



الجمعية السعودية للإعلام والاتصال  
Saudi Association for Media & Communication

المجلة العربية

# للإعلام والاتصال

دورية متخصصة محكمة تعنى بأبحاث الإعلام والاتصال

المجلة العربية  
للإعلام والاتصال

- اتجاهات الصحفيين الفلسطينيين نحو ممارسة الصحافة الاستقصائية
- مواقع التواصل الاجتماعي ونوظيفها في التعريف بالنبي - محمد صلى الله عليه وسلم -
- دور التفكير النقدي في عقلنة التعامل مع الإشاعات على شبكات التواصل الاجتماعي
- الوضعية الإبستمولوجية لعلوم الإعلام والاتصال
- دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل معارف وإنجازات المغتربين المصريين نحو قضايا الإرهاب في مصر خلال عام 2015
- اقتراحات لتطبيق مفهوم الشفافية الإعلامية عملياً على نصوص نشرات الأخبار العربية وصورها
- اتجاهات رؤساء الأقسام والطلبة نحو صعوبات تدريس الإعلام في الجامعات الفلسطينية
- دور شبكات التواصل الاجتماعي في إمداد الشباب العربي بالمعلومات والأخبار حول ظاهرة الإرهاب
- دلالات استخدام أساليب بناء الإقناع في نصميع المواقع الإذاعية والتلفزيونية الخليجية
- الصراع السياسي في الجزائر من خلال الصحافة الفرنسية

العدد السابع عشر - مايو ٢٠١٧م - رمضان ١٤٣٨هـ



الجمعية السعودية للإعلام والاتصال  
Saudi Association for Media & Communication

Arabian Journal of

# Media and Communication

Refereed Periodical for Research in the Fields of Media and Communication

- Attitudes of Palestinian Journalists towards the Practice of Investigative Journalism
- Use of Social Networks in the Introduction of Prophet Muhammad
- The Role of Critical Thinking in Dealing Rationally with Rumors on Social Networks
- The Epistemological Status of Information and Communication Sciences
- The Role of Social Networks in Shaping the Knowledge and Attitudes of Egyptian Expatriates Towards Cases of Terrorism in Egypt In 2015
- Proposals of Applying Media Transparency on Texts and Images in Arabic Newscasts
- The Attitudes of Students and Heads of Media Departments Towards the Difficulties of Teaching Media in important Palestinian Universities
- The Role of Social Networks in Providing the Arab Youth with Information and News about the Phenomenon of Terrorism
- The Implications of Using Persuasive Styles in Building Gulf Radio and Television Websites
- Political Conflict in Algeria in the French Press

# المجلة العربية للإعلام والاتصال

تصدر عن



الجمعية السعودية للإعلام والاتصال  
Saudi Association for Media & Communication

العدد السابع عشر

مايو ٢٠١٧م - شعبان ١٤٣٨هـ





## قواعد النشر في المجلة :

- (١) المجلة العربية للإعلام والاتصال، دورية علمية محكمة متخصصة بالبحوث والدراسات في مجالات الإعلام والاتصال الإنساني بمختلف فروعها.
- (٢) تصدر المجلة عن الجمعية السعودية للإعلام والاتصال بجامعة الملك سعود، الرياض، المملكة العربية السعودية.
- (٣) تنشر المجلة البحوث والدراسات والمقالات العلمية وملخصات الرسائل العلمية، ومراجعات الكتب في كافة فروع الإعلام والاتصال.
- (٤) تخضع جميع المواد المقدمة للمجلة للتحكيم العلمي المتخصص.
- (٥) تقبل البحوث والدراسات للنشر بالمجلة، وفقاً لقواعد النشر التالية:
  - أ. أن يكون البحث مكتوباً بلغة عربية سليمة، وتقبل الأبحاث باللغة الإنجليزية في القضايا الإعلامية التي تتطلب ذلك.
  - ب. أن يكون البحث أو الدراسة في أحد مجالات وفروع الإعلام والاتصال.
  - ت. أن يتسم البحث بالجدة والأصالة، ولا يكون قد مضى على إعداده أكثر من ثلاث سنوات.
  - ث. أن يعتمد الباحث الأسس العلمية في كافة خطواته وأن يتبع قواعد التوثيق العلمي المستخدمة بالمجلة.
  - ج. ألا تزيد عدد صفحات البحث أو الدراسة عن خمسين صفحة (بما في ذلك الملخص والجداول والرسوم البيانية والملاحق والمراجع).
  - ح. ألا يكون حالياً قيد الدراسة للنشر أو قد سبق نشره في جهة أخرى.
  - خ. أن يعد الباحث عنوانين وملخصين لبحثه باللغتين العربية والإنجليزية في حدود ٣٠٠ كلمة لكل منهما.
  - د. أن يرسل البحث أو الدراسة في ملف "وورد. Word"
  - ذ. ترسل للباحث خمس نسخ ورقية من العدد المشارك فيه.
- (٦) البحوث والدراسات المنشورة بالمجلة تعبر عن رأي أصحابها ولا تعبر بالضرورة عن رأي الجمعية، ويتحمل مؤلفوها المسؤولية كاملة عن صحة ودقة المعلومات والاستنتاجات.
- (٧) توجه المراسلات الخاصة بالمجلة إلى رئيس هيئة التحرير على البريد الإلكتروني الخاص بالمجلة (majalatsam@gmail.com) ، أو العنوان البريدي الآتي :  
المجلة العربية للإعلام والاتصال  
جامعة الملك سعود - قسم الإعلام  
ص. ب ٢٤٥٦ الرياض ١١٤٥١  
المملكة العربية السعودية

## قواعد التوثيق العلمي :

ترصد المراجع والهوامش في نهاية البحث أو الدراسة بأرقام متسلسلة حسب تسلسل الإشارة إليها في ثنايا البحث أو الدراسة، وهي الطريقة المسماة "الهوامش الأخيرة End Notes" الذي تعتمد دورية الصحافة والإعلام Mass Communication Quarterly & Journalism، ودورية معلم الصحافة والإعلام Mass Communication Educator & Journalism، وبعض المجلات العربية.

## أمثلة للإشارات للمراجع العربية :

### الإشارة الأولى للمرجع:

كتاب:

- اسم المؤلف (الأول فالثاني فالعائلة) ، عنوان الكتاب فتح قوس (مدينة النشر نقطتين: الناشر فاصلة ، سنة النشر إغلاق القوس) فاصلة ، رقم الصفحة مسبقاً ب ص أو ص ص.

مثال:

علي عبدالرحمن العلي ، الإعلام في عصر العولمة (الرياض: العبيكان للطباعة والنشر ، ٢٠١٥) ، ص ٢٣.

بحث في دورية:

- اسم المؤلف (الأول فالثاني فالعائلة) فاصلة ، فتح علامة تنصيص "عنوان البحث أو الدراسة إغلاق التنصيص" فاصلة ، اسم الدورية ورقم المجلة إن وجد فتح قوس (الشهر أو الفصل والسنة إغلاق القوس) نقطتين: أرقام الصفحات التي يشغلها كامل البحث فاصلة ، رقم صفحة الإشارة أو صفحاتها إن وجدت مسبوقة ب ص أو ص ص.

مثال:

- علي عبدالرحمن العلي ، "الصحافة في عصر العولمة" ، المجلة العربية للإعلام والاتصال ، العدد الأول ، (نوفمبر ٢٠٠٥): ٢٥ - ٣٠ ، ص ٣٣.

### الإشارة الثانية التالية مباشرة:

(تطبق في حالة الكتب والبحوث)

١. المرجع السابق فاصلة ، رقم الصفحة أو الصفحات ، إن وجد ، مسبوقة ب ص أو ص ص.

مثال:

٢. المرجع السابق ، ص ٢٢ - ٢٤.

### الإشارة الثانية وما بعدها:

(في حالة عدم ورودها مباشرة)

١. اسم العائلة للمؤلف فاصلة ، رقم الصفحة أو الصفحات ، إن وجد ، مسبوقة ب ص أو ص ص.

مثال:

٢. العلي ، ص ٢٣.

### وفي حالة وجود أكثر من مرجع للمؤلف نفسه سبقت الإشارة إليهما:

٣. اسم عائلة المؤلف فاصلة ، الكلمة الأولى من العنوان أو جزء منه متبوعاً بثلاث نقاط داخل تنصيص "..." فاصلة ، رقم الصفحة أو الصفحات مسبوقة ب ص أو ص ص.

مثال:

٤. العلي ، "الإعلام ..." ، ص ٢٣.

### الإشارة للمراجع الأجنبية:

يستخدم الأسلوب المتبع نفسه في دورية الصحافة والإعلام Journalism & Mass Communication Quarterly ، التي تصدرها جمعية تعليم الإعلام والصحافة الأمريكية AEJMC.

## نبذة عن الجمعية

تأسست الجمعية السعودية للإعلام والاتصال في ٢٢ / ١٢ / ١٤٢١هـ وفقاً للقرار رقم ٢١٠٩ / أ الصادر عن وزارة التعليم العالي. وهي جمعية علمية متخصصة في مجال الإعلام والاتصال ومقرها جامعة الملك سعود بالرياض.

وعقد الاجتماع التأسيسي الأول للجمعية العمومية في جامعة الملك سعود بتاريخ ٢٢ / ١١ / ١٤٢٢هـ الموافق ٥ / ٢ / ٢٠٠٢م، وانتخب خلاله أول مجلس إدارة للاضطلاع بأعباء ومسؤوليات الجمعية. وتهدف الجمعية إلى ما يلي:

- تنمية الفكر العلمي في مجال الإعلام والاتصال والعمل على تطوير هذه العلوم والاختصاصات.

- إجراء الدراسات والبحوث المتخصصة في مختلف مجالات الإعلام في المملكة العربية السعودية.

- التواصل العلمي والمهني بين الأكاديميين الإعلاميين والقائمين على شؤون الإعلام في المملكة.

- مد جسور التعاون بين الجمعية ومثيلاتها من الجمعيات والهيئات العلمية في الخارج.

- تطوير الأداء وتبادل الخبرات الإعلامية المحلية والعربية والدولية.



الجمعية السعودية للإعلام والاتصال  
Saudi Association for Media & Communication

### أعضاء مجلس الإدارة

أ. د. نايف بن ثنيان آل سعود  
رئيس المجلس

أ.د. عبدالرحمن بن حمود العناد  
نائب الرئيس

د. محمد سليمان الأحمد  
أمين المال

د. علي دبل العنزي

د. سعود صالح كاتب

د. عبدالله عبدالمحسن العساف

د. إبراهيم أحمد السعيد

أ. عبدالمحسن عبدالله القباني

أ. لمياء حمدان العنزي  
أمين المجلس

### عنوان الجمعية

المملكة العربية السعودية - الرياض  
جامعة الملك سعود - قسم الإعلام  
هاتف: ٤٦٧٥٢٧٨ - ٤٦٧٩٧١٧

البريد الإلكتروني  
info@samc.ksu.edu.sa  
www.samc@ksu.edu.sa

## شبكة البحث العلمي المجلة العربية للإعلام والاتصال

دورية متخصصة محكمة تعنى  
بأبحاث الإعلام والاتصال  
تصدر عن  
الجمعية السعودية للإعلام والاتصال  
العدد السابع عشر  
مايو ٢٠١٧م - شعبان ١٤٣٨هـ

### هيئة التحرير

رئيس هيئة التحرير  
أ. د. عبد الرحمن بن حمود العناد

نائب رئيس هيئة التحرير  
أ. د. سعيد بن علي آل ثابت

عضو  
أ. د. فهد بن عبدالعزيز العسكر

عضو  
أ. د. عثمان بن محمد العربي

عضو  
د. حمزة بن أحمد بيت المال

مدير التحرير  
أ. سوسن عبدالله الحربي

جميع المراسلات  
ترسل باسم رئيس هيئة التحرير  
على العنوان التالي:

ص. ب. ٢٤٥٦ الرياض ١١٤٥١  
هاتف: ٢٠٥٣٥٨٠ - ٤٦٧٥٣٧٨  
فاكس: ٢٠٥٣٥٨١ - ٤٦٧٩٧١٧

البريد الإلكتروني  
majalatsamc@gmail.com  
www.samc@ksu.edu.sa

### تقديم

9

اتجاهات الصحفيين الفلسطينيين نحو ممارسة الصحافة  
الاستقصائية

11

أ. صلاح الدين عدلي أبو حسن

مواقع التواصل الاجتماعي وتوظيفها في التعريف بالنبي  
\_محمد صلى الله عليه وسلم\_

61

د. رضا عبدالواجد أمين

دور التفكير النقدي في عقلنة التعامل مع الإشاعات على  
شبكات التواصل الاجتماعي

99

د. الصادق رايح

الوضعية الإبستمولوجية لعلوم الإعلام والاتصال  
د. عبد الله الزين الحيدري

125

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل معارف  
واتجاهات المغتربين المصريين نحو قضايا الإرهاب في مصر  
خلال عام ٢٠١٥

159

د. فائق عبد الرحمن

اقتراحات لتطبيق مفهوم الشفافية الإعلامية عملياً على  
نصوص نشرات الأخبار العربية وصورها

205

د. فايز شاهين

اتجاهات رؤساء الاقسام والطلبة نحو صعوبات تدريس  
الإعلام في الجامعات الفلسطينية

239

د. قيس أبو عياش

دور شبكات التواصل الاجتماعي في إمداد الشباب العربي  
بالمعلومات والأخبار حول ظاهرة الإرهاب

273

د. محمد عبدالوهاب الفقيه كافي - أ. حاتم علي حيدر الصالحي

دلالات استخدام أساليب بناء الإقناع في تصميم المواقع  
الإذاعية والتلفزيونية الخليجية

321

د. معين صالح يحيى الميثمي - د. فؤاد علي حسين سعدان

### الرسائل العلمية

النصر السياسي في الجزائر من خلال الصحافة الفرنسية

375

سميرة بلعربي





الجمعية السعودية للإعلام والاتصال  
Saudi Association for Media & Communication

المجلة العربية  
للإعلام والاتصال

## تقديم

حرصت هيئة تحرير المجلة على نشر أكبر عدد ممكن من البحوث في هذا العدد السابع عشر من المجلة نظرا لتراكم أعداد المقبول منها بعد الزيادة الملحوظة في الفترة الأخيرة على الأبحاث الواردة للمجلة. يحدث ذلك على الرغم من ارتفاع نسبة البحوث التي لا تجتاز مرحلة التحكيم الأولية أو التحكيم المرجح، وقد أدت زيادة البحوث الواردة للمجلة إلى زيادة في جهود إدارة التحرير وأعضاء هيئة التحرير الموقرين، كما أدت إلى زيادة الأعباء المالية على المجلة جراء زيادة مستحقات المحكمين الذين نشكرهم على حسن تعاونهم في سبيل الارتقاء بالمجلة وخدمة التراث العلمي العربي في مجالات الإعلام والاتصال المتعددة.

وجاءت أبحاث العدد من عدد من الدول، منها المملكة ومصر واليمن وفلسطين والإمارات العربية المتحدة والجزائر، وتنوعت من حيث منهجياتها التي شملت البحوث المكتبية وتحليل المحتوى والمسح بالعينة، وتناولت اتجاهات الصحفيين الفلسطينيين نحو ممارسة الصحافة الاستقصائية، ومواقع التواصل الاجتماعي وتوظيفها في التعريف بالنبي \_ محمد صلى الله عليه وسلم \_ ، ودور التفكير النقدي في عقلنة التعامل مع الإشاعات على شبكات التواصل الاجتماعي، والوضعية الإبيستمولوجية لعلوم الإعلام والاتصال، ودور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل معارف واتجاهات المغتربين المصريين نحو قضايا الإرهاب في مصر خلال عام ٢٠١٥، واقتراحات لتطبيق مفهوم الشفافية الإعلامية عملياً على نصوص نشرات الأخبار العربية وصورها، واتجاهات رؤساء الأقسام والطلبة نحو صعوبات تدريس الإعلام في الجامعات الفلسطينية، ودور شبكات التواصل الاجتماعي في إمداد الشباب العربي بالمعلومات والأخبار حول ظاهرة الإرهاب، ودلالات استخدام أساليب بناء الإقناع في تصميم المواقع الإذاعية والتلفزيونية الخليجية، وأخيراً ملخص رسالة علمية حول الصراع السياسي في الجزائر من خلال الصحافة الفرنسية.

رئيس هيئة التحرير

أ. د. عبدالرحمن حمود العناد



**دور شبكات التواصل  
الاجتماعي في إمداد  
الشباب العربي بالمعلومات  
والأخبار حول ظاهرة الإرهاب  
دراسة مقارنة بين الشباب في أربع دول عربية**

**د. محمد عبدالوهاب الفقيه كافي**

أستاذ الإذاعة والتلفزيون المشارك بكلية الإعلام في  
جامعتي صنعاء والإمام محمد بن سعود الإسلامية

**أ. حاتم علي حيدر الصالحي**

المدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان -كلية الإعلام -  
جامعة صنعاء

## ملخص

هدفت الدراسة إلى الكشف عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في إمداد الشباب العربي بالأخبار والمعلومات حول ظاهرة الإرهاب من خلال معرفة مدى التماس الشباب العربي للأخبار والمعلومات من شبكات التواصل الاجتماعي، واعتمادهم عليها كمصدر للمعلومات حول ظاهرة الإرهاب، واعتمدت الدراسة في بناءها النظري على نظريتي التماس المعلومات والاعتماد على وسائل الإعلام، وأجريت الدراسة على الشباب في أربع دول عربية، هي: (السعودية، واليمن، ومصر، والأردن)، وتم الوصول إلى عينة الدراسة باستخدام أسلوب (عينة الكرة الثلجية)، كما تم استخدام استبيان إلكتروني لجمع البيانات من العينة، وخلصت الدراسة إلى العديد من النتائج، أهمها :

- يلتمس الشباب من شبكات التواصل الاجتماعي بالدرجة الأولى المعلومات المتعلقة بالحوادث والعمليات الإرهابية التي تحصل في بلدانهم، يليها معلومات حول الحوادث الإرهابية التي تحصل في البلدان الأخرى، ثم معلومات عامة حول الإرهاب.
- جاء عامل إشباع الحاجات الأساسية كالحاجة للمعرفة في مقدمة العوامل المؤثرة على التماس الشباب للمعلومات من شبكات التواصل الاجتماعي حول ظاهرة الإرهاب، يليه عامل الحاجة إلى التنوع، ثم عامل توظيف المعلومات لتحقيق أهداف محددة .
- جاءت التأثيرات المعرفية في مقدمة التأثيرات الناتجة عن اعتماد الشباب على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول ظاهرة الإرهاب، تلتها التأثيرات الوجدانية، ثم التأثيرات السلوكية.
- يرى غالبية الشباب بأن شبكات التواصل الاجتماعي ساعدت الجماعات الإرهابية في التواصل مع قاعدة جماهيرية عريضة بسهولة ويسر، كما سهلت عملية اجتذاب مجندين جدد ضمن الجماعات الإرهابية، وعززت عملية تضخيم حجم وقوة الجماعات الإرهابية.
- وجود ارتباط طردي معتدل بين العوامل المؤثرة على التماس الشباب للمعلومات ودرجة اعتمادهم على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول على المعلومات حول ظاهرة الإرهاب. كما كشفت النتائج عن وجود فروق معنوية في تأثيرات اعتماد الشباب على شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على معلومات حول ظاهرة الإرهاب تعود لاختلاف جنسيات الشباب .

