تقييم النخبة الأكاديمية الإعلامية لمعالجة وسائل الإعلام الجديد للأحداث الإرهابية في مصر

د/ دعاء أحمد البنا[1]

مقدمة

أحدثت شبكة الإنترنت بتقنياتها المتعددة وتطبيقاتها المتنوعة درجة عالية من التأثير فاق تأثير وسائل الإعلام التقليدية، فشبكة الإنترنت، بسبب انتشارها العالمى وسياقها متعدد اللغات، تصبح لديها القدرة على التأثير فى مختلف العلاقات الاجتماعية والسياسية، هذا بالإضافة إلى أنها تضم ملايين المواقع والشبكات وأدوات التواصل الاجتماعى التى استطاعت أن تربط ملايين الأفراد حول العالم، كما منحت مستخدميها حرية غير محدودة فى التعبير عن الآراء وتشكيل الأفكار والأيديولوجيات.

هذا الواقع الذى فرضته شبكة الإنترنت أدى إلى تعدد أدوات وسائل الإعلام الجديد ما بين الصحافة الإلكترونية والإذاعات والقنوات التليفزيونية عبر الإنترنت ومنتديات الحوار والمدونات والمواقع الشخصية والمؤسساتيه والتجارية وكذلك مواقع الشبكات الاجتماعية مثل الفيسبوك وتوتير وفليكر وماى سبيس، هذا بالاضافة إلى الهواتف الجوالة التى تنقل الإذاعات الرقمية والبث التليفزيونى التفاعلى، ومواقع الإنترنت ومقاطع الفيديو ومجموعات الرسائل النصية والوسائط المتعددة.

وعلى اتصال الدراسات والبحوث التى تناولت الدور الاتصالى للإعلام الجديد، ثبت وجود زيادة ملحوظة فى درجة الإقبال الجماهيرى وعدد المستخدمين على مستوى الوطن العربى بشكل عام وفى مصر بشكل خاص، حيث مكنت وسائل الإعلام الجديد أو كما يطلق عليها وسائل الإعلام الاجتماعية الأفراد من نشر المعلومات وخلق المنصات التفاعلية والمشاركة فى إنتاج المحتوى ومناقشته وتعديله.

وطالما تنوعت وتعددت القضايا والموضوعات التى تناولتها وسائل الإعلام الجديد بمختلف أدواتها ما بين الأحداث والقضايا المحلية وكذلك الأقليمية والعالمية، ومن بين هذه القضايا تبرز الأحداث الإرهابية التى تميزت وسائل الإعلام الجديد فى عرضها وكشف جوانبها، خاصة فى ظل ما تتسم به التغطية الإعلامية التى تقدمها الوسائل التقليدية من تعتيم إعلامى واضطراب المعايير ونقص المعلومات.

ومن هنا تشكلت العلاقة بين الإعلام الجديد وقضايا الإرهاب على أساس نوع من الشراكة؛ يقوم الطرف الأول منها على صنع الحدث بينما يقوم الطرف الآخر بتسويق

[1] مدرس بقسم الإذاعة والتليفزيون ـ كلية الإعلام ــ الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.

هذا الحدث عبر وسائل الإعلام الجديد ومواقع الإنترنت، وعلى هذا استمد الدور الإعلامى لهذه الوسائل أهميته فى مجال معالجة أحداث الإرهاب وقضاياه.

ونظرًا لتعدد فئات الجمهور المتابع لهذه الأحداث عبر وسائل الإعلام الجديد ما بين العامة والنخبة، تختلف جوانب إدراك وتقييم هذه الأحداث باختلاف هذه الفئات، وهنا يبرز دور النخبة بشكل عام والنخبة الأكاديمية بشكل خاص فى تقييم دور الإعلام الجديد فى تناول قضايا الإرهاب، لما له من دور فى تقييم الأسس العلمية لمعالجة وتناول هذه الوسائل لأحداث وقضايا الإرهاب التى تقع فى مختلف أرجاء العالم بشكل عام وفى مصر بشكل خاص.

المشكلة البحثية:

فى إطار العلاقة بين وسائل الإعلام الجديد والجماعات الإرهابية وتنظيماتها، واستخدام هذه الجماعات والتنظيمات لهذه الوسائل بكافة أشكالها، ودور وسائل الإعلام الجديد بمختلف أدواته المتنوعة ما بين المواقع الإخبارية والصحف الإلكترونية ومواقع الإذاعات والقنوات التليفزيونية والمواقع الإلكترونية والمدونات والمنتديات وشبكات التواصل الاجتماعى فى تناول الأحداث الإرهابية، تتحدد مشكلة الدراسة فى رصد وتوصيف وتحليل تقييم النخبة الأكاديمية فى المجال الإعلامى (أعضاء هيئة التدريس بكليات الإعلام وأقسامه فى الجامعات المصرية الحكومية والخاصة) لتناول وسائل الإعلام الجديد للأحداث الإرهابية فى مصر وتحديد مدى تأثير هذا التناول على دور الإعلام الجديد فى دعم أو مكافحة الإرهاب، وتقييمهم لطبيعة العلاقة الجدلية بين الإعلام الجديد بمختلف أدواته والجماعات الإرهابية وتنظيماتها.

أهمية الدراسة:

تتحدد أهمية الدراسة على النحو التالى:

1- تقدم هذه الدراسة تقييمًا لمعالجة وسائل الإعلام الجديد للأحداث الإرهابية فى مصر، كما تقيس مصداقيتها وحياديتها ومدى التزامها بالمسئولية الاجتماعية تجاه المجتمع والجماهير.

2- تعتبر هذه الدراسة امتدادًا للاتجاهات البحثية الحديثة حول العلاقة الجدلية القائمة بين الإعلام الجديد والممارسات الإرهابية.

3- تتناول هذه الدراسة دور معالجة وسائل الإعلام الجديد فى دعم الإرهاب ونشر ثقافة التطرف، حيث تعانى الدراسات الإعلامية نقصًا ملموسًا فى الدراسات التى اهتمت بدور الإعلام فى دعم الإرهاب ونشر ثقافة التطرف، فمحاربة الإعلام الإرهاب أمر لا يحتاج إلى كثير من البحث، أما ما يحتاج إلى البحث والتأمل هو تلك الظاهرة المتمثلة فى دعم الإعلام للإرهاب.[1]

4- قلة الدراسات، سواء الدراسات العربية أو الأجنبية، التى اهتمت بقياس علاقة النخبة واستخدامهم لشبكة الإنترنت، واقتصارها على علاقة النخبة بالإنترنت واستخدامهم للصحف الإلكترونية، إلى جانب اعتمادها على نظرية الاستخدامات والإشباعات، واتجاهها نحو الأسلوب الكمى فى جمع البيانات وتفسير النتائج، هذا بالإضافة إلى قلة الدراسات التى تناولت النخبة وقضايا الإرهاب[2].

أهداف الدراسة :

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق عدد من الأهداف، من أهمها:

1- رصد وتحليل الدور الذى يمكن أن يقوم به الإعلام الجديد فى معالجة قضايا الإرهاب وأحداثه.
2- التعرف على الاستفادة من وسائل الإعلام الجديد فى مجال التعريف بجرائم الإرهاب وفكره، وكيفية التصدى له.
3- رصد وتحليل تقييم النخبة الأكاديمية لمصداقية المعالجات التى تقدمها وسائل الإعلام الجديد لقضايا الإرهاب.
4- تحديد إيجابيات وسلبيات معالجة وسائل الإعلام الجديد للأحداث الإرهابية من وجهة نظر النخبة الأكاديمية.
5- رصد وتوصيف مدى تفاعل النخبة عبر وسائل الإعلام الجديد فيما يخص الأحداث الإرهابية.
6- وضع آليات تضمن ضوابط تناول وسائل الإعلام الجديد للأحداث الإرهابية.
7- تحديد الدور الذى تقوم به وسائل الإعلام الجديد فى دعم/ مواجهة الإرهاب فى مصر.
8- تقييم النخبة الاكاديمية لاستخدام الجماعات والتنظيمات الإرهابية لوسائل الإعلام الجديد.
9- رصد وتحليل تأثير المعالجة الإعلامية للأحداث الإرهابية على صورة مصر فى الخارج.
10-رصد وتحليل آراء النخبة الأكاديمية فى مدى التزام وسائل الإعلام الجديد بمسئوليتها تجاه الجمهور والمجتمع فى تناول الأحداث الإرهابية.

الدراسات السابقة:

تتضمن محاور الدراسات السابقة محورين أساسيين؛ يتمثل المحور الأول منها فى علاقة النخبة بوسائل الإعلام الجديد وقضايا الإرهاب، بينما يتحدد المحور الثانى فى وسائل الإعلام الجديد والإرهاب، ونستعرض الدراسات السابقة على النحو التالى وفق عدد من المتغيرات مع ترتيبها من الأحدث إلى الأقدم.

المحور الأول: علاقة النخبة بوسائل الإعلام الجديد وقضايا الإرهاب

1- دراسة هويدا مصطفى بعنوان "مهارات عملية فى التعامل مع ظاهرة التطرف والإرهاب : التأهيل والتدريب"[3]

استهدفت الدراسة إجراء دراسة استطلاعية لعينة من الإعلاميين العاملين فى غرف الأخبار وإعداد التقارير الإخبارية والبرامج التى تناقش ظاهرة الإرهاب، ومن أهم النتائج التى توصلت إليها الدراسة: إن 66% من أفراد العينة غير راضيين عن المعالجات الإعلامية للقضايا وموضوعات الإرهاب فى مقابل 22% راضى، وقد أكدت العينة أن مفهوم الإرهاب غير واضح وغامض بالنسبة إليهم ولا يوجد معنى واضح ومحدد للجميع للتعامل مع مثل هذا النوع من الموضوعات، وأن هناك خلطًا بين بعض المفاهيم "الكارثة، والأزمة، والإرهاب"، كما أكد 35% من أفراد العينة عدم قدرتهم على التغطية الإعلامية لموضوعات الإرهاب وذلك لمجموعة من الأسباب، تتحدد فى أن مواقع التواصل الاجتماعى لم تتح لهم الفرصة لما لها من سبق إخبارى، وتعدد سلبيات المعالجة الإعلامية لقضايا الإرهاب، ولأن الإعلام هو السبب الأساسى والرئيسى فى تفعيل الأزمة وزيادة قوتها فى المجتمع وأن ما ينقص المعالجات الإعلامية للإرهاب من وجهة نظر الإعلاميين عدم وجود نماذج محددة وتقويمية للتعريف بكيفية تناول المؤسسات الإعلامية للإزمات والكوارث.

كما أشارت الدراسة إلى عدم الاستفادة من إمكانيات التكنولوجيا الحديثة فى التعامل مع هذا النوع من الأزمات، وأن أهم اعتبارات التعامل مع أحداث الإرهاب تتحدد فى البعد عن الكلمات المطاطية التى قد تحمل أكثر من معنى، كما أكدت نسبة 55% من الإعلاميين أن المواقع الإخبارية والصحف ونشرات الأخبار التليفزيونية قد يكون لها تأثير أكبر من المعالجات البرامجية والحوارية.

2- دراسة إيمان الشرقاوى بعنوان "جدلية العلاقة بين الإعلام الجديد والممارسات الإرهابية: دراسة تطبيقية على شبكات التواصل الاجتماعى"[4]

هدفت هذه الدراسة الاستكشافية الوصفية إلى تحديد طبيعة العلاقة الجدلية بين شبكات التواصل الاجتماعى كأحد أهم أشكال الإعلام الجديد والممارسات الإرهابية التى تتم عبر تلك الشبكات من جهة وقيام المؤسسات الأمنية الحكومية بفرض الرقابة على هذه المواقع لتعقب أنشطة الجماعات الإرهابية من جهة أخرى، وقد اعتمدت على نظرية تأثير الشخص الثالث، وتم تطبيقها من خلال أداة الاستبيان الإلكترونى الذى تم إرساله إلى كل من المواقع الرسمية لوزارة الداخلية بالسعودية، ووزارة الداخلية فى مصر، وصفحات الإعلام الأمنى على الفيس بوك لكل من السودان واليمن والامارات والبحرين ومصر والمكتب العربى للإعلام الأمنى، والمكتبة الإعلامية المفتوحة، والمكتبة المصرية للأبحاث الإعلامية.

ومن أهم النتائج التى توصلت إليها الدراسة تأكيد جميع أفراد العينة من المنتمين إلى المؤسسات الأمنية والباحثين والأكاديميين والعاملين فى الحقل الإعلامى أنهم لا يتأثرون سلبيًا على الإطلاق بمقاطع الفيديو والمنشورات التى وضعتها الجماعات الإرهابية على مواقع التواصل الاجتماعى وأن الآثار السلبية لهذه المقاطع تقتصر على المواطن العادى، وأن وسائل التواصل الاجتماعى أصبحت أهم الوسائل التى تعتمد عليها الجماعات الإرهابية فى تحقيق التواصل بين الأعضاء الفعليين وتجنيد الأعضاء الجدد، وتعدد الأهداف التى تسعى الجماعات الإرهابية إلى تحقيقها من خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعى، وفى مقدمتها بالنسبة للمؤسسات الأمنية بث الرعب فى النفوس، فى حين أشار الإعلاميون إلى أن أول الأهداف التى تسعى إليها الجماعات الإرهابية هى تحقيق الاتصال الداخلى بين أفرادها بأمان، حيث يعد الفيسبوك أكثر مواقع التواصل الاجتماعى استخدامًا من قبل الجماعات الإرهابية، كما أكدت النتائج ضرورة إخضاع مواقع التواصل الاجتماعى على اختلافها للرقابة على أن تكون هذه الرقابة مطلقة وغير مقننة، وأشارت الدراسة أيضًا إلى اتفاق 30% من إجمالى الباحثين والأكاديميين والإعلاميين على هذا الرأى على أن تكون هذه الرقابة مقننة وفقًا لبعض المعايير فى حين رفض 70% منهم فكرة فرض الرقابة.

3- دراسة مروة شبل بعنوان "تقييم النخبة لدور وسائل الإعلام الإلكترونية فى تشكيل اتجاهات الرأى العام نحو الثورة المصرية"(5)

استهدفت هذه الدراسة رصد وتحليل الدور الذى لعبته وسائل الاتصال الإلكترونية الحديثة فى تشكيل اتجاهات الرأى العام المصرى نحو ثورة 25 يناير من خلال توجهات وتقييم النخبة المصرية لهذا الدور، وقد تم استخدام نظرية الاعتماد كإطار نظرى للدراسة، كما تم الاعتماد على منهج المسح من خلال استمارة استبيان لجمع البيانات من (150) مفردة من النخبة المصرية السياسة والإعلامية والإكاديمية، وأظهرت النتائج أن النسبة الأكبر من النخبة المصرية عينة الدراسة يتابعون وسائل الإعلام الإلكترونى وأن النسبة الأكبر من المبحوثين يعتمدون على وسائل الإعلام الإلكترونية كمصدر للمعلومات، كما تحددت الوسائل الإلكترونية التى يتابعها المبحوثون فى كل من الفيسبوك والمواقع الإخبارية والصحف الإلكترونية واليوتيوب وتوتير والمدونات ومواقع القنوات التليفزيونية، ورأى أكثر من 50% من أفراد النخبة يرون أن الوسائل الإلكترونية لديها القدرة على التعبئة السياسية للرأى العام وأن الوسائل الإلكترونية تفوقت على الوسائل التقليدية وقت الثورة.

4- دراسة خالد أحمد عبد الجواد بعنوان"علاقة الصفوة العربية بالحاسب الآلى واستخدام الانترنت" (6)

استهدفت الدراسة البحث فى علاقة الأكاديميين العرب بالإنترنت، ومدى مساهمة هذا فى زيادة كفاءة الأداء الأكاديمى، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، كما استخدم الباحث الاستبيان كأداة لجمع البيانات وأجريت الدراسة على عينة قوامها

105 مفردة، ومن أهم النتائج التى توصلت إليها الدراسة أن 36.2% من إجمالى عينة البحث يستخدمون الإنترنت من ساعة إلى أقل من ساعتين، و15.3% يستخدمون الإنترنت أكثر من أربع ساعات، ومن أهم أسباب استخدام الصفوة العربية للإنترنت أنها توفر خدمات متعددة بما يحقق ويلبى معظم احتياجات ورغبات مستخدميها فهناك من يستخدمها للترفية والتسلية، وهناك من يستخدمها للمعرفة والتثقيف، وجاء المضمون العلمى فى الترتيب الأول من بين ما تتعرض له عينة البحث بنسبة 16.9%، يليه كل من المضمون الثقافى والسياسى بنسبة 15.6%، كما اتضح أن نسبة 34.2% تقرأ الصحف الإلكترونية من إجمالى الإجابات المتعلقة بالتعامل ومتابعة وسائل الإعلام الإلكترونية.

5- دراسة رضا عبد الواحد بعنوان "استخدام النخب المصرية للصحافة الإلكترونية"[7]

اهتمت الدراسة بالبحث فى استخدامات النخب المصرية للصحافة وتفضيلاتهم لها ومدى الإشباع الذى يحققه هذا الاستخدام من خلال التعرف على الآليات والمحددات التى تحدد دوافع استخدامهم للصحف الإلكترونية، ورؤيتهم لتحديد شكل علاقة التأثير المتبادل بين كل من الصحافة الإلكترونية والصحافة الورقية، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التى اعتمدت على المنهج المقارن وأداة الاستبيان لجمع البيانات، وقد تضمنت العينة (400) مفردة من النخبة الأكاديمية والنخبة الإعلامية والنخبة السياسية، ومن أهم نتائج الدراسة إن الفئة العمرية الخاصة بسن الشباب جاءت فى الترتيب الأول كمتغير فاعل فى استخدام النخبة المصرية للإنترنت، كما أثبتت الدراسة استخدامًا كثيفًا وخبرة زمنية معقولة لأفراد النخبة فى استخدامهم للإنترنت، الأمر الذى يشير إلى سرعة استجابة النخبة لتلك الوسيلة الإعلامية الجديدة وإقبالهم عليها، كما أوضحت النتائج أن غالبية أفراد النخبة يتعرضون للصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت بنسبة 70.8%، بينما لا يتعرضون لها بنسبة 29.2%، وأكدت النتائج أيضًا أن سمة الفورية والآنية فى إمداد النخبة بالأخبار والمعلومات تعد من أهم مبررات الإقبال على قراءة الصحف الإلكترونية، وأن المشاركة النشطة من جمهور النخبة فى مواقع الصحف الإلكترونية قد ظهر بشكل واضح أثناء مشاركتهم فى الاستفتاءات واستطلاعات الرأى.

6- دراسة برايان كلوكى بعنوان "رواية التفوق العالمي: النخبة الأمريكية وخطاب الحرب على الإرهاب"[8]

هدفت الدراسة إلى محاكاة حملة "الحرب على الإرهاب" لقصة أخلاقية تقدم تفسيرًا معينًا للنظام العالمى، وعلاقات الدول ودور المجتمع الأمريكى، وتعد خطابات النخبة مثل الرئيس والمحررين بوسائل الإعلام هى المحدد الإيديولوجى الأول للرواية العامة للسياسة الوطنية، فتضمت عينة الدراسة تحليل خطابات الرئيس الأمريكى "جورج دبليو بوش" والمقالات التحريرية بجريدة "نيويورك تايمز" وول

ستريت فى السنة الثانية لهجمات 11 سبتمبر بالاعتماد على تحليل المضمون وتحليل الخطاب النقدى، وتوصلت الدراسة إلى أن استمرار الخطاب الوطنى للحرب على الإرهاب على سرد رواية تاريخية وطنية تتحدد فى أن أمريكا هى مهد الحضارة فى العالم حيث يتسع دورها لتنير ظلام العالم، كما تتعرض أمريكا والدول الغربية لتهديد أعداء جدد خارجين مثل الإرهاب الدولى والأصولية الإسلامية، وأن الولايات المتحدة الأمريكية ستدافع عن أمتها ضد أى خطر، واضافت أن التفوق العالمى هنا يعنى القدرة على استخدام القوة العسكرية إذا لزم الأمر لممارسة الحق فى الدفاع عن النفس فى أى وقت وفى أى مكان ضد أولئك الذين يعتقدون أنهم يشكلون تهديدًا حاليًا أو مستقبلاً، إلى جانب ذلك أكدت النخب السياسية والإعلامية الأمريكية أن هجمات 11 سبتمبر كانت هجومًا غير عقلانيًا على القيم الأمريكية والتى تعد قيم الحضارة العالمية، ويتم سرد القصة الوطنية كصراع بين الخير مقابل الشر والذى تمثل فيه أمريكا الخير لتمثيلها التهديد للإرهاب من خلال تسليط نورها فى الظلام.

المحور الثانى: وسائل الإعلام الجديد والإرهاب

1- **دراسة اريل ليبرمان بعنوان "الإرهاب الإنترنت الدعاية: مزيج قاتل"[9]**

هدفت هذه الدراسة إلى البحث فى العلاقة بين الإرهاب والإنترنت والدعاية وعرض الدعاية التى يواجهها تنظيم داعش عبر الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعى، ومن أهم النتائج التى توصلت لها الدراسة أن شبكة الإنترنت أحدثت ثورة فى الإرهاب حيث استغل الإرهابيين المواد والقدرات الهائلة للإنترنت لدعم أساليبهم بأساليب أخرى لم تكن متاحة من قبل، كما وفرت عديد من الوظائف للتنظيمات الإرهابية كالتجنيد والتمويل والدعاية وغيرها من الاحتياجات التنظيمية، وأثبتت الدراسة أن تنظيم داعش بارع فى استخدام كافة أشكال وسائل الإعلام الاجتماعية المختلفة والعديد من مواقع الإنترنت المختلفة ومنصات الإعلام الاجتماعى وأنه حتى الآن ثبت أن الجهود المبذولة لإحباط الدعاية التابعة لداعش عديمة الجدوى، وفيما يتعلق بمكافحة الإرهاب عبر الإنترنت أشارت الدراسة إلى ضرورة مواكبة تطور الدعاية الإرهابية عبر الإنترنت بأساليب مساوية فى مكافحتها بشكل فعال، فالإنترنت ليست سوى أحدث وسيلة للتلاعب بأجندة الإرهابيين ولا شك أن التكنولوجيا المستقبلية سجلت معها أساليب جديدة ومبتكرة للإرهابيين للتلاعب بخصائصها ومميزاتها لخدمة أغراضهم وبالمثل ستظل الجهود المضادة للدعاية بحاجة إلى التطور لتتماشى مع خطر الإرهاب الذى يلوح فى الأفق.

2- **دراسة ايوان اميرن بعنوان "التطرف الإرهابي: داعش وقوة الإعلام الاجتماعى"[10]**

استهدفت الدراسة تحليل أكثر من 100 صفحة مختلفة على الفيسبوك و50 حسابًا عبر توتير، وأشارت إلى عديد من النتائج أهمها استخدام الإرهابيين للإنترنت كأداة للدعاية عبر المواقع الإلكترونية وتبادل ونقل المعلومات والتنقيب عن البيانات وجمع

التبرعات والتواصل وتجنيد أعضاء جدد والتخطيط، كما بدأت المنظمات فى إنشاء "حملات للجهاد الإلكترونى" حيث تستخدم الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعى لاستهداف الشعوب وبشكل خاص الشباب، مع استخدام مقاطع الفيديو لتجنيد الأفراد وجها لوجه من خلال إغراء الجمهور بهذه الأيديولوجية المتطرفة، والقدرة على توظيف مقاطع الفيديو والبوستات وتويتر والفيسبوك والمنتديات كأدوات للتطرف، فمن خلال وسائل التواصل الاجتماعى يتم نشر عديد من المقاطع بمختلف اللغات وتوجيهها لدول العالم لاستقطاب الشباب للمشاركة معهم فى محاربة التطرف والإرهاب، حيث يعد الفيسبوك أكبر وسيلة للتواصل الاجتماعى من خلال عدد مستخدميه ومدى التفاعلية.

وأكدت الدراسة أيضًا استخدام المنظمات الإرهابية للتطبيقات الحديثة وتعديلها بمشاهدة آخر أنشطتها ومتابعتها وأن مثل هذه التطبيقات يتم تنزيلها مرة واحدة على أجهزتهم حيث تسمح لهم برؤية ومتابعة التغريدات والروابط والهاشتاج والصور ومقاطع الفيديو والتعليقات التى تنشر عبر حساباتهم، مع الاعتماد على الإنترنت بأدوات التواصل الاجتماعى المختلفة والمتنوعة لنشر خطاب الكراهية، واستخدامها كقاعدة بيانات شاملة عن كيفية الترويج للعنف كإستراتيجية من خلال نظرية التعلم الاجتماعى، وأضافت النتائج أن الجماعات الإرهابية تستخدم آليات نظرية التعلم الاجتماعى باعتبارها أداة لتسهيل الهجمات والتجنيد، كما أصبحت الجماعات المهمشة أكثر عرضة لاستخدام الإنترنت لأهداف إرهابية، مع استخدام المزيد من الأساليب التكنولوجية التفاعلية من خلال استخدام غرف الدردشة والمقاهى الإلكترونية والبحث عن دعم الضعفاء والمتطوعين، وتأسيس بيئة افتراضية للإرهاب عبر الإنترنت لخلق حالة افتراضية تبث فى الشباب العداء.

3- دراسة محمد قيراط بعنوان "الإعلام الجديد والإرهاب الإلكترونى: آليات الاستخدام وتحديات المواجهة"(11)

استهدفت هذه الدراسة البحث فى استخدام الجماعات الإرهابية للإعلام الجديد واستثمارها فى تطبيقاته ومنابره المختلفة لتحقيق أهدافها، وأنواع المحطات التى تستخدمها الجماعات الإرهابية والأهداف المرجوة منه، ومستقبل الإرهاب الإلكترونى وسبل مواجهته، واعتمد الباحث على منهج التحليل الوصفى الاستكشافى، ومن أهم النتائج التى أشارت لها الدراسة وجود آلاف المواقع التى تستغلها الجماعات الإرهابية لأغراض الدعاية ونشر المعلومات وتجنيد الشباب وجمع الأموال والتخطيط والتنسيق، كما أكدت أن الإعلام الجديد وفر فرصًا عديدة للجماعات الإرهابية لتنافس الأنظمة وأجهزة الأمن والمخابرات، وأن الإرهاب الإلكترونى الافتراضى أكثر خطورة من الإرهاب التقليدى لوصوله لمئات الملايين فى ثوان معدودة، وأن الوجود الإرهابى النشط على الإنترنت متنوع يتميز بالسرعة فى التنفيذ والتأقلم مع الظروف الطارئة.

4- دراسة مها عبد المجيد بعنوان "مصادر المعلومات الدينية لدى الشباب العربى واتجاهاتهم نحو العمليات الإرهابية: دراسة ميدانية"[12]

هدفت الدراسة إلى البحث فى المصادر التى يعتمد عليها الشباب العربى فى الحصول على المعلومات الدينية، والمعايير التى يلجأ إليها فى تقييم مصداقية هذه المصادر، ودلالات ذلك فى تشكيل اتجاهاته نحو العمليات الإرهابية التى تحدث فى بلدان العالم المختلفة ومواقفه منها، واعتمدت على المنهج الوصفى وأسلوب المسح الميدانى الكمى بالتطبيق على عينة من الشباب العربى من المستخدمين لشبكة الإنترنت، كما تم تطبيق أداة الاستبيان الإلكترونى على عينة قوامها 155 مفردة وتضمن الإطار النظرى للدراسة نموذج الاعتماد على وسائل الإعلام.

وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها أن الغالبية العظمى من العينة بنسبة بلغت 72.3% اهتمت بمتابعة الحوادث الإرهابية التى وقعت فى مناطق العالم المختلفة وحرصت على معرفة كافة التفاصيل والمعلومات الممكنه بشأنها مقابل 27.7% لم يهتموا بذلك، كما رفضت الغالبية العظمى من العينة بنسبة 67.1% القول بأن تفاعلهم مع أخبار الحوادث الإرهابية على مواقع التواصل الاجتماعى يقتصر على تلك الحوادث التى تقع فى المنطقة العربية، وأنه لا يعنيهم تلك التى تقع فى أوربا وأمريكا.

5- دراسة أسماء الإبشيهى بعنوان "دور وسائل الإعلام الجديد فى تنمية الوعى بمخاطر الإرهاب: دراسة ميدانية"[13]

استهدفت الدراسة البحث فى دور وسائل الإعلام الجديد فى تنمية الوعى بمخاطر الإرهاب، وذلك بالاعتماد على نظرية الاستخدامات والإشباعات، وأداة الاستبيان فى جمع البيانات، حيث طبق الاستبيان على 250 مفردة من الجمهور، ومن أهم النتائج التى توصلت إليها الدراسة أن وسائل الإعلام الجديد مارست دورًا فى نشر الإرهاب من خلال تسهيل عملية التواصل بين الجماعات الإرهابية، ومساهمتها فى تجنيد الإرهابيين الجدد، وجاءت توعية المواطنين وتبصيرهم بواجبهم حيال الأمن الوطنى فى المرتبة الأولى فى دور وسائل الإعلام الجديد فى تنمية الوعى بمخاطر الإرهاب، يليه تحصين أفراد المجتمع ضد المؤثرات والثقافات الواردة، وقد تضمنت إيجابيات استخدام وسائل الإعلام الجديد فى مكافحة أو تتبع العناصر الإرهابية إحكام السيطرة على الإرهابيين، وتقليل خسائر المواجهة إلى الحد الأدنى، واتخاذ الاستعدادات اللازمة لمواجهة العناصر الإرهابية.

6- دراسة مارك نكله بعنوان "تمويل الإرهاب والإعلام الاجتماعى"[14]

هدفت الدراسة إلى القيام بدراسات الحالة لنشاط شخصية إرهابية "حجاج بن فهد العجمى" عبر الإنترنت ووسائل الإعلام الاجتماعى ورصد الأنشطة الإعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعى لتنظيم القاعدة الأفغانى ودعم سوريا وجبهة الناصرة،

ومن أهم النتائج التى أشارت إليها الدراسة أن وسائل الإعلام الاجتماعى تسمح للمجموعات فى الأماكن المنعزلة بأن تصل إلى العقول والقلوب والحفاظ على المؤيدين، كما أثبتت سيطرة الإرهابيين على وسائل الإعلام الاجتماعية لاستخدامها فى الدعاية والتجنيد، واعتبارها شكلًا من أشكال الجهاد المالى، هذا إلى جانب إطلاق جبهة الناصرة العديد من الحملات عبر وسائل التواصل الاجتماعى خلال 2013-2015 لجمع التبرعات وتقديم المساعدات المالية للجماعات الإرهابية من أجل التسليح وإرسال تعليمات التبرع عبر تطبيق الواتس اب.

7- دراسة ليفى ويست بعنوان "#الجهاد: الإعلام الاجتماعى كسلاح"[15]

استهدفت هذه الدراسة البحث فى دور وسائل الإعلام الاجتماعى باعتبارها سلاح الجماعات الإرهابية القادر على زيادة الأضرار المتعددة ضد أهداف محددة، واعتمدت على رصد أنشطة الجماعات الإرهابية على الفيسبوك وتوتير، وأوضحت الدراسة الطبيعة الاتصالية للحدث الإرهابى، وتقديم نظرة عامة على المساهمات المختلفة التى قدمتها الإستراتيجية الجهادية لتطور الممارسات الإرهابية وبشكل خاص إعادة ظهور وممارسة الإرهاب الفردى وتحديد أوجه التشابه بين الإرهاب الفردى والإعلام الاجتماعى وتطوير ونشر نظام الإعلام الاجتماعى للجهاد، وتفسير الآليات التى تستغلها الجماعات الإرهابية لنشر منصات وسائل الاتصال الجماعى، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها تحديد الآليات التى اعتمد عليها تنظيم داعش والحركة الجهادية فى توظيف وسائل الإعلام الاجتماعى بفعالية، وتزايد نشر المبادئ النظرية التنظيمية والإستراتيجية لفكر الحركة الجهادية وتنظيم داعش عبر وسائل التواصل الاجتماعى، وكذلك إنتاج مجموعة متنوعة من المضمون بلغات متعددة تمكن تنظيم داعش من حشد عدد كبير من الأفراد من أجل الهجرة أو البقاء داخل دولهم وتنفيذ الجهاد، كما وفرت الإنترنت البيئة الافتراضية المثالية لدعم الإرهاب والقيام بالهجمات والأعمال الإرهابية، مما ساعد تنظيمات مثل داعش فى نشر وتوزيع المضمون الراديكالى، وكيفية استخدام الرمزية فى التحليل ونشره عبر وسائل الإعلام الاجتماعى بواسطة لقطات الفيديو المتاحة للجميع للتأثير على الجمهور.

