢١٨	غير دالة
لا تتخللها الرقابة من جهات أخرى	22	50.0	4	9.1	18	40.9	39	84.8	39	84.8	4	8.7	3	6.5	٤.٣٧١	٤	٠.٣٥٨	٠.٢١٥	غير دالة
تعرض الموضوعات بدون تحيز	22	50.0	22	50.0	0	0.0	39	84.8	39	84.8	3	6.5	4	8.7	٢.٧٦٨	٤	٠.٥٩٧	٠.١٧٣	غير دالة
مصادر معروفة لذا يمكن الثقة بها	32	72.7	6	13.6	6	13.6	39	84.8	39	84.8	7	15.2	0	0.0	٦.٩٧٩	٤	٠.١٣٧	٠.٢٦٨	غير دالة
أكثر واقعية في تناولها للموضوعات	28	63.6	16	36.4	0	0.0	31	67.4	31	67.4	4	8.7	8	17.4	٢٩.٩١٩	٤	٠.٠٠٠	٠.٤٩٩	دالة
ليس بها معلومات مغلوبة أو ملفقة	28	63.6	12	27.3	4	9.1	38	82.6	38	82.6	4	8.7	4	8.7	٦.٥٦٢	٤	٠.١٦١	٠.٢٦١	غير دالة

- تشير بيانات الجدول رقم (٣٨) إلى ما يلي :-

- ثبوت علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعرض لصحافة الفيديو وبين تشكيل الاتجاه نحو هذه الظاهرة بشكل جزئي ، حيث بلغ لـ " أكثر مصداقية في عرض المحتوى " كا ٢١٧.٢٤٣ عند درجة حرية ٤ ومستوى معنوية ٠.٠٠٢ ، وبلغ لـ " أكثر واقعية في تناولها للموضوعات " كا ٢٩.٩١٩ عند درجة حرية ٤ ومستوى معنوية ٠.٠٠٠ ، فيما كانت العلاقة غير دالة في باقي البدائل.

- وبالتالي تثبت صحة الفرض جزئياً الذي يقول بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعرض لصحافة الفيديو وبين تشكيل الاتجاه نحو هذه الظاهرة.

الفرض الرابع: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تغيير وجهة النظر فيما يخص هذه الظاهرة وبين تشكيل الاتجاه نحو هذه الظاهرة.

جدول رقم (٣٩)

الاتجاه نحو هذه الظاهرة	عربي						أجنبي						٢٤	درجات الحرية	مستوى المعنوية	معامل فاي	الدالة			
	مؤيد		محايد		معارض		مؤيد		محايد		معارض									
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك								
أكثر مصادقية في عرض المحتوي	28	63.6	0	0	0	0	0.0	0	33	71.7	9	19.6	4	8.7	١.١٢٨	٢	٠.٥٢٧	٠.١١٩	غير دالة	
لا تدعم وجهة نظر لجهة معينة	26	59.1	18	40.9	0	0	0.0	0	39	84.8	0	0.0	7	15.2	٢.٩١٩	٢	٠.٢٣٢	٠.١٨٠	غير دالة	
لا تتخللها الرقابة من جهات أخرى	22	50.0	4	9.1	18	40.9	39	84.8	4	8.7	3	6.5	3	6.5	٣.٦٠٩	٢	٠.٢٠٠	٠.١٦٥	غير دالة	
تعرض الموضوعات بدون تحيز	22	50.0	22	50.0	0	0	0.0	39	84.8	3	6.5	4	8.7	4	8.7	٣.٦٠٩	٢	٠.٢٠٠	٠.١٦٥	غير دالة
مصادر معروفة لذا يمكن الثقة بها	32	72.7	6	13.6	6	13.6	39	84.8	7	15.2	0	0.0	0	0.0	٢.٠٣١	٢	٠.٣٦٢	٠.١٥٠	غير دالة	
أكثر واقعية في تناولها للموضوعات	28	63.6	16	36.4	0	0	0.0	31	67.4	4	8.7	8	17.4	8	17.4	٣.٤٢٨	٢	٠.١٨٠	٠.١٩٥	غير دالة
ليس بها معلومات مغلوبة أو ملفقة	28	63.6	12	27.3	4	9.1	38	82.6	4	8.7	4	8.7	4	8.7	٢.٧٦٠	٢	٠.٢٥٢	٠.١٧٥	غير دالة	