## المقدمة:

على الرغم من أن تاريخ البشرية منذ الأزل يزخر بالممارسات الإرهابية إلا أن هذا المصطلح لم يتم تداوله في المحافل الدولية إلا بعد تشكيل عصبة الأمم المتحدة بعد الحرب العالمية الأولى، وذلك على إثر اغتيال ملك يوغسلافيا الكسندر الأول، ووزير خارجية فرنسا، في ذلك الحين دعت الأمم المتحدة إلى عقد مؤتمرها الدولي الأول عام ١٩٣٧م لدراسة مشكلة الإرهاب<sup>(١)</sup>.

واليوم أصبح الإرهاب ظاهرة خطيرة تهدد الأمن والاستقرار الداخلي للدول، وتعوق خطط التنمية بكافة أشكالها، ما جعل الدول تستنفر كل طاقاتها وجهودها لمحاصرة هذه الظاهرة والعمل على الحد من آثارها، وعلى الرغم من شيوع الظاهرة - خصوصاً في الآونة الأخيرة - إلا أنه لا يوجد تعريف محدد يفسر ظاهرة الإرهاب على المستوى النظري؛ بسبب تباين الأطر الأيديولوجية المفسرة للظاهرة، وأيضاً لاختلاف الثقافات وتباينها من مجتمع إلى آخر<sup>(٢)</sup>. وكلمة إرهاب أتت من الأصول اللاتينية (Terror, Terroris) وتعني الخوف، والمصطلح يعني عادة العنف الذي تنفذه الحكومات أو الانظمة الحاكمة، ومؤخراً أصبح يعني أيضاً سلوكيات المتمردين أو المناهضين للحكومات. وبرزت مؤخراً العديد من التعريفات للإرهاب تربطها مجموعة من السمات المشتركة في ظاهرة الإرهاب أبرزها: الأهداف السياسية للأعمال الإرهابية، فمثلاً يصف المؤرخ لأكير Laqueur الإرهاب بأنه استخدام العنف من قبل الجماعات لأغراض سياسية، كما أن معظم تعريفات الإرهاب استخدمت مصطلحات مثل العنف، الخوف، التهديد، الغرض السياسي، القوة. وقد قام الباحث مارتن Martin بمراجعة أغلب تعريفات الإرهاب وتوصل إلى إضافة بعض السمات لظاهرة الإرهاب، منها: استخدام القوة غير المشروعة، جهات فاعلة غير وطنية، أساليب غير تقليدية، دوافع سياسية، وهجمات تستهدف مدنيين، وأعمال تهدف إلى التأثير على الجمهور. والجماعات الإرهابية هي حركات اجتماعية تستخدم العنف لثب الخوف لدى الناس<sup>(٣)</sup>.

ويُعرف الإرهاب وفقاً للاتفاقية العربية لمكافحة الإرهاب ١٩٩٨ بأنه " كل فعل من أفعال العنف أو التهديد به أيّاً كان نوعه أو أغراضه يقع تنفيذاً لمشروع إجرامي فردي أو جماعي ويهدف إلى إلقاء الرعب بين الناس أو ترويعهم بإيذائهم أو تعريض حياتهم أو حريتهم أو أمنهم للخطر أو إلحاق الضرر بالبيئة بأحد المرافق أو الأملاك العامة أو الخاصة أو احتلالها أو الاستيلاء عليها أو تعريض أحد الموارد الوطنية للخطر"<sup>(٤)</sup>

### شبكات التواصل الاجتماعي والإرهاب :

أدى ظهور الجيل الثاني من الويب Web2، وانتشاره الواسع بين الناس نظراً لتمكينه المستخدمين من إنشاء المحتوى ونشره، إلى حدوث تطور غير مسبوق في وسائل الإعلام، وإلى بروز أشكال جديدة في النشر والتواصل لم تكن موجودة في السابق تُعرف بشبكات التواصل الاجتماعي.

وتختلف شبكات التواصل الاجتماعي عن وسائل الإعلام التقليدي في عدة جوانب، منها : التفاعلية، وأنية النشر، وسهولة الوصول والاستخدام، وإمكانية متابعتها وإعادة المتابعة في أي زمان ومكان، إلى جانب تحويلها أي شخص بنشر المعلومات والوصول إليها وكلها مزايا سهلت استخدامها من قبل الجماعات الإرهابية. حيث تستخدم التنظيمات والجماعات الإرهابية هذه الوسائل لعدة أسباب، منها: أولاً: لما لهذه الوسائل من شعبية لدى الجماهير المستهدفة ومن ثم تسهل للجماعات الإرهابية عملية استهداف الجماهير، ثانياً: لأن هذه الوسائل سهلة الاستخدام، وبعيدة عن الرقابة والسيطرة الحكومية، ثالثاً: لأن وسائل الإعلام الاجتماعي سهلت للإرهابيين بطرق أبواب الزوار على العكس من المواقع الإلكترونية القديمة التي كان الإرهابيون ينتظرون للزوار بأن يأتوا إليهم<sup>(6)</sup>.

وتستخدم التنظيمات والجماعات الإرهابية شبكات التواصل الاجتماعي لأغراض منها: الدعاية ونشر التطرف، والتجنيد أو جذب جهاديين جدد، حيث تحدد الجماعات الإرهابية بعض الصفحات على مواقع التواصل ومن ثم تعمل على محاولة جذبهم ودعوتهم للانضمام إليها. كما تسمح شبكات التواصل للجماعات الإرهابية باستخدام إستراتيجية التحديد (narrowcasting) وهي إستراتيجية تقوم على نشر الرسائل إلى قطاعات محددة من الجمهور يتم اختيارها بناء على القيم التي تتبناها وتفضيلاتها، واهتماماتها، وسمات ديموغرافية أخرى، كما يتم اختيار صور ومقاطع مصورة ورسائل متضمنة استمالات تتناسب مع فئات اجتماعية معينة متواجدة عبر هذه الوسائل، وهذه الأساليب تمكن التنظيمات الإرهابية من استهداف جماهيرها وبخاصة الشباب<sup>(7)</sup>، فعلى سبيل المثال اهتم تنظيم داعش (أحد التنظيمات الإرهابية) بالجانب الإعلامي، وكان الظهور الأول لهذا التنظيم عبر شبكات التواصل الاجتماعي وبخاصة تويتر، ويمتلك التنظيم العديد من القنوات على موقع يوتيوب مثل مؤسسة الفرقان للإنتاج، ومؤسسة الاعتصام، والمنبر الإعلامي الجهادي، ومؤسسة غرباء وغيرها، ويقوم داعش بإنتاج الأفلام والمقاطع بطرق

فنية تعتمد على المونتاج والإثارة والتشويق يرافقها أناشيد دينية من أجل إرهاب الأعداء وجذب المؤيدين والدعاية للتنظيم، ويشير د. مالك الأحمد إلى أن ٨٠٪ من الذين انتسبوا لداعش تم تجنيدهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وأن نحو ٢٠٠ ألف مستخدم يقرؤون يومياً رسائل يبثها التنظيم، وأن داعش ينشر ويعيد نشر ما يزيد عن ٩٠ ألف مادة إعلامية ودعائية يومياً على شبكات التواصل الاجتماعي، وأن هناك أكثر من ٢٦٠٠ موقع إنترنت وشبكة تواصل اجتماعي ترتبط بالتنظيم وتخاطب العالم بلغات متعددة منها الإنجليزية والعربية والفرنسية<sup>(٧)</sup>.

### مجالات استخدام التنظيمات الإرهابية لشبكات التواصل الاجتماعي :

توظف التنظيمات الإرهابية شبكات التواصل الاجتماعي لخدمة مصالحها في مجالات عديدة، أبرزها :

١- **الدعاية Propaganda** : أحد الاستخدامات الأساسية للإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي من قبل الجماعات الإرهابية هو الدعاية من خلال أشكال متعددة منها: نشر رسائل متعددة الوسائط (نصوص وصور ومقاطع صوت وفيديو) تقدم شرح للتنظيم أو الجماعة وممارساتها والترويج لأنشطتها الإرهابية، والترويج للعنف من خلال عرض مقاطع مصورة للجماعات الإرهابية وهي تمارس العنف، أو نشر ألعاب فيديو تنتجها الجماعات الإرهابية تحاكي أعمالها في الواقع، وكذلك الترويج للخطاب المتطرف الذي يشجع على ممارسة أعمال العنف وتوزيعه على منصات التواصل الاجتماعي .

٢- **التعاطف والتجنيد Recruitment**: تستخدم المنظمات الإرهابية شبكات التواصل الاجتماعي في عملية بناء العلاقات وطلب الدعم من الجماهير المتعاطفة معها، إلى جانب استخدام غرف الدردشة الخاصة عبر هذه المواقع في التواصل مع جماهير محددة يتم اختيارها وفقاً لمعايير ديمغرافية أو إيديولوجية لتجنيدها في صفوف التنظيمات الإرهابية، على سبيل المثال: تقوم الجماعات الإرهابية بتصميم دعاية خاصة تعزز على وتر الظلم والتهميش يتم توجيهها لفئات المجتمع المهمشة والضعيفة ودعوتها للانضمام إلى صفوفها.

٣- **الدعم المادي Financing**: تستخدم المنظمات الإرهابية الإنترنت وشبكات التواصل في الحصول على الدعم المادي لتمويل الأعمال الإرهابية، وهناك عدة طرق يستخدمها الإرهابيون في جمع الأموال عبر الإنترنت، منها: الطلب المباشر عبر مواقع



التواصل الاجتماعي من الذين يتواصلون معهم مباشرة سواء كتابة أو صوتاً وصورة، والتجارة الإلكترونية، واستخدام أدوات الدفع وبطاقات الائتمان عبر الإنترنت، ومن خلال المنظمات غير الهادفة للربح والتي تسعى إلى جمع الأموال والتبرعات عبر الإنترنت وشبكات التواصل من أجل تمويل التنظيمات الإرهابية التي تعمل لصالحها.

٤- **التدريب Training**: في السنوات الأخيرة استخدمت الجماعات الإرهابية الإنترنت وبخاصة شبكات التواصل الاجتماعي معسكراً تدريباً لأتباعها من خلال نشر الكتيبات ومقاطع الصوت والصورة والفيديوهات يمكن الوصول إليها بسهولة وبلغات متعددة، حول مواضيع متعددة مثل كيفية الانضمام للتنظيمات الإرهابية، وطرق عمل المتفجرات والأسلحة النارية، وطرق التخطيط وتنفيذ الهجمات الإرهابية.

٥- **التخطيط Planning**: عادة ما تستخدم التنظيمات الإرهابية الإنترنت وشبكات التواصل في عملية التخطيط للأعمال الإرهابية من خلال التواصل مع عدة أطراف في مناطق جغرافية مختلفة للتسيق والإعداد لمخطط إرهابي، يساعدهم في ذلك سرية الاتصالات عبر هذه الشبكات والتي غالباً ما تكون بعيدة عن مراقبة الدول.

٦- **التنفيذ Execution**: إلى جانب ما سبق يمكن للجماعات الإرهابية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت في تنفيذ أعمال إرهابية منها على سبيل المثال: نشر تهديدات صريحة بالعنف قد تصل إلى حد التهديد باستخدام السلاح من أجل بث الذعر والخوف والقلق بين المستخدمين والسكان، ومثل هذه التهديدات تعد أعمال إرهابية حتى لو لم يتم الوفاء بها.

٧- **الهجمات الإلكترونية Cyberattacks**: وتشير الهجمات الإلكترونية إلى الاستغلال المتعمد للشبكات الحاسوبية وسيلةً لشن هجوم، مثل استخدام القرصنة ونشر فيروسات تضر بالبرامج، مثل هذه الهجمات قد تستخدمها الجماعات الإرهابية للإضرار بالمصالح العامة للدول مثل استهداف مواقع وزارة الخارجية والداخلية، واستهداف المواقع الإلكترونية للبورصة أو البنوك<sup>(٨)</sup>.

### شبكات التواصل الاجتماعي ونشر المعلومات حول الحوادث الإرهابية

غيرت شبكات التواصل الاجتماعي سرعة نشر الأخبار والمعلومات حول الهجمات الإرهابية وطريقة تفاعل الجمهور معها، فالمعلومات الأولية حول الهجمات الإرهابية غالباً ما

تأتي للجمهور عبر شبكات التواصل الاجتماعي كالفيس بوك وتويتر وليس من خلال وسائل الإعلام التقليدية، إذ إن انتشار الهواتف النقالة الذكية المزودة بالكاميرات وتطبيقات شبكات التواصل الاجتماعي ساعدت على نشر المعلومات والأخبار وقت حدوثها إلى جمهور واسع، حيث كشفت إحدى الدراسات الحديثة بأن شبكات التواصل الاجتماعي كانت المصدر الرئيس الأول في معرفة الحادثة الإرهابية على الجندي البريطاني "لي ريغي" الذي قتل في أحد شوارع لندن بمنطقة ووليتش بتاريخ ٢٢ مايو ٢٠١٣م، ففي الدقيقة الأولى نُشرت حوالي ٨٠٠ تدوينة على تويتر حول الحادثة<sup>(٩)</sup>

وقد احتلت شبكات التواصل الاجتماعي الترتيب الثالث بعد الفضائيات الخاصة والفضائيات العربية، في الاعتماد عليها من قبل الجمهور المصري في الحصول على معلومات حول الإرهاب حيث تقدمت على الفضائيات والإذاعات والصحف الوطنية المصرية بما يعكس أهمية مصادر المعلومات الإلكترونية في متابعة الأحداث الإرهابية لدى الجمهور بالنظر لما تتميز به من سرعة في مواكبة الأخبار من خلال التحديث السريع لأخبارها<sup>(١٠)</sup>

### مشكلة الدراسة

في ظل الاستخدام المتنامي لشبكات التواصل الاجتماعي من قبل جميع فئات المجتمع وبخاصة فئة الشباب، ومع بروز الجماعات والتنظيمات الإرهابية بقوة في الآونة الأخيرة واستخدامها لشبكات التواصل الاجتماعي في نشر أفكارها ومعتقداتها والترويج لعملياتها، تسعى هذه الدراسة إلى الكشف عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في إمداد الشباب العربي بالأخبار والمعلومات حول ظاهرة الإرهاب من خلال معرفة التماس الشباب العربي للأخبار والمعلومات من شبكات التواصل الاجتماعي واعتمادهم عليها مصدرًا للمعلومات حول ظاهرة الإرهاب، واتجاهاتهم نحو أدوارها في نشر التطرف والإرهاب.

### أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة في النقاط الآتية:

١- الأهمية الموضوعية : انتشر الإرهاب بشكل متسارع وكبير في السنوات الأخيرة وبخاصة في الدول التي عانت من الاحتجاجات والثورات الشعبية وتدهور الأوضاع الأمنية

في العراق وسوريا واليمن وليبيا ومصر، واتجهت تلك التنظيمات والجماعات الإرهابية إلى الترويج لأفكارها ومعتقداتها عبر شبكات التواصل الاجتماعي نظراً لضعف الرقابة والسيطرة على هذه الشبكات من قبل الحكومات، في المقابل تنامي استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي وأصبحت جزءاً لا يتجزأ من نمط حياتهم، وهذا بدوره يعطي أهمية لدراسة موضوع إمداد شبكات التواصل الاجتماعي للشباب بالمعلومات والأخبار حول ظاهرة الإرهاب .

٢- **الأهمية المجتمعية:** نظراً لتنامي استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في المجتمع، وتوظيفها من قبل الجماعات الإرهابية لتحقيق أهدافها، برزت العديد من المخاوف حول دور هذه الشبكات في نشر الأفكار المتطرفة بين الشباب، وبث الرعب والخوف بين أفراد المجتمع من خلال ما يتم نشره من صور وفيديوهات من قبل الجماعات الإرهابية؛ لذا تحاول هذه الدراسة معرفة مدى التماس الشباب العربي للمعلومات حول العمليات والحوادث الإرهابية وتأثير اعتمادهم على تلك المعلومات، وتقييمهم لها، ومن ثم تفيد نتائج هذه الدراسة الجهات الحكومية ومنظمات المجتمع المدني الهادفة إلى التقليل والحد من مخاطر نشر الأفكار المتطرفة عبر شبكات التواصل الاجتماعي .

### أهداف الدراسة

تسعى الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- ١- معرفة المعلومات التي يلتمسها الشباب العربي من شبكات التواصل الاجتماعي حول ظاهرة الإرهاب .
- ٢- رصد العوامل المؤثرة على التماس الشباب العربي للأخبار والمعلومات من شبكات التواصل الاجتماعي حول ظاهرة الإرهاب
- ٣- معرفة تأثيرات اعتماد الشباب العربي على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على الأخبار والمعلومات حول ظاهرة الإرهاب
- ٤- الكشف عن اتجاهات الشباب العربي نحو دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الإرهاب والتطرف.

