

الحرب على الإرهاب

كما تعكسها صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية الموجهة بالعربية

"دراسة تحليلية سيميائية"

د/ أيمن محمد بريك (*)

د/ إيمان محمود أحمد (**)

مقدمة

تصاعدت خلال السنوات الأخيرة وتيرة الهجمات الإرهابية في جميع أنحاء العالم خاصة بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر 2001 ، والتي رفعت الإدارة الأمريكية بعدها شعار "الحرب على الإرهاب War on Terrorism" .

ولم تفرق الهجمات الإرهابية بين دول عربية وأخرى أجنبية بل كثفت الجماعات الإرهابية من هجماتها، فيما شكل ظهور تنظيم داعش ISIS تحدياً جديداً ، واكبه نقلة نوعية في مواجهة الجماعات المتطرفة التي تمددت في كثير من الأقطار العربية وعدد من الدول الغربية ، فما شهدت مصر بعض الأعمال الإرهابية طالت بعضها عددا من الأماكن المتفرقة في محافظات مصرية فيما تركزت بشكل أكبر في شبه جزيرة سيناء .

وفيما كانت هناك حرباً تدور رحاها بين الأنظمة والحكومات في عدد من الدول التي تعرضت لهجمات إرهابية أو الدول المتحالفة معها من جانب والتنظيمات الإرهابية من جانب آخر، كانت هناك مواجهة أخرى إعلامية بين الطرفين استخدمت فيها كافة الوسائل الإعلامية التقليدية وغير التقليدية ، كان للإعلام الجديد النصيب الأكبر منها .

فقد عمدت الجماعات الإرهابية إلى توظيف الصورة المرئية والمواد الفيديوية التي توثق عملياتها الإرهابية بشكل شكل تحدياً إعلامياً كبيراً للنظام الإعلامي العربي والعالم الذي سعى أيضاً إلى توظيف الصوت والصورة في حربه ضد هذه

(*) المدرس بكلية الإعلام جامعة الأزهر

(**) المدرس بقسم الصحافة والإعلام كلية الدراسات الإسلامية والعربية بنات جامعة الأزهر

التنظيمات الإرهابية، من خلال التركيز على الضربات الموجعة التي توجهها الدول والحكومات للتنظيمات الإرهابية والمتشددة تحت شعار "الحرب على الإرهاب War on Terrorism".

ولما كان الإعلام الإلكتروني يمثل الساحة الأبرز في المواجهات الإعلامية المتواصلة بين جماعات العنف والإرهاب والقوى الداعمة لها من جانب ، وبين الدول والهيئات المناهضة للإرهاب من جانب آخر ، ولما كانت صحافة الفيديو من أبرز الوسائل المستخدمة في هذا الإطار ، فإن هذه الدراسة تسعى إلى التعرف على الحرب على الإرهاب في مصر كما تعكسها صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية الموجهة باللغة العربية من خلال دراسة تحليلية سيميائية.

الدراسات السابقة:

يمكن تقسيم الدراسات السابقة إلى محورين رئيسيين ، هما:

المحور الأول: دراسات تناولت الإعلام و الحرب على الإرهاب

المحور الثاني: دراسات تناولت التحليل السيميائي للمواد الإعلامية المصورة

المحور الأول: دراسات تناولت الإعلام و الحرب على الإرهاب:

سعت هذه الدراسات إلى التعرف على دور وسائل الإعلام في مكافحة الإرهاب والكشف عن جرائمه والتغيرات التي طرأت على مفهوم الحرب على الإرهاب وتصوير الحرب الأمريكية على الإرهاب ، والدور الذي لعبته الإنترنت في الحرب على الإرهاب ، ومن أبرز الأمثلة على ذلك دراسة (Mitnik, 2017)⁽¹⁾ ، والتي استهدفت تحليل التغطية الإعلامية للإرهاب في الولايات المتحدة في الفترة من 12 سبتمبر 2001 وحتى 31 ديسمبر 2015 وذلك بالتطبيق على صحيفة النيويورك تايمز ، حيث قام الباحث بتحليل تغطية الصحيفة لـ 15 حادثا إرهابيا وقعوا خلال هذه الفترة في الولايات المتحدة الأمريكية . وقد توصلت الدراسة إلى أن الأحداث الإرهابية التي وقعت بعد 11 سبتمبر 2001 أفردت لها الصحيفة

مساحة أكبر من نظيراتها التي وقعت قبل هذا التاريخ ، كما أشارت الدراسة إلى أن التغطية الإعلامية للأحداث الإرهابية تميل إلى تقديمها على أنها أحداث دولية حتى وإن كان المتورط فيها أشخاص محللين مع التركيز على ضرورة تكثيف الجهود لمواجهة الإرهاب ودعم الحرب التي تقودها الولايات المتحدة الأمريكية على الإرهاب.

كما سعت دراسة (تحسين شراذقة ، 2016)⁽²⁾ إلى التعرف على دور وسائل الإعلام في مكافحة ظاهرة الإرهاب والتطرف، وكذلك الكشف عما إذا كان هناك فروق دالة إحصائية فيما يتعلق بآراء أفراد العينة نحو دور وسائل الإعلام في مكافحة ظاهرة الإرهاب والتطرف ، واعتمد الباحث في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، حيث رصد دور وسائل الإعلام في مكافحة ظاهرة الإرهاب والتطرف، من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في بعض الجامعات الأردنية ، وقد توصلت الدراسة إلى نتائج مفادها عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات أعضاء هيئة التدريس وفقاً لمتغير المرتبة الأكاديمية نحو دور وسائل الإعلام في مكافحة ظاهرة الإرهاب والتطرف ، بالإضافة إلى رفضهم كل أشكال التدمير التي تجلب الخراب والهلاك للمجتمعات.

واستهدفت دراسة (Christie Omega , 2015)⁽³⁾ التعرف على الدور الذي يمكن أن تلعبه وسائل الإعلام في الحرب على الإرهاب الذي تقوم به جماعة بوكو حرام في نيجيريا خاصة فيما يتعلق بتجنيد الفتيات واختطاف النساء ، من خلال دراسة وصفية على عينة من الصحف والمجلات والقائمين بالاتصال ، حيث توصلت الدراسة إلى أن وسائل الإعلام يمكن أن تلعب دوراً مهماً في الكشف عن الجرائم التي ترتكبها جماعة بوكو حرام بحق النساء والفتيات ، كما أنها يمكن أن تسهم بشكل كبير في الحرب ضد هذه الجماعات الإرهابية وكشف حقيقتها للمواطنين .

في حين سعت دراسة (Taryn Butler, 2015)⁽⁴⁾ إلى التعرف على مدى تغير مفهوم الإرهاب في وسائل الإعلام الأمريكية بالتطبيق على صحيفة نيويورك تايمز

الحرب على الإرهاب كما تعكسها صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية الموجهة بالعربية

قبل وبعد 11 سبتمبر ، حيث أجريت الدراسة على 10 سنوات قبل وبعد 11 سبتمبر في الفترة من (11 سبتمبر 1991 إلى 11 سبتمبر 2011 ، وتوصلت إلى ارتفاع نسبة الموضوعات المتعلقة بالإرهاب في الصحافة الأمريكية بعد 11 سبتمبر عنه قبلها ، إضافة إلى أن مصطلح الإرهاب أصبح أكثر تداولاً في وسائل الإعلام الأمريكية خاصة مصطلح الحرب التي تقودها الولايات المتحدة الأمريكية على الإرهاب ، كما أن الخطاب الإعلامي أصبح أكثر تحفيزاً للأمريكيين على الخوف من الإرهاب أكثر من ذي قبل.

وهدفت (Heather Davis Epkins, 2011)⁽⁵⁾ التعرف على تصورات القائمين بالاتصال حول جمع وتفسير ونشر المحتوى الصحفي الخاص بالحرب على الإرهاب التي أطلقتها إدارة الرئيس الأمريكي جورج دبليو بوش وما تبعها من إعلان إدارة الرئيس الأمريكي باراك أوباما عملية الطوارئ في الخارج ، وذلك من خلال إجراء مقابلات متعمقة مع 35 من الصحفيين المعنيين بملف الأمن القومي والإرهاب بالعاصمة الأمريكية واشنطن ، حيث توصلت الدراسة إلى أن اتفاق الرؤى بين الصحفيين عندما يتعلق الأمر بالحرب على الإرهاب ، كما أشارت إلى أن لديهم تفهما للتغيرات التي طرأت على عملية الحرب على الإرهاب ما بين إدارتي جورج بوش وباراك أوباما .

وتناولت دراسة (Brigitte L. Nacos, Et al , 2007)⁽⁶⁾ التهديدات الإرهابية التي أطلقتها جماعات العنف والإرهاب بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر وتأثيراتها على المجتمع الأمريكي ، إضافة إلى التعرف على تقييمات هذه التهديدات من قبل المسؤولين في الإدارة الأمريكية في ظل الحرب التي أعلنتها إدارة جورج دبليو بوش على الإرهاب ، وذلك بالتطبيق على نشرات الأخبار المسائية الرئيسية في شبكات CBS News, NBC News, ABC News ، وذلك في الفترة من 1 أكتوبر 2001 إلى 31 ديسمبر 2004 إضافة إلى إجراء دراسة مسحية ميدانية على عينة من متابعي هذه النشرات في تلك الفترة ، وقد توصلت الدراسة إلى تزايد قلق المواطنين الأمريكيين من وقوع هجمات إرهابية في الداخل على الرغم من الحرب

الحرب على الإرهاب كما تعكسها صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية الموجهة بالعربية

التي تخوضها الإدارة الأمريكية على الإرهاب وإن كان سكان مدينة نيويورك الأقل قلقاً من هذه التهديدات ، كما أشارت الدراسة إلى وجود علاقة بين نسبة التهديدات التي تنقلها وسائل الإعلام عن الجماعات الإرهابية ومستوى مخاوف المواطنين الأمريكيين جراء هذه التهديدات .

فيما استهدفت دراسة (Michael Griffin , 2004)⁽⁷⁾ تصوير الحرب الأمريكية على الإرهاب في أفغانستان والعراق وذلك من خلال تحليل التغطية المصورة التي تقدمها المجالات الإخبارية الأمريكية للحرب على الإرهاب الذي قادته الولايات المتحدة الأمريكية في هاذين البلدين ، وذلك بالتطبيق على مجلات تايم Time و نيوزويك Newsweek ومجلة يو إس نيوز أن ورد ريبورت USNews & World Report ، حيث توصلت الدراسة إلى أن هذه التغطية ركزت على إبراز الرئيس الأمريكي على أنه قائد قوي ولديه قدر كبير من الثقة ، إضافة إلى التركيز على الأسلحة والمعدات العسكرية للقوات الأمريكية وإبرازها على أنها أمة قادرة على مواجهة أعدائها ، في حين تم التقليل من شأن قوات العدو ، واختفى الحديث عن التكاليف الاقتصادية للحرب .

وسعت دراسة (Andrew J. Glass, 2002)⁽⁸⁾ إلى استكشاف الدور الذي لعبته شبكة الإنترنت في المراحل الأولى للحرب على الإرهاب بعد هجمات الحادي عشر من سبتمبر 2001 ، وذلك بالتطبيق على عدد من المواقع الإلكترونية الأمريكية في الفترة من 11 سبتمبر : 11 نوفمبر 2001 ، حيث توصلت الدراسة إلى أن التركيز الأكبر كان على ضرورة توفير قناة اتصال محلية أمريكية تتبنى وجهة النظر الحكومية الرامية إلى مواجهة التهديدات الأمنية التي تواجهها الولايات المتحدة الأمريكية والتي تفرضها الاتصالات عبر الإنترنت دون قيود .

المحور الثاني: دراسات تناولت التحليل السيميائي للمواد الإعلامية المصورة :

هناك العديد من الدراسات التي تناولت التحليل السيميائي والدلالي للمواد المصورة في المواقع الصحفية الإلكترونية ، حيث سعت هذه الدراسات إلى التعرف على

كيفية تأطير الصورة الصحفية والإعلامية ، والتحليل السيميائي للحملات الإعلامية المصورة ، ودلالات وعلامات تحليل شكل الصور الصحفية والإعلامية ومضمونها ، وكيفية انشاء المعنى من خلال الصور ، إضافة إلى الدلالات السيميائية المتعلقة بترميز النصوص الإخبارية على شبكة الإنترنت ، ومن أبرز الأمثلة على ذلك دراسة (حمزة خليل ، 2017)⁽⁹⁾ والتي سعت إلى التعرف على كيفية تأطير الصورة لأحداث ثورة 30 يونيو في مواقع الصحف الإلكترونية المصرية والغربية (الأمريكية والبريطانية)؛ حيث قامت الدراسة بتحليل الصور الصحفية الثابتة (الفوتوغرافية) والمتحركة (الفيديو) في ثلاث مواقع هي: موقع اليوم السابع (المصرى)، وموقع النيويورك تايمز (الأمريكي)، وموقع الجارديان (البريطاني)، في الفترة من 16 يونيو 2013 وحتى 20 أغسطس 2013 ، وتوصلت إلى بروز خمس مجموعات من الأطر المصورة الغالبة والمهيمنة على التغطية المصورة لأحداث الثورة، وتحمل كل مجموعة وجهة نظر مختلفة في تفسير وقائع وأحداث الثورة، وهي: أطر التغيير السياسي والاجتماعي، أطر دعم الوضع القائم، الأطر المختلطة، الأطر المتعاطفة / الإنسانية، الأطر التشخيصية.

في حين استهدفت دراسة (Mohamed EL- & Mohamed EL- Masry) (2016 ، Nawawy)⁽¹⁰⁾ التحليل السيميائي لحملة الرئيس عبد الفتاح السيسي الانتخابية سواء الملصقات المتعلقة بالحملة ، وفيديو حملة السيسي الأبرز عام 2014 ، حيث توصلت الدراسة الى أن الحملة استخدمت علامات وخطابات وطرق مثيرة للاهتمام وفريدة من نوعها ، والاستفادة من الثقافة المهيمنة والمشاعر والأيدولوجية الوطنية. مثل عرض العديد من مؤيدي السيسي، الذين يتوقون إلى الأمن والسلامة في وقت واحد عندما كانت المنطقة العربية تشهد تغيرا كارثيا وعدم استقرار، كما استخدمت الملصقات العديد من الرموز والتي مغزاها ضمنا أن إبراز الجوانب الوطنية للسيسي والتركيز على أنه زعيم قوي، وقادر على حماية الأمة المصرية ، مع اقتراح أن يكون التصويت له من أجل مستقبل أفضل لمصر .

وسعت دراسة شاهنדה عاطف (2016) (11) إلى رصد علاقة مضمون الصور الصحفية المنشورة في الصحافة المصرية لقضايا محاكمة الرؤساء وما تحويه من دلالات وعلامات عن طريق تحليل شكل الصور ومضمونها باستخدام أداة التحليل السيميولوجي ، حيث قامت بتحليل 256 صورة في الصحف المصرية الثلاث عينة الدراسة «الأهرام، الوفد، الشروق»، وتوصلت إلى أن فترة الدراسة اتسمت باستخدام العديد من الرموز للتعبير عن الاتجاه والرأي مثل استخدام علامة النصر أو شعار «رابعة» من قبل مؤيدي مرسى وجماعة الإخوان، واستخدام رمز الهلال مع الصليب في إشارة إلى الوحدة الوطنية ونبذ الفتنة الطائفية، واستخدام عدة رموز أخرى متعلقة برغبة أهالي الشهداء في إصدار أحكام على المتهمين كاستخدام المشنقة كرمز يدل على الإعدام.

فيما هدفت دراسة (Sibel Onursoy ، 2015) (12) التعرف على كيفية انشاء المعنى من خلال الصور المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي ، حيث أجريت الدراسة على عينة من صور الناشطين على مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة كيف يتم إيصال أعمق المعاني والأيدولوجيات من وحدات المعنى السطحية فيما يتعلق بالثقافة البصرية، والبنية الاجتماعية المرتكزة على العينين، والفرضية السيميائية البصرية ، وقد تم تطبيق الدراسة على عينة عمدية من مختلف الصور المتداولة في وسائل الاعلام الاجتماعية خاصة في فترة الاحتجاجات في تركيا ضد الحكومة والشرطة ، وقد توصلت الدراسة إلى أنه من خلال تتبع دلالات الصور في وسائل الإعلام الحديثة المعاصرة واستخدامها للرموز أو الاشارات اتضح اختلاف تأثيرها باختلاف الفترات التي تمر بها من حيث التأثير على القرار وآليات سلوك المجتمع لأنها مستوحاة من واقع الحياة .

واستهدفت دراسة (Helen Caple & John S. Knox ، 2015) (13) معارض الصور التي تنشرها عدد من الصحف الإلكترونية على الإنترنت، وكيف يمكن أن النهج السيميائي الذي تعتمد عليه هذه المواقع في دعم المحتوى الخبري المتعدد الوسائط، حيث اعتمدت الدراسة على التحليل النوعي السيميائي لـ 35 معرضاً

للصور في 12 صحيفة على الإنترنت من أوروبا وأمريكا الشمالية وأستراليا وآسيا ،
وتوصلت الدراسة إلى أن معارض الصور المصاحبة للأخبار متعددة الوسائط تسهم
بشكل كبير في دعم المحتوى الخبري المصاحبه له.

وتناولت دراسة (Michal D. Bruce , 2014)⁽¹⁴⁾ التعرف على أوجه الاتفاق
والاختلاف بين الشبكات التليفزيونية الإخبارية العربية الدولية في كيفية تأطير
الصورة لتغطية الصراع خلال الربيع العربي، وذلك بتحليل محتوى 89 قصة
إخبارية تضم 1951 لقطة أو صورة في شبكات الحرة والجزيرة والجزيرة الإنجليزية
والبي بي سي عربي والعربية خلال الفترة من ديسمبر 2010 حتى يونيو 2011 ،
وتوصلت إلى أن إطار الاهتمامات الإنسانية جاء في مقدمة الأطر التي اعتمدت عليها
التغطية المصورة التي قدمتها شبكات الدراسة ، وأن قناة الحرة كانت تغلب عليها
وجهة النظر الأمريكية .

وسعت دراسة (أمل خطاب ، 2012)⁽¹⁵⁾ إلى تحليل وتفسير التغطية المصورة
لاحداث ثورة 25 يناير 2011 في صحف الأهرام والوفد والمصري اليوم - مقتصرة
على الصورة الفوتوغرافية شخصية كانت أو موضوعية - تحليلاً سيمولوجياً للبحث
في المقاصد المباشرة وغير المباشرة، وتشغيل آليات التأويل لاستنتاج المعنى
التضميني الذي تبثه هذه الصور المنشورة ، وذلك في الفترة من 26 يناير 2011
حتى 12 فبراير 2011، وتوصلت الدراسة إلى أن عملية اختيار الصحيفة لشخصيات
بعينها لتحظى بالحضور داخل مضمون الصورة والإقصاء المتعمد لآخرى تعد آلية
أساسية في بناء تحيزات نحو الحدث موضع التغطية الخبرية ، كما أشارت الدراسة
إلى أن صحيفة الأهرام اعتمدت على آليات تهبيج المشاعر ، الحذف المقصود ، في
حين عمدت الوفد إلى إبراز شجاعة المتظاهرين معتمدة على آلية "التناص الأيقوني"
، فيما ركزت المصري اليوم على دعم الصور بالرسائل الكلامية كآلية لتوجيه
القارئ أو إرشاده لإتجاه يدعم سياستها .

استهدفت دراسة (Yunisrina Yusuf ، 2012)⁽¹⁶⁾ دراسة الدلالات السيميائية المتعلقة بترميز النصوص الإخبارية على شبكة الإنترنت وكيف يمكن لها التأثير على المعاني ، وذلك من خلال التحليل السيميائي للعلامات واللغة والرسوم البيانية والصور حيث تم إجراء الدراسة على 3 مواقع مختلفة هي موقع صحيفة جيروزاليم بوست، والجارديان و الجزيرة ، وذلك بالتطبيق على الحرب الإسرائيلية ضد قطاع غزة خلال شهر يناير 2009 وبخاصة قصة مقتل 3 فتيات فلسطينيات جراء قصف من قبل دبابة إسرائيلية ، حيث توصلت الدراسة إلى أن صحيفة جيروزاليم بوست وظفت النص والصور متحيزة لإسرائيل ، فيما حققت الجارديان تغطية متوازنة إلى حد كبير ، فيما جاءت الجزيرة متحيزة للضحية .

فيما سعت دراسة (Semiha Topbas ، 2011)⁽¹⁷⁾ إلى تحليل مختلف الرموز والعلامات المستخدمة في بناء المعاني، و ترميز الأحداث في الصور التي نشرتها الصحافة الوطنية في تركيا من أجل فهم مفهوم القومية التي هيمنت على الوضع السياسي والأيدولوجي في التعامل مع القضية القبرصية، وقد تم استخدام أداة التحليل السيميولوجي لتحليل الصور ، حيث توصلت الدراسة إلى أن الصحافة المكتوبة انتقلت في الامتثال البيئة السياسية القومية وسعت لبناء ذاكرة مشتركة تتعلق بالقيم الوطنية أثناء عملية قبرص، إضافة إلى إضفاء الصبغة القانونية على الحرب.

وهدفت دراسة (Angie Lovelace ، 2010)⁽¹⁸⁾ التعرف على الدلالات الكامنة وراء الصور التي تم نشرها مرارا وتكرارا في وسائل الإعلام عن حرب فيتنام والتي أعيد استخدامها وإعادة نشرها ، وقد استخدمت أداة التحليل السيميائي لتحليل الرموز أو الدلالات التي تشير إليها الصور من أجل تحديد الصفات المشتركة بينها، وأشارت النتائج إلى أن هناك خيوط مشتركة بين رموز تلك الصور تمثلت في الغضب العاطفي، وصورة البراءة، والشعور بالعجز .

وتناولت دراسة (John S. Knox ، 2009)⁽¹⁹⁾ ، التعرف على التواصل البصري واللفظي على الصفحات الرئيسية لثلاثة من الصحف على الإنترنت باللغة الإنجليزية

من مختلف الثقافات الوطنية ، وذلك لمعرفة أوجه التشابه بين الصحف الرئيسية الثلاث وتحديد البنية البصرية اللفظية من القصص الإخبارية في الصفحات الرئيسية، حيث أجريت الدراسة على صحف بانكوك بوست Bangkok Post ، صحيفة الشعب اليومية People's Daily ، صحيفة سيدني مورنينج هيرالد Sydney Morning Herald. وتوصلت الدراسة إلى وجود قدر كبير من الاتساق في التصميم البصري اللفظي للأخبار عبر فترات زمنية طويلة ، كما أشارت الدراسة أيضا أن قواعد اللغة البصرية الخاصة بالصفحات الرئيسية لصحف الدراسة تأثرت بطبيعة النشر الإلكتروني والذي يتسم بالسرعة والتفاعل وظهور شاشة واحدة أمام المستخدم ، إضافة إلى إمكانية توظيف اللون والصور ، وربط الوسائط المتعددة مع النص الشعبي .

مشكلة الدراسة:

تتمثل مشكلة هذه الدراسة في دراسة وتحليل وتفسير تغطية صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية الموجهة بالعربية للحرب على الإرهاب في إطار دراسة تحليلية سمبولوجية تستهدف الوصول إلى المعنى التضميني الذي تتضمنه ملفات الفيديو المنشورة وذلك من خلال دراسة وتحليل عدة متغيرات تشمل الموضوعات الأكثر بروزا ، واستراتيجيات الأطر المصورة ، واتجاه وطبيعة التغطية المصورة ، والقوى الفاعلة وسماتها ، وأساليب الإقناع ، والمصادر التي اعتمدت عليها مواقع الدراسة في الوصول الى ملفات الفيديو المختلفة التي نشرتها حول الحرب على الإرهاب ، وزوايا التصوير ودلالاتها ، إضافة إلى تحليل الملامح الخارجية لمقاطع الفيديو.

