

## معالجة المواقع الالكترونية لقضايا التطرف الديني وعلاقته باتجاهات المراهقين نحوها

د. زكريا إبراهيم الدسوقي \*

### مقدمة:

في ظل التطور التكنولوجي الهائل، تعد شبكة الانترنت بما تحتويه من مواقع الكترونية ومواقع التواصل الالكتروني من أخطر وسائل الإعلام في نشر ومعالجة القضايا الهامة، لما تتميز به من قدرة على نقل الأحداث ومعالجتها، ولما تتميز به من قدرة على التأثير في الجماهير المختلفة وتشكيل اتجاهاتهم، خاصة في ظل الأحداث المتسارعة في الآونة الأخيرة، لما تشهده ساحة العالم العربي، والمصري بصفة خاصة من أحداث إرهابية متلاحقة، نتيجة لانتشار التطرف الديني وتشوه مفهوم الدين والجهاد، عند الجماعات الإرهابية، وفي ظل هذه الأحداث تعاضد دور المواقع الالكترونية في نقل كل ما يتعلق بتلك الأحداث، لذا نجد أن لها دور كبير في التصدي للإرهاب والتطرف الديني والحد من تأثيره على المجتمع العربي والمصري، ومن هنا تبرز الحاجة لإجراء دراسة تهتم بالمعالجة الإعلامية للمواقع الالكترونية التي تهتم للأحداث والقضايا الهامة مثل قضية التطرف الديني لما لها من أثر في الأحداث الحالية، وعلاقتها باتجاهات المراهقين نحوها، فمن الملاحظ أن فئة المراهقين لها طبيعة خاصة لما يمتازون به من خصائص نفسية متغيرة، ونظراً لإقبالهم الشديد على التعرض للمواقع الالكترونية أصبحت أكثر الفئات استهدافاً من المواقع الالكترونية المختلفة، ولذا لا يمكن إغفال التأثير الخطير لهذه المواقع عليهم، لذا برزت أهمية هذه الدراسة لمعرفة المعالجة الإعلامية للمواقع الالكترونية لقضايا التطرف الديني وعلاقتها باتجاهات المراهقين نحوها.

### تحديد المشكلة البحثية:

شهد العصر الحالي العديد من التطورات السياسية، خاصة مع إقبال العالم على مواجهة الإرهاب والتصدي له، لذا أتاحت المواقع الالكترونية آفاقاً جديدة لتناول قضايا التطرف الديني، و تحليل تلك القضايا وعرضها لمختلف متابعيها، وتبدء المشكلة البحثية من ملاحظة الباحث لإقبال المراهقين على استخدام المواقع الالكترونية المختلفة وتزايد اهتمامهم بالتعرف على القضايا الراهنة في المجتمع، لذا قام الباحث بدراسة استطلاعية على عينة قوامها (40مفردة) بما يمثل 10% من العينة الأصلية للدراسة وتمثلت نتائج الدراسة الاستطلاعية فيما يلي:

1- أثبتت نتائج الدراسة أن 97.5% من المراهقين عينة الدراسة يتابعون

\* أستاذ مساعد بقسم الإعلام وثقافة الأطفال بكلية الدراسات العليا للطفولة - جامعة عين شمس.

المواقع الالكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي.  
2- أثبتت نتائج الدراسة أن 95% من عينة الدراسة يهتمون بقضايا التطرف الديني والإرهاب ويعتبرونها قضايا الساعة .  
لذا تطرح الدراسة تساؤل رئيسي هو بحث " المعالجة الاعلامية للمواقع الالكترونية لقضايا التطرف الديني وعلاقتها باتجاهات المراهقين نحوها " أهمية الدراسة:

- 1- تتضح أهمية الدراسة من خلال الدور الذي تقوم به المواقع الالكترونية وزيادة قوة تأثيرها على مستخدميها.
- 2- أهمية دراسة مرحلة عمرية من حياة الفرد وهي مرحلة المراهقين حيث يشكل المراهقين أهم فئة من فئات المجتمع , وتعتبر فئة مستهدفة في المجتمع , و تتأثر بصورة مباشرة بطبيعة الأنظمة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والتربوية القائمة في المجتمعات .
- 3- أهمية دراسة العلاقة بين المراهقين والمضامين التي تقدمها المواقع الالكترونية حيث تعد المواقع الالكترونية من وسائل الإعلام التي تحظى بدرجة عالية من الاستخدام لدي جمهور المراهقين.
- 4- أهمية قضية التطرف الديني، باعتبارها القضية التي تطرح نفسها علي التغطية اليومية لوسائل الإعلام لاسيما المواقع الالكترونية، ويُفرد لها مساحات كبيرة ، لما لها من بعد مجتمعي يؤثر علي أمن واستقرار المجتمع النابع من احساس الجمهور بالخطر نتيجة متابعته لتلك القضايا بصفة يومية.

#### أهداف الدراسة

تتمثل أهداف الدراسة في معرفة المعالجة الإعلامية للمواقع الالكترونية لقضايا التطرف الديني وعلاقتها باتجاهات المراهقين نحوها من خلال :

1. التعرف على معدل استخدام عينة الدراسة للمواقع الالكترونية .
2. معرفة الموضوعات التي تتابعها عينة الدراسة على المواقع الالكترونية.
3. رصد المواقع الالكترونية التي تتعرض لقضايا التطرف الديني.
4. معرفة معدل تعرض عينة الدراسة للمواقع الالكترونية التي تتعرض لقضايا التطرف الديني.
5. التعرف على أشكال قضايا التطرف الديني بالمواقع الالكترونية.
6. رصد أشكال تفاعل عينة الدراسة تجاه قضايا التطرف الديني بالمواقع الالكترونية .
7. معرفة القائم بالمعالجة الاعلامية للقضية بالمواقع الالكترونية.
8. رصد الشكل الصحفي المستخدم في معالجة القضية بالمواقع الالكترونية.
9. معرفة الأطر المرجعية المستخدمة عند عرض القضية بالمواقع الالكترونية.
10. التعرف على الأدوات المستخدمة في عملية التأطير بالمواقع الالكترونية.

- مدخل مفاهيمي للدراسة:

### المعالجة الإعلامية (تعريف إجرائي):

يقصد بها إجرائياً الخصائص المتعلقة بالحدث الإعلامي والذي تناولته المواقع الإلكترونية من حيث الشكل والمضمون مثل ( القائم بالمعالجة – الشكل الصحفي المستخدم في معالجة القضايا – أساليب الإقناع المستخدمة – الأطر المرجعية المستخدمة عند عرض القضية ) وذلك بهدف عرض القضايا أو مناقشتها والتأثير في الجمهور واتجاهاتهم.

### المواقع الإلكترونية : (تعريف إجرائي)

يقصد به الباحث إجرائياً : المواقع والصفحات الإلكترونية عبر شبكة الانترنت والتي استعرضت قضايا التطرف الديني وتمثلت في موقع لا للإرهاب ، موقع وزارة الداخلية المصرية ، ، مواقع اخبار العالم الإسلامي ، الصفحات الرسمية لموقع لا للإرهاب و الصفحات الرسمية لوزارة الداخلية المصرية والصفحات الرسمية لأخبار العالم الإسلامي بتويتر ، الصفحات الرسمية لموقع لا للإرهاب و الصفحات الرسمية لوزارة الداخلية المصرية والصفحات الرسمية لأخبار العالم الإسلامي بالفيس بوك.

### قضايا التطرف الديني : (تعريف إجرائي)

يقصد الباحث إجرائياً : القضايا التي تتعلق بالإرهاب ، والتطرف ، وحقيقة الجهاد ، ومكافحة الإرهاب والتصدي له ، والعمليات الانتحارية والتكفير.

### الإطار النظري للدراسة:

#### نظرية الأطر الخيرية

تعد نظرية " تحليل الإطار الإعلامي " واحدة من الروافد الحديثة في دراسات الاتصال ، حيث تسمح للباحث بقياس المحتوى الضمني للرسالة الإعلامية التي تعكس وسائل الإعلام وتقدم هذه النظرية تفسيراً منتظماً لدور وسائل الإعلام في تشكيل الأفكار و الاتجاهات حيال القضايا البارزة ، وعلاقة ذلك باستجابات الجمهور المعرفية والوجدانية لتلك القضايا (1) وتعرف الأطر الخيرية هي العملية التي يتم بمقتضاها تعريف القضايا والأحداث وتقديمها للجمهور ، وكذلك توضيح أسبابها ومبرراتها والتنبؤ بآثارها المحتملة مستقبلاً، من خلال المعالجات الإعلامية المتنوعة المقدمة حول الأحداث المختلفة (2).