## الدراسات السابقة :

أولاً : الدراسات التي تناولت العلاقة بين شبكات التواصل الاجتماعي والممارسات الإرهابية:

- دراسة (إيمان الشرقاوي، ٢٠١٤)<sup>(١١)</sup> وسعت الدراسة إلى التعرف على طبيعة العلاقة الجدلية بين شبكات التواصل الاجتماعي بوصفها أحد أهم أشكال الإعلام الجديد والممارسات الإرهابية التي تتم عبر تلك الشبكات من جهة، وقيام المؤسسات الأمنية الحكومية بفرض الرقابة على هذه المواقع لتعقب أنشطة الجماعات الإرهابية، وطبقت الدراسة على ١١٩ مفردة من المنتمين لوزارة الداخلية والمواقع الأمنية العربية، ومن الأكاديميين والعاملين في الحقل الإعلامي، واعتمدت الدراسة على نظرية تأثير الشخص الثالث كإطار نظري، وتوصلت إلى أن المنتمين للمؤسسات الأمنية والإعلامية يجمعون على أن استخدام الجماعات الإرهابية لمواقع التواصل زاد في السنوات الأخيرة وأصبح خطراً لا بد من مواجهته، وأنهم لا يتأثرون سلباً بالمنشورات والمقاطع المصورة التي تنشرها الجماعات الإرهابية عبر شبكات التواصل ويرون أن التأثير يكون على المواطن العادي .

- دراسة ( هبة شاهين، ٢٠١٤)<sup>(١٢)</sup> والتي هدفت للتعرف على مدى اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام كمصادر للأخبار المتعلقة بالأحداث الإرهابية، ورصد المسؤولية الاجتماعية والأمنية لوسائل الإعلام المصرية في تناول قضايا الإرهاب، وخلصت الدراسة إلى ارتفاع نسبة اعتماد المبحوثين على وسائل الإعلام المصرية للحصول على الأخبار المتعلقة بالأحداث الإرهابية، وتصدرت شبكات التواصل الاجتماعي المرتبة الثالثة في اعتماد الجمهور المصري عليها مصدرًا للحصول على المعلومات حول الإرهاب، كما كشفت الدراسة عن أن غياب الدولة عن ساحة الإعلام الجديد واستغلال الجماعات الإرهابية للوسائط المعلوماتية الجديدة بكفاءة لنقل الرسائل والمعلومات يعد أبرز التحديات التي تواجه وسائل الإعلام في التعامل مع ظاهرة الإرهاب .

- دراسة (Fredrick R. Ishengoma,2013)<sup>(١٣)</sup> والتي هدفت إلى معرفة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي أثناء حدوث الهجمات الإرهابية في البلدان النامية، من خلال تحليل تغريدات مستخدمي تويتر أثناء الهجوم الإرهابي على مركز ويست جيت للتسوق في نيروبي بدولة كينيا بتاريخ ٢١ سبتمبر ٢٠١٣، والذي تبنته "حركة الشباب" وقد توصلت الدراسة إلى أن مستخدمي تويتر في البلدان النامية يميلون إلى التدوين بشكل أكبر في

الأوقات الأولى لوقوع الحوادث الإرهابية، وأن معظم التدوينات على تويتر انطلقت من حسابات المستخدمين في البلد الذي تعرض للهجوم الإرهابي، كما أن ٧٣٪ من التغريدات تعود للذكور مقابل ٢٧٪ منها تعود للإناث، ذلك أن الإناث في البلدان النامية أقل استخداماً للإنترنت وفقاً لتقارير الاتحاد الدولي للاتصالات .

- وسعت دراسة (Maura Conway & Lisa McInerney, 2008)<sup>(١٤)</sup> إلى التعرف على الداعمين لمقاطع الفيديو التي تنشرها الجماعات الإرهابية على يوتيوب من خلال تحليل التعليقات على ٥٠ مقطع فيديو تروج للجهاد والاستشهاد في العراق، وباستخدام أسلوب تحليل المضمون، وتحليل الشبكات، وتحليل التعليقات وفقاً لتصنيف (داعم)، و(ناقد أو معارض)، و(غير محدد)، توصلت الدراسة إلى أن غالبية الداعمين لتلك المقاطع تحت سن ٣٥ سنة، وأن معظمهم مقيمون خارج منطقة الشرق الأوسط، وشمال أفريقيا، ونسبة كبيرة من الداعمين تقيم في الولايات المتحدة الأمريكية، والمملكة المتحدة.

- دراسة (Michael P. Boyle، et.al، 2004)<sup>(١٥)</sup> هدفت الدراسة إلى معرفة دوافع الأفراد للبحث عن المعلومات والتعلم حول حادث ١١ سبتمبر الإرهابي، للحد من عدم التيقن حول ما حدث، وأجريت الدراسة على فترتين زمنيتين الأولى ١٨ أكتوبر إلى ٧ نوفمبر ٢٠٠١ باستخدام المقابلة بالتليفون على عينة عشوائية قوامها ٦٥٧ مبحوثاً، والفترة الثانية في مارس ٢٠٠٢، على ٣٤١ مبحوثاً من المشاركين في المرحلة الأولى وقد أشارت النتائج إلى أن ردة الفعل العاطفية السلبية كانت مؤشراً قوياً لاندفاع الأفراد لمعرفة الحادث، كما كشفت عن ارتفاع في معدل استخدام الأفراد للتلفزيون والصحف وشبكة الإنترنت خلال المرحلتين بغرض زيادة المعرفة والتعلم حول الحادث .

ثانياً : الدراسات التي تناولت نظريتي الاعتماد والتماس المعلومات في إطار الإعلام الجديد .

- دراسة (داليا المدبولي، ٢٠١٤)<sup>(١٦)</sup> والتي سعت إلى معرفة التماس المعلومات السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمستوى مصداقية المضامين لدى دارسي الإعلام التربوي بالجامعات المصرية، وأجريت الدراسة على عينة عشوائية قوامها ٢٠٠ مفردة من طلاب الإعلام التربوي بجامعة القاهرة ودمياط ، وكشفت نتائج الدراسة عن أن أكثر من نصف الطلاب يتصفحون مواقع التواصل بواقع أكثر من ثلاث ساعات

يوميًا، ويستخدمونها بالدرجة الأولى بدافع تبادل ومشاركة الأفكار مع مستخدمي آخرين، ويزيد استخدامهم لها في أوقات الأزمات وتصاعد الأحداث، كما وجدت الدراسة ارتباطًا طرديًا دالًا إحصائيًا بين التماس الطلاب للمعلومات السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومعدل تعرضهم لها .

- دراسة (منى عمران، ٢٠١٤)<sup>(١٧)</sup> والتي هدفت إلى الكشف عن دور الفيس بوك في إمداد الشباب الجامعي المصري بالمعلومات حول قضايا الفساد الإعلامي والسياسي، واعتمدت الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بوصفها إطارًا نظريًا، وطُبقت الدراسة على عينة عمدية من الشباب الجامعي المصري قوامها ٤٠٠ مفردة، وخلصت الدراسة إلى أن معظم الشباب الجامعي يتصفح الفيس بوك يوميًا، ويتابع قضايا الفساد الإعلامي والسياسي بدرجة متوسطة عبر موقع الفيس بوك، كما كشفت النتائج عن وجود ارتباط طردي ضعيف بين زيادة الاعتماد على الفيس بوك بوصفه مصدرًا للمعلومات وبين حصول الشباب على المعلومات المتعلقة بقضايا الفساد الإعلامي والسياسي .

- دراسة (إيمان حسني، ٢٠١٣)<sup>(١٨)</sup> والتي تناولت التماس المعلومات من شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالاتجاهات العصبية لدى الشباب المصري الجامعي، وطُبقت الدراسة على ٤٠٠ مفردة من طلاب جامعة القاهرة، وكشفت نتائج الدراسة عن سطحية التعرض للمعلومات من شبكات التواصل حيث يكتفي أغلب الباحثين بمطالعة عناوين الموضوعات، فيما يختار البعض مطالعة بعض الأجزاء النصية والصور والفيديوهات، فيما يميل نصف الباحثين إلى إعادة نشر المراسلات التي تتفق مع اتجاهاتهم وإبداء الإعجاب بها، ويميل أكثر من نصف الباحثين إلى حذف المراسلات التي لا تتفق مع اتجاهاتهم أو تجاهلها .

- دراسة (بشار مطهر، ٢٠١١)<sup>(١٩)</sup> والتي هدفت إلى معرفة التماس الشباب الجامعي الإعلامي اليمني للمعلومات أثناء الأزمات، بالتطبيق على حادثة تفجير مدرسة لايوليو للبنات، وطُبقت الدراسة على ٢٠٠ مفردة من الشباب الجامعي بكلية الإعلام جامعة صنعاء ممن تعرضوا لمصادر معلومات مختلفة حول الحادثة، وتوصلت الدراسة إلى أن أكثر من نصف عينة الباحثين اعتمدوا على أكثر من مصدر في الحصول على معلومات حول الحادثة، وكشفت النتائج عن عدم وجود ارتباط دال إحصائيًا بين التماس الشباب الجامعي للمعلومات وبين تأثيرات اعتمادهم على مصادر مختلفة في الحصول على معلومات حول الحادثة .

- دراسة (شريهان محمد توفيق، ٢٠٠٩)<sup>(٢٠)</sup> تناولت الدراسة رصد العوامل المؤثرة على فئة الصفوة المصرية في التماسهم للمعلومات السياسية من شبكة الإنترنت، واعتمدت الدراسة على مدخلين هما : التماس المعلومات ، والاعتماد على وسائل الإعلام ، وطبقت الدراسة على ١٦٠ مفردة من الصفوة المصرية في محافظتي القاهرة وأسيوط، وتوصلت إلى وجود ارتباط ذي دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الصفوة على شبكة الإنترنت بوصفها مصدراً للمعلومات السياسية وبين معدل التماسهم للمعلومات السياسية من خلالها، كما كشفت النتائج عن وجود فروق دالة إحصائية بين التماس المبحوثين للمعلومات السياسية من الإنترنت وفقاً للسن والمستوى التعليمي ونوعية الصفوة .

#### التعليق على الدراسات السابقة :

- كشفت الدراسات السابقة عن ارتفاع معدل نشر المعلومات حول ظاهرة الإرهاب عبر شبكات التواصل الاجتماعي وسرعة النشر، حيث إن المعلومات الأولية عن الحوادث الإرهابية غالباً ما تُنشر عبر هذه الشبكات، ومن هذا المنطلق تسعى الدراسة الحالية إلى الكشف عن رؤية الشباب العربي حول دور هذه الشبكات في نشر المعلومات حول الحوادث والعمليات الإرهابية وتوظيفها من قبل الجماعات الإرهابية .

- أكدت نتائج الدراسات عن ارتفاع معدل الوقت الذي يقضيه الأفراد في تصفح شبكات التواصل الاجتماعي واعتماده عليها في الحصول على المعلومات في مختلف المجالات سواء فيما يتعلق بالإرهاب أو في المجال السياسي وغيره، وطُبقت معظم الدراسات السابقة في سياق مجتمعي واحد ، فيما تسعى الدراسة الحالية لمعرفة اعتماد الشباب على شبكات التواصل في الحصول على معلومات حول ظاهرة الإرهاب في أربعة أقطار عربية عانت ولا زالت تعاني من تفاقم ظاهرة الإرهاب، ومعرفة الاختلافات بين الشباب وفقاً لجنسياتهم .

- جمعت بعض الدراسات بين نظريتي الاعتماد والتماس المعلومات في تناولها لموضوع حصول الجمهور على المعلومات من وسائل الإعلام ، فيما طبقت بعض الدراسات نظرية واحدة منهما، وتجمع الدراسة الحالية بين النظريتين في سياق دراسة الحصول على معلومات حول ظاهرة الإرهاب من شبكات التواصل الاجتماعي للوصول إلى نتائج متكاملة ومتنوعة تثري موضوع الدراسة .

- استفاد الباحثان من مراجعة التراث العلمي السابق في بناء مقاييس الدراسة الحالية .

### فروض الدراسة :

١- **الفرض الأول:** يوجد ارتباط طردي دال إحصائياً بين التماس الشباب للمعلومات والعوامل المؤثرة على التماسهم للمعلومات حول ظاهرة الإرهاب من شبكات التواصل الاجتماعي

٢- **الفرض الثاني:** يوجد ارتباط طردي دال إحصائياً بين العوامل المؤثرة على التماس الشباب للمعلومات من شبكات التواصل الاجتماعي ودرجة اعتمادهم عليها بوصفها مصدراً للحصول على المعلومات حول ظاهرة الإرهاب

٣- **الفرض الثالث:** يوجد ارتباط طردي دال إحصائياً بين درجة اعتماد الشباب على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على معلومات حول ظاهرة الإرهاب وتأثيرات اعتمادهم عليها .

٤- **الفرض الرابع:** توجد فروق ذات دلالة معنوية بين متوسطات درجات التماس الشباب العربي للمعلومات حول ظاهرة الإرهاب من شبكات التواصل الاجتماعي تعود لاختلاف الجنسية .

٥- **الفرض الخامس :** توجد فروق ذات دلالة معنوية بين متوسطات تأثيرات اعتماد الشباب على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على معلومات حول ظاهرة الإرهاب تعود لاختلاف متغيري ( الجنسية - المستوى الاقتصادي الاجتماعي ) .

٦- **الفرض السادس:** تختلف اتجاهات الشباب العربي نحو دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الإرهاب والتطرف باختلاف ( الجنسية - المستوى التعليمي - المستوى الاقتصادي الاجتماعي ) .

٧- **الفرض السابع:** توجد فروق ذات دلالة معنوية بين متوسطات الذكور والإناث في المتغيرات التالية :

أ / التماس المعلومات .

ب/ العوامل المؤثرة على التماس المعلومات.

ج/ تأثيرات الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي .

د/ الاتجاهات نحو دور شبكات التواصل في نشر الإرهاب والتطرف .



### الإطار النظري للدراسة :

تعتمد الدراسة في إطارها النظري وبناء مقاييسها على نظريتين في مجال الاتصال هما :  
نظرية التماس المعلومات، ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام .

#### أ) نظرية التماس المعلومات :

يقصد بالتماس المعلومات حاجة الفرد لتغيير حالته المعرفية والإدراكية الحالية ، وهي عملية مقصودة ينخرط فيها الأفراد بهدف الوصول إلى المعلومات التي من الممكن أن تغير معارفهم<sup>(٢١)</sup>

وتركز نظرية التماس المعلومات على سلوك الفرد في بحثه عن المعلومات من مصادر الاتصال المختلفة ، والتعرف على العوامل التي تؤثر في هذا السلوك، ومن ثم فإن النظرية تستهدف دراسة جمهور وسائل الإعلام وتسعى إلى اختبار فرضية مؤداها أن التماس المعلومات من وسائل الإعلام يؤثر على اتجاهات الجمهور ، كما تفترض النظرية وجود حوافز ومنبهات تؤدي إلى سعي الفرد للحصول على المعلومات<sup>(٢٢)</sup>

وتعد شبكة الإنترنت وخدماتها من ضمن الوسائل الإعلامية التي يسعى الأفراد للحصول على معلومات منها حول الأحداث والبيئة المحيطة به ، وفي هذا الإطار قدم (Loeber & Gristea) نموذجاً يوضح التماس الأفراد للمعلومات من الويب، ووفقاً للنموذج فإن عملية الالتماس تبدأ بمثير عاطفي أو منطقي يجذب انتباه الفرد ويخلق هذا المثير لدى الفرد حاجات وظيفية أو عاطفية أو مادية تجعله يتجه نحو الإنترنت للبحث عن المعلومات التي تساعده على تجاوز هذه المرحلة من خلال تصفح النصوص والصور والمقاطع المصورة، وعندما يجد الفرد هذه المعلومات فإنه يبدأ باستخدامها بما يحقق له الأهداف أو الحاجات التي تكونت لديه<sup>(٢٣)</sup>. وفي الدراسة الحالية تم توظيف نظرية التماس المعلومات لمعرفة نوعية المعلومات التي يلتمسها الشباب العربي، والعوامل المؤثرة على عملية الالتماس ، والنشاط الذي يمارسه الشباب أثناء التماس المعلومات وبعده.

#### ب) نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام :

وتفترض نظرية الاعتماد أن المجتمعات عندما تمر بمرحلة أزمات وتحولات وعدم استقرار سياسي يزداد اعتماد مواطنيها على وسائل الإعلام للحصول على المعلومات، ومن ثم يرتفع معدل تأثيرات وسائل الإعلام عليهم في تلك المراحل، ويزداد اعتماد المواطنين على وسائل الإعلام أوقات الأزمات، منها: الكوارث، والحوادث الإرهابية؛ لأن المواطنين

يسعون إلى الحصول على المعلومات التي تساعدهم على فهم الأحداث وتعيد إليهم الطمأنينة والاستقرار، وفي الوقت نفسه تسعى وسائل الإعلام إلى تهدئة المواطنين وتوضيح التحولات وتفسيرها<sup>(٢٤)</sup>.

وينتج عن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام للحصول على المعلومات مجموعة من الآثار تم تقسيمها من قبل "ديفلير وروكيتش" إلى ثلاث فئات، هي :

- ١- **الآثار المعرفية** : وتشمل الآثار المعرفية وفقاً لنظرية الاعتماد الآتي:
  - أ- كشف الغموض الناتج عن مشكلة نقص في المعلومات أو الافتقار إلى معلومات كافية لفهم الحدث وتفسير الأحداث.
  - ب- تكوين الاتجاه نحو القضايا الجدلية في المجتمع، منها مشكلات البيئة، والقضايا السياسية، ومشكلة الإرهاب وغيرها.
  - ت- ترتيب أولويات الجمهور في معرفة القضايا البارزة.
  - ث- توسيع المعتقدات التي يدركها الفرد.
  - ج- توضيح أهمية القيم للفرد والمجتمع .
- ٣- **الآثار الوجدانية**: ومن الآثار الوجدانية الناتجة عن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام:

- أ- الفتور العاطفي أي الشعور بالتبدل واللامبالاة تجاه الأحداث.
- ب- الخوف والقلق من مظاهر العنف التي تعرضها وسائل الإعلام.
- ت- رفع الروح المعنوية نتيجة زيادة الشعور الجمعي والتوحد.
- ٤- **الآثار السلوكية** : وتتمثل الآثار السلوكية الناتجة عن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام في :

- أ- التنشيط: أي قيام الفرد بعمل ما نتيجة تعرضه لوسائل الإعلام.
- ب- الخمول: أي عدم قيام الفرد بالنشاط وتجنب الفعل<sup>(٢٥)</sup>.

وقد تم توظيف هذه النظرية في الدراسة الحالية لمعرفة درجة اعتماد الشباب العربي على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على معلومات حول ظاهرة الإرهاب، والآثار الناتجة عن اعتمادهم عليها .