أهمية الدراسة :

ترجع أهمية هذه الدراسة إلى عدة أمور ، أبرزها :

- 1 - الأهمية الكبرى التي اكتسبتها صحافة الفيديو Video journalism خلال السنوات الأخيرة خاصة مع ظهور ويب Web 2.0 وما أحدثه من طفرة كبيرة في التفاعلية والاعتماد على الوسائط المتعددة Multimedia.

الحرب على الإرهاب كما تعكسها صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية الموجهة بالعربية

- 2 - تصاعد العمليات الإرهابية خلال السنوات الأخيرة وفي المقابل تصاعد وتيرة الحرب على الإرهاب لمواجهة جرائم التنظيمات الإرهابية والمتطرفة .
- 3 - تنوع الأساليب التي اعتمدها مصر في مواجهة الإرهاب خلال فترة الدراسة ما بين العمليات العسكرية وإعلان حالة الطوارئ إضافة إلى مقاطعة الدول الداعمة للإرهاب والممولة له .
- 4 - تصاعد أهمية الدلالات التي تعكسها الصورة المتحركة ودورها في إيصال رسائل بعينها للمستخدمين مقارنة بدلالات اللغة المكتوبة خاصة في عصر الصحافة الإلكترونية والإعلام الجديد .
- 5 - الدور الكبير الذي تلعبه ملفات الفيديو في جذب القراء والمستخدمين خاصة إذا كان الأمر يتعلق بقضية مصيرية مثل الحرب على الإرهاب .

أهداف الدراسة :

- هناك العديد من الأهداف التي تسعى هذه الدراسة إلى تحقيقها ، أبرزها :
- 1 - التعرف على مدى اعتماد مواقع الدراسة على صحافة الفيديو في تغطيتها لقضية الحرب على الإرهاب .
 - 2 - الوقوف على أبرز الموضوعات التي ركزت عليها مواقع الدراسة في تغطيتها لهذه القضية .
 - 3 - تحديد الأطر المصورة التي اعتمدت عليها صحافة الفيديو بمواقع الدراسة في تغطيتها للحرب على الإرهاب .
 - 4 - رصد القوى الفاعلة وأساليب الإقناع التي اعتمدت عليها صحافة الفيديو بمواقع الدراسة في تناولها للحرب على الإرهاب .
 - 5 - إبراز ملامح توظيف المعالجات الإخراجية لملفات الفيديو في مواقع الدراسة عند تغطيتها للحرب على الإرهاب

تساؤلات الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة عن مجموعة من التساؤلات ، في مقدمتها :

- 1 - ما مدى اعتماد مواقع الدراسة على صحافة الفيديو في تغطيتها لقضية الحرب على الإرهاب؟
- 2 - ما أبرز الموضوعات التي تناولتها صحافة الفيديو في تغطيتها للحرب على الارهاب ؟
- 3 - ما استراتيجيات الأطر المصورة لقضايا الحرب على الارهاب في مواقع الدراسة؟
- 4 - ما اتجاه معالجة صحافة الفيديو في مواقع الدراسة للحرب على الإرهاب ؟
- 5 - ما طبيعة التغطية المصورة للحرب على الإرهاب في مواقع الدراسة ؟
- 6 - ما القوى الفاعلة التي اعتمدت عليها صحافة الفيديو بمواقع الدراسة في تناولها للحرب على الإرهاب ؟
- 7 - ما أساليب الإقناع التي اعتمدت عليها صحافة الفيديو بمواقع الدراسة في تناولها للحرب على الإرهاب ؟
- 8 - ما الأشكال الصحفية المصاحبة لملفات الفيديو المتعلقة بالحرب على الارهاب ؟
- 9 - ما مصادر ملفات الفيديو المتعلقة بالحرب على الإرهاب في مواقع الدراسة ؟
- 10 - ما أبرز زوايا التصوير المستخدمة في ملفات الفيديو وما دلالات توظيف هذه الزوايا في مجال توصيل احياءات ومعانى معينة متعلقة بالحرب على الإرهاب ؟

فروض الدراسة :

تسعى الدراسة إلى اختبار مدى صحة الفرض الرئيسي التالي :

توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين نوع الموقع (مصري ، أمريكي موجه) وبين
كلا من :

- استراتيجيات الأطر المصورة .

- اتجاه وطبيعة التغطية المصورة .

- أساليب الإقناع المستخدمة .

- زوايا التصوير .

- نوع اللقطات .

الإجراءات المنهجية للدراسة ، وتشمل :

1 - نوع الدراسة :

تتنمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم
خصائص مجموعة معينة ، أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد أو دراسة
الحقائق الراهنة والمتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الأوضاع ، وذلك
بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها دون الدخول في أسبابها أو الحكم
فيها ، وذلك بغض النظر عن وجود أو عدم وجود فروض محددة مسبقاً .⁽²⁰⁾
والظاهرة التي تسعى الدراسة الحالية إلى تقرير خصائصها هي الحرب على
الإرهاب كما تعكسها المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية الموجهة بالعربية
وذلك في إطار دراسة تحليلية سيميائية .

2 - منهج الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على **منهج المسح Survey** والذي يستهدف تسجيل وتحليل
وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها وعن
عناصرها من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات
ومصدرها وطرق الحصول عليها.⁽²¹⁾ ويعد منهج المسح جهداً علمياً منظماً للحصول

الحرب على الإرهاب كما تعكسها صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية الموجهة بالعربية

على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة الظواهر موضوع البحث ولفترة زمنية كافية للدراسة⁽²²⁾، حيث يقوم الباحث في هذه الدراسة بإجراء المسح الإعلامي لعينة من المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية الموجهة بالعربية وذلك للتعرف على تناولها للحرب على الإرهاب في مصر وذلك في إطار دراسة تحليلية سيميائية .

3 مجتمع الدراسة :

يتمثل مجتمع الدراسة في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية الموجهة بالعربية.

4 - عينة الدراسة :

تم إجراء الدراسة على صحافة الفيديو في اثنين من المواقع الإلكترونية المصرية ، هما (بوابة الأهرام ، اليوم السابع) وآخرين أمريكيين موجهين باللغة العربية هما (موقع سي إن إن باللغة العربية ، موقع قناة الحرة الأمريكية) ، ويرجع أسباب اختيار هذه المواقع إلى ما يلي :

أ - بوابة الأهرام gate.ahram.org.eg⁽²³⁾ : موقعاً إخبارياً شاملاً يتبع مؤسسة الأهرام الصحفية وهي إحدى أبرز وسائل الإعلام القومية في مصر ، وقد تقدم موقع بوابة الأهرام على جميع المواقع الإلكترونية الحكومية في مصر وفقاً لتصنيف موقع أليكسا⁽²⁴⁾ .

ب - اليوم السابع youm7.com⁽²⁵⁾ : أحد أبرز المواقع الإلكترونية المستقلة في مصر وفقاً لتصنيف أليكسا⁽²⁶⁾ ، كما أشارت بعض الدراسات إلى تقدمه من حيث أكثر المواقع الإلكترونية متابعة في مصر .⁽²⁷⁾

ج - موقع سي إن إن باللغة العربية arabic.cnn.com⁽²⁸⁾ : أحد أبرز المواقع الإلكترونية الموجهة باللغة العربية وأحد أبرز المواقع الإلكترونية العالمية التابعة لوكالة سي إن إن تم تأسيسه في 19 يناير/كانون الثاني عام 2002. ويُعنى الموقع

بتقديم الأخبار الدولية من منظور عربي، ويتم تحديثه على مدار الساعة بتطورات الأحداث العالمية. يقع مقر الوكالة في مدينة دبي بدولة الإمارات العربية المتحدة.

د - موقع الحرية دوت كوم **alhurra.com**⁽²⁹⁾: أحد أبرز المواقع الأمريكية الموجهة باللغة العربية وهو موقع تابع لقناة "الحرية" الأمريكية، وهي مؤسسة يمولها الكونجرس الأمريكي من خلال هبة مقدمة من مجلس أمناء البث الإذاعي والتلفزيوني وهو وكالة فيدرالية مستقلة.

المجال الزمني للعينة: قام الباحثان بإجراء الدراسة التحليلية في الفترة من 9 إبريل 2017 حتى 9 يوليو 2017، حيث اعتمد الباحثان على أسلوب الحصر الشامل لجميع ملفات الفيديو التي اعتمدت عليها مواقع الدراسة في تناولها للحرب على الإرهاب في مصر.

وترجع أسباب اختيار هذه الفترة إلى ما يلي:

- 1 - أن هذه الفترة بدأت بإعلان حالة الطوارئ في مصر عقب تفجير كنيسة مارجرجس في طنطا و المرقسية في الإسكندرية اللذين أسفرا عن سقوط عشرات القتلى والجرحى.
- 2 - تواصل جهود القوات المسلحة المصرية والشرطة في تعقب قوى الشر والإرهاب.
- 3 - تواصل العمليات العسكرية لقوات الجيش والشرطة في سيناء .
- 4 - وقوع العديد من الهجمات الإرهابية خلال فترة الدراسة سواء في سيناء أو أماكن متفرقة أخرى وبخاصة الهجوم الإرهابي على أتوبيس في محافظة المنيا والذي أعقبه توجيه ضربه لمعقل الإرهاب في ليبيا .
- 5 - شهدت فترة الدراسة إعلان مصر وعدد من الدول العربية مقاطعة دولة قطر بسبب دعمها للإرهاب ومطالبتها بضرورة التوقف عن هذا السلوك، وإعلان

قوائم بالمنظمات والأشخاص المتهمين بالإرهاب والذين تدعمهم السلطات القطرية.

5 - أساليب التحليل:

اعتمدت هذه الدراسة على عدد من أساليب التحليل والتي رأى الباحثان توافقها مع مشكلة وأهداف الدراسة ، وتسهم في الإجابة على تساؤلاتها واختبار مدى صحة فروضها ، وتمثلت في :

(أ) - تحليل المضمون Content analysis: والذي يعرف بأنه " تحليل كمي منظم للمحتوى الإعلامي يساعد على استخلاص النتائج و الاستنتاجات العامة التي تلخص المحتوى بدلا من التركيز على كل وحدة على حده" .⁽³⁰⁾ ويعرف أيضا على أنه "أحد الأساليب البحثية التي تستخدم في تحليل المواد الإعلامية بهدف التوصل إلى استدلالات واستنتاجات صحيحة ومطابقة في حالة إعادة البحث أو التحليل .⁽³¹⁾ ويرتبط تحليل المضمون ارتباطاً مباشراً بالمشكلة البحثية والتساؤلات الخاصة بالدراسة.

(ب) أسلوب تحليل الأطر فى ملفات الفيديو The Content Analysis of Video Frames

وذلك لمحاولة الكشف عن الأطر المتضمنة في صحافة الفيديو المتعلقة بالحرب على الإرهاب في مصر بالمواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية الموجهة بالعربية .

(ج) أسلوب التحليل الدلالي لملفات الفيديو Semiotic Video Analysis

وذلك لرصد وتحليل مجموعة من الدلالات في ملفات الفيديو التي تتناول الحرب على الإرهاب في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية الموجهة بالعربية ، وذلك بالتطبيق على العناصر التكوينية في ملفات الفيديو .

- **أساليب الإقناع:** التي استخدمتها مواقع الدراسة في تناولها للحرب على الإرهاب ودلالة تلك الأساليب وذلك من خلال ملفات الفيديو المعروضة على هذه المواقع بهدف إقناع المشاهد بها سواء أكانت هذه الأساليب منطقية أو غير منطقية .

- **القوى الفاعلة:** وذلك من خلال تحليل تصور المواقع الإلكترونية محل الدراسة للقوى الفاعلة التي تظهر في ملفات الفيديو المتعلقة بالحرب على الإرهاب في مصر والسماح المصاحبة لها

(د) **الأسلوب المقارن Comparative Method:** وذلك للمقارنة بين المواقع الإلكترونية المصرية والمواقع الإلكترونية الأمريكية الموجهة بالعربية من حيث تناول صحافة الفيديو بهذه المواقع للحرب على الإرهاب في مصر .

6 - أداة الدراسة:

تمثلت أداة الدراسة في صحيفة تحليل المضمون ، والتي تم إعدادها بشكل منهجي كي تستخدم في الدراسة التحليلية السيميائية للحرب على الإرهاب كما تعكسها صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية الموجهة بالعربية ، هذا وقد مرت عملية إعداد استمارة تحليل المضمون بعدد من الخطوات ، نستعرضها فيما يلي :

الخطوات الإجرائية لإعداد استمارة تحليل المضمون:

لتصميم استمارة تحليل المضمون قام الباحثان بالخطوات التالية :

- **التحليل المبدئي Preliminary Analysis:** وذلك بعد الإطلاع على الدراسات السابقة وثيقة الصلة بموضوع الدراسة ، حيث قام الباحثان بإجراء دراسة استطلاعية على عينة من إجمالي ملفات الفيديو المتعلقة بالحرب على الإرهاب في مصر بالمواقع الإلكترونية عينة الدراسة ، وذلك بهدف تحديد الفئات التي يمكن من خلالها إجراء دراسة تحليلية سيميائية للحرب على الإرهاب كما تعكسها صحافة الفيديو في مواقع الدراسة.

- تحديد وحدات التحليل :

استخدم الباحثان عددا من وحدات العد والقياس تمثلت في:

أ - **وحدة المفردة :** وهي الوحدة الطبيعية لمادة الاتصال حيث تم اعتبار الفيديو وحدة واحدة لتحديد كلا من (أبرز الموضوعات التي تناولتها ملفات الفيديو ، الشكل الصحفي المصاحب للفيديو ، استراتيجيات الأطر ، اتجاه المعالجة ، القوى الفاعلة وسماتها ، أساليب الإقناع، طبيعة التغطية المصورة ، مصدر الفيديو ، مصدر المعلومة ، موقع الفيديو من النص ، الفترة الزمنية التي يستغرقها الفيديو ، الأصوات المصاحبة للفيديو) .

ب - **وحدة اللقطة :** حيث تم استخدامها في تحليل (زوايا الكاميرا الرأسية والأفقية ، أنواع اللقطات) .

ج - **وحدة الزمن :** وهي عبارة عن مقياس يهدف للتعرف على المساحة الزمنية للفيديو وهي تحسب بالدقيقة والثانية .

- تحديد فئات التحليل :

(أ) : **فئات المضمون (ماذا قيل ؟) :**

و تشمل على مجموعة من الفئات الرئيسية (وهي عبارة عن المكونات الرئيسية التي يتم تصنيف المحتوى بموجبها) ، والتي تنفرع منها فئات فرعية ، وقد تم تقسيم فئات المضمون إلى الفئات التالية:

- **موضوع الفيديو :** وتشمل على فئات : (إعلان حالة الطوارئ ، الدعوة إلى تجديد الخطاب الديني ، الضربات الاستباقية لمعاقل الإرهاب ، ملاحقة المتورطين في أعمال إرهابية، محاكمة المتهمين في أحداث عنف ، جهود المؤسسات الدينية في مواجهة الإرهاب ، مقاطعة الدول الداعمة للإرهاب ، أخرى) .

- **استراتيجيات الأطر،** وتشمل على فئات: (الصراع ، الخوف ، التأييد ، الأسباب ، النتائج ، الحلول ، الاهتمامات الإنسانية ، أكثر من إطار) .

- اتجاه المعالجة : وتشمل على فئات (سلبي ، إيجابي ، محايد)
 - طبيعة التغطية المصورة ، وتشتمل على فئات (متحيزة ، متوازنة ، غير واضحة).
 - القوى الفاعلة : وتشتمل على فئات (رؤساء ، قوات الشرطة أو الجيش ، شخصيات دينية ، أهالي الضحايا والمصابين ، وزراء ، جماعات ارهابية ، دول ، ضحايا الإرهاب ، شهود عيان ، شخصيات سياسية ، أكثر من فاعل)
 - سمات الفاعل : وتشمل على فئات (سلبي ، إيجابي ، محايد) .
 - أساليب الإقناع ، وتشمل على فئتي (منطقية ، غير منطقية) .
 - مصدر الفيديو ، وتشمل على فئات: (قنوات ، مصور الموقع ، لقطات فيديو من إنتاج الموقع ، وكالات أنباء ، مواقع التواصل الاجتماعي ، أرشيف ، غير محددة المصدر ، أفلام وثائقية) .
 - مصدر المعلومة ، وتشمل فئات : (مسؤولون رسميون ، خبراء متخصصون ، تقارير رسمية ، رجال الشرطة والجيش ، شهود عيان وجمهور عام ، أهالي الضحايا والمصابين ، غير معلوم ، أكثر من مصدر ، أخرى).
 - الأطر التكوينية لزوايا الكاميرا ، وتشمل فئتي (الزوايا ، نوع اللقطات) .
- (ب) : فئات الشكل (كيف قيل) :
- و تشتمل على مجموعة من الفئات الرئيسية التي تتفرع منها فئات فرعية ، حيث تم تقسيم فئات الشكل أيضا كالتالي :
- الشكل الصحفي المصاحب للفيديو، و تشتمل على فئات (خبر ، تقرير ، تحليلات ، بدون شكل مصاحب أخرى) .
 - الأصوات المصاحبة للفيديو ، وتشتمل على فئات : (تعليق صوتي ، موسيقى ، صراخ وبكاء ، حديث شخصيات ، تفجيرات أو اطلاق نار ، صوت طائرات أو دبابات ، أكثر من صوت) .

- موقع الفيديو من النص ، وتشتمل على فئات : (أعلى ، ضمن ، أسفل)
- المدة الزمنية للفيديو ، وتشتمل على فئات : (أقل من دقيقة ، من دقيقة إلى أقل من دقيقتين ، من دقيقتين إلى أقل من ثلاث دقائق ، ثلاث دقائق فأكثر) .

7 - إجراءات الصدق و الثبات :

- أولاً : إجراءات الصدق :

قام الباحثان بعرض استمارة تحليل المضمون على مجموعة من المحكمين للحكم على مدى صلاحيتها وملائمتها للدراسة⁽³²⁾ حيث روعي في اختيارهم تعدد مجالات تخصصهم من حيث الصحافة والإعلام الجديد ، والإذاعة والتلفزيون . وبناء على آراء السادة المحكمين في الاستمارة ، قام الباحث بتعديل بعض فئات الاستمارة ، مثل (إضافة بعض الفئات المتعلقة بفئات تحليل المضمون ، وكذلك بعض الفئات المتعلقة بالتحليل السيميائي) ، وقد قام الباحث بإجراء التعديلات اللازمة على الاستمارة .

- ثانياً : إجراءات الثبات :

قام الباحثان باستخدام أسلوب إعادة الاختبار ، والذي يتفق خبراء تحليل المضمون على أنه أنسب طريقة لقياس ثبات التحليل في الدراسة التحليلية ، حيث تم إجراء اختبار الثبات مع اثنين من الباحثين⁽³³⁾ لمعرفة مدى ثبات معامل التحليل بينهم على المستوى الكلي للمقياس ، وتم إجراء الثبات على نسبة 10 % من ملفات الفيديو التي تناولت الحرب على الإرهاب في مصر بالمواقع الإلكترونية عينة الدراسة بواقع 17 فيديو .

ولقياس نسبة الثبات تم شرح فئات التحليل لكل باحث ، كما زود كل باحث بالتعريفات الإجرائية لفئات التحليل ، واتخذ لكل منهم رمزا ، وبلغ عدد حالات قياس الثبات وفقا لقانون التبادل ثلاث حالات .

وقد تم استخدام معامل هولستي لمعرفة مدى تطابق التحليل بين الباحث والذي رمز له بالرمز (أ) ، و المحكم رقم (1) والذي رمز له بالرمز (ب) ، و المحكم رقم (2) والذي رمز له بالرمز (ج) ، حيث قام الباحث بتطبيق المعادلة التالية :

ن (متوسط الاتفاق بين المحكمين)

= ت

ن₁ + 2 ن₂ + 3 ن₃ (مجموع الحالات التي تم تحليلها)

15

$$0.89 = \frac{\quad}{17} = \text{أ، ب}$$

17

16

$$0.94 = \frac{\quad}{17} = \text{أ، ج}$$

17

14

$$0.82 = \frac{\quad}{17} = \text{ب، ج}$$

17

14 + 16 + 15

$$0.88 = \frac{\quad}{51} = \text{نسبة الثبات (ت)}$$

51

حيث نسبة الثبات = 88 % وهي نسبة عالية تدل على ثبات الأداة ، وتؤكد وضوح
الاستمارة وصلاحياتها لجمع البيانات المطلوبة .

الأساليب الإحصائية لتحليل البيانات :

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة ، تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي ،
ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج " الحزمة

الإحصائية للعلوم الاجتماعية " SPSS Statistical Package for the Social Science .

وتم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة:

1- الجداول البسيطة

2 - الجداول المركبة التي تربط بين المتغيرات المختلفة للدراسة Cross .Tabulation

3- اختبار كا² Chi Square Test : لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (Nominal) .

4- معامل التوافق Contingency Coefficient : لتحديد قوة العلاقة في حال ثبوتها باختبار كا² ولا يستخدم مع غيره من المعاملات .

مستوى الدلالة المعتمد في هذه الدراسة : اعتمدت الباحث على مستوى دلالة يبلغ 0.05 لاعتبار العلاقات ذات دلالة إحصائية من عدمه .

صحافة الفيديو Videos Journalism :

شهدت السنوات القليلة الماضية تزايدا مطردا في معدلات نشر ملفات الفيديو على الانترنت، مدفوعا بالتطورات التقنية والمبادرات من عدد من المنصات الإلكترونية مثل الفيسبوك Facebook، إضافة إلى ارتفاع معدلات الاستثمار من قبل شركات وسائل الإعلام في صياغة القصص المرئية⁽³⁴⁾، كذلك تزايد نسب المستخدمين الذين يقبلون على مشاهدة ملفات الفيديو المنشورة على الإنترنت ، حيث تشير الدراسات إلى أنه بحلول عام 2013 كان حوالي 36 % من البالغين في الولايات المتحدة الأمريكية يشاهدون ملفات الفيديو على الإنترنت سواء تلك الموجودة على مواقع متخصصة أو المنشورة على المواقع الصحفية⁽³⁵⁾ .