8- دراسة الصادق الحمامى بعنوان"الميديا الاجتماعية والإرهاب: الاستخدامات وسبل ترشيدها"[16]

استهدفت الدراسة عرض استخدام التنظيمات الإرهابية لوسائل الإعلام الجديد بالتطبيق على تنظيم "داعش" وعرض نماذج الإعلام الجديد الخاصة بتنظيم داعش، كما عرضت نموذجًا للسياسة الفرنسية فى التعامل مع أحداث الإرهاب وقضاياه، وأكدت الدراسة أن وسائل الإعلام الجديد، وبصفة خاصة شبكات التواصل الاجتماعى, تعد موردًا إستراتيجيًا للتنظيمات الإرهابية، وأشارت الدراسة إلى العديد من التوصيات لمكافحة توظيف الميديا الاجتماعية فى الإرهاب تضمنت رصد

المضامين الإرهابية فى الميديا الاجتماعية ومكافحتها، وتوسيع مكافحة الإرهاب فى الميديا الجديدة أو الاجتماعية إلى المواطنين، وكذلك تعزيز التنظيم الذاتى فى الميديا الاجتماعية، ووضع آليات قانونية لمعاقبة الاشادة بالاعمال الإرهابية.

9- دراسة آمال قرامى بعنوان "ضوابط استعمال الفيديو والصور فى الإعلام العربي"[17]

استهدفت الدراسة عرض تجارب خاصة بعديد من الدول فى نشر وعرض الصور المرئية والوسائط المتعددة فى وسائل الإعلام الجديد الخاصة بالأحداث الإرهابية ومنها التجربة المصرية والتونسية والعراقية وبعض الدول الغربية وأمريكا، وكيفية استخدام الجماعات الإرهابية للصورة والثقافة المرئية، ومن أهم النتائج التى توصلت إليها الدراسة الحاجة إلى التأطير الأكاديمى فى الكليات المختصة، فالسياق الراهن يتطلب إعادة بناء المفاهيم وتجديد آليات التفكيك وتحليل الإشارات التعبيرية التى تظهر فى الصور والفيديوهات، كما أوضحت النتائج استهانة الإعلاميين بالمسئولية الاجتماعية والأخلاقية والقانونية الملقاه على عاتقهم وأكدت ضرورة القيام بدورات تدريبية حول مهارات استخدام الفيديو ومعايير توظيف الصورة.

10-دراسة سيد الريشى بعنوان "بناء الروايات: دراسة أطر الإرهاب فى أخبار المواقع الإخبارية لقناتى الجزيرة والعربية على الانترنت"[18]

استهدفت هذه الدراسة البحث فى الأخبار الخاصة بالإرهاب وقضاياه على موقع قناتى العربية والجزيرة على الإنترنت والتركيز على تحديد أوجه التشابه والاختلاف بينهما فى التغطية الإخبارية لأحداث الإرهاب وتحديد العوامل المؤثرة فى اختيار كل شبكة إخبارية للأخبار وعملية تأطيرها للقصص الإخبارية، وقد اعتمدت الدراسة على نظرية الأطر الإخبارية كإطار نظرى وأداة تحليل المضمون وتضمنت العينة النشرات الإخبارية الرئيسية من 3 مارس إلى 30 يوليو 2012، ومن أهم النتائج التى توصلت إليها الدراسة أن كلتا الشبكتان اتفقتا خلافًا لوسائل الإعلام الغربية على أن غالبية ضحايا الإرهاب من المسلمين، كما أكدت تركيز التغطية الإخبارية على نشر ودعم المواقف والقرارات الرسمية المتعلقة بالإرهاب وتغطية محددة للمعاناة الإنسانية الناتجة عن الإرهاب.

11-دراسة مها عبد المجيد بعنوان "الخطاب الإعلامى للجماعات الإرهابية على مواقع التواصل الاجتماعى وإستراتيجيات المواجهة وآلياتها"[19]

هدفت الدراسة إلى تحليل عينة من الحسابات الإلكترونية التابعة لعدد من التنظيمات والجماعات الإرهابية على موقعى يوتيوب وتوتير، إلى جانب إجراء دراسة ميدانية على عينة من مستخدمى مواقع التواصل الاجتماعى من الجمهور العربى بلغ قوامها 104 مفردة، مع الكشف عن أوجه ومجالات استخدام الجماعات الإرهابية مواقع وتطبيقات الإعلام الاجتماعى باختلاف أنواعها والإستراتيجيات الفكرية التى تنتهجها

والتعرف على توجهات مستخدمى تطبيقات الإعلام الاجتماعى من العرب نحو الموضوعات المرتبطة بالجماعات الإرهابية، وكيف يقيمون دور الإعلام فى مواجهة الإرهاب، وقد طرحت الدراسة نموذجًا نظريًا يشرح إستراتيجية الاتصال التى تطبقها الجماعات الإرهابية فى استخدام تطبيقات الإعلام الاجتماعى، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها غلبة نسبة من يعتقدون أن الجماعات الإرهابية ليست بنفس القوة التى يظهرها الإعلام، ووعيهم بأن الإعلام يسعى إلى تحقيق الإثارة والتشويق وجذب الجمهور من خلال ذلك، كما أثبتت إطلاع نسبة من العينة على المضامين الخاصة بالجماعات الإرهابية واستعدادهم لإعادة نشرها دون محاولة التأكد مسبقًا من صحة هذه المعلومات، أشارت نسبة ملحوظة أنهم قد يقومون بزيارة الصفحات والمواقع الخاصة بالجماعات الإرهابية لاحقًا، فضلاً عن وجود أشخاص قاموا عمدًا بزيارتها من قبل، مما يعنى أنها تنجح فى تحريك الفضول لدى هؤلاء الأشخاص للتعرف عليها على نحو أقرب، وأضافت الدراسة توسع نشاط الكيانات الإرهابية فى تجديد وتوسيع نشر خطابهم عبر الإعلام الاجتماعى، حيث تمثلت مؤشرات ذلك فى: توافر الأخبار وتحديثات المواد الإعلامية التى ترفعها على حساباتها على مواقع توتير ويوتيوب و فيسبوك، وتوظيف الجماعات الإرهابية إستراتيجية الاتصال من نظير إلى نظير لتعزيز الأثر الإقناعى لخطابها.

12-دراسة ميكائيلا كاليس بعنوان "المواجهة: تحليل استخدام وسائل الإعلام الاجتماعى لمواجهة الإرهاب"(20)

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل مضمون جهود المنظمات الإرهابية عبر شبكات التواصل الاجتماعى عبر الإنترنت بالاعتماد على نظرية استخدامات وسائل الإعلام والتحليل النصى لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعى لمحاربة الإرهاب من قبل الجهات الحكومية وغير الحكومية، كما تتناول مدى فعالية استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية لمكافحة الروايات الإرهابية وحشد الدعم العام، وكشف الأعمال الإرهابية وتصحيح المعلومات المضللة، وذلك من خلال جمع البيانات من مواقع التواصل الاجتماعى مثل الفيسبوك وتوتير واليوتيوب بالإضافة إلى الوثائق الحكومية والتقارير المنشورة والمقابلات والمقالات الإخبارية والمدونات الشخصية، كما بحثت الورقة دور مركز الدراسات الإستراتيجية لمكافحة الإرهاب، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها استخدام القاعدة ومنظماتها لوسائل الإعلام الاجتماعى من أجل الدعم والتمويل والتجنيد, وأضافت أنه يجب التركيز على جهود مكافحة الإرهاب بالتركيز على استخدام وسائل التواصل الاجتماعى، وتواجد منظمات ناجحة مثل مركز الدراسات الإستراتيجية لمواجهة الإرهاب من أجل مكافحة الدعاية الإرهابية، كما شددت على أننا فى حاجة إلى وضع معايير أفضل للنجاح وزيادة التمويل وتنسيق الجهود بين المنظمات الحكومية وغير الحكومية والقطاع الخاص.

13-دراسة غابرييل ويمان بعنوان "الإعلام الجديد والإرهاب الجديد"[21]

استهدفت الدراسة رصد وتحليل عينة من الأنشطة الإرهابية على شبكات التواصل الاجتماعى، وقد أكدت أن 90% من النشاط الإرهابى على الإنترنت اليوم يحدث بواسطة أدوات التواصل الاجتماعى، حيث تعمل هذه الأدوات كجدار افتراضى لحماية هويات الأشخاص المشاركين فى الأنشطة الإرهابية وتوفر فرص للمشاركين لإجراء اتصال مباشر مع ممثلى الإرهابيين لطرح الأسئلة والمساهمة والمساعدة فى الجهاد الافتراضى عبر الإنترنت، كما أوضحت نقل تنظيم القاعدة والمنظمات الإرهابية التابعة له تواجدهم على الإنترنت إلى اليوتيوب وتوتير والفيسبوك وانستجرام ووسائل الإعلام الاجتماعية الأخرى حيث تحولت العديد من الجماعات الإرهابية والحركات الجهادية العالمية لوسائل الإعلام الاجتماعية للدعاية وتوجيه الحرب النفسية والدروس التعليمية حول كيفية استخدام الأسلحة، وتضمنت أسباب استخدام الإرهابيين لوسائل التواصل الاجتماعى أن هذه القنوات الأكثر شعبية لدى جمهورها المستهدف كما تسمح للمنظمات الإرهابية بأن تكون جزءًا من التيار الأساسى، كما أن قنوات التواصل الاجتماعى سهلة الاستخدام وموثوق بها وضخمة، وتسمح للإرهابيين بالوصول إلى جمهورهم المستهدف فعليًا، وأضافت النتائج أن أهداف الإرهابيين الأكثر أهمية على الإنترنت تتضمن الدعاية والتطرف والتجنيد وتمكنهم من تطوير قوائم المجندين المحتملين أو المتعاطفين من خلال المجموعات عبر الشبكة، ويمكن للجماعات الإرهابية الاطلاع على الملفات الشخصية للأشخاص لتحديد من المستهدف وكيفية التعامل مع كل شخص، فمواقع التواصل الاجتماعى تسمح للإرهابيين باستخدام إستراتيجية تهدف إلى إرسال الرسائل فى نطاق ضيق لشرائح محددة من الجمهور وفقًا للقيم والتفضيلات والخصائص الديموغرافية والاشتراك عبر صفحة الإنترنت.

14-دراسة غابرييل ويمان بعنوان "الصراعات الاجتماعية العالمية ومحاكمتها: إرهاب الانترنت"[22]

استهدفت الدراسة مقارنة مفهوم الصراعات الاجتماعية على مستوى العالم ومحاكمتها من خلال تطبيق نظرية "الحكم العالمى" على حالة إرهاب الإنترنت، ومن أهم النتائج التى أشارت إليها الدراسة أن الإنترنت أصبحت الأداة الأكثر شعبية للإرهاب الجديد، وأن الإرهابيين يستخدمون الإنترنت باعتباره قناة مجانية وأداة ملائمة للدعاية والتجنيد وجمع المعلومات وتبادلها وجمع الأموال للاستفادة من مزايا سهولة الوصول وعدم وضوح الهوية وقلة التكلفة، ونظرًا لهذه المزايا لم يقتصر استخدامه من أجل الأغراض السابقة لكن اتجه الإرهابيون نحو تصميم صفحات ومواقع للجماعات والمجموعات الخاصة بهم على الانترنت، وأضافت الدراسة أنه عند مواجهة إرهاب الإنترنت يجب التركيز على الشبكات والمواقع الخاصة بهم والتى حولت أحلامهم لواقع ملموس، حيث يمكن التحكم فى هذه المواقع من خلال الإجراءات الإضرارية والوقائية باعتبارها إستراتيجية مستخدمة فى حالة الصراع

ولا تعد انتهاكًا للحرية المدنية، بالإضافة إلى أساليب تقنية محددة، الإنترنت يوفر مصدرًا بديلاً عن الأخبار والمعلومات والقوانين الدولية لا تستطيع تنظيم الإنترنت حتى اليوم، والحكومات لا تملك أى حكم جيد تجاه جرائم الإنترنت وخاصة إرهاب الإنترنت عبر الحدود الدولية.

15-دراسة ديرك أوجما و انى داس بعنوان "الإرهاب فى الإعلام: الخوف، الغضب، إدراك المخاطرة فى أخبار المنتديات الهولندية والعربية"(23)

هدفت الدراسة إلى البحث فى دور الجوانب العاطفية السلبية وإدراك مخاطر الإرهاب فى أخبار المنتديات الإلكترونية، من خلال دراسة العلاقة بين الأخبار والعواطف فى إدراك خطر الإرهاب فى هولندا من حيث تأثير الأخبار والقضايا المقدمة على استجابة جمهور المنتديات على الإنترنت لموقعين هولندى وعربى، وتضمن الإطار الزمنى للدراسة الهجمات الإرهابية المختلفة التى وقعت فى أوروبا فى الفترة من أول أكتوبر 2003 إلى 31 يوليو 2005 والتى تتضمنت (انفجار مدريد فى إسبانيا، وتفجير مترو أنفاق لندن، ومقتل فان جوخ فى امستردام) مع دراسة دور التحيز العاطفى على إدراك الجمهور لأخبار الإرهاب فى مثل هذه الهجمات من خلال تحليل المناظرات بينهم بالاعتماد على المنهج الاستدلالى، وتضمنت العينة 40.176 بوست عن الإرهاب والهجرة من منتدى هولندى و17.768 بوست من منتدى عربى، و13.856 مقال من أكبر خمس جرائد قومية هولندية، وهدفت الدراسة أيضًا إلى تحديد العلاقة بين القضايا المحددة فى الأخبار ومدى اهتمام المنتديات بها لتحديد القضايا الإخبارية التى حصلت على الاهتمام فى النقاش، وتم تصميم مقاييس لقياس الغضب تضمن الاشمئزاز والكراهية والانتقام، ومقياس الخوف تتضمن الذهول والذعر.

وتوصلت الدراسة إلى عديد من النتائج أهمها أن تكرار تناول الحوادث الإرهابية فى وسائل الإعلام يجعل الجمهور يبالغ فى تقديرها وإدراكها، حيث يوجد ارتباط بين زيادة أخبار الإرهاب على المنتديات وزيادة شعور الجمهور وادراكهم للخطر وإحساسهم بالخوف والتعبير عن الغضب على المنتديات، وكان للأخبار تأثير متواضع على إثارة شعور بالقلق والرعب لمستخدمى المنتديات، فى حين سيطر شعور الخوف والتعصب على شبكات التواصل الاجتماعى دون ذكرها ومناقشتها مما أثر بشكل كبير على المناقشات بين المشاركين فى المنتديات من السكان الأصليين والمهاجرين العرب، وأضافت النتائج زيادة عدد المنتديات على الإنترنت بعد الهجمات الإرهابية وممارستها لدور كبير عن الدعاية فى إثارة القلق والخوف, وكان للإرهابيين والحكومة الدور الأكبر والمركزى فى إثارة العواطف السلبية فى مناقشات المنتديات، كما ظهر تأثير متغيرات ثانوية مثل الميول الأيديولوجية والمهاجرين وقضايا مثل الإسلام والسياسة الخارجية والتى هيمنت على إثارة العواطف فى المناقشات فى المنتديات بين الجمهور.

16- دراسة مورا كونواى بعنوان "مكافحة الإرهاب عبر الانترنت: تقييم الحرب الهادئة على الإرهاب"[24]

تهدف الدراسة إلى البحث فى استخدامات الإنترنت لمكافحة الإرهاب قبل وبعد أحداث 9/11 وتتضمن وصفًا وتحليلًا لاستخدام الإنترنت لمكافحة الإرهاب والتشريعات الخاصة بالولايات المتحدة الأمريكية والمملكة المتحدة والاتحاد الأوروبى وتغيير دور الإنترنت فى عمليات مكافحة الإرهاب مع تطور "الحرب على الإرهاب"، مع البحث فى الانتقادات الموجهة إلى العديد من العمليات والإجراءات الفعلية ومستقبل الإنترنت فى إطار علاقته بالإرهاب، ومن أهم المؤشرات التى أكدت عليها الدراسة أن مستخدمى الإنترنت يتعلمون استخدامات جديدة وجيدة للشبكة مثل نشر المعلومات وجمع التبرعات للجمعيات الخيرية، ووفقًا لاحتياجاتهم فهم يقومون بتطوير استخدامات جديدة فيجمعوا المعلومات وينقلوها ضمن المجموعات الإرهابية، كما أكدت النتائج زيادة استخدام الجماعات الإرهابية لوسائل الإعلام الجديد لتحقيق أهدافها، وأن استخدام الإرهابيين للإنترنت ونشر رسائلهم يجب ألا يثير قلق الدول والحكومات فالكلمات دائمًا أرخص من الأرواح، كما أوضحت أن الحكومات فى الدول الديمقراطية والديكتاتورية لم تستطيع السيطرة على نشر مضامين الكراهية والعنف عبر الإنترنت وفى المواقع الإلكترونية للإرهابيين، مع ضرورة سن التشريعات لوضع ضوابط مثل حظر بعض مقاطع الفيديو.

17-دراسة ديتون فيدنر بعنوان "ايديولوجيا العصور الوسطى وتكنولوجيا القرن الحادى والعشرين: القاعدة والإرهاب والإنترنت"[25]

استهدفت الدراسة البحث فى تساؤل أساسى هو "ما الخيارات السياسية العامة المتاحة لحكومة الولايات المتحدة الأمريكية لمواجهة آثار الإرهاب مواجهة شاملة وتأثير استخدام الإرهابيين لنظم المعلومات الرقمية وكيف يستطيع أن يقرر بأى أسلوب فعال ومؤثر يمكن تقيدها"، وذلك من خلال دراسة العداء المعلن من قبل الجماعات الإرهابية للولايات المتحدة الأمريكية، والحرب العالمية على الإرهاب والتى تعد المحور الأساسى للسياسة الخارجية الأمريكية، وركزت الدراسة على كيفية استخدام الإرهابيين لأنظمة المعلومات الرقمية وتأثيراتها، ومن أهم النتائج التى أشارت إليها الدراسة استخدام الإرهابيين للإنترنت وأنظمة المعلومات الرقمية للإعلان عن أيديولوجيتهم وأفعالهم والتجنيد وتجميع الأموال وجمع المعلومات وعمليات التخطيط ونشر المعلومات المضللة، وقد ساهم الإنترنت فى ذلك لتميزه بالعديد من الخصائص التى يتمتع بها مثل الأمن وعدم التكلفة والبساطة، فالإنترنت وسيلة لتوصيل الرسالة الأيديولوجية وما هو إلا "صندوق أدوات" يُستخدم بشكل سرى أو علنى لتحقيق أهداف الإرهابيين، كما أن الايديولوجيا والسياسة والأهداف والموارد المتاحة والتكنولوجيا تلبى معيار استخدام الإرهابى للانترنت حيث تتداخل هذه المعايير بشكل قوى وكبير.

18-دراسة مورا كونواى بعنوان "الإرهاب والانترنت: إعلام جديد أم تهديد جديد"(26)

هدفت الدراسة إلى التعرف على كيفية استخدام الإرهابيين للإنترنت، وردود فعل الحكومة وأجهزة القانون والمخابرات على التفاعل بين الإرهاب والانترنت، وتم التطبيق على تجربة المملكة المتحدة والولايات المتحدة الأمريكية، ومن أهم النتائج التى أشارت إليها الدراسة أن مواقع الإنترنت تحقق العديد من الفوائد للجماعات الإرهابية مما تجعلها تستحق المخاطرة، والأنشطة عبر الإنترنت تحسن - إلى حد كبير - قدرة الجماعات الإرهابية على جمع الأموال وجذب المؤمنين الجدد، والوصول إلى قاعدة جماهيرية أكبر، وأن الإنترنت ليست الأداة الوحيدة التى تحتاجها الجماعات الإرهابية للنجاح، ومع ذلك تستطيع أن تضيف أبعادًا جديدة للأصول الموجودة والتى تستفيد منها هذه الجماعات فى تحقيق أهدافها بالإضافة إلى ابتكار أساليب جديدة ومبتكرة للتغيير وجمع التبرعات والتجنيد كما تجذب المواقع الإرهابية وخاصة المواقع الأكثر شعبية الآلاف من الزوار كل شهر.

19-دراسة غابرييل ويمان بعنوان "الإرهاب الافتراضي: كيف يستخدم الإرهابيين الجدد شبكة الإنترنت"(27)

استهدفت الدراسة البحث فى المعركة الجديدة، ودراسة استخدامات الجماعات والمنظمات الإرهابية الجديدة للإنترنت وأهدافها وكيفية استجابة الحكومات لهذا التحدى الجديد، واعتمدت على رصد 5000 موقع إرهابى وتحليل مضمون هذه المواقع تحليلاً كيفيًا للتعرف على الرموز والبنى البلاغية والمداخل الإقناعية المستخدمة والجمهور المستهدف وأساليب التفاعلية والاتصال معه، بالإضافة إلى الآثار المختلفة لصناعة السياسة فيما يتعلق بالإرهاب والإنترنت وخاصة إمكانية الوصول وحرية التعبير وسهولة الاستخدام وانتشار الكره والعنف.

ومن أهم النتائج التى توصلت إليها الدراسة أن الإرهاب والإنترنت متشابكان بعدة طرق، فالإنترنت أصبح منتدى الجماعات الإرهابية والإرهابيين لنشر رسائل العنف والكراهية والاتصال فيما بينهم وكسب المتعاطفين، فالأفراد والجماعات يحاولون الهجوم على شبكات الإنترنت والتى أصبح معروف (الإرهاب الإلكترونى الافتراضى)، ولكن الإرهابيون يستخدمون الإنترنت للدعاية والاتصال أكثر من الهجوم عليها، واضافت الدراسة أن استخدام الإرهابيين الحديث للإنترنت يرتبط بشكل كبير بربط الإرهاب بالحرب النفسية والخوف من الإرهاب الإلكترونى مما يمكن أن يقوم به الكمبيوتر من إسقاط طائرات وإفساد بنية تحتية، وتدمير أسواق الأوراق المالية، وكشف أسرار الدول، فالإنترنت يمكن المجموعات الصغيرة ويجعلها تبدو أكثر قدرة مما هى عليه فى الواقع، كما يمكن استخدام الإنترنت من نشر المعلومات المضللة، والرسائل المختفية، أو الصور المرعبة، وأكدت النتائج ان شبكة الإنترنت غيرت من طبيعة الدعوة والخطاب السياسى وعرضت أساليب جديدة وغير

مكلفة لجمع ونشر المعلومات والاتصال والتنسيق على النطاق العالمى والوصول إلى الرأى العام العالمى وصناع القرار.

التعليق على الدراسات السابقة:

من خلال الاطلاع على مجموعة الدراسات السابقة، استطاعت الباحثة أن تخرج بمجموعة من المؤشرات تحددها على النحو التالى:

1- أُجريت أغلب الدراسات السابقة على النخبة الإعلامية فى إطار علاقتها بتناول وسائل الإعلام الجديد لأحداث وقضايا الإرهاب .

2- ركزت عديد من الدراسات السابقة على العلاقة بين وسائل الإعلام الجديد والإرهاب فى إطار استخدام الجماعات والتنظيمات الإرهابية لهذه الوسائل وقليل من الدراسات التى تناولت تقييم كيفية تناول هذه الوسائل للأحداث الإرهابية.

3- أثارت بعض الدراسات السابقة تساؤلاً مهمًا يتحدد فى طبيعة العلاقة بين وسائل الإعلام الجديد وقضايا الإرهاب، حيث كشفت عن وجود جانبين لهذه العلاقة، يتحدد إحداها فى دعم الإرهاب ونشر خطاب الكراهية بينما يتحدد الثانى فى التصدى للإرهاب والعمل على مواجهته.

4- اعتمدت أغلب الدراسات السابقة على كيفية توظيف الجماعات الإرهابية لوسائل الإعلام الجديد، والدعاية الجهادية التى تعتمد عليها هذه الجماعات.

5- أشارت بعض الدراسات السابقة إلى ضرورة التأطير الأكاديمى لكيفية استخدام الجماعات الإرهابية الفيديوهات والصور وضرورة تحليل الإشارات التعبيرية التى تظهر فيها.

6- أجمعت أغلب الدراسات السابقة على أسباب استخدام الجماعات الإرهابية وتنظيماتها لوسائل الإعلام الجديد، والتى تضمنت قلة التكلفة، وضعف الرقابة، وتجنيد عملاء جدد، وعمليات التخطيط، وكذلك نشر المعلومات المضللة، وجمع الأموال والتبرعات، والوصول إلى قاعدة جماهيرية واسعة.

7- اعتمدت أغلب الدراسات السابقة على التحليل الكمى والكيفى لاستخدام الجماعات الإرهابية للإنترنت ووسائل الإعلام الجديد، واعتمد بعضها على نظرية الأطر الإخبارية.

أوجه استفادة الباحثة من الدراسات السابقة:

استفادت الباحثة من خلال الاطلاع على مجموعة هذه الدراسات فى جوانب متعددة، هى:

1- تحديد النخبة الأكاديمية فى مجال الإعلام كعينة للدراسة الحالية لقلة تعرض الدراسات السابقة لهم، وتفعيل دورهم فى تقييم تناول وسائل الإعلام الجديد للأحداث الإرهابية فى مصر.

2- تصميم نموذج لتقييم النخبة الأكاديمية لتناول وسائل الإعلام الجديد للأحداث الإرهابية ونشاط الجماعات الإرهابية على شبكة الإنترنت.

3- وضع النخبة الأكاديمية الإعلامية لضوابط مقترحة لمعالجة وسائل الإعلام الجديد للأحداث الإرهابية.

4- محاولة تحديد دور الإعلام الجديد فى نشر الإرهاب أو مكافحته وفق النخبة الأكاديمية الإعلامية عينة الدراسة.

5- الاعتماد على نظرية المسئولية الاجتماعية كإطار نظرى للدراسة.

الجماعات والتنظيمات الإرهابية واستخدام وسائل الإعلام الجديد فى معالجة وتناول الأحداث الإرهابية:

من خلال العرض السابق للدراسات السابقة يمكن إيجاز كيفية استخدام الجماعات والتنظيمات الإرهابية لوسائل الإعلام الجديد من خلال عرض ونشر الأحداث الإرهابية عبر وسائل الإعلام الجديد بشكل عام وشبكات التواصل الاجتماعى بشكل خاص.

ويندرج استخدام الجماعات والتنظيمات الإرهابية لوسائل الإعلام الجديد تحت الاستخدام السياسى لشبكة الإنترنت والذى يعنى توظيف الإنترنت من قبل المواطنين والحركات والنشاطات السياسية والحكومات لتحقيق أهداف سياسية محددة [28]، وطبيعة المشاركة على الإنترنت والاشتراك فى المناقشات عبر الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعى هو نشاط سياسى جديد[29].

وقد ميز "دينيج" (Dinik) بين ثلاثة أشكال للنشاط السياسى على الإنترنت "النشاط" (Activism) وهو الاستخدام العادى للإنترنت لدعم حدث أو قضية مثل تصفح المواقع للحصول على معلومات أو إنشاء موقع والشرح عليه، ونقل الرسائل الإلكترونية من خلال البريد الإلكترونى، واستخدام الإنترنت لمناقشة القضايا وتشكيل الاختلافات والاتجاهات والتخطيط وتنسيق الأنشطة، "الحراك" (Hacktivism) هو المزج بين النشاط والقرصنة وتضمين البرامج التى تستخدم أساليب القرصنة من مواقع إلكترونية محددة وتنفيذ بعض عمليات عادية لكنها لا تسبب أضرارًا جسيمة مثل الاعتصامات واختراق البريد الإلكترونى والحوار الافتراضى، "الإرهاب الإلكترونى" (Cyberterrorism) وهو التقارب بين الفضاء الافتراضى والإرهاب[30].

ويعد استخدام الإرهابيين لوسائل الإعلام الجديد بشكل عام ووسائل التواصل الاجتماعى والمنصات عبر الإنترنت بشكل خاص ليس حديثًا، فبعد أحداث 11 سبتمبر وحملة مكافحة الإرهاب التى تلتها انتقل عدد كبير من الجماعات الإرهابية إلى الفضاء الافتراضى وأُنشئت آلاف المواقع الإلكترونية التى روجت لرسائلهم وأنشطتهم واستهدفت وكالات الاستخبارات والجهات القانونية العديد من هذه المواقع

الإرهابية وهاجموا بعضها وأجبروا القائمين عليها على البحث عن بدائل جديدة غير الإنترنت والتى تحول بذاته لوسائل الإعلام الاجتماعية.(31)

وتزايد اهتمام التنظيمات والجماعات الإرهابية بشبكة الإنترنت نظراً لما تقدمه هذه الشبكة من مزايا خاصة تتمثل فى قلة التكلفة، وسرعة الانتشار، وضعف الرقابة، وقوة التأثير على الرأى العام، وخصوصا فئة الشباب، وعلى صناع القرار أنفسهم حيث لم تجد تلك الجماعات من خيار غير هجر الفضاء الجغرافى لتحلق - ومن جديد - فى الفضاء الافتراضى أى داخل شبكة الإنترنت، بل لقد تحول الحصار الأرضى إلى امتداد لتلك الجماعات داخل شبكة الإنترنت، وبشكل يبدو منظمًا ومهيكلاً هدفه تعويض خسائر المعركة غير المتكافئة أمنيًا وعسكريًا فى ساحة القتال التقليدى مع أجهزة دول العالم مجتمعة إلى عالم افتراضى لا يعتبر بالمكان والحدود الجغرافية(32).

ولا يمكن إغفال الدور الذى مارسته وسائل الإعلام الجديد فى تغذية أو دعم أو ظهور الإرهاب والعنف والتطرف من خلال استغلال الإرهابيين لها فى تسويق أغراضهم وغاياتهم وتوظيفها فى تضليل الأجهزة الأمنية واكتساب السيطرة على الرأى العام عن طريق نشر أخبار العمليات الإرهابية التى يقومون بتنفيذها، فالإرهابيون يرون فى التغطية الإعلامية لجرائمهم معيارًا هامًا لقياس مدى نجاح فعلهم الإرهابى لدرجة أن البعض منهم اعتبر العمل الإرهابى الذى لا ترافقه تغطية إعلامية عملاً فاشلاً.

وتمثلت الأدوار التى أدتها وسائل الإعلام الجديد فى تنمية العنف والتطرف والإرهاب فى:

1- مساحة الحرية المطلقة التى منحتها شبكة المعلومات الدولية "الإنترنت" للمعتنقين لتلك الأفكار فى نشرها والترويج الإعلامى لها.

2- إتباع سياسة التهويل والتضخيم لدى بعض وسائل الإعلام لتحقيق الإثارة الصحفية والإقبال الجماهيرى بغرض الربح المادى.

3- إن ما تبثه وسائل الإعلام من أخبار وصور بل مقالات تنمى هذا الفكر ولو بطريق غير مباشر تحت غطاء الحرية المغلوطة.

4- هيمنة الطابع الإخبارى على التغطية الإعلامية وغياب التغطية ذات الطابع التحليلى والتفسيرى الأمر الذى يؤدى إلى بقاء المعالجة الإعلامية على سطح الحدث أو الظاهرة ما يضعف قدرتها على الإقناع ويفقدها التأثير الفاعل والملموس.

5- افتقار هذه الوسائل إلى الخبراء والمختصين فى المجالات الأمنية والاجتماعية والنفسية والتربوية لإقناع المشاهد بحقيقة الحدث وعدم الانسياق وراء التضخيم الإعلامى(33).

هذا بالإضافة إلى الدعاية الإرهابية والتى تعد أحد الطرق التى استفاد بها الإرهابيون من شبكة الإنترنت، فالإنترنت يسمح للإرهابيين بتصميم ونشر عديد من الدعاية لا حدود لها لملايين الأعضاء الجدد المحتملين الذين لديهم قيودًا أقل نسبيًا، فيمكن للإرهابيين استخدام أسماء مستخدمين مجهولين ونشرها على مواقع الإنترنت والمنتديات ومنصات وسائل الإعلام الاجتماعية وتطبيقات الدردشة، مع تخصيص رسائلهم لجذب الجماهير المستهدفة(34).

وشكلت العلاقة بين الإرهاب والإنترنت تشتتًا كبيرًا بسبب المخاوف من احتمال "الإرهاب الافتراضى" والذى عرف "بأنه هجوم متعمد ومدفوع بدوافع من أنظمة الكمبيوتر والمعلومات وبرامج الكمبيوتر وأعمال البحث ضد أهداف غير مقاتلة من قبل مجموعات غير وطنية أو عملاء افتراضيين"، ويتضمن الإرهاب الافتراضى إرسال رسائل إلكترونية إباحية إلى قاصرين، ونشر محتويات مسيئة على الإنترنت، وتشوية صفحات الإنترنت، واستخدام أجهزة الكمبيوتر لتسبب فى خسائر وسرقة المعلومات الخاصة بقطاعات الائتمان ونشرها على الإنترنت، وإعادة توجيه حركة المرور على الإنترنت سرًا من موقع لآخر واستقبال تغطية واسعة فى الصحف والمجلات والتليفزيون، وقد أصبحت التهديدات الافتراضية هدفًا وموضوع لجذب انتباه حكومات وأجهزة أمن دول العالم، فمنذ التسعينيات، ومنذ اعتداء 9/11 أصبح كل من الإنترنت والإرهاب ظاهرتين عالميتين مهمتين يصوران ويعكسان حوادث مختلفة عن السياسة العالمية أحيانًا بشكل متناقض ولكن فى أغلب الأوقات فى انسجام تام (35).