### الإجراءات المنهجية للدراسة:

**نوعية الدراسة:** تنتمي هذه الدراسة إلى نوعية الدراسات الوصفية التي تهدف إلى وصف خصائص الظواهر المدروسة، وتحديد درجة الارتباط بين المتغيرات<sup>(٣٦)</sup>، حيث تسعى هذه الدراسة إلى معرفة تزويد شبكات التواصل الاجتماعي الشباب العربي بالمعلومات والأخبار حول ظاهرة الإرهاب، ومعرفة العلاقة بين بعض المتغيرات التي تفترضها نظريتنا الاعتماد والتماس المعلومات.

**منهج الدراسة:** توظف هذه الدراسة منهج المسح Survey في الحصول على معلومات حول الظاهرة المدروسة، ويستخدم منهج المسح في الدراسات التي تهدف إلى جمع معلومات من الأفراد أو التعرف على وجهة نظرهم وما يعتقدونه ويفكرون فيه، وهو من أفضل المناهج عندما يكون الهدف الحصول على معلومات من عدد كبير من الأفراد<sup>(٣٧)</sup>، وقد تم الاعتماد على المسح الإلكتروني Online Survey لعينة من الشباب العربي - في أربع دول عربية هي (اليمن، والأردن، والسعودية، ومصر) - الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بهدف معرفة التماسهم للمعلومات حول ظاهرة الإرهاب من هذه الشبكات وتأثيرات اعتمادهم عليها .

**مجتمع الدراسة :** يشمل المجتمع الشباب العربي في أربع دول عربية، هي (الأردن، والسعودية، واليمن، ومصر) ممن هم في سن (١٨ - ٣٩) سنة .

**عينة الدراسة :** تم اختيار أربع دول عربية لتطبيق الدراسة فيها، هي ( الأردن، والسعودية، واليمن، ومصر)، وذلك للأسباب التالية :

- ارتفاع نسبة المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي في بعض الدول (عينة الدراسة)، حيث تأتي السعودية في المرتبة الأولى عالمياً في استخدام تويتر، فيما يرتفع عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في مصر وبخاصة استخدام موقع الفيس بوك
- حدوث عمليات إرهابية متعددة وواضحة في البلدان العربية التي طبقت الدراسة فيها، حيث شهدت المملكة العربية السعودية عدة هجمات إرهابية ومنها: هجوم إرهابي على حسينية شرق السعودية، والهجوم الانتحاري على مسجد القطيف بالسعودية، فيما شهدت اليمن عدة هجمات إرهابية على المساجد في العاصمة صنعاء ومنها الهجوم الانتحاري على مسجدي بدر والحشوش، ومثلا مصر التي شهدت هجمات إرهابية متعددة في سيناء، فيما تعرض الأردن لهجوم تينيسي، وإعدام الطيار الأردني معاذ الكساسبة.

- لوجود من يساعد الباحثين في عملية جمع البيانات في الدول (عينة الدراسة). واعتمد الباحثان في الوصول إلى عينة الدراسة على أسلوب عينة الكرة الثلجية، حيث طُلب من المبحوثين الذين تم إرسال الاستبانة الإلكترونية إليهم مشاركتهم مع الآخرين وحثهم وإقناعهم بالإجابة على الاستبانة باتباع أسلوب كرة الثلج، وقد تم الاعتماد على هذا الأسلوب في العينة للأسباب التالية :
- لأنه من الصعوبة بمكان الحصول على عينة عشوائية عند استخدام الاستبانة الإلكترونية.
- لعدم وجود إطار معاينة محدد يسهل معه سحب عينة عشوائية ممثلة لمجتمع الدراسة.
- لأن الدراسة تهدف إلى الوصول إلى مؤشرات حول الظاهرة، ولا تهدف إلى تعميم النتائج.

**أداة جمع البيانات:** تعد الاستبانة من أشهر وسائل جمع المعلومات في سائر البحوث النظرية<sup>(28)</sup>؛ لذا اعتمدت هذه الدراسة في جمع البيانات من الشباب العربي على استبانة إلكترونية كونها الوسيلة الأنسب لجمع البيانات من مصادرها، حيث تتوافق مع طبيعة القضية المدروسة، إذ إن المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي، فكان من الأنسب أن تصلهم الاستبانة عبر الوسائل ذاتها، حيث تم إرسال رابط الاستبانة إلى المبحوثين عبر موقعي الفيس بوك، وتويتر، وعبر الواتس أب بالاستعانة ببعض أعضاء هيئة التدريس والباحثين في الدول التي طبقت عليها الدراسة، وقد تم جمع بيانات الدراسة من المبحوثين خلال الفترة من ١٠ أكتوبر وحتى ١٥ نوفمبر ٢٠١٥م.

### **بناء مقاييس الدراسة :**

اعتمد الباحثان على نظريتي التماس المعلومات والاعتماد على وسائل الإعلام والدراسات السابقة في بناء مقاييس الدراسة، والتي شملت المحاور التالية :

**المحور الأول :** مقياس معدل استخدام الشباب العربي لشبكات التواصل الاجتماعي ودرجة اعتمادهم عليها في الحصول على معلومات حول ظاهرة الإرهاب .

**المحور الثاني :** مقياس التماس الشباب العربي للمعلومات حول ظاهرة الإرهاب من شبكات التواصل الاجتماعي، وتضمن المقياس ( المعلومات التي يلتبسها الشباب - العوامل المؤثرة على الالتماس - النشاط الذي يقومون به أثناء التماس المعلومات وبعده )

**المحور الثالث :** مقياس تأثيرات اعتماد الشباب العربي على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات حول ظاهرة الإرهاب، وتضمن المقياس (التأثيرات المعرفية، والتأثيرات الوجدانية، والتأثيرات السلوكية)

**المحور الرابع :** مقياس اتجاهات الشباب العربي نحو دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الإرهاب والتطرف .

**المحور الخامس:** ويتضمن المحور المعلومات الأساسية المتعلقة بالشباب العربي "عينة الدراسة" ( النوع، والسن، والمستوى التعليمي، والجنسية ، والمستوى الاقتصادي الاجتماعي)، وتم بناء مقياس المستوى الاقتصادي الاجتماعي بجمع درجات الدخل الشهري للأسرة (٣ درجات)، وعدد السيارات (٤ درجات) ، ونوعية السكن(٤ درجات) ، فتراوحت درجات المقياس من (١ - ١١) تم تصنيفها على النحو الآتي (من ١ - ٤ درجات منخفض)، و(من ٥ - ٨ درجات متوسط) ، و(من ٩ - ١١ درجة مرتفع)

### اختبارات الصدق والثبات :

لاختبار صدق أداة جمع البيانات، ومدى قدرتها على قياس ما ينبغي قياسه، تم عرض الاستبانة على مجموعة من الأساتذة الأكاديميين<sup>(٢٩)</sup>، وتم رصد ملاحظاتهم والاستفادة منها، وتم حساب الصدق الذاتي للاستبانة بحساب الجذر التربيعي لمعامل الثبات، وقد بلغ الصدق الكلي للاستقصاء (٠.٩٥)، ولحساب ثبات المقياس، تم استخدام معامل ألفا كرونباخ لكل محور من محاور الاستبانة على حدة، وحساب معامل الثبات الكلي والذي بلغ (٠.٩١) وهي قيمة عالية تعكس ثبات المقياس.

جدول رقم (١)  
معامل الثبات (Cronbach's Alpha)

الصدق الذاتي	إلفا كرونباخ	عدد العناصر	أبعاد الاستبانة (المتغيرات)
٠.٩٤	٠.٨٩	٩	التماس الشباب للمعلومات
٠.٩٢	٠.٨٥	٨	العوامل المؤثرة على التماس المعلومات
٠.٨٦	٠.٧٤	٦	نشاط الشباب أثناء التماس المعلومات وبعده
٠.٨٥	٠.٧٣	٩	تأثيرات الاعتماد
٠.٨٩	٠.٨٠	٨	اتجاهات الشباب نحو ما تنشره شبكات التواصل الاجتماعي حول ظاهرة الإرهاب
٠.٩٥	٠.٩١	٤٠	الأبعاد مجتمعة

- **المعالجة الإحصائية** : تم استخدام مجموعة من الاختبارات الإحصائية في تحليل بيانات هذه الدراسة، هي: **الإحصاءات الوصفية**: (التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية)، **الاختبارات الإحصائية**: اختبار (ت) للمجموعات المستقلة (Independent Samples T-Test)، وتحليل التباين ذو البعد الواحد: (One Way analysis Of Variance) المعروف اختصاراً باسم (ANOVA)، والاختبارات البعدية (Post Hoc Test)، بطريقة أقل فرق معنوي (LSD)، ومعامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient)

- **الصعوبات التي واجهت الباحثين في جمع بيانات الدراسة** : كان من المقرر سلفاً لدى الباحثين أن تتم عملية جمع البيانات بالاستبانة الإلكترونية خلال أسبوعين، لكن عملية الاستجابة من قبل الباحثين كانت في بادئ الأمر ضعيفة مما اضطر الباحثين إلى الاستعانة بالعديد من أعضاء هيئة التدريس والمعيرين والأصدقاء في بلدان الدراسة، وحثهم على مشاركة الاستبانة ونشرها على صفحاتهم

بالفيس بوك ومجموعاتهم بالواتس أب والفيس بوك، وخصوصاً في الأردن حيث استعان الباحثان في توزيع الاستبانة الإلكترونية بأحد الزملاء من المعيدين بقسم الإذاعة والتلفزيون بجامعة صنعاء والذي يحضر الماجستير حالياً في الأردن، إلى جانب أعضاء هيئة تدريس وزملاء أردنيين للباحثين، أما فيما يتعلق باليمن، نظراً للظروف الحالية التي تمر بها من انقطاع الكهرباء، وتدني مستوى خدمة الإنترنت، والأوضاع الأمنية غير المستقرة فقد حث الباحثان كثيراً من زملائهم من أعضاء هيئة التدريس بجامعة صنعاء، والإعلاميين، والأصدقاء من خلال التواصل معهم عبر غرف الدردشة على مشاركة الاستبانة وحث أصدقائهم على تعبئتها؛ لذا استمرت عملية توزيع الاستبانة أكثر من شهر، حتى وصل عدد المستجوبين إلى ٣٢٥ مفردة موزعة على البلدان الأربعة كما يوضحها الجدول رقم (٢).

**عرض وتحليل نتائج الدراسة في ضوء تساؤلاتها وفروضها :**

**المحور الأول : خصائص عينة الدراسة :**

**جدول رقم (٢) يوضح خصائص عينة الدراسة**

المتغير	التكرار	%
النوع	ذكر	٢٥٧
	أنثى	٦٨
المستوى التعليمي	أقل من جامعي	٢٦
	جامعي	١٥٣
	دراسات عليا	١٤٦
العمر	من ١٨ - ٢٩ سنة	١٥٦
	من ٣٠ - ٤٠ سنة	١٦٦
الدخل الشهري	منخفض	١١١
	متوسط	١٣١
	مرتفع	٨٣

المتغير	التكرار	%	
الجنسية	سعودي	١٠٠	٣٠.٨
	يمني	٧٠	٢١.٥
	مصري	٨٠	٢٤.٦
	أردني	٧٥	٢٣.١
عدد السيارات	لا توجد	٨٩	٢٧.٣
	سيارة واحدة	١٢٩	٣٩.٧
	سيارتان	٤٨	١٤.٨
	ثلاث سيارات فأكثر	٥٩	١٨.٢
نوعية السكن	شقة إيجار	١٠٥	٣٢.٣
	شقة تملك	٤٩	١٥.١
	بيت عادي ملك	١١٣	٣٤.٨
	فيلا	٥٨	١٧.٨
إجمالي العينة	٣٢٥	١٠٠.٠	

### النتائج العامة للدراسة :

المحور الثاني : معدل استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي:

(أ) معدل استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي ( كل شبكة على حدة):

جدول رقم(٣) معدل استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي

شبكات التواصل	دائماً	غالباً	أحياناً	نادراً	لا	المتوسط
---------------	--------	--------	---------	--------	----	---------



						الاجتماعي
٤.٣٤	٢٧	٩	١٨	٤٢	٢٢٩	الواتس أب WhatsApp
٣.٩٥	١٥	١٧	٦٩	٩٣	١٣١	يوتيوب You Tube
٣.٨٥	٢٨	٢٨	٦٧	٤٥	١٥٧	الفييس بوك Facebook
٣.١٤	٦٣	٣٩	٧٦	٨٢	٦٥	تويتر Twitter
٣.٠	٨٣	٣٥	٨٤	٤٤	٧٩	الانستجرام Instagram
٢.٦٩	٩٣	٥٤	٩١	٣٦	٥١	جوجل بلس Google +
٢.١١	١٤٧	٤٣	٩٧	٢٧	١١	لينكد إن Linked In

تشير بيانات الجدول رقم (٣) إلى تصدر الواتس أب قائمة شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً من قبل الشباب حيث احتل المرتبة الأولى، يليه موقع اليوتيوب، ثم الفيس بوك، ثم موقع تويتر، وجاءت هذه الشبكات بمتوسط حسابي أعلى من الدرجة الوسطى للمتوسط ٣، وهذه النتيجة تكشف عن ارتفاع معدل استخدام الشباب بشكل عام لشبكات التواصل الاجتماعي، خصوصاً الواتس أب والفيس بوك ويوتيوب، حيث يأتي المتوسط الحسابي ضمن درجة الاستخدام (غالباً)، وكذلك موقع تويتر الذي يأتي متوسط استخدامه ضمن درجة الاستخدام (أحياناً).

ب) معدل الاستخدام اليومي لشبكات التواصل الاجتماعي بشكل عام:

جدول رقم (٤) معدل الاستخدام اليومي لشبكات التواصل الاجتماعي بالساعات

معدل الاستخدام	التكرار	%
أقل من ساعتين في اليوم	٧٨	٢٤.٠
من ساعتين - إلى أقل من ٤ ساعات	١٠١	٣١.١
٤ ساعات فأكثر	١٤٦	٤٤.٩
الإجمالي	٣٢٥	١٠٠.٠

تشير نتائج الجدول رقم (٤) إلى أن النسبة الكبرى من الشباب ٤٤.٩٪ تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي بدرجة مرتفعة (٤ ساعات فأكثر يومياً)، وهذه النتيجة تكشف لنا مدى خطورة هذه الشبكات على الشباب عندما يتم استخدامها بشكل سيئ، وعندما يتم استهداف الشباب من قبل التنظيمات والجماعات الإرهابية عبرها، وفي الوقت نفسه تعطينا مؤشراً جيداً على إمكانية استغلال هذه الشبكات بشكل إيجابي في مكافحة الإرهاب من خلال توظيف إمكانياته المتطورة والرخيصة التكاليف بيث رسائل وفيديوهات تحمل مضامين وتحذيرات تكشف أساليب استغلال هذه الوسائل من قبل الإرهابيين والجماعات المتطرفة، فكما أن لهذه الوسائل جوانب سلبية كذلك لها جوانب إيجابية قد تكون أكثر من سلبياتها لو أحسنا استخدامها وتوظيفها بوصفها وسائل تعليمية، وثنائية لكونها وسائل مناسبة للوصول إلى أكبر قدر ممكن من الجماهير، خصوصاً شريحة الشباب.

ج) الموضوعات التي يتابعها الشباب عبر مواقع التواصل (اختيار أكثر من بديل) :  
جدول رقم (٥) أهم الموضوعات التي يتابعها الشباب عبر مواقع التواصل

نوعية الموضوعات	التكرار	%
موضوعات اجتماعية	٢١٤	٦٦
موضوعات سياسية	٢١٠	٦٥
موضوعات ترفيهية	١٣٩	٤٣
موضوعات تتعلق بالإرهاب	١٣٥	٤٢
موضوعات ثقافية	١٣٥	٤٢
موضوعات دينية	١١٠	٣٤
موضوعات علمية	١٠٢	٣١
موضوعات رياضية	٩٠	٢٨
موضوعات تعليمية	٨٢	٢٥
موضوعات تجارية (إعلانات وتسويق)	٧١	٢٢
موضوعات اقتصادية	٤٤	١٤

تم حساب النسبة على إجمالي عدد العينة البالغ ٣٢٥ مفردة

من خلال قراءة البيانات الواردة في الجدول رقم (5) يتضح لنا بأن الموضوعات الاجتماعية قد احتلت المرتبة الأولى بين الموضوعات التي يتابعها الشباب عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وهي نتيجة تتناسب مع طبيعة شبكات التواصل التي أنشئت لأغراض اجتماعية، تلتها في المرتبة الثانية الموضوعات السياسية وتفسر هذه النتيجة في ضوء الأحداث السياسية التي شهدتها بعض البلدان العربية في السنوات الأخيرة، إلى جانب أن كثيراً من المؤسسات الإعلامية استغلت الإقبال الكبير من قبل الجمهور وبخاصة الشباب على شبكات التواصل فأستست صفحات إخبارية على شبكات التواصل لنشر المعلومات والأخبار والتي تأتي في معظمها أخباراً سياسية، وتأتي الموضوعات الترفيهية في المرتبة الثالثة، ثم الموضوعات الثقافية والموضوعات المتعلقة بالإرهاب والتي جاءت في المرتبة الرابعة ضمن الموضوعات الأخرى التي يتابعها الشباب عبر شبكات التواصل وبنسبة ٤٢٪، وهي في الحقيقة نسبة كبيرة إذا ما أخذنا في الحسبان أن لدى الشباب اهتمامات أساسية اجتماعية وسياسية وعلمية وثقافية، فيما ظاهرة الإرهاب ليست ضمن إطار اهتمام الشباب كظاهرة، لكن بروزها بشكل كبير في السنوات الأخيرة فرض على الشباب متابعة هذه الظاهرة ومن ثم احتلت مرتبة متقدمة ضمن الموضوعات التي يهتم الشباب بمتابعتها، إلى جانب أن الموضوعات السياسية التي احتلت المرتبة الثانية قد تتضمن أخباراً سياسية تحمل مضامين تتناول الحوادث والعمليات الإرهابية .