- تشير بيانات الجدول رقم (٣٩) إلى ما يلي :-

- وبالتالي تثبت عدم صحة الفرض الذي يقول بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين تغيير وجهة النظر فيما يخص هذه الظاهرة وبين تشكيل الاتجاه نحو هذه الظاهرة.

النتائج العامة للدراسة :

- أن الاتجاه بعد التعرض لصحافة الفيديو فيما يخص موضوعات هذه الظاهرة احتل الترتيب الأول " أكثر واقعية في تناولها للموضوعات"، من خلال عرضها تفاصيل الحدث بكل محتوياته من شخصيات مختلفة، وذلك بالتركيز على كافة التفاصيل دون ترك بعضها، وكان الرأي المؤيد أكثر من

- المعارض ثم احتل الترتيب الثاني " لا تتخللها الرقابة من جهات أخرى"، حيث تكون الرقابة عليها محدودة وبخاصة مواقع التواصل وكان الرأي المؤيد أكثر من المعارض، ثم توالى باقي البدائل.
- أن "تفجيرات داعش" بالنسبة لدرجة الاعتماد على صحافة الفيديو احتلت الترتيب الأول وانحراف، ثم جاء "أحداث ١١ سبتمبر" بالترتيب الثاني، وجاء بالترتيب الثالث " صراع الشيعة والسنة"، وكانت درجة الاعتماد على صحافة الفيديو بالدرجة القوية أكثر من الضعيفة بالنسبة للعرب والأجانب.
 - نتائج التعرض لصحافة الفيديو فيما يخص الإسلاموفوبيا، احتلت " كراهية للإسلام والمسلمين"، ثم جاء بالترتيب الثاني "الازدراء للعرب والمسلمين"، ثم توالى باقي البدائل.

توصيات الدراسة:

- ضرورة محاربة الإسلاموفوبيا سياسيا وقانونيا وإعلاميا على المستويين الدولي والمحلي بطريقة منتظمة وإستراتيجية.
- بيان أحكام إسلامية تلفت النظر إلى ما في الإسلام من قوة فكر، ومن موافقة للفطرة، ومن رحمة، بخلاف ما يروجه الذين ينعته بالإرهاب والظلم وهضم الحقوق.
- ضرورة الاهتمام بصحافة الفيديو فمثلاً في مصر لا توجد أية جهة مسئولة عن صحفي الفيديو الذي يعمل بشكل حر بعيداً عن المؤسسات الكبرى مثل النقابات الإعلامية .
- دراسة التأثير على الجاليات الأجنبية وبخاصة في الأمور التي تتعلق بصورة الدين الإسلامي لمعرفة الأمور السلبية ومعالجتها قبل انتشارها.

هوامش الدراسة:

(١) وائل محمد عناني وآخرون ، دراسة صحافة الفيديو وتأثيرها بظهور الإعلام الجديد ، المؤتمر العلمي السادس والدولي الأول مستقبل التعليم النوعي في مصر والوطن العربي - كلية التربية النوعية ، جامعة بورسعيد ، ١٥ نوفمبر ٢٠١٥ ، ص ٤ .

(2) Dan messineo, doing it alone: do video journalists affect the quality and Credibility of television news?, master thesis, Science Colorado State University Fort Collins, Colorado ,Spring 2015,p.15.

(٣) وحدة رصد اللغة الإسبانية ، تصاعد حدة ظاهرة "الإسلاموفوبيا" في أوروبا خلال عام ٢٠١٥ م ، مرصد الأزهر ، متاح أون لاين على :

<http://www.azhar.eg/observer/>, retrieved at : 20/4/2016.