الإرهاب عبر الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعى(36):

تتعدد الأخبار والأحداث الخاصة بالإرهاب والتى يتم تناولها وتداولها عبر أدوات وسائل الإعلام الجديد والتى تتضمن الصحف الإلكترونية والإذاعات والقنوات التليفزيونية عبر الإنترنت والمواقع الإخبارية وشبكات التواصل الاجتماعى، إلا أن أغلب الدراسات السابقة أجمعت على الدور الفعال لشبكات التواصل الاجتماعى - وسائل الإعلام الاجتماعى - فى نشر الأحداث والأخبار والمعلومات الخاصة بالتنظيمات والجماعات الإرهابية وعملياتها، وفيما يلى عرض موجز لأهم هذه الشبكات.

1- الإرهاب عبر الفيسبوك:

يعد الفيسبوك أكبر شبكة اجتماعية عبر الانترنت، وسجل الإرهابيون تواجدهم على الفيسبوك وأعلنوا عن دافعهم فى منتدى "الجهاد عبر الإنترنت" بعنوان "غزو الفيسبوك" "الفيسبوك فكرة رائعة وأفضل من الأشكال الأخرى المتعددة عبر الإنترنت بدلاً من الانتظار أن يأتى الناس إليك حتى تتمكن من إبلاغهم والذهاب إليهم وتعليمهم"، فمن خلال غزو الفيسبوك يأمل الجهاديون الوصول إلى الشعب الأمريكى

المضلل والقاعدة الواسعة من الشعوب الإسلامية، **وقد ذكر تقرير خاص عن وزارة الأمن الوطنى الأمريكية استخدامات الإرهابيين المتنوعة للفيسبوك فيما يلى:**

- طريقة تبادل المعلومات العملية والتكتيكية مثل وصفات القنابل وصناعة الأسلحة وكيفية إطلاق النار.
- بوابة للمواقع المتطرفة والمضامين الراديكيالية الأخرى من خلال صفحات الفيسبوك ومنتديات الدردشة.
- وسيلة إعلامية للدعاية الإرهابية والرسائل الأيديولوجية المتطرفة.
- ثروة من المعلومات للاستطلاع عن بعد للأهداف المحددة.

وبصفة عامة هناك نوعان من صفحات الفيسبوك ذات المضمون الإرهابى وهى الصفحات الرسمية والصفحات غير الرسمية وغالبًا ما تقدم الصفحات الرسمية مع بيان المجموعات الراعية والتى تمتلك منتديات ووسائط متعددة أخرى على الإنترنت، وتبقى على النقيض الصفحات غير الرسمية من خلال المتعاطفين الذين ينشرون الدعاية والتعليم.

2- الإرهاب عبر توتير:

يعد توتير عبارة عن خدمة مجانية للمدونات الصغيرة، يسمح لكل مالك حساب توزيع رسائل تسمى "توتيز" (Tweets) وتكون محدودة مكونة من (140حرف) ويمكن أن تكون تغريدات المستخدم مفتوحة تمام للجمهور أو مقصورة على المستخدمين الذين يختارون متابعته، وهو وسيلة مناسبة للمستخدمين المؤقتين، ونسبة 43% من مستخدميه تترواح أعمارهم من 18-34 سنة.

وظهر موقع توتير مؤخرًا كخدمة إنترنت مفضلة لدى الإرهابيين، حيث يعد أكثر شعبية من المواقع المصممة ذاتيًا أو الفيسبوك لنشر الدعاية والتمكن من الاتصالات الداخلية، ومن أهم المزايا التى حققها استخدام توتير الاتجاه الجديد فى التغطية الإخبارية التى غالبًا ما تضحى بالتحليل العميق من أجل تحقيق التغطية فى الوقت الحقيقى، ويستخدم الإرهابيون توتير بشكل أساسى للتواصل مع المتعاطفين، كما أصبح توتير المحور الرئيسى لنشر الروابط التى توجه المستخدمين للمضمون الرقمى المضاف على مجموعة من المنصات الأخرى، ويُستخدم توتير فى الاتصال العملى مثل تبادل الاتصالات الفعلية والتحضير للهجمات، ويرى بعض الخبراء أن توتير يمكن أن يُستخدم لمساعدة الإرهابيين فى الهجمات الفعلية، فيمكن أن يصبح أداة تنسيق فعالة للإرهابيين الذين يحاولون شن هجمات المتطرفين.

وتعرض توتير ـــ بشكل متزايد ـــ للنقد بسبب استضافته وتغذيته للإرهاب، لحفاظه على منهج صارم للحوار الحر وقد رفض مرارًا وتكرارًا حذف المحتويات المعادية للسامية والمعادية للإسلام أو غير ذلك من المحتويات المسيئة، وعلى جانب آخر

أغلق عديد من الحسابات بسبب الضغط العام والطلبات التى قدمتها مجموعة قانونية إسرائيلية "شوريت هادن" (Shurat Hadin) عام 2011، وعادة ما أثبت هذا النهج عدم فعاليته، فبعد أن علق توتير حسابها الأصلى فتحت جبهة الناصرة السورية حساب بديلاً اكتسب 24000 متابع فى يوم واحد مما يوضح كيف يمكن للإرهابيين بسرعة انتشار شبكاتهم الإعلامية الحالية عبر الإنترنت.

3- الإرهاب عبر اليوتيوب:

تأسس يوتيوب فى فبراير 2005، كمستودع عبر الإنترنت لمشاركة محتوى الفيديو، ووفقًا لموقع يوتيوب يشاهد أكثر من مليار مستخدم حوالى 6 مليارات ساعة من مقاطع الفيديو كل شهر ويتم تحميل 100 ساعة جديدة من الفيديو كل دقيقة، وبشكل عام اجتاز يوتيوب تريليون مقطع فيديو تمت مشاهدته عام 2011 ومن الناحية الإحصائية فإن هذا يعنى 140 مشاهدة لكل فرد، ويمتلك موقع يوتيوب مواقع محلية فى 61 بلدًا و61 لغة و70% من زيارات موقع اليوتيوب من خارج الولايات المتحدة الأمريكية.

ولقد أصبح خدمة عملاقة لتبادل الفيديو ومشاركته منصات مهمة للجماعات الجهادية ومناصريهم، وتشجيع ثقافة فرعية مزدهرة تستخدمها للتواصل ومشاركة الدعاية وتجنيد أفراد جدد، ويضمن جمهور اليوتيوب العالمى الضخم إمكانية استهداف الجهاديين ـــ فى وقت واحد ـــ لكل من المجندين والأهداف المحتملة للإرهاب، ويسهل اليوتيوب التواصل الاجتماعى بين أعضاء الجماعات الإرهابية والقدرة على تبادل التعليقات حول مقاطع الفيديو وإرسالها وإرسال رسائل خاصة لمستخدمين آخرين تساعد الجهاديين على التعرف على بعضهم البعض بسرعة مما يؤدى إلى وجود مجتمع افتراضى جهادى نشط.

4- الإرهاب عبر انستجرام وفليكر:

فى الآونة الأخيرة اكتسب الانستجرام وفليكر، وهما تطبيقان لتعديل ومشاركة الصور ومقاطع الفيديو، شعبية كبيرة بين الجمهور العام، ووفر المزيد من التطبيقات التى تربط الخدمات المختلفة وتمد الإمكانيات ومشاركة المواد بشكل مناسب، ومع نهاية عام 2013 كان جمهور الانستجرام 15 مليون نشط شهريا وأكثر من 60% من خارج الولايات المتحدة الأمريكية والذين شاركوا ـــ فى المتوسط ـــ 55 مليون صورة كل يوم، ويقدم فليكر خدمة إنترنت يسمح للمستخدمين بتحميل الصور والفيديو على الشبكة، وعلى ملفاتهم الشخصية على الشبكة الاجتماعية إذا رغبوا، وفى مارس 2013، أحصى فليكر 87 بليون مستخدم مسجل وحوالى 8 بليون صورة.

وعلى الرغم من أن انستجرام وفليكر يتمتعان بسمعة كبيرة لكونهما من الطرق العصرية لتبادل الصور مع الأصدقاء والغرباء، فقد تبنى الإرهابيون أيضًا هذه الخدمات الخاصة بمشاركة الصور، وعرضوا عديد من الصور لقادة التنظيمات

الإرهابية واستشهاد العديد من المجاهدين لمحاربة أمريكا والغرب والهدف الأساسى لهذه الدعاية هو تشجيع المزيد من المسلمين المتمردين على الانضمام إلى القتال.

كيفية توظيف وسائل الإعلام الجديد لمواجهة ومكافحة الإرهاب:

أصبحت مناقشة دور وسائل الإعلام الجديد فى مواجهة الإرهاب الأسبقية الكبرى فى البحث والدراسة، لأنه أصبح الوسيط الأساسى الذى تستخدمه الجماعات الإرهابية فى الترويج لعقائدها المتطرفة، أو تجنيد المتعاطفين مع أفكارها، ليس داخل بلد محدد وإنما على مستوى العالم(37)، **وهناك العديد من النقاط اقترحتها الدراسات السابقة واستخلصتها هذه الدراسة كآليات ــ فى محور الضوابط المقترحة لتناول الإعلام الجديد بمختلف وسائله للأحداث الإرهابية فى الاستمارة الخاصة بالدراسة وأخذت مدى موافقة أو معارضة النخبة الأكاديمية فى مجال الإعلام عينة الدراسة لهذه الآليات وكيفية تفعليها ــ لتنفيذ هذا الدور وتشمل:**

1- من أجل مكافحة دعاية الجماعات الإرهابية مثل دعاية تنظيم داعش بفعالية يجب على القوى المناهضة له أن تعتمد على الديناميكيات النفسية والاجتماعية للدعاية بالإضافة إلى المجموعة الكاملة من الموارد المتاحة، فيمكن أن تكون البرامج الناجحة والبحوث الراسخة بمثابة إطارًا للجهود المستقبلية ولكن يجب تحديثها للاستفادة بالكامل من موارد الإنترنت وإمكانياته، وستظل أساليب مكافحة الدعاية ضد داعش والمنظمات الإرهابية الأخرى غير فعالة ما لم تتصدى بالكامل للقدرات التكنولوجية للعدو.

2- ينبغى أن توظف هذه الإجراءات من قبل جهات اتصال ذات مصداقية وتقدم معلومات واقعية لكى يثق الجمهور المستهدف بها ويستوعب رسالتها بدلاً من رفضها على الفور، ويجب أن تركز الدعاية المضادة على تقويض أساليب التجنيد الأكثر فاعلية لأعضاء داعش الجدد، ومثل هذا النوع من الدعاية يتطلب استخدام أنواع مختلفة من الاتصالات والقائمين بالاتصال للتعامل مع المحفزين والافراد المستهدفين، وتحقيق فعالية مضمون الدعاية المضادة

3- تنفيذ القانون على مواقع الإعلام الاجتماعى، ويجب أن يكون ذلك انتقائيًا مثل تحديد الجهات والأفراد المستهدفين، وتجنب تعليق عدد كبير من حسابات المستخدمين التى تدعم دون قصد مؤيدى داعش الى استخدام منصات الاتصال على توتير ومواقع التواصل الاجتماعى، وتوفر مواقع التواصل والإعلام الاجتماعى معلومات استخباراتية مهمة تسمح للأجهزة تنفيذ القانون ومراقبة اتصالات مستخدمى داعش والمؤيدين لها، ولا يجب على الحكومة مقاضاة الأفراد بموجب نظام دعم المواد الأساسية ما لم يكونوا متأكدين إلى حد ما من الإدانة لعدم فقدان ثقة المواطنين فى الحكومة(38).

4- اعتبار الإنترنت مصدرًا محتملاً للإرهاب، ومتابعة الأفراد للأحداث والمضامين الخاصة بالإرهاب والتطرف عبر الإنترنت ووسائل الإعلام الجديد قد يؤدى إلى نشر ثقافة العنف والكراهية والتطرف، وكرد فعل لذلك أخذت حكومات مثل

حكومة المملكة المتحدة إجراءات وقائية مثل تشكيل فرق عمل (TERFOR) جديدة تدرس وتفحص أساليب تقييد ما يمكن للأشخاص رؤيته عبر الإنترنت، كما تنظر الحكومة البريطانية أيضًا فى مشروع قانون جديد لبيانات الاتصالات يمكنها من القدرة على تصفية المضمون المتطرف وتدفق المحتوى والعمل بشكل أوثق مع مزودى خدمة الإنترنت فى المساعدة على إزالة مثل هذه المواد والتى تحث الأفراد على ارتكاب أعمال التطرف أو الإرهاب (39).

5- رصد أنشطة الجماعات الإرهابية على الشبكات الاجتماعية وتحليل محتواها وأهدافها، ورصد نشاط المتعاطفين معها، وإشراك المجتمع المدنى للتعاون على الإبلاغ على المواقع ذات العلاقة بالإرهاب، ونشر الثقافة الوقائية وتوعية المجتمع بمخاطر الإرهاب والتصدى له، ونشر ثقافة التسامح والحوار (40).

6- تزايدت الأبحاث الخاصة بالإرهاب والإنترنت فى الآونه الأخيرة ولكن أغلب هذه الأبحاث لم تعرض كيفية مواجهة الإرهاب عبر الإنترنت والأساليب المتبعة لمحاربته، وهذا النوع من البحوث الكمية موجود بالكاد، كما يتعين على المجتمع الأمنى ضبط إستراتيجيات مكافحة الإرهاب فى الساحات الجديدة وتطبيق أنواع جديدة من الحروب على الإنترنت وجمع المعلومات الاستخباراتية وتدريب محاربى الإنترنت لمراقبة المواقع الإلكترونية المشبوهة ووسائل الإعلام الاجتماعية والمستخدمين الذين يشنون هجماتهم على الآخرين ويبثون معلومات مزيفة.

7- إن الحرب الافتراضية بين الإرهابيين وقوات ووكالات مكافحة الإرهاب حيوية وديناميكية وشرسة، ويجتمع الباحثون عبر أنحاء العالم باختلاف تخصصاتهم لتطوير أدوات وتقنيات لمكافحة الإرهاب عبر الإنترنت، وقد أدى التحدى إلى ظهور موضوع بحثى متعدد التخصصات الاستخباراتية والأمنية تعرف باسم الأمن المعرفى لدراسة تطوير واستخدام أنظمة وتقنيات المعلومات المتقدمة للتطبيقات المتعلقة بالأمن الوطنى والدولى والمجتمعى.

8- حددت بعض المؤسسات والحكومات فى بعض دول العالم العديد من الإستراتيجيات لمحاربة الإرهاب عبر الإنترنت منها إزالة المضامين المسيئة، ومحاربة إلغاء الصفحات الخاصة بالإرهابيين على وسائل التواصل الاجتماعى ومنع المساس بمبادئ الحرية، ولكن تمثل وسائل الإعلام الجديدة استمرار متزايد للحرب بوسائل أخرى، فالفضاء الافتراضى بمنصاته المتعددة والناشئة على الإنترنت يمثل تحديات جديدة أدت إلى تحولات جذرية فى التفكير الإستراتيجى فيما يتعلق بالأمن القومى ومكافحة الإرهاب، حيث يجب على المفكرين الإستراتيجيين أن ينظروا إلى ما هو أبعد من التحديات الحالية للتطورات المستقبلية وموارد وسائل الإعلام الاجتماعية الناشئة ومشكلات توقع واستباق إساءة استخدام الإرهابيين لهذه الأدوات(41).

الإطار النظرى للدراسة ـــ نظرية المسئولية الاجتماعية:

تعتمد هذه الدراسة فى إطارها النظرى على نظرية المسئولية الاجتماعية لوسائل الإعلام، حيث تقوم فكرتها على التوازن بين الحرية والمسئولية، فقد أدت التطورات فى مجال الإعلام إلى ظهور رؤية جديدة ترى أن حرية الإعلام ليست حقًا طبيعيًا، لكنها امتياز يمنح على أساس أن تشكل فائدة للمجتمع، ولذلك فإن الحرية لا يمكن أن تستمر إلا إذا كانت مسئولة وجاءت نظرية المسئولية الاجتماعية كمحاولة لإيجاد تحقيق مصالحة بين استقلال وسائل الإعلام من ناحية والتزاماتها تجاه المجتمع من ناحية أخرى، إذ يجب على وسائل الإعلام القيام بعدة وظائف أساسية فى المجتمع وعليها الالتزام بمجموعة من المعايير المهنية، فى إطار النظر إلى ملكية وسائل الإعلام على أساس أنها نوع من الوكالة العامة(42).

واهتمت الأفكار الرئيسية التى تطرحها النظرية بتحديد الوظائف والأدوار التى ينبغى أن تقدمها وسائل الإعلام للمجتمع وتحديد المعايير الرئيسية للأداء الإعلامى إضافة إلى القيم المهنية التى تحكم سلوك الإعلاميين فى أداء واجبهم الوظيفى(43)، حيث تعد إحدى النظريات التى صنفها "ماكويل" لتفسير الممارسات الإعلامية داخل المجتمع والتى تؤكد فيها على حرية وسائل الإعلام فى مقابل التزاماتها بمسئوليتها نحو المجتمع، وهو ما يسمى بالحرية الإيجابية(44)، فتلك النظرية تستخدم فى تقييم الأداء الإعلامى للوسائل الإعلامية(45).

وطبقًا لتلك النظرية فعلى وسائل الإعلام تحمل مسئوليتها ليس فقط تجاه الحكومة وسياساتها، ولكن أيضًا تجاه أفراد المجتمع، حيث تقضى بضرورة مراعاتها لأعراف المجتمع وقيمه، فضلاً عن الحفاظ على أمن المجتمع وصيانة مقدراته(46) ومن هنا يمكننا القول بأن هناك عدة مسئوليات اجتماعية يجب على الإعلام الالتزام بها، وفى حال عدم الالتزام بها، فمن حق الدولة التدخل للتحقق من قيامه بذلك(47).

وقد حدد "ميرل" ثلاثة مستويات للمسئولية الاجتماعية: فهناك الإطار المهنى ـــ ويتم تطبيقه من قبل مؤسسات وسائل الإعلام ـــ والذى تحدده من خلال مسئوليتها تجاه المجتمع، وهناك الإطار القانونى الذى تحدده الدولة لمسئوليات وسائل الإعلام، بالإضافة إلى الإطار الذاتى لمستوى الممارسة المهنية والأخلاقية والذى يحدده الإعلاميون أنفسهم(48).

ويتصل بالضوابط القانونية والأخلاقية ضرورة احترام وسائل الإعلام لحق الأفراد فى الخصوصية وحماية الآداب العامة، ويقظة الضمير الإعلامى فى حدود الإحساس بالقيم المهنية والمسئولية الاجتماعية باعتبارها أحد الحقوق المدنية التى ينبغى على الإعلام المحافظة عليها(49)، ومنع احتكار نشر المعلومات المهمة، بل والحفاظ على الموضوعية من خلال عرض مختلف وجهات النظر، حول القضايا المطروحة، التى تدفع الجماهير لصياغة الأحكام الخاصة بهم، ورفع مستوى الدقة فى التقارير المقدمة(50).

أبعاد نظرية المسئولية الاجتماعية:

وضع "دينيس ماكويل" مجموعة من المبادئ الأساسية لنظرية المسئولية الاجتماعية، وهى[51]:

1- يجب أن تراعى وسائل الإعلام التزاماتها تجاه المجتمع وأعرافه، ومعرفة أنواع السلوك التى يجب مراعاتها من جانب الإعلاميين لتحقيق المبادئ الإرشادية أو منظومة القيم المهنية التى تحكم سلوكيات الإعلاميين فى أداء وظائفهم.

2- ينبغى على وسائل الإعلام معالجة القضايا بحرية ومصداقية وتنظيم عملها فى إطار الوظائف الممكنة التى ينبغى أن يؤديها الإعلام، مثل خدمة النظام السياسى، وإعلام الرأى العام، وإعلام ممارسة حكم الشعب، وحماية حقوق الأفراد فى المجتمع، وحقوق الدولة لخدمة المجتمع باحترام النظام العام، واحترام حرية الإعلام.

3- لابد أن تتسم المعلومات التى تنقلها وسائل الإعلام بالمهنية والموضوعية والحيادية، ومعرفة المبادئ التى ترشد وسائل الإعلام إلى تحقيق وظائفها بطريقة إيجابية أو مسئولة، وذلك من خلال التزامها بالمعايير المهنية فى الأداء الإعلامى، والتى تتضمن الصدق والموضوعية والتوازن والدقة والحيادية.

4- يجب على وسائل الإعلام إمداد الجمهور بكافة المعلومات الأساسية حول الموضوع المطروح، ويتمثل هذا البعد فى أهمية أحساس الجمهور بالمسئولية تجاه ما يشاهده أو يسمعه أو يقرأه على اعتبار أن المسئولية الاجتماعية لا تهدف فقط إلى المحافظة على قيم المجتمع وخصوصيته وإنما تشمل مسئولية الجمهور فى أن يفكر بشكل ناقد فى المضامين الإعلامية التى يستقبلها، وألا يقبلها كقاعدة مسلمة، فعليه إدراك وتحليل الرسالة الإعلامية نقديًا ودراسة ما تطرحه وسائل الإعلام من قضايا وأفكار ومدى توافقها مع أفكاره ومعتقداته ومصالحه.

ومن هنا، يجب على الإعلام الجديد بمختلف أدواته ان يقوم بوظائفه مثل الوظيفة السياسية والتعليمية والتفسير والشرح والإقناع والإعلام مثل عرض القضايا التى تخص الشأن الداخلى، ويجب أن يلتزم بمعايير الأداء كالمعايير الأخلاقية ومواثيق الشرف المكتوبة والرقابة الذاتية والتشريعات والقوانين، والقيم المهنية والتى تتضمن عرض الحقائق وتوضيح مصادر المعلومات والتمييز بين الأخبار والآراء والتوازن فى عرض وجهات النظر وعدم التحزب، ووفقًا لتعدد الأدوات التى يتضمنها الإعلام الجديد واختلاف خصائصها ما بين المواقع الإلكترونية والإخبارية والصحف الإلكترونية والمدونات والمنتديات وشبكات التواصل الاجتماعى، توجد العديد من العقبات التى تعيق هذه الوسائل فى القيام والالتزام بمسئوليتها الاجتماعية مثل عدم خضوعها للرقابة ومواثيق الشرف والتشريعات والقوانين، كما أن هذه الوسائل تتضمن أدوات مثل شبكات التواصل الاجتماعى يتحكم فيها الأفراد وغالبًا ما يجهلون

القيم المهنية ويعبرون عن آرائهم الخاصة وفقًا لتوجهاتهم وأيديولوجيتهم وأفكارهم الخاصة.

مفاهيم الدراسة:

تتحدد مفاهيم الدراسة وتعريفاتها على النحو التالى:

1- **الإرهاب: يعد** مفهوم الإرهاب من المصطلحات المستخدمة كثيرًا والمثيرة للقلق فى الوقت الحاضر، وليس هناك إجماع على تعريف الإرهاب؛ فهناك خلط بين الإرهاب وأنواع أخرى من الجرائم، مثل الاختطاف والعنف السياسى والجرائم المنظمة، ولا يوجد تعريف مقبول وموحد له، **وفيما يلى عرض لبعض تعريفات الإرهاب:**

- عرفت **حنان جنيد** الإرهاب بأنه "العنف المنظم بمختلف أشكاله والموجه نحو مجتمع ما، أو حتى التهديد بهذا العنف سواء كان هذا المجتمع دولة أو مجموعة من الدول، أو جماعة سياسية أو عقائدية، على يد جماعات لها طابع تنظيمى بهدف محدد، وهو أحداث حالة من التهديد أو الفوضى، لتحقيق سيطرة على هذا المجتمع، أو تقويض سيطرة أخرى مهيمنة عليه"(52).

- ويعرف الإرهاب **وفقا لوزارة الخارجية الأمريكية بأنه** "عنف مع سبق الإصرار له دوافع سياسية يتم ارتكابه ضد أهداف حديثة من قبل جماعات سرية أو غير وطنية أو عملاء سريين وعادة ما يهدف إلى التأثير على الجمهور".

- واختلف التعريف السابق عن تعريف **مكتب التحقيقات الفيدرالية الذى عرف الإرهاب بأنه** "الاستخدام القانونى للعنف ضد الأفراد والممتلكات لتخويف أو إكراه الحكومة أو المواطنين المدنيين فى أى قطاع لتحقيق أهداف سياسية واجتماعية".

- وتعرفه **وزارة الأمن الأمريكية الداخلية** بأنه "أى نشاط ينطوى على عمل بشكل خطر على حياة الإنسان أو يحتمل أن يدمر البنية التحتية الحيوية أو الموارد الرئيسية ويكون متعمدًا أو مقصودًا، وتخويف المدنيين للتأثير على سياسة الحكومة عن طريق الترهيب والإكراه، أو التأثير على سلوك الحكومة من خلال الدمار الشامل أو الاغتيال أو الاختطاف".

- وحددت **وزارة الدفاع الأمريكية** مفهوم الإرهاب فى "الاستخدام المحسوب للعنف غير القانونى أو التهديد بالعنف غير القانونى لغرس الخوف لإجبار أو تخويف الحكومة والمجتمعات لتحقيق أهداف سياسية أو دينية أو أيديولوجية".

- **وفى هذه الدراسة** يمكن تبنى مفهوم الإرهاب باعتبار أنه "أعمال عنف تنقل رسائل لجمهور مستهدف بسبب الطريقة العنيفة والضرر الذى لحق بها، حيث تضطر الحكومات للرد على هذه الهجمات لتخفيف الضغط الذى يلقى به المواطنون على حكوماتهم، وبمجرد أن تتخذ الحكومات إجراءات مضادة فعالة تجاه الإرهاب يخف الضغط مؤقتًا ويحاول الإرهابيون بدء هجمات عنف أكبر وأكثر تأثيرًا"[53]، **ومن هنا يمكن تحديد المقصود بالأحداث الإرهابية فى هذه الدراسة** على النحو التالى: هى أعمال العنف التى تقع فى مصر وتسبب الضرر لمؤسسات المجتمع والمسئولين عنها وصناع القرار وجميع فئات الشعب المصرى، والتى تضطر الحكومة إلى اتخاذ إجراءات مضادة وفعالة ضد الجماعات الإرهابية للدفاع عن نفسها وشعبها وتحقيق الاستقرار والأمن الداخلى.

2- **وتعددت المفاهيم الخاصة بالإعلام الجديد، وفيما يلى نقدم عرضًا لبعض هذه المفاهيم:**

- **الإعلام الجديد:** هو إعلام المعلومات للدلالة على التزواج بين الكمبيوتر والاتصال وظهور نظام إعلامى جديد يستفيد من تطور تكنولوجيا المعلوماتية ويندمج فيها، ويطلق عليه إعلام الوسائط التشعبية لطبيعته المتشابكة وإمكانية خلقه لشبكة من المعلومات المتصلة ببعضها البعض، وهو الإعلام المعتمد على التكنولوجيا الرقمية، مثل مواقع الويب والفيديو والصوت والنصوص، ومن ثم فهو تلك العملية الاجتماعية التى يتم فيها الاتصال عن بعد بين أطراف يتبادلون الأدوار فى بث الرسائل الاتصالية المتنوعة واستقبالها، من خلال النظم الرقمية ووسائلها لتحقيق أهداف معينة، وهو بهذا يشمل كل وسائل الإعلام التى تعمل وفق النظم الرقمية بما فيها التليفزيون التفاعلى الذى يستخدم النظم الرقمية فى إنتاج وبث المضامين الإعلامية للجمهور[54]، ويتضمن الإعلام الجديد وسائل الإعلام الاجتماعى والشبكات الاجتماعية.

- ويعرف **الإعلام الاجتماعى** بالشبكات الاجتماعية أو الإعلام الاجتماعى الجديد أو شبكات التواصل على شبكة الإنترنت، وهى عبارة عن مجموعة من الخدمات تسمح للأفراد بناء شخصية عامة أو شبه عامة فى إطار نظام محدد، وتتيح للمشاركين فى هذه الشبكات رؤية لائحة المستخدمين الآخرين الذين يشتركون معهم فى الاتصال بالشبكة، وتختلف هذه الاتصالات من موقع إلى موقع، وتضم عدداً من الوسائط هى فيسبوك وتويتر ويوتيوب والمنتديات وفيلكر ولنكدان وماى سيبس[55].

- ويتحدد **مفهوم وسائل الإعلام الاجتماعى** فى "تفاعل الأفراد وإنشاء محتويات ومشاركتها وتبادلها والتعليق عليها فى المجتمعات والشبكات الافتراضية"[56]،

والشبكات الاجتماعية: هى مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت تتيح التواصل بين الأفراد فى بيئة مجتمع افتراضى يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء، وتعتمد هذه الشبكات على مستخدميها فى تشغيلها وتغذية محتوياتها، كما تتنوع أشكال وأهداف تلك الشبكات الاجتماعية فبعضها عام يهدف إلى التواصل العام وتكوين الصداقات حول العالم، وبعضها الآخر يتمحور حول تكوين شبكات اجتماعية فى نطاق محدد حتى أصبحت فى الوقت الراهن وسيلة فعالة للتواصل الاجتماعى لما تتيحه من فرص الربط بزملاء وأصدقاء فُقد الاتصال معهم منذ فترة زمنية طويلة، حيث تزداد فعالية الشبكات الاجتماعية كلما زاد عدد المعلومات والمواقع التى تقوم بزيارتها والمرور عليها وتظهر قوتها كلما ارتفع عدد المسجلين فيها ومن ثم فقد أحدثت الشبكات الاجتماعية ثورة فى الاتصال وذلك لجمعها الملايين من المستخدمين الذين يتبادلون كمية هائلة من المعلومات(57).

- **ومن هنا يمكن تحديد مفهوم معالجة وسائل الإعلام الجديد للأحداث الإرهابية فى مصر** بأنها تقييم كيفية تناول وعرض كافة وسائل الإعلام الجديد والتى تتضمن المواقع والصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية ومواقع الإذاعات والقنوات التليفزيونية وشبكات التواصل الاجتماعى للأحداث الإرهابية فى مصر، بالإضافة إلى تقييم الأحداث التى تنشرها وتتداولها مواقع الجماعات الإرهابية والتى قد يشاركها بعض الأفراد عبر شبكات التواصل الاجتماعى.

3- **مفهوم النخبة: تعددت تعريفات النخبة واختلفت بين الدراسات والبحوث الأكاديمية وفقًا لنوعها وتوصيفها فى الدراسة ومن تعريفات النخبة:**

- تعرف النخبة بالقوة المنظمة، وأن تنظيمها الداخلى يسمح لها بأن تقوم بدور منظم للمجتمع الذى تنشأ فى إطاره(58)، وتعد من الركائز المجتمعية لكونها القيادات المؤثرة داخل قطاعات المجتمع(59)، كما ينظر إلى المثقفين فى المجتمعات على أنهم من أهم النخب الفكرية باعتبارهم يشكلون نواة مهمة خاصة وأن مؤهلاتهم الفكرية وخلفياتهم التعليمية تجعلهم يواجهون الصالح العام بموضوعية تامة(60)، وينتمى أعضاء هيئة التدريس إلى النخبة الثقافية الفكرية باعتبارهم مجموعة من الأفراد ذوى المكانة من المهتمين بالثقافة وصناعة الفكر من الكتاب والفلاسفة والعلماء من أصحاب الرؤية الشاملة لقضايا المجتمع والذين يعبرون بوعيهم وثقافتهم عن ضمير الأمة تجاه أهم القضايا بهدف التأثير على السلطة وتشكيل قيم واتجاهات المجتمع ويتميزون بقدرتهم التأثيرية فى دوائر صنع القرار والرأى العام(61)، وتقسم النخب فى مصر إلى نخبة مركزية ونخب وسيطة وثالثة محلية، وقد شكل الأكاديميون جزءًا من النوع الأول الذى يشمل بعض الوزراء والذين يحتلون 40% من التشكيل الحكومى، هذا إلى جانب النقابات المهنية التى تشكل موقعًا وسطًا من

حيث التأثير والقوة بين المحامين والصحفيين من جهة والاجتماعيين والزراعيين والتربويين من جهة أخرى(62).