### وظائف الأطر :

#### 1- تفسير القضايا:

الوظيفة الأساسية للإطار الإعلامي هي المساعدة على تفسير وفهم الأحداث والقضايا وتقديمها بطريقة تساعد المتلقي على فهم تلك القضايا والأحداث ، فالإطار الإعلامي بمثابة نسق معرفي يستخدم لتعبير وتفسير المعلومات واسترجاعها حيث يتم تمثيله من خلال الرموز والاشارات والتي ترتبط بدورها ارتباطاً وثيقاً بخبرات العمل الصحفي والإعلامي (3)

## 2- إقناع الجمهور أو انعكاس لمتغيرات معينة:

قد تكون عملية التأطير عمدية تستهدف إقناع الجمهور بفكرة معينة ، أو غير عمدية بحيث يتم اختيار الجوانب المنشورة كانعكاس لعوامل ثقافية ومهنية تشمل ضغوط العمل الصحفي أو مرجعيات القائم بالاتصال دون أن تنطوي على نية إخفاء جوانب معينة(4)

## 3- وسيلة للتفاعل على مستوى الرأي العام:

وتعتبر الأطر من الأدوات القوية التي تساعد القوى الاجتماعية على تحقيق ما

يلى:

- 1- تحديد وحل المشكلات
- 2- تشكيل الرأي العام
- 3- رفع كفاءة الجدل أو النقاش الشخصي
- 4- يخدم كأساس للخطاب العام مثل: النقاش على مستوى الاتصال الجماهيري(5)
- 4- الأطر كمجموعة من الرسائل الاتصالية(6)

Frame as a meta-communicative message:

رأى , Baldwin Van Gorp أنه توجد ثلاث وظائف للأطر :

- 1- التعريف بالمشكلة Defining a problem
- 2- اسناد المسؤولية Assigning responsibility
- 3- اصدار حكم أخلاقي ، والتوصل إلى الحلول الممكنة.

## 5- التعرف على دور الإعلام في تطور القضايا:(7)

يساعد تحليل الأطر في التعرف على دور الإعلام في تطور القضايا السياسية والاجتماعية حيث أنه من الشائع بين ممثلي السياسة أن ينخرطوا في صراع لفظي باستخدام الأساليب البلاغية لتعريف قضية معينة بما يتوافق مع مصالحهم الخاصة.

## 6- تطبيق للقواعد الصحفية:(8)

تتمثل أهمية التأطير على المستوى المهني ،في أنها تدرج ضمن القواعد الصحفية (Journalistic norms) ، والتي تتمثل في :

- 1- اختيار المصدر
- 2- أطر القصص الخبرية
- 3- أساسيات الموضوعية في التقارير الإخبارية
- 4- التأثير في تقديم الموضوعات الصحفية
- 5- التفسير والبنائية في الافتتاحيات

هناك اتجاه متزايد في البحوث في مجالات الإعلام والدراسات الثقافية وعلم النفس الاجتماعي وعلم الاجتماع والأنثروبولوجيا تهتم بفحص محتوى وسائل الإعلام وأثره في المجتمع(9)

## 7- التعريف والإدراك والتقييم:

وبالتالي ، فإن الأطر أكثر من مجرد استراتيجيات للخطاب تقدمها الجهات المنافسة لكسب التأييد لوجهة نظر معينة وتعزيز مصالحها ، ولكن الأطر تتضمن عمليات انتقائية معقدة من تسمية الواقع للتعريف بالجهات الفاعلة وإدراكها وتقديم تقييم لها(10)

**أهمية نظرية الأطر الخبرية:** يرجع اهتمام الباحثين بهذه النظرية إلي أنها تعد بمثابة الحل لإشكالية قياس المحتوى، وكذلك لأنها تقدم دورها إطاراً نظرياً حول كيفية تشكيل اتجاهات الجمهور نحو قضية بعينها ، كما أنها تقدم تفسيراً منتظماً لدور وسائل الإعلام في تشكيل مدركات الرأي العام نحو القضايا المثارة ، من خلال تحليل أطر التناول الإعلامي للأحداث والقضايا المثارة في وسائل الإعلام ، مما يسهم في فهم دورها في بناء الواقع الاجتماعي(11)

### أسلوب تطبيق نظرية الأطر الخبرية

تركز طريقة عمل نظرية الأطر الخبرية علي عملية قطع المعلومات حول موضوع الاتصال ، من خلال تنشيط تلك القطع وإبرازه بما يجعله أكثر ملاحظة ، وتذكراً لدي الجمهور ، مما يسهم هذا البروز في تعزيز احتمال إدراك المتلقين للمعلومات ، وتبني المعاني وتمييزها ، وتخزينها في الذاكرة ، ويقوم النص بإبراز قطع المعلومات بعدة أساليب منها الآتي:  
( الموقع – التكرار – الربط بالنماذج الثقافية المألوفة... - ألخ ) ، وبالرغم من أن الظهور الغير واضح للفكرة في الجزء المغمور من النص يمكن أن يمثل بروزاً علي أعلى مستوى إذا أتفق مع البرامج الموجودة في أنظمة اعتقادات المتلقي ، إلا انه قد يكون من الصعب علي المتلقين تفسيرها أو إدراكها ، لهذا فإن البرامج والمفاهيم ذات الصلة مثل الصور النمطية تتضمن مجموعة من الأفكار العقلية المخزونة التي ترشد تمرير المعلومات لدي الأفراد لأن البروز هو الناتج النهائي لتفاعل النصوص مع المتلقي(12)

### نظرية الأطر في حيز تطبيق الدراسة :

تختبر الدراسة تأثير عدد من المتغيرات الوسيطة (مستوى التعرض للمواقع الإلكترونية ، الاهتمام بالمعلومات، المعرفة بالقضية، نشاط المستخدم علي الموقع)على توافق وارتباط الأطر الخبرية المقدمة في المواقع الإلكترونية بالعمليات المعرفية ومعالجة المعلومات التي يقوم بها الجمهور والتي تؤثر على اتجاهاته نحو قضية التطرف الديني محل الدراسة ، ويوظف الباحث نظرية الأطر الخبرية في هذه الدراسة منهجياً ، من خلال مرحلتين : الأولى تهتم برصد الأطر الخبرية المقدمة بالمواقع الإلكترونية في معالجة قضية التطرف الديني وتضمينها بالمواقع محل الدراسة وفقاً للإطار الذي يتبناه كل موقع، وترتبط المرحلة الثانية بدراسة تأثير الأطر الخبرية المقدمة في الموقع من خلال أطر العناصر التفاعلية على معالجة المعلومات، وبالتالي تشكيل الاتجاهات نحو القضية محل الدراسة، وذلك من خلال استخدام صحيفة استبيان مكونة من عدة مقاييس لمعرفة حدود تأثير أطر المعالجة الإعلامية والتفاعلية لقضية التطرف الديني محل الدراسة .

### الدراسات السابقة :

تعتبر الدراسات السابقة لما تتضمنه من حقائق ومعلومات ذات أهمية بالغة في مساعدة الباحثين على إنجاز أبحاثهم، كما أنها حجر الأساس الذي تركز عليه الدراسة والتي من خلالها قام الباحث بتحديد الخطوات والإجراءات التي اتبعتها لمعالجة مشكلة الدراسة باتتبع خطوات البحث العلمي، وذلك بحصر ما توافر من الدراسات والبحوث السابقة والتي لها علاقة بموضوع الدراسة الحالية، وبالاطلاع على التراث العلمي في مجال الإعلام ومسح الدراسات السابقة فسوف يعرض الباحث الدراسات السابقة :

- أثبتت دراسة **أحمد مختار عبد الغني** (2017)<sup>(13)</sup> حول المعالجة الإعلامية للأحداث السياسية بالمواقع الإلكترونية الدينية وعلاقتها باتجاهات شباب الجامعات نحوها ، أن وكالات الأنباء تقدمت المصادر الصحفية للأحداث المعروضة في المواقع محل الدراسة ، تلتها الصحف ثم جاء كاتب أو مراسل الموقع في الترتيب الثالث ، ومن حيث نوع الحدث المطروح في المواقع جاءت الأحداث والموضوعات السياسية في المركز الأول تلاها الأحداث العسكرية والأحداث الأمنية في الترتيب الثالث ، كما جاء التقرير الإخباري في مقدمة الأشكال الصحفية المستخدمة في معالجة الأحداث والقضايا المعروضة في المواقع وجاء المقال الصحفي في المركز الثاني ، كما أثبتت الدراسة وجود علاقة دالة إحصائياً بين معدل تعرض الشباب الجامعي للأحداث السياسية بالمواقع الإلكترونية الدينية نحو الإرهاب، وتتفق نتائج هذه الدراسة مع دراسة **سمر حسن علي** (2017)<sup>(14)</sup> حول أطر معالجة قضايا العنف السياسي في الصحافة المصرية خلال عامي 2013-2014 حيث أثبتت تعدد الأطر الإعلامية التي قدمت بها الصحف عينة الدراسة لقضايا العنف السياسي ، مما يدل على تفاقم وتيرة أحداث العنف وضخامتها وكثرتها خلال فترة الدراسة ، كما توصلت الدراسة إلى أن الإطار المحدد كان الأكثر بروزاً من قبل الصحف عينة الدراسة في معالجتها لقضايا العنف السياسي، في حين أكدت دراسة **ناريمان محمد علي** (2016)<sup>(15)</sup> حول دور المواقع الإلكترونية الإخبارية في وضع أولويات اهتمام المرأة المصرية نحو مشاركتها السياسية عقب ثورة 25 يناير، أن مواقع الدراسة تتجه نحو الاعتماد على صحفي بالموقع كمصدر من مصادر الموضوع وذلك بنسبة 54.81% ، يليه المراسل الصحفي ثم وكالة الأنباء ، كما جاء التحقيق الصحفي في الترتيب الأول من بين الفنون الصحفية المستخدمة بالمواقع عينة الدراسة يليه المقال الصحفي ثم الحوار ، بينما أوضحت دراسة **حردان هادي** (2015)<sup>(16)</sup> حول المواقع الإسلامية على شبكة الانترنت - دراسة تحليلية لمضمون المواقع الإلكترونية المهتمة بقضايا الإسلام والمسلمين ، أن شكل الخبر جاء في مقدمة أشكال معالجة القضايا في المواقع الإسلامية محل الدراسة بنسبة 45.4% ، يليه في المرتبة الثانية شكل المقال بنسبة 20.2 ثم شكل الفتوى في المرتبة الثالثة بنسبة 11.5% ،