وأصبح من السهل الوصول إلى أدلة يومية تؤكد تزايد نسبة استخدام ملفات الفيديو المنشورة على الإنترنت وسط انخفاض نسب التعرض للوسائل المقابلة⁽³⁶⁾ ، فقد

مكنّت الهواتف الذكية Smartphones والأجهزة اللوحية Tablets المزودة بشاشات عالية الجودة من تمكين المستهلكين من مشاهدة مقاطع الفيديو في أي مكان ، في حين خفضت الكاميرات المحمولة والتطبيقات الذكية وبرامج التحرير البسيطة من تكلفة إنتاج محتوى ملفات الفيديو ، كما أسهم انخفاض تكاليف خدمات الإنترنت في ارتفاع نسب التعرض العمدي والعرضي لملفات الفيديو على شبكة الويب ، وتشير الدراسات إلى تزايد نسب استخدام ملفات الفيديو بنسبة 75 % ليصل إلى 8 مليار مشاهدة فيديو يومياً ، إضافة إلى نشر ما يقرب من 1.5 مليون مقطع فيديو على فيسبوك بحلول ديسمبر 2015 .⁽³⁷⁾ حيث تزامن ذلك مع انخفاض نسب مشاهدة نشرات الأخبار في التلفزيون بعد عقود من الارتفاع، فقد سجلت التقارير انخفاض مشاهدات نشرات الأخبار التلفزيونية في كل من بريطانيا والولايات المتحدة الأمريكية وفرنسا ليس فقط بين الشباب ولكن بين نسب المشاهدين ككل .⁽³⁸⁾

وعلى الرغم من أن نشر ملفات الفيديو على شبكة الإنترنت سبب حالة من الانزعاج وربما الإضطراب لدى المؤسسات الإعلامية في بداية الأمر ، إلا أنها سرعان ما سعت إلى البحث في كيفية توظيف هذا الشكل الإعلامي الجديد والاستفادة منه .⁽³⁹⁾

وتعد صحافة الفيديو Video Journalism أحد أشكال الصحافة، التي يقوم من خلالها الصحفيون بتصوير وتحرير وغالباً تقديم ونشر مواد الفيديو التي يصورونها، ظهرت بداياتها في الولايات المتحدة 1930 ، حيث أحدثت كاميرا الفيديو الديجيتال ثورة في البث الحي، وفي عام ١٩٩٠ كانت بدايه ظهور صحفي الفيديو كوظيفة بنيويورك، وفي عام ٢٠٠١ بالمملكة المتحدة تحولت وكالة البي بي سي BBC لصحافة الفيديو وتم تعيين أكثر من 600 صحفي فيديو في عام ٢٠٠٥ ، ومع انتشار الانترنت والإنتاج منخفض التكاليف تنافست المواقع الإلكترونية والصحافة الشعبية مع القنوات التلفزيونية في إنتاج ما نراه اليوم في شكل صحافة فيديو معاصره.⁽⁴⁰⁾

وقد أصبحت ملفات الفيديو التي طالما كانت عاملاً منافساً للنص المكتوب الآن هي طريق الخلاص والداعم للنص في ظل التطورات التكنولوجية الحديثة⁽⁴¹⁾ ، كما

أصبح عنصر الفيديو له تأثير كبير في تذكر المضمون الإخباري، فالأخبار المقدمة والمصاحبة للفيديو أكثر قابلية للتذكر من الأخبار المقدمة عن طريق النص فقط. (42)

ويمكن هنا أن نفرق بين ثلاثة مصطلحات أساسية هي (التدوين بالفيديو Video Blogging ، الصحافة الشعبية Citizen Journalism ، صحافة الفيديو Video Journalism) ، وذلك كالتالي : (43)

1 - التدوين بالفيديو Video Blogging: يقتصر غالباً على استخدام الفيديو كتقنية حديثة لجذب عدداً أكبر من الزائرين للصفحة أو الموقع، ومع ذلك يظل يحمل كافة خواص التدوين من حيث الفردية، والحرية، وتغليب الرأي والانطباعات الشخصية.

2 - الصحافة الشعبية أو صحافة المواطن Citizen Journalism : من المواطن وإليه، وتعتمد اللامركزية في نقل الخبر، كما تتمتع بجرأة وحرية تفتقر إليها أعرق وأكبر المؤسسات الصحفية، وإن كان عدم التزامها بمعايير أو مواثيق يطرح علمات استقهام من أن لآخر حول مصداقيتها إلا أنها تظل الأكثر قدرة على تغطية الأحداث الضخمة.

3- صحافة الفيديو Video Journalism: هي نقلة في الصحافة الإلكترونية من حيث الحرفية، المصداقية، الجاذبية، ونسبة المشاهدة، وبالتالي العائد المعنوي لصحفي الفيديو والمادي للمؤسسة، التزام صحفي الفيديو بالقيم التحريرية واستخدامه بعض أساليب إخراج العمل يعطي عمراً أطول للمادة الخبرية الصورة مقارنة بمثيلتها ، كما تلتزم صحافة الفيديو بالقيم التحريرية كما في الصحافة المطبوعة ومنها: الحياد وهو البقاء على مسافة واحدة من جميع الأطراف، والدقة والأمانة عن طريق بذل أقصى جهد في تحري المعلومات بدقة حتى ننقل للقارئ الخبر بصدق وأمانة، والتوازن عن طريق عكس الأوزان النسبية لجميع الأطراف في التغطية الصحفية، وتنتهي بالموضوعية وهي فصل الرأي عن الخبر، فتنسب لمصادر واضحة كلما أمكن، التحلي بالعمق، ومراعاة السياق والخلفية.

لقد أصبحت صحافة الفيديو Video Journalism مستقبل الصحافة الإلكترونية في ظل التطور التكنولوجي الهائل، خاصة مع دخول الهواتف الذكية معها في تقديم ملفات الفيديو الإخبارية، إضافة إلى حرص المحررين على تبني التكنولوجيا الحديثة والتي ينظر إليها باعتبارها مستقبل الأخبار⁽⁴⁴⁾، لذا حرصت الصحف والمواقع الإلكترونية على توظيف لقطات الفيديو في القصص الخبرية التي تنشرها، كما خصصت قنوات لها على الويب تنشر من خلاله ما يقوم مصوروها بتصويره من مقاطع فيديو، إضافة إلى تخصيص مساحات للفيديوهات التي يقوم بعض المواطنون بتصويرها وإرسالها وعرضها، إضافة إلى نشر مقاطع من ما تبثه بعض القنوات من مواد إعلامية متنوعة.

وعلى الرغم من وجود بعض المعوقات المتمثلة في الاعتقاد بأن قراءة المقالات أسرع وأكثر ملاءمة من مشاهدة الأخبار عبر الإنترنت، وأن هناك من يرى أن مقاطع الفيديو لا تضيف قيمة كافية لقصة نصية⁽⁴⁵⁾، إلا أن الإحصائيات تشير إلى أن السنوات المقبلة سوف تشهد تنامياً ملحوظاً في انتشار صحافة الفيديو وتزايد الإقبال عليها خاصة من قبل المستخدمين الشباب، مع توقعات إيجابية بزيادة عائدات الإعلان المرتبط بملفات الفيديو المنشورة على شبكة الإنترنت.⁽⁴⁶⁾

التحليل السيميائي لملفات الفيديو Video Semantic Content Analysis :

تذكر المعاجم اللغوية أن السيمياء تعني العلامة، ويعرف المعجم الوسيط علم السيمياء بأنه علم يبحث دلالة الإشارات في الحياة الاجتماعية وأنظمتها اللغوية⁽⁴⁷⁾.

ويمكن تعريف السيميائية Semantic بأنها "نظام الشبكة من العلامات النظامية المتسلسلة وفق قواعد لغوية متفق عليها في بيئة معينة"، أو "دراسة الأنماط والأنساق العلاماتية غير اللسانية"، أو "علم الإشارة الدالة مهما كان نوعها وأصلها"، وهو باختصار "علم خاص بالعلامات"⁽⁴⁸⁾.

يهدف علم السيمياء (السيمولوجيا) إلى دراسة المعنى الخفي لكل نظام علاماتي، فهو يدرس لغة الإنسان والحيوان وغيرها من العلامات غير اللسانية باعتبارها نسقا من

العلامات، كعلامات المرور وأساليب العرض في واجهة المحلات التجارية والخرائط والرسوم البيانية والصور وغيرها. (49)

فهو يدرس العلامات في كنف الحياة الاجتماعية، وقد يشكل فرعاً من علم النفس الاجتماعي، ومن أبرز باحثيه ومؤسسيه دي سوسير وشارل بيرز.

وما يبرر مشروعية البحث السيميائي للرسالة البصرية ذلك الاكتساح الملفت الذي فرضته الصورة بتجلياتها وأشكالها المختلفة في حياتنا اليومية، فهي في البيت تدخله دون استئذان وفي الشارع والمؤسسة والأسواق.. والثقافات السائدة في المجتمعات تقوم بتطبيع البعد الرمزي والثقافي والأيدولوجي للصورة. (50)

واللجوء إلى المقاربة السيميولوجية يعد خطوة هامة في الكشف عن القيم الدلالية والعلامات لأن السيميولوجيا جاءت لتقريب العلوم الإنسانية من حقل العلوم التجريبية -أي أنها رياضيات العلوم الاجتماعية والإنسانية- وإعادة المعنى غير المرئي للصورة والإنسان والتاريخ. (51)

كما أن مجمل الدلالات التي تثيرها الرسالة البصرية ليست وليدة مادة تضمينية دالة ومعانٍ قارة ومثبتة في أشكالٍ لا تتغير، وإنما هي أبعاد أنثروبولوجية واجتماعية وفطرية إنسانية.

ولهذا فالألوان والأشكال والخطوط تتسرب إلى الصورة محملة بدلالاتها السابقة، فالأشكال الهندسية -مثل المربع أو المثلث أو المستطيل أو الزوايا- لها دلالات أخرى غير التشكيل الهندسي لفضاءات مقطوعة من كون لا حد له، فالمخاطب الثقافي هو الذي يحول الوجه والإيماء والعضو إلى بؤرة لإنتاج الدلالات وتحديد أنماط استهلاكها. (52)

منهجية التحليل السيميائي:

"القاعدة الأساسية التي يتبعها السيميائي تكمن في تركيب الصورة بدءاً بشكلها وتنظيمها الداخلي والجمالي، ثم انتهاء باستخدام الألوان وعمق الصورة"

وإذا كان المستوى الأول من القراءة يرتبط بإدراك الرسالة البصرية في أبعادها الفنية والتشكيلية والتقنية وينحصر في التعامل مع ظاهرية الصورة في استقلالٍ عن فاعلها، فإن المستوى الثاني يرتبط بالتدليل أو التأويل، أي الحديث عن قيم دلالية تعد الصورة مهدا لها، أو تقديم الصورة من أجل التمثيل لقيمة ما. (53)

والعمليات التكوينية للصور لا تخرج في جملتها عما يلي: -

الاختيار من الواقع المنظور. - استخدام العناصر المشكلة للصورة. - تركيبها في نسق منتظم ينتج دلالة ما. من هنا اعتبر الباحث أن الصورة من الوجهة السيميولوجية باعتبارها علامة دالة تعتمد على منظومة ثلاثية من العلاقات بين الأطراف التالية: - مادة التعبير وهي الألوان والخطوط والمسافات. - أشكال التعبير وهي التكوينات التصويرية للأشياء والأشخاص. - مضمون التعبير ويشمل المحتوى الثقافي للصورة من ناحية وأبنيته الدلالية المشكلة لهذا المضمون من ناحية أخرى. (54)

بشكل عام فإن التحليل السيميائي للفيديو يكون من خلال 5 مستويات هي: (55)

- 1 - تكوين الفيديو أو الإطار العام للفيديو Video frame : ويمثل المكونات الرئيسية للفيديو أو بيانات الفيديو في إطارات متواصلة .
- 2 - الإطار الرئيسي Key frame : الإطار الأكثر تمثيلاً في الفيديو .
- 3 - لقطة الفيديو Video shot : تسلسل غير متقطع من الإطارات المسجلة من كاميرا واحدة، وهو الحد الأدنى للوحدة المادية لتحليل هيكل الفيديو. وتمثل لقطة الفيديو عادة إجراء متواصلاً سواء المكان والزمان.
- 4 - مشهد الفيديو Video scene : مجموعة من القطعات المتتابعة التي تتشابه في المحتوى تمثل مشهد واحد في زمن واحد ومكان واحد. يحتوي على بعض المعلومات الدلالية، ويمكننا من تحليل محتوى الفيديو بشكل أفضل.
- 5 - قصة الفيديو Story units : وهي تمثل حدثاً كاملاً على مستوى أعلى وهي تتكون من عدة لقطات مستمرة قد تنتمي إلى مشاهد مختلفة .

الحرب على الإرهاب كما تعكسها صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية
الموجهة بالعربية

مصطلحات الدراسة:

1 - الحرب على الإرهاب **War on Terrorism**: عبارة عن حملة عسكرية واقتصادية وإعلامية تقودها الولايات المتحدة وبمشاركة بعض الدول المتحالفة معها وتهدف هذه الحملة إلى القضاء على الإرهاب والدول الداعمة له.

والمقصود بالحرب على الإرهاب في هذه الدراسة: الحملة العسكرية والاقتصادية والإعلامية والدبلوماسية والدينية التي تقودها الدولة المصرية ضد جماعات التطرف والإرهاب في مصر والقوى والدول الداعمة والممولة والراعية لها .

2 - صحافة الفيديو **Video Journalism**: هي أحد أنواع "صحافة البث" حيث يقوم الصحفي بإعداد وتصوير ومونتاج وأحياناً نشر المادة الخاصة به .

نتائج الدراسة :

1 - توصيف عينة الدراسة :

جدول رقم (1)

يوضح مدى اعتماد مواقع الدراسة على صحافة الفيديو في تناولها للحرب على الإرهاب

اللقطات		ملفات الفيديو		توصيف العينة الموقع
%	ك	%	ك	
32.4	177	33,7	55	اليوم السابع
26.2	143	28,8	47	بوابة الأهرام
22.3	122	20,3	33	الحررة
19.1	104	17,2	28	CNN
100	546	100	163	الإجمالي

الحرب على الإرهاب كما تعكسها صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية الموجهة بالعربية

تشير بيانات الجدول رقم (1) إلى ما يلي:

- بلغ عدد ملفات الفيديو في مواقع الدراسة في تغطيتها للحرب على الإرهاب 163 ملف فيديو، حيث بلغت نسبة ملفات الفيديو في موقع اليوم السابع 33,7% ، يليه بوابة الأهرام بنسبة 28,8% ، ثم موقع الحرة بنسبة 20,3% ، فموقع CNN عربي بنسبة 17,2% .
- بلغ عدد اللقطات في ملفات الفيديو بمواقع الدراسة في تغطيتها للحرب على الإرهاب 546 لقطة ، حيث بلغت نسبة اللقطات في موقع اليوم السابع 32,4% ، يليه بوابة الأهرام بنسبة 26,2% ، ثم موقع الحرة بنسبة 22,3% ، فموقع CNN عربي بنسبة 19,1% .
- ولعل ارتفاع نسب ملفات الفيديو في موقعي اليوم السابع وبوابة الأهرام وإن كان يرجع إلى كونهما موقعين مصريين بالأساس معنيان بالحرب على الإرهاب في مصر أكثر من المواقع الأمريكية الموجهة بالعربية ، إلا أنه يؤكد أيضا انتشار صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية التابعة لمؤسسات صحفية ونظيرتها التابعة لمؤسسات إعلامية على حد سواء .

الحرب على الإرهاب كما تعكسها صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية
الموجهة بالعربية

2 - أبرز موضوعات الحرب على الإرهاب في صحافة الفيديو بمواقع الدراسة:

جدول رقم (2)

يوضح الموضوعات التي ركزت عليها مواقع الدراسة في تناولها للحرب على
الإرهاب

معام لالتوافق	مستوى المعنوية Sig د.ج7	2K Chi Square	إجمالي		Cnn		الحررة		بوابة الأهرام		اليوم السابع		الموقع مضمون الفيديو
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
			0.390	0.001	11.681	16,5	27	28,6	8	30,3	10	10,6	
			11,1	18	7,1	2	6,1	2	12,8	6	14,5	8	دعوات تجديد الخطاب الديني
			16,5	27	10,7	3	9,1	3	19,2	9	21,9	12	ضربات استباقية
			17,1	28	14,3	4	12,1	4	23,4	11	16,4	9	ملاحقة الإرهابيين
			12,4	20	14,3	4	9,1	3	10,6	5	14,5	8	محاكمات
			5,5	9	3,6	1	9,1	3	6,4	3	3,6	2	جهود المؤسسات الدينية
			14,7	24	14,3	4	9,1	3	14,9	7	18,2	10	مقاطعة الدول الداعمة للإرهاب
			3,1	5	7,1	2	9,1	3	-	-	-	-	أكثر من موضوع
			3,1	5	-	-	6,1	2	2,1	1	3,6	2	أخرى
			100	163	100	28	100	33	100	47	100	55	الإجمالي

تشير بيانات الجدول رقم (2) إلى :

الحرب على الإرهاب كما تعكسها صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية الموجهة بالعربية

- جاءت ملاحقة المتورطين في أعمال عنف على رأس الموضوعات التي تناولتها ملفات الفيديو في مواقع الدراسة في تغطيتها للحرب على الإرهاب وذلك بنسبة 17,1% ، تليها إعلان حالة الطوارئ ، الضربات الاستباقية بنسبة 16,5% لكل منهما ، ثم مقاطعة الدول الداعمة للإرهاب بنسبة 14,7% ، فمحاكمة المتهمين في أحداث عنف بنسبة 12,4% ، تليها الدعوة إلى تجديد الخطاب الديني بنسبة 11,1% ، ثم جهود المؤسسات الدينية في مواجهة الإرهاب بنسبة 5,5% ، ثم فئة أكثر من موضوع بنسبة 3,1% و فئة أخرى بنسبة 3,1% والتي تضمنت موضوعات حظر التجوال في سيناء ، وعروض للجيش والأسلحة.
- ولعل مجيء ملاحقة المتورطين في أعمال عنف في مقدمة الموضوعات المتعلقة بالحرب على الإرهاب في مواقع الدراسة يرجع إلى الحرب الحقيقية التي تقودها قوات الجيش والشرطة في مصر ضد جماعات العنف والإرهاب والتي نفذت الكثير من أعمال العنف ضد المدنيين والكنائس وقوات الجيش والشرطة وغيرها ، ولعل حادثتي استهداف كنيسة مارجرجس في طنطا والمرقسية في الإسكندرية والذين وقعا في يوم واحد كانا سبباً رئيساً في إعلان حالة الطوارئ التي جاءت في المرتبة التالية ، يعقبها الضربات الاستباقية سواء في الداخل لمعاقل الإرهاب أو في الخارج مثلما حدث في توجيه ضربات لمعسكرات الإرهابيين في ليبيا عقب حادث استهداف أتوبيس للأقباط في محافظة المنيا ، كما أن مجيء مقاطعة الدول الراحية للإرهاب يرجع إلى الموقف الحاسم الذي اتخذته مصر وعدد من الدول العربية لمقاطعة دولة قطر لدعمها للجماعات الإرهابية سواء في مصر أو في عدد من الدول العربية وتقديمها تمويلاً لها .
- جاء موقع الحرة على رأس المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث تركيز مضمون ملفات الفيديو على إعلان حالة الطوارئ في مصر بنسبة 30,3% ، يليه موقع CNN عربي بنسبة 28,6% ، ثم موقع بوابة الأهرام بنسبة 10,3% ، وأخيراً اليوم السابع بنسبة 7,3% .

الحرب على الإرهاب كما تعكسها صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية
الموجهة بالعربية

- جاء موقع بوابة الأهرام في مقدمة المواقع عينة الدراسة من حيث تركيز مضمون ملفات الفيديو على ملاحقة المتورطين في أعمال عنف في مصر بنسبة 23,4% ، يليه موقع اليوم السابع بنسبة 16,4% ، ثم CNN عربي بنسبة 14,3% ، وأخيرا موقع الحرة بنسبة 12,1%.
- جاء موقع اليوم السابع على رأس المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث تركيز مضمون ملفات الفيديو على الضربات الاستباقية لمعاقل العناصر الإرهابية بنسبة 18,2% ، يليه موقع بوابة الأهرام بنسبة 14,9% ، ثم موقع CNN عربي بنسبة 10,7% ، وأخيرا الحرة بنسبة 9,1% .
- جاء موقع اليوم السابع متقدما على المواقع عينة الدراسة من حيث تركيز مضمون ملفات الفيديو على مقاطعة الدول الداعمة للإرهاب بنسبة 21,9% ، يليه موقع بوابة الأهرام بنسبة 19,2% ، ثم موقع CNN عربي بنسبة 14,3% ، وأخيرا الحرة بنسبة 9,1% .
- جاء موقع اليوم السابع على رأس المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث تركيز مضمون ملفات الفيديو على الدعوة إلى تجديد الخطاب الديني بنسبة 14,5% ، يليه موقع بوابة الأهرام بنسبة 12,8% ، ثم موقع CNN عربي بنسبة 7,1% ، وأخيرا الحرة بنسبة 6,1% .
- جاء موقع الحرة على رأس المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث تركيز مضمون ملفات الفيديو على جهود المؤسسات الدينية في مواجهة الإرهاب بنسبة 9,1% ، ثم موقع بوابة الأهرام بنسبة 6,4% يليه موقع CNN عربي واليوم السابع بنسبة 3,6% .
- جاء موقع الحرة على رأس المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث تركيز مضمون ملفات الفيديو على أكثر من موضوع بنسبة 9,1% ، يليه موقع CNN عربي 7,1% ، بينما لم تتضمن فيديوهات المواقع المصرية أكثر من موضوع ، حيث اقتصرت ملفات الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية على موضوع

واحد في حين كان ملف الفيديو في المواقع الإلكترونية الأمريكية من الممكن أن تشتمل على أكثر من موضوع في بعض الأحيان .

- جاء موقع الحرية على رأس المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث فئة "أخرى" بنسبة 6,1% ، ثم موقع بوابة الأهرام بنسبة 3,6% ، وأخيراً اليوم السابع بنسبة 2,1% ، فيما لم يجلس موقع CNN عربي أي نسبة ، وتمثلت فئة أخرى في عدد من الموضوعات مثل حظر التجوال في سيناء ، والعروض العسكرية للقوات المسلحة والأسلحة الخاصة بها .
- يشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مواقع الدراسة من حيث الموضوعات التي ركزت عليها مواقع الدراسة في تناولها للحرب على الإرهاب، حيث كانت قيمة $K=2$ و 11.681 وهي دالة عند مستوى معنوية 0.001 وهي علاقة متوسطة.
- من الواضح تقدم المواقع الإلكترونية المصرية من حيث التركيز على قوة مصر في مواجهة الإرهاب عسكرياً من خلال الضربات الاستباقية التي يوجهها الجيش والشرطة إلى معاقل الإرهاب في الداخل والخارج ، وسياسياً من خلال المشاركة في مقاطعة دولة قطر لدعمها للإرهاب ، فيما ركزت المواقع الأمريكية وفي مقدمتها موقع قناة الحرية الذي ركز على إعلان حالة الطوارئ في مصر وسط محاولات لإبراز تأثير ذلك على السياحة تارة وعلى الحريات في مصر تارة أخرى .

3 - الأطر المصورة للحرب على الإرهاب :

جدول رقم (3)

استراتيجيات الأطر المصورة للحرب على الإرهاب في مواقع الدراسة

معامل التوافق	مستوى المغنوية Sig 7ح.د	كا ² Chi Square	إجمالي		Cnn		الحررة		بوابة الأهرام		اليوم السابع		الموقع استراتيجيات
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
0.367	0.001	9.325	26,9	44	21,4	6	15,1	5	31,9	15	32,8	18	الصراع
			13,5	22	28,6	8	30,2	10	2,1	1	5,4	3	الخوف
			17,9	29	7,2	2	9,1	3	25,5	12	21,9	12	التأييد
			9,3	15	10,6	3	6,1	2	12,9	6	7,3	4	الأسباب
			14,1	23	14,3	4	18,2	6	10,6	5	14,5	8	النتائج
			4,9	8	3,6	1	6,1	2	6,4	3	3,6	2	الحلول
			9,8	16	14,3	4	9,1	3	8,5	4	9,1	5	اهتمامات إنسانية
			3,6	6	-	-	6,1	2	2,1	1	5,4	3	أكثر من إطار
			100	163	100	28	100	33	100	47	100	55	الإجمالي

تشير بيانات الجدول رقم (3) إلى مايلي:

- جاء إطار الصراع في مقدمة استراتيجيات الأطر المصورة للحرب على الإرهاب في مصر بملفات الفيديو في مواقع الدراسة وذلك بنسبة 26,9% ، يليه إطار التأييد بنسبة 17,9% ، ثم إطار النتائج بنسبة 14,1% ، فإطار الخوف بنسبة 13,5% ، ثم الاهتمامات الإنسانية بنسبة 9,8% ، فإطار الأسباب بنسبة 9,3% ، ثم إطار الحلول بنسبة 4,9% ، وأخيرا أكثر من إطار بنسبة 3,6% ، ولعل مجيء إطار الصراع في مرتبة متقدمة يرجع إلى طبيعة القضية التي تناولها هذه الدراسة وهي "الحرب على الإرهاب" فالحرب دائما ما تقوم على فكرة الصراع ، والمقصود به هنا هو الصراع بين القوات المسلحة والشرطة مدعومين بالتأييد الشعبي والإعلامي في مواجهة جماعات العنف والتطرف والإرهاب ، وهو ما

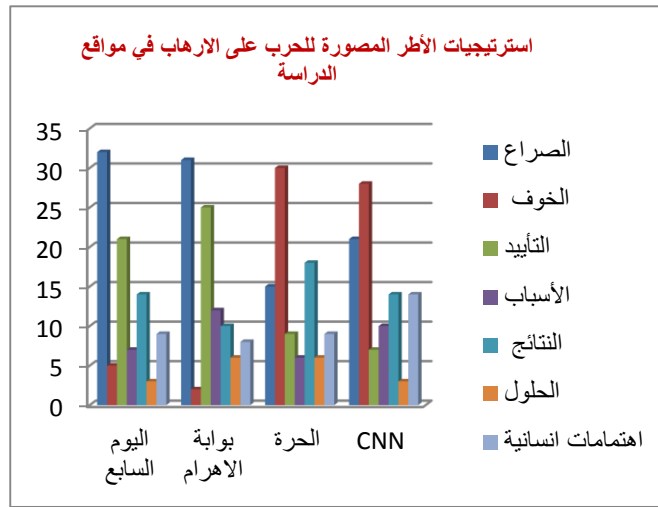
الحرب على الإرهاب كما تعكسها صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية الموجهة بالعربية

يفسر مجيء إطار التأييد في المرتبة الثانية ، فإطار النتائج الذي يركز بالأساس على إبراز نتائج الحرب على الإرهاب.