- **ومن هنا يمكن تحديد مفهوم النخبة الأكاديمية الإعلامية فى هذه الدراسة** بأنها أفراد أعضاء هيئة التدريس فى كليات وأقسام الإعلام بالجامعات الحكومية والخاصة فى مصر، والذين تجمعهم خصائص محددة ومشتركة فى الدراسات والبحوث الأكاديمية الإعلامية.

تساؤلات الدراسة:

تسعى الدراسة إلى الإجابة عن التساؤلات التالية:

1- ما مدى استخدام النخبة الأكاديمية الإعلامية لوسائل الإعلام الجديد؟

2- ما معدل متابعة النخبة الأكاديمية الإعلامية لوسائل الإعلام الجديد يوميًا؟

3- ما أهم وسائل الإعلام الجديد التى تتابعها النخبة الأكاديمية الإعلامية؟

4- ما إيجابيات وسلبيات وسائل الإعلام الجديد من وجهة نظر النخبة الأكاديمية الإعلامية؟

5- ما أشكال المواد التى تفضل النخبة الأكاديمية الإعلامية متابعتها عبر وسائل الإعلام الجديد اثناء الأحداث الإرهابية؟

6- كيف شاركت وتفاعلت النخبة الأكاديمية الإعلامية عبر وسائل الإعلام الجديد للحصول على المعلومات الخاصة بالأحداث الإرهابية؟

7- ما أهم الأحداث الإرهابية التى تابعتها النخبة الأكاديمية الإعلامية مؤخرًا من خلال وسائل الإعلام الجديد؟

8- ما الجوانب التى ركزت عليها وسائل الإعلام الجديد فى تناول الأحداث الإرهابية فى مصر من وجهة نظر النخبة الأكاديمية الإعلامية؟

9- كيف قيمت النخبة الأكاديمية الإعلامية معالجة وسائل الإعلام الجديد للأحداث الإرهابية فى مصر؟

10-كيف قيمت النخبة الأكاديمية الإعلامية للآليات المقترحة لمعالجة وسائل الإعلام الجديد للأحداث الإرهابية فى مصر؟

11-كيف قيمت النخبة الأكاديمية الإعلامية دور وسائل الإعلام الجديد فى دعم/ مكافحة الإرهاب ؟

12-كيف قيمت النخبة الأكاديمية الإعلامية تأثير المعلومات المتداولة فى وسائل الإعلام الجديد عن الأحداث الإرهابية على صورة مصر؟

13-كيف قيمت النخبة الاكاديمية الإعلامية التزام وسائل الإعلام الجديد بمسئوليتها الاجتماعية تجاه الجمهور والمجتمع فى تناول الأحداث الإرهابية؟

14- كيف قيمت النخبة الأكاديمية الإعلامية أسباب اعتماد التنظيمات الإرهابية على الإنترنت ووسائل الإعلام الجديد؟

فروض الدراسة:

حددت الباحثة مجموعة من الفروض التى تسعى الدراسة إلى التحقق منها، وذلك على النحو التالى:

1- توجد علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائيًا بين معدل متابعة النخبة الأكاديمية الإعلامية عينة الدراسة لوسائل الإعلام الجديد وتقييمهم لإيجابيات وسلبيات وسائل الإعلام الجديد.

2- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين مدى استخدام النخبة الأكاديمية الإعلامية عينة الدراسة لوسائل الإعلام الجديد فى متابعة الأحداث الإرهابية وبين كل من:

أ. تقييمهم لمعالجة وسائل الإعلام الجديد للأحداث الإرهابية.

ب. اتجاههم حول درو وسائل الإعلام الجديد فى دعم/مكافحة الإرهاب فى مصر.

ج. تقييمهم لمدى التزام وسائل الإعلام الجديد بمسئوليتها الاجتماعية فى تناول ومعالجة الأحداث الإرهابية فى مصر.

3- توجد فروق دالة إحصائية بين أعمار النخبة الأكاديمية الإعلامية ومدى متابعهتم للأحداث الإرهابية عبر وسائل الإعلام الجديد.

4- توجد فروق دالة إحصائية بين تقييم النخبة الأكاديمية الإعلامية لمعالجة وسائل الإعلام الجديد للأحداث الإرهابية فى مصر والمتغيرات الديموغرافية محددة فى (النوع والسن والدرجة العلمية).

5- توجد فروق دالة إحصائية بين المتغيرات الديموغرافية للنخبة الأكاديمية الإعلامية محددة فى (السن، الدرجة العلمية) وبين كل من:

أ- تقييمهم لدور وسائل الإعلام الجديد فى دعم/مكافحة للإرهاب فى مصر.

ب- تقييمهم لمدى التزام وسائل الإعلام الجديد بمسئوليتها الاجتماعية فى تناول ومعالجة الأحداث الإرهابية فى مصر.

متغيرات الدراسة الميدانية ومقاييسها:

1- النوع الاجتماعى (إناث وذكور).

2- المرحلة العمرية التى تم تقسيمها فى ثلاث فئات (من 30 إلى 40 سنة، ومن 40 إلى 50 سنة، ومن 50 إلى 60، ومن 60 سنة فأكثر).

3- الدرجة العلمية فى ثلاث فئات (أستاذ، أستاذ مساعد، ومدرس).

4- الجامعة فى فئتين (حكومية، خاصة)

5- مقياس استخدام النخبة الأكاديمية الإعلامية لوسائل الإعلام الجديد فى متابعة الأحداث الإرهابية فى مصر وتحددت فى ثلاث فئات (أتابع دائمًا، أحيانًا، ونادرًا).

6- مقياس متوسط عدد الساعات التى تتابع فيها النخبة عينة الدراسة وسائل الإعلام الجديد بمختلف أدواته وتحددت فى (أقل من ساعة، من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات، ثلاث ساعات فأكثر).

7- مقياس لتقييم النخبة لإيجابيات وسلبيات وسائل الإعلام الجديد، حيث تم وضع (16) عبارة تضمنت عبارات إيجابية وأخرى سلبية بالتساوى فى السؤال رقم (5) بالاستمارة وتحديد مدى موافقة النخبة عينة الدراسة على هذه العبارات بمقياس خماسى تحدد فى خمس فئات (موافق جدًا، موافق، محايد، معارض، معارض جدًا).

8- مقياس لترتيب الأحداث الإرهابية فى مصر التى تابعتها النخبة من خلال وسائل الإعلام الجديد، حيث تم تحديد خمسة أحداث أساسية، وطلب من النخبة عينة الدراسة ترتيبها وفقًا لأهميتها من وجهة نظرهم.

9- مقياس تقييم النخبة لسمات تناول ومعالجة وسائل الإعلام الجديد للأحداث الإرهابية فى مصر، حيث تم وضع 9 عبارات فى السؤال رقم 10 بالاستمارة وتحديد مدى موافقة النخبة عينة الدراسة على هذه العبارات بمقياس خماسى تحدد فى خمس فئات (موافق جدًا، موافق، محايد، معارض، معارض جدًا).

10- مقياس لوضع ضوابط لكيفية معالجة وسائل الإعلام الجديد للأحداث الإرهابية، حيث تم وضع 12 عبارة تضمنت عبارات إيجابية وأخرى سلبية بالتساوى فى السؤال رقم 11 بالاستمارة وتحديد مدى موافقة النخبة عينة الدراسة على هذه العبارات بمقياس خماسى تحدد فى خمس فئات (موافق جدًا، موافق، محايد، معارض، معارض جدًا).

11- مقياس لتقييم النخبة لدور وسائل الإعلام الجديد من خلال تناولها للأحداث الإرهابية فى دعم/التصدى للإرهاب فى مصر، حيث تم وضع 18 عبارة تضمنت عبارات إيجابية وأخرى سلبية بالتساوى وحددت النخبة مدى موافقتهم على هذه العبارات فى خمس فئات (موافق جدًا، موافق، محايد، معارض، معارض جدًا).

12- مقياس حول مدى تقييم النخبة عينة الدراسة لتأثير المعلومات المتداولة فى وسائل الإعلام الجديد عن الأحداث الإرهابية على صورة مصر، حيث تم وضع 8 عبارات تضمنت عبارات إيجابية وأخرى سلبية بالتساوى، وحددت النخبة مدى موافقتهم على هذه العبارات فى خمس فئات (موافق جدًا، موافق، محايد، معارض، معارض جدًا).

13- مقياس اتجاه النخبة عينة الدراسة نحو مدى التزام وسائل الإعلام الجديد بمسئوليتها الاجتماعية فى تناول الأحداث الإرهابية فى مصر، حيث تم وضع 10 عبارات تضمنت عبارات إيجابية وأخرى سلبية بالتساوى، وحددت النخبة درجة موافقتها على العبارات فى خمس فئات (موافق جدًا، موافق، محايد، معارض، معارض جدًا).

الإطار المنهجى للدراسة:

منهج الدراسة ونوعها:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التى تستهدف تقييم النخبة الأكاديمية بكليات وأقسام الإعلام فى الجامعات المصرية الحكومية والخاصة لمعالجة وسائل الإعلام الجديد بمختلف أشكاله للأحداث الإرهابية فى مصر، ورصد مدى متابعة النخبة الأكاديمية لمثل هذه الأحداث فى وسائل الإعلام الجديد والأشكال التى تفضل متابعتها، والضوابط المقترحة لمعالجة مثل هذه الأحداث، بالإضافة إلى تقييم النخبة الأكاديمية لاستخدام الجماعات والتنظيمات الإرهابية لوسائل الإعلام الجديد، ورؤيتهم لدور هذه الوسائل وتناولها للأحداث الإرهابية فى دعم الإرهاب أو مواجهته.

وتعتمد هذه الدراسة على أسلوب المسح الإعلامى فى جمع البيانات، وذلك بهدف الحصول على إجابات دقيقة عن موضوع الدراسة، بما يسهم فى الإجابة عن تساؤلاتها للتوصل إلى نتائج مفسرة ولها دلالتها الإحصائية، والتى تفسر أسباب الظاهرة وأسباب حدوثها.

مجتمع وعينة الدراسة:

يتحدد مجتمع الدراسة الميدانية فى جميع أفراد النخبة الأكاديمية الإعلامية المصرية، والتى تشمل جميع أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام فى الجامعات المصرية الحكومية والخاصة بمختلف درجات أعضاء هيئة التدريس التى تتضمن (أستاذ ــ استاذ مساعد ـــ مدرس)، ويرجع السبب فى اختيار تلك الفئة إلى

صلتها المباشرة بالعمل الأكاديمى بصفة عامة والإعلامى بصفة خاصة، وبالتالى قدرتها على تقديم رؤية تقويمية جادة وشاملة وموضوعية بشأن التقييم الأخلاقى لمهنية التغطية الإعلامية للأحداث الإرهابية فى وسائل الإعلام الجديد، وذلك بحكم خبرتها الأكاديمية ومتابعتها لهذه الوسائل ومعرفتها بالقواعد والمعايير العلمية والمهنية للعمل الإعلامى وما تتطلبة أخلاقيات مهنية المعالجة فى الأحداث الإرهابية وتناولها.

وتم الاعتماد فى سحب العينة على أسلوب العينة العمدية المتاحة، حيث اختارت الباحثة عددًا محددًا من وحدات المعاينة، وتم تقسيم العينة من النخبة الأكاديمية الإعلامية إلى الدرجات العلمية، وتضمنت عينة الدراسة الميدانية التى أجريت على النخبة المصرية 100 مبحوثٍ.

الحدود الزمانية والمكانية للدراسة:

1- **الحدود الزمانية:** امتدت الفترة الزمنية للدراسة لجمع البيانات من النخبة الأكاديمية الإعلامية عينة الدراسة فى كليات وأقسام الإعلام بالجامعات المصرية الحكومية والخاصة من نوفمبر 2017 وحتى أغسطس 2018.

2- **الحدود المكانية:** شملت جميع كليات وأقسام الإعلام فى الجامعات المصرية الحكومية والخاصة، والتى تضمنت جامعة القاهرة، وجامعة عين شمس، وجامعة حلوان، وجامعة الأزهر، وكذلك جامعة المنصورة، وجامعة المنوفية، وجامعة الزقازيق، وجامعة بنى سويف، وجامعة الوادى الجديد، والجامعة الأمريكية فى مصر، إلى جانب الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات، والجامعة الكندية، وجامعة أكتوبر للعلوم الحديثة والآداب، وجامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا، والمعهد الكندى، والأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحرى، بالإضافة إلى أكاديمية الشروق.

أداة جمع البيانات:

تتمثل أداة جمع البيانات فى استمارة الاستبيان، حيث قامت الباحثة بتصميم استمارة استبيان حرصت من خلالها على تحقيق كافة أهداف الدراسة، والإجابة عن تساؤلاتها، والتحقق من فروضها، وذلك من خلال مجموعة متنوعة من الأسئلة المفتوحة والمغلقة والمقاييس المختلفة التى تحددت فى محاور الاستمارة الميدانية:

1- مدى استخدام النخبة الأكاديمية الإعلامية لوسائل الإعلام الجديد فى متابعة الأحداث الإرهابية فى مصر.

2- تقييم النخبة الأكاديمية الإعلامية لمعالجة وسائل الإعلام الجديد للأحداث الإرهابية فى مصر، وتحديد إستراتيجية لكيفية معالجة هذه الأحداث من خلال مجموعة من الضوابط والآليات لتحقيق معالجة فعالة وموضوعية.

3- تقييم النخبة الأكاديمية الإعلامية لدور وسائل الإعلام الجديد من خلال تناولها للأحداث الإرهابية فى مصر لدعم/ مكافحة للإرهاب فى مصر، ومدى دور هذه الأحداث فى التأثير على صورة مصر.

4- تقييم النخبة الأكاديمية الإعلامية لمدى التزام وسائل الإعلام الجديد بمسئوليتها الاجتماعية فى تناول ومعالجة الأحداث الإرهابية فى مصر.

5- تقييم النخبة الأكاديمية الإعلامية لأسباب اعتماد الجماعات الإرهابية على وسائل الإعلام الجديد.

إجراءات الصدق والثبات للدراسة:

تم اختبار صلاحية استمارة الاستبيان فى جمع البيانات من خلال إجراء اختبارى الصدق والثبات لها، وذلك على النحو التالى:

1- تم عرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين من الأساتذة والخبراء المتخصصين فى مناهج البحث والإعلام والإحصاء(63) وأُجريت بعض التغييرات اللازمة على الاستمارة بناء على توجيهات بعضهم.

2- إجراء اختبار بعدى على 10 مبحوثين من أفراد العينة (بنسبة 10% من إجمالى حجم العينة التى بلغت 100 مبحوثٍ) وذلك بعد أسبوعين من التطبيق الأول للدراسة، كما تم قياس معامل الثبات والذى بلغ 82.4%، وذلك بهدف معرفة مدى وضوح اسئلة الاستمارة، ومعرفة مدى ثبات الاستمارة وإجابات المبحوثين، مما يؤكد ثبات الاستمارة وصلاحياتها للتطبيق وتعميم النتائج.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

يتم الاعتماد فى هذا البحث على البرنامج الإحصائى SPSS المستخدم على نطاق واسع فى الدراسات الاجتماعية والإعلامية لتحليل بيانات الدراسة الميدانية؛ فإلى جانب الجداول والنسب المئوية والمتوسطات، تم الاعتماد على هذا البرنامج لتطبيق المعاملات الإحصائية التالية عند اختبار فروض الدراسة(64):

1- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.

2- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.

3- الوزن النسبى الذى يحسب بالمعادلة الآتية (المتوسط الحسابى X 100) على الدرجة العظمى للعبارة.

4- اختبار مربع كاى "كا^2" (The Chi Square Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الأسمية.

5- "اختبار تى" (T-Test) لاستخراج الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين فى أحد متغيرات الدراسة.

6- "معامل التوافق" (Coefficient of Contingency)، لقياس شدة العلاقة بين متغيرين اسميين إحداهما على الأقل له أكثر من صفتين، وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من 0.3، ومتوسطة إذا كانت قيمة المعامل ما بين 0.3 و 0.7، وقوية إذا زادت قيمة المعامل عن 0.7.

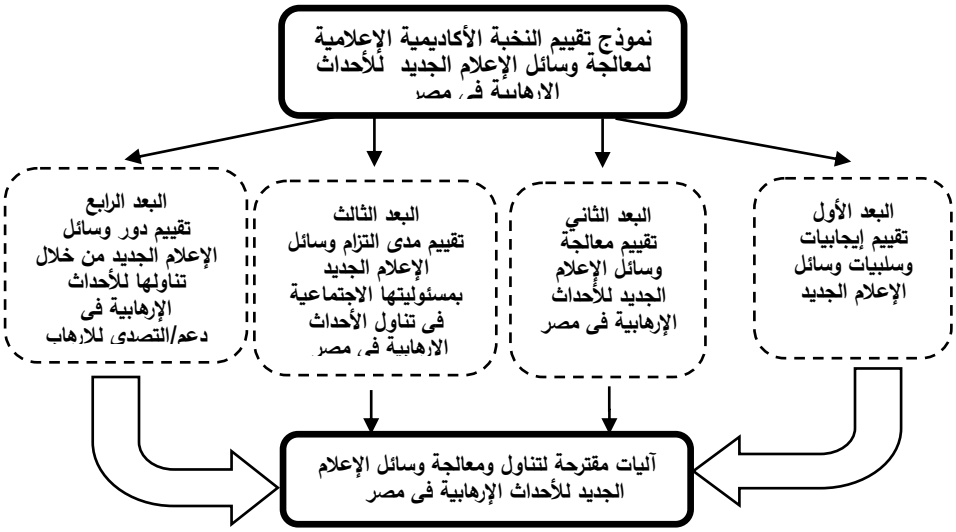
7- "معامل ارتباط بيرسون" (Person Correlation Coefficient) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من نوع الفئة أو النسبة (Interval or Ratio) وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من 0.30 ومتوسطة إذا تراوحت بين 0.30 و 0.70 وقوية إذا زادت عن 0.70.

8- "الاختبارات البعدية" (Post Hoc Tests) بطريقة أقل فرق معنوى (Least Significance Difference) والمعروف اختصارًا باسم (LSD) لمعرفة مصدر التباين وإجراء المقارنات الثنائية بين المجموعات التى يثبت معامل ANOVA وجود فروق دالة إحصائية بينها.

9- "معامل ارتباط الفروق بين الرتب، سبيرمان" (Spearman's rho).

هذا وقد استقر الرأى على قبول نتائج جميع الاختبارات الإحصائية فى هذا البحث عند درجة ثقة 95% فأكثر، وذلك عند مستوى معنوية 0.05 أو أقل.

نموذج التقييم المقترح:



شكل رقم (1)

نموذج تقييم النخبة الأكاديمية الإعلامية لمعالجة وسائل الإعلام الجديد للأحداث الإرهابية فى مصر

تفسير ومناقشة النتائج التفصيلية للدراسة الميدانية واختبار الفروض:

1- توصيف عينة الدراسة

(جدول رقم 1)
توصيف عينة الدراسة

توصيف العينه		الإجمالي	
		ك	%
النوع	الذكور	33	33
	الإناث	67	67
	الإجمالي	**100**	**100**
السن	من 30 إلى اقل من 40	29	29
	من 40 إلى اقل من 50	40	40
	من 50 إلى اقل من 60	16	16
	اكثر من 60	15	15
	الإجمالي	**100**	**100**
الدرجة العلمية	استاذ	36	36
	استاذ مساعد	31	31
	مدرس	33	33
	الإجمالي	**100**	**100**
الجامعة	حكومية	53	53
	خاصة	47	47
	الإجمالي	**100**	**100**

تضمنت عينة الدراسة 100 مبحوثٍ من النخبة الأكاديمية الإعلامية فى أقسام وكليات الإعلام بالجامعات المصرية الحكومية والخاصة، وتمثلت نسبة الإناث للذكور 67%: 33% على التوالى، وفيما يتعلق بالمرحلة العمرية للنخبة عينة الدراسة، فقد بلغت نسبة النخبة الأكاديمية التى تبلغ سن 30 إلى أقل من 40 عام 29%، فى حين وصلت نسبة المرحلة من 40 إلى أقل من 50 عام 40%، والمرحلة العمرية من 50 إلى أقل من 60 عام بلغت نسبتها 16%، فى حين بلغت نسبة من تجاوزت أعمارهم 60 عام 15%، وفيما يتعلق بالدرجة العلمية بلغت نسبة أستاذ 36%، وأستاذ مساعد 31%، ومدرس 33%، وبلغت نسبة أعضاء هيئة التدريس العاملين فى الجامعات الحكومية 53% في حين بلغت نسبة العاملين فى الجامعات الخاصة 47%، ولم يكن لملكية الجامعة تأثير على تقييم النخبة عينة الدراسة.

2- مدى استخدام النخبة الأكاديمية الإعلامية لوسائل الإعلام الجديد

(جدول رقم 2)

مدى استخدام النخبة الأكاديمية الإعلامية لوسائل الإعلام الجدبد

مدى استخدام النخبة الأكاديمية الإعلامية لوسائل الإعلام الجديد	ك	%
أتابع دائمًا	55	55
أتابع أحيانًا	38	38
نادرا ما أتابع	7	7
الإجمالى	100	100

كا2: 35.540 درجة الحرية: 2 المعنوية : 0.000 دال

يتضح من الجدول السابق أن النخبة الأكاديمية الإعلامية تتابع وسائل الإعلام الجديد بشكل دائم بنسبة بلغت 55%، بينما يتابعونها أحيانا بنسبة بلغت 38%، فى حين بلغت نسبة ما يتابعونها نادرًا 7%، وأكدت النخبة الأكاديمية الإعلامية متابعة الأحداث الإرهابية من خلال الإعلام الجديد بمختلف أدواته.

وتؤكد هذه النتيجة مدى حرص النخبة الأكاديمية الإعلامية عينة الدراسة على متابعة الأحداث الإرهابية فى مصر عبر وسائل الإعلام الجديد بنسبة كبيرة، ويتفق ذلك مع طبيعة النخبة الأكاديمية الإعلامية وخصائصها باعتبارها مراقبًا ومتابعًا جيدًا لهذه الوسائل وأحداث الإرهاب، بما يتفق مع طبيعة الدور المنسوب إليهم فى تقييم مثل هذه الأحداث وكيفية عرضها وتناولها فى وسائل الإعلام الجديد، لتميز هذه الأحداث بقيمة عالية وأهمية بالغة لما تنطوى عليه من صراع ونظرًا لدورها فى تحقيق الأمن القومى والاستقرار بالمجتمع المصرى.

وتتفق هذه النتيجة مع **دراسة مروة شبل بعنوان "تقييم النخبة لدور وسائل الإعلام الإلكترونية فى تشكيل اتجاهات الرأى العام نحو الثورة المصرية"** والتى توصلت إلى أن نسبة كبيرة من النخبة المصرية يتابعون وسائل الإعلام الإلكترونى،

وأن النسبة الأكبر من المبحوثين يعتمدون على وسائل الإعلام الإلكترونية كمصدر للمعلومات، **كما تتفق مع دراسة مها عبد المجيد بعنوان "مصادر المعلومات الدينية لدى الشباب العربى واتجاهاتهم نحو العمليات الإرهابية: دراسة ميدانية"** حيث توصلت نتائج هذه الدراسة إلى أن نسبة 72.3% اهتمت بمتابعة الحوادث الإرهابية التى وقعت فى مناطق العالم المختلفة وحرصت على معرفة كافة التفاصيل والمعلومات الممكنة بشأنها، مقابل نسبة 27.7% لم تهتم بذلك، كما رأت نسبة 67.1% أن تفاعلهم مع أخبار الحوادث الإرهابية على مواقع التواصل الاجتماعى لا يقتصر على تلك الحوادث التى تقع فى المنطقة العربية، وأن الأحداث التى تقع فى أوروبا وأمريكا تعنيهم.

وتتفق هذه النتيجة مع ما تظهره المؤشرات الإحصائية، من حيث وجود فروق بين مدى استخدام النخبة الأكاديمية الإعلامية عينة الدراسة لوسائل الإعلام الجديد لمتابعة الأحداث الإرهابية فى مصر، حيث بلغت قيمة كا2 35.540، وهى قيمة داله إحصائيًا عند مستوى معنوية 0.000.

3- معدل متابعة النخبة الأكاديمية الإعلامية لوسائل الإعلام الجديد يوميًا

(جدول رقم 3)

معدل متابعة النخبة الأكاديمية الإعلامية لوسائل الإعلام الجديد يوميًا

معدل متابعة النخبة الأكاديمية الإعلامية لوسائل الإعلام الجديد يوميًا	ك	%
اقل من ساعة	27	27
من ساعة إلى ثلاث ساعات يوميًا	36	36
أكثر من ثلاث ساعات	37	37
الإجمالى	100	100

كا2: 1.820 درجة الحرية: 2 المعنوية : 0.403 غير دال

وفقا للجدول السابق، لا توجد فروق بين معدل متابعة النخبة الأكاديمية الإعلامية عينة الدراسة للإعلام الجديد بمختلف أدواته يوميًا، حيث تتابع نسبة 37% من المبحوثين وسائل الإعلام الجديد بمعدل أكثر من ثلاث ساعات يوميًا، فى حين تتابع نسبة 36% هذه الوسائل من ساعة إلى ثلاث ساعات يوميًا، وكانت نسبة 27% تتابع هذه الوسائل لأقل من ساعة يوميًا، ويتضح عدم وجود فروق بين معدل متابعة النخبة الأكاديمية الإعلامية لوسائل الإعلام الجديد، حيث بلغت قيمة كا2 1.820 عند مستوى معنوية 0.403.

وتتسق هذه النتيجة مع متابعة النخبة الأكاديمية الإعلامية عينة الدراسة لوسائل الإعلام الجديد بشكل دائم حيث بلغ متوسط تعرض أغلب أفراد العينة للإعلام الجديد بأدواته المتنوعة من ساعة إلى أكثر من ثلاث ساعات، كما تتفق هذه النتيجة ــ إلى حد ما ــ مع **دراسة خالد أحمد عبد الجواد بعنوان "علاقة الصفوة العربية بالحاسب**

الآلى واستخدام الانترنت" والتى أشارت إلى أن نسبة 36.2% من النخبة عينة الدراسة يستخدمون الإنترنت من ساعة إلى أقل من ساعتين، وأن نسبة 15.3% يستخدمون الإنترنت لأكثر من أربع ساعات يوميًا.

4- أهم وسائل الإعلام الجديد التى تتابعها النخبة الأكاديمية الإعلامية عينة الدراسة

(جدول رقم 4)

أهم وسائل الإعلام الجديد التى تتابعها النخبة الأكاديمية الإعلامية عينة الدراسة

وسائل الإعلام الجديد	ك	%
شبكات التواصل الاجتماعي	86	86
المواقع الإخبارية الإلكترونية	58	58
مواقع الصحف على شبكة الإنترنت	51	51
مواقع القنوات التليفزيونية على شبكة الإنترنت	36	36
خدمة الرسائل عبر الهاتف المحمول	14	14
مواقع الإذاعات على شبكة الإنترنت	7	7
المدونات	3	3
المنتديات	1	1
أخرى تذكر	1	1
الإجمالى	100	

يتضح من بيانات الجدول السابق تنوع وسائل الإعلام الجديد التى تتابعها النخبة الأكاديمية الإعلامية عينة الدراسة، حيث جاء فى الترتيب الأول شبكات التواصل الاجتماعى بنسبة 86%، والمواقع الإخبارية الإلكترونية فى الترتيب الثانى بنسبة 58% بفارق نسبى بلغ 29% لصالح شبكات التواصل الاجتماعى، فى حين جاءت مواقع الصحف على الإنترنت فى الترتيب الثالث بنسبة 51%، وتراجعت نسبة المدونات والمنتديات حيث بلغت على التوالى 3%، 1%، وتضمنت فئة أخرى تذكر القنوات الفضائية.

وتتفق هذه النتيجة مع الواقع الفعلى لاستخدام النخبة بمختلف فئاتها لوسائل الإعلام الجديد والتى غالبًا ما تتصدرها شبكات التواصل الاجتماعى بشكل عام والفيسبوك بشكل خاص، فقد أشارت **دراسة مروة شبل بعنوان "تقييم النخبة لدور وسائل الإعلام الإلكترونية فى تشكيل اتجاهات الرأى العام نحو الثورة المصرية"**، إلى أن الفيسبوك والمواقع الإخبارية والصحف الإلكترونية كانت فى مقدمة وسائل الإعلام الجديد التى تتابعها النخبة.

ومما سبق يمكن الإشارة إلى أهمية شبكات التواصل الاجتماعى باعتبارها أهم وسائل الإعلام الجديد التى تستخدمها النخبة الأكاديمية الإعلامية عينة الدراسة، وأهمية هذه الأداة فى تناول وعرض الأحداث الخاصة بالإرهاب، بالإضافة إلى استخدام الجماعات والمنظمات الإرهابية لشبكات التواصل الاجتماعى للترويج لأيديولوجيتهم وفكرهم، كما أشارت العديد من الدراسات السابقة مثل **دراسة إيمان**

الشرقاوى بعنوان "جدلية العلاقة بين الإعلام الجديد والممارسات الإرهابية: دراسة تطبيقية على شبكات التواصل الاجتماعى" إلى أن وسائل التواصل الاجتماعى قد أصبحت أهم وسائل التواصل التى تعتمد عليها الجماعات الإرهابية، وأن الفيسبوك أكثر مواقع التواصل الاجتماعى استخدامًا من قبل الجماعات الإرهابية، **وكذلك دراسة ايوان اميرن بعنوان "التطرف الإرهابى: داعش وقوة الإعلام الاجتماعى"** أوضحت نتائجها اعتماد الجماعات الإرهابية على الإنترنت بأدوات التواصل الاجتماعى المختلفة والمتنوعة لنشر خطاب الكراهية، **هذا إلى جانب دراسة مارك نكله بعنوان "تمويل الإرهاب والإعلام الاجتماعى"** حيث أشارت نتائج هذه الدراسة إلى سيطرة الإرهابيين على وسائل الإعلام الاجتماعية، **ودراسة الصادق الحمامى بعنوان "الميديا الاجتماعية والإرهاب: الاستخدامات وسبل ترشيدها"** التى توصلت فى أهم نتائجها إلى أن وسائل الإعلام الجديد وبصفة خاصة شبكات التواصل الاجتماعى تعد موردًا إستراتيجيًا للتنظيمات الإرهابية، كما توصلت **دراسة مها عبد المجيد بعنوان "الخطاب الإعلامى للجماعات الإرهابية على مواقع التواصل الاجتماعى وإستراتيجيات المواجهة وآلياتها"** إلى إطلاع نسبة من العينة على المضامين الخاصة بالجماعات الإرهابية واستعدادهم لإعادة نشرها دون محاولة التأكد من صحة هذه المعلومات، **ودراسة غابرييل ويمان بعنوان "الإعلام الجديد والإرهاب الجديد"**، والتى أشارت إلى أن 90% من النشاط الإرهابى على الإنترنت اليوم يحدث بواسطة أدوات التواصل الاجتماعى، وقد اتفقت هذه النتيجة أيضًا مع **دراسة هويدا مصطفى بعنوان "مهارات عملية فى التعامل مع ظاهرة التطرف والإرهاب: التأهيل والتدريب"** والتى توصلت إلى أن عينة النخبة موضع الدراسة ليست لديهم القدرة على التغطية الإعلامية لموضوعات الإرهاب وذلك لعدة أسباب أهمها ان مواقع التواصل الاجتماعى لم تتح لهم الفرصة لما لها من سبق إخبارى.