(٤) عبدالرحمن السليمان ، الفتوى (٤٥٤): ما معنى "إسلاموفوبيا"؟ ، متاح أون لاين :

<http://www.m-a-arabia.com/site/13116.html>, retrieved at :

(٥) ستيفن شيهي ، ترجمة فاطمة نصر ، الإسلاموفوبيا الحملة الأيديولوجية ضد المسلمين ، ط ١ ، القاهرة : مطبعة سطور الجديدة ، ٢٠١٢ ، ص ٢٨ .

(٦) رايح زغوني ، الإسلاموفوبيا وصعود اليمين المتطرف في أوروبا مقارنة سوسيوثقافية ، مركز دراسات الوحدة العربية ، سلسلة كتب المستقبل العربي العدد ٦٧ ، ٢٠١٤

(٧) محمد أحمد النابلسي ، جنون الإسلاموفوبيا ، العدد ٣٨ ، مؤسسة العلوم النفسية العربية ، ٢٠١٥ ، ص ٥٣

(8)arches quarternary, islamophobia and anti-muslim ,hatred:causes remedies ,vol 4,ed.7,2010,p.122,available on line at the cordobe foundation.com. retrieved at :10/7/2016

(٩) ستيفن شيهي ، مرجع سابق ، ص ٦٤.

(١٠) حسام كصاي ، الإسلاموفوبيا أو إشكالية الخوف من الإسلام ، متاح أون لاين علي :

<http://www.kitabat.com/ar/page>, retrieved at :10/7/2016

(١١) محمد الهاشمي الحامدي ، ورقة علمية بعنوان "المفاهيم الخاطئة عن العرب في الإعلام الغربي وإستراتيجية التصحيح" ، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية ، كلية التدريب ، قسم البرامج التدريبية ، الرياض ، في الفترة من ١٦ إلى ٢٠ ديسمبر ٢٠٠٦ . م

(12) Mary Bock, You Really, Truly, Have to be there: Video Journalism as a social and Material construction ,MC Quarterly, Vol.88, No.4(2011)705-718.

(١٣) نادية مصطفى الشيخ ، دوافع استخدام الشباب الجامعي لصحافة الفيديو والإشاعات المتحققة منها ، رسالة ماجستير غير منشورة ، (جامعة عين شمس ، معهد الدراسات العليا للطفولة ، ٢٠١٣).

(14)Yong Kim Exploring Characteristics of Video Consuming behavior in different Social media Using K-Pop Videos ,yonsei University, Republic Korea ,Vol.40(2014)806-822

(١٥) أحمد علوان ، تحرير صحافة الفيديو الإلكترونية المصرية وآليات إنتاجها دراسة مسحية ، رسالة ماجستير ، جامعة جنوب الوادي ، ٢٠١٥

(١٦) رضوى سعد مبروك ، العلاقة بين صحافة الفيديو الإلكترونية وقارنية ومشاهدة الوسائل التقليدية ، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، ٢٠١٥)

(١٧) وائل محمد عناني وآخرون، صحافة الفيديو الرقمية وتأثيرها بظهور الإعلام الجديد، متاح أون لاين على :

<http://www.slideshare.net/drahmedbelal/digital-video-journalism-study-within-new-massmedia-effect>

(18) Nathan Farrell, Redrawing boundaries witness and the Politics of citizen Videos, Cardiff University, UK, Vol.11(2015)237-253.

(19) Dan messineo, doing it alone: do video journalists affect the quality and Credibility of television news?, master thesis, Science Colorado State University Fort Collins, Colorado ,Spring 2015,p.15.

(20) Mohamad Ridhuan Abdullah , Islam phobia & Muslims' Religious Experiences In The The Midwest Proposing Critical Muslim Theory A Muslim Auto ethnography ,PhD. Thesis , Kansas State University, Manhattan, Kansas,2013.

