



حوليات آداب عين شمس المجلد ٤٥ (عدد يناير – مارس ٢٠١٧)

<http://www.aafu.journals.ekb.eg>

(دورية علمية محكمة)



دور القوى الاقتصادية والسياسية فى مواجهة الإرهاب من خلال وسائل الإعلام

" دراسة ميدانية وتحليلية على عينة من الجمهور والصحف المصرية "

محمد سيد أحمد *

أستاذ علم الاجتماع المساعد بالمعهد العالى للخدمة الاجتماعية بالقاهرة

المستخلص

تسعى الدراسة الراهنة للتعرف على دور القوى الاقتصادية والسياسية المسيطرة على وسائل الاعلام فى مواجهة الارهاب داخل المجتمع المصرى عبر ثلاثة مراحل أساسية ، قبل ثورة ٢٥ يناير ، وبين ثورتى ٢٥ يناير و٣٠ يونيو ، وبعد ثورة ٣٠ يونيو. تندرج الدراسة ضمن نمط الدراسات الوصفية – التحليلية ، وقد اعتمدت على منهجية مركبة حيث تم استخدام منهج المسح الاجتماعى والاستبيان وتحليل المضمون ، وتم الاعتماد على عينتين الأولى من الجمهور المتعرض لوسائل الاعلام وقوامها ٦٠٠ مفردة بحثية ، والثانية من الصحف وقوامها ٦٢٠ عدد من صحيفتى الأهرام والمصرى اليوم.

وقد توصلت الدراسة الى أن القوى الاقتصادية والسياسية المتحكمة فى وسائل الاعلام لم تتخذ موقف دائم فى مواجهة الارهاب ، بل اختلف الموقف حسب مصلحة القوى المتحكمة فى وسائل الاعلام مع القوى الارهابية ، حيث توافقت مصلحةها قبل ثورة ٢٥ يناير وبين ثورتى ٢٥ يناير و٣٠ يونيو لذلك لم تكن هناك أى أدوار للمواجهة ، وحين اختلفت المصالح بعد ثورة ٣٠ يونيو بدأت عمليات التصدى والمواجهة من قبل القوى الاقتصادية والسياسية للإرهاب.

المقدمة :

تعد ظاهرة الإرهاب السياسي واحدة من الظواهر الاجتماعية التي أرققت كافة المجتمعات في الآونة الأخيرة فقد تحولت إلى ظاهرة عالمية اخترقت أعتى الدول والإمبراطوريات وأصبح مصطلح مواجهة الإرهاب هو المصطلح الأكثر شيوعاً وانتشاراً وتكراراً على ألسنة الساسة وعبر كل وسائل الإعلام. وأصبحت التنظيمات الإرهابية عابرة للقارات والمحيطات فلم تكفني بالعمل داخل مجتمعات نشأتها بل تجاوزت ذلك وانتقلت لمجتمعات أخرى بعيدة كل البعد عن مجتمعها الأصلي. وهو ما أدى إلى مناداة الساسة العالميين وعبر المنظمات الدولية الكبرى كالأمم المتحدة بضرورة تشكيل تحالفات عالمية لمواجهة هذه الجماعات والتنظيمات الإرهابية. وبالطبع مصر جزء لا يتجزأ من محيطها الإقليمي والعالمي ومن سوء حظنا أننا شاهدنا داخل مجتمعنا المصري ومنذ زمن بعيد نشأة إحدى هذه الجماعات الإرهابية السياسية والتي تحولت مع الوقت إلى تنظيم دولي انتشر في أكثر من ثمانين دولة حول العالم.

ومن سوء حظنا أيضاً أن هذا التنظيم الدولي استطاع أن يخترق المجتمع المصري ويتغلغل داخل بنيته الاجتماعية ويكتسب أرضية من المؤيدين والمتعاطفين معه نتيجة لعدم مواجهته بواسطة القوى الاجتماعية والسياسية المختلفة، وهو ما أدى في لحظة ما أن يتمكن هذا التنظيم من القفز إلى مواقع السلطة. لكن سرعان ما استرد الشعب المصري وعيه وقام بالثورة على هذا التنظيم الإرهابي.

وإذا كانت وسائل الإعلام أحد أهم أدوات تشكيل الوعي بقضايا ومشكلات المجتمع فإن دورها الآن قد أصبح ضرورياً في مواجهة الإرهاب، حيث يستقي المواطن الكثير من معلوماته ومعارفه بواسطة وسائل الإعلام خاصة المرئية في ظل ارتفاع نسبة الأمية داخل المجتمع المصري. وعملية تشكيل الوعي بواسطة وسائل الإعلام دائماً ما تتحكم فيها مصالح القوى المسيطرة على هذه الوسائل سواء كانت قوى اقتصادية أو سياسية، حيث توجهها إلى تشكيل وعي حقيقي وموضوعي بقضايا ومشكلات المجتمع من خلال تصوير الواقع كما هو عليه بكل أبعاده دون تهमيش وإزاحة أو تجزئة وتفتيت إذا كانت مصالح القوى المسيطرة تبغي ذلك، والعكس صحيح فقد تقوم هذه الوسائل بتزييف وعي المواطنين بقضاياهم ومشكلاتهم إذا كانت مصالح القوى المسيطرة سواء كانت اقتصادية أو سياسية تريد ذلك.

لذلك تأتي الدراسة الراهنة للكشف عن دور هذه القوى الاقتصادية والسياسية في المجتمع المصري في مواجهة الإرهاب بواسطة وسائل الإعلام التي تسيطر عليها، حيث تلعب هذه الوسائل دوراً هاماً في تشكيل وعي المواطن المصري بقضية الإرهاب أحد أبرز القضايا التي تهدد أمن واستقرار المجتمع المصري، بل وأمن واستقرار العالم العربي بل ولا نغالي إذا قلنا والعالم أجمع.

أولاً : الدراسات السابقة :

لقد حظيت قضية الإرهاب باهتمام العديد من الباحثين في مجال العلوم الاجتماعية وبالطبع تتصدر هذه الاهتمامات علم الاجتماع والإعلام والسياسة والقانون والاقتصاد، ونظراً لثراء التراث النظري في هذا المجال وتضخمه فسوف نقتصر في عرضنا الراهن لهذا التراث على الدراسات والبحوث الحديثة من ناحية والتي اقتربت بشكل أو بآخر من موضوع دراستنا الراهنة من ناحية أخرى، وفي هذا الإطار يمكن تصنيف تلك البحوث والدراسات إلى ثلاثة محاور أساسية هي :

١- دراسات ركزت على قضية الإرهاب والممارسات المختلفة له :

وقد جاءت هذه الدراسات لتعالج الإرهاب كقضية مجتمعية تؤرق الشعوب والحكومات المختلفة، وقد سعت إلى الوصول لتعريف محدد للإرهاب وتتبع نشأته التاريخية وأسباب انتشاره منذ مطلع القرن العشرين حين بدأت تتبلور بعض جماعات الإسلام السياسي التي انتهجت العنف والإرهاب كجزء من عقيدتها الفكرية والسياسية كما حاولت بعض الدراسات البحث في تأثير الإرهاب على اقتصاد الدول وقدمت نماذج لبعض الحركات والجماعات الإرهابية العالمية وأنواعها وتأثيرها على الاستقرار الدولي ومدى خطورتها الحقيقية من خلال تحليل مضمون خطاباتها^(١).

٢- دراسات ركزت على المعالجة الإعلامية لقضايا الإرهاب :

وتعتمد تلك الدراسات في أغلبها على تفسير العلاقة بين الإعلام بأنواعه المختلفة وقضايا الإرهاب بكافة أشكالها، حيث توضح دور وسائل الإعلام في إلقاء الضوء على قضايا الإرهاب وتوعية المجتمعات بها، من خلال الأطر الإعلامية والصحفية المستخدمة في الدول كافة، كما تركز على نتائج هذا الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام من حيث التأثير على الجماهير، وصناعة الرأي العام العربي خاصة والدولي عامة تجاه القضية من حيث التوعية الحقيقية بها أو تزييف الوعي تجاهها^(٢).

٣- دراسات ركزت على الجهود المجتمعية في مواجهة الإرهاب :

وقد جاءت تلك الدراسات لتتعمق في دور الفرد والمجتمع في مواجهة قضايا الإرهاب من خلال استيعاب خطورته وبالتالي مساعدة المنظمات والحكومات المختلفة في وضع استراتيجيات لمواجهة الإرهاب من أجل محاربته والقضاء عليه^(٣). ويلاحظ من خلال هذا الاستعراض السريع لمحاوَر التراث النظري المتوفر في مجال دراسة الإرهاب أن الباحثين المهتمين بدراسة الظاهرة لم يقتربوا من دور القوى الاقتصادية والسياسية المسيطرة على وسائل الإعلام في مواجهة الإرهاب عبر هذه الوسائل، خاصة وأن هذه الوسائل تلعب دوراً محورياً في تشكيل وعي المواطن بقضايا ومشكلات مجتمعه في عصرنا الحديث.

والدراسة الوحيدة التي اقتربت جزئياً من الموضوع كانت مهتمة بدور الإعلام في تشكيل اتجاهات الرأي العام المصري نحو الإرهاب دون أن تتطرق إلى دور القوى المتحركة في هذه الوسائل والتي تلعب دوراً محورياً في اختيار القضايا التي يتم التركيز عليها والقضايا التي يتم تهملها وفقاً لمصالحها وموقفها من القوى الممارسة للإرهاب^(٤). لذلك تأتي الدراسة الراهنة لسد فجوة معرفية موجودة في مجال الدراسات الاجتماعية حول ظاهرة الإرهاب وكيفية ومواجهتها بواسطة وسائل الإعلام داخل المجتمع المصري خاصة بعد أن أصبح الإرهاب أحد أهم الظواهر التي تهدد أمن واستقرار المجتمع المصري في مرحلة التحول الديمقراطي بعد ثورتي ٢٥ يناير و٣٠ يونيو، بل وأمن واستقرار منطقة الشرق الأوسط وأمن واستقرار العالم أجمع.