- جاء موقع اليوم السابع على رأس المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث مجيء إطار الصراع في المرتبة الأولى من حيث استراتيجيات الأطر المصورة لقضايا الحرب على الإرهاب وذلك بنسبة 32,8% ، يليه موقع بوابة الأهرام بنسبة 31,9% ، ثم موقع CNN بنسبة 21,4% ، وأخيرا الحرة بنسبة 15,1% .
- جاء موقع الحرة في مقدمة المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث مجيء إطار الخوف في المرتبة الأولى من حيث استراتيجيات الأطر المصورة للحرب على الإرهاب وذلك بنسبة 30,2% ، يليه موقع CNN عربي بنسبة 28,6% ، ثم موقع اليوم السابع بنسبة 5,4% ، وأخيرا بوابة الأهرام بنسبة 2,1% .
- جاء موقع بوابة الأهرام على رأس المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث مجيء إطار التأييد في المرتبة الأولى من حيث استراتيجيات الأطر المصورة للحرب على الإرهاب وذلك بنسبة 25,5% ، يليه موقع اليوم السابع بنسبة 21,9% ، ثم موقع الحرة بنسبة 9,1% ، وأخيرا CNN عربي بنسبة 7,2% .
- جاء موقع الحرة على رأس المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث مجيء إطار النتائج في المرتبة الأولى من حيث استراتيجيات الأطر المصورة للحرب على الإرهاب وذلك بنسبة 18,2% ، يليه موقع اليوم السابع بنسبة 14,5% ، ثم موقع CNN عربي بنسبة 14,3% ، وأخيرا موقع بوابة الأهرام بنسبة 10,6% .
- جاء موقع CNN عربي متقدماً على المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث مجيء إطار الاهتمامات الإنسانية في المرتبة الأولى من حيث استراتيجيات الأطر المصورة لقضايا الحرب على الإرهاب وذلك بنسبة 14,3% ، يليه موقعي اليوم الحرة و موقع اليوم السابع بنسبة 9,1% لكل منهما ، وأخيرا موقع بوابة الأهرام بنسبة 8,5% .

الحرب على الإرهاب كما تعكسها صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية
الموجهة بالعربية

- جاء موقع بوابة الأهرام على رأس المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث مجيء إطار الحلول في المرتبة الأولى من حيث استراتيجيات الأطر المصورة للحرب على الإرهاب وذلك بنسبة 6,4% ، يليه موقع الحرة بنسبة 6,1% ، وأخيرا موقع اليوم السابع و CNN عربي بنفس النسبة 3,6% .
- جاء موقع الحرة على رأس المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث مجيء أكثر من إطار في المرتبة الأولى من حيث استراتيجيات الأطر المصورة للحرب على الإرهاب وذلك بنسبة 6,1% ، يليه موقع اليوم السابع بنسبة 5,4% ، ثم موقع بوابة الأهرام بنسبة 2,1% ، بينما لم يسجل موقع CNN عربي أي نسبة .
- يشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مواقع الدراسة من حيث الأطر المصورة للحرب على الإرهاب في مواقع الدراسة، حيث كانت قيمة $\chi^2 = 9.325$ وهي غير دالة عند مستوى معنوية 0.001 وهي علاقة متوسطة.



شكل (1) يوضح استراتيجيات الأطر المصورة للحرب على الإرهاب في مواقع الدراسة

الحرب على الإرهاب كما تعكسها صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية الموجهة بالعربية

- من الواضح ارتفاع نسبة إظهار الصراع في المواقع المصرية (اليوم السابع وبوابة الأهرام) مقارنة بالمواقع الأمريكية الموجهة بالعربية (الحررة - CNN عربي) حيث ركزت المواقع المصرية على جهود الجيش والشرطة في ملاحقة العناصر الإرهابية والضربات الجوية لمعاقل الإرهابيين مع التركيز على إبراز سيطرة الجيش والشرطة على الوضع الأمني، وكذلك التركيز على خطابات الرئيس المصري وحثه على التماسك ودعوته الدائمة إلى تجديد الخطاب الديني وإعلان حالة الطوارئ، كما أن معظم ملفات الفيديو تضمنت تمكن الجيش من استهداف العناصر الإرهابية بل وإظهار القتلى من هؤلاء الإرهابيين وعدم عرض أي فيديوهات لشهداء الجيش أو الشرطة أو إظهارهم في موقف ضعف.
- على الجانب الآخر ارتفع إظهار الخوف بنسبة كبيرة في المواقع الأمريكية الموجهة بالعربية حيث أن معظم ملفات الفيديو التي نشرت كانت تتضمن عمليات الجيش في سيناء مع التركيز على فيديوهات تتضمن حرائق وهدم منازل مع التأكيد على أن مصر تعاني من حالة من عدم الاستقرار وأن قوات الجيش تتعرض للإرهاب وعدم قدرتها على السيطرة على العناصر الإرهابية كما يوضح الشكل رقم (2)، كما أن معظم ملفات الفيديو حاولت إظهار الجيش يقوم بمداهمات للمنازل وقتل ما أسمته بـ"المتشددين" في محاولة لإظهار أن الجيش يقوم بقتل واعتقال ومداهمة منازل بعض أهالي سيناء، إضافة إلى التركيز على المخاوف من تأثير حالة الطوارئ على الحريات والسياحة في مصر.
- تختلف هذه النتائج مع دراسة (حمزة خليل، 2017) (56) والتي أشارت إلى بروز خمس مجموعات من الأطر المصورة الغالبة والمهيمنة على التغطية المصورة لأحداث ثورة يونيو في مواقع اليوم السابع (المصري)، النيويورك تايمز (الأمريكي)، الجارديان (البريطاني)، وهي: أطر التغيير السياسي والاجتماعي، أطر دعم الوضع القائم، الأطر المختلطة، الأطر المتعاطفة / الإنسانية، الأطر التشخيصية، ولعل هذا الاختلاف يرجع إلى الطابع السلمي الذي اتسمت به ثورة 30 يونيو والظروف التي شهدتها مصر خلال تلك الفترة.

الحرب على الإرهاب كما تعكسها صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية الموجهة بالعربية

- وتختلف هذه النتائج مع دراسة (Michal D. Bruce , 2014)⁽⁵⁷⁾ والتي أشارت إلى أن إطار الاهتمامات الإنسانية جاء على رأس الأطر التي اعتمدت عليها التغطية المصورة لشبكات الحرة والجزيرة والجزيرة الإنجليزية والبي بي سي عربي والعربية في تناولها للصراع خلال الربيع العربي خلال عام 2011 ، وربما يرجع ذلك إلى أن الربيع العربي في ذلك الوقت كان يكتسب تعاطفا إنسانيا مع أهالي وأسر الضحايا جراء الاحتجاجات السلمية في ذلك الوقت قبل أن يتحول الربيع العربي إلى صراعات مسلحة دامية .



شكل رقم (2) يوضح استخدام اطار الخوف في المواقع الأمريكية (CNN بالعربية) حيث تؤكد على المخاوف من تأثير الإرهاب وإعلان حالة الطوارئ على استقرار الأوضاع وخاصة قطاع السياحة والاقتصاد.

4 - التغطية المصورة للحرب على الإرهاب :

جدول رقم (4)

يوضح اتجاه معالجة ملفات الفيديو للحرب على الإرهاب

معامل التوافق	مستوى المعنوية Sig د.ج 2	2K Chi Square	الاجمالي		Cnn		الحررة		بوابة الأهرام		اليوم السابع		الموقع / اتجاه المعالجة
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
0,452	0,001	7.382	42,3	69	64,3	18	63,6	21	23,3	11	34,5	19	سلي
			11,6	19	14,3	4	9,1	3	17,1	8	7,3	4	محايد
			46,1	75	21,4	6	27,3	9	59,6	28	58,2	32	إيجابي
			100	163	100	28	100	33	100	47	100	55	الإجمالي

تشير بيانات الجدول رقم (4) إلى مايلي:

- جاءت فئة إيجابي على رأس اتجاه معالجة ملفات الفيديو بمواقع الدراسة للحرب على الإرهاب وذلك بنسبة 46,1% ، يليه سلبى بنسبة بنسبة 42,3% ، ثم محايد بنسبة 11,6% ، ولعل ارتفاع نسبة الاتجاه الإيجابي يرجع إلى طبيعة القضية وهي الحرب على الإرهاب ، وإن كان هذا الارتفاع جاء بنسبة قليلة عن الاتجاه السلبى نظرا لتعمد المواقع الإلكترونية الأمريكية التركيز على الاتجاه السلبى في تناولها للحرب على الإرهاب في مصر وهو ما يتفق مع طبيعة الأطر المصورة التي اعتمدت عليها هذه المواقع في تناولها للحرب على الإرهاب والتي ركزت على إطار الخوف والصراع.
- جاء موقع CNN عربي على رأس المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث مجيء اتجاه معالجة ملفات الفيديو للحرب على الإرهاب إيجابي وذلك بنسبة 64,3% ، يليه موقع الحررة بنسبة 63,6% ، ثم موقع اليوم السابع بنسبة 34,5% ، وأخيرا الحررة بنسبة 23,3% .

الحرب على الإرهاب كما تعكسها صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية الموجهة بالعربية

- جاء موقع بوابة الأهرام في مقدمة المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث مجيء اتجاه معالجة ملفات الفيديو للحرب على الإرهاب سلبي وذلك بنسبة 59,6% ، يليه موقع اليوم السابع بنسبة 58,2% ، ثم موقع الحرة بنسبة 27,3% ، وأخيرا CNN عربي بنسبة 21,4% .
 - جاء موقع بوابة الأهرام على رأس المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث مجيء اتجاه معالجة ملفات الفيديو للحرب على الإرهاب محايدة وذلك بنسبة 17,1% ، يليه موقع CNN عربي بنسبة 14,3% ، ثم موقع الحرة بنسبة 9,1% ، وأخيرا اليوم السابع بنسبة 7,3% .
 - يشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مواقع الدراسة من حيث اتجاه معالجة ملفات الفيديو للحرب على الإرهاب، حيث كانت قيمة $t = 7.382$ وهي دالة عند مستوى معنوية 0,001 ، وهي علاقة متوسطة .
- *يتضح من النتائج السابقة ارتفاع نسبة اتجاه المعالجة سواء كانت ايجابية أو سلبية ومجىء فئة محايدة بنسبة قليلة جدا وهو ما يدل على أن ملفات الفيديو لها مدلول أو رسالة معينة تحاول ايصالها لمستخدمي هذه المواقع سواء بالإيجاب أو السلب وهو ما يتنافى مع أخلاقيات العمل الإعلامي، فمن المفترض أن يكون هناك معالجة مصورة محايدة دون محاولة إيصال صورة إيجابية أو سلبية إلا أن الصورة المرئية أصبحت أقوى في إيصال الرسائل أو الدلالات للمشاهد ، حيث ارتفعت المعالجة السلبية في المواقع الأمريكية عنها في المواقع المصرية .

الحرب على الإرهاب كما تعكسها صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية
الموجهة بالعربية

جدول رقم (5)

يوضح طبيعة التغطية المصورة لملفات الفيديو في تناولها للحرب على الارهاب

الموقع	اليوم السابع		بوابة الأهرام		الحررة		Cnn		الإجمالي		مستوى المعنوية Sig د.ح 1	معامل التوافق	طبيعة التغطية المصورة						
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%									
متحيزة	30	54,6	23	48,9	14	42,4	17	60,7	84	51,5	7.625	-	متحيزة						
	18	32,7	19	40,5	11	33,3	7	25	55	33,8				0,045	-	متوازنة			
	7	12,7	5	10,6	8	24,3	4	14,3	24	14,7							-	-	غير واضحة
	55	100	47	100	33	100	28	100	163	100									

تشير بيانات الجدول رقم (5) إلى مايلي:

- جاءت فئة متحيزة على رأس طبيعة التغطية المصورة في ملفات الفيديو المتعلقة بالحرب على الإرهاب وذلك بنسبة 51,5% ، يليها متوازنة بنسبة 33,8% ، ثم غير واضحة بنسبة 14,7% .
- جاء موقع CNN عربي على رأس المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث مجيء طبيعة التغطية المصورة في الفيديوهات متحيزة في تغطيتها للحرب على الإرهاب وذلك بنسبة 60,7% ، يليه موقع اليوم السابع بنسبة 54,6% ، ثم موقع بوابة الأهرام بنسبة 48,9% ، وأخيرا الحررة بنسبة 42,4% .
- جاء موقع بوابة الأهرام في مقدمة المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث مجيء طبيعة التغطية المصورة في الفيديوهات متوازنة في تغطيتها للحرب على الإرهاب إيجابية وذلك بنسبة 40,5% ، يليه موقع الحررة بنسبة 33,3% ، ثم موقع اليوم السابع بنسبة 32,7% ، وأخيرا CNN عربي بنسبة 25% .
- جاء موقع الحررة متقدما على المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث مجيء طبيعة التغطية المصورة في الفيديوهات غير واضحة في تغطيتها للحرب على الإرهاب وذلك بنسبة 24,3% ، يليه موقع CNN عربي بنسبة 14,3% ، ثم موقع اليوم السابع بنسبة 12,7% ، وأخيرا بوابة الأهرام بنسبة 10,6% .

الحرب على الإرهاب كما تعكسها صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية الموجهة بالعربية

- نلاحظ ارتفاع نسبة التغطية المصورة المتحيزة في مواقع الدراسة المصرية والأمريكية ففي المواقع المصرية تحيزت تلك المواقع للجيش المصري والشرطة حيث ركزت على اظهار قوة الجيش بصورة مبالغ فيها كما هو موضح بالشكل رقم (3) فى حين أن تلك الفترة شهدت أحداثا عدة كان من المفترض التركيز عليها مثل ضحايا الجيش أو تفجير الكنائس ، إعلان حالة الطوارئ ، إلا أن مضمون ملفات الفيديو التى تناولت قوة الجيش واستعراض القوة والضربات الجوية واستعراض لطائرات ودبابات الجيش تم التركيز عليها بصورة كبيرة وربما مبالغ فيها في بعض الأحيان باعتبارها وسيلة للحرب على الإرهاب مما شكل قدرا من عدم التوازن في التغطية بين ذلك المضمون والمضامين الأخرى .
- أما بالنسبة للمواقع الأمريكية فقد عرضت ملفات الفيديو التي عرضها الجيش عن قوته ولكن بتركيز يكاد لا يذكر واعتمدت في تركيزها أيضا على إظهار جانب سلبي من عدم الاستقرار الأمني في مصر وعدم قدرة على السيطرة على الأوضاع ومخاوف من تأثير إعلان حالة الطوارئ على الجانب الإقتصادي والسياحي ، كما ركزت على أن انتشار التطرف كان بسبب تردى الأوضاع المعيشية في مصر وليس التشدد الديني كما يقال ، فالتركيز كان على الصورة السلبية بشكل كبير مما أوجد قدرا أيضا من عدم التوازن في التغطية في جميع المواقع التي حرصت جميعها على محاولة إيصال صورة معينة .
- وتتفق هذه النتيجة إلى حد ما مع ما توصلت إليه دراسة (Yunisrina Yusuf ، 2012) (58) والتي أشارت إلى التحيز في توظيف الدلالات السيميائية المتعلقة بترميز النصوص الإخبارية على شبكة الإنترنت وكيف يمكن لها التأثير على المعاني حيث غلب ذلك على المواقع الإلكترونية لصحيفة جيروزاليم بوست التي تحيزت لإسرائيل والجزيرة التي تحيزت للفلسطينيين ، في حين اتسمت تغطية صحيفة الجارديان بالتوازن إلى حد كبير وذلك في تناولها للحرب الإسرائيلية على غزة ، وإن اختلفت القضية التي يتم دراستها عن القضية الحالية وهي الحرب على الإرهاب .

الحرب على الإرهاب كما تعكسها صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية
الموجهة بالعربية



شكل رقم (3) يوضح كيفية اظهار المواقع المصرية (موقع بوابة الأهرام) لقوة الجيش المصري بصورة مبالغ فيها والإعتماد على لغة الجسد للتعبير عن القوة

5- القوى الفاعلة :

جدول رقم (6)

يوضح القوى الفاعلة في ملفات الفيديو المتعلقة بالحرب على الإرهاب

معامل التوافق	مستوى المعنوية Sig د.ح 10	2ك Chi Square	إجمالي		Cnn		الحرّة		بوابة الأهرام		اليوم السابع		القوى الفاعلة
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
			0.221	0.05	8.942	23,9	39	35,7	10	24,1	8	23,4	
			20,2	33	10,7	3	15,1	5	25,5	12	23,6	13	الشرطة أو الجيش
			4,9	8	3,6	1	6,1	2	6,4	3	3,6	2	شخصيات دينية
			14,1	23	10,7	3	12,1	4	14,9	7	16,4	9	أهالي الضحايا والمصابين
			0,6	1	-	-	-	-	2,1	1	-	-	وزراء
			7,9	13	17,8	5	9,1	3	6,4	3	3,6	2	جماعات ارهابية
			10,4	17	7,2	2	9,1	3	10,7	5	12,7	7	دول
			9,8	16	14,3	4	15,2	5	6,4	3	7,3	4	ضحايا الإرهاب
			0,6	1	-	-	-	-	2,1	1	-	-	شهود عيان
			1,2	2	-	-	3,1	1	-	-	1,8	1	شخصيات سياسية
			6,1	10	-	-	6,1	2	2,1	1	12,7	7	أكثر من فاعل
			100	163	100	28	100	33	100	47	100	55	الإجمالي

تشير بيانات الجدول رقم (6) إلى مايلي:

- جاء الرئيس المصري على رأس القوى الفاعلة الواردة في ملفات الفيديو بمواقع الدراسة في تناولها للحرب على الارهاب وذلك بنسبة 23,9% ، يليها قوات الشرطة أو الجيش بنسبة 20,2% ، ثم أهالي الضحايا والمصابين بنسبة 14.1% ، ثم دول بنسبة 10,4% ، فضحايا الإرهاب بنسبة 9,8% ، ثم جماعات إرهابية بنسبة 7,9%، يليها أكثر من فاعل بنسبة 6,1% ، ثم شخصيات دينية بنسبة 4,9% ، فشخصيات سياسية بنسبة 1,2% ، ثم وزراء و شهود عيان بنسبة 0,6% لكل منهما، ولعل مجيء الرئيس المصري في مقدمة القوى الفاعلة يرجع إلى تركيز مواقع الدراسة على الرئيس عبد الفتاح السيسي في تناولها للحرب على الإرهاب والتركيز على إبراز مواقفه سواء من الجماعات الإرهابية أو القوى الداعمة لها ، كما أن مجيء الشرطة والجيش في مرتبة تالية يعد أمرا طبيعيا فهما القوتين الرئيسيتين المعنيتين بالحرب على الإرهاب فيما احتلت الجماعات الإرهابية مرتبة متأخرة نسبيا لأن التركيز الأكبر لم يكن عليها ولكن إما على ما تقوم به الشرطة أو الجيش من عمليات ضد معازل الإرهاب أو التداعيات الناتجة عن هذه العمليات .
- جاء موقع CNN عربي على رأس المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث مجيء الرئيس المصري أبرز القوى الفاعلة وذلك بنسبة 35,3% ، يليه موقع الحرة بنسبة 24,1% ، ثم موقع بوابة الأهرام بنسبة 23,3% ، وأخيرا اليوم السابع بنسبة 18,3% .
- جاء موقع اليوم السابع في مقدمة المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث مجيء قوات الشرطة أو الجيش أبرز القوى الفاعلة وذلك بنسبة 25,5% ، يليه موقع اليوم السابع بنسبة 23,6% ، ثم موقع بوابة الحرة بنسبة 15,1% ، وأخيرا CNN عربي بنسبة 10,7% .

الحرب على الإرهاب كما تعكسها صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية
الموجهة بالعربية

- جاء موقع CNN عربي على رأس المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث مجيء الجماعات الإرهابية أبرز القوى الفاعلة وذلك بنسبة 17,8% ، يليه موقع الحرة بنسبة 9,1% ، ثم موقع بوابة الأهرام بنسبة 6,4% ، وأخيراً اليوم السابع بنسبة 3,6%.
- جاء موقع اليوم السابع متقدماً على المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث مجيء أهالي الضحايا والمصابين أبرز القوى الفاعلة وذلك بنسبة 16,4% ، يليه موقع بوابة الأهرام بنسبة 14,9% ، ثم موقع الحرة بنسبة 12,1% ، وأخيراً CNN عربي بنسبة 10,7% .
- جاء موقع الحرة على رأس المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث مجيء ضحايا الإرهاب أبرز القوى الفاعلة وذلك بنسبة 15,2% ، يليه موقع CNN عربي بنسبة 14,3% ، ثم موقع اليوم السابع بنسبة 7,3% ، وأخيراً موقع بوابة الأهرام بنسبة 6,4%.
- جاء موقع اليوم السابع في مقدمة المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث مجيء دول أبرز القوى الفاعلة وذلك بنسبة 12,7% ، يليه موقع بوابة الأهرام بنسبة 10,7% ، ثم موقع الحرة بنسبة 9,1% ، وأخيراً موقع CNN عربي بنسبة 7,2%.
- جاء موقع اليوم السابع على رأس المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث مجيء أكثر من فاعل أبرز القوى الفاعلة وذلك بنسبة 12,7% ، يليه موقع الحرة بنسبة 6,1% ، ثم موقع بوابة الأهرام بنسبة 2,1% ، بينما لم يسجل موقع CNN عربي أي نسبة.
- جاء موقع بوابة الأهرام متقدماً على المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث مجيء شخصيات دينية أبرز القوى الفاعلة وذلك بنسبة 6,4% ، يليه موقع الحرة بنسبة 6,1% ، ثم موقع اليوم السابع وموقع CNN عربي بنسبة 3,6% .