(21) melissa l. grupe, ma, lcpc, perceived islamophobia and religious identity among muslims in western societies: aquantitative study, phd. thesis, the faculty of the chicago school of professional psychology,2015.

(22) Ava Haji-Ghasemi, predictors of islamophobia Among non-Muslim Americans, PhD. Thesis, the faculty of the adler school of professional psychology, 2013.

(23) Mussarat Zahoor Khan, The Effects Of An Islamic Center On Islamophobia, PhD. Thesis, Alliant International University California School of Professional Psychology, 2012.

(٢٤) صادق رايح، تجليات الإسلاموفوبيا في خطابات الوسائط الإعلامية الفرنسية: بحث في المصادر، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد ٣٠، أبريل - يوليو ٢٠٠٨.

(٢٥) سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، ط٢ (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٥) ص ١٣٣

(٢٦) عاطف عدلي العبد، الإعلام العماني وقضايا البيئة، ط١ (القاهرة: دار الفكر العربي، ١٩٩٩) ص ٤٠

(٢٧) محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط١ (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٠) ص ١٥٨

(٢٨) تم التحكيم الإستمارة من الآتي أسمائهم :

أ.د. جمال عبد الحي النجار عميد كلية الإعلام جامعة النهضة الأسبق.

أ.د. حسن نيازي الصيفي الأستاذ المساعد بكلية الإعلام جامعة الأزهر.

أ.د. رضا عبد الواحد أمين عميد كلية الآداب جامعة مملكة البحرين.

أ.د. شريف درويش اللبان وكيل كلية الإعلام جامعة القاهرة.

أ.د. فوزى عبد الغنى خلاف عميد كلية الإعلام جامعة فاروس.

(٢٩) مرفت الطرابيشي وعبد العزيز السيد، نظريات الاتصال، دار الأيمان للطباعة، ٢٠٠٦، ص ١٣٦

(30) Melvin De fleur and sandra rokeach " theory of mass communication" - New york : longman 3 rd 1982 , p 225

(٣١) عاطف عدلي العبد، نظريات الإعلام والرأي العام (القاهرة : دار الفكر العربي ، ٢٠٠٣) ص ٢٠٣

(٣٢) مرفت الطرابيشي وعبد العزيز السيد، مرجع سابق، ص ١٤٤

(33) loges william " canaries in the goal Mine perception of threat dependency relation communication resarch" - vol1- 1994- p6

(٣٤) المرجع السابق، ص ١٤٥

(٣٥) مرفت الطرابيشي، وعبد العزيز السيد، مرجع سابق، ص ١٤٦

(٣٦) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير (القاهرة : علم الكتب ، ٢٠٠٤) ص ٢٣٨

(٣٧) مرفت الطرابيشي وعبد العزيز السيد، مرجع سابق، ص ١٤٧

(٣٨) تم اختيار أكثر من بديل .

(٣٩) تم اختيار أكثر من بديل .

(٤٠) تم اختيار أكثر من بديل .

(٤١) تم اختيار أكثر من بديل .

(٤٢) تم اختيار أكثر من بديل .

(٤٣) تم اختيار أكثر من بديل .

(٤٤) علاء بيومي ، صعود الإسلاموفوبيا في المجتمعات الغربية ، متاح أون لاین علی :

<http://www.aljazeera.net/knowledgegate/opinions/> ١٢/١٠/٢٠٠٦

(٤٥) تم اختيار أكثر من بديل .

(٤٦) تم اختيار أكثر من بديل .

(٤٧) تم اختيار أكثر من بديل .

(٤٨) تم اختيار أكثر من بديل .

(٤٩) تم اختيار أكثر من بديل .

(٥٠) تم اختيار أكثر من بديل .

(٥١) تم اختيار أكثر من بديل .

(٥٢) تم اختيار أكثر من بديل .

(٥٣) تم اختيار أكثر من بديل .