ثانياً : مشكلة الدراسة وأهدافها وتساؤلاتها :

تتبلور مشكلة الدراسة الراهنة في تحليل دور القوى الاقتصادية والسياسية المسيطرة على وسائل الإعلام في مواجهة الإرهاب داخل المجتمع المصري باعتبارها أحد أهم الظواهر الاجتماعية التي شهدتها الساحة المجتمعية الدولية والإقليمية والمحلية، وهناك حيرة كبيرة ونقاشات، وجدل مجتمعي حولها، وحول إمكانية القوى الاقتصادية والسياسية من وضع آليات لمواجهتها ومساعدة القوى الاجتماعية المختلفة في التعرف على خطورتها، وتعد وسائل الإعلام أحد أهم الأدوات التي تسيطر وتهيمن عليها القوى الاقتصادية

والسياسية، ويمكنها من خلالها تشكيل وعي المواطنين بحقيقة هذه الجماعات الإرهابية، وبالتالي تفقد رصيدها الاجتماعي ويسهل مواجهتها.

ونظراً لندرة التراث النظري في علم الاجتماع الذي حاول الاقتراب من الظاهرة من هذا الجانب فتأتي هذه الدراسة لتحقيق هدف رئيسي يتمثل في التعرف على دور القوى الاقتصادية والسياسية المسيطرة على وسائل الإعلام في مواجهة الإرهاب داخل المجتمع المصري. ويندرج تحت هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية على النحو التالي :

- ١- التعرف على القوى المسيطرة على وسائل الإعلام في المجتمع المصري.
- ٢- التعرف على موقف القوى المسيطرة على وسائل الإعلام من الإرهاب قبل ثورة ٢٥ يناير.
- ٣- التعرف على موقف القوى المسيطرة على وسائل الإعلام من الإرهاب بين ثورتى ٢٥ يناير و ٣٠ يونيو.
- ٤- التعرف على موقف القوى المسيطرة على وسائل الإعلام من الإرهاب بعد ثورة ٣٠ يونيو.

ووفقاً لهذه الأهداف تسعى الدراسة للإجابة على سؤال رئيسي هو : ما دور القوى الاقتصادية والسياسية المسيطرة على وسائل الإعلام في مواجهة الإرهاب داخل المجتمع المصري ؟ ويندرج تحت هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات الفرعية على النحو التالي :

- ١- ماهي القوى المسيطرة على وسائل الإعلام من الإرهاب في المجتمع المصري ؟
- ٢- ما موقف القوى المسيطرة على وسائل الإعلام من الإرهاب قبل ثورة ٢٥ يناير ؟
- ٣- ما موقف القوى المسيطرة على وسائل الإعلام من الإرهاب بين ثورتى ٢٥ يناير و ٣٠ يونيو ؟
- ٤- ما موقف القوى المسيطرة على وسائل الإعلام من الإرهاب بعد ثورة ٣٠ يونيو ؟

ثالثاً : مفاهيم الدراسة

١- مفهوم الإرهاب :

لا بد من التأكيد منذ البداية أنه لا يوجد تعريفاً واحداً متفق عليه للإرهاب بل تتعدد التعريفات وتتداخل مع بعضها الأمر الذي يثير بعض الخلط واللبس عند التعامل معه، خاصة بعد شيوع استخدام المفهوم على نطاق واسع من قبل السياسيين والصحفيين. والمشكلة لا تكمن فقط في شيوع استخدام مفهوم الإرهاب ولكن من الغموض السياسي والفكري المرتبط بالمفهوم حيث يرتبط المفهوم بانحيازات قيمية وايدلوجية وسياسية. ومن هنا تتعدد تعريفاته وتتداخل عناصره، وما يعتبر إرهاباً من عدمه يختلف من دولة إلى أخرى ومن جماعة إلى أخرى حيث أصبح إطلاق صفة الإرهاب على دولة أو جماعة أو منظمة معينة أو شخص معين سلاحاً دعائياً لتشويه صورة المستهدف، ولتبرير بعض الإجراءات الانتقامية ضده ويكفي الإشارة إلى التناقض الفاضح من استخدام رجال السياسة وأجهزة الإعلام في الولايات المتحدة الأمريكية المفهوم عند إشارتهم إلى كل من منظمة التحرير الفلسطينية وإسرائيل^(٥).

وفي إطار تعريف المفهوم حصر أحد الباحثين الأجانب حوالي ١٠٨ تعريفاً لمفهوم الإرهاب^(٦). وعلى نفس النهج قام أحد الباحثين العرب باستعراض عدد كبير من تعريفات الإرهاب^(٧) وحتى لا نذهب لتكرار نفس ما فعله الباحثين السابقين فإننا وعلى ضوء قراءة عناصر التعريفات المختلفة للمفهوم وتحديد ما يمكن القول أن " الإرهاب السياسي هو سلوك

رمزي يقوم على أساس الاستخدام المنظم للعنف أو التهديد باستخدامه بشكل يترتب عليه خلق حالة نفسية من الخوف والرغبة وعدم الشعور بالأمان لدى المستهدفين، وذلك لتحقيق أهداف سياسية " (٨).

وسوف تعتمد دراستنا الراهنة على هذا التعريف الذي يتضمن مؤشرات إجرائية يمكن أن تنطبق على ما تقوم به جماعة الإخوان المسلمين في مصر منذ نشأتها عام ١٩٢٨ وحتى الآن، حيث يمكن تصنيفها كجماعة إرهابية لأنها تقوم باستخدام العنف المنظم وتهدد به، وهو ما يترتب عليه خلق حالة نفسية من الخوف والرغبة وعدم الشعور بالأمان للشعب المصري، وذلك من أجل تحقيق أهداف سياسية وهي الوصول للسلطة والاستيلاء على الحكم.

ويجب التأكيد على أنه إذا كان استخدام العنف عنصراً أساسياً للفعل الإرهابي فإن كل سلوك عنيف لا يعد عملاً إرهابياً فمظاهر العنف تتعدد وتتنوع بشكل يتجاوز مفهوم الإرهاب. فهناك أشكالاً معينة من العنف هي التي تمارس بقصد الإرهاب، وهي تتسم بدرجة عالية من التنظيم، ولا يستغرق تنفيذها وقتاً طويلاً، ولا يحتاج إلى أعداد كبيرة من البشر أو المعدات العسكرية والقوات لإنجازها، ومنها على سبيل المثال: اختطاف الطائرات، واقتحام بعض الممتلكات العامة والخاصة وتفجيرها، واغتيال بعض الشخصيات العامة واختطافها وإصابة واغتيال المواطنين الأبرياء وأثناء تنفيذ عملياتهم^(٩).

مفهوم القوى الاقتصادية :

يعد مفهوم القوى الاقتصادية من المفاهيم الشائعة في مجال العلوم الاجتماعية ويعرف بأنه مجموعة من البشر تتميز بملامح مميزة تفصلها عن المجموعات الأخرى داخل المجتمع، حيث تسيطر هذه المجموعة على العملية الإنتاجية من خلال ملكيتها لوسائل الإنتاج ومن خلال هذه السيطرة تتمكن من فرض هيمنتها على البناء الفوقي السياسي والأيدولوجي وهو ما يمكنها من التأثير على النظام السياسي أو المجتمع أو إحدى الجماعات الأخرى لدفعها إلى تبني سلوك أو سياسة أو قرار محدد، وبالتالي تصبح القوى الاقتصادية هي إحدى جماعات المجتمع التي لها إمكانية التأثير على تفاعله أو أي من مكوناته^(١٠). وبناء على هذا التعريف فإن دراستنا الراهنة تعتبر رجال الأعمال الذين يمتلكون الصحف والفضائيات الخاصة قوى اقتصادية مؤثرة على هذه الوسائل الإعلامية ومتحكمة في ما تبثه وما تطرحه من قضايا تؤثر حتماً في تشكيل وعي المواطن المصري ومن بين تلك القضايا قضية الإرهاب وأساليب مواجهته.

٣- مفهوم القوى السياسية :

تعرف القوى السياسية بأنها ممارسة النفوذ السياسي عن طريق تفاعل اجتماعي تستخدم فيه وسائل الإغراء والترهيب والإقناع والسيطرة والهيمنة والردع والإرغام والإكراه والترغيب والاستمالة^(١١).

وبناء على هذا التعريف ترى دراستنا الراهنة السلطة الحاكمة سواء كانت مؤسسة الرئاسة أو الحكومة هي القوى السياسية التي تمتلك النفوذ السياسي للسيطرة على وسائل الإعلام المملوكة للدولة سواء كانت مقروءة أو مسموعة أو مرئية، وبالتالي تتحكم في ما تبثه هذه الوسائل وما تطرحه من قضايا ومن بين هذه القضايا قضية الإرهاب ومواجهته.

رابعاً : الإطار النظري للدراسة :

تنتقل دراستنا الراهنة من رؤية نظرية تعتمد بشكل أساسي على التصور الماركسي الذي يؤكد منذ البداية أن حجر الزاوية لفهم المجتمع هو الأساس الاقتصادي، وهو الأساس الذي تنهض عليه البنية الفوقية الاجتماعية والسياسية والثقافية للمجتمع، حيث

تحدد أساليب إنتاج الحياة المادية، الوعي الاجتماعي للأفراد داخل المجتمع^(١٢). وهذا لا يعني أن البناء الفوقي خاضع تماما للأساس الاقتصادي، ولكن هناك قدرا من الاستقلال النسبي للبناء الفوقي، حيث يمكنه التأثير على الأساس الاقتصادي وإعاقة حركة نموه، ولكن على الرغم من ذلك يظل العامل الاقتصادي هو الحاسم في عملية التطور^(١٣).

إن عملية الإنتاج الاجتماعي هي حجر الأساس الذي يقوم عليه المجتمع الإنساني ومجموع علاقات الإنتاج يشكل البناء الاقتصادي للمجتمع والمقصود بمجموع علاقات الإنتاج هو أشكال الملكية وما يترتب عليها من علاقات بين الناس في عملية وأشكال توزيع السلع المادية. وهذا الأساس الاقتصادي شرط لا بد منه لظهور ما يسمى بالبناء الفوقي أي البناء السياسي والتشريعي والفلسفي والأخلاقي والجمالي والديني والإعلامي للمجتمع وما يترتب على ذلك من علاقات ومؤسسات ومنظمات. وعلى هذا فإن الأساس هو الذي يحدد طبيعة المجتمع بطريقة مباشرة ويحدد أفكاره ومؤسساته^(١٤).