الحرب على الإرهاب كما تعكسها صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية الموجهة بالعربية

- جاء موقع بوابة الأهرام على رأس المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث مجيء وزراء أبرز القوى الفاعلة وذلك بنسبة 2,1% ، بينما لم تسجل المواقع الأخرى أي نسبة .
- جاء موقع بوابة الأهرام على رأس المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث مجيء شهود عيان أبرز القوى الفاعلة وذلك بنسبة 2,1% ، بينما لم تسجل المواقع الأخرى أي نسبة .
- يشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مواقع الدراسة من حيث القوى الفاعلة في ملفات الفيديو المتعلقة بالحرب على الإرهاب، حيث كانت قيمة $\chi^2 = 8.942$ وهي دالة عند مستوى معنوية **0,05** ، وهي علاقة ضعيفة .
- وتشير النتائج السابقة إلى تقارب نسب القوى الفاعلة في مواقع الدراسة إلى حد ما ، وإن تقدمت المواقع الأمريكية من حيث التركيز على الرئيس المصري و الجماعات الإرهابية وضحايا الإرهاب ، في حين ركزت ملفات الفيديو في المواقع المصرية على الرئيس المصري أيضا وقوات الجيش والشرطة إضافة إلى أهالي الضحايا والمصابين والدول الداعمة للإرهاب .
- ولعل مجيء الرئيس على رأس القوى الفاعلة في ملفات التي تناولت الحرب على الإرهاب في المواقع الأمريكية وذلك لما تضمنته تلك الفترة من خطابات للرئيس عقب حادثتي الكنيستين وتفجيرات سيناء وحادث المنيا الإرهابي فقد ركزت تلك المواقع بشكل كبير في معالجتها المصورة على الرئيس المصري عبد الفتاح السيسي خاصة اللقطات المتعلقة بحديثه عن الإرهاب وأنها قادرون عليه والسيطرة على الأوضاع مع اظهار لقطات أخرى تبين أحداث الكنائس والتفجيرات وذلك من خلال تقارير من إنتاج المواقع مع التأكيد من خلال التعليقات المصاحبة على أن مصر تعاني من عمليات إرهابية فترة 4 سنوات .

الحرب على الإرهاب كما تعكسها صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية
الموجهة بالعربية

- أما على الجانب الآخر فقد كانت قوات الشرطة والجيش أبرز القوى الفاعلة في المواقع المصرية حيث تضمنت ملفات الفيديو استعراض قوة الجيش المصري من خلال إما تقارير تعرض الجنود المصريين أثناء تأديتهم عروض أو الدبابات والمدركات والطلعات الجوية التي تستهدف معازل الإرهابيين أو من خلال عرض خطابات للرئيس يؤكد فيها على قوة الجيش المصري أو من خلال لقطات من برامج تليفزيونية تؤكد على قوة الجيش وقدرته على السيطرة على الأوضاع أو محاولات رجال الشرطة في القبض على العناصر الإرهابية .

جدول رقم (7)

يوضح سمات القوى الفاعلة الواردة في موضوعات الفيديوهات في تناولها للحرب على الإرهاب

الموقع	اليوم السابع		بوابة الأهرام		الحررة		Cnn		الاجمالي		مستوى المعنوية التوافق	معامل
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
سمات القوى الفاعلة	19	34,6	10	21,3	23	69,6	16	57,1	68	41,7	5.172	0,001
	7	12,7	7	14,9	3	9,1	4	14,3	21	12,9		
	29	52,7	30	63,8	7	21,2	8	28,6	74	45,4		
	55	100	47	100	33	100	28	100	163	100		

تشير بيانات الجدول رقم (7) إلى مايلي:

- جاءت فئة إيجابي على رأس سمات القوى الفاعلة في ملفات الفيديو بمواقع الدراسة في تغطيتها للحرب على الإرهاب وذلك بنسبة 45,4% ، يليه سلبي بنسبة 41,7% ، ثم محايد بنسبة 12,9% ، ولعل مجيء فئة إيجابي في المرتبة

الحرب على الإرهاب كما تعكسها صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية الموجهة بالعربية

الأولى يرجع إلى طبيعة القضية محل الدراسة وهي الحرب على الإرهاب ، وإن كان بنسبة ضعيفة نسبياً مقارنة بالاتجاه السلبي الذي ركزت عليه المواقع الإلكترونية الأمريكية ، وهو ما يتفق مع اتجاه المعالجة المصورة في مواقع الدراسة والذي غلب عليه الطابع الإيجابي أيضا وبفارق ضئيل عن الاتجاه السلبي كما يوضح الجدول رقم (4) .

- جاء موقع الحرة في مقدمة المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث السمات السلبية للقوى الفاعلة وذلك بنسبة 69,6% ، يليه موقع CNN عربي بنسبة 57,1% ، ثم موقع اليوم السابع بنسبة 34,6% ، وأخيرا بوابة الأهرام بنسبة 21,3% .
- جاء موقع بوابة الأهرام على رأس المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث السمات الإيجابية للقوى الفاعلة وذلك بنسبة 63,8% ، يليه موقع اليوم السابع بنسبة 52,7% ، ثم موقع CNN عربي بنسبة 28,6% ، وأخيرا الحرة بنسبة 28,6% .
- جاء موقع بوابة الأهرام متقدماً المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث السمات المحايدة للقوى الفاعلة وذلك بنسبة 14,9% ، يليه موقع CNN عربي بنسبة 14,3% ، ثم موقع اليوم السابع بنسبة 12,7% ، وأخيرا الحرة بنسبة 9,1% .
- يشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مواقع الدراسة من حيث سمات القوى الفاعلة في ملفات الفيديو المتعلقة بالحرب على الإرهاب، حيث كانت قيمة $\chi^2 = 5.172$ وهي دالة عند مستوى معنوية 0,001 ، وهي علاقة متوسطة .
- من الواضح ارتفاع نسبة سمات القوى الفاعلة سواء كانت ايجابية أو سلبية ومجىء فئة محايدة بنسبة قليلة جدا وهو ما يدل على أن ملفات الفيديو لها مدلول أو رسالة معينة تحاول إيصالها للقارئ سواء بالإيجاب أو السلب وهو ما يتنافى مع أخلاقيات العمل الاعلامي فمن المفترض أن يكون هناك قوى فاعلة في الخبر دون محاولة إيصال صورة ايجابية أو سلبية عن ذلك الفاعل ، وإن بدا واضحا تركيز المواقع الأمريكية على السمات السلبية مقارنة بالمواقع المصرية التي ركزت على السمات الإيجابية .

الحرب على الإرهاب كما تعكسها صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية
الموجهة بالعربية

6 - أساليب الإقناع :

جدول رقم (8)

يوضح أساليب الإقناع الواردة في ملفات الفيديو المتعلقة بالحرب على الإرهاب

الموقع أساليب الإقناع	اليوم السابع		بوابة الأهرام		الحررة		Cnn		الاجمالي		مستوى المعنوية Sig دج1	معامل التوافق
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
يوجد لايوجد الاجمالي	41	74,5	36	76,5	26	78,7	24	85,7	127	77,9	6.243	-
	14	25,5	11	23,5	7	21,2	4	14,3	36	22,1		
	55	100	47	100	33	100	28	100	163	100		

تشير بيانات الجدول رقم (8) إلى مايلي:

- جاءت فئة يوجد في المرتبة الأولى من حيث مدى وجود أساليب الإقناع في ملفات الفيديو خلال تناولها للحرب على الإرهاب وذلك بنسبة 77,9% ، يليها لا يوجد بنسبة بنسبة 22,1% .
- جاء موقع CNN عربي في مقدمة المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث وجود أساليب الإقناع في ملفات الفيديو المتعلقة بالحرب على الارهاب وذلك بنسبة 85,7% ، يليه موقع الحررة بنسبة 78,7% ، ثم موقع بوابة الأهرام بنسبة 76,5% ، وأخيرا اليوم السابع بنسبة 74,5% .
- جاء موقع اليوم السابع متقدماً على المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث عدم وجود أساليب الإقناع في ملفات الفيديو المتعلقة بالحرب على الارهاب وذلك بنسبة 25,5% ، يليه موقع بوابة الأهرام بنسبة 23,5% ، ثم موقع الحررة بنسبة 21,2% ، وأخيرا موقع CNN عربي بنسبة 14,3% .
- يشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المواقع الإلكترونية الأمريكية والمصرية عينة الدراسة من حيث

الحرب على الإرهاب كما تعكسها صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية
الموجهة بالعربية

وجود أساليب الإقناع في ملفات الفيديو المتعلقة بالحرب على الإرهاب، حيث كانت قيمة كا = 243,6 وهي غير دالة عند مستوى معنوية 0.023 .

- ولعل ارتفاع نسبة أساليب الإقناع يتناسب مع طبيعة المعالجة المصورة التي قامت بها مواقع الدراسة لهذه القضية والتي حملت إما اتجاهاً يغلب عليه الطابع الإيجابي كما جاء في المواقع المصرية ، أو يغلب عليه الطابع السلبي كما جاء في المواقع الإلكترونية الأمريكية الموجهة بالعربية .

جدول رقم (9)

يوضح نوع أساليب الإقناع الواردة في ملفات الفيديو المتعلقة بالحرب على الإرهاب

الموقع	اليوم السابع		بوابة الأهرام		الحررة		Cnn		إجمالي		كا Chi Square	مستوى المعنوية Sig دح8	معامل التوافق		
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك					
نوع أساليب الإقناع	منطقي	تصريحات وبيانات	9	21,9	11	30,5	2	7,7	3	12,5	25	19,7	0.236	0.001	4.193
		تسلسل منطقي	8	19,5	6	16,6	1	3,9	2	8,4	17	13,4			
		أرقام وإحصائيات	4	9,7	3	8,3	3	11,5	1	4,1	11	8,7			
		حقائق	3	7,3	2	5,5	2	7,7	3	12,5	10	7,8			
		تكرار الرسالة	2	4,8	2	5,5	-	-	-	-	4	3,1			
	غير منطقي	الثارة العاطفة والمشاعر	6	14,6	7	19,4	7	26,7	5	20,9	25	19,7			
		رموز وعلامات	2	4,8	3	8,3	5	19,2	5	20,9	15	11,8			
		تزييف الحقائق	-	-	-	-	2	7,7	1	4,1	3	2,4			
		دلائل غيبية	2	4,8	-	-	3	11,5	1	4,1	6	4,7			
		أكثر من أسلوب	5	12,2	2	5,5	1	3,9	3	12,5	8,7				
الإجمالي	41	100	36	100	26	100	24	100	127	100					

تشير بيانات الجدول رقم (9) إلى مايلي:

الحرب على الإرهاب كما تعكسها صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية الموجهة بالعربية

- جاءت فئة تصريحات وبيانات ، وإثارة العاطفة والمشاعر في المرتبة الأولى من حيث نوع أساليب الإقناع الواردة في ملفات الفيديو المتعلقة بالحرب على الإرهاب وذلك بنسبة 19,7% ، يليها تسلسل منطقي بنسبة 13,4%، ثم استخدام رموز وعلامات بنسبة 11,8%، فأرقام واحصائيات وأكثر من أسلوب إقناع بنسبة 8,7% لكل منهما ، ثم حقائق بنسبة 7,8% ، فدلائل غيبية بنسبة 4,7%، ثم تكرار الرسالة بنسبة 3,1% ، وأخيراً تزييف الحقائق بنسبة 2,4%.
- جاء موقع بوابة الأهرام في مقدمة المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث مجيء تصريحات وبيانات في المرتبة الأولى ضمن أبرز أنواع أساليب الإقناع وذلك بنسبة 30,5% ، يليه موقع اليوم السابع بنسبة 21,9% ، ثم موقع CNN عربي بنسبة 12,5% ، وأخيراً الحرة بنسبة 7,7% .
- جاء موقع الحرة في المرتبة الأولى من بين المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث مجيء إثارة العاطفة والمشاعر في المرتبة الأولى ضمن أبرز أنواع أساليب الإقناع وذلك بنسبة 26,7% ، يليه موقع CNN عربي بنسبة 20,9% ، ثم موقع بوابة الأهرام بنسبة 19,4% ، وأخيراً اليوم السابع بنسبة 14,6% .
- جاء موقع CNN عربي متقدماً على المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث مجيء استخدام الرموز والعلامات في المرتبة الأولى ضمن أبرز أنواع أساليب الإقناع وذلك بنسبة 20,9% ، يليه موقع الحرة بنسبة 19,2% ، ثم موقع بوابة الأهرام بنسبة 8,3% ، وأخيراً اليوم السابع بنسبة 4,8%.
- جاء موقع اليوم السابع على رأس المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث مجيء تسلسل منطقي في المرتبة الأولى ضمن أبرز أنواع أساليب الإقناع وذلك بنسبة 19,5% ، يليه بوابة الأهرام بنسبة 16,6% ، ثم موقع CNN عربي بنسبة 8,4% ، وأخيراً الحرة بنسبة 3,9% .
- جاء موقع CNN عربي على رأس المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث مجيء أكثر من أسلوب في المرتبة الأولى ضمن أبرز أنواع أساليب الإقناع وذلك

الحرب على الإرهاب كما تعكسها صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية
الموجهة بالعربية

بنسبة 12,5% ، يليه اليوم السابع بنسبة 12,2% ، ثم موقع بوابة الأهرام بنسبة 5,5% ، وأخير الحرة بنسبة 3,9% .

● جاء موقع CNN عربي في مقدمة المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث مجيء حقائق في المرتبة الأولى ضمن أبرز أنواع أساليب الإقناع وذلك بنسبة 12,5% ، يليه الحرة بنسبة 7,7% ، ثم موقع اليوم السابع بنسبة 7,3% ، وأخيرا بوابة الإهرام بنسبة 5,5% .

● جاء موقع الحرة على رأس المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث مجيء دلائل غيبية في المرتبة الأولى ضمن أبرز أنواع أساليب الإقناع وذلك بنسبة 11,5% ، يليه اليوم السابع بنسبة 4,8% ، ثم موقع CNN عربي بنسبة 4,1% ، ولم تحظ بوابة الأهرام بأي نسبة.

● جاء موقع CNN عربي على رأس المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث مجيء تزييف الحقائق في المرتبة الأولى ضمن أبرز أنواع أساليب الإقناع وذلك بنسبة 7,7% ، يليه الحرة بنسبة 4,1% ، ولم تسجل المواقع المصرية أي نسبة .

● جاء موقع اليوم السابع على رأس المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث مجيء تكرار الرسالة في المرتبة الأولى ضمن أبرز أنواع أساليب الإقناع وذلك بنسبة 5,5% ، يليه بوابة الأهرام بنسبة 4,8% ، ولم تسجل المواقع الأمريكية أي نسبة.

● يشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المواقع الإلكترونية الأمريكية والمصرية عينة الدراسة من حيث نوع أساليب الإقناع الواردة في ملفات الفيديو المتعلقة بالحرب على الإرهاب، حيث كانت قيمة $F=2,193$ وهي دالة عند مستوى معنوية 0.001 ، وهي علاقة ضعيفة .

الحرب على الإرهاب كما تعكسها صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية الموجهة بالعربية

- ولعل ارتفاع نسبة تصريحات وبيانات في المواقع المصرية مقارنة بالمواقع الأمريكية نظرا لأن معظم ملفات الفيديو في المواقع المصرية تضمنت خطابات لرئيس الجمهورية والتي جاءت في شكل تصريحات إضافة إلى البيانات التي كانت تصدر عن الجهات الأمنية والمتعلقة بالحرب على الإرهاب ، إضافة إلى تصريحات لرجال الشرطة والجيش ، أما في المواقع الأمريكية ارتفعت نسبة إثارة العاطفة والمشاعر حيث ركزت ملفات الفيديو على اطار الخوف وإظهار مصر في حالة من عدم الاستقرار فجاء التركيز على بكاء وصراخ مواطنين مصريين جراء تفجير الكنائس ، وكذلك عرض صور لدماء وأشلاء ضحايا الكنائس ، و جنازات عسكرية لضحايا الجيش والشرطة ، حتى في الفيديوهات التي تتضمن إعلان حالة الطوارئ اكتفت بوضع عنوان على الفيديو بإعلان حالة الطوارئ مع عرض لقطات من جنازات لضحايا تفجير الكنيسة ولقطات للدماء والتدمير الذي الحق بالكنائس كما هو موضح بالشكل (4) ، في حين تجاهلت المواقع المصرية تلك الفيديوهات حرصا منها على عدم بث الرعب في نفوس المصريين واطهار مصر في مظهر القوة .



الحرب على الإرهاب كما تعكسها صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية
الموجهة بالعربية

شكل (4) يوضح تركيز موقع الحرة على إثارة العاطفة والمشاعر من خلال عرض
جنازات لضحايا تفجير الكنائس

7 - مصادر الفيديو:

جدول رقم (10)

يوضح مصدر ملفات الفيديو التي تناولت الحرب على الإرهاب

معام التوافق	مستوى المعنوية Sig د.ج.10	2K Chi Square	إجمالي		Cnn		الحرة		بوابة الأهرام		اليوم السابع		الموقع مصدر الفيديو
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
-	0.342	5.241	22,7	37	21,4	6	24,3	8	21,8	10	23,7	13	فترات
			14,7	24	21,4	6	9,1	3	10,7	5	18,1	10	مصور الموقع
			17,8	29	14,4	4	21,2	7	19,2	9	16,3	9	إنتاج الموقع
			4,4	7	7,1	2	3,1	1	8,5	4	-	-	وكالات أنباء
			6,7	11	7,1	2	6,1	2	6,4	3	7,3	4	مواقع التواصل
			6,7	11	3,5	1	9,1	3	6,4	3	7,3	4	أرشيف
			10,4	17	10,7	3	15,1	5	8,5	4	9,1	5	غير محددة
			15,9	26	14,4	4	12,1	4	19,2	9	16,3	9	أفلام وثائقية
			0,7	1	-	-	-	-	-	-	1,8	1	أخرى
			100	163	100	28	100	33	100	47	100	55	الإجمالي

تشير بيانات الجدول رقم (10) إلى مايلي:

- جاءت القنوات في المرتبة الأولى من حيث مصدر ملفات الفيديو التي تناولت الحرب على الإرهاب وذلك بنسبة 22,7% ، يليها لقطات فيديو من إنتاج الموقع بنسبة 17,8%، ثم أفلام وثائقية بنسبة 15,9%، فمصور الموقع بنسبة 14,7% ، ثم غير محددة المصدر بنسبة 10,4% ، فمواقع التواصل والأرشيف بنسبة 6,7% لكل منهما، ثم وكالات أنباء بنسبة 4,4%.

الحرب على الإرهاب كما تعكسها صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية
الموجهة بالعربية

- جاء موقع الحرة في مقدمة المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث مجيء القنوات في المرتبة الأولى ضمن أبرز مصادر ملفات الفيديو وذلك بنسبة 24,3% ، يليه موقع اليوم السابع بنسبة 23,7% ، ثم موقع بوابة الأهرام بنسبة 21,8% ، وأخيرا CNN عربي بنسبة 21,4% .
- جاء CNN عربي في المرتبة الأولى من بين المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث مجيء مصور الموقع في المرتبة الأولى ضمن أبرز مصادر ملفات الفيديو وذلك بنسبة 21,4% ، يليه موقع اليوم السابع بنسبة 18,1% ، ثم موقع بوابة الأهرام بنسبة 10,7% ، وأخيرا الحرة بنسبة 9,1% .
- جاء موقع الحرة متقدماً على المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث مجيء لقطات فيديو من إنتاج الموقع في المرتبة الأولى ضمن أبرز مصادر ملفات الفيديو وذلك بنسبة 21,2% ، يليه موقع بوابة الأهرام بنسبة 19,2% ، ثم موقع اليوم السابع بنسبة 16,3% ، وأخيرا CNN عربي بنسبة 14,4% .
- جاء موقع بوابة الأهرام في المرتبة الأولى من بين المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث مجيء الأفلام الوثائقية في المرتبة الأولى ضمن أبرز مصادر ملفات الفيديو وذلك بنسبة 19,2% ، يليه موقع اليوم السابع بنسبة 16,3% ، ثم موقع CNN عربي بنسبة 14,4% ، وأخيرا الحرة بنسبة 12,1% .
- جاء موقع الحرة على رأس المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث مجيء غير محددة المصدر في المرتبة الأولى ضمن أبرز مصادر ملفات الفيديو وذلك بنسبة 15,1% ، يليه موقع CNN عربي بنسبة 10,7% ، ثم موقع اليوم السابع بنسبة 9,1% ، وأخيرا بوابة الأهرام بنسبة 8,5% .
- جاء موقع الحرة على رأس المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث مجيء أرشيف في المرتبة الأولى ضمن أبرز مصادر ملفات الفيديو وذلك بنسبة 9,1% ، يليه موقع اليوم السابع بنسبة 7,3% ، ثم موقع بوابة الأهرام بنسبة 6,4% ، وأخيرا CNN عربي بنسبة 3,5% .

الحرب على الإرهاب كما تعكسها صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية الموجهة بالعربية

- جاء موقع بوابة الأهرام على رأس المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث مجيء وكالات أنباء في المرتبة الأولى ضمن أبرز مصادر ملفات الفيديو وذلك بنسبة 8,5% ، يليه موقع CNN عربي بنسبة 7,1% ، ثم موقع الحرة بنسبة 3,1% .
- جاء موقع اليوم السابع على رأس المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث مجيء مواقع التواصل الاجتماعي في المرتبة الأولى ضمن أبرز مصادر ملفات الفيديو وذلك بنسبة 7,3% ، يليه موقع CNN عربي بنسبة 7,1% ، ثم موقع بوابة الأهرام بنسبة 6,4% ، وأخيرا الحرة بنسبة 6,1% .
- يشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المواقع الإلكترونية الأمريكية والمصرية عينة الدراسة من حيث من حيث مصدر ملفات الفيديو التي تناولت الحرب على الإرهاب ، حيث كانت قيمة $K=5,241$ وهي غير دالة عند مستوى معنوية 0.342 .
- ولعل ارتفاع نسبة القنوات في المواقع الأمريكية والمصرية على حد سواء كمصدر لملفات الفيديو التي تناولت الحرب على الإرهاب يرجع إلى أن موقعي الحرة و CNN عربي هما موقعين لقناتين بالأساس فكان اعتمادهما على تقارير من تلك القنوات أو عرض خطابات الرئيس السيسي أو الأفلام التي كانت تعرض من إنتاج إدارة الشؤون المعنوية التابعة للقوات المسلحة ، بينما في المواقع المصرية ارتفعت أيضا نسبة القنوات حيث معظم الموضوعات التي تناولت خطاب الرئيس أو أفلام ينتجها الجيش عن الضربات الجوية أو استعراض لقوة الجيش كلها كانت نقلا عن التلفزيون المصري ، كما اعتمدت بشكل كبير أيضا على عرض أجزاء من البرامج الحوارية التي كانت تعرض على القنوات الفضائية مما جعل القنوات تحتل النسبة الأكبر في المواقع ، كما أن المحتوى الذي تقدمه هذه القنوات يعد مادة مناسبة لصحافة الفيديو في المواقع الإخبارية لأنه يقوم

الحرب على الإرهاب كما تعكسها صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية
الموجهة بالعربية

بالأساس على المواد الفيديوية التي يتم إعادة نشرها أو نشرها بالتزامن على الموقع
والقناة معاً مثل البث المباشر للنشرات والفعاليات وغيرها .