5- إيجابيات وسلبيات وسائل الإعلام الجديد من وجهة نظر النخبة الأكاديمية الإعلامية عينة الدراسة

(جدول رقم 5)

إيجابيات وسلبيات وسائل الإعلام الجديد من وجهة نظر النخبة الأكاديمية الإعلامية عينة الدراسة

العبارة	موافق جدا		موافق		محايد		معارض		معارض جدا		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%				
تتميز باستخدام الوسائط المتعددة كالصور والفيديوهات	61	61	36	36	3	3	-	-	-	-	4.58	,544	91,6	1
تتميز بمرونة وسهولة الإستخدام	55	55	39	39	6	6	-	-	-	-	4.49	,611	89.8	2

تتسم تلك الوسائل بالسرعة والآنية فى نقل المعلومات والأخبار	52	52	44	44	3	3	1	1	-	-	4.47	,611	89.4	3
تتسم بإتاحة خاصية التفاعلية مع المعلومات المقدمة خلالها	49	49	41	41	8	8	1	1	1	1	4.36	,759	87.2	4
تتيح مجالا أوسع لحرية الرأى وعرض وجهات النظر المختلفة.	40	40	44	44	11	11	5	5	-	-	4.19	,825	83.8	5
تعطينى الفرصة للتواصل الاجتماعى بشأن تلك الأحداث ومحاولة إيجاد حلول لها	18	18	37	37	31	31	11	11	3	3	3.56	1.008	71.2	6
أحصل من خلالها على معلومات وأخبار دقيقة ومفصلة	11	11	42	42	32	32	14	14	1	1	3.48	0.904	69.6	7
أكثر ما يميز تلك الوسائل معايشة أوضاع المتضررين من الأحداث الإرهابية	14	14	29	29	44	44	12	12	1	1	3.43	,913	68.6	8
لا أعتبرها مصدرًا موثوقًا وذا مصداقية لدى الجمهور	4	4	21	21	29	29	34	34	12	12	2.71	1.057	54.2	9
أؤمن بسيطرة بعض الجماعات المتطرفة على هذه الوسائل	7	7	17	17	25	25	26	26	25	25	2.55	1.234	51	10
اشعر بالتشتت	4	4	12	12	27	27	41	41	16	16	2.47	1.029	49.4	11

بسبب كثرة الأراء المعروضة حول الحدث														
لا استطيع تحديد هوية الحقيقية للمرسل فى تلك الوسائل	5	5	7	7	25	25	32	32	31	31	2.23	1.118	44.6	12
لا أستطيع التيقن من صحة المعلومات المنشورة على هذه الوسائل	3	3	7	7	20	20	42	42	28	28	2.15	1.009	43	13
تستخدم تلك الوسائل كوسيلة لترويج الشائعات	-	-	6	6	16	16	40	40	38	38	1.90	,882	38	14
تحظى هذه الوسائل بأهمية لدى الجمهور بسبب تراجع وتأخر دور الدولة فى إمداد الجمهور بالمعلومات الرسمية حول الحدث	-	-	4	4	16	16	36	36	44	44	1.80	,853	36	15
لا يمكن التحكم فى نطاق نشر المعلومات خلال تلك الوسائل	-	-	4	4	5	5	48	48	43	43	1.70	,745	34	16

يوضح الجدول السابق إيجابيات وسلبيات وسائل الإعلام الجديد من وجهة نظر النخبة الأكاديمية الإعلامية عينة الدراسة, حيث وردت عبارة "تتميز باستخدام الوسائط المتعددة كالصور والفيديوهات" فى المرتبة الأولى بوزن نسبى للموافقة 91.6%، فى حين كانت عبارة " تتميز بمرونة وسهولة الاستخدام" فى الترتيب الثانى بوزن نسبى للموافقة 89.8%، وفى الترتيب الثالث وردت عبارة "تتسم تلك الوسائل بالسرعة والآنية فى نقل المعلومات والأخبار" بوزن نسبى للموافقة 89.4%، بينما حازت عبارة "تتسم بإتاحة خاصية التفاعلية مع المعلومات المقدمة خلالها" بالترتيب الرابع بوزن نسبى للموافقة 87.2%، فى حين جاءت عبارة "تتيح مجالاً أوسع لحرية الرأى وعرض وجهات النظر المختلفة" فى الترتيب الخامس بوزن نسبى للموافقة 83.8%.

كما توضح البيانات السابقة تراجع نسبة موافقة النخبة الأكاديمية الإعلامية عينة الدراسة على عبارة "لا أستطيع التيقن من صحة المعلومات المنشورة على هذه الوسائل" حيث وافقت عليها النخبة الأكاديمية الإعلامية عينة الدراسة بوزن نسبى 43%، وبلغ الوزن النسبى لعبارة "تستخدم تلك الوسائل كوسيلة لترويج الشائعات" 38%، وكذلك تراجعت نسبة موافقة العينة على عبارة "تحظى هذه الوسائل بأهمية لدى الجمهور بسبب تراجع وتأخر دور الدولة فى إمداد الجمهور بالمعلومات الرسمية حول الحدث" و" لا يمكن التحكم فى نطاق نشر المعلومات خلال تلك الوسائل" حيث بلغ الوزن النسبى لكل منهما 36%، و34% على التوالى.

ومما سبق ذكره يتضح أن النخبة الأكاديمية الإعلامية قد وافقت بنسبة أكبر على إيجابيات وسائل الإعلام الجديد والتى يمكن استخدامها فى تغطية الأحداث الإرهابية فى مصر، حيث ارتبط ذلك بخصائص هذه الوسائل؛ مثل استخدام الوسائط المتعددة كالصور والفيديوهات، ومرونة وسهولة الاستخدام، وأن هذه الوسائل تتسم بالسرعة والآنيه فى نقل المعلومات والأخبار، ذلك إلى جانب إتاحتها لخاصية التفاعلية مع المعلومات المقدمة خلالها، وقد اتفقت هذه النتائج مع بعض الدراسات السابقة مثل **دراسة هويدا مصطفى بعنوان "مهارات عملية فى التعامل مع ظاهرة التطرف والإرهاب: التأهيل والتدريب"** والتى توصلت إلى أن عينة النخبة موضع الدراسة أوضحت أنهم ليست لديهم القدرة على التغطية الإعلامية لموضوعات الإرهاب وذلك لعدة أسباب أهمها ان مواقع التواصل الاجتماعى لم تتح لهم الفرصة لما لها من سبق إخبارى، **وكذلك دراسة رضا عبد الواحد بعنوان "استخدام النخب المصرية للصحافة الإلكترونية"** والتى أشارت إلى أن سمة الفورية والآنية فى إمداد النخبة المصرية بالأخبار والمعلومات تعد من أهم مبررات الإقبال على قراءة الصحف الإلكترونية.

فى حين لم تتفق هذه النتيجة مع **دراسة ايوان اميرن بعنوان "التطرف الإرهابى: داعش وقوة الإعلام الاجتماعى"** والتى أشارت إلى استخدام الإنترنت كأداة للدعاية عبر المواقع الإلكترونية، **ودراسة محمد قيراط بعنوان "الإعلام الجديد والإرهاب الإلكترونى: آليات الاستخدام وتحديات المواجهة"** والتى توصلت إلى وجود آلاف من المواقع عبر وسائل الإعلام الجديد تستغلها الجماعات الإرهابية لأغراض الدعاية ونشر المعلومات والشائعات، **وكذلك دراسة مها عبد المجيد بعنوان "الخطاب الإعلامى للجماعات الإرهابية على مواقع التواصل الاجتماعى وإستراتيجيات المواجهة وآلياتها"** والتى أشارت إلى نشاط الكيانات الإرهابية فى تجديد وتوسيع نشر خطابهم عبر الإعلام الاجتماعى حيث وتمثلت مؤشرات ذلك فى توافر الأخبار وتحديثات المواد الإعلامية التى ترفعها على حساباتها، **ودراسة غابرييل ويمان بعنوان "الإعلام الجديد والإرهاب الجديد"** والتى توصلت إلى أن أهم أهداف استخدام وسائل الإعلام الجديد فى تناول الأخبار والأحداث الخاصة بالإرهاب الدعاية ونشر الشائعات، كما أشارت دراسة **غابرييل ويمان بعنوان "الإرهاب الافتراضى: كيف يستخدم الإرهابيين الجدد شبكة الانترنت"** إلى أن من سلبيات الإنترنت وأدوات الإعلام الجديد فى تناول الأحداث الإرهابية هو نشر المعلومات المضللة والشائعات والرسائل المختفية والصور المرعبة.

(جدول رقم 6)

اتجاه النخبة عينة الدراسة نحو إيجابيات وسلبيات وسائل الإعلام الجديد

اتجاه النخبة نحو ايجابيات وسلبيات وسائل الإعلام الجديد	ك	%
سلبي	1	1
محايد	94	94
ايجابي	5	5
الإجمالى	100	100

كا2: 165.860 درجة الحرية: 2 المعنوية : 0.000 دال

يوضح الجدول السابق المقياس الخاص بإيجابيات وسلبيات وسائل الإعلام الجديد والتى تنعكس على تغطيتها للأحداث الإرهابية فى مصر، ومما سبق عرضه يتضح أن اتجاه النخبة الأكاديمية الإعلامية عينة الدراسة قد اتسم بالحياد بنسبة 94%، ويمكن تفسير ذلك فى إطار موافقة العينة على إبراز إيجابيات الإعلام الجديد بمختلف أدواته إلا أن النخبة عينة الدراسة وافقت إلى حد ما على سلبيات هذه الوسائل خاصة فى تناول الأحداث الإرهابية، ويتفق ذلك مع طبيعة وخصائص النخبة بشكل عام والنخبة الأكاديمية بشكل خاص والتى تبرز إيجابيات الوسائل إلا أنها فى الوقت ذاته تشير إلى سلبياتها وضرورة أخذ مثل هذه السلبيات فى الاعتبار.

6- أشكال المواد التى تفضل النخبة الأكاديمية االإعلامية عينة الدراسة متابعتها عبر وسائل الإعلام الجديد اثناء الأحداث الإرهابية

(جدول رقم 7)

أشكال المواد التى تفضل النخبة الأكاديمية الإعلامية عينة الدراسة متابعتها عبر وسائل الإعلام الجديد أثناء الأحداث الإرهابية

أشكال المواد التى يفضل النخبة الأكاديمية الإعلامية متابعتها عبر وسائل الإعلام الجديد اثناء الأحداث الإرهابية	ك	%
المواد الإخبارية بمختلف أشكالها	91	91
المشاركة والتعليقات المفتوحة مع الجمهور	42	42
الدراسات والأبحاث الخاصة بالإرهاب	38	38
الكاريكاتير والرسومات المتنوعة	34	34
أخرى تذكر	2	2
الإجمالى	**100**	

يعرض الجدول السابق أشكال المواد التى تفضل النخبة الأكاديمية الإعلامية عينة الدراسة متابعتها عبر وسائل الإعلام الجديد أثناء الأحداث الإرهابية، حيث وردت المواد الإخبارية بمختلف أشكالها فى الترتيب الأول بنسبة 91%، تلاها ــ بفارق نسبى كبير بلغ 49% ــ المشاركة والتعليقات المفتوحة مع الجمهور فى الترتيب الثانى بنسبة 42%، وكانت الدراسات والأبحاث الخاصة بالإرهاب فى الترتيب الثالث بنسبة 38%، وذلك رغم طبيعة العينة الأكاديمية الإعلامية عينة الدراسة والتى من شأنها إجراء البحوث والدراسات والإطلاع عليها

بمختلف اللغات وفى مختلف الثقافات، وقد يتفق ذلك مع طبيعة الجمهور العام الذى نادرًا ما يلجأ للبحوث والدراسات.

كما يتفق ذلك مع طبيعة وخصائص النخبة بشكل عام، والنخبة الأكاديمية بشكل خاص، فجاءت المواد الإخبارية بمختلف أشكالها فى الترتيب الأول، وكانت المشاركة والتعليقات المفتوحة مع الجمهور فى الترتيب الثانى بما يتفق مع طبيعة الإعلام الجديد بمختلف أدواته والتى تعتمد على مشاركة وتفاعل الجمهور مما يجعله مضمونًا وشكلاً مهمًا للنخبة الأكاديمية لمتابعته وتحليليه خاصة وإن وردت مثل هذه المشاركات على أحداث تتعلق بالإرهاب والتى تحتوى بطبيعتها على قيم مثل الصراع والآنية والحالية والفورية بالإضافة إلى ارتباطها بالأمن الفردى للمواطنين والأمن القومى للدولة.

وتتفق هذه النتيجة أيضًا مع النتيجة التى توصلت إليها **دراسة مروة شبل بعنوان "تقييم النخبة لدور وسائل الإعلام الإلكترونية فى تشكيل اتجاهات الرأى العام نحو الثورة المصرية"**، والتى أشارت إلى أن المواقع الإخبارية جاءت فى مقدمة وسائل الإعلام الجديد التى تتابعها النخبة عينة الدراسة، كما تتفق مع نتيجة **دراسة سيد الريشى بعنوان "بناء الروايات: دراسة أطر الإرهاب فى أخبار المواقع الإخبارية لقناتى الجزيرة والعربية على الإنترنت"** والتى أشارت إلى أن المواد الإخبارية جاءت فى الترتيب الأول بين الأشكال التى تتابعها عينة الدراسة عبر مضامين وسائل الإعلام الجديد.

7- طبيعة مشاركة وتفاعل النخبة الأكاديمية الإعلامية عينة الدراسة مع الأحداث الإرهابية فى مصر وتوضيح حقيقتها للجمهور العام عبر وسائل الإعلام الجديد

(جدول رقم 8)

طبيعة مشاركة وتفاعل النخبة الأكاديمية الإعلامية عينة الدراسة مع الأحداث الإرهابية فى مصر وتوضيح حقيقتها للرأى العام عبر وسائل الإعلام الجديد

طبيعة مشاركة وتفاعل النخبة الاكاديمية الإعلامية عينة الدراسة مع الأحداث الإرهابية فى مصر وتوضيح حقيقتها للجمهور العام عبر وسائل الإعلام الجديد	ك	%
متابعة المجموعات الإخبارية	58	58
التصفح دون تعليق	48	48
متابعة صفحات الإعلاميين والشخصيات العامة	41	41
المحادثة الكتابية عن طريق الدردشة والتعليقات	23	23
كتابة التعليقات على الصفحات الإخبارية والمواقع الإلكترونية للقنوات والإذاعات والصحف الإلكترونية	21	21
الرسائل السريعة	19	19
تحميل ملفات وصور من المواقع ومشاركتها	14	14
طرح موضوعات للنقاش	11	11
المشاركة فى التصويت على الموقع بالإجابة عن سؤال	9	9
الاتصال بالصوت والصورة	6	6
تسجيل البيانات على المواقع	1	1
الإجمالى	**100**	

توضح بيانات الجدول السابق تعدد وتنوع أساليب مشاركة النخبة الأكاديمية الإعلامية عينة الدراسة عبر وسائل الإعلام الجديد للحصول على المعلومات المتعلقة بالأحداث الإرهابية والتفاعل معها وتوضيح حقيقتها للجمهور العام، فكانت متابعة المجموعات الإخبارية فى الترتيب الأول بنسبة 58% ويتفق ذلك مع تفضيل النخبة لمتابعة المواد الإخبارية بمختلف أشكالها فى معرفة الأحداث الخاصة بالإرهاب، وبلغت نسبة التصفح دون تعليق 48% حيث جاءت فى الترتيب الثانى، وبلغت نسبة متابعة صفحات الإعلاميين والشخصيات العامة 41%، كما شاركت النخبة بكتابة التعليقات على الصفحات الإخبارية والمواقع الإلكترونية للقنوات والإذاعات والصحف المتخصصة بنسبة 21%، وتراجعت نسبة المشاركة فى التصويت على المواقع الإلكترونية للإجابة عن سؤال أو المشاركة فى استفتاء، والاتصال بالصوت والصورة حيث بلغت 9% و6% على التوالى.

ويتضح من عرض النتيجة السابقة مشاركة النخبة بدور فعال فى الحصول على المعلومات الخاصة بالأحداث الإرهابية وتوضيح حقيقتها للرأى العام بما يتفق مع خصائص النخبة بشكل عام والنخبة الأكاديمية بشكل خاص نظرًا لما يُنسب لها من معرفة وخبرة ومصادر متعددة للمعلومات من خلال الاطلاع على الدراسات والبحوث المختلفة والمتنوعة فى العديد من دول العالم، وتأكيد دورها فى المشاركة الفعالة لتوضيح الحقائق للرأى العام بالاعتماد على خاصية من أهم خصائص وسائل الإعلام الجديد وهى التفاعلية، وتتفق هذه النتيجة أيضًا مع النتيجة التى أشارت إليها **دراسة برايان كلوكى بعنوان "رواية التفوق العالمى: النخبة الأمريكية خطاب الحرب على الإرهاب"** بأن خطابات النخبة تعد المحدد الأيديولوجى للرواية العامة للجمهور والسياسة الوطنية.

وبذلك يمكن حصر الأساليب التى تلجأ إليها النخبة الأكاديمية الإعلامية عينة الدراسة ـــــ والتى بطبعها تعتمد على سمة التفاعلية ـــــ مثل متابعة المجموعات والمواقع الإخبارية، ومتابعة صفحات الإعلاميين والشخصيات العامة، والمحادثة الكتابية عن طريق الدردشة والتعليقات، وكتابة التعليقات على الصفحات الإخبارية والمواقع الإلكترونية للقنوات والإذاعات والصحف الإلكترونية، وتحميل ملفات وصور من المواقع ومشاركتها، وطرح موضوعات للنقاش، وكذلك المشاركة فى التصويت على الموقع بالإجابة عن سؤال، والاتصال بالصوت والصورة حيث فاقت نسب هذه الأساليب نسبة التصفح دون تعليق.

واتفقت هذه النتيجة ـــ بشكل جزئى ـــ مع النتيجة التى توصلت إليها **دراسة رضا عبد الواحد بعنوان "استخدام النخب المصرية للصحافة الإلكترونية"** والتى أشارت إلى المشاركة النشطة من جمهور النخبة فى مواقع الصحف الإلكترونية، والمشاركة بشكل واضح فى الاستفتاءات واستطلاعات الرأى.

8- أهم الأحداث الإرهابية التى تابعتها النخبة الأكاديمية الإعلامية عينة الدراسة عبر وسائل الإعلام الجديد

(جدول رقم 9)

أهم الأحداث الإرهابية التى تابعتها النخبة الأكاديمية الإعلامية عينة الدراسة عبر وسائل الإعلام الجديد

الأحداث الإرهابية	الترتيب					الوزن المرجح		الترتيب
	الأول	الثاني	الثالث	الرابع	الخامس	ك	%	
عملية سيناء 2018	27	22	23	6	22	326	21.9	1
الاعتداء على رجال الشرطة والقوات المسلحة	12	32	23	21	12	311	20.9	2
حوادث إرهاب المواطنين	9	28	29	23	11	301	20.2	3
حوادث حرق و تفجير دور العبادة	31	6	5	23	35	275	18.5	4
حوادث الإرهاب فى سيناء	15	13	22	32	18	275	18.5	5
جملة الاوزان المرجحة						**1488**	**100**	

تشير بيانات الجدول السابق إلى تعدد وتنوع الأحداث الإرهابية على مدار السنوات الماضية على المستوى العالمى والإقليمى والمحلي، حيث وقعت العديد من الأعمال الإرهابية فى العديد من دول ومدن العالم، مع اعتبار اختلاف توصيف وتحديد الحدث الإرهابى بين دول العالم، وفيما يختص بمصر، فقد تنوعت الأحداث والأخبار الخاصة بالإرهاب، ويوضح الجدول السابق أن النخبة الأكاديمية الإعلامية عينة الدراسة رتبت هذه الأحداث وفقًا لأهميتها على النحو الآتى: جاءت عملية سيناء 2018 فى الترتيب الأول بوزن مرجح بلغ 21.9%، والاعتداء على رجال الشرطة والقوات المسلحة فى الترتيب الثانى بوزن مرجح بلغ 20.9% بفارق نسبى بسيط، فحوادث إرهاب المواطنين فى الترتيب الثالث بوزن مرجح 20.2%، فى حين تساوت كل من حوادث حرق وتفجير دور العبادة، وحوادث الإرهاب فى سيناء بوزن مرجح بلغ 18.5% لكل منهما.

ويلاحظ من النتائج السابقة الفروق النسبية البسيطة بين الأحداث الإرهابية التى وقعت فى مصر خلال الفترة الزمنية محل الدراسة، مما يبرز أهمية جميع الأحداث الخاصة بالإرهاب لما ينسب لها من دور فى المساس بالأمن القومى للدولة والمواطنين، ووردت عملية سيناء 2018 فى الترتيب الأول بما يتوافق مع أهميتها كأول عملية تنظم لها الدولة لمكافحة الإرهاب فى سيناء باعتبارها أكثر المحافظات التى تعرضت لحوادث إرهابية، ولهذا حظى الحدث بأهمية لدى النخبة الأكاديمية الإعلامية عينة الدراسة، بالإضافة إلى اعتباره أحدث الأخبار الخاصة بالإرهاب فى مصر فى الفترة الزمنية الخاصة بإجراء الدراسة، كما اهتمت العينة محل الدراسة بحوادث الاعتداء على رجال الشرطة والقوات المسلحة باعتبارهم رموز حماية الوطن والتضحية من أجل الحفاظ على أمن الدولة وسلامة المواطنين، وأشارت

النسبة الأكبر من النخبة عينة الدراسة إلى حادث الواحات باعتباره أهم الحوادث الإرهابية المتعلقة برجال الشرطة والقوات المسلحة التى وقعت خلال هذه الفترة الزمنية.

بالإضافة إلى ما سبق، حازت حوادث إرهاب المواطنين على اهتمام النخبة عينة الدراسة، حيث اعتبرت غالبيتها أن الحوادث الخاصة بالإرهاب التى تلحق بالمواطنين تعد مساسًا بأمن الدولة واستقرارها، وأكد بعض أفراد العينة ـــ فى تعليقات خاصة بهم ـــ أهمية دور الإعلام الجديد بوسائله المتنوعة فى تناول مثل هذه الحوادث وتوضيح حقيقتها للرأى العام وضرورة إبراز دور الدولة والجهات المختصة فى حماية المواطنين وممتلكاتهم ودور العبادة الخاصة بالمسلمين والمسيحين، كما اهتمت النخبة عينة الدراسة بحوادث الإرهاب المتعددة التى وقعت فى سيناء خلال الفترة الزمنية السابقة لعملية سيناء 2018 وأشارت أن من أهم هذه الحوادث حادث تفجير مسجد العريش، والحوادث الخاصة بالاعتداء على المجندين ورجال الشرطة والقوات المسلحة والمواطنين فى سيناء، كما أكدت دور مثل هذه الحوادث التى وقعت فى سيناء فى تعطيل الحياة اليومية بكافة مجالاتها للمواطنين فى سيناء.

9- الجوانب التى ركزت عليها وسائل الإعلام الجديد فى تناول الأحداث الإرهابية فى مصر من وجهة نظر النخبة الأكاديمية الإعلامية عينة الدراسة

(جدول رقم 10)

الجوانب التى ركزت عليها وسائل الإعلام الجديد فى تناول الأحداث الإرهابية فى مصر من وجهة نظر النخبة الأكاديمية الإعلامية عينة الدراسة

الجوانب التى ركزت عليها وسائل الإعلام الجديد فى تناول الأحداث الإرهابية فى مصر	ك	%
تفاصيل وقوع الحدث	28	28
ردود أفعال الجمهور على هذه الأحداث	21	21
آثار الحدث على المواطنين والمجتمع	19	19
تحليل الحدث وربطة بأحداث أخرى	14	14
الإجراءات الحكومية حيال الموقف	10	10
الكشف عن أسباب وقوع الحدث	7	7
طرح حلول لمواجهة أزمات مماثلة فى المستقبل	1	1
الإجمالى	100	

يتضح من الجدول السابق أن النخبة الأكاديمية الإعلامية عينة الدراسة التى تابعت الأحداث الإرهابية التى وقعت فى مصر خلال الفترة الزمنية للدراسة أشارت إلى تركيز الإعلام الجديد بمختلف أدواته على رصد تفاصيل وقوع الحدث بنسبة 28%، ثم رصد ردود أفعال الجمهور على هذه الأحداث بنسبة21%، وآثار الحدث على المواطنين والمجتمع بنسبة 19%، فى حين تم تحليل الحدث وربطه بأحداث

أخرى بنسبة 14%، وتراجعت نسبة عرض هذه الوسائل للإجراءات الحكومية حيال الموقف حيث بلغت 10%، وكذلك تراجعت نسبة الكشف عن أسباب وقوع الحدث حيث بلغت 7%، فى حين جاء طرح حلول لمواجهة أزمات مماثلة فى المستقبل فى الترتيب الأخير بنسبة 1%.

ويمكن تفسير هذه النتيجة فى ضوء اختلاف أدوات الإعلام الجديد التى تابعت من خلالها النخبة الأكاديمية الإعلامية عينة الدراسة الأحداث الإرهابية التى وقعت فى مصر، واختلاف خصائص هذه الوسائل فيما بينها فالمواقع الإخبارية تختلف عن شبكات التواصل الاجتماعى وخصائص كل منهما تختلف عن المواقع الإلكترونية للصحف، إلى جانب إشارة النخبة إلى التركيز على تناول تفاصيل الحدث فى الترتيب الأول ويتفق ذلك مع طبيعة الأحداث الخاصة بالإرهاب، فأغلبيتها حوادث مفاجئة تحدث دون توقع ودون سابق إنذار، لذلك يركز الإعلام الجديد بمختلف أدواته على عرض تفاصيل هذه الأحداث بما يتوافق مع تميز هذه الوسائل بخصائص الآنية والفورية فى عرضها، هذا بالإضافة إلى اعتماد هذه الوسائل على خاصية التفاعلية والتى تعد بمثابة مشاركة الجماهير فى الأحداث واعتبارهم طرفًا فاعلًا فى التفاعل مع هذه الأحداث والحوادث الخاصة بالإرهاب، لذلك اهتمت هذه الوسائل بعرض وتناول ردود أفعال الجمهور على مثل هذه الأحداث، وآثارها على المواطنين والمجتمع، كما تحاول هذه الوسائل ربط هذه الأحداث وتحليلها فى إطار الأحداث الأخرى المشابه لها لتوضيح مدى الارتباط أو الاختلاف بينهما، مما يزيد القيمة الإخبارية لها.

فى حين تراجعت نسبة طرح حلول لمواجهة أزمات مماثلة فى المستقبل إلى 1% بما يمكن تفسيره فى إطار قلة اهتمام المؤسسات الإعلامية والأمنية بكيفية إدارة الأزمات والوقاية منها، وتتفق هذه النتيجة مع النتيجة التى توصلت إليها **دراسة هويدا مصطفى بعنوان "مهارات عملية فى التعامل مع ظاهرة التطرف والإرهاب: التأهيل والتدريب"** والتى أشارت إلى عدم وجود نماذج محددة وتقويمية للتعريف بكيفية تناول المؤسسات الإعلامية للأزمات والكوارث، وينطبق ذلك أيضًا على وسائل الإعلام الجديد وبشكل أكبر لعدم خضوع أغلب هذه الوسائل للرقابة وعدم اهتمام المسئولين بكيفية استخدام هذه الوسائل والاستفادة من خصائصها فى توعية الجمهور بمختلف فئاته بالحلول المتاحة لمواجهة مثل هذه الأزمات، وتوضيح الإجراءات الحكومية حيال هذه المواقف، والكشف عن أسباب وقوع هذه الأحداث، كما يمكن الاعتماد على خصائص الإعلام الجديد بأدواته المختلفة وتفاعل الجمهور بمختلف فئاته مع هذه الوسائل فى توضيح الإجراءات الحكومية لمواجهة هذه الحوادث، وشرح الأسباب التى تؤدى لوقوعها، ومحاولة مشاركة الجمهور فى إيجاد حلول لمثل هذه الأزمات وكيفية مواجهتها للحفاظ على أمنهم وأمن الدولة واستقرارها.

10- تقييم النخبة الأكاديمية الإعلامية عينة الدراسة لمعالجة وسائل الإعلام الجديد للأحداث الإرهابية فى مصر

(جدول رقم 11)

تقييم النخبة الأكاديمية الإعلامية عينة الدراسة لمعالجة وسائل الإعلام الجديد للأحداث الإرهابية فى مصر

العبارة	موافق جدا		موافق		محايد		معارض		معارض جدا		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%				
الافتقار إلى الكوادر الإعلامية المؤهلة والمتخصصة القادرة على تقديم معالجة موضوعية للأحداث	42	42	31	31	23	23	3	3	1	1	4.10	927,	82	1
هيمنة الاعتبارات السياسية والإيديولوجية على التغطية الإعلامية للأحداث الإرهابية	40	40	34	34	18	18	8	8	-	-	4.06	952,	81.2	2
الافتقار إلى المهنية الإعلامية فى التعامل مع أحداث الإرهاب	36	36	35	35	22	22	6	6	1	1	3.99	959,	79.8	3
غياب التغطية التحليلية والتفسيرية والتغطية ذات الطابع الاستقصائى لأحداث الإرهاب	29	29	45	45	18	18	8	8	-	-	3.95	892,	79	4
هيمنة الطابع الإخبارى على التغطية الإعلامية	21	21	45	45	24	24	10	10	-	-	3.77	897,	75,4	5
تميل المعالجة الإعلامية لأحداث الإرهاب إلى التهويل مما يؤثر على مصداقيتها	27	27	34	34	23	23	14	14	2	2	3.70	1.078	74	6
ندرة الاستعانة بالخبراء فى المجالات الأمنية والاجتماعية	24	24	32	32	25	25	19	19	-	-	3.61	1.053	72.2	7
إضفاء الصبغة الرسمية على البيانات الإعلامية التى تعدها الجهات الأمنية	17	17	41	41	28	28	9	9	5	5	3.56	1.038	71.2	8
المبالغة فى تقديم صورة إيجابية للمواجهة التى تقوم بها الأجهزة الأمنية فى الدولة لأحتواء الأحداث الإرهابية والتعامل معها	26	26	28	28	22	22	18	18	6	6	3.50	1.227	70	9

يشير الجدول السابق إلى أن تقييم النخبة الأكاديمية الإعلامية عينة الدراسة لمعالجة وسائل الإعلام الجديد بمختلف أدواته للأحداث الإرهابية الخاصة بمصر يتسم بالسلبية، وقد اتضح ذلك من نسبة موافقة النخبة عينة الدراسة على سمات المعالجة، حيث تصدرت عبارة "الافتقار إلى الكوادر الإعلامية المؤهلة والمتخصصة القادرة على تقديم معالجة موضوعية للأحداث" بوزن نسبى للموافقة 82%، تأتى بعدها عبارة "هيمنة الاعتبارات السياسية والإيديولوجية على التغطية الإعلامية للأحداث الإرهابية" بوزن نسبى للموافقة 81.2%، بينما جاءت فى الترتيب الثالث عبارة "الافتقار إلى المهنية الإعلامية فى التعامل مع أحداث الإرهاب" بوزن نسبى للموافقة 79.8%، ثم "غياب التغطية التحليلية والتفسيرية والتغطية ذات الطابع الاستقصائى لأحداث الإرهاب "بوزن نسبى 79%، وفى الترتيب الخامس تأتى عبارة "هيمنة الطابع الإخبارى على التغطية الإعلامية" بوزن نسبى للموافقة 75.4%.

ومما سبق ذكره حددت النخبة الأكاديمية الإعلامية عينة الدراسة سمات المعالجة الإعلامية للأحداث الإرهابية بشكل عام والأحداث الإرهابية بشكل خاص فى مصر عبر الإعلام الجديد بأدواته المتنوعه، حيث أشارت النخبة إلى أن المعالجة الإعلامية قد افتقرت إلى الكوادر الإعلامية المؤهلة والمتخصصة، كما أوضحت هيمنة الاعتبارات السياسية والأيديولوجية على المعالجة، والافتقار إلى المهنية الإعلامية فى التعامل مع الأحداث الإرهابية، وغياب التغطية التحليلية والتفسيرية وهيمنة الطابع الإخبارى على التناول الإعلامى، هذا بالإضافة إلى التهويل مما يؤثر على مصداقية الأحداث، وإضفاء الصبغة الرسمية على البيانات الإعلامية التى تعدها الجهات الأمنية، والمبالغة فى تقديم صورة إيجابية للمواجهة التى تقوم بها الأجهزة الأمنية فى الدولة لاحتواء الأحداث الإرهابية والتعامل معها.

وتتفق هذه النتيجة مع خصائص الإعلام الجديد بأدواته المتنوعة التى تتضمن المواقع الإخبارية وشبكات التواصل الاجتماعى والصحف الإلكترونية والمدونات والمنتديات، واختلاف الخصائص بين هذه الوسائل المتنوعة والتى بطبعها تنعكس على معالجة وتناول الأحداث الإرهابية، فأغلب هذه الوسائل لا تخضع للرقابة وبالتالى تعكس أغلبها الاعتبارات السياسية والأيديولوجية للقائمين على الرسالة الإعلامية، والجمهور الذى يتفاعل معها مثل الصفحات والمواقع الخاصة بالتنظيمات الإرهابية، كما أنها نادرًا ما تعتمد على الكوادر الإعلامية لأنها تتيح لكافة أطراف العملية الاتصالية المشاركة والتفاعل مع الأحداث التى تتناولها، وتتصف هذه الوسائل بالآنية والفورية فى تناول الأحداث الخاصة بالإرهاب مما يجعل المعالجة تفتقر إلى التحليل والتفسير، وقد تلجأ بعض هذه الوسائل إلى التهويل فى عرض مثل هذه الأحداث لجذب اهتمام الرأى العام ودفعه للتفاعل مع هذه الأحداث، كما أشارت النخبة عينة الدراسة إلى أن بعض وسائل الإعلام الجديد ـــ وخاصة الوسائل التابعة لجهات

رسمية ـــــ تعتمد على إضفاء الصبغة الرسمية والمبالغة فى تقديم صورة إيجابية للمواجهة تقوم على دور الأجهزة الأمنية فى الدولة فى التعامل مع هذه الأحداث.