على أن البناء الفوقي لا يلبس ما أن يتكون في القيام بدور كبير من التطور والنمو. فالبناء الفوقي الذي يبني على أساس اقتصادي محدد يعبر في نهاية الأمر عن موقف الناس من هذا الأساس. إن أفكار الناس (البناء الفوقي) تصبح بمثابة تبرير أو دفاع أو استنكار وهجوم على هذا الأساس^(١٥).

فالمؤسسات الحكومية في الدولة الرأسمالية وأجهزة الإعلام والصحف الحزبية فيها تعمل على تدعيم وتبرير الأساس كما أن الأفكار العمالية والثورية تعبر عن موقف الطبقات المقهورة من هذا الأساس. البناء الفوقي إذن انعكاس للأساس الاقتصادي إلا أنه لا يلبس أن يتمتع بقدر من الاستقلال النسبي عن هذا الأساس، بل قد يصبح سندا يدعم هذا الأساس ويساعد على بقائه^(١٦).

ويرى ماركس أن وعي الناس ليس هو الذي يحدد وجودهم ولكن على العكس من ذلك يحدد الوجود الاجتماعي للناس وعيهم^(١٧). وعلى عكس كل علماء الاجتماع المثاليين يبدأ ماركس بالتسليم بأن الأساس الاقتصادي المادي للمجتمع هو الذي يتشكل بناء عليه الوعي الاجتماعي وأن القوى الأساسية المتحركة للتاريخ هي القوى الاقتصادية الاجتماعية وليست القوى الفكرية. ويرى ماركس أن علاقات الإنتاج هي أساس الوعي الاجتماعي. والوعي الاجتماعي عند ماركس يعني مجموع الأفكار والنظريات والآراء والمشاعر الاجتماعية والعادات والتقاليد التي توجد لدى الناس والتي تعكس واقعهم الموضوعي أي مجتمعهم الإنساني والطبيعة. وبما أن الوجود الاجتماعي للناس يتصف بالتعقيد والتنوع فإن الوعي الاجتماعي يتصف أيضا بالتعقيد والتنوع^(١٨).

وعلى الرغم من أن ماركس يعطي الأولوية في تحليله للمجتمع للوجود الاجتماعي إلا أنه رأى أن الوعي الاجتماعي يلعب دورا هاما وإيجابيا في التطور الاجتماعي. فالأفكار التي توجد لدى الناس قد تساعد على تطور المجتمع أو قد تكون عائقا أمام هذا التطور. لكن مهما كانت هذه الأفكار جديدة وتقدمية فإنها لا تستطيع وحدها على الإطلاق تغيير النظام الاجتماعي القديم وخلق نظام جديد يحل محله. ذلك أن هذه الأفكار لا بد لكي تصبح قوة مادية من أن تكون متمثلة في أذهان الناس، فالناس الذين يتمثلون الأفكار التقدمية هم الذين يستطيعون جعل القوة الاجتماعية قادرة على حل المشكلات الاجتماعية الملحة^(١٩).

وانطلاقا من الرؤية الماركسية يمكن القول أن التكوين الاقتصادي الاجتماعي المصري يغلب عليه الطابع الرأسمالي وإن كان ذلك لا ينفى وجود أشكال أخرى قبل رأسمالية موجودة ومتعايشة بالواقع المصري. وإذا كانت القوى المسيطرة على العملية الإنتاجية هي أيضا التي تفرض نفسها على السلطة السياسية فتصبح مصالحها واحدة

وبالتالي يسعيان للسيطرة على وسائل الإعلام باعتبارها أحد أهم مكونات البناء الفوقى في المجتمع، والتي يمكن توظيفها لتبرير أفعالهم والدفاع عن مصالحهم^(٢٠).

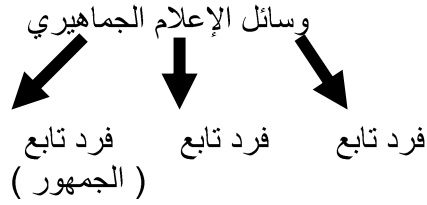
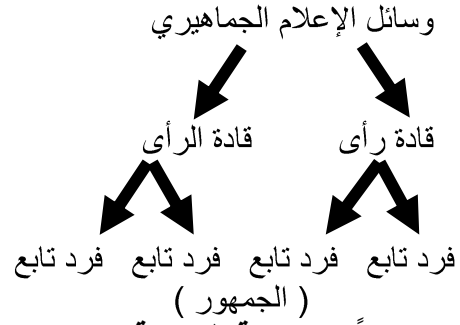
وإلى جانب اعتمادنا على التصور الماركسي كركيزة أساسية للتحليل والتفسير في إطار دراستنا الراهنة فإننا سوف نعتمد أيضا على نظرية لازار سفيلد. تدفق المعلومات على مرحلتين مع إدخال بعض التعديلات عليها. حيث يذهب لازار سفيلد الذي يلقب بمؤسس علم الاجتماع التجريبي الحديث لإسهاماته ونجاحاته الكبيرة في مجالات الإحصاء والتحليل. والذي ترأس الجمعية الأمريكية لعلم الاجتماع والجمعية الأمريكية لبحوث الرأي العام^(٢١)، إلى أن الاتصال الشخصي المباشر يلعب دورا أكثر تأثيرا على الرأي العام من وسائل الاتصال الجماهيري، وذلك من خلال قادة الرأي الأكثر معرفة وثقافة والأكثر اطلاعا على وسائل الاتصال، وهم من يؤثرون في اتجاهات وأفكار أفراد مجتمعاتهم من خلال الاتصال الشخصي^(٢٢). وقد توصل لازار سفيلد لهذه النظرية بعد إجراء دراسته الرائدة اختيار الشعب والتي سعى من خلالها لمعرفة مدى قوة تأثير وسائل الاتصال الجماهيري على الجمهور في الإدلاء بالصوت الانتخابي أثناء الانتخابات الرئاسية الأمريكية لعام ١٩٤٠^(٢٣). وللتأكد من نتائج دراسته الأولى أجرى دراسة ثانية حاول من خلالها التعرف على التأثير النسبي لكل من الاتصال الشخصي والاتصال الجماهيري على الجمهور في اتخاذ القرارات الخاصة بمجالات التسويق واختيار الأفلام^(٢٤).

وبعد الانتهاء من الدراستين قدم لازار سفيلد نظريته " تدفق المعلومات على مرحلتين " والتي وضع من خلالها مفهوما لقادة الرأي بأنهم : الأفراد الأكثر استخداما لوسائل الاتصال والأكثر انفتاحا على محيطها عندما يتعلق الأمر بتخصصهم أو ما يهتمون به في نفس مجتمعهم الذي يجمعهم بباقي الأفراد الأقل استخداما واطلاعا. والتابعين : هم الأفراد الأقل اتصالا بوسائل الإعلام أو الأقل معرفة وهم من يحصلون على آرائهم ويكونون أفكارهم من قادة الرأي في نفس مجتمعهم من خلال الاتصال المباشر بهم^(٢٥).

ويرى لازارسفيلد أن قادة الرأي يستطيعون نقل بعض الرسائل للأفراد وحبس البعض الآخر باعتبارهم المطلعين الوحيدين، فيصبحون صانعي رسائل ذات توجهات خاصة بهم، وهم يشبهون في تلك العملية كمن يؤدون دور حراس البوابة في نظرية حارس البوابة^(٢٦).

وعلى عكس ما ذهب إليه لازارسفيلد نرى أن وسائل الاتصال الجماهيري اليوم خاصة في مجتمعنا المصري قد أصبحت أكثر تأثيرا على الرأي العام من الاتصال الشخصي. ففي ظل غياب العلاقات الأولية داخل المجتمع الحديث وانتشار العلاقات الثانوية بدأ قادة الرأي يفقدون تأثيرهم القديم وفي ظل تطور وسائل الاتصال الجماهيري خاصة المرئية وشيوعها وانتشارها وتوافرها داخل كل بيت تقريبا، أصبح من السهولة الوصول وبشكل مباشر إلى الرأي العام، فلم تعد هناك أي عوائق خاصة بعملية التواصل كما كان في الماضي أثناء تقديم لازارسفيلد لنظريته فكانت وسائل الاتصال محدودة الانتشار وغير متاحة إلا لقادة الرأي. لذلك سوف نقدم نموذج نظري معدل لنموذج لازار سفيلد بحيث يكون تدفق المعلومات على مرحلة واحدة وليست مرحلتين وسيكون التدفق من الوسيلة الإعلامية مباشرة إلى الرأي العام بدلا من طريقة لازارسفيلد التي تتدفق فيها المعلومات أولا إلى قادة الرأي ثم منهم إلى الجمهور.

وما يميز هذا النموذج المقترح أنه يمكن القوى الاقتصادية والسياسية المسيطرة على وسائل الإعلام التحكم المباشر في المعلومات التي يريدون أن تتدفق مباشرة إلى الرأي العام عبر وسيلتهم الإعلامية ودون حاجة إلى قادة رأي يقومون بفلتر رسائلهم وتوجيهها للرأي العام حسب توجهاتهم وأفكارهم وانحيازاتهم الاجتماعية وانتماءاتهم السياسية.

الشكل رقم (٢)
وطريقة عملهالشكل رقم واحد (١)
لأزار سفيلد وطريقة عمله**خامساً : منهجية الدراسة :**

تندرج الدراسة الراهنة ضمن نمط الدراسات الوصفية – التحليلية في علم الاجتماع^(٢٧) ، وهي دراسة تعتمد على منهجية مركبة نظراً لجمعها بين ما هو ميداني وما هو تحليلي، حيث تهدف الدراسة للتعرف على دور القوى الاقتصادية والسياسية في مواجهة الإرهاب من خلال وسائل الإعلام داخل المجتمع المصري، وهذا يتطلب أولاً استخدام المادة الرمزية^(٢٨)، المتمثلة في الأخبار التي نشرتها الصحف الأكثر تأثيراً وانتشاراً سواء كانت قومية أو خاصة، حيث تسيطر السلطة السياسية الحاكمة على الأولى ويسيطر رجال الأعمال على الثانية ثم استطلاع رأي عينة من المجتمع المصري^(٢٩) المتعرض للإعلام بنوعية المقروء والمرئي للتعرف على الثقافة التي شكلتها تلك الوسائل تجاه قضية الإرهاب.