8 - مصادر المعلومات:

جدول رقم (11)

يوضح مصدر المعلومة في ملفات الفيديو المتعلقة بالحرب على الإرهاب

مغامل التوافق	مستوى المعنوية Sig دح10	كا Chi Square	إجمالي		Cnn		الحررة		بوابة الأهرام		اليوم السابع		الموقع مصدر المعلومة
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
0.261	0.05	6.425	16,6	27	17,9	5	9,1	3	19,2	9	18,2	10	مسئولون
			12,8	21	10,7	3	12,1	4	17,1	8	10,9	6	خبراء
			8,6	14	10,7	3	18,2	6	6,4	3	3,6	2	تقارير رسمية
			19,1	31	10,7	3	12,1	4	23,4	11	23,7	13	رجال الشرطة والجيش
			4,3	7	7,1	2	-	-	2,1	1	7,3	4	شهود عيان وجمهور عام
			11,1	18	7,1	2	6,1	2	12,7	6	14,5	8	أهالي الضحايا والمصابين
			16,5	27	21,4	6	27,3	9	10,6	5	12,7	7	غير معلوم
			9,8	16	14,4	4	15,1	5	6,4	3	7,3	4	أكثر من مصدر
			1,2	2	-	-	-	-	2,1	1	1,8	1	أخرى
			100	163	100	28	100	33	100	47	100	55	الإجمالي

تشير بيانات الجدول رقم (11) إلى مايلي:

- جاء رجال الشرطة والجيش في المرتبة الأولى من حيث مصدر المعلومة في ملفات الفيديو المتعلقة بالحرب على الإرهاب وذلك بنسبة 19,1% ، يليها مسؤولون راسميون بنسبة 16,6%، ثم غير معلوم بنسبة 16,5%، خبراء متخصصون بنسبة 12,8% ، يليها أهالي الضحايا والمصابين بنسبة 11,1% ثم

الحرب على الإرهاب كما تعكسها صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية
الموجهة بالعربية

أكثر من مصدر بنسبة 9,8% ، ثم تقارير رسمية بنسبة 8,6 ، ثم شهود عيان بنسبة 4,3% ، يليها فئة أخرى بنسبة 1,2% .

● جاء موقع الحرة على رأس المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث مجيء غير معلوم في المرتبة الأولى من حيث مصدر المعلومة في ملفات الفيديو المتعلقة بالحرب على الإرهاب وذلك بنسبة 27,3% ، يليه موقع CNN عربي بنسبة 21,4% ، ثم موقع اليوم السابع بنسبة 12,7% ، وأخيرا بوابة الأهرام بنسبة 10,6% .

● جاء موقع اليوم السابع في مقدمة المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث مجيء رجال الشرطة أو الجيش في المرتبة الأولى من حيث مصدر المعلومة في ملفات الفيديو المتعلقة بالحرب على الإرهاب وذلك بنسبة 23,7% ، يليه موقع بوابة الأهرام بنسبة 23,4% ، ثم موقع الحرة بنسبة 12,1% ، وأخيرا CNN عربي بنسبة 10,7% .

● جاء موقع بوابة الأهرام على رأس المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث مجيء مسؤولون رسميون في المرتبة الأولى من حيث مصدر المعلومة في ملفات الفيديو المتعلقة بالحرب على الإرهاب وذلك بنسبة 19,2% ، يليه موقع اليوم السابع بنسبة 18,2% ، ثم موقع CNN عربي بنسبة 17,9% ، وأخيرا الحرة بنسبة 9,1% .

● جاء موقع الحرة في مرتبة متقدمة من حيث المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث تقارير رسمية في المرتبة الأولى من حيث مصدر المعلومة في ملفات الفيديو المتعلقة بالحرب على الإرهاب، وذلك بنسبة 18,2% ، يليه موقع CNN عربي بنسبة 10,7% ، ثم موقع بوابة الأهرام بنسبة 6,4% ، وأخيرا اليوم السابع بنسبة 3,6% .

● جاء موقع الحرة على رأس المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث أكثر من مصدر في المرتبة الأولى من حيث مصدر المعلومة في ملفات الفيديو المتعلقة

الحرب على الإرهاب كما تعكسها صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية الموجهة بالعربية

بالحرب على الإرهاب وذلك بنسبة 15,1% ، يليه موقع CNN عربي بنسبة 14,4% ، ثم موقع اليوم السابع بنسبة 7,3% ، وأخيرا بوابة الأهرام بنسبة 6,4% .

● جاء موقع اليوم السابع في المرتبة الأولى من بين المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث أهالي الضحايا والمصابين في المرتبة الأولى من حيث مصدر المعلومة في ملفات الفيديو المتعلقة بالحرب على الإرهاب وذلك بنسبة 14,5% ، يليه موقع بوابة الأهرام بنسبة 12,7% ، ثم موقع CNN عربي بنسبة 7,1% ، وأخيرا الحرة بنسبة 6,1% .

● جاء موقع بوابة الأهرام على رأس المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث فئة أخرى في المرتبة الأولى من حيث مصدر المعلومة في ملفات الفيديو المتعلقة بالحرب على الإرهاب وذلك بنسبة 2,1% ، يليه موقع اليوم السابع بنسبة 1,8% ، بينما لم يسجل أي من الموقعين الآخرين أي نسبة .

● يشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المواقع الإلكترونية الأمريكية والمصرية عينة الدراسة من حيث مصدر المعلومة في ملفات الفيديو المتعلقة بالحرب على الإرهاب ، حيث كانت قيمة $t = 6.425$ وهي دالة عند مستوى معنوية 0.05 .

● من الواضح ارتفاع نسبة المصادر غير المعلومة في المواقع الأمريكية مقارنة بالمواقع لمصرية حيث تم تجهيل المصادر في معظم الفيديوهات حيث حاولت تلك المواقع تقديم المعالجة المصورة بصورة سلبية كما يشير جدول رقم (4) وفي خضم تلك المعالجة السلبية حاولت تلك المواقع تجهيل مصادر ها في معظم الفيديوهات فنجدها في أحد الفيديوهات تذكر أن التطرف والإرهاب يرجع إلى تردي الأوضاع المعيشية في مصر ، بل أكدت أن هناك مخاوف من أن يؤثر إعلان حالة الطوارئ على الحريات في مصر دون توضيح مصدر المخاوف .

الحرب على الإرهاب كما تعكسها صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية
الموجهة بالعربية

- بينما ارتفعت نسبة رجال الشرطة والجيش في المواقع المصرية كمصدر للمعلومة وذلك يرجع إلى ما شهدته تلك الفترة من أحداث يعتبر بعضها إن لم يكن معظمها مرتبط بالجيوش أو الشرطة الذين كانت بيناتهم تصريحاتهم تتعلق بالجهود المبذولة لمكافحة الإرهاب ، وكذلك البيانات والأرقام المتعلقة بأعداد الضحايا سواء من قوات الأمن أو من قتلى العناصر الإرهابية .

9 - الأشكال الصحفية المصاحبة:

جدول رقم (12)

يوضح الأشكال الصحفية المصاحبة لملفات الفيديو المتعلقة بالحرب على الإرهاب

الموقع الأشكال المصاحبة	اليوم السابع		بوابة الأهرام		الحررة		Cnn		الاجمالي		2ك Chi Square	مستوى المعنوية Sig د.ح4	معامل التوافق
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك			
خير	34	61,8	16	34,1	13	39,4	10	35,7	73	44,7	8.462	0,001	0.321
تقرير	5	9,1	3	6,4	2	6,1	1	3,6	11	6,7			
تحليلات	4	7,2	1	2,1	2	6,1	-	-	7	4,3			
بدون شكل مصاحب	12	21,9	27	57,4	16	48,4	17	60,7	72	44,3			
الاجمالي	55	100	47	100	33	100	28	100	163	100			

تشير بيانات الجدول رقم (12) إلى مايلي:

- جاءت الأخبار في مقدمة الأشكال الصحفية المصاحبة لملفات الفيديو المتعلقة بالحرب على الإرهاب وذلك بنسبة 44,7 % ، يليها بدون شكل مصاحب بنسبة 44,3 % ، ثم تقرير بنسبة 6,7 % ، وتحليلات بنسبة 4,3 % ، ولعل مجيء الأخبار في المرتبة الأولى من حيث الأشكال الصحفية المصاحبة لملفات الفيديو المتعلقة بالحرب على الإرهاب يرجع إلى طبيعة النشر الصحفي الإلكتروني

الحرب على الإرهاب كما تعكسها صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية الموجهة بالعربية

والذي يعتمد بشكل أكبر على المحتوى الخبري الذي يتناسب مع سرعة نشر الأحداث وتناقلها أولاً بأول وبشكل آني ، وهذا ما يفسر أيضاً تراجع الأشكال الصحفية الأخرى ، كما أن مجيء ملفات الفيديو بدون أشكال مصاحبة يرجع إلى أن مواقع القنوات تقوم أحياناً بنشر ملفات الفيديو التي ربما يكون قد تم بثها على شاشات القنوات التابعة لها حيث يعاد نشرها مرة أخرى أو تبث في نفس التوقيت على الموقع الإلكتروني ، فيما قامت المواقع الإلكترونية بإنشاء قنوات لها مثل إنشاء موقع اليوم السابع قناة تليفزيونية تفاعلية على اليوتيوب، أو إنشاء صفحات خاصة لملفات الفيديو تنقل من خلالها عدد من ملفات الفيديو التي تبث في عدد من القنوات والبرامج أو تلك التي تقوم بانتاجها مثل ملفات الفيديو جراف وغيرها .

- جاء موقع اليوم السابع في مقدمة المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث مجيء الخبر في المرتبة الأولى من حيث الأشكال الصحفية المصاحبة لملفات الفيديو المتعلقة بالحرب على الإرهاب وذلك بنسبة 61,8% ، يليه موقع الحرة بنسبة 39,4% ، ثم موقع CNN عربي بنسبة 35,7% ، وأخيراً بوابة الأهرام بنسبة 34,1% .
- جاء موقع CNN عربي على رأس المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث عدم وجود شكل مصاحب لملفات الفيديو المتعلقة بالحرب على الإرهاب وذلك بنسبة 60,7% ، يليه موقع بوابة الأهرام بنسبة 57,4% ، ثم موقع الحرة بنسبة 48,4% ، وأخيراً موقع اليوم السابع بنسبة 21,9% .
- جاء موقع اليوم السابع في المرتبة الأولى من بين المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث مجيء التقرير في المرتبة الأولى من حيث الأشكال الصحفية المصاحبة لملفات الفيديو المتعلقة بالحرب على الإرهاب وذلك بنسبة 9,1% ، يليه موقع بوابة الأهرام بنسبة 6,4% ، ثم موقع الحرة بنسبة 6,1% ، وأخيراً موقع CNN عربي بنسبة 3,6% .

الحرب على الإرهاب كما تعكسها صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية الموجهة بالعربية

- جاء موقع اليوم السابع على رأس المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث مجيء فئة تحليلات في المرتبة الأولى من حيث الأشكال الصحفية المصاحبة لملفات الفيديو المتعلقة بالحرب على الإرهاب وذلك بنسبة 6,1% ، يليه موقع الحرة بنسبة 2,1% ، ثم موقع بوابة الأهرام بينما لم يستخدم موقع CNN أي تحليلات .
- يشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المواقع الإلكترونية الأمريكية والمصرية عينة الدراسة من حيث الأشكال الصحفية المصاحبة لملفات الفيديو المتعلقة بالحرب على الإرهاب، حيث كانت قيمة $\chi^2 = 8.462$ وهي دالة عند مستوى معنوية 0.001 ، وهي علاقة متوسطة .
- من الواضح ارتفاع نسبة مجيء ملفات الفيديو المتعلقة بالحرب على الإرهاب مع الأخبار وهو ما يتوافق مع طبيعة النشر الإلكتروني ، وإن تقدم موقع اليوم السابع في هذا نتيجة لما لتركيز هذا الموقع من نشر على نشر أكبر عدد من الأخبار مع تزويدها بالصور أو ملفات الفيديو ، كما أن تقدم موقعي الحرة و CNN عربي فيما يتعلق بفئة "بدون شكل مصاحب" يرجع إلى نشر هذه المواقع عدد من ملفات الفيديو المأخوذة من القناة التابعة لها مع وضع عناوين فقط لها دون أن يكون هناك شكل صحفي مصاحب .

الحرب على الإرهاب كما تعكسها صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية
الموجهة بالعربية

10 - المساحة الزمنية:

جدول رقم (13)

يوضح المساحة الزمنية التي يستغرقها عرض ملفات الفيديو المتعلقة بالحرب على الإرهاب

الموقع	اليوم السابع		بوابة الأهرام		الحررة		Cnn		الاجمالي		مستوى المعنوية Sig د.ج 3	معامل التوافق
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
زمن الفيديو	7	12,7	6	12,7	2	6,1	4	14,3	19	11,7	1.237	-
	19	34,5	10	21,3	9	27,3	7	25	45	27,6		
	25	45,4	27	57,5	20	60,5	17	60,7	89	54,6		
	4	7,4	4	8,5	2	6,1	-	-	10	6,1		
	55	100	47	100	33	100	28	100	163	100		
أقل من دقيقة												
من دقيقة : أقل من 2												
من 2: أقل من 3 دقائق												
3 دقائق فأكثر												
الإجمالي												

تشير بيانات الجدول رقم (13) إلى ما يلي:

- جاءت ملفات الفيديو التي تراوحت مساحتها الزمنية من دقيقتين إلى أقل من 3 دقائق في المرتبة الأولى من حيث الفترات الزمنية التي يستغرقها عرض ملفات الفيديو في مواقع الدراسة في تغطيتها للحرب على الإرهاب وذلك بنسبة 54,6 % ، يليها من دقيقة إلى أقل من دقيقتين بنسبة 27,6 % ، ثم أقل من دقيقة بنسبة 11,7 % ، وأخيرا 3 دقائق فأكثر بنسبة 6,1 % ، ولعله من الواضح تقدم نسبة من دقيقتين إلى أقل من 3 دقائق في جميع مواقع الدراسة ، وهذا ما يمكن أن نرجعه إلى طبيعة النشر الإلكتروني الذي يعتمد على مقاطع الفيديو القصيرة التي توصل الرسالة المستهدفة في أسرع وقت ، لكن بعيدا عن القصر المخل بالمعنى ، أو الإطالة المبتذلة .

الحرب على الإرهاب كما تعكسها صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية الموجهة بالعربية

- جاء موقع CNN عربي على رأس المواقع التي احتلت فيها ملفات الفيديو مساحة زمنية من دقيقتين إلى أقل من 3 دقائق وذلك بنسبة 60,7% ، ثم موقع الحرة بنسبة 60,5% يليه موقع بوابة الأهرام بنسبة 57,5% ، ، وأخيرا موقع اليوم السابع بنسبة 45,4% .
- جاء موقع اليوم السابع في مقدمة المواقع التي احتلت فيها ملفات الفيديو مساحة زمنية من دقيقة إلى أقل من دقيقتين وذلك بنسبة 34,5% ، ثم موقع الحرة بنسبة 27,3% يليه موقع CNN عربي بنسبة 25% ، ، وأخيرا موقع بوابة الأهرام بنسبة 21,3% .
- تصدر موقع CNN عربي مواقع الدراسة التي اعتمدت على ملفات الفيديو مساحتها الزمنية أقل من دقيقة وذلك بنسبة 14,3% ، ثم موقع اليوم السابع والأهرام بنسبة 12,7% يليه موقع الحرة بنسبة 6,1% .
- جاء موقع بوابة الأهرام على رأس المواقع التي احتلت فيها الفيديوهات مساحة زمنية 3 دقائق فأكثر وذلك بنسبة 8,5% ، ثم موقع اليوم السابع بنسبة 7,4% يليه موقع الحرة بنسبة 6,1% ، بينما لم يسجل موقع CNN أي نسبة .
- يشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مواقع الدراسة من حيث المساحة الزمنية التي يستغرقها عرض ملفات الفيديو المتعلقة بالحرب على الإرهاب، حيث كانت قيمة $Ka=2=6.432$ وهي غير دالة عند مستوى معنوية 1.237 .

الحرب على الإرهاب كما تعكسها صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية
الموجهة بالعربية

11 - موقع ملفات الفيديو من النص:

جدول رقم (14)

يوضح موقع ملفات الفيديو من النص المتعلق بالحرب على الإرهاب

معام ل التوافق	مستوى المعنوية Sig د.ح2	ك Chi Square	الاجمالي		Cnn		الحررة		بوابة الأهرام		اليوم السابع		الموقع موقع الفيديو
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
0,384	0,001	5.276	22,7	37	10,7	3	12,1	4	-	-	54,5	30	أعلى النص
			15,3	25	-		-	-	42,5	20	9,1	5	أسفل النص
			17,7	29	28,6	8	39,4	13	-	-	14,5	8	ضمن النص
			44,3	72	60,7	17	48,4	16	57,4	27	21,9	12	لا يوجد نص
			100	163	100	28	100	33	100	47	100	55	الاجمالي

تشير بيانات الجدول رقم (14) إلى ما يلي:

- جاءت فئة لا يوجد نص في المرتبة الأولى من حيث موقع ملفات الفيديو من النص المتعلق بالحرب على الإرهاب وذلك بنسبة 44,3% ، يليها أعلى النص بنسبة 22,7% ، ثم ضمن النص بنسبة 17,7% ، يليه أسفل النص بنسبة 15,3%
- جاء موقع CNN عربي على رأس المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث لا يوجد نص في المرتبة الأولى من حيث موقع ملفات الفيديو من النص المتعلق بالحرب على الإرهاب وذلك بنسبة 60,7% ، يليه موقع بوابة الأهرام بنسبة 57,4% ، ثم موقع الحررة بنسبة 48,4% ، وأخيراً موقع اليوم السابع بنسبة 21,9% .
- جاء موقع اليوم السابع في مرتبة متقدمة من بين المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث مجيء أعلى النص في المرتبة الأولى من حيث موقع ملفات الفيديو من النص المتعلق بالحرب على الإرهاب وذلك بنسبة 54,5% ، يليه موقع الحررة

الحرب على الإرهاب كما تعكسها صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية الموجهة بالعربية

بنسبة 12,1% ، ثم موقع CNN عربي بنسبة 10,7% بينما لم يسجل موقع بوابة الأهرام أي نسبة .

• جاء موقع بوابة الأهرام على رأس المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث مجيء أسفل النص في المرتبة الأولى من حيث موقع ملفات الفيديو من النص المتعلق بالحرب على الإرهاب وذلك بنسبة 42,5% ، يليه موقع اليوم السابع بنسبة 9,1% .

• تصدر موقع الحرة المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث مجيء ضمن النص في المرتبة الأولى من حيث موقع ملفات الفيديو من النص المتعلق بالحرب على الإرهاب وذلك بنسبة 39,4% ، يليه موقع CNN عربي بنسبة 28,6% ، ثم موقع اليوم السابع وذلك بنسبة 14,5% .

• يشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المواقع الإلكترونية الأمريكية والمصرية عينة الدراسة من حيث موقع الفيديوهات من النص خلال تناولها لقضايا الحرب على الإرهاب ، حيث كانت قيمة $\chi^2 = 5,276$ وهي دالة عند مستوى معنوية 0.001 ، وهي علاقة متوسطة .

• من الواضح مجيء ملفات الفيديو التي لا يرافقها نص في المرتبة الأولى في معظم المواقع كما تم الإشارة مسبقاً في جدول (12) وذلك لأن معظم ملفات الفيديو في المواقع الأمريكية والمصرية اعتمدت بشكل كبير على القنوات التلفزيونية أو الفضائية في مصدر الفيديوهات فكانت معظم الفيديوهات إما جزء من برامج أو تقارير تم عرضها ضمن نشرات ، أو لقطات مأخوذة من برامج فبالتالي كانت ملفات الفيديو هذه توضع في شكل عنوان وملف فيديو فقط دون أن يكون هناك نص مصاحب .

• كما أن تقدم موقع اليوم السابع في مجيء ملفات الفيديو أعلى النص يرجع إلى أن ملفات الفيديو تعد عنصراً من عناصر الجذب أو التشويق ومن الإخراج الجيد

الحرب على الإرهاب كما تعكسها صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية
الموجهة بالعربية

للموقع إبراز الفيديوهات ووضعها أعلى النص أو ضمن النص وهو ما اعتمدت عليه أيضا المواقع الأمريكية بخلاف موقع بوابة الأهرام والذي قام بوضع الفيديو أسفل النص مما يقلل من أهميته إلى حد ما .

11 - الأصوات المصاحبة

جدول (15)

يوضح الأصوات المصاحبة لملفات الفيديو المتعلقة بالحرب على الإرهاب

معامل التوافق	مستوى المعنوية Sig د.ح.2	كا 2 Chi Square	الاجمالي		Cmn		الحررة		بوابة الأهرام		اليوم السابع		الموقع الأصوات المصاحبة
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
0,137	0,05	6.341	20,3	33	25	7	33,3	11	6,4	5	18,2	10	تعليق صوتي
			8,5	14	10,7	3	6,1	2	2,7	3	10,9	6	موسيقى
			4,3	7	7,1	2	9,1	3	-	-	3,6	2	صراخ ويكاء
			12,8	21	7,1	2	3,1	1	23,4	11	12,7	7	حديث شخصيات
			6,1	10	10,7	3	6,1	2	2,1	1	7,3	4	تفجيرات أو اطلاق نار
			11,1	18	7,1	2	6,1	2	12,7	6	14,5	8	صوت طائرات أو دبابات
			36,8	60	32,1	9	36,2	12	10,6	21	32,7	18	أكثر من صوت
			100	163	100	28	100	33	100	47	100	55	الاجمالي

تشير بيانات الجدول رقم (15) إلى مايلي:

- جاءت فئة أكثر من صوت في مقدمة الأصوات المصاحبة لملفات الفيديو المتعلقة بالحرب على الإرهاب وذلك بنسبة 36,8% ، يليها تعليق صوتي بنسبة 20,3% ، ثم حديث (شخصيات سياسية أو مذياعي برامج أو أهالي ضحايا أو محللين وخبراء) بنسبة 12,8% ، يليه صوت طائرات أو دبابات بنسبة 11,1%، ثم

الحرب على الإرهاب كما تعكسها صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية الموجهة بالعربية

موسيقى بنسبة 8,5% ، فتفجيرات أو إطلاق النار بنسبة 6,1% ، وأخيرا صراخ وبكاء بنسبة 4,3% ، ولعل ارتفاع نسبة أكثر من صوت من حيث الأصوات المصاحبة لملفات الفيديو المتعلقة بالحرب على الإرهاب في مواقع الدراسة ، يرجع إلى طبيعة هذه القضية محل الدراسة والتي تتمثل في الحرب على الإرهاب ، حيث عادة ما يصاحب الحروب قدرا كبيرا من التفاعل الصوتي في التغطية الإعلامية سواء فيما يتعلق بأصوات طلقات الرصاص أو المدافع أو أصوات تحليق الطائرات أو القصف الجوي إضافة إلى أصوات الانتصار وفي المقابل أيضا أصوات أهالي الجرحى والمصابين ، كما يتم أحيانا إضافة تعليقات صوتية ومعالجات إعلامية ومؤثرات صوتية لاضافة طابع التفاعل على ملف الفيديو .

● جاء موقع الحرة على رأس المواقع الإلكترونية عينة الدراسة حيث جاء أكثر من صوت في المرتبة الأولى من حيث الأصوات المصاحبة لملفات الفيديو المتعلقة بالحرب على الإرهاب وذلك بنسبة 36,2% ، يليه موقع اليوم السابع بنسبة 32,7% ، ثم موقع CNN عربي بنسبة 32,1% ، وأخيرا موقع بوابة الأهرام بنسبة 10,6% .

● جاء موقع الحرة في مقدمة المواقع الإلكترونية عينة الدراسة حيث جاء تعليق صوتي في المرتبة الأولى من حيث الأصوات المصاحبة للفيديوهات في مواقع الدراسة خلال تناولها لقضايا الحرب على الإرهاب وذلك بنسبة 33,3% ، يليه موقع CNN بنسبة 25% ، ثم موقع اليوم السابع بنسبة 18,2% ، وأخيرا موقع بوابة الأهرام بنسبة 6,4% .

● تصدر موقع بوابة الأهرام المواقع الإلكترونية عينة الدراسة حيث جاء حديث (شخصيات سياسية أو مذياعي برامج أو أهالي ضحايا أو محللين وخبراء) في المرتبة الأولى من حيث الأصوات المصاحبة لملفات الفيديو المتعلقة بالحرب على الإرهاب وذلك بنسبة 23,4% ، يليه موقع اليوم السابع بنسبة 12,7% ، ثم موقع CNN عربي بنسبة 7,1% ، وأخيرا موقع الحرة بنسبة 3,1% .