(جدول رقم 12)

اتجاه النخبة عينة الدراسة حول تقييم معالجة وسائل الإعلام الجديد للأحداث الإرهابية فى مصر

اتجاه النخبة عينة الدراسة حول تقييم معالجة وسائل الإعلام الجديد للأحداث الإرهابية فى مصر	ك	%
سلبى	2	2
محايد	39	39
إيجابى	59	59
الإجمالى	100	100

كا2: 50.180 درجة الحرية: 2 المعنوية : 0.000 دال

يوضح الجدول السابق المقياس الخاص بتقييم النخبة الأكاديمية الإعلامية عينة الدراسة لمعالجة وسائل الإعلام الجديد للأحداث الإرهابية فى مصر، فبلغت نسبة الاتجاه الإيجابى 59%، وبلغت نسبة الاتجاه المحايد 39%، فى حين بلغت نسبة الاتجاه السلبى 2%، ويعكس ذلك مدى موافقة النخبة على سمات المعالجة السلبية للأحداث الإرهابية فى وسائل الإعلام الجديد، حيث حازت أغلب العبارات على وزن نسبى للموافقة يتراوح ما بين 82% إلى 70%، وتتفق هذه النتيجة مع ما تظهره المؤشرات الإحصائية من حيث وجود فروق فى اتجاهات النخبة نحو سمات المعالجة، حيث بلغت قيمة كا2 50.180، وهى قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية 0.000.

11- آليات تناول وسائل الإعلام الجديد للأحداث الإرهابية فى مصر ومعالجتها من وجهة نظر النخبة الأكاديمية الإعلامية عينة الدراسة

(جدول رقم 13)

آليات تناول وسائل الإعلام الجديد للأحداث الإرهابية فى مصر ومعالجتها من وجهة نظر النخبة الأكاديمية الإعلامية عينة الدراسة

الآليات	موافق جدا		موافق		محايد		معارض		معارض جدا		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%				
توحيد المصطلحات الخاصة بالإرهاب حتى لا تخدم ايديولوجية و أهداف الجماعات الإرهابية	63	63	32	32	5	5	-	-	-	-	4.58	,589	91.6	1

التركيز على كيفية مواجهة للإرهاب وليس مجرد تغطية الحدث الإرهابى	63	63	31	31	6	6	-	-	-	-	4.57	,607	91.4	2
إنشاء وحدة رصد لدراسة التناول الإعلامى لقضايا الإرهاب	66	66	26	26	6	6	-	-	2	2	4.54	,784	90.8	3
سن ميثاق شرف إعلامى لكافة المؤسسات الإعلامية فى تناول الأحداث الإرهابية	64	64	26	26	10	10	-	-	-	-	4.54	,673	90.8	3
موضوعية المعالجة الإعلامية وإبراز مواقف الأطراف الفاعلة فى الأحداث	58	58	35	35	5	5	1	1	1	1	4.48	,731	89.6	4
إبراز دور المواطن ومؤسسات المجتمع المدنى فى مكافحة الإرهاب	58	58	31	31	11	11	-	-	-	-	4.47	,688	89.4	5
الاهتمام بالمعالجات المتعمقة فى مواجهة الأحداث الإرهابية	55	55	36	36	8	8	1	1	-	-	4.45	,687	89	6
إبراز الجوانب الإيجابية فى العمل الأمنى لمكافحة الإرهاب	47	47	37	37	16	16	-	-	-	-	4.31	,734	86.2	7
إنشاء شبكة معلومات عن الحركات الإرهابية	57	57	22	22	17	17	3	3	1	1	4.31	,929	86.2	7

عدم التوسع فى نشر البيانات والتهديدات الصادرة عن الإرهابيين	44	44	35	35	12	12	8	8	1	1	4.13	,981	82.6	8
عدم تصوير الإرهاب ى كصانع للأحداث	44	44	34	34	11	11	7	7	4	4	4.07	1.094	81.4	9
تجنب التركيز على الجوانب الشخصية للإرهابيين وعدم نشر صورهم إلا فى حدود	32	32	43	43	10	10	11	11	4	4	3.88	1.104	77.6	10

يتضح من الجدول السابق وجهة نظر النخبة الأكاديمية الإعلامية عينة الدراسة حول آليات معالجة الأحداث الخاصة بالإرهاب فى وسائل الإعلام الجديد، حيث ترتبط هذه النتيجة بالنتيجة السابقة التى حدد فيها أفراد العينة سمات معالجة الإعلام الجديد بمختلف أدواته للأحداث الإرهابية فى مصر، وتصدرت عبارة "توحيد المصطلحات الخاصة بالإرهاب حتى لا تخدم أيديولوجية وأهداف الجماعات الإرهابية" بوزن نسبى للموافقة بلغ 91.6%، تأتى بعدها فى الترتيب الثانى عبارة "التركيز على كيفية مواجهة الإرهاب وليس مجرد تغطية الحدث الإرهابى" بوزن نسبى للموافقة 91.4%، فى حين تساوت عبارتى "إنشاء وحدة رصد لدراسة التناول الإعلامى لقضايا الإرهاب"، و"سن ميثاق شرف إعلامى لكافة المؤسسات الإعلامية فى تناول الأحداث الإرهابية" بوزن نسبى للموافقة 90.8% لكل منهما، كما بلغ الوزن النسبى للموافقة على عبارة "موضوعية المعالجة الإعلامية وإبراز مواقف الأطراف الفاعلة فى الأحداث" 89.6%، وتُلاحظ الفروق النسبية البسيطة بين الأوزان النسبية للموافقة على العبارات المقترحة لآليات معالجة الإعلام الجديد بأدواته المتنوعة للأحداث الإرهابية.

وتتفق هذه النتيجة مع العديد من النتائج التى أشارت إليها الدراسات السابقة مثل **دراسة هويدا مصطفى بعنوان "مهارات عملية فى التعامل مع ظاهرة التطرف والإرهاب: التأهيل والتدريب"**، والتى أكدت فيها عينة من النخبة الإعلامية أن مفهوم الإرهاب غير واضح وغامض ولا يوجد معنى واضح ومحدد للجميع للتعامل مع مثل هذا النوع من الموضوعات، بالإضافة إلى وجود خلط بين بعض المفاهيم "الكارثة، الأزمة، الإرهاب"، وضرورة البعد عن الكلمات المطاطية التى قد تحمل أكثر من معنى، **وكذلك دراسة آمال قرامى بعنوان "ضوابط استعمال الفيديو والصورة فى الإعلام العربى"** والتى توصلت إلى ضرورة التأطير الأكاديمى، وإعادة بناء المفاهيم، وتجديد آليات التفكيك وتحليل الإشارات التعبيرية فى الصور والفيديو، ذلك

بالإضافة إلى **دراسة سيد الريشى بعنوان "بناء الروايات: دراسة فى أطر الإرهاب فى أخبار المواقع الإخبارية لقناتى الجزيرة والعربية على الانترنت"** والتى أشارت إلى تركيز التغطية الإخبارية على نشر ودعم المواقف والقرارات الرسمية المتعلقة بالإرهاب، **ودراسة مورا كونواى بعنوان "مكافحة الإرهاب عبر الإنترنت: تقييم الحرب الباردة على الإرهاب"** والتى توصلت إلى ضرورة سن التشريعات ووضع الضوابط مثل حظر بعض المضامين ومقاطع الفيديو.

(جدول رقم 14)

اتجاه النخبة عينة الدراسة نحو الضوابط المقترحة لمعالجة وسائل الإعلام الجديد للأحداث الإرهابية فى مصر

اتجاه االنخبة عينة الدراسة حول الضوابط المقترحة لمعالجة الإعلام الجديد للأحداث الإرهابية فى مصر	ك	%
محايد	6	6
ايجابي	94	94
الإجمالى	100	100

كا2: 77.440 درجة الحرية: 1 المعنوية : 0.000 دال

يوضح الجدول السابق المقياس الخاص بآليات معالجة وسائل الإعلام الجديد للأحداث الإرهابية حيث جاء اتجاه النخبة عينة الدراسة إيجابيًا نحو هذه الآليات المقترحة للمعالجة بنسبة 94%، مما يؤكد ويدعم النتيجة التى توصل إليها البحث الحالى فى تصميم إستراتيجية لكيفية تناول الإعلام الجديد بمختلف أدواته للأحداث الإرهابية حيث تراوح الوزن النسبى للموافقة على العبارات من 91.6% : 77.8%، وتتسق هذه النتيجة مع ما تظهره المؤشرات الإحصائية من حيث وجود فروق بين أفراد العينة فى تصور الآليات الخاصة بمعالجة وسائل الإعلام الجديد للأحداث الإرهابية حيث بلغت قيمة كا2 77.440 وهى قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية 0.000

12- تقييم النخبة الأكاديمية الإعلامية عينة الدراسة لدور وسائل الإعلام الجديد فى دعم/مكافحة للإرهاب فى مصر

(جدول رقم 15)

تقييم النخبة الأكاديمية الإعلامية عينة الدراسة لدور وسائل الإعلام الجديد فى دعم/مكافحة الإرهاب فى مصر

العبارة	موافق جدا		موافق		محايد		معارض		معارض جدا		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%				
تبرز تضحيات رجال الشرطة والجيش المصري	42	42	38	38	15	15	5	5	-	-	4.17	,865	83.4	1

تساعد على فضح جرائم التنظيمات الإرهابية ضد الإنسانية	35	35	47	47	14	14	3	3	1	1	4.12	,832	82.4	2
تشجع وسائل الإعلام الجديد نشر المضامين الساخرة من التنظيمات الإرهابية	19	19	40	40	32	32	8	8	1	1	3.68	,909	73.6	3
توفر للجمهور قاعدة معلوماتية وحقائق أمنية حول ظاهرة الإرهاب	16	16	46	46	24	24	9	9	5	5	3.59	1.026	71.8	4
توظف كل ما يبث عبر وسائل الإعلام الجديد لخدمة الإستراتيجية الأمنية للدولة	20	20	33	33	32	32	13	13	2	2	3.56	1.018	71.2	5
تخلق وسائل الاعلام الجديد رؤية جديدة للتعامل مع دعاية التنظيمات الإرهابية	17	17	42	42	24	24	9	9	8	8	3.51	1.124	70.2	6
تقوم بدور كبير فى توفير وسائل للإبلاغ عن أى حوادث مشتبه بوقوعها	15	15	28	28	39	39	15	15	3	3	3.37	1.012	67.4	7
ترد على الشائعات من خلال نشر المعلومات الصحيحة	10	10	37	37	36	36	12	12	5	5	3.35	,989	67	8
توجه وسائل الاعلام الجديد الحكومة لطبيعة المواثيق اللازمة للتصدى للإرهاب	18	18	26	26	34	34	17	17	5	5	3.35	1.114	67	8
توفر وسائل الاعلام الجديد قواعد بيانات كمادة معرفية يمكن الإستفادة منها لتنظيم وتخطيط الهجمات الإرهابية	4	4	18	18	34	34	27	27	17	17	2.65	1.086	53	9
تصور وسائل الاعلام الجديد بعض الإرهابيين فى بعض الأحيان بمظهر الأبطال	15	15	13	13	17	17	23	23	32	32	2.56	1.438	51.2	10

تدفع الناس إلى الخوف من الجماعات الإرهابية	4	4	11	11	27	27	33	33	25	25	33	33	2.36	1.097	47.2	11
تصدر وسائل الاعلام الجديد صورة مشوهة عن مصر فى الخارج	5	5	6	6	25	25	31	31	33	33	31	31	2.19	1.116	43.8	12
تعطى الفرصة للإرهابيين فى إبراز مهاراتهم وقدراتهم فى استخدام تقنيات الاتصال	4	4	11	11	15	15	38	38	32	32	38	38	2.17	1.120	43.4	13
قد تساهم تلك الوسائل فى تحريك وربط الخلايا الإرهابية النائمة	3	3	6	6	22	22	38	38	31	31	38	38	2.12	1.018	42.4	14
أحيانا تروج لأفكار التنظيمات الإرهابية	2	2	7	7	16	16	45	45	30	30	45	45	2.06	,962	41.2	15
قد ينجرف بعض الشباب للتنظيمات الإرهابية من خلال الإنضمام لها عبر تلك الوسائل	-	-	7	7	23	23	33	33	37	37	33	33	2.00	,943	40	16
قد تستغل الجماعات الإرهابية تلك الوسائل فى تضخيم إخفاقات النظم السياسية أمام الرأى العام	-	-	2	2	17	17	43	43	38	38	43	43	1.83	,779	36.6	17

يعرض الجدول السابق دور وسائل الإعلام الجديد ـ من خلال تناولها الأحداث الإرهابية فى مصر ـ فى دعم ونشر الإرهاب أو مكافحته والتصدى له، حيث أشارت العديد من الدراسات السابقة إلى متغير كيفية استخدام وسائل الإعلام الجديد فى مكافحة الإرهاب فى حين أشارت دراسات أخرى إلى أن وسائل الإعلام الجديد لها دور فى نشر ودعم الإرهاب، وقد حاولت الدراسة الحالية تحديد آراء واتجاهات النخبة الأكاديمية الإعلامية عينة الدراسة فى هذا التساؤل من خلال تصميم المقياس الذى توضحه عبارات الجدول السابق.

ويلاحظ تصدر عبارة "تبرز تضحيات رجال الشرطة والجيش المصرى" عبارات المقياس بوزن نسبى للموافقة بلغ 83.4%، تأتى بعدها عبارة "تساعد على فضح جرائم التنظيمات الإرهابية ضد الانسانية" بوزن نسبى للموافقة بلغ 82.4%، فى حين جاء فى الترتيب الثالث بفارق نسبى بلغ تقريبًا 10% عبارة "تشجع وسائل الإعلام الجديد على نشر المضامين الساخرة من التنظيمات الإرهابية" بوزن نسبى للموافقة بلغ 73.6%، ثم عبارة "توفر للجمهور قاعدة معلوماتية وحقائق أمنية حول

ظاهرة الإرهاب" بوزن نسبى للموافقة بلغ 71.8%، وفى الترتيب الخامس جاءت عبارة "توظف كل ما يبث عبر وسائل الإعلام الجديد لخدمة الإستراتيجية الأمنية للدولة" بوزن نسبى للموافقة بلغ 71.2%.

فى حين تراجعت نسبة موافقة النخبة الأكاديمية الإعلامية عينة الدراسة ـــ إلى حد ما ـــ على عبارات مثل "تدفع الناس إلى الخوف من الجماعات الإرهابية" حيث بلغ الوزن النسبى للموافقة 47.2%، و"تصدر وسائل الإعلام الجديد صورة مشوهة عن مصر فى الخارج" بوزن نسبى للموافقة 43.8%، وبلغ الوزن النسبى للموافقة على عبارة "تعطى الفرصة للإرهابيين فى إبراز مهاراتهم وقدراتهم فى استخدام تقنيات الاتصال" 43.4%، وحظيت عبارة "قد تساهم تلك الوسائل فى تحريك وربط الخلايا الإرهابية النائمة" بوزن نسبى للموافقة بلغ 42.4%، و"أحيانا تروج لأفكار التنظيمات الإرهابية" بلغ الوزن النسبى للموافقة على العبارة 41.2%، فى حين انخفض الوزن النسبى للموافقة على عبارة "قد تستغل الجماعات الإرهابية تلك الوسائل فى تضخيم إخفاقات النظم السياسية أمام الرأى العام" إلى 36.6%.

ومما سبق ذكره يتضح أن النخبة عينة الدراسة وافقت بنسبة أكبر على الشق الإيجابى من المقياس حيث حازت العبارات الإيجابية الخاصة بدور وسائل الإعلام الجديد فى التصدى للإرهاب بوزن نسبى أكبر للموافقة، وقد يرتبط ذلك بطبيعة وخصائص النخبة الأكاديمية عينة الدراسة وتخصصها فى الجانب الأكاديمى للدراسات وبحوث الإعلام، إلى جانب تقييم الدراسة للإعلام الجديد بشكل عام بأدواته المتنوعة دون الاقتصار على أداة بعينها، واعتماد الدراسة على تقييم المعالجة للأحداث الإرهابية فى مصر.

واتفقت نتائج هذه الدراسة مع **دراسة الصادق الحمامى بعنوان "الميديا الاجتماعية والإرهاب: الاستخدامات وسبل ترشيدها"** والتى قدمت توصيفًا لوسائل الإعلام الاجتماعية فى التصدى للإرهاب ومكافحته مثل رصد المضامين الإرهابية ومكافحتها، وتعزيز التنظيم الذاتى فى وسائل الإعلام الاجتماعية، ووضع آليات قانونية لمعاقبة الإشادة بالأعمال الإرهابية، **ودراسة مها عبد المجيد بعنوان "الخطاب الإعلامى للجماعات الإرهابية على مواقع التواصل الاجتماعى وإستراتيجيات المواجهة وآلياتها"** والتى توصلت إلى غلبة نسبة من يعتقدون أن الجماعات الإرهابية ليست بنفس القوة التى تظهرها وسائل الإعلام، ووعيهم بأن الإعلام يسعى من ذلك إلى تحقيق الإثارة والتشويق وجذب الجمهور، **ودراسة أسماء الإبشيهى بعنوان "دور وسائل الإعلام الجديد فى تنمية الوعى بمخاطر الإرهاب: دراسة ميدانية"** حيث أشارت هذه الدراسة إلى توعية وسائل الإعلام الجديد للمواطنين وتبصيرهم بواجبهم حيال الأمن الوطنى، ودور وسائل الإعلام الجديد فى تنمية الوعى بمخاطر الإرهاب مع تحصين أفراد المجتمع ضد المؤثرات والثقافات الواردة.

فى حين لم تتفق هذه النتيجة مع عديد من نتائج الدراسات السابقة الأخرى مثل **دراسة إيمان الشرقاوى بعنوان "جدلية العلاقة بين الإعلام الجديد والممارسات الإرهابية: دراسة تطبيقية على شبكات التواصل الاجتماعى"** والتى توصلت إلى تعدد الأهداف التى تسعى الجماعات الإرهابية إلى تحقيقها من خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعى، وفى مقدمتها بالنسبة للمؤسسات الأمنية بث الرعب فى النفوس، فى حين أشار الإعلاميون إلى إن الأهداف التى تسعى إليها الجماعات الإرهابية تتحدد فى تحقيق الاتصال الداخلى بين أفرادها بأمان، **ودراسة أسماء الإبشيهى بعنوان "دور وسائل الإعلام الجديد فى تنمية الوعى بمخاطر الإرهاب: دراسة ميدانية"** حيث أشارت إلى أن وسائل الإعلام الجديد مارست دورًا فى نشر الإرهاب، **وكذلك دراسة مارك نكله بعنوان "تمويل الإرهاب والإعلام الاجتماعى"** والتى توصلت إلى سيطرة الإرهابيين على وسائل الإعلام الاجتماعية لاستخدامها فى الدعاية والتجنيد، **ودراسة ليفى ويست بعنوان "#الجهاد: الإعلام الاجتماعى كسلاح"** التى أشارت فى نتائجها إلى أن الإنترنت بوسائلها المتنوعة ومن خلال تناولها للأحداث الإرهابية واستخدام الجماعات الإرهابية لها قد وفرت البيئة المثالية لدعم الإرهاب والقيام بالهجمات والأعمال الإرهابية، **هذا بالإضافة إلى دراسة غابرييل ويمان بعنوان "الصراعات الاجتماعية ومحاكمتها: إرهاب الإنترنت"** التى خلصت إلى العديد من النتائج أهمها أن الإنترنت ووسائل الإعلام الجديد يمثلان الأداة الأكثر شعبية فى نشر الإرهاب الجديد، كما أشارت إلى ضرورة التحكم فى مواقع الإنترنت الخاصة بالإرهابيين من خلال الإجراءات الاحترازية والوقائية باعتبارها إستراتيجية مستخدمة فى حالة الصراع ولا تعد انتهاكًا للحرية المدنية بالإضافة إلى أساليب تقنية محددة، **وكذلك دراسة ديرك أوغا وانى داس بعنوان "الإرهاب فى الإعلام: الخوف، الغضب، إدراك المخاطر فى أخبار المنتديات الهولندية والعربية"** التى توصلت إلى أن تكرار تناول الحوادث الإرهابية فى أخبار المنتديات يجعل الجمهور يبالغ فى تقديرها وإدراكها، وزيادة أخبار الإرهاب على المنتديات قد ارتبطت بزيادة شعور الجمهور وإدراكهم للخطر وإحساسهم بالخوف والتعبير عن الغضب عبر المنتديات، هذا إلى جانب **دراسة مورا كونواى بعنوان "مكافحة الإرهاب عبر الإنترنت وتقييم الحرب الباردة على الإرهاب"** التى أشارت إلى دور وسائل الإعلام الجديد فى دعم ونشر الإرهاب وأوضحت أن الحكومات فى الدول الديمقراطية والديكتاتورية لم تستطع السيطرة على نشر مضامين الكراهية والعنف عبر الإنترنت ووسائل الإعلام الجديد والمواقع الإلكترونية للإرهابيين، **ودراسة ديتون فيدنز بعنوان "أيديولوجيا العصور الوسطى وتكنولوجيا القرن الحادى والعشرين: القاعدة والإرهاب والانترنت"** التى توصلت إلى أن الإنترنت ما هو إلا "صندوق أدوات" يُستخدم بشكل سرى أو علنى لنشر الإرهاب وتحقيق أهداف الإرهابيين، كما توصلت **دراسة غابرييل ويمان بعنوان "الإرهاب الافتراضى: كيف يستخدم الإرهابيون الجدد شبكة الإنترنت"** إلى ان الإنترنت أصبحت منتدى الجماعات الإرهابية والإرهابيين لنشر رسائل الكراهية والعنف، وربط الإرهاب بمشاعر الخوف والحرب النفسية والشعور بالخطر.

ومن العرض السابق للنتائج يتضح اتفاق واختلاف النتيجة الخاصة بدور وسائل الإعلام الجديد فى نشر الإرهاب أو التصدى له مع عديد من الدراسات السابقة بشكل جزئى، فأغلب الدراسات السابقة رأت أن الإعلام الجديد ينشر الإرهاب ويدعمه ـــ

وإن كانت أغلب هذه الدراسات دراسات أجنبية ـــ فى حين جاء اتجاه النخبة عينة الدراسة محايدًا نحو هذا الدور وإن ارتفعت نسبة موافقتهم على العبارات الخاصة بتصدى وسائل الإعلام الجديد للإرهاب، وقد يرتبط ذلك بالحدود الزمنية والمكانية للدراسة التى اقتصرت على الأحداث الإرهابية الخاصة بمصر، وطُبقت على النخبة الأكاديمية المصرية فى مجال الإعلام.

ويجدر الأشارة هنا إلى ان أغلب الدراسات التى أكدت أن وسائل الإعلام الجديد بشكل عام وشبكات التواصل الاجتماعى بشكل خاص تدعم الإرهاب وتنشره كانت دراسات أجنبية، مما يؤكد اختلاف ماهية الحدث الإرهابى ودقة توصيفه بين الدول الأجنبية والدول العربية، واختلاف ثقافة المجتمعات العربية والغربية فى التعامل مع الإرهاب وتحديد الظاهرة الإرهابية وتأثيراتها.

(جدول رقم 16)

اتجاه النخبة عينة الدراسة حول تقييم

دور وسائل الإعلام الجديد فى دعم/مكافحة الإرهاب فى مصر

اتجاه النخبة عينة الدراسة حول تقييم دور وسائل الإعلام الجديد فى دعم / مكافحة للإرهاب فى مصر	ك	%
سلبى	6	6
محايد	92	92
ايجابى	2	2
الإجمالى	100	100

كا2: 155.120 درجة الحرية: 2 المعنوية : 0.000 دال

يوضح الجدول السابق المقياس الخاص بتقييم النخبة الأكاديمية الإعلامية لدور وسائل الإعلام الجديد فى دعم الإرهاب أو مكافحته ويتضح أن نسبة الاتجاه المحايد بلغت 92%، وهذا يبرز أن النخبة عينة الدراسة عبرت بشكل متوازن ومحايد نحو تحديد دور وسائل الإعلام الجديد فى نشر الإرهاب أو التصدى له، وإن كانت النتائج قد أشارت إلى أن الوزن النسبى لموافقة العينة على العبارات الخاصة بتصدى وسائل الإعلام الجديد للإرهاب ومكافحته أعلى من الوزن النسبى لموافقتهم على العبارات الخاصة بنشر وسائل الإعلام الجديد للإرهاب ودعمه.

وتتسق هذه النتيجة مع ما تظهره المؤشرات الإحصائية من حيث وجود فروق بين اتجاهات وآراء النخبة عينة الدراسة فى تحديد دور وسائل الإعلام الجديد فى دعم أو التصدى للإرهاب حيث بلغت قيمة كا2 155.120 وهى قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية 0.000.

13- تقييم النخبة الأكاديمية الإعلامية عينة الدراسة لتأثير المعلومات المتداولة فى وسائل الإعلام الجديد عن الأحداث الإرهابية على صورة مصر

(جدول رقم 17)

تقييم النخبة عينة الدراسة لتأثير المعلومات المتداولة فى وسائل الإعلام الجديد عن الأحداث الإرهابية على صورة مصر

العبارة	موافق جدا		موافق		محايد		معارض		معارض جدا		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%				
تظهر مشاركة الفئات المختلفة للجمهور المصرى فى محاربة الإرهاب عبر وسائل الإعلام الجديد	24	24	41	41	20	20	12	12	3	3	3.71	1.057	74.2	1
تدعم وسائل الإعلام الجديد دور مصر فى حفظ امنها وامن الدول العربية من خطر الإرهاب	23	23	27	27	37	37	10	10	3	3	3.57	1.047	71.4	2
تناول وسائل الإعلام الجديد للأحداث الإرهابية يبرز دور مصر فى الحفاظ على صورة الإسلام وتصحيحها لدى دول العالم	22	22	28	28	33	33	13	13	4	4	3.51	1.096	70.2	3
تعكس وسائل الإعلام الجديد صورة ايجابية لقوة الدولة المصرية فى مواجهة الإرهاب	17	17	27	27	34	34	15	15	7	7	3.32	1.136	66.4	4
متابعة الأحداث الإرهابية عبر وسائل الإعلام الجديد تعكس صورة سلبية عن مصر لدى شعوب العالم	2	2	20	20	20	20	31	31	27	27	2.39	1.145	47.8	5
أرى ان مصر تتعرض للتآمر من الخارج عبر وسائل الإعلام الجديد	7	7	13	13	16	16	25	25	39	39	2.24	1.288	44.8	6
كثير من الفكر المتطرف ينتشر فى مصر عبر وسائل الإعلام الجديد	1	1	9	9	15	15	38	38	37	37	1.99	990,	39.8	7
مصر مستهدفة من جماعات متطرفة تنشر الشائعات على وسائل الإعلام الجديد	3	3	5	5	13	13	32	32	47	47	1.85	1.029	37	8

نستخلص من الجدول السابق، تقييم النخبة الأكاديمية الإعلامية عينة الدراسة لتأثير المعلومات المتداولة فى معالجة الأحداث الإرهابية الخاصة بمصر عبر الإعلام الجديد بأدواته المتنوعة على صورة مصر، حيث تصدرت المرتبة الأولى عبارة "تظهر مشاركة الفئات المختلفة للجمهور المصرى فى محاربة الإرهاب عبر وسائل الإعلام الجديد" بوزن نسبى للموافقة بلغ 74.2%، تأتى بعدها عبارة "تدعم وسائل الإعلام الجديد دور مصر فى حفظ أمنها وأمن الدول العربية من خطر الإرهاب" بوزن نسبى للموافقة بلغ 71.4%، ثم عبارة "تناول وسائل الإعلام الجديد للأحداث الإرهابية يبرز دور مصر فى الحفاظ على صورة الإسلام وتصحيحها لدى دول العالم" بوزن نسبى للموافقة بلغ 70.2%، وفى الترتيب الرابع تأتى عبارة "تعكس وسائل الإعلام الجديد صورة إيجابية لقوة الدولة المصرية فى مواجهة الإرهاب" بوزن نسبى للموافقة بلغ 66.4%، فى حين جاءت عبارة "متابعة الأحداث الإرهابية عبر وسائل الإعلام الجديد تعكس صورة سلبية عن مصر لدى شعوب العالم" فى الترتيب الخامس بفارق نسبى كبير حيث بلغ الوزن النسبى لموافقة النخبة عينة الدراسة على هذه العبارة 47.8%.

ويتضح من النتائج السابقة أن النخبة عينة الدراسة ترى أن المعلومات المتداولة عبر وسائل الإعلام الجديد فى معالجة الأحداث الإرهابية فى مصر لا تؤثر على صورة مصر، فحازت العبارات الإيجابية على وزن نسبى للموافقة بنسبة أعلى من العبارات السلبية، وإن انخفضت نسبة الموافقة بشكل عام على عبارات المقياس، فحددت النخبة أن مشاركة وتناول ومعالجة مثل هذه الأحداث عبر الإعلام الجديد بأدواته المتنوعة تظهر مشاركة الفئات المختلفة للجمهور المصرى فى محاربة الإرهاب، وأن وسائل الإعلام الجديد تدعم دور مصر فى حفظ أمنها وأمن الدول العربية من خطر الإرهاب، كما أن تناول الأحداث الإرهابية عبر وسائل الإعلام الجديد يبرز دور مصر فى الحفاظ على صورة الإسلام وتصحيحها لدى دول العالم، وأن وسائل الإعلام الجديد بمعالجتها لهذه الأحداث تعكس صورة إيجابية لقوة الدول المصرية فى مواجهة الإرهاب والتصدى له، وتتفق هذه النتيجة مع النتائج السابقة التى أشارت إلى أن النخبة عينة الدراسة ترى أن وسائل الإعلام الجديد تتصدى للإرهاب وتكافحه.

وفيما يتعلق بدور مصر فى حفظ أمنها وأمن الدول العربية من خطر الإرهاب وأن تناول الأحداث الإرهابية عبر وسائل الإعلام الجديد يبرز دور مصر فى الحفاظ على صورة الإسلام وتصحيحها لدى دول العالم، اتفقت هذه النتيجة مع النتائج التى توصلت إليها **دراسة سيد الريشى بعنوان "بناء الروايات: دراسة أطر الإرهاب فى أخبار المواقع الإخبارية لقناتى الجزيرة و العربية على الإنترنت"** والتى أشارت إلى أن غالبية ضحايا الإرهاب من المسلمين.

(جدول رقم 18)

اتجاه النخبة عينة الدراسة حول تأثير المعلومات المتداولة فى وسائل الإعلام الجديد عن الأحداث الإرهابية على صورة مصر

اتجاه النخبة عينة الدراسة حول تأثير المعلومات المتداولة فى الإعلام الجديد عن الأحداث الإرهابية على صورة مصر	ك	%
سلبى	13	13
محايد	85	85
ايجابى	2	2
الإجمالى	100	100

كا2: 121.940 درجة الحرية: 2 المعنوية : 0.000
دال

تتسق هذه النتائج مع المؤشرات الإحصائية، من حيث وجود فروق بين آراء واتجاهات النخبة الأكاديمية الإعلامية عينة الدراسة فى تحديد تأثير المعلومات المتداولة للمعالجة الإعلامية للأحداث الإرهابية على صورة مصر، حيث بلغت قيمة كا2 121.940 وهى قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية 0.000.

ومن خلال المقياس الخاص بتأثير المعلومات المتداولة فى تناول الأحداث الإرهابية فى مصر عبر وسائل الإعلام على صورة مصر، يتضح أن اتجاه النخبة عينة الدراسة محايد بنسبة 85%، وإن كان الوزن النسبى لموافقتهم على العبارات الخاصة بأن تناول هذه الأحداث عبر وسائل الإعلام الجديد يعكس صورة إيجابية لمصر جاء فى الصدارة.