١- منهج الدراسة :

اعتمدت الدراسة الراهنة على عدد من الأساليب المنهجية على النحو التالي :

أ- المسح الاجتماعي بالعينة :

وهو أحد المناهج الرئيسية التي تستخدم في البحوث الوصفية^(٣٠) وتم استخدامه للكشف عن دور القوى الاقتصادية والسياسية المتحركة في وسائل الإعلام في مواجهة الإرهاب داخل المجتمع المصري.

ب- المنهج المقارن :

وقد تم استخدامه للتعرف على موقف القوى الاقتصادية والسياسية المتحركة في وسائل الإعلام من جماعة الإخوان المسلمين الممثل الرئيسي للإرهاب داخل المجتمع المصري عبر ثلاث مراحل أساسية هي :

- مرحلة ما قبل ثورة ٢٥ يناير.
- مرحلة ما بين ثورتي ٢٥ يناير و ٣٠ يونيو.
- مرحلة ما بعد ثورة ٣٠ يونيو.

هذا إلى جانب مقارنة نتائج الدراسة التحليلية بنتائج الدراسة الميدانية.

ج- تحليل المضمون :

وتم استخدامه بشقيه الكمي والكيفي وذلك بهدف رصد عدد الأخبار التي تناولت قضايا الإرهاب خلال مراحل الدراسة الثلاث، والتعرف على مضمونها، ومحاولة تقديم تحليل وتفسير لنتائجها.

٢- أدوات جمع البيانات :

وبناء على تحديدنا لمصادر جمع البيانات الكمية والكيفية والمناهج المستخدمة، فإن ذلك يفرض علينا تحديد الأدوات المناسبة للحصول على البيانات، وقد اعتمدنا على أداتين رئيسيتين في هذه الدراسة هما :

أ- استمارة الاستبيان :

وهي أحد الأدوات الرئيسية في مجال الدراسات التي تعتمد على منهج المسح الاجتماعي^(٣١)، وقد تم تصميم صحيفة مكونة من خمسة بنود رئيسية تغطي أهداف وتساؤلات الدراسة الرئيسية والفرعية وتحقق أبعاد الدور الذي تقوم به القوى الاقتصادية والسياسية المتحكمة في وسائل الإعلام في مواجهة الإرهاب عبر هذه الوسائل داخل المجتمع المصري خلال فترات الدراسة الثلاث، وجاءت البنود على النحو التالي :

- البيانات الأساسية.
 - القوى المسيطرة على الإعلام.
 - موقف القوى المتحكمة في الإعلام من الإرهاب قبل ثورة ٢٥ يناير.
 - موقف القوى المتحكمة في الإعلام من الإرهاب بين ثورتَي ٢٥ يناير و ٣٠ يونيو.
 - موقف القوى المتحكمة في الإعلام من الإرهاب بعد ثورة ٣٠ يونيو.
- وقد تم تحكيم الصحيفة بواسطة مجموعة من الأساتذة والباحثين في مجالات علم الاجتماع والسياسة والإعلام، وتم عمل اختبارات الصدق والثبات قبل تطبيقها النهائي.

ب- استمارة تحليل مضمون :

اعتمدت استمارة تحليل المضمون على عينتين من الصحف الممثلتين للقوى محل الدراسة بهدف الوصول إلى نتائج علمية، حيث قسمت الاستمارة إلى فئتين للتحليل هما :

- فئة كيف قيل ؟
 - فئة ماذا قيل ؟
- وتحتوي فئة كيف قيل على الأشكال الصحفية - وعناصر الإبراز - مثل العناوين والمساحة والموقع والصور المستخدمة - ومصادر المعلومات - ونوع التغطية.
- أما فئة ماذا قيل فتحتوي على تصنيف قضايا الإرهاب - وصور جماعة الإخوان المسلمين - ورأي الصحيفة في جماعة الإخوان المسلمين - وتصنيفهم لها - والصلة بين جماعة الإخوان المسلمين وقضايا الإرهاب خلال فترات الدراسة الثلاثة.

٣- عينة الدراسة وخصائصها الرئيسية :

اعتمدت الدراسة الراهنة على عينتين أساسيتين على النحو التالي :

أ- عينة الجمهور :

وهي عينة عشوائية سحبت بطريقة الحصة، حيث تم تقسيم المجتمع المصري محل الدراسة إلى ثلاثة أقسام رئيسية هي :

- سكان العاصمة.
- سكان الوجه البحري.
- سكان الوجه القبلي.

وتم تطبيق استمارة البحث على ٦٠٠ مفردة بحثية موزعة إلى قسمين ٣٠٠ مفردة بحثية لسكان القاهرة باعتبارهم ممثلين للحضر، و ١٥٠ مفردة بحثية بريف الوجه البحري، و ١٥٠ مفردة بحثية بريف الوجه القبلي، وقد راعينا أن تتنوع عينة الدراسة من حيث السن والحالة الاجتماعية والتعليم والمهنة ومحل الإقامة.

ب- عينة الصحف :

وهي عينة عشوائية منتظمة تغطي مراحل الدراسة الثلاثة وشكلت كل مرحلة عامين كاملين على النحو التالي :

- من يناير ٢٠٠٩ إلى ديسمبر ٢٠١٠.
- من يوليو ٢٠١١ إلى يونيو ٢٠١٣.
- من يوليو ٢٠١٣ إلى يونيو ٢٠١٥.

وقد وقع الاختيار على صحيفتي الأهرام والمصري اليوم ممثلتين عن الصحافة القومية والخاصة، ونظراً لكبر حجم الإصدارات فقد تم سحب عينة للفترات الثلاثة بشكل منتظم بحيث تم اختيار عدد واحد من كل أسبوع وقد وقع الاختيار على عدد يوم الجمعة، وبذلك أصبحت عينة كل فترة تتراوح بين ١٠٠-١٠٥ عدد من كل إصدار بواقع تراوح بين ٣٠٦ - ٣٠١٤ عدد للفترات الثلاث لكل إصدار، وعدد إجمالي ٦٢٠ عدد للإصدارين، وقد وقع اختيارنا على الصفحة الأولى باعتبارها مؤشراً على أهمية قضية الإرهاب موضوع الدراسة.

٤- مجالات الدراسة :**أ- المجال الجغرافى :**

لقد استهدفت الدراسة المجتمع المصري بكل محافظاتة ليكون مجالاً جغرافياً للدراسة الراهنة ونظراً لصعوبة تحقيق ذلك واقعياً فقد تم اختيار عينة من محافظة القاهرة ممثلة للقطاع الحضري، وعينة أخرى من محافظة الدقهلية ممثلة للقطاع الريفي في الوجه البحري وعينة ثالثة من محافظة المنيا ممثلة للقطاع الريفي في الوجه القبلي.

ب- المجال الزمنى :

لقد استغرقت الدراسة ثلاثة أشهر موزعة على النحو التالي :

- شهر لجمع التراث النظري والدراسات السابقة ومراجعتها وإعداد أدوات الدراسة وتحكيمها واختبارها.
- شهر لجمع البيانات الميدانية والتحليلية، وتفرغها وتصنيفها ومعالجتها إحصائياً.
- شهر لكتابة التقرير النهائي للدراسة وتحليل وتفسير نتائجها.

ج- المجال البشرى :

تمثل المجال البشرى للدراسة في الجمهور المصري الذي يتعرض لوسائل الإعلام المختلفة والذي تستهدفه القوى الاقتصادية والسياسية المسيطرة على وسائل الإعلام لتشكيل وعيه أو تزييفه بقضايا الإرهاب باعتبارها أحد القضايا المحورية التي تهدد أمن واستقرار المجتمع المصري.

٥- صعوبات الدراسة :

١. واجهت الدراسة صعوبة كبيرة في الحصول على عينة الصحف، خاصة صحيفة الأهرام التي لا يتوافر في أرشيفها الإلكتروني كل الأعداد، خاصة أعداد المرحلة الأولى التي بدأت من يناير ٢٠٠٩ وحتى ديسمبر ٢٠١٢، وهو ما جعلنا نلجأ الي الأرشيف الورقي وقد تطلب ذلك وقت وجهد مضاعف، الي جانب عدم توافر بعض الأعداد محل الدراسة.

٢. واجهت الدراسة صعوبة اخري متمثلة في عملية التطبيق الميداني، حيث رفض بعض من الجمهور المصري التعاون معنا، نظرا لخطورة القضية محل الدراسة، والتخوف من نوعية الأسئلة المتضمنة في استمارة الاستبيان، وهو ما جعلنا نستبعد عدد كبير من الاستمارات لعدم استيفائها بالكامل من قبل المبحوثين، وهو ما اضطرنا الي تطبيق عدد اكبر من الاستمارات لنصل الي العينة المطلوبة.

سادساً : نتائج الدراسة

١- القوى المسيطرة على وسائل الإعلام في المجتمع المصري :

جاءت نتائج الدراسة الميدانية لتؤكد على ضرورة الفصل بين الإعلام الخاص والإعلام المملوك للدولة، حيث أكدت نسبة ٨٣.٧% من عينة الدراسة أن رجال الأعمال هم من يتحكمون في وسائل الإعلام الخاصة، في حين جاءت نسبة ٥.٣% أكدوا على أن المسيطر على هذه الوسائل هي وزارة الإعلام، يليها نسبة ٤.٧% أكدوا أن الرئيس هو المسيطر على هذه الوسائل، ثم نسبة ٣.٥% أكدوا أن الحكومة هي من يسيطر على هذه الوسائل، يليها نسبة ٢% ترى أن نقابة الصحفيين هي من يسيطر على هذه الوسائل، ثم نسبة ٠.٥% تشير إلى أن المتحكم في هذه الوسائل هي الرقابة الشعبية، وأخيراً نسبة ٠.٣% ترى أن المتحكم في هذه الوسائل هي الأحزاب والقوى السياسية، ويتضح من هذه النتائج أن الغالبية العظمى ترى أن المتحكم في وسائل الإعلام الخاصة هم رجال الأعمال وهو ما يعني أن المتحكم في الأساس الاقتصادي يتحكم في البناء الفوقي داخل المجتمع والذي تشكل وسائل الإعلام أحد عناصره، وهو ما أكد عليه الإطار النظري للدراسة حيث تعد ملكية وسائل الإعلام أحد العوامل الرئيسية الموجهة لعملها وما تبثه من قضايا وأفكار، هي بالضرورة معبرة عن مصالح مالكيها.