(٥٤) تم اختيار أكثر من بديل .

(٥٥) تم اختيار أكثر من بديل .

(٥٦) تم اختيار أكثر من بديل .

Islamophobia: Fear or hatred or over animosity against Islam & Muslims using negative stereotypes. This leads to prejudice and discrimination against Muslims to marginalize them in social, political and public life.

Community of Study:

It deals with Arabic & non-Arabic speaking foreign communities.

Sample of Study:

A deliberate Sample of 200 people will be selected users of VP due to lack of data about the same.

Conclusions:

The approach “ after being exposed to VP” regarding Islamophobia topics came first “ as more realistic in dealing with subjects” by presenting details of the event covering different people and all details.

-Supporting stand was bigger than the opposing one, it came second “ no control by other bodies” control is limited here.

-Explosions made by Dae'sh came first in depending on VP, September 11 events came second followed by Sunnah/Shia' conflict. Dependence by Arabs & foreigners on VP was stronger.

-Exposure to VP came first as regards Islamophobia (hatred of Islam and Muslims) followed by contempt of Arabs and Muslims and other alternatives came after that.

Minor Goals:

- Define the most important VP sites on which foreign communities rely on in following the Islamophobia phenomenon.
- Measure the extent of foreign communities' credibility in VP capability of dealing with the Islamophobia phenomenon.
- Examine the reasons behind the spread of The Islamophobia.
- Explore the factors that led to The Islamophobia through VP.
- Consider the features of foreign communities' interaction with VP.

Inquiries:

- What are the molds that are most frequently used in VP?
- What are the reasons that created The Islamophobia phenomenon.?
- What are the sites used by VP to spread The Islamophobia phenomenon.?
- To what extent VP is used in The Islamophobia phenomenon.?
- What is the trend after being exposed to VP regarding The Islamophobia phenomenon.?

Terms used in this Study

Video Journalism=VP through which journalists shoot and edit events in a journalistic manner.

The Islamophobia: Anti Islam and Muslims hatred/fear based on negative stereotypes leading to bias and discrimination against Muslims by marginalizing them in social, political and public life.

Study Community: Arabic & non-Arabic speaking foreigners.

Study Sample: Deliberate sample will be chosen from VP users due to the lack of data about Arabic & non-Arabic speaking foreign communities' users comprising 200 people.

- What are the most frequently used molds in VP?
- What are the reasons behind the creation of Islamophobia?
- What are the sites used in VP to spread Islamophobia?
- To what extent VP is used in this respect?
- What is the approach after being exposed to VP regarding Islamophobia?

Terminology used:

VP is video journalism (Press) through which journalists shoot & edit events in a journalistic manner.

The Role of Video Press in shaping Foreign Communities' Approaches towards Islamophobia Phenomenon

Field Study on a Sample of Arabic & non-Arabic Speaking People

Dr. Ali Hamoudah Goma'a Soleiman

alyhamouda128@gmail.com

Assistant Professor, Journalism & Publishing Department,
Faculty of Communication, Al-Azhar University

Abstract

Problem of Study:

The problem of research lies in monitoring and analyzing the opinions and approaches of foreign communities towards the Islamophobia in VP (video press) through realizing the approaches of Arabic and non-Arabic speaking communities and measuring the impact of these communities' depending on E-VP in shaping their tendencies towards the Islamophobia.

Importance of Study:

- 1- There is lack of studies on VP, its characteristics and audience and the different contents included therein which affect its audience.
- 2- Trying to explore the future of VP and its role in the Islamophobia and how to benefit from modern technology in VP and how to develop the same especially as it is an E- tool of interest.
- 3- The video is the most realistic tool to present facts, it is more credible than photos especially in view of deviation problems used by some people.
- 4- The Islamophobia requires careful study of Islam's relationship (as religion and civilization) with the West and trace western anti Islam attitude resulted from fear of The Islamophobia and how can we confront this ever growing phenomenon.
- 5- In fact western media tackle all issues related to Islam in a biased manner void of fairness and transparency. The capital of papers and TV channels in USA and Europe plays a significant role in distorting all that is related to Islam.