(د) درجة اعتماد الشباب على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات المتعلقة بالإرهاب :

جدول رقم (٦) درجة اعتماد الشباب على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات المتعلقة بالإرهاب

المواقع	درجة الاستخدام	التكرار	%	المتوسط العام
لا اعتمد عليها	٢٨	٨.٦	٢.٦٥	
اعتمد عليها بدرجة منخفضة	٦٦	٢٠.٣		الاعتماد بدرجة متوسطة
اعتمد عليها بدرجة متوسطة	٢٢٤	٦٨.٩		
اعتمد عليها بدرجة كبيرة	٧	٢.٢		

تشير معطيات الجدول رقم (٦) إلى أن غالبية الشباب يعتمدون على شبكات التواصل الاجتماعي بوصفها مصدر معلومات حول ظاهرة الإرهاب بدرجة متوسطة، وهذه النتيجة تتسق مع نتيجة الجدول السابق حيث وردت الموضوعات المتعلقة بالإرهاب في المرتبة الرابعة ضمن الموضوعات التي يهتم الشباب بمتابعتها عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وهذا يعني أن شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت مصدراً معلوماتياً وإخبارياً يعتمد عليه الجميع وبخاصة فئة الشباب في الحصول على المعلومات في مختلف المجالات، ومن ثم على المؤسسات الحكومية والخاصة الاستفادة من هذه المنصات وتوجيهها لما فيه الصالح العام والفائدة المرجوة للمؤسسات والجمهور المرتبط بها .

**المحور الثالث : المعلومات التي يلتمسها الشباب العربي من شبكات التواصل الاجتماعي حول ظاهرة الإرهاب:**

**أ / نوعية المعلومات التي يلتمسها الشباب:**

جدول رقم(٧) نوعية المعلومات التي يلتمسها الشباب العربي من شبكات التواصل الاجتماعي حول ظاهرة الإرهاب

المتوسط العام	المتوسط	لا	أحياناً	دائمًا	طبيعة المعلومات	
٢.١٢	٢.١٠	٧٥	١٤٣	١٠٧	معلومات حول الإرهاب ووسائله	معلومات عن الإرهاب بشكل عام
	٢.١٣	٧٢	١٤٠	١١٣	معلومات حول أسباب ونتائج الإرهاب	
	٢.١٣	٧٢	١٤٠	١١٣	معلومات عن أساليب مكافحة الإرهاب والوقاية منه	
٢.٤١	٢.٥٥	٢١	١٠٥	١٩٩	معرفة الحوادث والعمليات الإرهابية التي تحصل في بلدي	معلومات عن الحوادث والعمليات الإرهابية في بلد المبحوث
	٢.٣٨	٣٥	١٣٢	١٥٨	معرفة الجهات التي نفذت العمليات الإرهابية في بلدي	
	٢.٣١	٤٦	١٣٢	١٤٧	معرفة الإجراءات التي تم اتخاذها من قبل الدولة في مجال مكافحة الإرهاب ومنع الحوادث الإرهابية	
٢.١٤	٢.٢١	٤٣	١٧١	١١١	معرفة الحوادث والعمليات الإرهابية التي تحصل في البلدان الأخرى	معلومات عن الحوادث والعمليات الإرهابية في البلدان الأخرى
	٢.١٥	٦٩	١٣٩	١١٧	معرفة التظيمات والجماعات الإرهابية في العالم	
	٢.٠٧	٧٠	١٦١	٩٤	معرفة الإجراءات التي يتخذها المجتمع الدولي لمنع تكرار الحوادث والعمليات الإرهابية	

تشير بيانات الجدول رقم (٧) إلى أن التماس الشباب العربي للمعلومات والأخبار حول ظاهرة الإرهاب من شبكات التواصل الاجتماعي تركز بالدرجة الأولى على التماسهم للمعلومات المتعلقة بالحوادث والعمليات الإرهابية التي تحدث في بلدانهم ، ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء تكرار العمليات الإرهابية التي شهدتها مؤخراً البلدان العربية التي طبقت الدراسة فيها ، حيث شهدت المملكة العربية السعودية عدة هجمات إرهابية ، منها: هجوم إرهابي على حسينية شرق السعودية ، والهجوم الانتحاري على مسجد القطيف بالسعودية ، فيما شهدت اليمن عدة هجمات إرهابية على المساجد في العاصمة صنعاء ومنها الهجوم الانتحاري على مسجدي بدر والحشوش ، ومثلها مصر التي شهدت هجمات إرهابية متعددة في سيناء ، فيما تعرض الأردن لهجوم تينيسي ، وإعدام الطيار الأردني معاذ الكساسبة ، ومثل هذه العمليات الإرهابية جعلت من الشباب العربي أكثر متابعة للعمليات الإرهابية التي تستهدف بلدانهم ، فيما جاء التماس الشباب للمعلومات المتعلقة بالحوادث الإرهابية التي تحدث في البلدان الأخرى في المرتبة الثانية ، يليها التماس المعلومات عن ظاهرة الإرهاب بشكل عام .

### ب/ العوامل المؤثرة على التماس الشباب للمعلومات من شبكات التواصل الاجتماعي حول ظاهرة الإرهاب:

جدول رقم (٨) العوامل المؤثرة على التماس الشباب للمعلومات من شبكات التواصل الاجتماعي حول ظاهرة الإرهاب

العوامل المؤثرة	موافق	لا رأي لي	غير موافق	المتوسط	المتوسط العام
إشباع الرغبة في المعرفة	٢١٩	٥٠	٥٦	٢.٥٠	٢.٤٨
	١٩٩	٧٦	٥٠	٢.٤٦	
توظيف المعلومات	١٨٦	٧٣	٦٦	٢.٢٧	٢.٤٤
	٢١٨	٥٥	٥٢	٢.٥١	
سمات تتعلق بالشخصية	٢١٢	٦٥	٤٨	٢.٥٠	٢.٣٧
	١٦٦	٦٩	٩٠	٢.٢٣	
الحاجة للتوعية	٢٢٠	٥٠	٥٥	٢.٥١	٢.٤٥
	١٩٣	٧٠	٦٢	٢.٤٠	

من البيانات الواردة في الجدول رقم (٨) يتضح لنا أن العوامل المتعلقة بإشباع الحاجات الأساسية - منها الحاجة للمعرفة - قد جاءت في المرتبة الأولى بين العوامل المؤثرة على التماس الشباب للمعلومات حول ظاهرة الإرهاب من شبكات التواصل الاجتماعي، يليها الحاجة للتنوع، وهذا يعني أن الشباب يلتمسون المعلومات حول الإرهاب بالدرجة الأولى بدافع إشباع حاجات نفسية واجتماعية منها الرغبة في المعرفة وحب الاطلاع وتنوع المعلومات حول ظاهرة الإرهاب، وتأتي العوامل المتعلقة بتوظيف المعلومات لأهداف معينة منها النقاش مع الآخرين أو تجنب مخاطر الإرهاب في المرتبة الثالثة، ويلاحظ تقارب متوسطات العوامل الثلاثة السابقة فيما انخفض متوسط العامل الرابع المتعلق بالسماوات الشخصية بالمبحوث، منها تكوين رأي شخصي، أو تكوين اتجاه حول الحوادث والعمليات الإرهابية. وتتسق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (بشار مطهر، ٢٠١١) (٣٠) التي كشفت عن تصدر إشباع الحاجات الأساسية المرتبة الأولى بين العوامل المؤثرة على التماس الشباب الإعلامي اليمني للمعلومات حول حادثة تفجير مدرسة ٧ يوليو للبنات، يليه عامل الحاجة للتنوع.

#### ج/ النشاط الذي يقوم به الشباب أثناء وبعد التماس المعلومات من شبكات التواصل الاجتماعي حول ظاهرة الإرهاب:

جدول رقم (٩) النشاط الذي يقوم به الشباب أثناء وبعد التماس المعلومات من شبكات التواصل الاجتماعي حول ظاهرة الإرهاب

نوعية النشاط	دائمًا	أحيانًا	لا	المتوسط	المتوسط العام
أثناء التماس المعلومات	١٠٨	١٦٨	٤٩	٢.١٨	٢.٢٧
	١٧٢	١٢٨	٢٥	٢.٤٥	
	١٢٦	١٢٧	٧٢	٢.١٧	
بعد التماس المعلومات	٤٩	١٣١	١٤٥	١.٧٠	٢.٠٢
	٩٠	١٥٥	٨٠	٢.٠٣	
	١٥٥	١٢٠	٥٠	٢.٣٢	

من خلال قراءة بيانات الجدول رقم (٩) يتضح لنا أن النشاط الذي يمارسه الشباب أثناء التماس المعلومات حول الهجمات والعمليات الإرهابية يأتي في المرتبة الأولى في المستوى المتوسط، حيث يكفي الشباب بقراءة عناوين الخبر أو الموضوع المتعلق بالعملية الإرهابية والاطلاع على الصور والفيديوهات المصاحبة من دون التعمق في قراءة المحتوى والتحليلات حول العملية، لكن في المقابل فإن النشاط الذي يمارسه الشباب بعد التماسهم للمعلومات حول الموضوع يأتي بالمرتبة الأولى في المستوى المرتفع حيث يحاول الشباب بعد التماسهم للمعلومات التأكد من حقيقة الموضوع عن طريق البحث في مصادر متعددة، وهذا يعني أن الشباب في بداية أي حادثة أو عملية إرهابية يكتفون بالبحث عن معلومات عامة حول الحادثة، من خلال التنقل بين أكثر من مصدر، حتى إذا ما تكونت لديهم معرفة أولية حول العملية اتجهوا نحو البحث في التفاصيل والتعمق في قراءة التحليلات، ويمكن تفسير ذلك بثناء وسائل الإعلام الجديد وتدفق المعلومات فيها بغزارة ما يجعل المستخدمين غير قادرين على متابعة كل الموضوعات وقراءة تفاصيلها إذ يكتفون بالاطلاع على العناوين، إلى جانب أن بعض شبكات التواصل الاجتماعي لديها مساحة محددة للنشر، منها تويتر الذي يتيح نشر ١٤٠ كلمة في كل تغريدة فتلجأ هذه الشبكات إلى نشر ملخص أو عنوان للحادثة أو العملية الإرهابية وترفق معها رابط يحيل المستخدم إلى مواقع أخرى لقراءة التفاصيل؛ لذا يكفي الشباب بقراءة الملخص أو العنوان، ويتجهون نحو قراءة تفاصيل بعض الموضوعات التي تجتذبهم بدرجة أكبر من غيرها.

#### المحور الرابع: تأثيرات الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على معلومات حول ظاهرة الإرهاب:

جدول رقم (١٠) تأثيرات الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على

#### معلومات حول ظاهرة الإرهاب

التأثيرات الاعتماد	موافق	لا رأي لي	غير موافق	المتوسط العام
تأثيرات معرفية	١٥٣	٨٨	٨٤	٢.٤٣
	٢٠٩	٨٣	٣٣	٢.٥٤
	٢١٦	٧٢	٣٧	٢.٥٥

المتوسط العام	المتوسط	غير موافق	لا رأي لي	موافق	تأثيرات الاعتماد	
٢.٢٩	٢.٦٦	١٨	٧٤	٢٣٣	جعلتني أتعاطف مع أسر ضحايا العمليات الإرهابية	تأثيرات وجدانية
	٢.٣٩	٦٦	٦٥	١٩٤	أثارت مشاعر الخوف والقلق لدي من العمليات والحوادث الإرهابية	
	١.٨٣	١٣٢	١١٥	٧٨	زادت من معدل الشعور بالوحدة لدي خوفاً من العمليات والحوادث الإرهابية	
٢.١٤	٢.٢٩	٦٦	٩٨	١٦١	جعلتني أشارك أصدقائي في النقاش حول الإرهاب وأساليب مكافحته	تأثيرات سلوكية
	٢.٠٤	١٠٤	١٠٥	١١٦	دعمتني للمشاركة في الأعمال المناهضة للإرهاب	
	٢.١٠	١٠٤	٨٤	١٣٧	لم أعد أكترب بالحوادث والعمليات الإرهابية نظراً لكثرة ما يُنشر حولها عبر مواقع التواصل الاجتماعي	

تشير بيانات الجدول رقم (١٠) إلى أن التأثيرات المعرفية الناتجة عن اعتماد الشباب على شبكات التواصل في الحصول على معلومات حول ظاهرة الإرهاب قد تصدرت المرتبة الأولى بين التأثيرات الأخرى وبمتوسط حسابي بلغ ٢.٤٣، وهذه النتيجة تتسق مع نتيجة الجدول رقم (٨) الذي كشف عن أن أهم العوامل التي تؤثر على الشباب في التماسهم للمعلومات حول ظاهرة الإرهاب هي إشباع الحاجات الأساسية منها الحاجة للمعرفة، ومن ثم ينعكس ذلك على التأثيرات الناتجة عن الاعتماد، حيث يرى الشباب بأن اعتمادهم على شبكات التواصل في متابعة ظاهرة الإرهاب قد نتج عنه تكوين معرفة جيدة لديهم حول العمليات الإرهابية وما تنشره من مقاطع مصورة عبر شبكات التواصل تتنافى مع الدين والأعراف والتقاليد ويجرمها القانون، في المقابل جاءت التأثيرات الوجدانية في المرتبة الثانية، يليها في المرتبة الثالثة التأثيرات السلوكية، ويمكن تفسير تقدم التأثيرات الوجدانية على التأثيرات السلوكية في ضوء ما تثيره المقاطع المصورة والصور التي تنشرها الجماعات الإرهابية من مشاعر الخوف والقلق لدى الناس، وهي مشاهد لم يتعود عليها الشباب وبخاصة مشاهد الإعدامات الجماعية وطريقة تنفيذها بالذبح بالسلاح الأبيض، وهذا بدوره ينعكس على نفسية المشاهدين ومستخدمي شبكات التواصل ومنهم الشباب



ويجعلهم يتعاطفون مع أسر الضحايا ويشعرون بالخوف على أنفسهم وأولادهم كلما شاهدوا تلك المقاطع، لا سيما وأن تلك المشاهد يتم تنفيذها في بلدانهم، وهذه النتيجة تؤكدتها دراسة (Michael Boyle، et.al، 2004)<sup>(٣١)</sup> التي أشارت إلى أن ردة الفعل العاطفية السلبية تعد مؤشراً قوياً لاندفاع الأفراد إلى متابعة الحوادث الإرهابية، أما التأثيرات السلوكية فيعود انخفاض متوسطها نسبياً إلى أن المواطنين - ومنهم الشباب - لا يمتلكون القدرة الكافية التي تجعلهم جديرين بمواجهة جماعات مسلحة، إلى جانب أن مواجهة مثل هذه الجماعات والتنظيمات يقع على عاتق الدول والحكومات بالدرجة الأولى ويكتفي الشباب بالتضامن مع أسر الضحايا والتدبير بالأعمال الاجرامية والمشاركة في النقاش مع الآخرين حول هذه العمليات وكيفية مواجهتها، وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (هبة شاهين، ٢٠١٤)<sup>(٣٢)</sup> والتي خلصت إلى أن التأثيرات السلوكية الناتجة عن الاعتماد على وسائل الإعلام في الحصول على معلومات حول الإرهاب تأتي بدرجة أقل من التأثيرات الوجدانية والمعرفية.

#### المحور الخامس: اتجاهات الشباب العربي نحو دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الإرهاب والتطرف :

جدول رقم(١١) اتجاهات الشباب العربي نحو دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الإرهاب والتطرف

العبارات	موافق	لا رأي لي	غير موافق	المتوسط	الاتجاه العام
لا تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي مصدراً موثوقاً في تناول وعرض المعلومات المتعلقة بالحوادث والعمليات الإرهابية	١٧٦	٥٥	٩٤	٢.٢٥	لا رأي لي
أسهمت شبكات التواصل على نشر الإرهاب أكثر من مكافحته	١٥٦	١١١	٥٨	٢.٣٠	لا رأي لي
تتيح شبكات التواصل للمتطرفين فرصة لنشر المقاطع المصورة والأناشيد الحماسية التي تجتذب إرهابيين جدد	٢١٢	٨٢	٣١	٢.٥٦	موافق
شبكات التواصل وسيلة اتصال آمنة للجماعات الإرهابية بعيداً عن رقابة الدول	١٦١	٧٩	٨٥	٢.٢٣	لا رأي لي

المباريات	موافق	لا رأي لي	غير موافق	المتوسط	الاتجاه العام
خدمت شبكات التواصل الاجتماعي المجموعات الإرهابية في تضخيم الصورة الذهنية لقوتها وحجمها.	٢١٦	٧٦	٣٣	٢.٥٦	موافق
وفرت مواقع التواصل للمجموعات الإرهابية فرصة التواصل مع قاعدة جماهيرية عريضة ببسر وسهولة	٢٣٢	٧٣	٢٠	٢.٦٥	موافق
وفرت شبكات التواصل للمجموعات الإرهابية معلومات حول الأطراف والمواقع التي تستهدفها تلك الجماعات .	١٦٢	١٣١	٣٢	٢.٤٠	موافق
عززت شبكات التواصل عملية التنسيق السري وتوزيع الأدوار بين الجماعات الإرهابية	١٥٩	١٢٨	٣٨	٢.٣٧	موافق
١ - ١.٦٦ غير موافق ، ١.٦٧ - ٢.٢٣ لا رأي لي ، ٢.٣٤ - ٣ موافق					الاتجاه العام

تشير بيانات الجدول رقم (١١) إلى وجود اتجاه مؤيد لدى الشباب العربي لدور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الإرهاب والتطرف، حيث وافق معظم الشباب على العبارات التي تعكس الاستخدام السيئ لشبكات التواصل من قبل التنظيمات الإرهابية، ففي المرتبة الأولى يوافق غالبية الشباب على أن شبكات التواصل الاجتماعي ساعدت الجماعات الإرهابية في التواصل مع قاعدة جماهيرية عريضة بسهولة ويسر، وفي المرتبة الثانية يرى الشباب بأن شبكات التواصل سهلت عملية اجتذاب مجندين جدد ضمن الجماعات الإرهابية وعززت عملية تضخيم حجم وقوة الجماعات الإرهابية، وتتسق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (إيمان الشرقاوي، ٢٠١٤) <sup>(٣٣)</sup> التي كشفت عن إجماع عينة الأكاديميين والإعلاميين ورجال الأمن بأن شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت أهم وسائل التواصل التي تعتمد عليها الجماعات الإرهابية في تحقيق التواصل مع أعضائها الحاليين وتجنيدهم أعضاء جدد، كما يلاحظ من نتائج الجدول بأن المتوسط الحسابي لمعظم العبارات قد جاء ضمن درجة الاتجاه موافق، باستثناء ثلاث عبارات جاء متوسطها ضمن درجة الحياد وهي أن شبكات التواصل تعد مصدراً غير موثوق به، وأنها بعيدة عن رقابة الدول، وأنها أسهمت على نشر الإرهاب أكثر من مكافحته، وهذا يعني أن لدى بعض الشباب تحفظ حول هذه العبارات ما يعني بأن الشباب يرى أن ما يُنشر من مقاطع مصورة للعمليات الإرهابية عبر شبكات التواصل ليست دائماً غير موثوقة، حيث إن

كثيراً من هذه المقاطع صحيحة وموثوقة، وأن هناك إمكانية للدول للقيام بدور رقابي على هذه الشبكات، وأن لهذه الشبكات دوراً في مكافحة الإرهاب كما لها دور في نشره. وهو ما يستدعي ويلج استخدام هذه الوسائل نفسها من قبل الدول والحكومات ومنظمات المجتمع المدني في الرد على الإرهابيين والحدّ من خطورتهم بتوعية الشباب والمتصفحين والمستخدمين حتى لا يتم استقطابهم من خلال قيام المنظمات المنوط بها حماية المجتمع وأمنه من هؤلاء المتطرفين بابتكار أساليب جذب برسائل محترفة ومتنوعة لتوعية المستخدمين ومكافحة الإرهاب إلكترونياً عبر هذه الوسائل.