كذلك جاءت المواقع الإلكترونية الأخرى في مصادر المعلومات التي اعتمدت عليها المواقع محل الدراسة بنسبة 32.1% من القضايا المقدمة بهذه المواقع بينما جاء وكالات الأنباء بنسبة 19.7% ، كما جاءت أساليب الإقناع المنطقية في مقدمة أساليب الإقناع التي اعتمدت عليها المواقع محل الدراسة يليها الأساليب العاطفية ، في حين انتهت دراسة **سميث Christopher Smith (2014م)** (17) ، حول تأطير المشاعر المعادية للإسلام بوسائل الإعلام، إلي أن آراء الأمريكيين من الإسلام في وسائل الإعلام جاءت في أشد صور العدائية عقب أحداث سبتمبر، عندما كان الشعور بالتهديد أعلى، وبعدها تراجع الخوف مرة أخرى، وسعت وسائل الإعلام الأمريكية إلى تجنب التمييز عن طريق صياغة الإسلام بطريقة إيجابية، كما انتهت دراسة **سوفيا وآخرون Sofia Hayati Yusof & Others (2013م)** (18) ، حول تأطير وسائل الإعلام الدولية للإسلام والإرهاب، إلي أن دور وسائل الإعلام هو تشكيل الآراء وهيكله وجهات نظر الجمهور حول المشكلات التي تحدث في جميع أنحاء العالم فيما يتعلق بالإرهاب الدولي ، أما فيما يختص بالإسلام خاصة بعد هجمات 11 سبتمبر، فتميل وسائل الإعلام الدولية إلى تصوير الإسلام بصورة سلبية بربطه بالإرهاب، وهو ما يتضح جلياً في طرح قضايا بوسائل الإعلام الدولية، وتحديدًا في الولايات المتحدة والمملكة المتحدة، ومساواة الإسلام مع الإرهاب. وهناك تصور أن وسائل الإعلام الدولية تلعب دوراً حيوياً في خلق العلاقة بين الإسلام والإرهاب في وسائل الإعلام الخاصة التي تؤدي إلى بزوغ تسميات مثل الإسلام والإرهاب، ومن خلال تحليل مضمون اثنين من المجالات الإخبارية الدولية وجد أنهما تميل إلي وضع علامات الإسلام المرتبطة بالإرهاب بعد وفاة أسامة بن لادن، في حين أكدت دراسة **دعاء فتحي سالم (2012)** (19) حول اتجاهات الصفوة المصرية نحو معالجة المواقع الإلكترونية لأحداث ما بعد ثورة 25 يناير أن المواقع الإلكترونية جاءت في الترتيب الأول من حيث اعتماد الصفوة المصرية عليها في الحصول على المعلومات حول الأحداث، كما أثبتت دراسة **محمد سامي صبري (2012)** (20) حول معالجة الصحف الإلكترونية المصرية للقضايا السياسية في ضوء أحداث ثورة 25 يناير المصرية أن القضايا السياسية تأتي في مقدمة القضايا التي تتناولها المواقع الإلكترونية بنسبة 61.9% ، يليها القضايا الاجتماعية ثم الاقتصادية ثم الثقافية ، كما احتل الخبر المرتبة الأولى من حيث الأشكال الصحفية التي تم تقديمها في المواقع بنسبة 37.9% ، بينما اهتمت دراسة **جرمان Spencer, Graham (2004)** (21) ، بإجراء تحليل للأطر الإخبارية لإدارة الصراع الخاص بمفاوضات السلام في أيرلندا الشمالية، وذلك من خلال تحليل التغطية الإخبارية في القنوات التلفزيونية بأيرلندا الشمالية، وقد أبرزت نتائج الدراسة أن التغطية الإخبارية بالتلفزيون الأيرلندي قد أثرت على فكرة الحوار حول السلام، وأن للتغطية الإخبارية دوراً واضحاً في الحياة السياسية

والدبلوماسية كمشارك رئيسي في التطورات، وتبادل الآراء حول تشكيل سياسة السلام في ايرلندا الشمالية.

### أوجه الاستفادة من مراجعة الدراسات السابقة ذات الصلة بالدراسة وإطارها النظري:

- 1- فهم أبعاد المشكلة البحثية، وصياغتها، وتحديد أهميتها وهدفها الرئيسي وأهدافها الفرعية.
- 2- تحديد منهجية الدراسة من خلال الاعتماد على المنهج المسحي بشقيه الوصفي والتحليلي، وتحديد المدخل النظري الملائم للدراسة متمثلاً في الأطر الإخبارية.
- 3- تفسير نتائج الدراسة الميدانية من خلال مقارنة ما تم التوصل إليه بنتائج بعض الدراسات السابقة ذات العلاقة.

### تساؤلات الدراسة:

1. ما معدل استخدام عينة الدراسة للمواقع الالكترونية ؟
2. ما الموضوعات التي تتابعها عينة الدراسة على المواقع الالكترونية؟
3. ما المواقع الالكترونية التي تتعرض لقضايا التطرف الديني؟
4. ما معدل تعرض عينة الدراسة للمواقع الالكترونية التي تتعرض لقضايا التطرف الديني؟
5. ما أشكال قضايا التطرف الديني بالمواقع الالكترونية؟
6. ما أشكال تفاعل عينة الدراسة تجاه قضايا التطرف الديني بالمواقع الالكترونية ؟
7. من القائم بالمعالجة الاعلامية للقضية بالمواقع الالكترونية؟
8. ما الشكل الصحفي المستخدم في معالجة القضية بالمواقع الالكترونية؟
9. ما الأطر المرجعية المستخدمة عند عرض القضية بالمواقع الالكترونية؟
10. ما الأدوات المستخدمة في عملية التأطير بالمواقع الالكترونية؟

### فروض الدراسة:

- 1- توجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين مستوى تعرض المراهقين عينة الدراسة للمواقع الالكترونية التي تتناول قضايا التطرف الديني واتجاهاتهم نحو معالجة تلك المواقع لقضايا التطرف الديني
- 2- توجد فروق دالة احصائياً بين متوسطات درجات المراهقين عينة الدراسة على مقياس سمات تغطية المواقع الالكترونية لقضايا التطرف الديني تبعاً لمستوى الثقة لديهم في تناول تلك المواقع لقضايا التطرف الديني
- 3- توجد فروق دالة احصائياً بين متوسطات درجات المراهقين عينة الدراسة على مقياس الاتجاه نحو معالجة المواقع الالكترونية لقضايا التطرف الديني تبعاً لمستوى الثقة لديهم في تناول المواقع لقضايا التطرف الديني
- 4- توجد فروق دالة احصائياً بين متوسطات درجات المراهقين عينة الدراسة على مقياس أطر معالجة المواقع الالكترونية لقضايا التطرف الديني وفقاً لمستوى التعرض لهذه المواقع
- 5- توجد فروق دالة احصائياً بين متوسطات درجات المراهقين عينة الدراسة على مقياس اطر معالجة المواقع الالكترونية لقضايا التطرف الديني تبعاً للمتغيرات الديموجرافية ( النوع / السن/ المستوى الاقتصادي والاجتماعي)

### الإجراءات المنهجية للدراسة:

#### أ) نوع الدراسة ومنهجها:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تسعى لرصد وتوصيف طبيعة تعرض الشباب الجامعي -عينة الدراسة - للمواقع الإلكترونية ، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي وفي إطاره تم مسح عينة من الشباب الجامعي بالجامعات المصرية؛ لمعرفة معدلات للمواقع الإلكترونية ودورها في معرفة اتجاههم نحو قضايا التطرف الديني.