أما بالنسبة للإعلام المملوك للدولة فقد جاءت نتائج الدراسة الميدانية مغايرة تماماً عما اسفرت عنه النتائج الخاصة بالمتحكمين في الإعلام الخاص، وفي هذا الإطار أكدت نسبة ٥٠.٢% من عينة الدراسة على أن المتحكم في وسائل الإعلام المملوكة للدولة هي الحكومة، يليها نسبة ٤٦.٨% أكدت على أن المتحكم في هذه الوسائل هو الرئيس شخصياً، ثم جاءت نسبة ٢.٢% تؤكد أن المتحكم في هذه الوسائل هي نقابة الصحفيين، وأخيراً أكدت نسبة ٠.٨% أن المتحكم في هذه الوسائل هي وزارة الإعلام، ويتضح من هذه النتائج أن الغالبية العظمى داخل العينة تؤكد على أن السلطة السياسية المتمثلة في الحكومة والرئيس هما من يتحكم في وسائل الإعلام المملوكة للدولة، وهو ما يمكن تفسيره في ضوء الإطار النظري للدراسة بأن البناء الفوقي في مرحلة ما يستقل عن الأساس الاقتصادي ويمارس تأثير عليه، فالسلطة السياسية التي هي جزء من النظام السياسي وعلى الرغم من عدم ملكيتها لوسائل الإعلام المملوكة للدولة والتي هي بالاساس مملوكة للشعب إلا أنها وبحكم تفويض الشعب لها للقيام بهذا الدور فإنها تصيح هي المتحكم في هذه الوسائل وهي الموجه الرئيسي لعملها وما تبثه من قضايا وافكار، وبالطبع دائماً ما تأتي هذه القضايا والافكار معبرة عن مصالح هذه القوى السياسية المتحكمة.

ومن خلال العرض السابق يمكن التأكيد على أن وسائل الإعلام في المجتمع المصري تنقسم إلى نوعين هي وسائل الإعلام الخاصة ووسائل الإعلام المملوكة للدولة، الأولى يتحكم فيها رجال الأعمال والثانية تتحكم فيها السلطة السياسية، وبالتالي تنعكس مصالح هذه القوى الاقتصادية والسياسية على ما تبثه هذه الوسائل من قضايا وافكار، وبناء عليه يأتي موقف وسائل الإعلام من القضايا المجتمعية المختلفة ليعبر بالضرورة عن موقف هذه القوى المتحكمة والمسيطرة على هذه الوسائل.

٢- موقف القوى المسيطرة على الإعلام من الإرهاب قبل ثورة ٢٥ يناير :

(أ) موقف القوى الاقتصادية المتحكمة في الإعلام الخاص :

أكدت الدراسة التحليلية لصحيفة المصري اليوم أن نسبة الأعداد التي تضمنت صفحاتها الأولى أخبار وموضوعات تتعلق بقضايا الإرهاب عامة (محلية وإقليمية ودولية) ١٨.٩% بواقع ١٩ عدد عرضت ٢٠ خبر وموضوع من إجمالي ١٠٥ عدد شملتها عينة الدراسة، وجاء توزيع الأخبار والموضوعات المتعلقة بقضايا الإرهاب على النحو التالي :

- ٨ أخبار وموضوعات تتعلق بقضايا الإرهاب المحلى لا تمت بصلة لجماعة الإخوان المسلمين بنسبة ٤٠% من إجمالي الأخبار.
- ٥ أخبار وموضوعات تتعلق بقضايا الإرهاب الخاص بالاعتداءات الإسرائيلية على الأراضي الفلسطينية بنسبة ٢٥% من إجمالي الأخبار.
- ٣ أخبار وموضوعات تتعلق بقضايا الإرهاب الإقليمية المختلفة بنسبة ١٥% من إجمالي الأخبار.

• ٤ أخبار وموضوعات تتعلق بقضايا الإرهاب الدولية بنسبة ٢٠% من إجمالي الأخبار. ويلاحظ على هذه الأخبار المتعلقة بقضايا الإرهاب أنها لم تعرض لأى قضية أو موضوع بجماعة الإخوان المسلمين، بل قدمت الصحيفة الموضوعات والقضايا الخاصة بالجماعة فى أطر خبرية تصنفهم كجماعة سياسية محظورة فى طريقها لأن تتحول إلى حزب سياسي معترف به أو قوة سياسية تمتلك القدرة على التفاوض خاصة بعد استحواد الجماعة على ٨٨ مقعد فى برلمان ٢٠٠٥، وتعتبر هذه النتائج عن حالة تصالح بين القوى الاقتصادية المتحكمة فى وسائل الإعلام الخاصة وجماعة الإخوان المسلمين التى تشكل مجمل ممارستها التاريخية داخل المجتمع المصري أنها أحد القوى الممثلة للإرهاب سواء كان مادياً أو معنوياً.

وقد جاءت نتائج الدراسة الميدانية لتؤكد على ما توصلت إليه الدراسة التحليلية فى هذا الشأن، حيث أكدت نسبة ٩٢.٣% من إجمالي عينة الدراسة أن الموقف الذى اتخذته القوى المتحكمة فى وسائل الإعلام الخاصة من الإرهاب المتمثل فى جماعة الإخوان المسلمين قبل ثورة ٢٥ يناير هو التوافق والتعاون وعقد الصفقات معهم، فى حين جاءت نسبة ٦.٧% تؤكد أن هذه القوى كانت تتفق وتتعاون معهم أحياناً وتنقلب عليهم فى أحيان أخرى، وأخيراً جاءت نسبة ١% فقط تؤكد أنها كانت تواجههم وتتصدى لهم بقوة، وهو ما يعنى أن عينة الدراسة على وعى بحقيقة موقف القوى الاقتصادية المسيطرة على وسائل الإعلام من جماعة الإخوان المسلمين قبل ثورة ٢٥ يناير.

(ب) موقف القوى السياسية المتحكمة فى الإعلام المملوك للدولة :

أكدت الدراسة التحليلية لصحيفة الأهرام أن نسبة الأعداد التى تضمنت صفحاتها الأولى أخبار وموضوعات تتعلق بالإرهاب عامة هى ١٥% بواقع ١٥ عدد عرضت ١٧ خبر وموضوع من إجمالي ١٠٠ عدد شملتها عينة الدراسة، وجاء توزيع الأخبار والموضوعات المتعلقة بقضايا الإرهاب على النحو التالي :

- ٥ أخبار وموضوعات تتعلق بقضايا الإرهاب المحلى التى لا تمت بصلة لجماعة الإخوان المسلمين بنسبة ٢٩% من إجمالي الأخبار.
- ٧ أخبار وموضوعات تتعلق بقضايا الإرهاب الخاصة بالاعتداءات الإسرائيلية على الأراضي الفلسطينية بنسبة ٤٢% من إجمالي الأخبار.

- ٥ أخبار وموضوعات تتعلق بقضايا الإرهاب الإقليمية المختلفة بنسبة ٢٩% من إجمالي الأخبار.

ويلاحظ أن موقف جريدة الأهرام قد تطابق مع موقف جريدة المصري اليوم فيما يتعلق بقضايا الإرهاب الخاصة بجماعة الإخوان المسلمين حيث تم استبعادها وتهميشها بشكل كامل، حيث جاءت الأطر الخيرية لتعاملهم كجماعة سياسية ذات ثقل داخل المجتمع رغم أنها تصفها في أحيان كثيرة بالجماعة المحظورة، وهو ما يعبر عن تصالح بين القوى السياسية المتحكمة في وسائل الإعلام المملوكة للدولة وهذه الجماعة. وجاءت نتائج الدراسة الميدانية لتؤكد ما توصلت إليه نتائج الدراسة التحليلية في هذا الشأن، حيث أكدت نسبة ٩٧.٩% من إجمالي عينة الدراسة أن الموقف الذي اتخذته القوى المتحكمة في وسائل الإعلام المملوكة للدولة من الإرهاب المتمثل في جماعة الإخوان المسلمين قبل ثورة ٢٥ يناير هو التوافق والتعاون وعقد الصفقات معهم، في حين جاءت نسبة ١.٧% تؤكد أن هذه القوى كانت تتفق وتتعاون معهم أحياناً وتتقلب عليهم أحياناً أخرى، وأخيراً جاءت نسبة ٠.٤% فقط تؤكد أنها كانت تواجههم وتتصدى لهم بقوة، وهو ما يعني أن عينة الدراسة على وعى كبير بحقيقة موقف القوى السياسية المسيطرة على وسائل الإعلام من جماعة الإخوان المسلمين قبل ثورة ٢٥ يناير.

ومن خلال العرض السابق يتضح أن القوى الاقتصادية والسياسية المتحكمة في وسائل الإعلام داخل المجتمع المصري كان موقفها العام من جماعة الإخوان المسلمين قبل ثورة ٢٥ يناير هو موقف متصالح معها لذلك لم تصفها بأنها جماعة إرهابية ولم تصنف إرهابها المادى والمعنوى الثابت بوقائع تاريخية على أنه إرهاب من الاصل، وهو ما يعني أنها لم يكن لها أى دور فى مواجهة إرهاب هذه الجماعة فى تلك الفترة التاريخية.