14- تقييم النخبة الأكاديمية الإعلامية عينة الدراسة لمدى التزام وسائل الإعلام الجديد بمسئوليتها الاجتماعية تجاه الجمهور والمجتمع فى تناول الأحداث الإرهابية فى مصر

(جدول رقم 19)

تقييم النخبة عينة الدراسة لمدى التزام وسائل الإعلام الجديد بمسئوليتها الاجتماعية تجاه الجمهور والمجتمع فى تناول الأحداث الإرهابية فى مصر

العبارة	موافق جدا		موافق		محايد		معارض		معارض جدا		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%				
اشراك الجمهور والمجتمع المدنى من خلال وسائل الإعلام الجديد فى النقاش حول الإرهاب وانعكاساته على المجتمع	20	20	47	47	24	24	6	6	3	3	3.75	,947	75	1
تأكيد أن مسئولية مكافحة الإرهاب	20	20	43	43	26	26	7	7	4	4	3.68	1.004	73.6	2

مسئولية جماعية تضامنية														
تعظيم دور المواطن فى القيام بمسئوليته الاجتماعية ومساندة الأجهزة الامنية فى صراعها ضد الإرهاب	26	26	32	32	27	27	7	7	8	8	3.61	1.180	72.2	3
تأصيل الاحساس بالمسئولية الإعلامية الامنية تجاه الجمهور والمجتمع	11	11	35	35	35	35	15	15	4	4	3.34	,997	66.8	4
لا تعكس وسائل الإعلام الجديد مختلف الآراء والأفكار حول الحدث الإرهابي	11	11	27	27	26	26	22	22	14	14	2.99	1.227	59.8	5
التزام وسائل الإعلام الجديد بمعايير الصدق والموضوعية والدقة	11	11	20	20	31	31	29	29	9	9	2.95	1.140	59	6
وسائل الإعلام الجديد لا تتيح مساحة للمشاركة الشعبية والمساهمة التطوعية من الافراد ومنظمات المجتمع المدنى فى التصدى للأعمال الإرهابية	9	9	22	22	33	33	24	24	12	12	2.92	1.143	58.4	7
لا تشارك وسائل الإعلام الجديد بمختلف توجهاتها وأنماط ملكيتها فى المسئولية الاجتماعية انطلاقا مما تمليه الوظائف المهنية والاجتماعية لوسائل الإعلام من مسئولية تجاه المجتمع	6	6	19	19	23	23	32	32	20	20	2.59	1.181	51.8	8
وسائل الإعلام الجديد لا تساهم فى تعزيز المناعه المجتمعية والحد من التأثيرات السلبية	5	5	16	16	24	24	33	33	22	22	2.49	1.150	49.8	9
القائم بالاتصال فى وسائل الإعلام الجديد لا يلتزم بالمسئولية الاجتماعية تجاه مجتمعه	1	1	10	10	36	36	36	36	17	17	2.42	,923	48.4	10

يوضح الجدول السابق، تقييم النخبة الأكاديمية الإعلامية عينة الدراسة لمدى التزام وسائل الإعلام الجديد بمسئوليتها الاجتماعية تجاه الجمهور والمجتمع فى تناول الأحداث الإرهابية فى مصر، حيث تصدرت عبارة "إشراك الجمهور والمجتمع المدنى من خلال وسائل الإعلام الجديد فى النقاش حول الإرهاب وانعكاساته على

المجتمع" عبارات المقياس بوزن نسبى للموافقة بلغ 75%، جاءت بعدها عبارة "تأكيد أن مسئولية مكافحة الإرهاب مسئولية جماعية تضامنية" بوزن نسبى للموافقة بلغ 73.6%، ثم عبارة "تعظيم دور المواطن فى القيام بمسئوليته الاجتماعية ومساندة الأجهزة الأمنية فى صراعها ضد الإرهاب" بوزن نسبى للموافقة 72.2%، فى حين بلغ الوزن النسبى للموافقة على عبارة "تأصيل الاحساس بالمسئولية الإعلامية الامنية تجاه الجمهور والمجتمع" 66.8%، وجاءت عبارة "لا تعكس وسائل الإعلام الجديد مختلف الآراء والأفكار حول الحدث الإرهابى" فى الترتيب الخامس بوزن نسبى للموافقة بلغ 59.8%.

فى حين انخفض الوزن النسبى للموافقة على عبارات مثل "لا تشارك وسائل الإعلام الجديد بمختلف توجهاتها وأنماط ملكيتها فى المسئولية الاجتماعية انطلاقًا مما تمليه الوظائف المهنية والاجتماعية لوسائل الإعلام من مسئولية تجاه المجتمع" حيث بلغت 51.8%، ثم عبارة "وسائل الإعلام الجديد لا تساهم فى تعزيز المناعة المجتمعية والحد من التأثيرات السلبية" بوزن نسبى للموافقة بلغ 49.8%، كما بلغ الوزن النسبى للموافقة على عبارة "القائم بالاتصال فى وسائل الإعلام الجديد لا يلتزم بالمسئولية الاجتماعية تجاه مجتمعه" 48.4%.

ومما سبق ذكره، يتضح أن النخبة عينة الدراسة ترى أن وسائل الإعلام الجديد تلتزم بمسئوليتها الاجتماعية ـــ إلى حد ما ـــ فى تناول ومعالجة الأحداث الإرهابية فى مصر، حيث وافقت النخبة على أن وسائل الإعلام الجديد تشرك الجمهور والمجتمع المدنى فى المناقشة حول الإرهاب وإنعكاساته على المجتمع، وتؤكد أن مسئولية مكافحة الإرهاب مسئولية جماعية تضامنية، كما تعظم دور المواطن فى القيام بمسئوليته الاجتماعية ومساندة الأجهزة الأمنية فى صراعها ضد الإرهاب، وعمل على تأصيل الإحساس بالمسئولية الإعلامية والأمنية تجاه الجمهور والمجتمع، إلا أن النخبة عينة الدراسة قد أشارت إلى أن وسائل الإعلام الجديد لا تعرض مختلف الآراء والأفكار حول الحدث الإرهابى.

وتتفق نتائج هذه الدراسة ـــ جزئيًا ـــ مع النتائج التى توصلت إليها **دراسة الصادق الحمامى بعنوان "الميديا الاجتماعية والإرهاب: الاستخدامات وسبل ترشيدها"** حيث أشارت إلى توسيع مكافحة الإرهاب فى وسائل الإعلام الجديد من خلال مشاركة المواطنين فى التصدى للإرهاب، وتعظيم دور المواطن ومسئوليته تجاه الأجهزة الأمنية والمجتمع، **ودراسة ميكائيلا كاليس بعنوان "المواجهة: تحليل استخدام وسائل الإعلام الاجتماعى لمواجهة الإرهاب"** والتى توصلت إلى ضرورة تنسيق الجهود بين المنظمات الحكومية وغير الحكومية والقطاع الخاص فى إطار المسئولية الاجتماعية لوسائل الإعلام الجديد فى مواجهة الإرهاب.

وفيما يتعلق بالنتيجة الخاصة بأن "القائم بالاتصال فى وسائل الإعلام الجديد لا يلتزم بالمسئولية الاجتماعية تجاه مجتمعه"، والذى بلغ الوزن النسبى لموافقة النخبة

عينة الدراسة عليها 48.4%، فهى لم تتفق مع النتيجة التى **توصلت إليها دراسة آمال قرامى بعنوان "ضوابط استعمال الفيديو والصورة فى الإعلام العربى"** والتى أشارت إلى استهانة الإعلاميين بالمسئولية الاجتماعية والأخلاقية والقانونية الملقاه على عاتقهم.

(جدول رقم 20)

اتجاه النخبة عينة الدراسة حول مدى التزام وسائل الإعلام الجديد بمسئوليتها الاجتماعية نحو الجمهور والمجتمع فى تناول الأحداث الإرهابية فى مصر

اتجاه النخبة عينة الدراسة حول مدى التزام وسائل الإعلام الجديد بمسئوليتها الاجتماعية نحو الجمهور والمجتمع فى تناول الأحداث الإرهابية فى مصر	ك	%
سلبى	10	10
محايد	79	79
إيجابى	11	11
الإجمالى	100	100

كا2: 93.860 درجة الحرية: 2 المعنوية : 0.000 دال

يوضح الجدول السابق المقياس الخاص بتقييم النخبة الأكاديمية الإعلامية لالتزام وسائل الإعلام الجديد بمسئوليتها الاجتماعية تجاه الجمهور والمجتمع فى تناول الأحداث الإرهابية، ويتضح أن اتجاه النخبة عينة الدراسة قد اتسم بالحياد بنسبة 79%، وذلك على الرغم من أن العبارات الإيجابية الخاصة بالمقياس حازت على وزن نسبى للموافقة بنسبة أعلى من العبارات السلبية، إلا أن هناك فروقًا بين تقييم أعضاء النخبة عينة الدراسة، كما وافقت النخبة على بعض السلبيات الخاصة بوسائل الإعلام الجديد فى تناول الأحداث الإرهابية منها أن وسائل الإعلام الجديد لا تعكس مختلف الآراء والأفكار حول الحدث الإرهابى بوزن نسبى للموافقة 59.8%، وأن وسائل الإعلام الجديد لا تتيح مساحة للمشاركة الشعبية والمساهمة التطوعية من الأفراد ومنظمات المجتمع المدنى فى التصدى للأعمال الإرهابية بوزن نسبى للموافقة 58,4%، وأن وسائل الإعلام الجديد لا تشارك بمختلف توجهاتها وأنماط ملكيتها فى المسئولية الاجتماعية انطلاقًا مما تمليه الوظائف المهنية والاجتماعية لوسائل الإعلام من مسئولية تجاه المجتمع بوزن نسبى للموافقة 51.4%.

وتتسق هذه النتيجة مع ما تظهره المؤشرات الإحصائية من وجود فروق بين تقييم النخبة الأكاديمية الإعلامية عينة الدراسة لالتزام وسائل الإعلام الجديد بمسئوليتها الاجتماعية تجاه الجمهور والمجتمع، حيث بلغت قيمة كا2 93.860، وهى قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية 0.000.

15- تقييم النخبة الأكاديمية الإعلامية عينة الدراسة لأسباب اعتماد التنظيمات الإرهابية على الإنترنت ووسائل الإعلام الجديد

(جدول رقم 21)

تقييم النخبة عينة الدراسة لأسباب اعتماد التنظيمات الإرهابية على الإنترنت ووسائل الإعلام الجديد

تقييم النخبة عينة الدراسة لأسباب اعتماد التنظيمات الإرهابية على الإنترنت ووسائل الإعلام الجديد	ك	%
قلة التكلفة وسرعة الانتشار	76	76
سهولة التخفى لإجراء الاتصال	65	65
ضعف الرقابة الحكومية على الإنترنت	64	64
قدرتها على النقل الحر والسريع للمعلومات	62	62
تجنيد أعضاء جدد فى التنظيمات الإرهابية	57	57
قوة التأثير على الرأى العام	56	56
امتلاكها لأدوات التفاعل بين المرسل والمستقبل	54	54
استخدام الوسائط المتعددة كالصوت والصورة ومقاطع الفيديو	50	50
سهولة الاتصال بين أعضاء الخلايا الإرهابية والتنسيق والتخطيط	48	48
وجود جمهور مستهدف كبير	47	47
وسيلة لجمع التبرعات والتمويلات	30	30
التعليم الإلكترونى لدعم الإرهاب "بحوث، كتيبات ارشادية حول طرق صنع القنابل والمفرقعات والاسلحة"	29	29
استخدام العاب الإنترنت للدعاية الصريحة للعمليات الإرهابية	24	24
قوة تأثيرها على صناع القرار	10	10
الإجمالى	**100**	

نستخلص من الجدول السابق تقييم النخبة الأكاديمية الإعلامية عينة الدراسة لأسباب اعتماد الجماعات والتنظيمات الإرهابية على الإعلام الجديد بأدواته المختلفة والمتنوعة لنشر الفكر الإرهابى، حيث يتضح أن نسبة 76% من أفراد العينة ترى أن قلة التكلفة وسرعة الانتشار التى تتميز بها وسائل الإعلام الجديد هى أهم الأسباب التى تجعل هذه الجماعات والتنظيمات تعتمد عليها، وفى الترتيب الثانى وافقت نسبة 65% من أفراد العينة على سهولة التخفى لإجراء الاتصال، وجاءت ضعف الرقابة الحكومية على الإنترنت فى الترتيب الثالث بنسبة 64%، فى حين تأتى قدرتها على النقل الحر والسريع للمعلومات فى الترتيب الرابع بنسبة 62%، وتجنيد أعضاء جدد فى التنظيمات الإرهابية فى الترتيب الخامس بنسبة 57%، ويلاحظ انخفاض نسبة موافقة النخبة عينة الدراسة على قوة تأثير هذه الوسائل على صناع القرار، حيث وافقت نسبة 10% على هذا السبب، ويتفق ذلك مع طبيعة العينة وخصائصها حيث تعى أن هذه الوسائل رغم تعدد خصائصها ومزاياها إلا أنه من الصعب أن تؤثر على صناع القرار ونخبة المجتمع.

ويلاحظ من نتائج الجدول السابق اختلاف نسبة موافقة النخبة الأكاديمية الإعلامية عينة الدراسة على أسباب اعتماد الجماعات والتنظيمات الإرهابية على الإنترنت ووسائل الإعلام الجديد، حيث حظيت بعض الأسباب على موافقة نسبة كبيرة من النخبة عينة الدراسة فى حين انخفضت نسبة موافقتهم على أسباب أخرى.

وتتفق هذه النتيجة مع عديد من نتائج الدراسات السابقة مثل **دراسة إيمان الشرقاوى بعنوان "طبيعة العلاقة بين الإعلام الجديد والممارسات الإرهابية: دراسة تطبيقية على شبكات التواصل الاجتماعى"** والتى أشارت إلى ضرورة إخضاع مواقع التواصل الاجتماعى على اختلافها للرقابة وأن تكون هذه الرقابة مطلقة وغير مقننة، حيث اتفق 30% من إجمالى الباحثين والأكاديميين والإعلاميين على هذا الرأى على أن تكون الرقابة مقننة وفقًا لبعض المعايير فى حين رفض 70% منهم فكرة فرض الرقابة، كما أشارت **دراسة اريل ليبرمان بعنوان "الإرهاب الإنترنت الدعاية: مزيج قاتل"** إلى أن شبكة الإنترنت قد أحدثت ثورة فى الإرهاب حيث استغل الإرهابيين الموارد والقدرات الهائلة للإنترنت لدعم أساليبهم، كما وفرت العديد من الوظائف للتنظيمات الإرهابية كالتجنيد والتمويل والدعاية والاحتياجات التنظيمية، **وكذلك دراسة ايوان اميرن بعنوان "التطرف الإرهابى: داعش وقوة الإعلام الاجتماعى"** التى توصلت إلى اعتماد التنظيمات الإرهابية على الإنترنت ووسائل الإعلام الجديد من أجل نقل وتبادل المعلومات والتنقيب عن البيانات، **ودراسة غابرييل ويمان بعنوان "الإعلام الجديد والإرهاب الجديد"** والتى توصلت إلى اعتماد الإرهابيين على وسائل الإعلام الجديد لأنها القنوات الأكثر شعبية لدى جمهورها المستهدف، إلى جانب سهولة الاستخدام والثقة فيها، **وكذلك دراسة غابرييل ويمان بعنوان "الصراعات الاجتماعية ومحاكمتها: إرهاب الإنترنت"** والتى أشارت إلى تعدد الأسباب التى تدفع الجماعات والتنظيمات الإرهابية إلى الاعتماد على وسائل الإعلام الجديد، ومنها مجانية الاستخدام، جمع المعلومات وتبادلها، وسهولة الوصول وعدم وضوح الهوية وقلة التكلفة، **ودراسة ديتون فيدتز بعنوان "أيديولوجيا العصور الوسطى وتكنولوجيا القرن الحادى والعشرين: القاعدة والإرهاب والإنترنت"** والتى توصلت إلى مساهمة الإنترنت فى نشر الإرهاب لتميزه بعدم التكلفة والبساطة والأمن، **إلى جانب دراسة مورا كونواى بعنوان "الإرهاب والإنترنت: إعلام جديد أم تهديد جديد"** والتى توصلت إلى أنه من أهم أسباب الجماعات الإرهابية على الإنترنت ووسائل الإعلام الجديد إمكانية الوصول إلى قاعدة جماهيرية كبيرة.

ولم تتفق هذه النتيجة مع **دراسة ايوان اميران بعنوان "التطرف الإرهابى: داعش وقوة الإعلام الاجتماعى"** والتى أشارت إلى اعتماد الجماعات الإرهابية على الإنترنت لجمع التبرعات والتواصل والتخطيط وتجنيد أعضاء جدد، حيث انخفضت نسبة موافقة العينة الأكاديمية الإعلامية على هذه الأسباب فى الدراسة الحالية، **ودراسة مارك نكله بعنوان "تمويل الإرهاب والإعلام الاجتماعى"** والتى توصلت إلى أنه من أهم أسباب اعتماد الجماعات والتنظيمات الإرهابية على الإنترنت ووسائل

الإعلام الجديد جمع التبرعات وتقديم المساعدات المالية من أجل التسليح، **وكذلك دراسة ميكائيلا كاليس بعنوان "المواجهة: تحليل استخدام وسائل الإعلام الاجتماعى لمواجهة الإرهاب"** والتى أشارت إلى أسباب اعتماد الجماعات والتنظيمات الإرهابية للإنترنت ووسائل الإعلام الجديد من أجل التمويل، **ودراسة غابرييل ويمان بعنوان "الإعلام الجديد والإرهاب الجديد"** والتى توصلت إلى استخدام العديد من الجماعات الإرهابية والحركات الجهادية العالمية لوسائل الإعلام الاجتماعية للدعاية والحرب النفسية والدروس التعليمية لكيفية استخدام الأسلحة، والدعاية والتجنيد وتطوير قوائم المجندين المحتملين والمتعاطفين من خلال المجموعات عبر الإنترنت، **ودراسة غابرييل ويمان بعنوان "الصراعات الاجتماعية ومحاكمتها: إرهاب الإنترنت"** والتى أشارت إلى استخدام الجماعات الإرهابية لوسائل الإعلام الجديد من أجل التمويل والتجنيد، **بالإضافة إلى دراسة ديتون فيدتز بعنوان "أيديولوجيا العصور الوسطى وتكنولوجيا القرن الحادى والعشرين: القاعدة والإرهاب والأنترنت"** والتى توصلت إلى تعدد أسباب استخدام الإرهابيين لوسائل الإعلام الجديد ومنها الإعلان عن أيديولوجيتهم وأفعالهم والتجنيد وجمع الأموال ونشر المعلومات المضللة، **ودراسة مورا كونواى بعنوان "الإرهاب والانترنت: إعلام جديد أم تهديد جديد"** والتى أشارت إلى تحقيق وسائل الإعلام الجديد عبر الإنترنت للعديد من الفوائد للجماعات الإرهابية، مثل جمع الأموال وجذب المؤمنين الجدد، وجمع التبرعات والتجنيد.

ثانياً – اختبار الفروض:

1- توجد علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائيًا بين معدل متابعة النخبة عينة الدراسة لوسائل الإعلام الجديد وتقييمهم لإيجابيات وسلبيات وسائل الإعلام الجديد.

(جدول رقم 22)
العلاقة بين معدل متابعة النخبة عينة الدراسة لوسائل الإعلام الجديد وتقييمهم إيجابيات وسلبيات هذه الوسائل

معدل متابعة المبحوثين وسائل الإعلام الجديد / تقييم ايجابيات وسلبيات وسائل الإعلام الجديد	معدل متابعة المبحوثين وسائل الإعلام الجديد		
	معامل ارتباط بيرسون	مستوى المعنوية	الدلالة
اتجاههم حول ايجابيات وسلبيات وسائل الإعلام الجديد فى تغطية الأحداث الإرهابية فى مصر	*0.240	0.016	دال
ن = العينة	100		

يوضح الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائيًا بين معدل متابعة النخبة الأكاديمية الإعلامية عينة الدراسة وبين اتجاهاتهم نحو إيجابيات وسلبيات وسائل الإعلام الجديد، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (0.240)، وهى قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية (0.016) مما يعنى أن المتابعين أكثر لوسائل

الإعلام الجديد هم الأكثر تحديدًا لإيجابيات وسلبيات هذه الوسائل بشكل عام، وفى تناول الأحداث الإرهابية بشكل خاص، مقارنة بالمبحوثين الأقل متابعة لوسائل الإعلام الجديد حيث كانوا أقل تحديدًا للإيجابيات والسلبيات الفعلية لهذه الوسائل.

ويفسر ذلك أن أفراد النخبة عينة الدراسة التى تتابع الإعلام الجديد بمختلف أدواته بصفة عامة كانت الأكثر تحديدًا لإيجابيات هذه الوسائل من حيث السرعة والآنية والفورية واستخدام الوسائط المتعددة والمرونة وسهولة الاستخدام والتفاعلية وكذلك إتاحة مجال أوسع لحرية الرأى وعرض وجهات نظر متعددة ومتنوعة، كما أشاروا إلى وجود بعض السلبيات فى هذه الوسائل مثل عدم القدرة على تحديد مصدر المعلومات فى بعض الأحيان، والتشتت فى عرض الآراء ووجهات نظر والمعلومات، فى حين كانت النخبة عينة الدراسة الأقل متابعة لوسائل الإعلام الجديد أقل قدرة على تحديد إيجابيات وسلبيات وسائل الإعلام الجديد بشكل مركز ومحدد مقارنة بأفراد النخبة الأكثر متابعة، ويتفق ذلك مع عدد ساعات متابعة النخبة عينة الدراسة لوسائل الإعلام الجديد، فالأكثر متابعة أقدر على تحديد إيجابيات وسلبيات هذه الوسائل مقارنة بالأقل متابعة.

ومن هنا يتضح الثبوت الكلى لصحة الفرض الأول القائل بأنه "توجد علاقة ارتباطية طردية بين معدل متابعة النخبة عينة الدراسة لوسائل الإعلام الجديد وبين تقييمهم لإيجابيات وسلبيات هذه الوسائل"

2- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين مدى استخدام النخبة عينة الدراسة لوسائل الإعلام الجديد فى متابعة الأحداث الإرهابية فى مصر وبين:

أ- تقييمهم لمعالجة وسائل الإعلام الجديد للأحداث الإرهابية فى مصر.

ب- اتجاههم حول دور وسائل الإعلام فى دعم/مكافحة الإرهاب فى مصر.

ج- تقييمهم لمدى التزام وسائل الإعلام الجديد بمسئوليتها الاجتماعية فى تناول ومعالجة الأحداث الإرهابية فى مصر

(جدول رقم 23)

الارتباط	مدى استخدام المبحوثين لوسائل الإعلام الجديد فى متابعة الأحداث الإرهابية فى مصر		
	معامل ارتباط بيرسون	مستوى المعنوية	الدلالة
تقييم النخبة لمعالجة وسائل الإعلام للأحداث الإرهابية فى مصر	0.109	0.279	غير دال
اتجاه النخبة حول تقييم لدور وسائل الإعلام الجديد فى دعم/ مكافحة الإرهاب فى مصر	0.053	0.603	غير دال
تقييم النخبة لمدى قيام وسائل الإعلام الجديد بمسئوليتها الاجتماعية فى تناول ومعالجة الأحداث الإرهابية فى مصر	0.088	0.383	غير دال
ن= العينة	100		

أ- يوضح الجدول السابق عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين مدى استخدام النخبة الأكاديمية الإعلامية عينة الدراسة لوسائل الإعلام الجديد فى متابعة الأحداث الإرهابية فى مصر، واتجاهاتهم حول تقييم معالجة هذه الوسائل للأحداث الإرهابية، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (0.109), وهى قيمة غير دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية (0.279)، ومن هنا يتضح أنه رغم وجود فروق بين النخبة عينة الدراسة فى استخدام الإعلام الجديد بمختلف أدواته إلا أن تقييمهم لمعالجة وسائل الإعلام الجديد للأحداث الإرهابية فى مصر قد اتسم بالسلبية حيث اتفق المبحوثون بنسبة كبيرة فى تحديد سمات هذه المعالجة، وذلك من حيث افتقار هذه الوسائل للكوادر الإعلامية المؤهلة والمتخصصة وعدم القدرة على تقديم معالجة موضوعية للأحداث الإرهابية فى مصر، وهيمنة الاعتبارات السياسية والإيديولوجية على التغطية الإعلامية للأحداث الإرهابية، والافتقار إلى المهنية الإعلامية فى التعامل مع مثل هذه الأحداث، وغياب التغطية التحليلية والتفسيرية والتغطية ذات الطابع الاستقصائى، وهيمنة الطابع الإخبارى، كما اتفق أفراد النخبة الأكاديمية الإعلامية عينة الدراسة على هذه السمات للمعالجة الإعلامية لوسائل الإعلام الجديد للأحداث الإرهابية باختلاف معدل استخدامهم لهذه الوسائل.

ب-ولم تثبت صحة وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين مدى استخدام النخبة عينة الدراسة لوسائل الإعلام الجديد فى متابعة الأحداث الإرهابية فى مصر وتقييمهم لدور وسائل الإعلام الجديد فى دعم/ مكافحة الإرهاب فى مصر، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.053)، وهى قيمة غير دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية (0.603)، مما يعنى أن مدى استخدام النخبة عينة الدراسة لوسائل الإعلام الجديد فى متابعة الأحداث الإرهابية فى مصر لم يؤثر على تقييمهم لدور وسائل الإعلام الجديد فى دعم/مكافحة للإرهاب فى مصر، ويفسر ذلك الاتجاه المحايد لأغلب أفراد النخبة عينة الدراسة - باختلاف استخدامهم لوسائل الإعلام الجديد فى متابعة الأحداث الإرهابية فى مصر – نحو تحديد هذا الدور، حيث اتفقوا فى أن هذه الوسائل تبرز تضحيات رجال الشرطة والجيش المصرى، وأنها تساعد على فضح جرائم التنظيمات الإرهابية ضد الإنسانية، كما تشجع على نشر المضامين الساخرة من التنظيمات الإرهابية عبر وسائلها، وتوفر للجمهور قاعدة معلوماتية وحقائق أمنية حول ظاهرة الإرهاب، وتوظف كل ما يُبث عبر وسائل الإعلام الجديد لخدمة الإستراتيجية الأمنية للدولة.

فى حين انخفضت نسبة موافقتهم على أن هذه الوسائل تدفع الناس إلى الخوف من الجماعات الإرهابية، وأنها تصدر صورة مشوهة عن مصر فى الخارج، كما تعطى الفرصة للإرهابيين فى إبراز مهاراتهم وقدراتهم فى استخدام تقنيات الاتصال.

ج- ووفقا للجدول السابق لم تثبت صحة وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين مدى استخدام النخبة عينة الدراسة لوسائل الإعلام الجديد فى متابعة الأحداث الإرهابية وبين تقييمهم لمدى التزام وسائل الإعلام الجديد بمسئوليتها الاجتماعية فى تناول هذه الأحداث، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.088) عند مستوى معنوية (0.383), وهى قيمة غير دالة إحصائيًا، مما يعنى أنه رغم اختلاف استخدام النخبة عينة الدراسة لوسائل الإعلام الجديد فى متابعة الأحداث الإرهابية فى مصر فقد جاء اتجاههم حول قيام هذه الوسائل بمسئوليتها الاجتماعية محايدًا بنسبة 79%، حيث أشاروا إلى أن وسائل الإعلام الجديد تعمل على إشراك الجمهور والمجتمع المدنى من خلالها للنقاش حول الإرهاب وانعكاساته على المجتمع، وتعظيم دور المواطن فى القيام بمسئوليته الاجتماعية ومساندة الأجهزة الأمنية فى صراعها مع الإرهاب، كما أن هذه الوسائل تعمل على تأصيل الإحساس بالمسئولية الإعلامية والأمنية تجاه الجمهور والمجتمع، إلا أن وسائل الإعلام الجديد لا تعكس مختلف الآراء والأفكار حول الحدث الإرهابى.

ومن هنا يتضح عدم الثبوت الكلى لصحة الفرض الثانى.

3- توجد فروق دالة إحصائيًا بين أعمار النخبة عينة الدراسة ومدى متابعتهم للأحداث الإرهابية فى مصر عبر وسائل الإعلام الجديد.

(جدول رقم 24)

الفروق الاحصائية بين أعمار النخبة عينة الدراسة وبين مدى متابعتهم للأحداث الإرهابية عبر وسائل الإعلام الجديد

المتغيرات الديموغرافية		العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	مؤشرات إحصائية		
					إحصائى الاختبار	درجة الحرية	مستوى المعنوية
السن	من 30 إلى اقل من 40	29	1,69	,712	ف= 1.455	3 96	0.232 غير دال
	من 40 إلى اقل من 50	40	1.53	,554			
	من 50 إلى أقل من 60	16	1.38	,619			
	أكثر من 60	15	1.33	,617			
	الإجمالى	100	1.52	,627			

يتضح من الجدول السابق عدم وجود فروق دالة إحصائيًا بين مدى متابعة الأحداث الإرهابية عبر وسائل الإعلام الجديد وبين متغير السن، إذ بلغت قيمة ف (1.455) وهى قيمة غير دالة إحصائيًا، مما يعنى أن متغير السن لم يكن له أى دخل فى التأثير على متابعة النخبة عينة الدراسة للأحداث الإرهابية عبر وسائل الإعلام الجديد، ويتضح مما سبق عرضه أن النخبة الأكاديمية الإعلامية عينة الدراسة باختلاف أعمارها تتابع الأحداث الإرهابية فى مصر دائمًا وأحيانًا بنسبة 93% مما يعكس مدى اهتمام النخبة عينة الدراسة بمتابعة هذه الأحداث، وقد يرتبط ذلك بأهمية الأحداث الإرهابية ذاتها وما تتضمنه من قيم إخبارية، مثل الصراع والفورية

والاهتمام الجماهيرى بها، بالإضافة إلى اهتمام النخبة الأكاديمية الإعلامية عينة الدراسة بهذه الأحداث ومتابعتها من خلال وسائل الإعلام الجديد مع اختلاف أعمارهم، وارتباط ذلك بتخصص وخصائص النخبة عينة الدراسة فى الإعلام والدراسات والبحوث الأكاديمية فى مجال الإعلام، ويتضح من ذلك عدم تأثير السن على متابعتهم لمثل هذه الأحداث عبر وسائل الإعلام الجديد.

4- توجد فروق دالة إحصائيًا بين تقييم النخبة الأكاديمية الإعلامية عينة الدراسة لمعالجة وسائل الإعلام الجديد للأحداث الإرهابية فى مصر والمتغيرات الديموغرافية محددة فى (النوع، السن، الدرجة العلمية).

(جدول رقم 25)

الفروق الاحصائية بين تقييم النخبة عينة الدراسة لمعالجة وسائل الإعلام الجديد للأحداث الإرهابية

وبين المتغيرات الديموغرافية (السن، النوع، الدرجة العلمية)

المتغيرات الديموغرافية		العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	مؤشرات إحصائية		
					إحصائى الاختبار	درجة الحرية	مستوى المعنوية
النوع	ذكور	33	2.6970	,46669	ت= 1.676	98	0.005 دال
	اناث	67	2.5075	,56066			
السن	من 30 إلى اقل من 40	29	2.6897	,47082	ف= 0.913	3 96	0.438 غير دال
	من 40 إلى اقل من 50	40	2.4750	,55412			
	من 50 إلى أقل من 60	16	2.5625	,62915			
	أكثر من 60	15	2.6000	,50709			
	الإجمالى	100	2.5700	,53664			
الدرجة العلمية	استاذ	36	2.6944	,52478	ف= 3.932	2 97	0.023 دال
	أستاذ مساعد	31	2.3548	,55066			
	مدرس	33	2.6364	,48850			
	الإجمالى	100	2.5700	,53664			

يشير الجدول السابق إلى عدم وجود فروق دالة إحصائيًا بين تقييم النخبة عينة الدراسة لمعالجة وتناول وسائل الإعلام الجديد للأحداث الإرهابية ومتغير السن، إذ بلغت قيمة ف (0,913) وهى قيمة غير دالة إحصائيًا، مما يعنى أن متغير السن لم يكن له أى دخل فى التأثير على تقييم المبحوثين لمعالجة وسائل الإعلام الجديد للأحداث الإرهابية فى مصر، وقد يرجع ذلك إلى تخصص النخبة الأكاديمية فى الإعلام، فلم يؤثر السن على تقييم المعالجة لاتفاق غالبية أفراد عينة الدراسة على أن معالجة هذه الوسائل للأحداث الإرهابية فى مصر تتسم بالسلبية، فاتفقت أفراد النخبة

باختلاف أعمارهم على افتقار هذه الوسائل للكوادر الإعلامية المؤهلة والمتخصصة القادرة على تقديم معالجة موضوعية، كما اتفقوا على هيمنة الاعتبارات السياسية والأيديولوجية على التغطية الإعلامية، والافتقار إلى المهنية الإعلامية وغياب التغطية التحليلية والتفسيرية والتغطية ذات الطابع الاستقصائى.