#### ب)مجتمع وعينة الدراسة:

● **مجتمع الدراسة الميدانية :** يتمثل مجتمع الدراسة في المراهقين ممن تتراوح أعمارهم ما بين (16-18 عام).

● **مجتمع الدراسة التحليلية:** يشمل مجتمع الدراسة التحليلية القضايا التي تتناول التطرف الديني بالمواقع الإلكترونية.

● **وتم جمع عينة الدراسة من خلال ثلاث مستويات هي :**

● **أ- عينة المواقع الإلكترونية :** وتمثلت في موقع لا للإرهاب ، موقع وزارة الداخلية المصرية ، ، مواقع اخبار العالم الاسلامي ، الصفحات الرسمية لموقع لا للإرهاب و الصفحات الرسمية لوزارة الداخلية المصرية والصفحات الرسمية لأخبار العالم الإسلامي بتويتر ، الصفحات الرسمية لموقع لا للإرهاب و الصفحات الرسمية لوزارة الداخلية المصرية والصفحات الرسمية لأخبار العالم الإسلامي بالفيس بوك.

● **ب- عينة الدراسة التحليلية :** تمثلت في قضايا التطرف الديني (الإرهاب - التطرف - حقيقة الجهاد - مكافحة الإرهاب والتصدي له - العمليات الانتحارية والتكفير)

● **ج-عينة الدراسة البشرية :** تمثلت في عينة وتمثلت عينة الدراسة في عينة عمدية بلغ قوامها (400) مفردة من المراهقين(16-18 سنة) من الجنسين(200ذكور، و200إناث) .

#### ج) أدوات جمع البيانات:

- استخدمت الدراسة صحيفة تحليل المضمون لتحليل مضمون المواقع الإلكترونية التي قامت باستعراض قضايا التطرف الديني.

أ- **صدق صحيفة تحليل المضمون :** تم عرض الصحيفة علي مجموعة من المحكمين (22) في مجال دراسات الإعلام، وأفادت ملاحظات السادة المحكمين في تعديل بعض الفئات لتصبح مواكبة لأهداف الدراسة.

ب- **ثبات صحيفة تحليل المضمون:** ويقصد بالثبات في صحيفة تحليل المضمون توصل الباحثين إلى نفس النتائج بتطبيق نفس فئات التحليل ووحداته على نفس المضمون، حيث يعبر الثبات عن نسبة الاتساق بين أكثر من باحث في تحليل المضمون لعينة من المواد الإعلامية باستخدام

نفس أداة التحليل، ولذا قام الباحث باختيار عينة من قضايا التطرف الديني محل الدراسة خلال فترة الدراسة تمثلت في 10 موضوعات عن قضايا الدراسة من إجمالي موضوعات قضايا الدراسة البالغة 102 موضوع تم نشره عن قضايا الدراسة، وقام بتحليل تلك الموضوعات، ثم استعان الباحث بباحثين آخرين في دراسات الإعلام وثقافة الأطفال (23) لتحليل تلك العينة مرة أخرى وذلك بعد توضيحه لهم، وتعريفهم بالهدف من الدراسة، حيث شرح الباحث لهم الاستثمارات والفئات الخاصة بها، وتم تزويدهم بنسخ من استمارات التحليل والتعريفات الاجرائية للفئات. وتم حساب معادلة هولستي بين الباحثين وكانت نسبة الثبات 97% كما يلي:

$$\text{معامل الثبات} = \frac{2}{392 \times 2} = \frac{784}{800} = 0.97$$

حيث ت = عدد حالات الاتفاق بين الباحثين =  $97 \times 2$  ( حالة اتفاق من إجمالي 200 ) ، ن1 = حجم العينة للباحثة الأولى ( 10 موضوعات  $\times$  10 فئات تحليل ) ، ن2 = حجم العينة للباحثة الثانية = ( 10 موضوعات  $\times$  10 فئات تحليل ) ويشير معامل الثبات 0.97 مما يدل على ثبات الوحدات والفئات المستخدمة في تحليل المضمون، وكذلك صلاحية صحيفة تحليل المضمون للتطبيق.

- كذلك استخدمت الدراسة صحيفة الاستقصاء بالمقابلة لتحقيق أهداف الدراسة واختبار فروضها.

أ- **صدق صحيفة الاستبيان:** تم عرض الصحيفة علي مجموعة من المحكمين (24) في مجال دراسات الإعلام، وأفادت ملاحظات السادة المحكمين في تعديل بعض الأسئلة لتصبح مواكبة لأهداف الدراسة .  
ب- **ثبات صحيفة:** ويقصد بالثبات في صحيفة الاستبيان توصل الباحثين إلى نفس النتائج بتطبيق نفس الاستمارة، حيث يعبر الثبات عن نسبة الاتساق بين أكثر من باحث في تطبيق استمارة الاستبيان باستخدام نفس أداة استمارة الاستبيان، ولذا قام الباحث باختيار عينة مصغرة من المبحوثين، تمثل 10% من عينة الدراسة (40) مفردة وذلك عن طريق المقابلة، ثم استعان الباحث بباحثين آخرين في دراسات الإعلام وثقافة الأطفال (25) لتطبيق الاستبيان مرة أخرى وذلك بعد توضيحه لهم، وتعريفهم بالهدف من الدراسة، حيث شرح الباحث لهم الاستثمارات، وتم تزويدهم بنسخ من استمارات الاستبيان. وتم حساب معادلة هولستي بين الباحثين وكانت نسبة الثبات 97% كما يلي:

$$\text{معامل الثبات} = \frac{2}{97 \times 2} = \frac{194}{200} = 0.98$$

حيث ت = عدد حالات الاتفاق بين الباحثين =  $2 \times 392$  ( حالة اتفاق من إجمالي 392 ) ، ن = 1 = حجم العينة للباحثة الأولى ( 40 مفردة  $\times$  10 أسئلة ) ، ن = 2 = حجم العينة للباحثة الثانية = (40 مفردة  $\times$  10 أسئلة) ويشير معامل الثبات 0.97 مما يدل على الاتفاق في صحيفة الاستقصاء ، وكذلك صلاحية صحيفة الاستقصاء للتطبيق.

وتمثلت استفادة الباحث من هذه الخطوة فيما يلي:

- 1- التعرف على مدى وضوح الأسئلة.
- 2- التعرف على الزمن الذي يستغرقه ملء الاستمارة حيث أن التطبيق يتراوح بين 22-30 دقيقة.
- 3- محاولة التعرف على بعض مشكلات العمل الميدانية وتلافيها.

**ج) وحدات التحليل:** تضمنت وحدات تحليل المضمون في إطار الدراسة الوحدة الطبيعية للمادة الإعلامية وتمثل وحدة الموضوع وتمثل هذه الفئة أكبر وأهم وحدات التحليل وأكثرها إفادة وتعتبر إحدى الدعائم الأساسية في تحليل المواد الإعلامية وهذه الوحدة تتضمن الفكرة التي يدور حولها موضوع التحليل، يقصد بها في هذه الدراسة الحالية الموضوعات التي تم نشرها عن قضايا التطرف الديني موضع الدراسة.

**د) المعالجة الإحصائية للبيانات:**

أساليب المعالجة الإحصائية:-

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية ، تم ترميز البيانات وإدخالها إلي الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج " الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية " SPSS " Statistical Package for the Social Science

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

- (1) التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- (2) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- (3) اختبار  $\chi^2$  Chi Square Test .
- (4) اختبار T- Test .
- (5) تحليل التباين ذي البعد الواحد One Analysis of Variance المعروف اختصاراً باسم ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين في احد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio) .
- (6) معامل ارتباط بيرسون
- (7) الوزن النسبي والوزن المرجح

### نتائج الدراسة:

#### أولاً: نتائج الدراسة التحليلية

نتناول في هذا الجزء نتائج الدراسة التحليلية والتي تناولت الموضوعات التي تم نشرها عن قضايا الدراسة والتي تمثلت في (5) قضايا تمثلت في (الارهاب – التكفير – الجهاد- العمليات الانتحارية- الحرب ضد الارهاب) تم نشرها بالمواقع الالكترونية (موقع لا للإرهاب ، موقع وزارة الداخلية المصرية ، ، مواقع اخبار العالم الاسلامي، الصفحات الرسمية لموقع لا للإرهاب و الصفحات الرسمية لوزارة الداخلية المصرية والصفحات الرسمية لأخبار العالم الإسلامي بتويتر ، الصفحات الرسمية لموقع لا للإرهاب و الصفحات الرسمية لوزارة الداخلية المصرية و الصفحات الرسمية لأخبار العالم الإسلامي بالفيس بوك )

#### 1- كيفية الإشارة إلى القضية :

##### جدول (1) كيفية الإشارة إلى القضية

الإشارة إلى القضية	ك	%
عنوان رئيسي	44	43.1
عنوان رئيسي وصورة	58	56.9
الإجمالي	102	100

يتضح من الجدول السابق : تم الإشارة إلى القضية بعنوان رئيسي وصورة في المقدمة بنسبة 56.9% ، يليها في المرتبة الثانية عنوان رئيسي في المرتبة الثانية بنسبة 43.1%.