### الجماعات أو التنظيمات الإرهابية الأكثر نشراً على شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الشباب:

جدول رقم (١٢) أبرز الجماعات أو التنظيمات الإرهابية الأكثر نشراً على شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الشباب ❖

النسبة	التكرار	التنظيمات والجماعات الإرهابية الأكثر نشراً على شبكات التواصل الاجتماعي
٥١	١٧١	تنظيم داعش
١٤	٤٨	جماعة أنصار الله "الحوثيون"
١٣	٤٣	تنظيم القاعدة
٤	١٤	حزب الله
٣.٥	١٢	جماعة "الإخوان المسلمون"
٣.٢	١١	جبهة النصرة
٢.٦	٩	الحشد الشعبي
٢.٣	٨	بوكو حرام
١.٧	٦	أنصار الشريعة
١.١	٤	أنصار بيت المقدس
٠.٦	٢	فيلق القدس
١٠٠	٣٣٨	الإجمالي

❖ ن=٣٣٨ ، السؤال متعدد الإجابات .

وفي هذه الجزئية تم توجيه سؤال مفتوح للشباب ليذكر أكثر خمسة تنظيمات أو جماعات إرهابية نشرًا على شبكات التواصل الاجتماعي في الآونة الأخيرة من وجهة نظرهم، وبعد تجميع إجابات الشباب تم تصنيفها في فئات لمعرفة التنظيمات والجماعات الأكثر نشرًا للمعلومات على شبكات التواصل الاجتماعي وتشير نتائج الجدول رقم (١٢) إلى أن تنظيم الدولة الإسلامية "داعش" قد احتل المرتبة الأولى من حيث نشر الأخبار والمعلومات على شبكات التواصل من وجهة نظر الشباب حيث حصل على نسبة ٥١٪، ويمكن تفسير تصدر تنظيم داعش قائمة التنظيمات الإرهابية الأكثر نشرًا على شبكات التواصل الاجتماعي إلى تنامي نشاط التنظيم في الآونة الأخيرة على شبكات التواصل حيث يعتمد تنظيم داعش بشكل رئيس على النشر الدعائي عبر شبكات التواصل عن طريق إنتاج أفلام تتميز بتصوير دقيق وعالي الدقة باستخدام معدات وكاميرات حديثة ومؤثرات صوتية ومزجها بالأناشيد الدينية الحماسية إذ بلغ عدد الذين تم تجنيدهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي ٨٠٪ من الذين انتسبوا لداعش، كما أن التنظيم ينشر ويعيد نشر ما يزيد عن ٩٠ ألف مادة إعلامية ودعائية يوميًا على شبكات التواصل الاجتماعي، ويمتلك أكثر من ٢٦٠٠ موقع إنترنت وشبكة تواصل اجتماعي ترتبط بالتنظيم وتخاطب العالم بلغات متعددة منها الإنجليزية والعربية والفرنسية، ويستخدم داعش أساليب إعلامية متطورة، ويطبق بعض النظريات الإعلامية، فضلاً عن إخراج ومونتاج فني راقٍ للأفلام تقوم بعملية غسل للدماغ، جعلته يكسب أعداداً كبيرة من المنتمين له من جنسيات مختلفة، لا سيما من الشباب. وهنا تكمن خطورة هذا التنظيم، الذي استطاع أكثر من غيره الوصول للتأثير الإلكتروني وخلق عملية إعلامية متطورة<sup>(٣٤)</sup>. وجاءت جماعة أنصار الله "الحوثيون" في اليمن في المرتبة الثانية حيث حصلت على نسبة ١٤٪، ويرجع ذلك إلى طبيعة الحرب التي تدور حالياً في اليمن، وسيطرة الجماعة على مؤسسات الحكومة، ما جعلها تلفت انتباه الشباب ليس الشباب اليمني فقط ولكن بقية الشباب العربي أيضاً، وجاء في المرتبة الثالثة تنظيم القاعدة بنسبة ١٣٪، وهو تنظيم يمتلك العديد من المواقع والحسابات على شبكات التواصل، وتبني العديد من الهجمات الإرهابية التي حصلت في اليمن، وفرنسا، وبعض الدول العربية، ووردت بعد ذلك بعض التنظيمات والجماعات الإرهابية التي برزت في السنوات الأخيرة نتيجة الأحداث التي شهدتها بعض الدول العربية.

اختبارات فروض الدراسة :

المحور السادس : اختبارات الفروض :

الفرض الأول: يوجد ارتباط طردي دال إحصائياً بين التماس الشباب للمعلومات والعوامل المؤثرة على التماسهم للمعلومات حول ظاهرة الإرهاب من شبكات التواصل الاجتماعي .  
جدول رقم (١٣) يوضح الارتباط بين التماس الشباب للمعلومات والعوامل المؤثرة على التماسهم للمعلومات حول ظاهرة الإرهاب من شبكات التواصل الاجتماعي

التماس المعلومات						المتغيرات	
معلومات حول الحوادث الإرهابية في البلدان الأخرى		معلومات حول الحوادث الإرهابية في بلد المبحوثين		معلومات عامة			
مستوى المعنوية	معامل الارتباط	مستوى المعنوية	معامل الارتباط	مستوى المعنوية	معامل الارتباط		
٠.٠٠٠	❖❖٠.٥٦٧	٠.٠٠٠	❖❖٠.٥٧٠	٠.٠٠٠	❖❖٠.٤١١	إشباع الرغبة في المعرفة	العوامل المؤثرة
٠.٠٠٠	❖❖٠.٤٢٢	٠.٠٠٠	❖❖٠.٤٨٢	٠.٠٠٠	❖❖٠.٣٧٦	توظيف المعلومات	
٠.٠٠٠	❖❖٠.٤٠٦	٠.٠٠٠	❖❖٠.٤٤٦	٠.٠٠٠	❖❖٠.٣٣٩	سمات تتعلق بالشخصية	
٠.٠٠٠	❖❖٠.٣٩٧	٠.٠٠٠	❖❖٠.٥٧٩	٠.٠٠٠	❖❖٠.٤١٩	الحاجة للتوعية	

تشير نتائج الجدول رقم (١٣) إلى وجود ارتباط طردي معتدل بين التماس الشباب للمعلومات من شبكات التواصل الاجتماعي حول ظاهرة الإرهاب والعوامل المؤثرة على التماسهم لتلك المعلومات، حيث بلغت أعلى قيمة لمعامل ارتباط بيرسون ٠.٥٧٩ بين التماس الشباب للمعلومات حول الحوادث الإرهابية في بلدانهم وعامل الحاجة إلى تنويع معرفتهم حول ظاهرة الإرهاب، في حين بلغت أقل قيمة لمعامل ارتباط بيرسون ٠.٣٣٩ بين التماس الشباب للمعلومات حول الإرهاب بوصفه ظاهرة وعامل السمات التي تتعلق بشخصية المبحوث والتي تدفعه للبحث عن تلك المعلومات.

وبشكل عام يمكن القول بأنه كلما زاد مستوى تأثير العوامل التي تدفع الشباب لالتماس المعلومات، منها الحاجة لإشباع الاحتياجات الأساسية والمعرفية وتنويع المعرفة حول الإرهاب والحاجة لتوظيف المعلومات في النقاش وتحقيق أهداف محددة، كلما ارتفع معدل التماس الشباب للمعلومات من شبكات التواصل الاجتماعي أي أن الشباب يتجهون لإشباع تلك الحاجات من خلال السعي إلى الحصول على المعلومات التي تشبع حاجاتهم وتلبي اهتماماتهم، لاسيما المعلومات حول الحوادث الإرهابية في بلد المبحوثين بالدرجة الأولى والتي أخذت فيها معاملات الارتباط القيم الأعلى، تليها المعلومات المتعلقة بالحوادث الإرهابية في البلدان الأخرى. وكانت أبرز العوامل التي تحفز المبحوثين لالتماس المعلومات، الحاجة للتنويع، وإشباع الرغبة في معرفة تلك الحوادث وتفصيلها. ويتفق ذلك من منطلق الأشياء وما انتهت إليه كثير من الدراسات، فدافع التنوع وكشف الغموض يدفع الناس إلى البحث عن المعلومات والتماسها من عدة مصادر.

**الفرض الثاني:** يوجد ارتباط طردي دال احصائياً بين العوامل المؤثرة على التماس الشباب للمعلومات من شبكات التواصل الاجتماعي ودرجة اعتمادهم عليها مصدراً للحصول على المعلومات حول ظاهرة الإرهاب.

جدول رقم (١٤) الارتباط بين العوامل المؤثرة على التماس الشباب للمعلومات من شبكات التواصل الاجتماعي ودرجة اعتمادهم عليها مصدراً للحصول على المعلومات حول ظاهرة الإرهاب

درجة الاعتماد		المتغيرات	
مستوى المعنوية	معامل الارتباط		
٠.٠٠٠	❖❖٠.٥٩٧	إشباع الرغبة في المعرفة	العوامل المؤثرة
٠.٠٠٠	❖❖٠.٤٩٥	توظيف المعلومات	
٠.٠٠٠	❖❖٠.٤٦١	سمات تتعلق بالشخصية	
٠.٠٠٠	❖❖٠.٥٧٧	الحاجة للتنويع	
٠.٠٠٠	❖❖٠.٦٤٥	العوامل بشكل عام	

تكشف نتائج الجدول رقم (١٤) عن وجود ارتباط طردي معتدل دال إحصائياً بين العوامل المؤثرة على التماس الشباب للمعلومات ودرجة اعتمادهم على شبكات التواصل الاجتماعي مصدراً للحصول على المعلومات حول ظاهرة الإرهاب، حيث بلغت قيمة معامل

الارتباط الخطي "بيرسون" ٠.٦٤٥ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من ٠.٠١ ، ودرجة ثقة ٠.٩٩ ، وتعني هذه النتيجة أنه كلما ارتفع معدل تأثير هذه العوامل الأربعة (إشباع الحاجات، وتوظيف المعلومات، والسمات الشخصية، والحاجة للتبوع) على التماس الشباب للمعلومات، زادت درجة اعتماد الشباب على شبكات التواصل الاجتماعي مصدرًا للحصول على تلك المعلومات ، ويلاحظ من الجدول أن علاقة عاملي إشباع الرغبة في المعرفة والحاجة للتبوع قد تفوق على علاقة عاملي توظيف المعلومات والسمات الشخصية مع درجة اعتماد الشباب على شبكات التواصل الاجتماعي. وتؤكد هذه النتائج وتتسق مع نتائج الفرض الأول، فالعوامل والدوافع المؤثرة التي تحفز على التماس المعلومات، قد ارتبطت وأثرت على قدر اعتماد الشباب العربي على مصادر المعلومات طلباً واكتساباً للمعلومات المرتبطة بقضايا الإرهاب وحوادثه التي باتت تؤثر على الأفراد والمجتمعات والدول، وتفتح الباب واسعاً أمام الصراعات التي قد تصل في المستقبل إلى حرب كونية جديدة.

**الفرض الثالث : يوجد ارتباط طردي دال إحصائياً بين درجة اعتماد الشباب على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على معلومات حول ظاهرة الإرهاب وتأثيرات اعتمادهم عليها .**

جدول رقم (١٥) الارتباط بين درجة اعتماد الشباب على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على معلومات حول ظاهرة الإرهاب وتأثيرات اعتمادهم عليها .

درجة الاعتماد		المتغيرات	
مستوى المعنوية	معامل الارتباط		
٠.٠٠٠	❖❖٠.٣٠٥	تأثيرات معرفية	تأثيرات الاعتماد
٠.٠٠٤	❖❖٠.١٦١	تأثيرات وجدانية	
٠.٠٠٢	❖❖٠.١٦٨	تأثيرات سلوكية	
٠.٠٠٠	❖❖٠.٢٧٩	التأثيرات الكلية	

وتشير نتائج الجدول رقم (١٥) إلى وجود ارتباط طردي ضعيف بين درجة اعتماد الشباب على شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على معلومات حول ظاهرة الإرهاب وتأثيرات اعتمادهم عليها، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط الخطي "بيرسون" ٠.٢٧٩ ، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من ٠.٠١ ودرجة ثقة ٠.٩٩ ، وتعني هذه النتيجة أنه كلما زادت درجة اعتماد الشباب على شبكات التواصل الاجتماعي للحصول

على معلومات حول ظاهرة الإرهاب، ارتفع معدل تأثيرات اعتمادهم عليها، وتتسق هذه النتيجة مع ما خلصت إليه دراسة (منى عمران، ٢٠١٤)<sup>(٣٥)</sup> والتي أشارت إلى وجود ارتباط طردي ضعيف بين درجة الاعتماد على الفيس بوك مصدراً للمعلومات وبين حصول الشباب على المعلومات المتعلقة بقضايا الفساد الإعلامي والسياسي. ويلاحظ أن العلاقة متوسطة القوة بين درجة الاعتماد والتأثيرات المعرفية، فيما العلاقة ضعيفة بين درجة الاعتماد والتأثيرات الوجدانية والسلوكية، بمعنى أن درجة اعتماد الشباب على شبكات التواصل الاجتماعي ينتج عنه تأثيرات معرفية بدرجة أعلى من التأثير على مشاعر الشباب أو دفعهم لاتخاذ سلوك ما تجاه ما تمت متابعتة من معلومات حول ظاهرة الإرهاب عبر شبكات التواصل الاجتماعي. وهذه النتائج تتسق مع تراث دراسات الاعتماد الكثيرة، ومع نتائج الفرض الأول والثاني، حيث ارتبطت التأثيرات المعرفية أكثر بدرجة الاعتماد، وتأثرت بها، بحيث يتم كشف غموض هذه الحوادث، وتصبح القضايا والموضوعات الإرهابية في مقدمة أولويات المبحوثين، ويتكون لديهم اتجاهات في الغالب سلبية عن الحوادث ومرتكبيها.

**الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة معنوية بين متوسطات درجات التماس الشباب العربي للمعلومات حول ظاهرة الإرهاب من شبكات التواصل الاجتماعي تعود لاختلاف الجنسية .**

جدول رقم (١٦) نتائج اختبار (ANOVA) لقياس الفروق المعنوية بين متوسطات درجات التماس الشباب العربي للمعلومات حول ظاهرة الإرهاب من شبكات التواصل الاجتماعي وفقاً لمتغير الجنسية

مستوى الدلالة		قيمة F	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	ن	الجنسية	التماس المعلومات
غير دالة	٠.٤١٨	٠.٩٤٧	٠.٦٣٣١	٢.١٦	١٠٠	سعودي	التماس معلومات حول الإرهاب بشكل عام
			٠.٦٥٥٢	٢.٠٦	٧٠	يمني	
			٠.٦٨٩١	٢.١٨	٨٠	مصري	
			٠.٧٣٠٢	٢.٠٣	٧٥	أردني	
دالة	٠.٠٠١	٥.٩٥٣	٠.٥٥٣١	٢.٦٠	١٠٠	سعودي	التماس معلومات حول الحوادث الإرهابية في بلد المبحوث
			٠.٥٨٩٦	٢.٢٨	٧٠	يمني	
			٠.٥٥٩٠	٢.٣٩	٨٠	مصري	
			٠.٥١٥٠	٢.٢١	٧٥	أردني	
غير دالة	٠.١٧٩	١.٦٤٤	٠.٦٣٤٤	٢.١٥	١٠٠	سعودي	التماس معلومات حول الحوادث الإرهابية في البلدان الأخرى
			٠.٥٧٥٦	٢.٠٢	٧٠	يمني	
			٠.٥٥٤٧	٢.٣٣	٨٠	مصري	
			٠.٦٠٣٦	٢.١٦	٧٥	أردني	



من خلال قراءة البيانات الواردة في الجدول رقم (١٦) يتضح لنا وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات التماس الشباب للمعلومات حول الحوادث الإرهابية في بلدانهم وفقاً لجنسياتهم ، حيث بلغت قيمة  $F = 0.953$  وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من ٠.٠١ ودرجة ثقة ٠.٩٩ ، وتأتي الفروق لصالح الشباب السعودي بمعنى أن الشباب السعودي أكثر بحثاً عن المعلومات المتعلقة بالعمليات الإرهابية التي تحدث في السعودية ، بينما الشباب اليمني أقل التماساً للمعلومات المتعلقة بالعمليات الإرهابية التي تحدث في اليمن ، في المقابل لم يكشف اختبار التباين أحادي الاتجاه عن وجود فروق معنوية بين متوسطات التماس الشباب للمعلومات حول ظاهرة الإرهاب بشكل عام أو حول الحوادث الإرهابية في البلدان الأخرى. ويمكن تفسير تفوق الشباب السعودي وأنه أكثر بحثاً عن المعلومات المتعلقة بالإرهاب ، لارتفاع معدل مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي ، لا سيما تويتر ، والذي تجاوز سبعة ملايين مستخدم<sup>(٣٦)</sup> ، وحيث يجد الشباب السعودي في هذه المواقع ما لا يحصل عليه في وسائل الإعلام التقليدية المحافظة إلى حد ما ، والتي تستخدمها الجماعات والتنظيمات الإرهابية في نشر النصوص ومقاطع الفيديو بهدف استقطاب وتجنيد أنصار جدد لها<sup>(٣٧)</sup> ، بالإضافة إلى الحوادث الإرهابية التي حدثت لمساجد الشيعة في المملكة ، وأخبار عاصفة الحزم.