الحرب على الإرهاب كما تعكسها صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية
الموجهة بالعربية

- جاء موقع اليوم السابع على رأس المواقع الإلكترونية عينة الدراسة حيث جاء صوت طائرات ودبابات في المرتبة الأولى من حيث الأصوات المصاحبة لملفات الفيديو المتعلقة بالحرب على الإرهاب وذلك بنسبة 14,5% ، يليه موقع بوابة الأهرام بنسبة 12,7% ، ثم موقع CNN عربي بنسبة 71% ، وأخيرا موقع الحرة بنسبة 6,1% .
- جاء موقع اليوم السابع على رأس المواقع الإلكترونية عينة الدراسة حيث جاء موسيقى في المرتبة الأولى من حيث الأصوات المصاحبة لملفات الفيديو المتعلقة بالحرب على الإرهاب وذلك بنسبة 10,9% ، يليه موقع CNN عربي بنسبة 10,7% ، ثم موقع الحرة بنسبة 6,1% ، وأخيرا موقع بوابة الأهرام بنسبة 2,1% .
- جاء موقع CNN عربي على رأس المواقع الإلكترونية عينة الدراسة حيث جاء تفجيرات أو إطلاق نار في المرتبة الأولى من حيث الأصوات المصاحبة لملفات الفيديو المتعلقة بالحرب على الإرهاب وذلك بنسبة 10,9% ، يليه موقع الحرة بنسبة 10,7% ، ثم موقع بوابة الأهرام بنسبة 6,1% ، وأخيرا موقع اليوم السابع بنسبة 2,1% .
- جاء موقع الحرة على رأس المواقع الإلكترونية عينة الدراسة حيث جاء صراخ وبكاء في المرتبة الأولى من حيث الأصوات المصاحبة لملفات الفيديو المتعلقة بالحرب على الإرهاب وذلك بنسبة 9,1% ، يليه موقع CNN عربي بنسبة 7,1% ، وأخيرا موقع اليوم السابع بنسبة 3,6% .
- يشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المواقع الإلكترونية الأمريكية والمصرية عينة الدراسة من حيث موقع الفيديوهات من النص خلال تناولها لقضايا الحرب على الإرهاب ، حيث كانت قيمة $\chi^2 = 6.341$ وهي دالة عند مستوى معنوية 0.05 ، وهي علاقة ضعيفة .

- من الواضح ارتفاع نسبة التعليقات الصوتية في المواقع الأمريكية حيث جاءت معظم ملفات الفيديو التي تناولت الحرب على الإرهاب في شكل تقارير مصحوبة بتعليق وهي تقارير أصلاً منقولة عن قنوات خاصة أن المواقع الأمريكية هي مواقع لقنوات ، بينما في المواقع المصرية ارتفعت نسبة حديث ((شخصيات سياسية أو مذيعة برامج أو أهالي ضحايا أو محللين وخبراء) وذلك لأن المواقع المصرية ركزت في ملفات الفيديو الخاصة بها على خطابات الرئيس أو أفراد الجيش والشرطة أو حديث لأهالي ضحايا) أو نشرت مقاطع مأخوذة من برامج التوك شو .

12 - نتائج التحليل السيميائي :

1- موضوع الفيديو (Video Subject) :

أولاً - المواقع المصرية :

- ركز مضمون ملفات الفيديو المتعلقة بالحرب على الإرهاب في المواقع الإلكترونية المصرية محل الدراسة على الموضوعات التالية :: الضربات الإستباقية لمعاقل الإرهابيين ، ملاحقة المتورطين في أعمال إرهابية ، مقاطعة الدول الداعمة للإرهاب ، محاكمة المتهمين في أحداث عنف ، الدعوة إلى تجديد الخطاب الديني ، إعلان حالة الطوارئ ، جهود المؤسسات الدينية في مواجهة الإرهاب.
- خلال التغطية المصورة لتلك الموضوعات ركزت المواقع المصرية عينة الدراسة على مشاهد معينة حاولت توظيفها بشكل أو آخر مع تلك الموضوعات فكانت أكثر المشاهد متضمنة لخطابات للرئيس السيسي بنسبة كبيرة عقب كل حادث إرهابي أو حتى في خطابات المناسبات ، وقد تضمنت تلك الخطابات اعلان حالة الطوارئ ، ضرورة تجديد الخطاب الديني ، والضربات الاستباقية لمعاقل الارهاب ، والتأكيد على دور الاعلام والأزهر في مواجهة الإرهاب .

الحرب على الإرهاب كما تعكسها صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية الموجهة بالعربية

- كما ركزت ملفات الفيديو أيضا على مشاهد لعرض الدبابات والأسلحة الخاصة بالجيش المصري واستخدام موسيقى تصويرية تحذيرية ، واستعراض لقوة الجيش المصري حتى في ملفات الفيديو التي كان مضمونها ضربات استباقية أو ملاحقة المتورطين في أعمال عنف كان يتم إظهار الجيش والمعدات بصورة قوية وذلك يمكن أن يكون لبث الثقة في نفوس المواطنين والتأكيد على جاهزية القوات المصرية لدحر الإرهاب والقضاء عليه ومحاولة لرفع الروح المعنوية للشعب المصري وبث رسائل تطمين لهم ، حتى الهجوم الإرهابي الذي وقع في سيناء تعمدت المواقع المصرية عدم التركيز عليه بصورة كبيرة بل كان يتم عرض فيديوهات تبين قوة الجيش وتدريبات عسكرية في محاولة من جانب المواقع المصرية في اظهار سيطرة الجيش على الوضع الأمني في مصر بشكل عام وسيناء بشكل خاص وذلك على عكس المواقع الأمريكية كما سيتضح.
- تضمنت ملفات الفيديو أيضا تأكيد الأزهر الشريف على أن الدين ومناهج الأزهر ليست سبباً في ظهور الإرهاب بل إن البعد عن الوسطية الأزهرية هو السبب في ذلك ، إضافة إلى عرض الأزهر وسائل مكافحة التطرف فكرياً من خلال مؤتمرات أو برامج توعوية وتنقيفية لمحاربة ذلك الفكر المتطرف .

ثانياً - المواقع الأمريكية :

- ركز مضمون صحافة الفيديو التي اعتمدت عليها المواقع الأمريكية الموجهة بالعربية محل الدراسة في تناولها للحرب على الإرهاب على الموضوعات التالية: إعلان حالة الطوارئ ، ملاحقة المتورطين في أعمال إرهابية ، محاكمة المتهمين في أحداث عنف ، مقاطعة الدول الداعمة للإرهاب ، الضربات الإستباقية لمعاقل العناصر الإرهابية ، الدعوة إلى تجديد الخطاب الديني .
- سعت المواقع الأمريكية محل الدراسة إلى استخدام صحافة الفيديو في محاولة إبراز أن هناك حالة من عدم الأمن والاستقرار في مصر فمعظم ملفات الفيديو تضمنت مقاطع لحرائق وإطلاق نار وتفجيرات وأعمال عنف، بل وخصصت

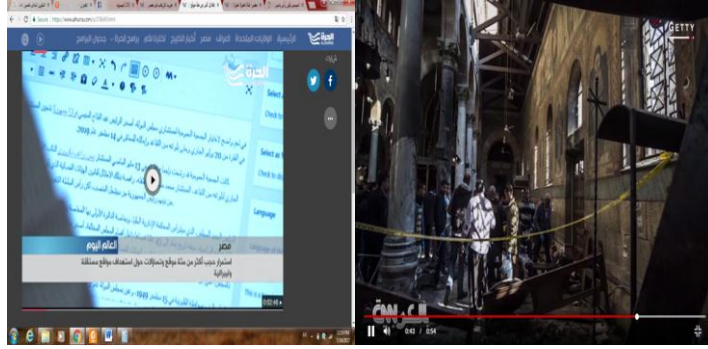
تقارير مصورة لإغلاق أكثر من مائة موقع إلكتروني مع عرض صور متحركة لتلك المواقع وأسمائها زاعمة بأن تلك المواقع ليبرالية ومستقلة ولم تذكر أنها مواقع متطرفة أو داعمة للإرهاب وذلك كما في الشكل رقم (5) ، كما ركزت على إظهار الجيش بصورة سلبية فحاولت بيان مدى وحشية الجيش المصري والشرطة ومداهماته للمنازل واعتقالات وإطلاق نار وتفجيرات مع من أسمتهم بـ"الإسلاميين المتشددين" ، ولم تطلق عليهم لفظ "إرهابيين" حيث استخدمت لقطات أرشيفية بها حرائق وأعمال عنف ووجود الجيش في الشوارع وفي هذا محاولة للإيهام بأن الوضع في مصر غير مستقرة .

● كما تضمنت ملفات الفيديو عمليات الجيش في سيناء مع التركيز على تصوير الدبابات وهي تهدم المنازل ، وتصوير حرائق في سيناء في محاولة منها لإثبات أن مصر شبيهة بسوريا ، كما تضمنت ملفات الفيديو أيضا تقريرا يتضمن صور أرشيفية عن مواجهات بين الشرطة والإرهابيين إلا أن موقع الحرة ركز على جعل مضمون الفيديو مدهامة الشرطة لستة من العناصر المتشددة حاولوا الهروب أثناء القبض عليهم كما تتضمن الفيديو أيضا أن الرئيس قام بإعلان حالة الطوارئ مركزة على أن ذلك الإعلان جاء بسبب تفجير متشددين لكنيستين في مصر وعرضت تقارير لخبراء في محاولة للتأكيد على أنه رغم الاجراءات الأمنية المشددة إلا أن مصر لم تستطع حماية كمانتها، كما أنها ركزت على أن مصر منذ أربع سنوات تعاني من هجمات مسلمين متشددين ، كما أكدت على مخاوف تطبيق قانون الطوارئ في مصر وتأثير ذلك على الحريات في مصر وكذلك الوضع الإقتصادي والسياحي .

● كذلك فإن ملفات الفيديو في المواقع الأمريكية كانت في بعض الأحيان تتضمن أكثر من موضوع بينما لم تتضمن ملفات الفيديو في المواقع المصرية أكثر من موضوع وربما يرجع ذلك إلى كثرة ملفات الفيديو التي تقوم بنشرها المواقع المصرية عن مصر والمتابعة الأنية لحظة بلحظة ، وهو ما لم يتوافر أحيانا

الحرب على الإرهاب كما تعكسها صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية الموجهة بالعربية

للمواقع الأمريكية التي كانت تلجأ في بعض الأحيان إلى تناول أكثر من موضوع في ملف فيديو واحد في شكل تقرير .



شكل رقم (5) يوضح محاولة المواقع الأمريكية (الحررة ، cnn) محاولة إبراز أن هناك حالة من عدم الأمن والاستقرار في مصر

2- الرسائل البصرية التي حاولت الفيديوهات إيصالها إلى المشاهد :

أولاً : المواقع المصرية :

- حاولت المواقع المصرية إيصال عد من الرسائل لمستخدمي هذه المواقع الإلكترونية، تمثلت في : مدى قوة الجيش المصري والشرطة وقدرته على السيطرة على الأوضاع ، تأييد جميع مؤسسات الدولة والشعب للحرب على الإرهاب ورفضه التام لما يحدث من عمليات ارهابية ، استهداف الكثير من معاقل الإرهابيين وقتل الكثير منهم ، اظهار ضحايا الجيش أنهم دافعوا ببسالة حتى آخر قطرة دم ولم يمتلكهم الخوف أو الهروب ، قوة الرئيس وسيطرته على الوضع الأمني في مصر وتشجيعه الدائم للشعب والجيش والشرطة على محاربة الإرهاب .

ثانياً : المواقع الأمريكية:

* سعت ملفات الفيديو في المواقع الأمريكية إلى إيصال الرسائل الآتية : مدى وحشية الأجهزة الأمنية في التعامل مع ما أسمته بـ"الإسلاميين المتشددين"، عدم استقرار الأوضاع الأمنية في مصر بشكل كبير ، محاولات الأجهزة الأمنية فرض قيود

الحرب على الإرهاب كما تعكسها صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية
الموجهة بالعربية

على الحرية كوسيلة لمحاربة التطرف منها إغلاق مواقع الكترونية وفصل العاملين بها ، تعرض الجيش المصري والشرطة إلى عمليات اغتيال كثيرة وعدم قدرتهم السيطرة على الأوضاع ، محاولات التأكيد على أن الشرطة والجيش لاتلاحق الإرهابيين وانما تلاحق المتشددين من المسلمين .

جدول رقم (16)

يوضح زوايا الكاميرا (الرأسية) في ملفات الفيديو المتعلقة بالحرب على الارهاب

الموقع زوايا الكاميرا	اليوم السابع		بوابة الأهرام		الحررة		Cnn		الاجمالي		2K Chi Square	مستوى المعنوية Sig دج2	معامل التوافق
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك			
زاوية مرتفعة (HA)	17	9,6	10	7	13	10,7	6	5,8	45	8,3	6.335	0,172	-
زاوية مستوية (SA)	131	74,1	103	72,1	100	81,9	89	85,6	423	77,5			
زاوية منخفضة(LA)	29	16,4	30	20,9	9	7,4	9	8,6	77	14,2			
الإجمالي	177	100	143	100	122	100	104	100	546	100			

تشير بيانات الجدول رقم (16) إلى مايلي:

- جاءت الزاوية مستوية (Standard Angle) في مقدمة زوايا الكاميرا (الرأسية) في ملفات الفيديو المتعلقة بالحرب على الإرهاب وذلك بنسبة 77,5% ، يليها زاوية منخفضة Low Angle بنسبة 14,2% ، ثم زاوية مرتفعة (High Angle) بنسبة 8,3% .
- جاء موقع CNN عربي في مقدمة المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث مجيء الزاوية المستوية (Standard Angle) على رأس زوايا الكاميرا (الرأسية) في ملفات الفيديو المتعلقة بالحرب على الإرهاب وذلك بنسبة 85,6% ، يليه موقع الحررة بنسبة 81,9% ، ثم موقع اليوم السابع بنسبة 74,1% ، وأخيرا بوابة الأهرام بنسبة 72,1% .

الحرب على الإرهاب كما تعكسها صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية الموجهة بالعربية

- تصدر موقع بوابة الأهرام المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث مجيء الزاوية المنخفضة (Low Angle) على رأس زوايا الكاميرا (الرأسية) في ملفات الفيديو المتعلقة بالحرب على الإرهاب وذلك بنسبة 20,9%، يليه موقع اليوم السابع بنسبة 16,4%، ثم موقع CNN بنسبة 8,6%، وأخيرا الحرة بنسبة 7,4%.
- جاء موقع الحرة على رأس المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث مجيء الزاوية المنخفضة (Low Angle) على رأس زوايا الكاميرا (الرأسية) في ملفات الفيديو المتعلقة بالحرب على الإرهاب وذلك بنسبة 10,7%، يليه موقع اليوم السابع بنسبة 9,6%، ثم موقع بوابة الأهرام بنسبة 7%، وأخيرا CNN بنسبة 5,8%.
- يشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المواقع الإلكترونية الأمريكية والمصرية عينة الدراسة من حيث زوايا الكاميرا (الرأسية) في ملفات الفيديو المتعلقة بالحرب على الإرهاب، حيث كانت قيمة $\chi^2 = 6,335$ وهي غير دالة عند مستوى معنوية 0.172.
- من الواضح ارتفاع نسبة استخدام زوايا التصوير المستوية في المواقع عينة الدراسة، يليها الزاوية المنخفضة ثم المرتفعة، وقد ساعدت زوايا التصوير في تكوين سيميائية حقيقية لملفات الفيديو في تغطيتها للحرب على الإرهاب، فاتجهت غالبية اللقطات في فيديوهات مواقع الدراسة إلى الزاوية المستوية لأنها الأقرب إلى رؤية العين بنفس النظرة والمستوى، مما يُعطي انطباعًا للمشاهد بمصادقية المشهد ويضفي عليه الواقعية.
- بينما وردت بعض اللقطات من زاوية منخفضة (أسفل : أعلى) عند تصوير بعض بعض الفيديوهات التي تستعرض قوة الجيش والأسلحة والطائرات والدبابات حيث نجد معظم الزوايا من أسفل لأعلى لأن هذه الزاوية تعطي تضخيماً للمشهد وتُضفي على الأشخاص داخل الكادر العظمة والأهمية، بل تعطي

الحرب على الإرهاب كما تعكسها صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية
الموجهة بالعربية

تضخيماً للدبابات ولرجال الجيش وقد يكون ذلك لبث الرعب في نفوس الإرهابيين وإيصال رسالة للمشاهدين بقوة الجيش المصري .

- وعلى الجانب الآخر وردت بعض لقطات الفيديو بزوايا مرتفعة (أعلى : أسفل) وهى الزاوية التى تحمل دلالات الخطر والتحذير وتضع الأشخاص فى حالة مقالقة ، وهو ما تم توظيفه فى بعض عينة فيديوهات مواقع الدراسة التى تناولت الحرب على الإرهاب ، حيث تم توظيف هذه الزاوية بحسابات تقنية لإظهار المشهد بشكل متسع ونقل الصورة بطريقة أكثر شمولية وعمومية وللتحذير ، وتم استخدام هذه الزاوية لنقل مشاهد الضربات الإستباقية على معازل الإرهابيين ، كما تم استخدامها أيضا عند تصوير عدد الدبابات والمدركات والطائرات على الأرض فى وحدات الجيش المصري لبيان كثرة عددها وعتادها وإعطاء رسالة تحذيرية للإرهابيين .

جدول رقم (17)

يوضح زوايا الكاميرا (الأفقية) فى ملفات الفيديو المتعلقة بالحرب على الارهاب

الموقع زوايا الكاميرا	اليوم السابع		بوابة الأهرام		الحررة		cnn		الاجملى		2ك Chi Square	مستوى المعنوية Sig د.ح 2	معامل التوافق
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك			
الزوايا الأمامية	50,3	89	65,2	93	56,6	69	55,7	58	56,5	309	5.491	0,531	-
الزوايا الخلفية	20,9	37	13,9	20	18,8	23	13,6	14	17,2	94			
الزوايا الجانبية	28,8	51	20,9	30	24,6	30	30,7	32	26,3	143			
الإجملى	100	177	100	143	100	122	100	104	100	546			

تشير بيانات الجدول رقم (17) إلى مايلي:

- جاءت الزاوية الأمامية على رأس زوايا الكاميرا (الأفقية) فى ملفات الفيديو المتعلقة بالحرب على الإرهاب وذلك بنسبة 56,5% ، يليها الزاوية الجانبية بنسبة 26.3% ، ثم الزوايا الخلفية بنسبة 17,2% .

الحرب على الإرهاب كما تعكسها صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية الموجهة بالعربية

- جاء موقع الحرة في مقدمة المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث مجيء الزاوية الأمامية على رأس زوايا الكاميرا (الأفقية) في ملفات الفيديو المتعلقة بالحرب على الإرهاب وذلك بنسبة 65,2%، يليه موقع الحرة بنسبة 56,6%، ثم موقع CNN عربي بنسبة 55,7%، وأخيرا اليوم السابع بنسبة 50,3%.
- جاء موقع CNN عربي على رأس المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث مجيء الزاوية الجانبية على رأس زوايا الكاميرا (الأفقية) في ملفات الفيديو المتعلقة بالحرب على الإرهاب وذلك بنسبة 30,7%، يليه موقع اليوم السابع بنسبة 28,8%، ثم موقع الحرة بنسبة 24,6%، وأخيرا بوابة الأهرام بنسبة 20,9%..
- جاء موقع اليوم السابع على رأس المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث مجيء الزاوية الجانبية على رأس زوايا الكاميرا (الأفقية) في ملفات الفيديو المتعلقة بالحرب على الإرهاب، وذلك بنسبة 20,9%، يليه موقع الحرة بنسبة 18,8%، ثم موقع بوابة الأهرام بنسبة 13,9%، وأخيرا CNN بنسبة 13,6%.
- يشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المواقع الإلكترونية الأمريكية والمصرية عينة الدراسة من حيث زوايا الكاميرا (الأفقية) في الفيديوهات خلال تناولها لقضايا الحرب على الإرهاب، حيث كانت قيمة $\chi^2 = 5,491$ وهي غير دالة عند مستوى معنوية 0.531.
- وتشير النتائج السابقة إلى توظيف المواقع سواء الأمريكية أو المصرية للزاوية الأمامية بنسبة أكبر ويرجع ذلك إلى أن لقطات الزاوية الأمامية تجعل المشاهد أكثر انخراطا وتفاعلية وعاطفية كما تخلق نوع من الإتصال الوهمي أو الخيالي بين ما يعرض وبين المشاهد، فلقطات الزاوية الأمامية تعد عاملا مهما في خلق الإحساس بالحميمية فعندما يعرض السلوك المرئي ويبدو مباشرا في عين المشاهد

الحرب على الإرهاب كما تعكسها صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية
الموجهة بالعربية

فإنه يخلق نوعاً من التفاعل والإتصال المباشر بين المشاهد والأشخاص الفاعلة في الصورة .

- كما جاءت الزاوية الجانبية في المرتبة الثانية ، حيث أن التصوير من الزاوية الجانبية يضفي نوعاً من القوة والحسم وقد استخدمت تلك اللقطات ذات الزوايا الجانبية خلال خطابات الرئيس السيسي وأيضاً خلال تصوير الطائرات الخاصة بالجيش أثناء طيرانها بزاوية جانبية لاضفاء نوع من الحسم والقوة على المشهد .
- أما الزاوية الخلفية فقد جاءت في المرتبة الأخيرة وتم توظيفها أيضاً في بعض الفيديوهات التي قام الجيش بتصويرها حيث تم التصوير من الخلف إلى الأمام عند تصوير الطائرات والدبابات الخاصة بالجيش وتصوير صفوف الجيش .

جدول رقم (18)

يوضح أنواع اللقطات في ملفات الفيديو المتعلقة بالحرب على الإرهاب

الموقع نوع اللقطة	اليوم السابع		بوابة الأهرام		الحرّة		Cnn		الإجمالي		مستوى المعنوية Sig د.ح 2	معامل التوافق
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
لقطة بعيدة LS	31,1	55	28,6	41	18,8	23	18,3	19	25,3	138	0,323	0,001
لقطة متوسطة MS	44,6	79	51,1	73	28,7	35	29,8	31	39,9	218		
لقطة قريبة CS	24,3	43	20,3	29	52,5	64	51,9	54	34,8	190		
الإجمالي	100	177	100	143	100	122	100	104	100	546		

تشير بيانات الجدول رقم (18) إلى ما يلي:

- جاءت اللقطة المتوسطة في مقدمة أنواع اللقطات في ملفات الفيديو المتعلقة بالحرب على الإرهاب وذلك بنسبة 39,9% ، يليها القطة القريبة بنسبة 34,8% ، ثم اللقطة البعيدة بنسبة 25,3% .