#### 2- القائم بالمعالجة :

##### جدول (2) القائم بالمعالجة

القائم بالمعالجة	ك	%
كاتب عربي	81	79.4
غير مذكور	21	20.6
الإجمالي	102	100

أثبتت نتائج الجدول السابق : أنه جاء كاتب عربي في مقدمة القائم بالمعالجة بنسبة 79.4% ، يليها في المرتبة الثانية غير مذكور بنسبة 20.6%

#### 3- الشكل الصحفي المستخدم في معالجة القضية :

##### جدول (3) الشكل الصحفي المستخدم في معالجة القضية

الشكل الصحفي	ك	%
حوار	11	10.8
مقال	50	49
تحقيق	41	40.2
الإجمالي	102	100

يتضح من الجدول السابق : جاء مقال في مقدمة الشكل الصحفي المستخدم في معالجة القضية

بنسبة 49%، يليها التحقيق بنسبة 40.2% ، وأخيراً جاء الحوار بنسبة 10.8%. تختلف نتائج الدراسة عن نتائج دراسة أحمد مختار (2017)<sup>(26)</sup> حيث جاء التقرير الإخباري في مقدمة الأشكال الصحفية يليها جاء المقال الصحفي، كذلك اختلفت مع نتائج دراسة ناريمان محمد (2016)<sup>(27)</sup> حيث جاء التحقيق الصحفي في مقدمة الأشكال الصحفية المستخدمة يليها المقال، كذلك اختلفت عن نتائج دراسة محمد سامي (2012)<sup>(28)</sup> حيث جاء الخبر في المرتبة الأولى من حيث الأشكال الصحفية المقدمة.

4- وسائل الإبراز المستخدمة :

جدول (4) وسائل الإبراز المستخدمة

وسائل الإبراز	ك	%
نصوص مكتوبة	19	18.6
فيديو	52	51
أكثر من وسيلة ( نصوص و صور ثابتة)	31	30.4
الإجمالي	102	100

يتضح من الجدول السابق: جاء الفيديو في مقدمة وسائل الإبراز المستخدمة بنسبة 51%، يليها أكثر من وسيلة متمثلة في النصوص والصور الثابتة بنسبة 30.4%، وأخيراً جاء نصوص مكتوبة بنسبة 18.6%.

5- مصادر المعلومات المذكورة في المعالجة :

أ- المصادر الرسمية

جدول (5) المصادر الرسمية

المصادر الرسمية	ك	%
مسؤولين حكوميين	17	16.7
رجال الدين	67	65.7
لا يوجد	18	17.6
الإجمالي	102	100

يتضح من الجدول السابق: جاء رجال الدين في مقدمة المصادر الرسمية للمعلومات المذكورة في المعالجة بنسبة 65.7%، يليها لا يوجد بنسبة 17.6%، وأخيراً جاء مسؤولين حكوميين بنسبة 16.7%.

ب- المصادر غير الرسمية

جدول (6) المصادر غير الرسمية

المصادر غير الرسمية	ك	%
أكاديميين	67	65.7
مواطنين	9	8.8
ناشطين	25	24.5
لا يوجد	1	1
الإجمالي	102	100

يتضح من الجدول السابق: جاء أكاديميين في مقدمة المصادر غير الرسمية لمصادر المعلومات المذكورة في المعالجة بنسبة 65.7% ، يليها ناشطين بنسبة 24.5%، ثم جاء في المرتبة الثالثة مواطنين بنسبة 8.8% ، وأخيراً لا يوجد بنسبة 1%.

## 6- توظيف المصادر المذكورة

### جدول (7) توظيف المصادر

توظيف المصادر	ك	%
مصادر تحمل وجهة نظر واحدة	97	95.1
مصادر تحمل وجهات نظر مختلفة	5	4.9
الإجمالي	102	100

يتضح من نتائج الجدول السابق: جاءت مصادر تحمل وجهة نظر واحدة في مقدمة توظيف المصادر بنسبة 95.1%، ثم جاء مصادر تحمل وجهات نظر مختلفة بنسبة 4.9%.

## 7- المصادر الإعلامية للحدث

### جدول (8) المصادر الإعلامية

المصادر الإعلامية	ك	%
كاتب أو مراسل بالموقع	85	83.3
أخرى تذكر (الجمهور)	17	16.7
الإجمالي	102	100

يتضح من نتائج الجدول السابق: جاء كاتب أو مراسل الموقع في مقدمة المصادر الإعلامية للحدث بنسبة 83.3%، يليها أخرى تذكر متمثلة في الجمهور بنسبة 16.7%.

اختلفت نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة أحمد مختار (2017) (29) حيث جاءت أن وكالات الأنباء تقدمت المصادر الصحفية للأحداث المعروضة في المواقع محل الدراسة، تلتها الصحف ثم جاء كاتب أو مراسل الموقع في الترتيب الثالث، كما اختلفت مع نتائج دراسة ناريمان محمد (2016) (30) حيث أثبتت أن مواقع الدراسة تتجه نحو الاعتماد على صحفي بالموقع كمصدر من مصادر الموضوع وذلك بنسبة 54.81%، يليه المراسل الصحفي ثم وكالة الأنباء

## 8- نوع الحدث المطروح للمعالجة

### جدول (9) نوع الحدث المطروح

نوع الحدث المطروح	ك	%
ديني	11	10.8
أكثر من نوع (ديني - اجتماعي - امني - سياسي)	91	89.2
الإجمالي	102	100

يتضح من نتائج الجدول السابق: جاء أكثر من نوع متمثلاً في ديني - اجتماعي - امني - سياسي في مقدمة نوع الحدث المطروح بنسبة 89.2%، يليها ديني بنسبة 10.8%.

## 9- النطاق الجغرافي

### جدول (10) النطاق الجغرافي

النطاق الجغرافي	ك	%
مصري	30	29.4
دولي	72	70.6
الإجمالي	102	100

يتضح من نتائج الجدول السابق : جاء دولي في مقدمة النطاق الجغرافي بنسبة 70.6%، يليه مصري بنسبة 29.4%.  
**10-مدى وجود تلخيص للقضية**  
 أ- في بداية المعالجة

**جدول (11) بداية المعالجة**

بداية المعالجة	ك	%
يوجد	-	-
لا يوجد	102	100
الإجمالي	102	100

يتضح من نتائج الجدول السابق : جاء عدم وجود تلخيص للقضية في بداية المعالجة بنسبة 100%  
 ب- في نهاية المعالجة

**جدول (12) نهاية المعالجة**

نهاية المعالجة	ك	%
يوجد	7	6.9
لا يوجد	95	93.1
الإجمالي	102	100

يتضح من نتائج الجدول السابق : جاء عدم وجود تلخيص للقضية في نهاية المعالجة بنسبة 93.1% ، يليها وجود تلخيص للقضية في نهاية المعالجة بنسبة 6.9%.  
**12-حالية الحدث المطروح**

**جدول (13) حالية الحدث**

حالية الحدث	ك	%
حالي	18	17.6
له أكثر من بعد	84	82.4
الإجمالي	102	100

يتضح من نتائج الجدول السابق : جاء الحدث له أكثر من بعد في مقدمة حالية الحدث المطروح 82.4%، يليها جاء حالي بنسبة 17.6%.

**13-التوازن في عرض الحدث**

**جدول (14) التوازن في عرض الحدث**

التوازن في العرض	ك	%
عرض وجهة نظر واحدة	23	22.5
الاكتفاء بعرض المعلومات فقط	79	77.5
الإجمالي	102	100

يتضح من نتائج الجدول السابق :جاء الاكتفاء بعرض المعلومات فقط في مقدمة التوازن في عرض الحدث بنسبة 77.5%، يليها عرض وجهة نظر واحدة بنسبة 22.5%.

#### 14- اتجاه معالجة الحدث

##### جدول (15) اتجاه المعالجة

اتجاه المعالجة	ك	%
ايجابي	102	100
الإجمالي	102	100

يتضح من نتائج الجدول السابق : جاء اتجاه معالجة الحدث إيجابياً بنسبة 100%.

#### 15- وظيفة إطار المعالجة

##### جدول (16) وظيفة إطار المعالجة

وظيفة إطار المعالجة	ك	%
تعريفية (بتحديد القضية فقط)	40	39.2
تفسيرية ( عرض المشكلة وأسبابها وتاريخها)	9	8.8
علاجية ( بعرض حلول للقضية )	53	52
الإجمالي	102	100

يتضح من نتائج الجدول السابق : جاءت علاجية ( بعرض حلول للقضية ) في مقدمة وظيفة إطار المعالجة بنسبة 52%، يليها تعريفية ( بتحديد القضية فقط) في المرتبة الثانية بنسبة 39.2%، وأخيراً جاء تفسيرية (عرض المشكلة وأسبابها وتاريخها) بنسبة 8.8%.