الفرض الخامس: توجد فروق ذات دلالة معنوية بين متوسطات تأثيرات اعتماد الشباب على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على معلومات حول ظاهرة الإرهاب تعود لاختلاف متغيري ( الجنسية - المستوى الاقتصادي الاجتماعي) .

أ/ الفروق المعنوية بين متوسطات تأثيرات الاعتماد وفقاً لمتغير الجنسية :

جدول رقم (١٧) نتائج اختبار (ANOVA) لقياس الفروق المعنوية بين متوسطات تأثيرات اعتماد الشباب على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على معلومات حول ظاهرة الإرهاب وفقاً لمتغير الجنسية

تأثيرات الاعتماد	الجنسية	ن	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة F	مستوى الدلالة
تأثيرات معرفية	سعودي	١٠٠	٢.٦٠	٠.٥٠٩٢	٥.٢٠٠	٠.٠٠٢
	يمني	٧٠	٢.٣٧	٠.٥٣٥١		
	مصري	٨٠	٢.٣٠	٠.٥٨١٤		
	أردني	٧٥	٢.٤٠	٠.٥٣٧٧		
تأثيرات وجدانية	سعودي	١٠٠	٢.٣٦	٠.٥٠٠٦	٣.٧٧٦	٠.٠١١
	يمني	٧٠	٢.٤٠	٠.٤٦٠٦		
	مصري	٨٠	٢.١٥	٠.٥٨٥٥		

تأثيرات الاعتماد	الجنسية	ن	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة F	مستوى الدلالة
	أردني	٧٥	٢.٢٦	٠.٥٠٢٢		
تأثيرات سلوكية	سعودي	١٠٠	٢.١٣	٠.٥٠١٦	٢.٧٥٤	٠.٠٤٣
	يميني	٧٠	٢.٢٩	٠.٤٤٥٦		
	مصري	٨٠	٢.٠٦	٠.٥١٨٠		
	أردني	٧٥	٢.٠٩	٠.٥٦٣٥		

من خلال قراءة بيانات الجدول رقم (١٧) يتضح لنا وجود فروق معنوية بين متوسطات تأثيرات اعتماد الشباب على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات حول ظاهرة الإرهاب وفقاً لجنسياتهم، ويلاحظ من بيانات الجدول أن الفروق المعنوية أعلى في متوسطات التأثيرات المعرفية حيث بلغت قيمة  $F = ٥.٢٠٠$  عند مستوى معنوية أقل من  $٠.٠١$  وبدرجة ثقة  $٠.٩٩$  ، يليها الفروق المعنوية في متوسطات التأثيرات الوجدانية حيث بلغت قيمة  $F = ٣.٧٧٦$  وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية  $٠.٠١$  ودرجة ثقة  $٠.٩٩$  ، فيما جاءت الفروق المعنوية في متوسطات التأثيرات السلوكية بدرجة أقل حيث بلغت قيمة  $F = ٢.٧٥٤$  وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من  $٠.٠٥$  ودرجة ثقة  $٠.٩٥$  ، وعند تطبيق اختبار أقل الفروق معنوية LSD كشفت نتائج الاختبار عن وجود اختلافات بين متوسطات الشباب السعودي، وباقي الشباب العربي في التأثيرات المعرفية ، وجاءت الفروق لصالح الشباب السعودي ما يعني أن الشباب السعودي تأثر معرفياً من اعتماده على شبكات التواصل الاجتماعي بدرجة أعلى من تأثر الشباب اليمني والمصري والأردني، وفيما يتعلق بالفروق في التأثيرات الوجدانية وُجدت اختلافات بين متوسطات الشباب المصري من جهة والشباب اليمني والسعودي من جهة أخرى وجاءت الفروق لصالح الشباب اليمني والسعودي، ما يعني أن الشباب السعودي واليمني تأثر وجدانياً من اعتماده على شبكات التواصل الاجتماعي بدرجة أعلى من تأثر الشباب المصري، أما فيما يتعلق بالفروق في التأثيرات السلوكية وُجدت اختلافات بين متوسطات الشباب اليمني من جهة والشباب المصري والأردني من جهة أخرى، وجاءت الفروق لصالح الشباب اليمني، ما يعني أن الشباب اليمني تأثر سلوكياً من اعتماده على شبكات التواصل الاجتماعي بدرجة أعلى من تأثر الشباب المصري والأردني.

ب/ الفروق المعنوية بين متوسطات تأثيرات الاعتماد وفقاً لمتغير المستوى الاقتصادي الاجتماعي:

جدول رقم (١٨) نتائج اختبار (ANOVA) لقياس الفروق المعنوية بين متوسطات تأثيرات اعتماد الشباب على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على معلومات حول ظاهرة الإرهاب وفقاً لمتغير المستوى الاقتصادي الاجتماعي

تأثيرات الاعتماد	المستوى الاقتصادي الاجتماعي	ن	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة F	مستوى الدلالة
تأثيرات معرفية	منخفض	٦٠	٢.٣٧	٠.٥٤٩٢	٣.٦٩٤	٠.٠٢٦
	متوسط	١٩٩	٢.٤٠	٠.٥٧١٤		
	مرتفع	٦٦	٢.٥٩	٠.٤٤٣٤		
تأثيرات وجدانية	منخفض	٦٠	٢.٢٣	٠.٥٢١٨	١.٩٥٥	٠.١٤٣
	متوسط	١٩٩	٢.٢٧	٠.٥٢٨٠		
	مرتفع	٦٦	٢.٤٠	٠.٤٩٤٤		
تأثيرات سلوكية	منخفض	٦٠	٢.١١	٠.٥٢٠١	١.٢٤٠	٠.٢٩١
	متوسط	١٩٩	٢.١٢	٠.٤٩١٣		
	مرتفع	٦٦	٢.٢٣	٠.٥١٣٧		

تشير بيانات الجدول رقم (١٨) إلى وجود فروق معنوية بين متوسطات التأثيرات المعرفية لاعتماد الشباب على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على معلومات حول ظاهرة الإرهاب وفقاً لاختلاف المستوى الاقتصادي والاجتماعي، حيث بلغت قيمة ف = ٣.٦٩٤ ، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من ٠.٠٥ ودرجة ثقة ٠.٩٥ ، ووفقاً لنتائج اختبار LSD فإن الاختلاف ظهر بين المستوى المرتفع من جهة والمستويين المنخفض والمتوسط من جهة أخرى، وجاءت الفروق لصالح الشباب من ذوي المستوى الاقتصادي الاجتماعي المرتفع، وهذا يدل على أنه كلما ارتفع المستوى الاقتصادي الاجتماعي للشباب زاد معدل تأثرهم معرفياً من الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على معلومات حول ظاهرة الإرهاب. وتتفق هذه النتائج مع كثير من دراسات الفجوة المعرفية<sup>(٣٨)</sup>، حيث يعد متغير المستوى الاقتصادي الاجتماعي هو الأبرز في إحداث الفجوات

المعرفية. في المقابل كشف اختبار التباين أحادي الاتجاه عن عدم وجود فروق معنوية بين متوسطات التأثيرات الوجدانية والسلوكية لاعتماد الشباب على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على معلومات حول ظاهرة الإرهاب وفقاً لاختلاف المستوى الاقتصادي والاجتماعي ، حيث جاء مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥ .

الفرض السادس : تختلف اتجاهات الشباب العربي نحو دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الإرهاب والتطرف باختلاف ( الجنسية - المستوى التعليمي - المستوى الاقتصادي الاجتماعي ) .

جدول رقم (١٩) نتائج اختبار (ANOVA) لقياس الفروق المعنوية بين متوسطات اتجاهات الشباب نحو دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر التطرف والإرهاب باختلاف ( الجنسية - المستوى التعليمي - المستوى الاقتصادي الاجتماعي )

مستوى الدلالة		قيمة F	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	ن	الاتجاهات	
غير دالة	٠.١٩٦	١.٥٧٣	٠.٥٠٩٢	٢.٤٤	١٠٠	سعودي	الجنسية
			٠.٥٣٥١	٢.٤٩	٧٠	يمني	
			٠.٥٨١٤	٢.٣٤	٨٠	مصري	
			٠.٥٣٧٧	٢.٣٨	٧٥	أردني	
دالة	٠.٠٣٣	٣.٤٤٣	٠.٤٠٨٠	٢.٤٣	٢٦	أقل من جامعي	المستوى التعليمي
			٠.٤١٩٩	٢.٤٨	١٥٣	جامعي	
			٠.٥١٣٣	٢.٣٤	١٤٦	دراسات عليا	
غير دالة	٠.٢٢٥	١.٤٩٧	٠.٥٥٧٠	٢.٣٥	٦٠	منخفض	المستوى الاقتصادي الاجتماعي
			٠.٤٦٨٤	٢.٤٠	١٩٩	متوسط	
			٠.٣٥٥٥	٢.٤٩	٦٦	مرتفع	

تشير بيانات الجدول رقم (١٩) إلى وجود فروق معنوية بين متوسطات اتجاهات الشباب نحو دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر التطرف والإرهاب وفقاً لاختلاف المستوى التعليمي ، حيث بلغت قيمة  $F = ٣.٤٤٣$  ، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من ٠.٠٥ ودرجة ثقة ٠.٩٥ ، ووفقاً لنتائج اختبار LSD فإن الاختلاف ظهر بين فئة

الجامعيين من جهة وفئة الدراسات العليا من جهة أخرى، وجاءت الفروق لصالح الشباب الجامعي، وهذا يعني أن لدى الشباب الجامعي اتجاهات أكثر سلبية نحو دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر التطرف والإرهاب، حيث ترى بأن هذه الشبكات ساعدت على انتشار الإرهاب وتجنيد الشباب الجدد والتنسيق بين الجماعات الإرهابية. في المقابل لم ترد أي فروق معنوية بين متوسطات اتجاهات الشباب نحو دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر التطرف والإرهاب وفقاً لاختلاف المستوى الاقتصادي والاجتماعي للشباب وجنسياتهم.

**الفرض السابع : توجد فروق ذات دلالة معنوية بين متوسطات الذكور والإناث في المتغيرات التالية :**

أ / التماس المعلومات .

ب/ العوامل المؤثرة على التماس المعلومات .

ج / تأثيرات الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي .

د / الاتجاهات نحو دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الإرهاب والتطرف .

جدول رقم (٢٠) نتائج اختبار (T-test) لقياس الفروق بين متوسطات الذكور والإناث في المتغيرات (التماس المعلومات، والعوامل المؤثرة على الالتماس، وتأثيرات الاعتماد، والاتجاهات نحو دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الإرهاب)

تأثيرات الاعتماد	درجة الاعتماد	ن	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	مستوى الدلالة
التماس المعلومات	ذكور	٢٥٧	٢.٢١	٠.٥٠٩٤	-	غير دالة
	إناث	٦٨	٢.٢٦	٠.٥٧٩٦	٠.٦٢٨	
العوامل المؤثرة على التماس المعلومات	ذكور	٢٥٧	٢.٤٢	٠.٥٥١٨	-	غير دالة
	إناث	٦٨	٢.٤٨	٠.٥٣١٧	٠.٧٧٠	
تأثيرات الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي	ذكور	٢٥٧	٢.٢٨	٠.٤٠٤١	-	غير دالة
	إناث	٦٨	٢.٣١	٠.٤٠١٥	٠.٤٤٣	
الاتجاهات نحو دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الإرهاب	ذكور	٢٥٧	٢.٤٠	٠.٤٧٨٩	-	غير دالة
	إناث	٦٨	٢.٤٤	٠.٤٢٠٠	٠.٦٣٥	

تشير بيانات الجدول رقم (٢٠) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة معنوية بين متوسطات الذكور والإناث في التماسهم للمعلومات حيث بلغت قيمة  $t = -0.628$  ، وفي العوامل المؤثرة على التماسهم للمعلومات حيث بلغت قيمة  $t = -0.770$  ، وتأثيرات اعتمادهم على شبكات التواصل الاجتماعي حيث بلغت قيمة  $t = -0.443$  ، واتجاهاتهم نحو دور شبكات التواصل في نشر الإرهاب والتطرف حيث بلغت قيمة  $t = -0.635$  ، وجميعهم قيم غير دالة إحصائياً حيث تجاوزت القيمة المسموح بها  $0.05$  ، وهذا يعني أن التماس الشباب للمعلومات من شبكات التواصل الاجتماعي حول ظاهرة الإرهاب وتأثيرات اعتمادهم عليها لا تختلف لدى الذكور عن الإناث. فقد استوى الذكور والإناث في التماس المعلومات عن الإرهاب، والعوامل المؤثرة على هذا الالتماس والبحث عن المعلومات، والنتائج التي حدثت لهم كتأثيرات جراء اعتمادهم على شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على تلك المعلومات، وأيضاً تقاربت اتجاهاتهم نحو دور هذه الشبكات في نشر الإرهاب والتطرف .

ختاماً لا بد أن تتغير أساليبنا وطرائقنا الإعلامية في مناهضة وكشف فساد إعلام الإرهاب على منصات التواصل الاجتماعي، وإلا سيظل وهج إعلام الإرهاب، لا سيما إعلام داعش في تصاعد مستمر وفي كسب المزيد من الشباب.

### مناقشة النتائج في ضوء الإطار النظري للدراسة :

تفترض نظرية التماس المعلومات وجود حوافز ومنبهات تؤثر على الأفراد وتدفعهم للحصول على المعلومات، وبتطبيق هذه النظرية في الدراسة الحالية كشفت النتائج أن الأفراد يسعون بالدرجة الأولى لالتماس معلومات وتفاصيل محددة حول القضايا والحوادث الإرهابية التي تحدث في بلدانهم أكثر من سعيهم لالتماس معلومات عامة حول الإرهاب، وقد يرجع ذلك إلى كثرة الحوادث الإرهابية في الفترة الأخيرة في البلدان التي طبقت عليها الدراسة، كما كشفت النتائج عن وجود حوافز تدفع الأفراد لالتماس المعلومات حول ظاهرة الإرهاب حيث جاءت العوامل المتعلقة بالحاجات الأساسية، منها الحاجة للمعرفة وحب الاطلاع وتنويع المعلومات في مقدمة العوامل التي تدفع الشباب العربي لالتماس المعلومات من شبكات التواصل الاجتماعي، تلتها العوامل المتعلقة بتوظيف المعلومات لأهداف معينة مثل النقاش مع الآخرين أو تجنب مخاطر الإرهاب.

أما نظرية الاعتماد فتفرض أن اعتماد الأفراد والمجتمعات على وسائل الإعلام للحصول على المعلومات يزداد أثناء الأزمات والتحويلات التي تمر بها تلك المجتمعات ومن ثم يرتفع معدل تأثيرات الاعتماد على وسائل الإعلام، وباعتبار الحوادث الإرهابية أحد الأزمات المتفاقمة يوماً تلو آخر والتي تعاني منها الأمة العربية والإسلامية والدول التي طبقت عليها الدراسة فقد وجدت الدراسة أنه كلما زادت درجة اعتماد الأفراد على شبكات التواصل الاجتماعي ارتفع معدل تأثيرات اعتمادهم عليها، كما كشفت الدراسة عن تأثيرات معرفية مرتفعة لاعتماد الشباب على شبكات التواصل في الحصول على معلومات حول ظاهرة الإرهاب، وتأثيرات وجدانية وسلوكية متوسطة، وهذا يعني أن شبكات التواصل بما تنشره من أخبار ومعلومات حول الإرهاب قد أثرت على معارف الشباب وتكونت لديهم حصيلة معرفية حول الإرهاب والعمليات والحوادث الإرهابية، لكن التأثيرات الوجدانية، ومنها بث مشاعر الخوف، والتأثيرات السلوكية، ومنها المشاركة في مناهضة الأعمال الإرهابية تأتي بدرجة أقل من التأثيرات المعرفية.

### التوصيات :

- بعد العرض السابق للنتائج التي توصلت إليها الدراسة يوصي الباحثان بالآتي :
- الاستفادة من الإمكانيات والقدرات التفاعلية لشبكات التواصل الاجتماعي من قبل المؤسسات الحكومية والخاصة في المجالات التعليمية والثقافية، فما أوجنا إلى مئات بل آلاف الحسابات في هذه المنصات الاجتماعية الفاعلة، التي تنتج أفلاماً ومقاطع قصيرة وبإنتاج وإخراج متميز، ليس فقط للرد على شبكات التنظيمات الإرهابية، وإنما للتوعية والتثقيف ومواجهة الفكر المتطرف بنفس الأدوات والتقنيات وعوامل الجذب والتشويق.
  - وضع ضوابط وقوانين من قبل الدول وشركات الاتصالات الوطنية على ما يتم نشره عبر هذه الشبكات وبالتعاون مع الشركات المالكة لهذه الشبكات حتى لا تصبح أداة هدم في المجتمع، من خلال ما تنشره من رسائل ومقاطع مصوره.
  - إجراء المزيد من الدراسات الكيفية المتعمقة لتحليل مضمون ما تنشره الجماعات والتنظيمات الإرهابية على شبكات التواصل الاجتماعي ومعرفة الأساليب

والإستراتيجيات الاتصالية والاستمالات التي تستخدمها تلك التنظيمات من أجل التوصل إلى طرق مجدية وفعالة في مواجهتها .

- عدم تعميم نتائج هذه الدراسة على الشباب في الدول العربية (عينة الدراسة)؛ لأن عينة الدراسة لا تمثل المجتمعات التي سحبت منها ، حيث وأن الهدف من الدراسة هو الوصول إلى مؤشرات حول الظاهرة تفيد في إجراء دراسات مستقبلية في كل بلد عربي يواجه ظاهرة الإرهاب ومواجهة الأساليب الدعائية التي تستخدمها الجماعات الإرهابية عبر وسائل الإعلام الجديد .