- ٣- موقف القوى المسيطرة على الإعلام من الإرهاب بين ثورتى ٢٥ يناير و ٣٠ يونيو:

(أ) موقف القوى الاقتصادية المتحكمة فى الإعلام الخاص :

أكدت الدراسة التحليلية لصحيفة المصري اليوم أن نسبة الأعداد التى تضمنت صفحاتها الأولى أخبار وموضوعات تتعلق بقضايا الإرهاب عامة ٢٦.٦% بواقع ٢٨ عدد عرضت ٣٦ خبر وموضوع من إجمالي ١٠٥ عدد شملتها عينة الدراسة، ولقد خرجت النتائج المتعلقة بهذه المرحلة لتظهر تباين واضح بين النتائج الكمية والكيفية ما بين السنة الأولى التى كان يحكم فيها المجلس العسكرى والسنة الثانية التى حكم فيها الإخوان المسلمون، وهو ما أجبرنا على الفصل بينهما لتوضيح هذا التباين فى الموقف من الإرهاب، وفى هذا الإطار سوف نعرض أولاً لنتائج السنة الأولى ثم ثانياً لنتائج السنة الثانية.

• نتائج مرحلة حكم المجلس العسكري :

جاءت نسبة الأعداد التى تضمنت صفحاتها الأولى أخبار وموضوعات تتعلق بقضايا الإرهاب عامة ١٥% بواقع ٨ أعداد عرضت ٩ أخبار وموضوعات من إجمالي ٥٣ عدد شملتهم عينة الدراسة، وكان من بين الأخبار ٧ أخبار وموضوعات تتعلق بقضايا الإرهاب المحلى لا تمت بأى صلة لجماعة الإخوان المسلمين بينما جاء خبر واحد يخص الشأن الإقليمي وآخر يخص الشأن الدولى.

• نتائج مرحلة حكم محمد مرسي :

جاءت نسبة الأعداد التى تضمنت صفحاتها الأولى أخبار وموضوعات تتعلق بقضايا الإرهاب عامة ٣٨.٥% بواقع ٢٠ عدد عرضت ٢٧ خبر وموضوع متعلقة بقضايا الإرهاب من إجمالي ٥٢ عدد شملتهم عينة الدراسة، وكان من بين الأخبار ٢١ خبر وموضوع يتعلق بقضايا الإرهاب المحلى الذى لا يمت بأى صلة لجماعة الإخوان

المسلمين، ثم ثلاثة أخبار تتعلق بقضايا الإرهاب الإقليمي، وأخيراً ثلاثة أخبار وموضوعات تتعلق بقضايا الإرهاب التي مارستها جماعة الإخوان المسلمين وهي أول إشارة لممارسة الجماعة لعمل إرهابي.

ويلاحظ من هذه النتائج أن مرحلة حكم المجلس العسكري كانت صحيفة المصري اليوم تقدم الأخبار والموضوعات الخاصة بجماعة الإخوان المسلمين في أطر خبرية تصنفهم على أنهم قوى سياسية شرعية خاصة بعد تشكيلها لحزب الحرية والعدالة وبالتالي قدمت على أنها فصيل سياسي سلمي معترف به وذو شعبية جماهيرية وأنا على استعداد ليكونوا ضمن دوائر الحكم. أما بالنسبة لمرحلة حكم محمد مرسي فقد قدمت الصحيفة في البداية على أنهم جماعة لا تمت للإرهاب بصلة، لكنها وفي نهاية الفترة بدأت تتغير المعالجة خاصة بعد ظهور حركة تمرد، حيث بدأت الصحيفة في وضع المتلقى في خانة التشكيك بين علاقة الجماعة بما يحدث من إرهاب في سيناء وعلاقة الإخوان المسلمين ببعض الفصائل الخارجية الممارسة للإرهاب بالداخل المصري مثل حماس.

وجاءت نتائج الدراسة الميدانية لتؤكد على ما توصلت إليه الدراسة التحليلية في هذا الشأن وهو الموقف المتأرجح بين التأييد والمعارضة، حيث جاءت نسبة ٥٢.٨% من عينة الدراسة تؤكد على أن القوى الاقتصادية المتحكمة في وسائل الإعلام الخاصة كانت متفقة ومتعاونة وتعقد صفقات مع جماعة الإخوان المسلمين، ثم نسبة ٣٧.٥% أكدت على أنها كانت تتفق وتتعاون معهم أحياناً وتتقلب عليهم في أحيان أخرى، وأخيراً جاءت نسبة ٩.٧% تؤكد أنها كانت تواجههم وتتصدي لهم بقوة، وتوضح هذه النتائج تذبذب موقف القوى الاقتصادية من جماعة الإخوان المسلمين وهو ما برز من خلال عمليات التفتيت والتجزئة لتناول الإعلام الخاص لقضايا الإرهاب الخاصة بالجماعة حيث تعتبرهم أحياناً جماعة سياسية سليمة وفي أحيان أخرى جماعة إرهابية وفقاً لموقف ومصالح القوى الاقتصادية المسيطرة على هذا الإعلام.

(ب) موقف القوى السياسية المتحكمة في الإعلام المملوك للدولة :

أكدت الدراسة التحليلية لصحيفة الأهرام أن نسبة الأعداد التي تضمنت صفحاتها الأولى أخبار وموضوعات تتعلق بقضايا الإرهاب عامة ٥٤.٩% بواقع ٥٦ عدد عرضت ٥٨ خبر وموضوع من إجمالي ١٠٢ عدد شملتها عينة الدراسة. واحتلت الأخبار والموضوعات الخاصة بقضايا الإرهاب المحلى المركز الأول بنسبة ٦٣.٧% بواقع ٣٧ خبر وموضوع، بينما جاءت الأخبار والموضوعات الخاصة بقضايا الإرهاب الإقليمي والدولي في المركز الثاني بنسبة ٣١% بواقع ١٨ خبر وموضوع، وأخيراً جاءت الأخبار والموضوعات الخاصة بقضايا الإرهاب الذي مارسته جماعة الإخوان المسلمين في المركز الثالث بنسبة ٥.٣% بواقع ثلاثة أخبار وموضوعات.

ويلاحظ من معالجة جريدة الأهرام أنها ركزت في مرحلة المجلس العسكري على قضايا الإرهاب المحلى دون أن تضع جماعة الإخوان في هذا الإطار، بل تعاملت معها باعتبارها جماعة سياسية سليمة ذات ثقل في المشهد السياسي المصري. في حين اختلفت المعالجة في مرحلة حكم محمد مرسي حيث تراوحت بين اعتبارها جماعة سياسية شرعية في بداية حكمه، ثم حاولت في نهاية المرحلة تصحيح الصورة الذهنية لجماعة الإخوان المسلمين لدى الرأى العام من خلال الهجوم على الجماعة والتشكيك في شرعية محمد مرسي وحزبه وجماعته وإن تم ذلك بشكل حذر.

وجاءت الدراسة الميدانية لتؤكد على ما توصلت إليه الدراسة التحليلية في هذا الشأن وهو الموقف المتأرجح بين التأييد والمعارضة، حيث جاءت نسبة ٥٧.٣% من عينة

الدراسة تؤكد على أن القوى السياسية المتحكمة في وسائل الإعلام المملوكة للدولة كانت منفقة ومتعاونة وتعقد صفقات مع جماعة الإخوان المسلمين، في مقابل نسبة ٤٢.٧% أكدت على أنها كانت تتفق وتتعاون معهم أحياناً وتقلب عليهم في أحيان أخرى، وهو ما يبرز تناقض القوى السياسية المسيطرة على وسائل الإعلام المملوكة للدولة من جماعة الإخوان وفقاً لمصالح هذه القوى.

ومن خلال العرض السابق يتضح أن القوى الاقتصادية والسياسية المتحكمة في وسائل الإعلام داخل المجتمع المصري كان موقفها من جماعة الإخوان المسلمين بين ثورتى ٢٥ يناير و ٣٠ يونيو موقف متذبذب بدأ بالتصالح والمهادنة وانتهى بالمعارضة والهجوم عليها واعتبرها جماعة إرهابية، وهو ما يعني أن هذه القوى قد بدأت تبلور موقف ودور حقيقي في مواجهة الإرهاب المتمثل في جماعة الإخوان المسلمين.

٤- موقف القوى المسيطرة على الإعلام من الإرهاب بعد ثورة ٣٠ يونيو : (أ) موقف القوى الاقتصادية المتحكمة في الإعلام الخاص :

أكدت الدراسة التحليلية لصحيفة المصري اليوم أن نسبة الأعداد التي تضمنت صفحاتها الأولى أخبار وموضوعات تتعلق بقضايا الإرهاب عامة ٧٥.٩% بواقع ٧٩ عدد عرضت ١٣٧ خبر وموضوع من إجمالي ١٠٤ عدد شملتها عينة الدراسة، واحتلت الأخبار والموضوعات الخاصة بقضايا الإرهاب المحلى الذى تمارسه جماعة الإخوان المسلمين المرتبة الأولى بنسبة ٤٦% بواقع ٦٣ خبر وموضوع، يليها فى المرتبة الثانية قضايا الإرهاب المحلى غير المرتبط بجماعة الإخوان المسلمين بنسبة ٣١.٤% بواقع ٤٣ خبر وموضوع، ثم الأخبار والموضوعات المتعلقة بالإرهاب الإقليمي فى المرتبة الثالثة بنسبة ١٧.٥% بواقع ٢٤ خبر وموضوع، وأخيراً الأخبار والموضوعات المتعلقة بالإرهاب الدولى بنسبة ٥.١% بواقع سبعة أخبار وموضوعات.

ويتضح من هذه النتائج أن القوى الاقتصادية المتحكمة في وسائل الإعلام الخاصة قد اتخذت موقفاً معادياً تماماً لجماعة الإخوان المسلمين وهو ما انعكس على شكل التغطية الخبرية، ووضع إرهاب الجماعة فى بؤرة الدلالة، خاصة بعد ممارسات الجماعة الإرهابية وصدور أحكام قضائية تدينها وتصنفها صراحة بالجماعة الإرهابية.

وجاءت نتائج الدراسة الميدانية لتؤكد هذه النتائج التى توصلت إليها الدراسة التحليلية وتدعمها حيث جاءت نسبة ١٠٠% من عينة الدراسة تؤكد على أن موقف القوى المتحكمة فى الإعلام الخاص بعد ثورة ٣٠ يونيو هو موقف يواجه ويتصدى بقوة للإرهاب المتمثل فى جماعة الإخوان المسلمين.