Study Objectives:

Main Goal: The study depends on a major goal: to monitor and describe the extent of foreign communities' dependence on VP in shaping their approaches towards The Islamophobia and the impact of such dependence.

All rights reserved.

None of the materials provided on this Journal or the web site may be used, reproduced or transmitted, in whole or in part, in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or the use of any information storage and retrieval system, except as provided for in the Terms and Conditions of Use of Egyptian public Relations Association, without permission in writing from the publisher.

And all applicable terms and conditions and international laws with regard to the violation of the copyrights of the electronic or printed copy.

ISSN for the printed copy

(ISSN 2314-8721)

ISSN of the electronic version

(ISSN 2314-8723X)

To request such permission or for further enquires, please contact:

EPRA Publications

Egyptian Public Relations Association, Gizza, Egypt
Dokki, Ben Elsarayat -2 Ahmed Elzayat St.

Email: chairman@epra.org.eg - jpr@epra.org.eg

Web: www.epra.org.eg

Phone: (+2) 0114 -15 -14 -157 - (+2) 0114 -15 -14 -151 - (+2) 02-376-20 -818

- The publication fees of the manuscript for the Egyptians are: 850 L.E. and for the Expatriate Egyptians and the Foreigners are: 450 \$.
- If the referring committee refused and approved the disqualification of publishing the manuscript, an amount of 250 L.E. will be reimbursed for the Egyptian authors and 130 \$ for the Expatriate Egyptians and the Foreigners.
- The manuscript does not exceed 35 pages of A4 size. 20 L.E. will be paid for an extra page for the Egyptians and 5 \$ for Expatriate Egyptians and the Foreigners authors.
- A special 10 % discount of the publication fees will be offered to the Egyptians and the Foreign members of the Fellowship of the Egyptian Public Relations Association for any number of times during the year.
- Three copies of the journal and three Extracted pieces from the author's manuscript after the publication.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Master's Degree) are: 250 L.E. for the Egyptians and 150 \$ for the Foreigners.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Doctorate Degree) are: 350 L.E. for the Egyptians and 180 \$ for the Foreigners. As the abstract do not exceed 8 pages and a 10 % discount is offered to the members of the Egyptian Society of Public Relations. Three copies of the journal will be sent to the author's address.
- Publishing a book offer costs LE 700 for the Egyptians and 300 \$US for foreigners.
- Three copies of the journal are sent to the author of the book after the publication to his/her address. And a 10% discount is offered to the members of the Egyptian Society of Public Relations.
- For publishing offers of workshops organization and seminars, inside Egypt LE 600 and outside Egypt U.S. \$ 350 without a limit to the number of pages.
- The fees of the presentation of the International Conferences inside Egypt: 850 L.E. and outside Egypt: 450 \$ without a limitation of the number of pages.
- All the research results and opinions express the opinions of the authors of the presented research papers not the opinions of the Egyptian Association for Public Relations.
- Submissions will be sent to the chairman of the Journal.

Address:

Egyptian Public Relations Association,
 Arab Republic of Egypt, Gizza, El-Dokki, Bein El-Sarayat, 2 Ahmed El-zayat Street.
 And also to the Association email: jpr@epra.org.eg, or info@epra.org.eg, chairman@epra.org.eg,
 after paying the publishing fees and sending a copy of the receipt.

Journal of Public Relations Research Middle East

It is a scientific journal that publishes specialized research papers in Public Relations, Mass Media and Communication after peer refereeing these papers by a number of specialized Professors.

The journal is affiliated to the Egyptian Public Relations Association, the first Egyptian specialized scientific association in public relations.