#### 16- أساليب الإقناع المستخدمة في القضية

##### جدول (17) أساليب الإقناع

أساليب الإقناع	ك	%
استمالات منطقية	64	62.7
مزيج بين الاستمالات المنطقية والعاطفية	38	37.3
الإجمالي	102	100

يتضح من نتائج الجدول السابق : جاءت الاستمالات المنطقية في مقدمة أساليب الإقناع المستخدمة في القضية بنسبة 62.7%، يليها مزيج بين الاستمالات المنطقية والعاطفية بنسبة 37.3%.

اتفقت نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة جردان هادي (2015)<sup>31</sup> حيث أثبتت أن تأتي أساليب الإقناع المنطقية في مقدمة أساليب الإقناع التي اعتمدت عليها المواقع محل الدراسة.

#### 17- أسلوب عرض القضية

##### جدول (18) أسلوب العرض

أسلوب العرض	ك	%
خبري	29	28.4
إنشائي	3	2.9
مزيج بينهما	70	68.7
الإجمالي	102	100

يتضح من نتائج الجدول السابق : جاء مزيج بين الأسلوب الخبري والإنشائي في

مقدمة أسلوب عرض القضية بنسبة 68.7%، يليها الأسلوب الخبري بنسبة 28.4%، وأخيراً إنشائي بنسبة 2.9%.

### 18- الأطر المرجعية المستخدمة عند عرض الحدث

#### جدول (19) الأطر المرجعية المستخدمة

الأطر المرجعية	ك	%
أطر دينية	19	18.6
أطر سياسية رسمية	20	19.6
أكثر من إطار مرجعي (ديني واجتماعي)	63	61.8
الإجمالي	102	100

يتضح من نتائج الجدول السابق : جاء أكثر من إطار مرجعي (ديني واجتماعي) في مقدمة الأطر المرجعية المستخدمة عند عرض الحدث بنسبة 61.8%، يليها أطر سياسية رسمية بنسبة 19.6%، وأخيراً جاء أطر دينية بنسبة 18.6%.

### 19- نوع الإطار الإعلامي المستخدم في عرض الحدث

#### جدول (20) نوع الإطار الإعلامي

نوع الإطار الإعلامي	ك	%
المسئولية	79	77.5
إطار المبادئ الأخلاقية	17	16.6
أكثر من إطار (صراع - مبادئ أخلاقية - مسئولية)	6	5.9
الإجمالي	102	100

يتضح من نتائج الجدول السابق : جاءت المسئولية في مقدمة نوع الإطار الإعلامي المستخدم في عرض الحدث بنسبة 77.5%، يليها في المرتبة الثانية إطار المبادئ الأخلاقية بنسبة 16.6%، وأخيراً جاء أكثر من إطار (صراع-مبادئ أخلاقية - مسئولية) بنسبة 5.9%.

### 20- الأدوات المستخدمة في عملية التأطير

#### جدول (21) الأدوات المستخدمة في عملية التأطير

الأدوات المستخدمة	ك	%
الشعارات	2	2
الرموز	5	4.9
قصص	9	8.8
المقارنة والتناقض	33	32.3
الصور المرئية	53	52
الإجمالي	102	100

يتضح من نتائج الجدول السابق : جاءت الصور المرئية في مقدمة الأدوات المستخدمة في عملية التأطير بنسبة 52%، يليها المقارنة والتناقض بنسبة 32.3%، ثم جاء في المرتبة الثالثة قصص بنسبة 8.8%، يليها في المرتبة الرابعة الرموز بنسبة 4.9%، وأخيراً جاء الشعارات بنسبة 2%.

## ثانياً: نتائج الدراسة الميدانية

### 1- معدل حرص عينة الدراسة على تصفح المواقع الإلكترونية. جدول (22) معدل حرص عينة الدراسة على تصفح المواقع الإلكترونية

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
دائماً	151	75.5	147	73.5	298	74.5
أحياناً	49	25.5	53	26.5	102	25.5
الإجمالي	200	100	200	100	400	100

كا2 : 96.040 درجة الحرية : 1 المعنوية : 0.000 دالة  
يتضح من نتائج الجدول السابق: حرصت عينة الدراسة على تصفح المواقع الإلكترونية دائماً في المرتبة الأولى بنسبة 74.5% ، ثم في المرتبة الثانية أحياناً بنسبة 25.5%. وبحساب قيمة كا2 بلغت (96.040) عند درجة حرية (1) وهي دالة عند مستوى دلالة 0.05 ويعني ذلك وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة الذكور والإناث في معدل حرص عينة الدراسة على تصفح المواقع الإلكترونية. وتتفق نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة حمزة السيد حمزة خليل (2012م)<sup>(32)</sup> حول استخدام الشباب مواقع الشبكات الاجتماعية لإطلاق ثورة 25 يناير المصرية والإشباع المتحققة منها . دراسة ميدانية، ارتفاع معدل استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية بشكل عام بين عينة الدراسة حيث أن النسبة الأكبر من أفراد العينة يستخدمون مواقع الشبكات الاجتماعية بشكل دائم بنسبة بلغت 26% منهم ، كذلك اتفقت مع نتائج دراسة نها الأسودوي (2012م)<sup>(33)</sup> حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في إدراك الشباب الجامعي لحرية الرأي و مشاركتهم السياسية في ثورة 25 يناير 2011م - دراسة تحليلية ميدانية حيث أثبتت النتائج أن نسبة 65.8 % من أفراد العينة يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي دائماً.

### 2- أسباب حرص عينة الدراسة على تصفح المواقع الإلكترونية. جدول (23) أسباب حرص عينة الدراسة على تصفح المواقع الإلكترونية

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
لأنها تقدم العديد من الآراء السياسية حول الموضوعات المختلفة	29	14.5	31	15.5	60	15
لأنها تتيح الفرصة للمستخدمين بنشر آرائهم و استفساراتهم .	41	20.5	33	16.5	74	18.5
لأنها تشمل معلومات لأوجه عديدة من تصريحات رسمية ، وآراء قادة الرأي والمتخصصين	36	18	30	15	66	16.5
لعدم وجود مصادر أخرى للتوعية .	59	29.5	51	25.5	110	27.5
لأنها تقدم المعلومة بطريقة سريعة.	40	20	47	23.5	87	21.8
لأنني تعودت علي تصفحها .	5	2.5	9	4.5	14	3.5
جملة من سئلوا	200	100	200	100	400	100

يتضح من نتائج الجدول السابق: جاء لعدم وجود مصادر أخرى توعوية في مقدمة أسباب حرص عينة الدراسة على تصفح المواقع الإلكترونية بنسبة 27.5%، يليها في المرتبة الثانية لأنها تقدم المعلومات بطريقة سريعة بنسبة 21.8%، ثم جاء في

المرتبة الثالثة لأنها تتيح الفرصة للمستخدمين بنشر آرائهم و استفساراتهم بنسبة 18.5% ، وأخيراً جاء لأنني تعودت على تصفحها بنسبة 3.5%.

### 3- عدد أيام استخدام عينة الدراسة المواقع الالكترونية في الأسبوع .

جدول (24) عدد أيام استخدام عينة الدراسة المواقع الالكترونية في الأسبوع

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
يوم واحد	59	29.5	66	33	125	31.2
يومان	52	25	52	26	104	26
ثلاثة أيام أسبوعياً	47	23.5	29	14.5	76	19
أربعة أيام أسبوعياً	16	8	21	10.5	37	9.3
خمس أيام أسبوعياً	8	4	11	5.5	19	4.7
سنة أيام أسبوعياً	5	2.5	8	4	13	3.3
كل يوم	13	6.5	13	6.5	26	6.5
الإجمالي	200	100	200	100	400	100

كا2: 208.860 درجة الحرية : 6 المعنوية : 0.000 داله

يتضح من نتائج الجدول السابق: جاء يوم واحد في مقدمة عدد أيام استخدام عينة الدراسة للمواقع الالكترونية في الأسبوع بنسبة 32.2%، يليها في المرتبة الثانية يومان بنسبة 26%، ثم جاء ثلاثة أيام أسبوعياً بنسبة 19%، وأخيراً جاء ستة أيام في الأسبوع بنسبة 3.3%.

وبحساب قيمة كا2 بلغت (208.86) عند درجة حرية (6) وهي دالة عند مستوى دلالة 0.000 ويعني ذلك وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة الذكور والإناث في عدد أيام استخدام عينة الدراسة المواقع الالكترونية في الأسبوع.