## الهوامش

- <sup>1</sup> إيمان عبدالرحيم السيد الشرقاوي، (٢٠١٤)، جدلية العلاقة بين الإعلام الجديد والممارسات الإرهابية : دراسة تطبيقية على شبكات التواصل الاجتماعي، ورقة بحثية مقدمة إلى مؤتمر دور الإعلام العربي في التصدي لظاهرة الإرهاب المنعقد بالفترة من ١٦ - ١٨ ديسمبر، ( الرياض ، جامعة نايف للعلوم الأمنية) ، ص ١١ .
- <sup>٢</sup> تركي بن صالح عبدالله الحقباني، (٢٠٠٦)، مدى إسهام الإعلام الأمني في معالجة الظاهرة الإرهابية : دراسة تحليل محتوى لعدد من الصحف المحلية اليومية السعودية خلال الفترة من ١/١/٢٥١٤هـ إلى ١٤٢٥ /٦/١هـ ، (جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية ، كلية الدراسات العليا) ، ص ٥٧ .
- <sup>3</sup> Rothenberger ،Liane، (2012)، Terrorist Groups: Using Internet and Social Media for Disseminating Ideas. New Tools for Promoting Political Change ،Romanian Journal of Communication and Public Relations ،Vol. 14 ،No.3 ،December،P.8
- <sup>٤</sup> تركي بن صالح عبدالله الحقباني، (٢٠٠٦)، مرجع سابق، ص ٥٨ .
- <sup>5</sup> Gabriel Weimann ،(2014) ،New Terrorism and New Media. Research Series ،Washington ، Commons Lab of the Woodrow Wilson International Center for Scholars ،Vol. 2 ،PP.2-3
- <sup>6</sup> Gabriel Weimann ،(2014) ،Op.Cit. ،P.3
- <sup>٧</sup> مالك الأحمد ، مجموعة تدوينات في صفحته بتويتر ، متاح على : <https://twitter.com/malahmad11> تاريخ الدخول ١٥/١١/٢٠١٥م
- <sup>8</sup> United Nations Office On Drugs and Crime ،(2012) ،The Use of The Internet For Terrorist Purposes ،United Nations ،New York ،September ،PP.3-12 .
- <sup>9</sup> Urgent Invite –After Woolwich : Social Reactions On Social Media ،Available online @ <http://gtr.rcuk.ac.uk/project/778971E8-3625-48B6-A3C6-720BD69FDADD> ،5-11-2015 .
- <sup>١٠</sup> هبة شاهين، (٢٠١٤)، المسؤولية الاجتماعية والأمنية لوسائل الإعلام في تناول قضايا الإرهاب: دراسة تطبيقية على الجمهور والصفوة الإعلامية والأمنية، ورقة بحثية مقدمة إلى مؤتمر دور الإعلام العربي في التصدي لظاهرة الإرهاب المنعقد بالفترة من ١٦ - ١٨ ديسمبر، ( الرياض ، جامعة نايف للعلوم الأمنية)، ص ١٤ .
- <sup>١١</sup> إيمان عبدالرحيم السيد الشرقاوي، (٢٠١٤)، مرجع سابق، ص ١ - ٢٧ .
- <sup>١٢</sup> هبة شاهين، (٢٠١٤)، مرجع سابق، ص ١ - ٣١ .
- <sup>13</sup> Fredrick Romanus Ishengoma ،(2013) ،Online Social Networks and Terrorism 2.0 in Developing Countries ،International Journal of Computer Science & Network Solutions ،Vol.1 ، No.4 ،December .
- <sup>14</sup> Maura Conway& Lisa McInerney ،(2008) ،Jihadi Video and Auto-radicalisation: Evidence from an Exploratory YouTube Study ،In: EuroISI 2008 - First European Conference on Intelligence and Security Informatics ،3-5 December ،Esbjerg .
- <sup>15</sup> Michael P. Boyle ،Mike Schmierbach ،Coy L. Armstrong ،Douglas M. McLeod ،Dhavan V. Shah ،and Zhongdang Pan،(2014) ،Information Seeking and Emotional Reactions to the September 11 Terrorist Attacks ، Journal of Mass Communication Quarterly ،Vol.81 ، No.1،Spring ،PP.155-167 .

<sup>16</sup> داليا إبراهيم الدسوقي المدبولي، (٢٠١٤)، التماس المعلومات السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمصداقية المضمون لدى دارسي الإعلام التربوي بالجامعات المصرية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد ٤٩، أكتوبر/ ديسمبر (كلية الإعلام، جامعة القاهرة)، ص ص ٣٨٩ - ٤٣٣ .

<sup>17</sup> منى أحمد مصطفى عمران، (٢٠١٤) دور الفيس بوك في إمداد الشباب الجامعي المصري بالمعلومات حول قضايا الفساد الإعلامي والسياسي، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد ٤٩، أكتوبر/ ديسمبر (كلية الإعلام، جامعة القاهرة)، ص ص ٢١٣ - ٣١٦ .

<sup>18</sup> إيمان حسني، (٢٠١٣)، التماس المعلومات من شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالاتجاهات العصبية لدى الشباب المصري الجامعي: دراسة في ضوء مدخل التماس المعلومات والتوازن والتصنيف المعرفي، المؤتمر العلمي الدولي التاسع عشر "الإعلام وثقافة الديمقراطية" ٢٣ - ٢٥ إبريل، الجزء الأول (كلية الإعلام، جامعة القاهرة)، ص ص ١١٥ - ١٦٣ .

<sup>19</sup> بشار عبدالرحمن مطهر (٢٠١١)، التماس الشباب الجامعي الإعلامي اليمني لمصادر المعلومات أثناء الأزمات: دراسة تطبيقية على حادثة تفجيرات مدرسة ٧ يوليو للبنات، المجلة العربية للإعلام والاتصال، العدد السابع مايو (الجمعية السعودية للإعلام والاتصال)، ص ص ١٨٧ - ٢٣٤ .

<sup>20</sup> شريهان محمد توفيق (٢٠٠٩)، العوامل المؤثرة في التماس المعلومات السياسية من شبكة الإنترنت: دراسة ميدانية على عينة من الصفوة المصرية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة أسيوط، كلية الآداب، قسم الإعلام).

<sup>21</sup> Gray Marchionini، (1995)، Information Seeking In Electronic Enviroment، Cambridge Series on Human-Computer Interaction، Cambridge University Press، P.5 .

<sup>22</sup> حسن عماد مكاوي وليلى السيد (٢٠٠٩)، الاتصال ونظرياته المعاصرة (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية)، ص ٢٢٧ .  
<sup>23</sup> Susanne Loeber & Alexandra Gristea، (2003)، A www Information Seeking Process Moder، Educational Technology and Society، Vol.6، No.3، P.47 .

<sup>24</sup> Matthew Loveless، (2008)، Media Dependency: Mass Media as Sources of Information in the Democratizing Countries of Central and Eastern Europe، Democratization، Vol.15، No.1، PP.162-164 .

<sup>25</sup> حسن عماد مكاوي، وليلى حسين السيد، (٢٠٠٩)، مرجع سابق، ص ص ٢٢٦ - ٢٢٩ .  
<sup>26</sup> شيما ذو الفقار (٢٠٠٩)، مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية) ص ص ٨٩ - ٩٠ .

<sup>27</sup> سامي طابع، (٢٠٠١)، بحوث الإعلام، (القاهرة: دار النهضة العربية) ص ١٦٧ .

<sup>28</sup> محمد عبدالعزيز الحيزان، (٢٠٠٤)، البحوث الإعلامية، أسسها - أساليبها - مجالاتها، ط٢ (الرياض: المؤلف)، ص ٩٧ .

#### (٢٩) السادة المحكمون :

- أ.د حسني نصر أستاذ الصحافة بكلية الإعلام - جامعتي القاهرة ومسقط
- أ.د. خالد صلاح الدين أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة .
- أ.د. عادل عبد الغفار أستاذ الإعلام بكلية الإعلام جامعة القاهرة
- أ.د. علي عقله عبد الرحمن نجادات أستاذ الصحافة بكلية الإعلام جامعة اليرموك وجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

- أ.م.د. أحمد التركستاني أستاذ الإذاعة والتلفزيون المشارك بكلية الإعلام والاتصال جامعة محمد بن سعود الإسلامية
- أ.م.د. خالد الصوفي أستاذ العلاقات العامة والإعلان المشارك بكلية الإعلام جامعة صنعاء
- أ.م.د. عبد الله بن ناصر الحمود أستاذ الإذاعة والتلفزيون المشارك بكلية الإعلام والاتصال جامعة محمد بن سعود الإسلامية
- أ.م.د. مساعد المحيا أستاذ الإذاعة والتلفزيون المشارك بكلية الإعلام والاتصال جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية
- د. أحمد سمير حماد أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد بكلية الإعلام جامعة الأزهر و جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية
- <sup>30</sup> بشار مطهر، (٢٠١١)، مرجع سابق، ص ٢٠٩ .
- <sup>31</sup> Michael P. Boyle , et al,(2014) .Op.Cit. ، PP.155-167 .
- <sup>32</sup> هبة شاهين، (٢٠١٤)، مرجع سابق، ص ١٧
- <sup>33</sup> إيمان الشرفاوي، (٢٠١٤)، مرجع سابق، ص ٢٢
- <sup>34</sup> مالك الأحمد، مجموعة تدوينات في صفحته بتويتر، مرجع سابق، متاح على : <https://twitter.com/malahmad11>
- تاريخ الدخول ٢٠١٥/١١/١٥ م
- <sup>35</sup> منى أحمد مصطفى عمران (٢٠١٤)، مرجع سابق، ص ص ٢١٣ - ٣١٦ .
- <sup>36</sup> موقع "y2d"، انفوجرافيك.. تويتر ٢٠١٤م في الإحصائيات والأرقام، تم النشر على الموقع بتاريخ ٦ مايو ٢٠١٤م، تم دخول الموقع ١٣ مايو ٢٠١٥م، متاح على الرابط: <http://www.y2d.me/ar/obg>
- <sup>37</sup> زينم حنوش، "تويتر ويوتيوب" سلاحا داعش في تجنيد المتطرفين، صحيفة الشرق الاوسط، ٦/١٠/٢٠١٤م متاح على الرابط: <http://aawsat.com/home/article/195361> تاريخ الدخول ١١:١٥:٢٠١٥م.
- <sup>38</sup> محمد عبد الوهاب الفقيه كافي، (٢٠٠٩)، إدراك الجمهور اليمني لبروز القضايا الدولية، ولأبعادها المعرفية، كما تعكسها الفضائيات الأخبارية، المجلة العربية للإعلام والاتصال، العدد الرابع، مايو (الجمعية السعودية للإعلام والاتصال)، ص ص ١٣٠ - ١٧٠

## **The Role of Social Networks in Providing the Arab Youth with Information and News about the Phenomenon of Terrorism**

### **Abstract**

The aim of this Study is to identify information seeking from social networking sites by Arab youth, and their dependence effects on these sites as a source of information about the phenomenon of terrorism. The theoretical framework of the study is based on information seeking theory and dependency theory. The study was conducted on young people in the four Arab countries (Saudi Arabia, Yemen, Egypt, and Jordan), and the snowball sampling was used to reach young people, Data was collected by an electronic questionnaire that was sent to study sample through Facebook and Whatsapp.

The study concluded many of the results, including :

- Arab youth ,in the first place, seek information about incidents and terrorist operations that happen in their own countries, followed by information about terrorist incidents that happen in other countries, then general information about terrorism.
- The gratification of basic needs as the need for knowledge is the crucial factor that makes youth seeking information about terrorism from social networks followed by diversification factor, then the recruitment information to achieve specific goals.
- The Cognitive effects came in the top of the effects of youth's dependence on social networks as a source of information about the phenomenon of terrorism, followed by emotional effects, then behavioral effects.
- The majority of youth believe that social networking helped terrorist groups to communicate with a broad base of fans easily and conveniently, also facilitated attract new recruits to terrorist groups, and reinforced the size and strength of terrorist groups.
- There was a positive correlation between the degree of the dependence on the social networks sites as a source for information and Factors affecting information seeking about the phenomenon of terrorism.
- There were significant differences in the effects of youth's dependence on social networks to get information about the phenomenon of terrorism, belonging to the difference in the nationality of the youth .

# **The Role of Social Networks in Providing the Arab Youth with Information and News about the Phenomenon of Terrorism**

**Dr. Mohammed Abdulwahab Al-fakih**

Associate Professor of Radio and TV. – Sana'a and Imam  
Mohammad Bin Saud University

**Mr. Hatim Ali Hyder Al-Salhi**

Lecturer of Public Relations and Advertising –  
Sana'a University

---

## Contents

418

**The Implications of Using Persuasive Styles in Building Gulf Radio and Television Websites “A Comparative Analytical Study”**

*Dr. Maeen Saleh Yahya Al Maitami  
Dr. Fuad Ali Hussein Sadan*

422

**The Role of Social Networks Sites in Providing the Arab Youth with Information and News About the Phenomenon of Terrorism**

*Dr. Mohammed Abdulwahab Al-Fakih  
Mr. Hatim Ali Hyder Al-Salhi*

426

**The Attitudes of Students and Heads of Media Departments Towards the Difficulties of Teaching Media in Important Palestinian Universities “A Field Study”**

*Dr. Qays Abu Ayyash*

430

**Proposals of Applying Media Transparency on Texts and Images in Arabic Newscasts**

*Dr. Fayez Shaheen*

434

**The Role of Social Networks in Shaping the Knowledge and Attitudes of Egyptian Expatriates Towards Cases of Terrorism in Egypt In 2015 – “A Study Within the Framework of Media Dependency Theory”.**

*Dr. Faten Abdel Rahman*

438

**The Epistemological Status of Information and Communication Sciences**

*Dr. Abdullah Al Zein Al Haidari*

442

**The Role of Critical Thinking in Dealing Rationally with Rumors on Social Networks**

*Dr. AlSadiq Rabah*

446

**Use of Social Networks in the Introduction of Prophet Muhammad “A field study based on Cultivation Theory”**

*Dr. Reda Abd elwaged Amin*

450

**Attitudes of Palestinian Journalists towards the Practice of Investigative Journalism “A Field Study”**

*Mr. Salahuddin Adly Abu Hassan*

شبكة التواصل

Arabian Journal of  
**Media and Communication**

Published by



الجمعية السعودية للإعلام والاتصال  
Saudi Association for Media & Communication

### Editorial Board

Editor-in-Chief

Prof. Abdulrahman H. Al Enad

Vice Editor-in-Chief

Prof. Saeed A. Al Thabet

Member

Prof. Fahad A. Al Askar

Member

Prof. Othman M. Al Arabi

Member

Dr. Hamza A. Baitalmal

Managing Editor

Ms. Sawsan A. Al-Harbi

All Correspondences  
should be sent and entitled  
to the Editor-in-Chief at  
the following Address

P.O.Box 2456 Riyadh 11451

Tel.: 4675378 - 4679717

Email:

majalatsame@gmail.com  
www.samc@ksu.edu.sa



الجمعية السعودية للإعلام والاتصال  
Saudi Association for Media & Communication

## Managerial Board

Dr. Nayef bin Thanyan Al Saud  
*Chairman*

Dr. Abdulrahman H. Alenad  
*Vice Chariman*

Dr. Mohamed S. Al-Ahmad

Dr. Ali Dabkal Al Anazyzy

Dr. Saud Saleh Katteb

Dr. Abdullah A. Al-Assaf

Dr. Ibrahim Ahmad Al-Sa'ayd

Dr. Abdulmohsen Al Gabani

Ms. Lamya H. Al Anazyzy

## Address

Saudi Arabia, Riyadh  
King Saud University

Tel: 4675378  
4679717

[info@samc.ksu.edu.sa](mailto:info@samc.ksu.edu.sa)  
[www.samc@ksu.edu.sa](http://www.samc@ksu.edu.sa)

## Breif

Saudi Association for Media and Communication (SAMC) is a scientific institution established within the Ministry of Higher Education, Riyadh, Saudi Arabia in 2002.

The first general assembly was held on the 2nd of February, 2002 during which its first managerial board was elected. It started accomplishing its goals since then. The goals of SAMC include:

- Prompting scientific thought in the fields of media and communications to participate in the development of related theories.
- Administering specialized research and studies in all aspects of media and communications in the Kingdom of Saudi Arabia.
- Strengthening ties and cooperation between scientists and professional working in the media arena in the kingdom.
- Cooperating with other specialized associations and institutions in all parts of the world.
- Encouraging exchange of thoughts and expertise among national, Arabian and international experts.

## **Reference Citation in Arabic is found in the Arabic Section**

### **Reference Citation in English**

The Arabian Journal of Media and Communication applies the same referencing style used by the journal of Journalism & Mass Communication Quarterly (JMCQ), which is published by the Association for Education in Journalism and Mass Communication (AEJMC).

---



## **Publishing in AJMC**

### **Submission Guidelines**

1. Arabian Journal of Media and Communication (AJMC) is a peer-reviewed scholarly journal. Its focus is media and human communication research in its various facets.
2. The journal is published by the Saudi Association for Media and Communication at King Saud University, Riyadh, Kingdom of Saudi Arabia.
3. The journal publishes research articles, thesis and dissertation abstracts, and book reviews in all branches of media and communication.
4. All material submitted to our journal is subject to review by appropriate referees.
5. Manuscripts are accepted for publication according to the following criteria:
  - a. The manuscript should be written in proper Arabic, and manuscripts in English are accepted in topics in which English language is needed.
  - b. The research topic must be in the area of media and communication or one of its branches.
  - c. The manuscript should be characterized by novelty and originality and is no more than 3 years old.
  - d. The researcher must employ carefully designed procedures and follow the standard reference style of the journal.
  - e. The manuscript should be a maximum of 50 pages in length (including abstract, tables, figures, appendices, and references).
  - f. The manuscript is not currently under consideration for publication or has not been published elsewhere.
  - g. The author should provide two titles and two abstracts of up to 300 words each in Arabic and English.
  - h. The manuscript must be submitted as a Microsoft Word document.
  - i. The author will be sent 5 hard copies of the issue in which his/her article appears.
6. The views and opinions expressed in articles published in the journal are those of the authors, and do not necessarily reflect the views of the association. Authors are solely responsible for the factual accuracy of their work.
7. All correspondence regarding manuscripts should be directed to the Editor-in-Chief of the journal, at [majalatsamc@gmail.com](mailto:majalatsamc@gmail.com) or the following mailing address:

Arabian Journal of Media and Communication  
King Saud University  
Mass Communication Department  
P. O. Box: 2456, Riyadh 11451  
Saudi Arabia

### **Citation Guidelines**

The sources are listed at the end of the document in numerical order as they appear in the text. These are known as endnotes, which are used by the journal of Journalism & Mass Communication Quarterly, the journal of Journalism & Mass Communication Educator, and some Arabic journals.

# ***Arabian Journal of Media and Communication***

Refereed Periodical for Research in the Fields of Media and Communications

**Published by**



الجمعية السعودية للإعلام والاتصال  
Saudi Association for Media & Communication

**King Saud University - Riyadh - Saudi Arabia**

*No. 17  
May 2017*