- The journal is accredited, Classified internationally for its printed and electronic version from the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo And classified by the Committee of Scientific Promotion Specialization media - Supreme Council of Universities.
- This journal is published quarterly.
- The journal accepts publishing books, conferences, workshops and scientific Arab and international events.
- The journal publishes advertisements on scientific search engines, Arabic and foreign publishing houses according to the special conditions adhered to by the advertiser.
- It also publishes special research papers of the scientific promotion and for researchers who are about to defend master and Doctoral theses.
- The publication of academic theses that have been discussed, scientific books specialized in public relations and media and teaching staff members specialized scientific essays.

Publishing rules:

- It should be an original Manuscripts that has never been published.
- Arabic, English, French Manuscripts are accepted however a one page abstract in English should be submitted if the Manuscripts is written in Arabic.
- The submitted Manuscripts should be in the fields of public relations and integrated marketing communications.
- The submitted scientific Manuscripts are subject to refereeing unless they have been evaluated by scientific committees and boards at recognized authorities or they were part of an accepted academic thesis.
- The correct scientific bases of writing scientific research should be considered. It should be typed, in Simplified Arabic, 14 points font for the main text. The main and sub titles, in Bold letters. English Manuscripts should be written in Times New Roman.
- References are mentioned at the end of the Manuscripts in a sequential manner.
- References are monitored at the end of research, according to the methodology of scientific sequential manner and in accordance with the reference signal to the board in a way that APA Search of America.
- The author should present a printed copy and an electronic copy of his manuscript on a CD written in Word format with his/her CV.
- In case of accepting the publication of the manuscript in the journal, the author will be informed officially by a letter. But in case of refusing, the author will be informed officially by a letter and part of the research publication fees will be sent back to him soon.
- If the manuscript required simple modifications, the author should resent the manuscript with the new modifications during one week after the receipt the modification notes, and if the author is late, the manuscript will be delayed to the upcoming issue, but if there are thorough modifications in the manuscript, the author should send them after 15 days.



**Journal of Public Relations Research Middle East
(JPRR.ME)**

Scientific Refereed Journal

- Eleventh issue - April / June 2016

Founder & Chairman

Dr. Hatem Saad

Chair of EPRA

Editor in Chief

Prof. Dr. Aly Agwa

Professor of Public Relations & former Dean of Faculty
of Mass Communication - Cairo University
Chair of the Scientific Committee of EPRA

Editorial Manager

Prof. Dr. Mohamed Moawad

Media Professor at Ain Shams University & former Dean
of Faculty of Mass Communication - Sinai University
Chair of the Consulting Committee of EPRA

Editorial Assistants

Prof. Dr. Rizk Abd Elmoaty

Professor of Public Relations
Misr International University

Dr. El-Sayed Abdel-Rahman

Assistant Professor of Public Relations
Mass Communication Faculty – Sinai University

English Reviewer

Ahmed Badr

Address

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt
Giza - Dokki

Ben Elsarayat - 2 Ahmed Zayat Street

Mobile: +201141514157

Tel : +2237620818

www.epra.org.eg

jpr@epra.org.eg

Scientific Board **

JPRR.ME

Prof. Dr. Aly Agwa (Egypt)

Professor of Public Relations and former Dean of the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

Prof. Dr. Mona Al-Hadedy (Egypt)

Professor of radio and television – Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Yas Elbaiaty (Iraq)

Professor of Journalism at the University of Baghdad, Vice Dean of the Faculty of Media and Information
and Humanities, Ajman University of Science

Prof. Dr. Enshirah el SHAL (Egypt)

Professor of Media at the Faculty of Mass Communication, Cairo University (State Doctorate in Arts and
Humanities from France)

Prof. Dr. Hassan Mekawy (Egypt)

Professor of radio and television – Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Nesma Younes (Egypt)

Professor of Radio & Television at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Mohamed Moawad (Egypt)

Media professor at Ain Shams University & former Dean of Faculty of Mass Communication - Sinai
University

Prof. Dr. Samy Abd Elaziz (Egypt)