### 4- عدد ساعات استخدام عينة الدراسة للمواقع الالكترونية في اليوم .

جدول (25) عدد ساعات استخدام عينة الدراسة للمواقع الالكترونية في اليوم

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
أقل من ساعة	84	42	77	38.5	161	40.2
من ساعة إلى أقل من ساعتين	78	39	76	38	154	38.5
من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات	24	12	32	16	56	14
أكثر من ثلاث ساعات	14	7	15	7.5	29	7.3
الإجمالي	200	100	200	100	400	100

كا2: 136.140 درجة الحرية : 3 المعنوية : 0.000 داله

يتضح من نتائج الجدول السابق: جاء أقل من ساعة في مقدمة عدد ساعات استخدام عينة الدراسة للمواقع الالكترونية في اليوم بنسبة 40.2% يليها من ساعة إلى أقل من ساعتين في المرتبة الثانية بنسبة 38.5% ، ثم جاء في المرتبة الثالثة من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات بنسبة 14%، وأخيراً جاء أكثر من ثلاث ساعات بنسبة 7.3% . وبحساب قيمة كا2 بلغت (136.140) عند درجة حرية (3) وهي دالة عند مستوى

دلالة 0.05 ويعني ذلك وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة الذكور والإناث في عدد ساعات استخدام عينة الدراسة للمواقع الإلكترونية في اليوم تتفق نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة محمود لطفي وهاجر سعداوي (2013م)<sup>(34)</sup> حول استخدامات الشبكات الاجتماعية في تعبئة الرأي العام أثناء الأزمات السياسية الطارئة – أزمة الدستور المصري نموذجاً حيث أظهرت نتائج الدراسة أن معظم أفراد العينة يستخدمون المواقع الاجتماعية من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات يومياً.

5- ترتيب الموضوعات التي تتابعها عينة الدراسة على المواقع الإلكترونية حسب أهميتها بالنسبة لها

جدول (26) ترتيب الموضوعات التي تتابعها عينة الدراسة على المواقع الإلكترونية حسب أهميتها بالنسبة لها

الوزن المرجح	الترتيب								العبارات	
	النسبة	الوزن	الأول	الثاني	الثالث	الرابع	الخامس	السادس		السابع
13.9	1573	الذكور	15	37	42	33	18	29	26	200
		الإناث	11	24	46	43	22	23	31	200
		الإجمالي	26	61	88	76	40	52	57	400
13.6	1531	الذكور	10	26	42	31	33	32	26	200
		الإناث	9	26	28	44	33	36	24	200
		الإجمالي	19	52	70	75	66	68	50	400
16.8	1888	الذكور	41	45	25	24	33	20	12	200
		الإناث	48	50	24	13	29	28	8	200
		الإجمالي	89	95	49	37	62	48	20	400
14.1	1576	الذكور	17	35	22	26	47	27	26	200
		الإناث	32	23	33	24	35	31	22	200
		الإجمالي	49	58	55	50	82	58	48	400
14.2	1595	الذكور	24	26	35	28	35	41	11	200
		الإناث	18	29	32	32	38	33	18	200
		الإجمالي	42	55	67	60	73	74	29	400
16.2	1820	الذكور	60	23	16	31	26	23	21	200
		الإناث	51	31	25	29	20	25	19	200
		الإجمالي	111	54	41	60	46	48	40	400
11.2	1265	الذكور	34	9	18	25	8	28	78	200
		الإناث	30	15	11	18	24	24	78	200
		الإجمالي	64	24	29	43	32	52	156	400
100	11248	جملة الأوزان المرجحة								

يتضح من نتائج الجدول السابق : جاءت الموضوعات الدينية في مقدمة الموضوعات التي تتابعها عينة الدراسة على المواقع الإلكترونية بنسبة 16.8% بوزن مؤوي 1888، يليها في المرتبة الثانية الموضوعات الفنية بنسبة 16.2% بوزن مؤوي 1820، ثم جاء في المرتبة الثالثة الموضوعات الرياضية بنسبة 14.2% بوزن مؤوي 1595، وأخيراً جاءت الموضوعات العلمية بنسبة 11.2% بوزن مؤوي 1265.

6- أكثر المصادر التي تعتمد عليها عينة الدراسة في الحصول على الأخبار حول قضايا التطرف الديني  
جدول (27) أكثر المصادر التي تعتمد عليها عينة الدراسة في الحصول على الأخبار حول قضايا التطرف الديني

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
- الأسرة	17	8.5	8	4	25	6.3
- المواقع الإلكترونية	19	9.5	36	18	55	13.8
- الصحف	33	16.5	32	16	65	16.3
- القنوات الفضائية	70	35	53	26.5	123	30.8
- الانترنت بصفة عامة	34	17	38	19	72	18
- زملاء الدراسة	25	12.5	30	15	55	13.8
- أصدقاء خارج الوطن	3	1.5	3	1.5	6	1.5
جملة من سلوا	200		200		400	

يتضح من نتائج الجدول السابق: جاءت القنوات الفضائية في مقدمة أكثر المصادر التي تعتمد عليها عينة الدراسة في الحصول على الأخبار حول قضايا التطرف الديني بنسبة 30.8%، يليها الانترنت بصفة عامة بنسبة 18%، ثم جاءت الصحف في المرتبة الثالثة بنسبة 16.3%، ثم جاءت المواقع الإلكترونية بنسبة 13.8%، وأخيراً جاء أصدقاء خارج الوطن بنسبة 1.5%.

7- ترتيب المواقع الإلكترونية التي تتعرض لقضايا التطرف الديني الآتية حسب تفضيل عينة الدراسة لها:

جدول (28) ترتيب المواقع الإلكترونية التي تتعرض لقضايا التطرف الديني الآتية حسب تفضيل عينة الدراسة لها

العبارة	الترتيب						الوزن المرجح	النسبة
	الأول	الثاني	الثالث	الرابع	الخامس	الإجمالي		
موقع لا للإرهاب	14	37	83	33	33	200	1117	18.6
	14	35	76	38	37	200		
	28	72	159	71	70	400		
موقع وزارة الداخلية المصرية	15	27	42	77	39	200	975	16.3
	13	21	36	86	44	200		
	28	48	78	163	83	400		
الفييس بوك	45	83	23	26	23	200	1399	23.3
	37	91	27	23	22	200		
	82	174	50	49	45	400		
تويتر	87	31	32	32	29	200	1453	24.2
	96	30	20	24	30	200		
	183	61	41	56	59	400		
مواقع اخبار العالم الاسلامي	39	23	31	31	76	200	1055	17.6
	38	23	44	28	67	200		
	77	46	75	59	143	400		
جملة الأوزان المرجحة							5999	100

يتضح من نتائج الجدول السابق: جاء تويتر في مقدمة ترتيب المواقع الإلكترونية التي تتعرض

لقضايا التطرف الديني الآتية حسب تفضيل عينة الدراسة لها بنسبة 24.2% وبوزن مؤوي 1453، يليها في المرتبة الثانية الفيس بوك بنسبة 23.3% بوزن مؤوي 1399، ثم جاء في المرتبة الثالثة موقع لا للإرهاب بنسبة 18.6% بوزن مؤوي 1117، وأخيراً جاء موقع وزارة الداخلية المصرية بنسبة 16.3% بوزن مؤوي 975.

8- مدى حرص عينة الدراسة على التعرض للمواقع الإلكترونية التي تتعرض لقضايا التطرف الديني

جدول (29) مدى حرص عينة الدراسة على التعرض للمواقع الإلكترونية التي تتعرض لقضايا التطرف الديني

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
دائماً	89	44.5	89	44.5	178	44.5
أحياناً	31	15.5	35	17.5	66	16.5
لا	80	40	76	38	156	39
الإجمالي	200	100	200	100	400	100

ك2 : 52.820 درجة الحرية : 2 المعنوية : 0.000 داله

يتضح من نتائج الجدول السابق: جاءت دائماً في مقدمة حرص عينة الدراسة على التعرض للمواقع الإلكترونية التي تتعرض لقضايا التطرف الديني بنسبة 44.5%، يليها لا بنسبة 39%، وأخيراً جاء أحياناً بنسبة 16.5%.