(ب) موقف القوى السياسية المتحكمة فى الإعلام المملوك للدولة :

أكدت الدراسة التحليلية لصحيفة الأهرام أن نسبة الأعداد التى تضمنت صفحاتها الأولى أخبار وموضوعات تتعلق بقضايا الإرهاب عامة ٨٥.٥% بواقع ٨٩ عدد عرضت ١٤٩ خبر وموضوع من إجمالي ١٠٤ عدد شملتها عينة الدراسة.

واحتلت الأخبار والموضوعات الخاصة بقضايا الإرهاب المحلى التى لا تتعلق بجماعة الإخوان المسلمين المرتبة الأولى بنسبة ٤٢.٩% بواقع ٦٤ خبر وموضوع، يليها فى المرتبة الثانية الأخبار والموضوعات المرتبطة بقضايا الإرهاب المتعلقة بجماعة الإخوان المسلمين بنسبة ٣٥.٥% بواقع ٥٣ خبر وموضوع، وجاءت الأخبار والموضوعات المتعلقة بالإرهاب الإقليمي والدولى فى المرتبة الثالثة بنسبة ٢١.٦% بواقع ٣٢ خبر وموضوع،، ويتضح من هذه النتائج أن القوى السياسية المتحكمة فى وسائل الإعلام المملوك للدولة قد قررت أخيراً اتخاذ موقف واضح من مواجهة الإرهاب المتمثل فى

جماعة الإخوان المسلمين وهو ما انعكس بشكل واضح في المعالجة الصحفية لوسائل الإعلام المملوكة للدولة.

وجاءت الدراسة الميدانية لتؤكد هذه النتائج وتدعمها حيث جاءت نسبة ١٠٠% من عينة الدراسة تؤكد على أن موقف القوى المتحكمة في الإعلام المملوك للدولة بعد ثورة ٣٠ يونيو هو موقف يواجه ويتصدى بقوة للإرهاب المتمثل في جماعة الإخوان المسلمين. ومن خلال العرض السابق يتضح أن القوى الاقتصادية والسياسية المتحكمة في وسائل الإعلام داخل المجتمع المصري كان موقفها من جماعة الإخوان المسلمين بعد ثورة ٣٠ يونيو هو موقف المواجهة والتصدي لها باعتبارها جماعة إرهابية، وهو ما يعني أن هذه القوى قد بدأت متأخرة في مواجهة هذه الجماعة التي تؤكد ممارساتها التاريخية أنها جماعة إرهابية.

الخاتمة:

لقد ابرزت نتائج الدراستين التحليلية والميدانية أن القوى الاقتصادية المتمثلة في رجال الأعمال والقوى السياسية المتمثلة في السلطة السياسية (الرئيس - الحكومة) هما القوتين المتحكمتين في وسائل الإعلام داخل المجتمع المصري حيث تهيمن القوى الأولى على وسائل الإعلام الخاصة بحكم الملكية وتهيمن القوى الثانية على وسائل الإعلام المملوكة للدولة بحكم موقعها المسيطر في مراكز الحكم.

وفيما يتعلق بدور القوى الاقتصادية والسياسية المسيطرة على وسائل الإعلام في مواجهة الإرهاب المتمثل في جماعة الإخوان المسلمين داخل المجتمع المصري فقد اختلفت المواجهة عبر ثلاثة مراحل أساسية:

- مرحلة تجاهل الإرهاب الذي مارسه الجماعة وعدم إلقاء الضوء عليه في وسائل الإعلام، ويتبلور هذا الدور المتجاهل للإرهاب عندما تكون القوى المتحكمة في وسائل الإعلام (رجال أعمال - سلطة سياسية) متوافقة وفي حالة تصالح وتعاون مع الجماعة الإرهابية وهو ما تجسد في موقفها قبل ثورة ٢٥ يناير.
 - مرحلة التذبذب في مواجهة الإرهاب الذي مارسه الجماعة والتأرجح بين التجاهل والتصدي له ومواجهته وإلقاء الضوء عليه في وسائل الإعلام، ويتبلور هذا الدور المتذبذب عندما تكون مواقف القوى المتحكمة في وسائل الإعلام (رجال أعمال - سلطة سياسية) غير محددة ومتأرجحة بين التأييد والمعارضة للجماعة الإرهابية وهو الموقف الذي تجسد في موقف هذه القوى بين ثورتى ٢٥ يناير و ٣٠ يونيو.
 - مرحلة الحسم والتصدي ومواجهة الإرهاب الذي تمارسه الجماعة عبر وسائل الإعلام، ويتبلور هذا الدور حين تتعارض مصالح القوى المتحكمة في وسائل الإعلام (رجال أعمال - سلطة سياسية) مع الجماعة الإرهابية ويدخلون في صراع حقيقي معها.
- ومن هنا يمكن التأكيد على أن دور القوى الاقتصادية والسياسية المسيطرة على وسائل الإعلام داخل المجتمع المصري في مواجهة الإرهاب لم يتبلور بشكل واضح إلا في المرحلة الأخيرة بعد ثورة ٣٠ يونيو على الرغم من أن الجماعة تاريخياً يمكن تصنيفها وفقاً لممارساتها وافكارها على أنها جماعة إرهابية.

وبالطبع لا يمكن أن نختم دراستنا الراهنة قبل التأكيد على الدور الذى يمكن أن تلعبه وسائل الإعلام فى تشكيل رأى عام لمواجهة الإرهاب، حيث تلعب وسائل الاتصال الجماهيري دوراً أكبر من عمليات الاتصال الشخصي فى العصر الحديث، وهو ما جعلنا نظور النموذج النظرى الذى طرحه لازار سفيلى، وأكدت نتائج دراستنا الميدانية على صدق طرحنا الجديد حيث جاءت نسبة ٩١.٥% من إجمالي عينة الدراسة تؤكد على أنها تتلقى

معارفها بقضايا المجتمع والسياسة عبر تدفق المعلومات على مرحلة واحدة من خلال وسائل الاتصال الجماهيري مباشرة، في مقابل نسبة ٨.٥% فقط أكدت على فكرة لازار سفيلد التي ترى أن تدفق المعلومات يأتي على مرحلتين من الوسيلة الإعلامية إلى قادة الرأي ومن قادة الرأي إلى الجماهير، وهو ما يؤكد على نسبية العلم وعدم وجود حقائق مطلقة، ويجب على الباحثين اختبار المقولات النظرية من خلال دراسات ميدانية بشكل متكرر للتأكد من مدى صحتها وصدقها وعدم التسليم بها بشكل مطلق، فما ينطبق على مجتمع قد لا ينطبق على مجتمع آخر، وما هو صحيح في مرحلة تاريخية قد يصبح غير ذلك في مرحلة تاريخية أخرى وفقاً للتغيرات التي يمكن أن يشهدها المجتمع.

Abstract

The Role of Political and Economic powers for confronting Terrorism through Media "Analytical Field Study among a sample of Mass and Egyptian newspapers"
By Mohamed Sayed Ahmed

The present study seeks to recognize the roles of political and economic powers that dominate media in confronting terrorism in Egyptian society. This aim will be achieved throughout three main stages as the followings before 25th January, between 25th January and 30th June and finally after 30th June.

The present study can be classified as analytical- descriptive study. It based on sophisticated methodology where it used social survey, questionnaire and content analysis. The present study depended on two samples, one sample consists of individuals who are confronted to different media. The participants of that sample consisted of 600 individuals. The second sample consisted of 620 copies from Al-Ahram and El-Masry Elyoum journals.

The present study came with the followings conclusions as the followings: the political and economic powers that dominate media have not take permanent and rigid situations for confronting terrorism. On the contrary, their situations differed in respect to their benefits and advantages from encountering terrorism. It is shown that the advantages and benefits of the political and economic powers who are dominating media were consistently matching before 25th January and between 25th January and 30th June. Accordingly, there were no roles for confronting terrorism. However, when there was no consistent and harmony between them after 30th June, the process if confronting terrorism differed in respect to the economic and political powers against terrorism.

هوامش الدراسات :

- ١- لمزيد من التفصيل حول الدراسات التي ركزت على قضية الإرهاب والممارسات المختلفة له، انظر: رفعت السعيد، " تاريخ جماعة الإخوان المسيرة والمصير " الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ٢٠١٥.
- هشام الحديدي " الإرهاب : بذوره وبثوره، زمانه ومكانه وشخصه "، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ٢٠١٥.
- منير أديب " خريطة الجهاد المسلح في مصر : التنظيمات الجهادية بعد ٣٠ يونية "، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ٢٠١٥.
- ديفيد كانز، " الوجوه المتعددة للإرهاب : وجهات نظر وقضايا مختلفة "، ترجمة : جيهان الحكيم، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ٢٠١٣.
- علي بكر، " تحليل مضمون خطاب الحركات والعناصر التكفيرية المرتبطة بفكر القاعدة في مصر "، المركز الدولي للدراسات الدولية والاستراتيجية، القاهرة ٢٠١٣.
- معتز الخطيب : " الإسلام والإرهاب في الفكر الغربي : النماذج التفسيرية "، مكتبة الإسكندرية، ٢٠١٢.
- جاسم بن محمد مهلهل : " الإرهاب بين النتائج والأسباب "، السماحة للطباعة والنشر والتوزيع، الكويت، ٢٠١٢.