Professor of public relations and marketing communications for the former Dean of the Faculty of
Information, Cairo University

Prof. Dr. Abd Elrahman El Aned (KSA)

Professor of Media and Public Relations Department of the Faculty of Media Arts - King Saud University

Prof. Dr. Mahmoud Youssef (Egypt)

Professor of Public Relations - Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Samy Taya (Egypt)

Professor and Head of Public Relations Faculty of Mass Communication - Cairo University

Prof. Dr. Basyouni Hamada (Egypt)

Professor of media and public opinion, political - Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Sherif Darwesh Allaban (Egypt)

Professor of printing press & Vice-Dean for Community Service at the Faculty of Mass
Communication, Cairo University

Prof. Dr. Hassan Aly (Egypt)

Professor of Radio & Television and Head of Mass Communication Department – Faculty of
Arts - Mina University

Prof. Dr. Mahmoud Hassan Ismael (Egypt)

professor of Culture Media and Children at Ain Shams University

Prof. Dr. Hamdy Abo Alenen (Egypt)

Media professor and dean of the Faculty of Al-Ain and Mass Communication, Vice President of the
International University of Egypt

Prof. Dr. Othman Al Arabi (KSA)

Professor of Public Relations and the former head of the media department at the Faculty of Arts – King
Saud University

Prof. Dr. Abden Alsharef (Libya)

Media professor and dean of the College of Arts and Humanities at the University of Zaytuna – Libya

Prof. Dr. Waled Fathalha Barakat (Egypt)

Professor of Radio & Television and Vice-Dean for Student Affairs at the Faculty of Mass
Communication, Cairo University

Prof. Dr. Tahseen Mansour (Jordan)

Professor of Public Relations at the Faculty of Mass Communication, Yarmouk University

Prof. Dr. Mohamed Elbokhary (Syria)

Professor, Department of Public Relations and Publicity, School of Journalism, University of MF Uzbek
national Ulugbek Beck

Prof. Dr. Ali Kessaissia, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Redouane Boudjema, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

**** Names are arranged according to the date of obtaining the degree of a university professor.**



Abstracts Researches in Arabic:

- **Supervisors :***Prof. Dr. Mahmoud Yousef , Associate Prof. Dr. Safwat El-Alem.*
The research team: *Associate Prof. Dr. Mona Umran, Dr. Tareq Sultan, Dr. Lamia Shehata, Dr. Bahaa Hamed, Dr. Samar Abdul Halim, Dr. Muhannad Al-Amin, Dr. Asmaa Hijazi, Dr. Walla Abdul Rahman*
Collective Research involving all Faculty Members of the Faculty of Media and Mass Communication at University of Modern Science in Dubai; Entitled:
Job satisfaction of Employees of the UMS - Dubai 7
- **Dr. Hafid Yassen Hamid Al-Hitty** - Anbar University - Iraq
The Fact of Public Relations Activity in Iraqi Governmental Institutions
Field Study 10
- **Dr. Hala El Talahaty** - Modern University for Technology and Information (MTI)
The impact of News Websites targeted at forming the Ideas and Trends,
An applied Study on the case known as "Marriott cell"(An analytical study) 11
- **Dr. Hearth Yas Khudhair AL- Beyaty** - University -Technology -Malaysia (UTM)
Employing modern information technology and communication In
E-marketing (Theoretical study) 12
- **Dr. Ali Hamoudah Goma'a Soleiman** – Al-Azhar University
The Role of Video Press in shaping Foreign Communities' Approaches
towards Islamophobia Phenomenon, Field Study on a Sample of Arabic &
non-Arabic Speaking People 14
- **Dr. Yusra Hosni Abd al-Khaliq** - University of Assiut
Public Relations Communication across the Organization Website "The UAE
Ministry of Interior as example" 17

(ISSN 2314-8721)

Egyptian National Scientific & Technical
Information Network
(ENSTINET)

Copyright ©2016 EPRA

www.epra.org.eg