بينما يختلف الأمر بالنسبة لمتغير النوع، حيث نجد فروق دالة إحصائيًا بين النوع وتقييم النخبة عينة الدراسة لمعالجة وسائل الإعلام الجديد للأحداث الإرهابية فى مصر، إذ بلغت قيمة ت (1.676) وهى قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية (0.005)، حيث كان الذكور أكثر تحديدًا لسلبية معالجة وسائل الإعلام الجديد للأحداث الإرهابية بنسبة أعلى من الأناث، فبلغ المتوسط الحسابى على التوالى 2.6970: 2.5075، وقد يرجع ذلك إلى طبيعة عينة الدراسة التى تتضمن (33) ذكرًا مقابل (67) أنثى.

وكذلك الأمر بالنسبة لمتغير الدرجة العلمية للنخبة عينة الدراسة، حيث نجد فروقًا ذات دلالة إحصائية بين الدرجات العلمية للنخبة عينة الدراسة وتقييم وسائل الإعلام الجديد فى معالجة الأحداث الإرهابية فى مصر، إذ بلغت قيمة ف (3.932) وهى قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية (0.023)، حيث جاء تقييم الأستاذ أكثر تحديدًا لسلبية معالجة وسائل الإعلام الجديد للأحداث الإرهابية فى مصر من الأستاذ المساعد والمدرس، حيث بلغ المتوسط الحسابى له (2.6944)، وكان تقييم المدرس للمعالجة أكثر سلبية من الأستاذ المساعد حيث بلغ المتوسط الحسابى لهما (2.6364)، و(2.3548) على التوالى، وقد يرجع ذلك لعاملين، هما الخبرة العلمية فى الدراسات والبحوث الإعلامية، ومدى تفاعل النخبة عينة الدراسة مع كيفية معالجة وسائل الإعلام الجديد للأحداث الإرهابية، فالخبرة ترتبط أكثر بالدرجة العلمية الأعلى والتى تتحدد فى درجة الأستاذ بوصفه الأكثر إجراءً للبحوث العلمية والميدانية والأكثر اطلاعًا على الدراسات والمؤتمرات العلمية فى المجال الدولى والإقليمى والمحلى، أما فيما يتعلق بالدرجة العلمية الخاصة بالمدرس، فقد يكون الأكثر تفاعلاً واحتكاكًا بوسائل الإعلام الجديد بمختلف أدواته.

ومن هنا يتضح الثبوت الجزئى لصحة الفرض الرابع الذى ينص على أنه "توجد فروق دالة إحصائيًا بين تقييم المبحوثين لتناول الإعلام الجديد للأحداث الإرهابية فى مصر والمتغيرات الديموغرافية (النوع، السن، الدرجة العلمية).

5- توجد فروق دالة إحصائيًا بين المتغيرات الديموغرافية للنخبة عينة الدراسة محددة فى (السن، والدرجة العلمية) وبين:

أ- تقييمهم لدور وسائل الإعلام الجديد فى دعم/مكافحة للإرهاب فى مصر.

(جدول رقم 26)

الفروق الإحصائية بين النخبة عينة الدراسة فى تقييم دور وسائل الإعلام الجديد فى دعم/مكافحة الإرهاب فى مصر وبين المتغيرات الديموغرافية (السن، الدرجة العلمية)

المتغيرات الديموغرافية		العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	مؤشرات إحصائية		
					إحصائى الاختبار	درجة الحرية	مستوى المعنوية
السن	من 30 إلى اقل من 40	29	1.9655	,18570	ف= 1.289	3 96	0.238 غير دال
	من 40 إلى اقل من 50	40	1.9500	,31623			
	من 50 إلى أقل من 60	16	2.0625	,25000			
	أكثر من 60	15	1.8667	,35187			
	الإجمالى	100	1.9600	,28141			
الدرجة العلمية	استاذ	36	1.9444	,33333	ف= 0.452	2 97	0.638 غير دال
	أستاذ مساعد	31	2.0000	,25820			
	مدرس	33	1.9394	,24231			
	الإجمالى	100	1.9600	,28141			

يوضح الجدول عدم وجود فروق دالة إحصائيًا بين تحديد النخبة عينة الدراسة لمدى دعم/مكافحة وسائل الإعلام الجديد للإرهاب من خلال تناول الأحداث الإرهابية فى مصر وبين متغير السن، حيث بلغت قيم ف (1.289) وهى قيمة غير دالة إحصائيًا، كما تظهر بيانات الجدول نفسه عدم وجود فروق دالة إحصائيًا بين تحديد النخبة عينة الدراسة لمدى دعم/مكافحة وسائل الإعلام الجديد للإرهاب من خلال تناول الأحداث الإرهابية فى مصر وبين متغير الدرجة العلمية، حيث بلغت قيمة ف (0.452) وهى قيمة غير دالة إحصائيًا.

مما يعنى أن متغيرى (السن، والدرجة العلمية) لم يكن لهما أى دخل فى التأثير على تحديد النخبة عينة الدراسة وتقييمها لمدى دعم/مكافحة وسائل الإعلام الجديد للإرهاب من خلال تناول ومعالجة الأحداث الإرهابية فى مصر، حيث اتفقت غالبية النخبة ـــ باختلاف اعمارها ودرجتها العلمية ـــ على أن وسائل الإعلام الجديد باختلافها وتنوعها فى تناول الأحداث الإرهابية فى مصر تبرز تضحيات رجال الشرطة والجيش المصرى، وتساعد على فضح جرائم التنظيمات الإرهابية ضد الإنسانية، كما تشجع على نشر المضامين الساخرة من التنظيمات الإرهابية وتوفر للجماهير قاعدة معلوماتية وحقائق أمنية حول ظاهرة الإرهاب، مما يوضح رؤية

النخبة حول قيام وسائل الإعلام الجديد، من خلال تناولها للأحداث الإرهابية فى مصر، بمكافحة الإرهاب، ولكن من الجدير بالذكر هنا أن النخبة عينة الدراسة قد أشارت إلى أن وسائل الإعلام الجديد توظف كل ما يبث من خلالها لخدمة الإستراتيجية الأمنية للدولة.

ب- تقييمهم لمدى التزام وسائل الإعلام الجديد بمسئوليتها الاجتماعية فى تناول ومعالجة الأحداث الإرهابية فى مصر.

(جدول رقم 27)

اختبار الفروق الإحصائية بين أعمار النخبة عينة الدراسة ودرجتهم العلمية وبين تقييمهم لمدى التزام وسائل الإعلام الجديد بمسئوليتها الاجتماعية فى تناول ومعالجة الأحداث الإرهابية فى مصر

المتغيرات الديموغرافية		العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	مؤشرات إحصائية		
					إحصائى الاختبار	درجة الحرية	مستوى المعنوية
السن	من 30 إلى اقل من 40	29	1.9310	,37139	ف= 0.449	3 96	0.719 غير دال
	من 40 إلى اقل من 50	40	2.0500	,55338			
	من 50 إلى أقل من 60	16	2.0625	,44253			
	أكثر من 60	15	2.0000	,37796			
	الإجمالى	100	2.0100	,46046			
الدرجة العلمية	استاذ	36	2.0000	,41404	ف= 0.946	2 97	0.392 غير دال
	أستاذ مساعد	31	2.0968	,53882			
	مدرس	33	1.9394	,42862			
	الإجمالى	100	2.0100	,46046			

وفقًا للجدول السابق يتضح عدم وجود فروق دالة إحصائيًا بين رؤية النخبة عينة الدراسة لمدى التزام وسائل الإعلام الجديد بمسئوليتها الاجتماعية فى تناول الأحداث الإرهابية فى مصر وبين متغير السن، حيث بلغت قيم ف (0.449) وهى قيمة غير دالة إحصائيًا، كما تظهر بيانات الجدول نفسه عدم وجود فروق دالة إحصائيًا بين رؤية النخبة عينة الدراسة لمدى التزام وسائل الإعلام الجديد بمسئوليتها الاجتماعية فى تناول الأحداث الإرهابية فى مصر وبين متغير الدرجة العلمية، حيث بلغت قيمة ف (0.946) وهى قيمة غير دالة إحصائيًا.

مما يعنى ان متغيرى (السن، والدرجة العلمية) لم يكن لهما أى دخل فى التأثير على رؤية النخبة عينة الدراسة وتقييمها لمدى التزام وسائل الإعلام الجديد بمسئوليتها الاجتماعية فى تناول ومعالجة الأحداث الإرهابية فى مصر، وقد يرجع ذلك إلى اتفاق غالبية النخبة عينة الدراسة فى اتجاههم المحايد نحو مدى التزام وسائل الإعلام الجديد بمسئوليتها الاجتماعية فى تناول الأحداث الإرهابية، حيث اتفقت النخبة عينة الدراسة

باختلاف أعمارها ودرجتها العلمية على التزام وسائل الإعلام الجديد بمسئوليتها الاجتماعية فى تناول هذه الأحداث فى بعض النقاط وعدم التزامها بنقاط أخرى، وقد يرتبط ذلك بمجال التخصص الأكاديمى فى الإعلام، وتشابه خصائص عينة الدراسة، حيث اتفق المبحوثون فى تحديد دور وسائل الإعلام الجديد فى العمل على إشراك الجمهور والمجتمع المدنى فى النقاش حول الإرهاب وانعكاساته على المجتمع، والتأكيد على أن مسئولية مكافحة الإرهاب مسئولية جماعية تضامنية، وضرورة تعظيم دور المواطن فى القيام بمسئوليته الاجتماعية ومساندة الأجهزة الأمنية فى صراعها مع الإرهاب، وتأصيل الإحساس بالمسئولية الإعلامية والأمنية تجاه الجمهور والمجتمع، كما اتفقت نسبة من النخبة عينة الدراسة فى تحديد دور وسائل الإعلام الجديد فى تناول الأحداث الإرهابية فى مصر على نحو لا يعكس مختلف الآراء والأفكار حول الحدث.

خلاصة الدراسة وأهم النتائج:

سعت هذه الدراسة إلى رصد وتوصيف وتحليل تقييم النخبة الأكاديمية فى كليات وأقسام الإعلام بالجامعات الحكومية والخاصة فى مصر لكيفية تناول وسائل الإعلام الجديد بمختلف أدواته للأحداث الإرهابية فى مصر، وقد تضمنت عينة الدراسة 100 مبحوثٍ من أعضاء هيئات التدريس بدرجاتهم العلمية المختلفة والتى شملت (أستاذ، أستاذ مساعد، مدرس)، وتم تصميم نموذج لقياس تقييم النخبة عينة الدراسة لتناول ومعالجة هذه الوسائل للأحداث الإرهابية ودورها فى دعم أو مكافحة الإرهاب فى مصر، واحتوى نموذج التقييم على الأبعاد التالية: تقييم إيجابيات وسلبيات وسائل الإعلام الجديد، وتقييم معالجة وتناول هذه الوسائل للأحداث الإرهابية، ومدى التزام وسائل الإعلام الجديد بمسئوليتها الاجتماعية فى تناول هذه الأحداث، وتحديد دور هذه الوسائل من خلال تناول ومعالجة الأحداث الإرهابية فى دعم أو مكافحة الإرهاب فى مصر، والتوصل إلى إستراتيجية تتضمن عديد من الآليات لكيفية معالجة وتناول وسائل الإعلام الجديد للأحداث الإرهابية، وقد اعتمدت الدراسة على الاستبيان كأداة لجمع البيانات، **وتوصلت إلى العديد من النتائج، من أهمها:**

1- تستخدم النخبة الأكاديمية الإعلامية عينة الدراسة وسائل الإعلام الجديد بشكل دائم لمتابعة الأحداث الإرهابية فى مصر، حيث ترواح معدل متابعتهم من ساعة إلى أكثر من ثلاث ساعات يوميًا، وجاءت شبكات التواصل الاجتماعى فى مقدمة وسائل الإعلام الجديد التى تتابعها النخبة عينة الدراسة، ثم المواقع الإخبارية الإلكترونية، ومواقع الصحف على شبكة الانترنت.

2- حددت النخبة عينة الدراسة إيجابيات وسائل الإعلام الجديد فى استخدامها للوسائط المتعددة كالصور والفيديوهات، لتميزها بالمرونة وسهولة الاستخدام، والسرعة والآنية فى نقل المعلومات والأخبار، وتضمنت سلبياتها رؤية بعض أفراد النخبة عينة الدراسة لهذه الوسائل على أنها مصدر لا يتسم بالمصداقية

وغير موثوق فيه، إلى جانب سيطرة الجماعات الإرهابية على بعض هذه الوسائل، وشعورهم بالتشتت بسبب كثرة الآراء المعروضة حول الحدث الإرهابى.

3- جاءت المواد الإخبارية بمختلف أشكالها فى مقدمة أشكال المواد التى تفضل النخبة عينة الدراسة متابعتها عبر وسائل الإعلام الجديد أثناء الأحداث الإرهابية بنسبة 91%.

4- تعددت وتنوعت أساليب تفاعل النخبة عينة الدراسة مع الأحداث الإرهابية عبر وسائل الإعلام الجديد وتضمنت متابعة النخبة للمجموعات الإخبارية، ومتابعة صفحات الإعلاميين والشخصيات العامة، والمحادثة الكتابية عن طريق الدردشة، وكتابة التعليقات على الصفحات الإخبارية والمواقع الإلكترونية للقنوات والإذاعات والصحف الإلكترونية.

5- تصدرت عملية سيناء 2018 الأحداث الإرهابية التى تابعتها النخبة عينة الدراسة عبر وسائل الإعلام الجديد، فالاعتداء على رجال الشرطة والقوات المسلحة، وحوادث إرهاب المواطنين، وحددت النخبة الجوانب التى ركزت عليها وسائل الإعلام الجديد فى تناول الأحداث الإرهابية فى التركيز على تفاصيل وقوع الحدث، ورصد ردود أفعال الجمهور على هذه الأحداث، وكذلك آثار الحدث على المواطنين والمجتمع.

6- جاء تقييم النخبة عينة الدراسة لمعالجة وتناول وسائل الإعلام الجديد للأحداث الإرهابية فى مصر سلبيًا، حيث وافقت بنسبة كبيرة على افتقار المعالجة إلى الكوادر الإعلامية المؤهلة والمتخصصة القادرة على تقديم معالجة موضوعية للأحداث، وهيمنة الاعتبارات السياسية والأيديولوجية على التغطية الإعلامية، والافتقار إلى المهنية الإعلامية فى التعامل مع مثل هذه الأحداث، وكذلك غياب التغطية التحليلية والتفسيرية والتغطية ذات الطابع الاستقصائى، وهيمنة الطابع الإخبارى على التغطية الإعلامية وتناول الأحداث.

7- تضمنت الإستراتيجية المقترحة التى وافقت عليها النخبة عينة الدراسة العديد من الآليات لكيفية معالجة وتناول وسائل الإعلام الجديد للأحداث الإرهابية، تمثلت فى توحيد المصطلحات الخاصة بالإرهاب حتى لا تخدم أيديولوجية وأهداف الجماعات الإرهابية، والتركيز على كيفية مواجهة الإرهاب وليس مجرد تغطية الحدث الإرهابى، وكذلك إنشاء وحدة رصد لدراسة التناول الإعلامى لقضايا الإرهاب، وسن ميثاق شرف إعلامى لكافة المؤسسات الإعلامية فى تناول الأحداث الإرهابية، مع موضوعية المعالجة الإعلامية وإبراز مواقف الأطراف الفاعلة فى الأحداث، إلى جانب عدم تصوير الإرهابى كصانع حدث، وتجنب التركيز على الجوانب الشخصية للإرهابيين وعدم نشر صورهم إلا فى حدود.

8- فيما يتعلق بتحديد النخبة عينة الدراسة لدور وسائل الإعلام الجديد فى دعم أو مكافحة الإرهاب فى مصر، رأت النخبة أن وسائل الإعلام الجديد تعمل على مكافحة الإرهاب من خلال إبراز تضحيات رجال الشرطة والجيش المصرى، وفضح جرائم التنظيمات الإرهابية ضد الإنسانية، ونشرها للمضامين الساخره من التنظيمات الإرهابية، وتوفير قاعدة معلوماتية للجمهور وحقائق أمنية حول ظاهرة الإرهاب، وكذلك خلق وسائل الإعلام الجديد رؤية جديدة للتعامل مع دعاية التنظيمات الإرهابية.

9- حددت النخبة عينة الدراسة أن وسائل الإعلام الجديد من خلال تناولها الأحداث الإرهابية تظهر مشاركة الفئات المختلفة للجمهور المصرى فى محاربة الإرهاب، وتدعم دور مصر فى حفظ أمنها وأمن الدول العربية من خطر الإرهاب، كما تبرز دور مصر فى الحفاظ على صورة الإسلام وتصححها لدى دول العالم، بالإضافة إلى أنها تعكس صورة إيجابية لقوة الدولة المصرية فى مواجهة الإرهاب.

10- رأت النخبة عينة الدراسة فى تقييمها لمدى التزام وسائل الإعلام الجديد بمسئوليتها الاجتماعية فى تناول الأحداث الإرهابية أن هذه الوسائل تعمل على إشراك الجمهور والمجتمع المدنى فى النقاش حول الإرهاب وانعكاساته على المجتمع، وتؤكد أن مسئولية مكافحة الإرهاب مسئولية جماعية تضامنية، كما تعظم من دور المواطن فى القيام بمسئوليته الاجتماعية ومساندة الأجهزة الأمنية فى صراعها ضد الإرهاب، وتعمل على تأصيل الأحساس بالمسئولية الإعلامية والأمنية تجاه الجمهور والمجتمع.

11- حددت النخبة عينة الدراسة أسباب اعتماد الجماعات والتنظيمات الإرهابية على الإنترنت ووسائل الإعلام الجديد فى قلة التكلفة وسرعة الانتشار، وسهولة التخفى لإجراء الاتصال، وضعف الرقابة الحكومية على الإنترنت، وكذلك قدرة هذه الوسائل على النقل الحر والسريع للمعلومات، وتجنيد أعضاء جدد فى التنظيمات الإرهابية، وقوة تأثيرها على الرأى العام، وامتلاكها لأدوات التفاعل بين المرسل والمستقبل، واستخدام الوسائط المتعددة كالصوت والصورة ومقاطع الفيديو.

مراجع الدراسة

(1) حسن على محمد. "الإعلام والارهاب: الإشكاليات والتحديات" فى: Arab Media& Society العدد (21) ربيع 2016. ص1، ص4

(2) حنان أحمد سليم. "الاتجاهات الحديثة فى بحوث ودراسات علاقة الجمهور بالانترنت والإعلام الجديد"فى: **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة العدد يناير- مارس 2012 ص384.

(3) هويدا مصطفى. "مهارات عملية فى التعامل مع ظاهرة التطرف والإرهاب: التأهيل والتدريب". ص ص 129-148 فى: "**التعاطى الإعلامى مع ظاهرة الإرهاب**" اتحاد الإذاعات العربية – ورشة عمل دولية. (جامعة الدول العربية : ابريل 2015).

(4) إيمان عبد الرحيم السيد الشرقاوى. "جدلية العلاقة بين الإعلام الجديد والممارسات الإرهابية: دراسة تطبيقية على شبكات التواصل الاجتماعي" ورقة بحثية مقدمة فى **مؤتمر دور الإعلام العربى فى التصدى لظاهرة الإرهاب**" 16-18 ديسمبر 2014م. (الرياض: جامعة نايف للعلوم الآمنية).

(5) مروة شبل. "تقييم النخبة لدور وسائل الإعلام الإلكترونية فى تشكيل اتجاهات الرأى العام نحو الثورة المصرية" ص 22-48 فى: **إعلام الشرق الأوسط**، خريف 2012.

(6) خالد أحمد عبد الجواد. "علاقة الصفوة العربية بالحاسب الآلى واستخدام الانترنت". ص ص 187-240 فى: **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد السادس والعشرون يناير- مارس 2006.

(7) رضا عبد الواحد أمين. "استخدام النخب المصرية للصحافة الإلكترونية". ص ص 191-200 فى: **الدراسات الإعلامية** عدد (123) على الرابط: http://search.mandumoh.com.record.730356

(8) Klocke, Brian.(2004). "Narrating Global Preeminence: U.S. Elites and National Discourse of the War on Terrorism" Paper presented at the **annual meeting of the American Sociological Association**, San Francisco, Aug 14, 2004 Online .PDF. 2018-04-28 http://citation.allacademic.com/meta/p110735_index.html.

(9) Liberman, Ariel. (2017). "Terrorism, the internet, and propaganda: A Deadly Combination".pp95-124 in: **journal of National Security law & Policy**, Vol 9, no 95.

(10) Imran, Awan. (2017). "Cyber Extremisim: ISIS and the power of social media". pp 138-149 in: **Social Science and Public Policy**, Vol (54). At: springerlink.com, published online 15/3/2017.

(11) محمد قيراط. "الإعلام الجديد والإرهاب الإلكتروني: آليات الاستخدام وتحديات المواجهة". ص ص10-36 في: **مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية**، عدد (9). (الجزائر: كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، 2017).

(12) مها عبد المجيد صلاح عطية. "مصادر المعلومات الدينية لدى الشباب العربى واتجاهاتهم نحو العمليات الإرهابية: دراسة ميدانية". ص 1-54
فى: **Arab Media& Society** الإعلام والسياسة العدد (24) صيف/خريف 2017

(13)أسماء أحمد جودة الإبشيهى. "دور وسائل الإعلام الجديد فى تنمية الوعى بمخاطر الإرهاب: دراسة ميدانية" ص ص 177-203 في:**مجلة البحوث والدراسات الإعلامية**، العدد الأول يوليو 2016 "الجزء الثاني" دورية علمية محكمة تصدر عن المعهد الدولى العالى للإعلام بالشروق.

(14) Nakhla, Mark. (2016). "Terrorist Financing and social media". **The camstoll group** at: www.camstoll.com.

(15) West, Lavi. (2016)." # Jihad: understanding Social Media as a Weapon". Pp 9-26 in: **Security Challenges**, Vol.12. No.2.

(16) الصادق الحمامى. "الميديا الاجتماعية والإرهاب: الاستخدامات وسبل ترشيدها" ص ص 149-165 فى: "**التعاطى الإعلامى مع ظاهرة الإرهاب**" اتحاد الإذاعات العربية – ورشة عمل دولية. (جامعة الدول العربية : ابريل 2015).

(17) آمال قرامى. "ضوابط استعمال الفيديو والصور فى الإعلام العربي" ص ص 167- 179 فى: "**التعاطى الإعلامى مع ظاهرة الإرهاب**" اتحاد الإذاعات العربية – ورشة عمل دولية. (جامعة الدول العربية : ابريل 2015).

(18) Abdullah, Saeed& Elareshi. (2015). "Building Narratives: a study of terrorism framing by Aljazeera and Alarabiya TV Networks". P1-15 in: **Arab Media & Society** issue 21, spring 2015.

(19) مها عبد المجيد صلاح عطية. "الخطاب الإعلامى للجماعات الإرهابية على مواقع التواصل الاجتماعى . استراتيجيات المواجهة وآلياتها". بحث مشارك فى المؤتمر الدولى الأربعين للإحصاء وعلوم الحاسب الآلى وتطبيقاتها" **الإعلام وقضايا المجتمع بين المهنية والمسئولية الاجتماعية**" المركز القومى للبحوث الاجتماعية و الجنائية القاهرة 28-29 أبريل 2015م.

(20) Calice, Mikhaila.(2015)."Fighting Back: Analyzing the Use of Social Media for Counterterrorism" *Paper presented at the **annual meeting of the Southern Political Science Association**, Hyatt Regency, New Orleans, Louisiana*,Jan15,2015*Online*,APPLICATION/PDF.2018-07-15 ,http://citation.allacademic.com/meta/p950684_index.html.

(21) Weimann, Gabriel. (2014). "New terrorism and New Media". pp 138-149 in: **Research Series**, Vol(2). (USA" Wilson center commous lab, 2014) at: http://www.common lab.wilson center.org/publication/new terrorism and new media.

(22) Chiaham, Dennis. (2011). "The Global Social Conflicts and Governance: in the case of internet Terrorism". **Annual conference**, Mantreal. Canda

(23) Oegema, Dirk& Das,Enny.(2010). "Terrorism in the media: Fear, Anger, and Risk Perception in the News and in Dutch an Arab online Discussions". **Annual meeting of the international communication Association** 2010. Suntec Singapore international convention& Exhibition Centre suntec city, Singapore at 13/7/ 2018 http://citation.allacademic.com/meta/p404012. Index html

(24) Conway, Maura.(2008). "Encounters with Internet-Based Counter-Terrorism: Assessing the Quiet Online War on Terrorism" Paper presented at **the annual meeting of the ISA's 49th ANNUAL CONVENTION, BRIDGING MULTIPLE DIVIDES,**SAN FRANCISCO, CA, USA, Mar 26, 2008 Online .PDF. 2018-04-28 .http://citation.allacademic.com/meta/p253846_index.html.

(25) Fiddner, Dighton.(2008). "Medieval Ideology and 21st Century Technology: Al Qaeda, Terrorism and the Internet" *Paper presented at* ***the annual meeting of the ISA's 49th ANNUAL CONVENTION, BRIDGING MULTIPLE DIVIDES****, SAN FRANCISCO, CA, USA*, Mar 26, 2008 *Online* .PDF. 2018-04-28 http://citation.allacademic.com/meta/p253845_index.html.

(26) Conway, Maura.(2006). "Terrorism and Internet: new media, new threat".pp283-298 in: **Parliamentary affairs,** vol 59, issue 2. At https://doi.org/10.1093/pa/gsloog.

(27) Weimann, Gabriel. "Virtual Terrorism: How Modern Terrorists Use the Internet" *Paper presented at* ***the annual meeting of the International Communication Association,*** *Dresden International Congress Centre, Dresden, Germany*, *Online* .PDF. 2018-04-28 .http://citation.allacademic.com/meta/p92053_index.html.

(28) Conway, Maura.(2006). "Terrorism and Internet: new media, new threat", **Op.cit**, p1-2.

(29) Imran, Awan, **Op.cit**, p.141.

(30) Weimann, Gabriel. "Virtual Terrorism: How Modern Terrorists Use the Internet", ***Op.cit,*** p.13.

(31) Imran, Awan, **Op.cit**, p.2

(32) مصطفى عبد الغنى. **الرقابة المركزية الأمريكية على الانترنت فى الوطن العربى** (القاهرة: دار العين للنشر، 2006). ص171.

(33) Philip, seib & Dana M.janber.- **global terrorism and new media**: the post – Alqaeda Generation. (London: Routledge, 2011). عرض رضوى عماد مجلة السياسة الدولية 30 يوليو 2017 جيل ما بعد القاعدة: دور الإعلام الجديد فى انتشار ظاهرة الإرهاب.

(34) Liberman, Ariel, **Op.cit.**

(35) Conway, Maura. "Encounters with Internet-Based Counter-Terrorism: Assessing the Quiet Online War on Terrorism", **Op.cit**, P.25.

(36) Weimann, Gabriel. (2014). "New terrorism and New Media", **Op.cit**, p. 4-13.

(37) السيد يس. **دور الإعلام فى مواجهة الارهاب.** مائدة مستديرة لمناقشة دور الإعلام فى مواجهة الارهاب. (مدينة الإنتاج الإعلامى، 2015).

(38) Liberman, Ariel, **Op.cit.**

(39) Imran, Awan, **Op.cit.**

(40) محمد قيراط، **مرجع سابق.**

(41) Weimann, Gabriel. (2014). "New terrorism and New Media", **Op.cit**, p.14-15.

(42) سليملن صالح. **أخلاقيات الإعلام** (الكويت: مكتبة دار الفلاح للنشر والتوزيع، ط2، 2005) ص103-104.

(43) حسن عماد مكاوى. **أخلاقيات الإعلام**: دراسة مقارنة. (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 1994) ص167

(44) Denis Mcquail. **Mcquail's Mass communication Theory**. (London: Sage Publications, 5th (ed), 2005) p 185-186.

(45) John Vivian. **The Media of Mass Communication** (U.S.A: Pearson Education Inc, 2006) .p.490.

(46) جيهان رشتى. **الإعلام وقضايا المجتمع**. (القاهرة: دار العربى للنشر والتوزيع، 2000).ص18.

(47) حسنى محمد نصر. **مقدمة فى الاتصال الجماهيري**: المداخل والوسائل.(الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ط3، 2009) ص269.

(48) John.C. Merrill. **three theories of press responsibility and the Advatages of Pluralistic individualism**, in: Deni Elliot (ED) Responsible Journalism (Beverly Hills: Sage Publication, 1986)p. 47-59

(49) عادل عبد الغفار. أبعاد المسئولية الاجتماعية للقنوات الفضائية المصرية الخاصة: دراسة مقدمة للمؤتمر العلمى السنوى التاسع بعنوان: **أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق** (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، مايو 2003). ص759

(50) Melisande Middleton. **Social Responsibility in the Media**. (Oxford: Center for international Media Ethics CIME, University PCMLP March 2009). p.5

(51) Denis Mcquail. **Mcquail's Mass Communication Theory**. (London: Sage Publications, 6th (ed), 2010) pp 170-171

(52) حنان جنيد. "دور الإعلام فى تكوين تصورات العينة حول مفهوم الإرهاب". **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام جامعة القاهرة عدد 18 اكتوبر 2002، ص22.

(53) Weimann, Gabriel. "Virtual Terrorism: How Modern Terrorists Use the Internet"***, Op.cit,*** **p 11-12**.

(54)Sun, Shqojing, Rubin, Alan M.Haridekis Paul M. (2008). "the role of motivation and Media involvement in explaining Internet depending". Pp 408-431 in: **Journal of Broadcasting and Electronic Media**. Vol (52) Issue (3).

(55) على الجحتى. **الإعلام الأمنى**. (الرياض: مطبوعات جامعة نايف للعلوم الأمنية، 2000). ص10.

Zhu, Lin& Christie, Thomas. (2009). Understanding the influence of mass media in forming American and Chiense Stereotypes. A paper submitted to international communications associations annual meeting, retrieved 11 may 2011.

(56) West, Lavi, **Op.cit**, p.12.

(57) مجدى محمد عبد الجواد الداغر.. دور الإعلام الجديد فى تشكيل معارف و اتجاهات الشباب الجامعى نحو ظاهرة الارهاب على شبكة الانترنت: دراسة ميدانية. ص ص 9-298. على الرابط: http://Search.mandumah .com/record/763976. ص76-77.

(58) فريدريك معتوق. **معجم العلوم الاجتماعية**. (بيروت: أكاديمية انترناشيونال، 1992). ص142.

(59) Adam, Kuper and Jessica Kuper. **The Social Science Encyclopedia**. (London: Routledge and Kegun Paul, 1985) p. 243-144.

(60) ثروت مكى. **النخبة السياسية والتغيير الاجتماعي:** تجربة مصر من 1952- 1967. (القاهرة: عالم الكتب، 2005). 96-97.

(61) عادل عبد الغفار فرج. استخدام الصفوة المصرية للراديو و التليفزيون المحلى والدولى. **رسالة ماجستير غير منشورة**. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتليفزيون، 1990) ص5، ص72.

(62) أحمد زايد. **النخب السياسية والاجتماعية:** مدخل نظرى مع إشارة خاصة إلى تشكلها فى المجتمع المصرى فى "النخب الاجتماعية: حالة الجزائر ومصر" تحرير عروس الزير. (القاهرة: مكتبة مدبولى، 2005). ص36، ص40.

(63) تم إعدادها وتحكيمها من عدد من الأساتذة المتخصصين فى الإعلام (أسماء السادة المحكمين مرتبة أبجديا):

أ.د.ماجى الحلوانى. استاذ بقسم الإذاعة والتليفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
أ.د.سامى الشريف. أستاذ بقسم الإذاعة والتليفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
أ.د.السيد بهنسى. أستاذ بكلية الآداب، قسم الإعلام، جامعة عين شمس
أ.د.هبه الله السمرى استاذ بقسم الإذاعة والتليفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
أ.د.خالد صلاح الدين. استاذ بقسم الإذاعة والتليفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
أ.د.حنان يوسف. أستاذ بكلية الآداب، قسم الإعلام، جامعة عين شمس
أ.د.أمل السيد. استاذ بقسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
أ.د.نرمين خضر. استاذ بقسم العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
أ.م.د. ايناس عبد الحميد. أستاذ مساعد بقسم العلاقات العامة والإعلان، جامعة الأهرام الكندية.
أ.م.د. ميرال مصطفى الاستاذ المساعد بقسم الإذاعة والتليفزيون كلية الإعلام الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.

(64) صلاح الدين محمود علام.. **الأساليب الإحصائية الاستدلالية فى تحليل بيانات البحوث النفسية والتربوية الاجتماعية:** البارامترية واللابارامترية. (القاهرة: دار الفكر العربي، 2010م). ص35.37.
أمانى موسى محمد.. **التحليل الإحصائى للبيانات**. (القاهرة: مركز تطوير الدراسات العليا والبحوث، كلية الهندسة، جامعة القاهرة، 2007م). ص102.103.