- محمد أسامة الشيراوي : " الاقتصاد السياسي للإرهاب "، جامعة طنطا، كلية الحقوق، دكتوراه غير منشورة، ٢٠١٠.
- C. Combs, " Terrorism in the twenty – first century 4thed " , new Jersey : Pearson/ prentice Hall. 2006.
- Brian Michael , " the study of terrorism : Definitional problems " , the rand corporation , Santa Monica, California 1980.
- <https://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/papers/2006/p6563.pdf>
- ٢- لمزيد من التفاصيل حول الدراسات التي ركزت على المعالجة الإعلامية لقضايا الإرهاب انظر :
 - Francois Bernard , " Terrorism et medias " , Huyghe, 2015.
 - <http://www.huyghe.fr/conference-21.htm>.
- نصيرة تامي : " الإعلام الفضائي والإرهاب "، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١٥.
- نجلاء عبد الفتاح طه : " دور الإعلام في حل القضايا المعاصرة : الإرهاب - جرائم الإنترنت - قضايا العولمة " دار التعليم الجامعي، الإسكندرية ٢٠١٥.
- Gabriel Weismann, " new media , new terrorism " , Research series, vol. 2, 2014.
- إسماعيل محمود عبد الرحمن : " الإعلام والإرهاب والثقافة البديلة " ، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، ٢٠١٤.
- سحر أحمد غريب : " علاقة التحول في الدور السياسي بأساليب تأطير جماعة الإخوان المسلمين والسلفيين في الصحف الإلكترونية المصرية "، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عين شمس، كلية الآداب، قسم علوم الاتصال والإعلام، ٢٠١٤.
- عامر وهاب خلف : " الإعلام ودوره في معالجة ظاهرة الإرهاب "، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان ٢٠١٣.
- محمد عبده عداوي : " معالجة الصحافة السعودية لظاهرة الإرهاب "، رسالة دكتوراه، جامعة الإسكندرية، كلية الآداب، قسم الاجتماع، ٢٠١١.
- p. seib and M. Dana , " Global terrorism and new media " London : Routledge ,2011.
- مخلد خلف النواقة : " اتجاهات الجمهور الأردني إزاء قضايا الإرهاب التي تبثها قنوات الجزيرة والعربية "، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، كلية الإعلام، ٢٠١٠.
- Paella villano , " discourse and terrorism : the representation of arabs in the Italian and international press since 11 September 2001 " , psicologia social , 2010.
- Gomez Gabriela , " the contention of social imaginaries on terrorism in newspapers from Montreal and Guadalajara " PHD, university Maryland, 2008.
- Aziz Douai , " news frames as meta-narratives : the case of CNN and Al-Jazeera's coverage of the kidnappings in Iraq " , Penn state university , 2005.
- N. Chitty " media scholarship and the enigma of terror " , studies in terrorism New York : southbound. publications , 2003.
- S. Kalb., " the media and the war on terrorism " , Washington , D.C. : Brookings institution press, 2003.
- B. Nachos , " mass-mediated terrorism : the central role of the media in terrorism and counterterrorism " , new jersey : Row man and Littlefield , 2002.
- Dobkin " tales of terror. television news and the construction of the terrorist threat " , new york : praeger , 1992.
- ٣- لمزيد من التفاصيل حول الدراسات التي ركزت على الجهود المجتمعية في مواجهة الإرهاب، انظر :
 - محمد أحمد داوود " دور المرأة في تنمية الوعي المجتمعي ضد العنف والتطرف والإرهاب " المجلس القومي للمرأة، القاهرة، ٢٠١٥.
 - وائل مصطفى العراقي " استراتيجية المؤسسات المجتمعية في مواجهة ظاهرة الإرهاب " رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة بور سعيد، كلية التجارة، قسم العلوم السياسية، ٢٠١٣.
 - محمد أمير رضوان " الإرهاب وآليات الدولة لمكافحته " رسالة دكتوراه، جامعة أسيوط، كلية الحقوق، ٢٠١٢.

- أنور محمد العليمي : " التعاون الدولي في مكافحة الإرهاب " رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أسيوط، كلية الحقوق، ٢٠١٢.
- Anton Oleinik , " Terrorism and society " 1MEMORIAL UNIVERSITY OF NEW FOUND LAND , DEPARTMENT OF SOCIOLOGY , sociology 3320 / Anthropology 3320 , winter 2010.
- ٤- خالد صلاح الدين، " دور وسائل الإعلام في تشكيل معارف واتجاهات الرأي العام المصري نحو الإرهاب " المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد ٢٠، يوليو - سبتمبر ٢٠٠٣.
- ٥- حسنين توفيق إبراهيم، " ظاهرة العنف السياسي في النظم العربية "، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ١٩٩٢، ص٥٢.
- 6-Alex p. Schmidt , " political terrorism " , Amsterdam : north Holland publishing company , 1983 , pp 119-158.
- ٧- كريم مزعل شبي : " مفهوم الإرهاب : دراسة في القانون الدولي والداخلي "، مجلة أهل البيت الصادرة عن جامعة أهل البيت، العراق، كربلاء، العدد الثاني ص ص٣٠ - ٥١.
- ٨- لمزيد من التفصيل حول بعض عناصر هذا التعريف انظر :
• ماري كاليفات زيادة، " أسطورة الإرهاب " مجلة الفكر العربي المعاصر، العدد ٣٩، مايو - يونيو ١٩٨٦ ص ص ١١٢ - ١١٨.
- Michael stohl , ed., " the politics of terrorism " , new york : marcel pekker , Inc., 1983. pp.23-49.
- Richard Shultz , " conceptualizing of political terrorism : typology " Journal of international affairs , vol. 32, no.1 , spring-summer 1978 pp 7-15.
- James Adams , " the financing of terror., new york : Simon and Schuster , 1986, pp 13-14.
- أدونيس العكرة : " الإرهاب السياسي "، دار الطليعة للطباعة والنشر، بيروت، ١٩٨٣، ص ٧٣ .
- أحمد جلال عز الدين : " الإرهاب والعنف السياسي "، دار الحرية، القاهرة، ١٩٨٦، ص ص١١٤ - ١١٦
- ٩- حسنين توفيق إبراهيم، مصدر سابق، ص٥٤.
- 10- see : M. Vatiero , " understanding power. a law and Economics approach " , Saarbrucken : VDM-Verlag publisher , VDM VERLAG 2009.
- 11- ARMY WAR COLLEGE , war international policy and strategy , vol. 3, Pennsylvania , USA : 1992. P3.
- 12- Mark , A contribution to critique of economy , Moscow , 1971, p. 214.
- 13- althusser I, for max , new york vintage book , 1970, p 111.
- ١٤- سمير نعيم، النظرية في علم الاجتماع، مطبعة أم القرى، القاهرة، ١٩٨٩ ص ص١٥٤-١٥٥.
- ١٥- أوسبيوف، قضايا علم الاجتماع، ترجمة سمير نعيم وفرج أحمد، دار المعارف، القاهرة، ١٩٧٠، ص١٧.
- ١٦- سمير نعيم، النظرية في علم الاجتماع، مصدر سابق، ص١٥٥.
- ١٧- المصدر نفسه، ص١٧٩، ولمزيد من التفصيل حول قضية الوعي الاجتماعي في التراث الماركسي انظر :
- Marx and Engels internet archive , " engds to Franz mehring " 2000 , http://www.marxists.org/archive/marx/works/1893/lietters/93_07_14.htm (30 December2010)
- V.I. Lenin , the state and revolution (Beijing) , china : foreign languages press, 1996.
- Herbert Marcuse , one – dimensional man (Boston , M A : Beacon press, 1964) , xiv.
- Erich from m Archive , marxs concept of man , (new york , NY: Frederick Unger publishing , 1961) , PP1-85.
- <http://www.marxists.org/archive/fromm/works/1961/man/index.htm>(29decemb2010)

- ١٨- سمير نعيم : النظرية في علم الاجتماع، مصدر سابق، ص ١٧٩ .
- ١٩- المصدر نفسه : ص ١٨١ ولمزيد من التفاصيل حول دور الأيدولوجيات المسيطرة في إحداث التغيير الاجتماعي انظر :
- Kumar , D.(2010). framing islam : the resurgence of orientalism during the Bushllera. Journal of communication inquiry , 34(3) ,PP 254 – 277.
 - Garyantes , D.m. and Murphy ,p.J. (2010) successor chaos ? : Framing and ideology in news coverage of the Iraqi national elections. International communication Gazette , 72 (2) , PP 151 – 170.
 - Grossberg , L. (2005). Idology. Int. Bennett , L.Grossberg , and M.Morris (Eds). new key words : Arevised vocabulary of culture and society (pp. 175 – 178). malden , ma : Blackwell publishing.
- ٢٠- لمزيد من التفاصيل حول استغلال القوى الاقتصادية والسياسية لوسائل الإعلام في النظام الرأسمالي انظر :
- Grossberg , Lawrence , wartella , ellen A., whithey , D. Charles , and wise , J. Macgregor (2005). media making : massmedia in apopular culture (2 nd ed).Thousand oaks : sagepublcations. page, (181) ISBN o-7619-2543-o.
 - grossberg, L. (2006) Media making : mass media in apopular culture , second Edition , SAGE Publications.
 - Fourie , p., (2007) media studies , volume on Intuitions , theories and Issues , creda communication , south Africa.
- 21- Jeabek Hynek , "Paul lazarsfeld – the founder of modern empirical sociology : a research biography " , International journal of public opinion research , 2001. pp 229:244.
- Everret Rogers : " paul F.lazars feld and mass communication effects " , pp 244- 245.
- 22- elihu k\atz , " the two-step flow of communication : An Up – To – Date report on a hypothesis " , the public opinion quarterly , spring 1957. pp 61-80.
- 23- Paul F.lazarsfeld & Bernard Berelson , Hazel Gaudet , " the people choise : how the voter makes up his mind in a presidential compaign " , Colombia university Press. 1944.
- 24- Katz& Lazarsfeld , " Personal influence", Free Press, New York.
- 25- Stanley Baran, " Theories of Mass Communication : Introduction to Mass Communication " Megraw Hill, July, 2011.
- 26- Paul Lazarsfeld and Merton, " Mass communiton, popular taste and organized social action ". 1948.
٢٧. سمير نعيم، المنهج العلمي في البحوث الاجتماعية، مكتبة سعيد رأفت، ط٤، القاهرة، ١٩٨٧، ص ٩٤ .
٢٨. المصدر نفسه، ص ص ١٣٩ – ١٤٠ .
٢٩. المصدر نفسه، ص ١١٩ .
٣٠. عبد الباسط محمد حسن، أصول البحث العلمي، مكتبة وهبة، ط١٠، القاهرة، ١٩٨٨، ص ٢٢١
٣١. سمير نعيم، المنهج العلمي في البحوث الاجتماعية، مصدر سابق، ص ١٢٢ .