الحرب على الإرهاب كما تعكسها صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية الموجهة بالعربية

- جاء موقع الحرة على رأس المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث مجيء اللقطة القريبة على رأس أنواع اللقطات في ملفات الفيديو المتعلقة بالحرب على الإرهاب ، وذلك بنسبة 52,5%، يليه موقع CNN عربي بنسبة 51,9% ، ثم موقع اليوم السابع بنسبة 24,3% ، وأخيرا بوابة الأهرام بنسبة 20,3%.
- جاء موقع بوابة الأهرام على رأس المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث مجيء اللقطة المتوسطة على رأس أنواع اللقطات في ملفات الفيديو المتعلقة بالحرب على الإرهاب ، وذلك بنسبة 51.1%، يليه موقع اليوم السابع بنسبة 44,6% ، ثم موقع CNN عربي بنسبة 29,8% ، وأخيرا الحرة بنسبة 28,7%.
- تصدر موقع اليوم السابع على رأس المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من حيث مجيء اللقطة البعيدة على رأس أنواع اللقطات في ملفات الفيديو المتعلقة بالحرب على الإرهاب ، وذلك بنسبة 31,1%، يليه موقع بوابة الأهرام بنسبة 28,6% ، ثم موقع الحرة بنسبة 18,8% ، وأخيرا CNN عربي بنسبة 18,3%.
- يشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المواقع الإلكترونية الأمريكية والمصرية عينة الدراسة من حيث أنواع اللقطات في ملفات الفيديو المتعلقة بالحرب على الإرهاب، حيث كانت قيمة $K=5.576$ وهي دالة عند مستوى معنوية 0.001 .
- جاءت اللقطة المتوسطة في المرتبة الأولى من حيث أنواع اللقطات في الفيديوهات خلال تناولها للحرب على الإرهاب حيث تم توظيف تلك اللقطة المتوسطة في فيديوهات الخطابات وأيضا في الاجتماعات والمؤتمرات فهي لقطة تدل على العلاقة الإجتماعية ، ثم جاءت اللقطة القريبة في المرتبة الثانية وربما يرجع ذلك إلى أن تلك النوعية من اللقطات تكون أكثر تأثيرا لقرب الموضوع من المشاهد ، كما أنه يمكن توظيفها في التركيز على جوانب معينة من الحدث كما أن لها دور في خلق علاقة حميمية وهمية مع المشاهد⁽⁵⁹⁾، وقد تم توظيفها في تصوير أهالي

الضحايا أو تصوير المصابين أو القتلى أو تصوير أوجه المتهمين كما استخدمت بشكل كبير ووظفت في الفيديوهات التي تم عرضها عن قوة الجيش المصري .

• أما فيما يتعلق باللقطة البعيدة والتي احتلت المرتبة الثالثة والتي تعنى تزايد بعد المسافة بين المصور وموضوع الصورة فتلك اللقطة تخلق نوعا من الإثارة ، وتعطي للمشاهد إحساس بوضع الملاحظة في المشهد وتنقل إليه دلالات موضوعية ، وقد استخدمت تلك اللقطة ووظفت في الضربات الجوية لمعازل الإرهابيين ، وفي تصوير معدات وقوات الجيش لبيان العدد الكبير لقوات الجيش المصري والتدليل على ضخامة أعدادهم ومعداتهم ، وتأكيد موضوعية الصورة ، وإضفاء نوع من الأهمية على المشاهد.

• وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (حمزة خليل ، 2017)⁽⁶⁰⁾ والتي أشارت إلى اعتماد التغطية المصورة لثورة 30 يونيو في مواقع صحف اليوم السابع والواشنطن بوست والجاردريان على اللقطات المصورة البعيدة بنسبة 37.3 % ، كما تختلف أيضا مع دراسة (Maude Gwadabe ، 2014)⁽⁶¹⁾ والتي استهدفت دراسة الأطر المصورة لصراع جماعة بوكو حرام ، والتي توصلت إلى مجيء اللقطات المصورة الطويلة في المرتبة الأولى بنسبة 48.4 % من إجمالي التغطية المصورة .

النتائج العامة للدراسة :

1 - بلغ عدد ملفات الفيديو في مواقع الدراسة في تغطيتها للحرب على الإرهاب 163موضوع ، حيث بلغت نسبة ملفات الفيديو في موقع اليوم السابع 33,7% ، يليه بوابة الأهرام بنسبة 28,8% ، ثم موقع الحرة بنسبة 20,3 % ، فموقع CNN عربي بنسبة 17,2% .

2 - جاءت ملاحقة المتورطين في أعمال عنف على رأس الموضوعات التي تناولتها ملفات الفيديو في مواقع الدراسة في تغطيتها للحرب على الإرهاب وذلك بنسبة 17,1 % ، تليها إعلان حالة الطوارئ ، الضربات الإستباقية بنسبة 16,5 %

الحرب على الإرهاب كما تعكسها صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية الموجهة بالعربية

لكل منهما ، ثم مقاطعة الدول الداعمة للإرهاب بنسبة 14,7 % ، فمحاكمة المتهمين في أحداث عنف بنسبة 12,4 % ، تليها الدعوة إلى تجديد الخطاب الديني بنسبة 11,1 % ، ثم جهود المؤسسات الدينية في مواجهة الإرهاب بنسبة 5,5 % ، ثم فئة أكثر من موضوع بنسبة 3,1 % و فئة أخرى بنسبة 3,1 % والتي تضمنت موضوعات حظر التجوال في سيناء ، وعروض للجيش والأسلحة.

3- جاء إطار الصراع في مقدمة استراتيجيات الأطر المصورة لقضايا الحرب على الإرهاب لملفات الفيديو بمواقع الدراسة في تغطيتها للحرب على الإرهاب وذلك بنسبة 26,9 % ، حيث جاءت المواقع المصرية أكثر اعتمادا على إطار الصراع من حيث استراتيجيات الأطر المصورة لقضايا الحرب على الإرهاب وذلك بنسبة 32,8 % ، في حين اعتمدت المواقع الأمريكية الموجهة عينة الدراسة على إطار الخوف من حيث استراتيجيات الأطر المصورة للحرب على الإرهاب وذلك بنسبة 30,2 %.

4- جاءت فئة متحيزة على رأس طبيعة التغطية المصورة في ملفات الفيديو المتعلقة بالحرب على الإرهاب وذلك بنسبة 51,5 % ، يليها متوازنة بنسبة 33,8 % ، ثم غير واضحة بنسبة 14,7 % .

5- مثلت التصريحات والبيانات ، وإثارة العاطفة والمشاعر أكثر الإستمالات استخداما في مواقع الدراسة حيث اعتمدت المواقع الأمريكية بشكل أكبر على إثارة العاطفة والمشاعر ، وذلك في دلالة واضحة على استخدام الاستمالة العاطفية بشكل كبير فى إقناع المشاهد بالفيديو والتعاطف مع ما يعرضه. بينما اعتمدت المواقع المصرية على التصريحات والبيانات بنسبة أكبر لأنها كانت تنقل الموضوعات عن طريق التصريحات الرسمية سواء لرئيس الجمهورية أو الجيش المصري أو مسؤولين فبالإضافة إلى الإعتقاد الأكبر على الأسلوب المنطقي أكثر من العاطفي إلا أنها اعتمدت أيضا على الأسلوب العاطفي في المرتبة الثانية للتأثير على عاطفة المشاهد.

6- ساعدت زوايا الكاميرا في تكوين سيميائية حقيقية للفيديوهات المعروضة على مواقع الدراسة في تغطيتها للحرب على الإرهاب ، فاتجهت غالبية الفيديوهات في مواقع الدراسة إلى الزاوية المستوية العادية لأنها الأقرب إلى رؤية العين بنفس النظر والمستوى، مما يُعطى انطباعاً للمشاهد بمصداقية الفيديو وكأنه يشاهد المشهد بعينه ، كما تضيف الجدية على المشهد ، بينما وردت بعض الفيديوهات من زاوية أسفل : أعلى عند تصوير الجيش المصري خاصة في المواقع المصرية لأن هذه الزاوية تعطي تضخيماً للمشهد وتُضفي على الأشخاص داخل الكادر العظمة والأهمية .

7- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مواقع الدراسة من حيث (اتجاه معالجة ملفات الفيديو للحرب على الإرهاب ، أساليب الإقناع ، أنواع اللقطات ، استراتيجيات الأطر) .

8- عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية الموجهة بالعربية عينة الدراسة من حيث زوايا الكاميرا في ملفات الفيديو المتعلقة بالحرب على الإرهاب .

التوصيات:

هناك العديد من التوصيات التي يمكن الإشارة إليها ، وهي كالتالي :

1 - على الرغم من ارتفاع نسبة ملفات الفيديو المتعلقة بالحرب على الإرهاب في مواقع الدراسة ، إلا أنه يبقى جانباً من هذه الحرب يتسم بالغموض ، مما يستوجب تكثيف توظيف هذه المواقع لصحافة الفيديو لتغطية كافة جوانب هذه الحرب التي تعد مصيرية بالنسبة للشعب المصري .

2 - ضرورة إبراز الحرب على الإرهاب في صورتها الحقيقية من خلال تقديم تغطية متوازنة تراعي كافة جوانب هذه الحرب التي تستهدف الدفاع عن حاضر هذه الأمة ومستقبلها مما يمكن من توعية المواطنين بهذه الحرب وخطورتها ، والبعد

عن التغطيات المصورة المتحيزة التي تميل إلى التهوين أو التهويل من شأن هذه الحرب .

3 - يجب تطوير قنوات الفيديو التابعة لهذه المواقع ، مع زيادة مساحة البث المباشر من خلالها لمواكبة تطورات الأحداث أولاً بأول .

4 - نظراً لأهمية ومصيرية الحرب على الإرهاب ، فإنه يجب على المواقع الإلكترونية أن توظف كافة الأشكال المصورة من التقارير والتحقيقات والحوارات الإعلامية التي من شأنها تغطية الحرب على الإرهاب من كافة جوانبها ، وعدم الاقتصار فقط على المقاطع الخبرية .

5 - يشير ارتفاع نسبة ملفات الفيديو الغير مصاحبة لشكل صحفي بشكل نسبي إلى ضرورة توظيف لغة الصورة مع النص الصحفي المصاحب ، وذلك في إطار مفهوم الصحافة التكاملية التي تتناسب مع عصر النشر الإلكتروني .

6 - ضرورة العمل على توظيف زوايا التصوير وأنواع اللقطات في إيصال الرسالة المستهدفة للجمهور المتلقي بما يمكنه من تشكيل رؤية متكاملة عن الحدث أو القضية .

7 - توصي هذه الدراسة أيضاً بإجراء المزيد من الدراسات التي تتناول صحافة الفيديو خاصة فيما يتعلق بتأثيراتها على جمهور المتلقين من مستخدمي المواقع الإلكترونية وبخاصة تلك التي يتم نشرها على مواقع التواصل الاجتماعي وفي مقدمتها موقع فيس بوك والتي تشير الدراسات إلى تزايد مستخدميها بشكل مستمر .

هوامش الدراسة :

- (1) Mitnik Zachary (2017) ,” Post-9/11 Media Coverage of Terrorism” , A Thesis Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for **MA** of Arts in Criminal Justice John Jay College of Criminal Justice . City University of New York .
- (2) تحسين محمد أنيس شراذقة (2016) ، “دور وسائل الإعلام في مكافحة ظاهرة الإرهاب والتطرف: دراسة ميدانية” ، ورقة عمل مقدمة للمؤتمر الدولي المحكم تحت عنوان: دور الشريعة والقانون والإعلام في مكافحة الإرهاب تحت شعار: عالم بلا إرهاب ، جامعة الزرقاء - الأردن ، متاح على:
http://www.zu.edu.jo/MainFile/Profile_Dr_UploadFile/Conferences/File_s/ConferenceFile_3711_19_21.pdf.
- (3) Christie Omega (2015) ,” The Role of the Mass Media in the Fight against Terrorism and the Instrumental Use of Women in Boko Haram Insurgence in Nigeria” , **An International Journal of Language, Literature and Gender Studies (LALIGENS)**, Ethiopia Vol. 4 , No .2, pp : 78-96.
- (4) Taryn Butler (2015) ,” The Media Construction of Terrorism Pre and Post-9/11” , **Journal of Undergraduate Research**, McKendree University Issue 24 – Winter 2015, Available Online : <https://www.mckendree.edu/academics/scholars/butler-issue-24.pdf>.
- (5) Heather Davis Epkins (2011),”Media framing of terrorism: Views of “front lines” national security prestige press”, **PhD**, Faculty of the Graduate School of the University of Maryland, College Park.
- (6) Brigitte L. Nacos, Et al (2007),” Post-9/11 Terrorism Threats, News Coverage, and Public Perceptions in the United States ”, **International Journal of Conflict and Violence**,. Vol. 1 , No.2, pp. 105-126
- (7) Michael Griffin (2004) ,” Picturing America’s ‘War on Terrorism’ in Afghanistan and Iraq Photographic motifs as news frames” , **SAGE Publications Journals Article** , Vol. 5 , no. 4, pp, 381:402 .
- (8) Andrew J. Glass (2002) ,” The War on Terrorism Goes Online: Media and Government Response to First Post-Internet Crisis”, **Working Paper Series**, The Joan Shorenstein Center John F. Kennedy School of Government , Harvard University , Available

Online : https://shorensteincenter.org/wp-content/uploads/2012/03/2002_03_glass.pdf

- (9) حمزة السيد خليل (2017) ، " دلالة تأطير الصورة في التداول الإعلامي لثورة 30 يونيو .. دراسة تحليلية مقارنة لمواقع الصحف الإلكترونية المصرية والغربية" ، ماجستير غير منشورة ، (القاهرة : جامعة طنطا : كلية التربية النوعية : قسم الاعلام).
- (10) Mohamed EL-Nawawy, Mohamed EL- Masry (2016) , " The Signs of a Strongman: A Semiotic and Discourse Analysis of Abdelfattah Al-Sisi's Egyptian Presidential Campaign" , **International Journal of Communication** . Vol. 10 , pp 2275-2296.
- (11) شاهدة عاطف (2016) ، "التغطية الصحفية المصورة لمحاكمات نظامي مبارك ومرسى في الصحافة المصرية: دراسة دلالية علاماتيية فى الفترة من ٢٠١١ . ٢٠١٥ " ، ماجستير غير منشورة ، (القاهرة : جامعة القاهرة : كلية الاعلام)
- (12)Sibel Onursoy (2015) , "A Semiotic Analysis of an Activist Image in Social Media" , **The Online Journal of Art and Design**, Vol. 3, issue 2, Available Online : <http://ojad.emu.edu.tr/articles/32/321.pdf>.
- (13)Helen Caple & John S. Knox, (2015) , " A framework for the multimodal analysis of online news galleries: What makes a "good" picture gallery?" , **Journal of Social Semiotics**. Vol. 25 , Issue. 3, pp : 292-321
- (14) Michael D. Bruce (2014), " Framing Arab Spring Conflict: A Visual Analysis of Coverage on Five Transnational Arab News Channels", **Journal of Middle East Media** Vol 10, Available Online : <http://jmem.gsu.edu/files/2014/07/JMEM-2014-ENG-Bruce.pdf>
- (15) أمل خطاب (2012) ، " سيمولوجيا التغطية المصورة لاحتداث ثورة 25 يناير فى صحف الاهرام والوفد والمصرى اليوم : "دراسة تحليلية مقارنة" ، متاح على: https://www.researchgate.net/publication/281105703_symwlvjya_altg_hyt_almwrt_lahdath_thwrt_25_ynayr_fy_shf_alahram_walwfd_walmsry_alwym_drast_thlylyt_mqarnt .
- (16)Yunisrina Yusuf, (2012) , " Different representations and semiotics analysis of web news texts" **International Journal of Language Studies** (IJLS), Vol. 6(3),(pp. 17-36).
- (17)Semiha Topabas, (2011) , " War Photography: A semiotic analysis of photographs in

الحرب على الإرهاب كما تعكسها صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية
الموجهة بالعربية

Turkish National Press during the Cyprus Operation in 1974 " .
MA . Istanbul Bilgi University .

- (18) Angie Lovelace (2010) ,"Iconic photos of the Vietnam War era:
A semiotic analysis as a means of understanding, **The Elon
Journal of Undergraduate Research in Communications** , Vol.
1, No. 1 . pp. 35 : 45 .
- (19) John S. Knox (2009) ," Multimodal discourse on online
newspaper home pages: A social-semiotic perspective, . **PhD** ,
School of Letters, Art & Media, Department of Linguistics
University of Sydney .
- (20) سمير محمد حسين ، بحوث الإعلام : الأسس والمبادئ ، ط 3 ، (القاهرة: عالم الكتب
1996، ، ص 79.
- (21) محمد عبد الحميد ، دراسات الجمهور في بحوث الإعلام ، ط 2 ، (القاهرة: عالم الكتب
1997، ، ص 93.
- (22) عبد الباسط محمد حسن ، أصول البحث الاجتماعي ، ط 7، (القاهرة : مكتبة وهبة ،
1980) ، ص 273.
- (23) <http://gate.ahram.org.eg/>
- (24) <http://www.alexa.com/siteinfo/ahram.org.eg>
- (25) <http://www.youm7.com/>
- (26) <http://www.alexa.com/siteinfo/youm7.com>
- (27) محمد جمال بدوي (2016) ، "استخدام ملفات الفيديو في المواقع الصحفية وعلاقتها
بمستوى المصداقية لدى الجمهور المصري: دراسة تطبيقية" ، ماجستير غير منشورة ،
(القاهرة: جامعة الأزهر ، كلية الإعلام ، قسم الصحافة والنشر) ، ص 212 .
- (28) <https://arabic.cnn.com/>
- (29) <https://www.alhurra.com/>
- (30) Kimberley A. Neuendorf, . **The content analysis guidebook** . (UK: Sage Publications . 2002) . p . 15
- (31) سمير محمد حسين _ ، " تحليل المضمون " ، ط 1 ، (القاهرة: عالم الكتب ، 1983) ،
ص 19.
- (32) تم عرض الاستمارة على المحكمين التالية أسماءهم ، مرتبة وفقا لدرجاتهم العلمية :
1. أ.د / بركات عبد العزيز أستاذ الإذاعة والتلفزيون . كلية الإعلام . جامعة القاهرة
2. أ.د / جمال النجار أستاذ الصحافة بقسم الصحافة والإعلام بكلية الدراسات
الإسلامية والعربية بالقاهرة

الحرب على الإرهاب كما تعكسها صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية
الموجهة بالعربية

3. أ. د / خالد صلاح
جامعة القاهرة
الأستاذ المساعد بقسم الإذاعة والتلفزيون . كلية الإعلام
4. أ. د / عادل عبد الغفار
الأستاذ بكلية الإعلام جامعة القاهرة
5. أ. د / محمد المرسي
القاهرة
رئيس قسم الإذاعة والتلفزيون . كلية الإعلام . جامعة
6. أ. د / محمد شومان
أستاذ الصحافة وعميد كلية الإعلام بالجامعة البريطانية
7. أ. د / مرعي منكور
أستاذ الصحافة وعميد كلية الإعلام جامعة 6 أكتوبر
8. أ. د / نجوى كامل عبد الرحيم
أستاذ الصحافة . كلية الإعلام جامعة القاهرة
9. أ. د / وليد فتح الله
أستاذ الإذاعة والتلفزيون . كلية الإعلام جامعة القاهرة
- (33) قام بالمشاركة في إجراء اختبار الثبات كل من :
- د / ربهام مرزوق
بالقاهرة .
المدرس بقسم الصحافة والإعلام بكلية الدراسات الإسلامية والعربية
- د / عبد الله عمران
حاصل على الدكتوراه في الإعلام . كلية الإعلام جامعة القاهرة .
- (34) Antonis Kalogeropoulos, Et al (2016) ,” The Future of Online News Video” , **Reuters Institute for the Study of Journalism** , Digital News Projec: University of Oxford. p. 6.
- (35) Kenneth Olmstead, Et al (2014) ,” News Video on the Web A Growing, if Uncertain, Part of News” , **Pew Research Center** , Journalism & Media. Available Online : <http://www.journalism.org/2014/03/26/news-video-on-the-web/>.
- (36) Ericsson. (2015). ‘Ericsson Mobility report’. Available Online : <https://www.ericsson.com/assets/local/mobility-report/documents/2015/ericsson-mobility-report-june-2015.pdf> .
- (37) Antonis Kalogeropoulos, Et al . Op.Cit . p. 7.
- (38) Nielsen, r. K. and Sambrook, r. 2016. What Is happening to Television News. Oxford: **Reuters institute for the Study of Journalism**. Available Online : <http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/.pdf>
- (39) محمد جمال بدوي ، مرجع سابق ، ص 85
- (40) وائل محمد عناني وأخرون (2015) ، “صحافة الفيديو الرقمية وتأثيرها بظهور الإعلام الجديد” ، ورقة بحثية مقدمة إلى المؤتمر الدولي الرابع، “مستقبل التعليم النوعي في مصر والعالم العربي (التحديات - الجودة - سوق العمل)” المنعقد في الفترة من 15 إلى 16 نوفمبر 2015 كلية التربية النوعية، جامعة بورسعيد ، متاح على:

<file:///C:/Users/dell%20i5/Downloads/.pdf>

- (41) مروة عطية محمد (2013) ، "البناء الفني والتحريري لأخبار الإنترنت وعلاقتها بتعزيز مصداقيتها ووظيفتها في الوفاء بحق الجمهور في المعرفة" ، دكتوراه غير منشورة ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، ص 70 .
- (42) هيثم جودة محمد (2010) ، "تأثير الأساليب الإخراجية للصحف الإلكترونية على العمليات الإدراكية لدى عينة من طلاب الجامعة في إطار نظرية تمثيل المعلومات: دراسة شبه تجريبية" ، ماجستير غير منشورة ، جامعة المنصورة ، كلية التربية النوعية ، ص 66 .
- (43) وائل محمد عنانى وآخرون ، مرجع سابق ، URL.
- (44) Thurman, N. & Lupton, B. (2008). Convergence calls: multimedia storytelling at British news websites. **Convergence". The International Journal of Research into New Media Technologies**، Vol.14 , No. 4, pp. 5. Available Online : <http://openaccess.city.ac.uk/120/2/Thurman%20Convergence%20Calls.pdf>.
- (45) Antonis Kalogeropoulos, Et al. Op.Cit . pp. 42, 43.
- (46) eMarketer. (2016) . 'Us digital display ad Spending to Surpass Search ad Spending in 2016 : Video will also command a large portion of ad spending allocated to digital',. Available Online: <http://www.emarketer.com/article/uS-digital-display-ad-Spending-Surpass-Search-adSpending>.
- (47) ابن منظور ، لسان العرب ، مادة سوم.
- (48) قدور عبد الله ، (2008) ، سيميولوجية الصورة ، (عمان: مؤسسة الورق للنشر والتوزيع) ص 22.
- (49) Barthes, R. (1995). The semiotic challenge. Berkeley, CA: University of California Press, p24.
- (50) أحمد مختار ، (2008) ، " علم الدلالة " ، (القاهرة: عالم الكتب ، 2009) ص 11.
- (51) Jewitt, C., & Oyama, R. (2014). Visual meaning: A social semiotic approach. In T. van Leeuwen & C. Jewitt (Eds.), **Handbook of visual analysis** p. 156. London, UK: SAGE Publications.

- (52) Van Leeuwen, T. (2014). Semiotics and iconography. In T. van Leeuwen & C. Jewitt (Eds.), **Handbook of visual analysis** .. London, UK: SAGE Publications, p.98.
- (53) Hall, S. (2012). This means this, this means that: A user's guide to semiotics ,2nd ed. London, UK: Laurence King Publishing, p.52 .
- (54) Chandler, D. (2007). Semiotics: The basics ,2nd ed, London, UK: Routledge,p29.
- (55) Jiang, S., Tian, Y., Huang, Q., Huang, T., & Gao, W. (2009). "Content-Based Video Semantic Analysis". In D. Tao, D. Xu, & X. Li (Eds.), *Semantic Mining Technologies for Multimedia Databases*, IGI Global, p. 214 , Available Online: <http://biblio.uabcs.mx/html/libros/pdf/23/9.pdf>
- (56) حمزة السيد خليل ، مرجع سابق ، ص 173.
- (57) Michael D. Bruce, . Op.Cit . URL .
- (58) Yunisrina Yusuf, . Op.Cit . p. 32
- (59) Shahira Fahmy, Op.Cit, p.712 .
- (60) حمزة السيد خليل ، مرجع سابق ، ص 351.
- (61) Maude Gwadabe (2014) . "Visual Framing of the Boko Haram Conflict in the Nigerian Press: A Content Analysis of Leadership and This Day Newspapers" . Available online: <http://www.thisdaylive.com/about> .p.12