وبحساب قيمة ك2 بلغت (52.820) عند درجة حرية (2) وهي دالة عند مستوى دلالة 0.000 ويعني ذلك وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة الذكور والإناث في مدى حرص عينة الدراسة على التعرض للمواقع الإلكترونية التي تتعرض لقضايا التطرف الديني

9- أسباب حرص عينة الدراسة على التعرض للمواقع الإلكترونية التي تتعرض لقضايا التطرف الديني

جدول (30) أسباب حرص عينة الدراسة على التعرض للمواقع الإلكترونية التي تتعرض لقضايا التطرف الديني

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
تتميز بالفورية والسبق في التعرض لقضايا الإرهاب	81	67.5	76	61.3	157	64.3
تتيح لي الفرصة في التعليق والمشاركة	83	69.2	78	62.9	161	66
أثق في الأخبار المقدمة بها	83	69.2	81	65.3	164	67.2
تساعدني في تحديد موقفي من قضايا الإرهاب	88	73.3	77	62.1	165	67.6
الإجمالي	120		124		244	

يتضح من نتائج الجدول السابق: جاء تساعدني في تحديد موقفي من قضايا الإرهاب في مقدمة أسباب حرص عينة الدراسة على التعرض للمواقع الإلكترونية التي

تتعرض لقضايا التطرف الديني بنسبة 67.6% يليها في المرتبة الثانية أتق في الأخبار المقدمة بها بنسبة 67.2% ، ثم جاء نتيج لي الفرصة في التعليق والمشاركة في المرتبة الثالثة بنسبة 66%، وأخيراً جاء تتميز بالفورية والسبق في التعرض لقضايا الإرهاب بنسبة 64.3%.

**10- أسباب عدم حرص عينة الدراسة على التعرض إلى المواقع الإلكترونية التي تتعرض لقضايا التطرف الديني**

**جدول (31) أسباب عدم حرص عينة الدراسة على التعرض إلى المواقع الإلكترونية التي تتعرض لقضايا التطرف الديني**

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
لا أعرف عنها شيء	46	57.5	46	60.5	92	59
لا أتق في معلوماتها	60	75	43	56.6	103	66
لا أستفيد منها	42	52.5	39	51.4	81	51.9
لدى مصادر أخرى للمعلومات	11	13.75	8	10.5	19	12.1
الإجمالي	80		76		156	

**يتضح من نتائج الجدول السابق:** جاء لا أتق في معلوماتها في مقدمة أسباب عدم حرص عينة الدراسة على التعرض إلى المواقع الإلكترونية التي تتعرض لقضايا التطرف الديني بنسبة 66%، يليها في المرتبة الثانية لا أعرف عنها شيء بنسبة 59%، ثم جاء في المرتبة الثالثة لا أستفيد منها بنسبة 51.9% ، وأخيراً جاء لدى مصادر أخرى للمعلومات بنسبة 12.1%.

**11- أشكال قضايا التطرف الديني بالمواقع الإلكترونية**

**جدول (32) أشكال قضايا التطرف الديني بالمواقع الإلكترونية**

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
أخبار منشورة خلال مواقع التواصل الاجتماعي	45	22.5	37	18.5	82	20.5
المقاطع الصوتية	27	13.5	31	15.5	58	14.5
مقالات يكتبها متخصصون	51	25.5	49	24.5	100	25
موضوعات ينشرها المشركون بالمواقع	51	25.5	55	27.5	106	26.5
منشورات لجهات حكومية رسمية	44	22	29	14.5	73	18.3
فيديوهات	50	25	56	28	106	26.5
روابط مواقع	30	15	46	23	76	19
استطلاعات رأي	43	21.5	27	13.5	70	17.5
الصور	10	5	12	6	22	5.5
جملة من سئلوا	200		200		400	

**يتضح من نتائج الجدول السابق:** جاء كلاً من فيديوهات و موضوعات ينشرها المشركون بالمواقع في مقدمة أشكال قضايا التطرف الديني بالمواقع الإلكترونية بنسبة 26.5% لكلاً منهما ، يليها مقالات يكتبها متخصصون بنسبة 25%، ثم جاء أخبار منشورة خلال مواقع التواصل الاجتماعي في المرتبة الثالثة بنسبة 20.5%، وأخيراً جاءت الصور بنسبة 5.5%.

- وهذا ما أثبتته نتائج الدراسة التحليلية حيث جاء الفيديو في مقدمة وسائل الإبراز المستخدمة بنسبة 51% (35).

12- ما تقوم به عينة الدراسة عند متابعتهم لقضايا التطرف الديني بالمواقع الإلكترونية .  
جدول (33) ما تقوم به عينة الدراسة عند متابعتهم لقضايا التطرف الديني بالمواقع الإلكترونية

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	معارض		محايد		موافق		العبارات
				%	ك	%	ك	%	ك	
3	75.3	0.494	2.26	2.5	10	68.8	275	28.8	115	أتابع الموضوعات الخاصة بقضايا التطرف الديني فقط
7	71	0.457	2.13	4.8	19	77.5	310	17.8	71	أكتفي بقراءة عناوين الموضوعات
2	76	0.592	2.28	7.5	30	57.5	230	35	140	أتابع كافة تفاصيل الموضوعات الخاصة بالتطرف الديني
4	74.3	0.592	2.23	8.8	35	60	240	31.3	125	أهتم بقراءة تعليقات الجمهور
6	72	0.646	2.16	14	56	55.8	223	30.3	121	أهتم بكتابة تعليق والرد على التعليقات
5	73.3	0.622	2.20	11.3	45	57.3	229	31.5	126	أقوم بمشاركة بعض الموضوعات على مواقع أخرى
1	77	0.631	2.31	9.3	37	51	204	39.8	159	أهتم بتحميل الملفات المصاحبة للموضوعات

يتضح من نتائج الجدول السابق : جاء أهتم بتحميل الملفات المصاحبة للموضوعات في مقدمة ما تقوم به عينة الدراسة عند متابعتهم لقضايا التطرف الديني بالمواقع الإلكترونية بوزن نسبي 77 ، يليه في المرتبة الثانية أتابع كافة تفاصيل الموضوعات الخاصة بالتطرف الديني بوزن نسبي 76 ، ثم جاء في المرتبة الثالثة أتابع الموضوعات الخاصة بقضايا التطرف الديني فقط بوزن نسبي 75.3، وأخيراً جاء أكتفي بقراءة عناوين الموضوعات بوزن نسبي 71.

13- أشكال تفاعل عينة الدراسة تجاه قضايا التطرف الديني بالمواقع الإلكترونية  
جدول (34) أشكال تفاعل عينة الدراسة تجاه قضايا التطرف الديني بالمواقع الإلكترونية

النوع		ذكور		إناث		الإجمالي	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
أشكال تفاعل تجاه القضايا							
11.5	46	10.5	21	12.5	15	11.5	46
أحرص على كتابة تعليق							
9	36	9.5	19	8.5	17	9	36
نشر الموضوع لأصدقائي على شبكات التواصل الاجتماعي							
16.3	65	15	30	17.5	35	16.3	65
أكتفي بإبداء إعجابي فقط							
16.3	65	15.5	31	17	34	16.3	65
الإطلاع على صفحات المستخدمين							

معالجة المواقع الإلكترونية لقضايا التطرف الديني وعلاقته باتجاهات المراهقين نحوها

23	92	21	42	25	50	مشاهدة مقاطع الفيديو وإرسال تعليقات حولها
17	68	18.5	37	15.5	31	استخدام البريد الإلكتروني في الموقع
11.8	47	13	26	10.5	21	المشاركة في الموضوعات ومناقشتها مع الآخرين
9.3	37	8	16	10.5	21	إنشاء مجموعات متخصصة تناقش الموضوع ودعوة الأصدقاء للانضمام إليها
20.8	83	24.5	49	17	34	الانضمام إلى مجموعات النقاش Groups وصفحات المعجبين Fan Pages
17.8	71	17	34	18.5	37	تحميل مقاطع فيديو أو صور
18.5	74	16	32	21	42	عمل استطلاعات رأي
21.5	86	24	48	19	38	إنشاء صفحات خاصة مضادة للتطرف الديني
6.8	27	6.5	13	7	14	لا أهتم
400	200		200			جملة من سئولا

يتضح من نتائج الجدول السابق : جاء مشاهدة مقاطع الفيديو وإرسال تعليقات حولها في مقدمة أشكال تفاعل عينة الدراسة تجاه قضايا التطرف الديني بالمواقع الإلكترونية بنسبة 23%، يليها إنشاء صفحات خاصة مضادة للتطرف الديني في المرتبة الثانية بنسبة 21.5%، ثم جاء في المرتبة الثالثة الانضمام إلى مجموعات النقاش Groups وصفحات المعجبين Fan Pages بنسبة 20.8%، وأخيراً جاء لا أهتم بنسبة 6.8%.

**14- رأي عينة الدراسة حول مجموعة عبارات خاصة بالتطرف الديني**  
**جدول (35) رأي عينة الدراسة حول مجموعة عبارات خاصة بالتطرف الديني**

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	معارض		محايد		موافق		العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك	
90	0.466	2.70	0.3	1	30	120	69.8	279	التطرف الديني في العالم العربي مصدره أجنبي
75.7	0.508	2.27	3	12	67	268	30	120	ثورات الربيع العربي ساعدت على ظهور التطرف الديني بالدول العربية
72.7	0.596	2.18	10.3	41	61.3	245	28.5	114	وسائل الإعلام ببعض الدول ساعدت على إلصاق تهمة التطرف الديني بدول أخرى
73.3	0.568	2.20	8	32	63.8	255	28.3	113	حوادث الإرهاب في سيناء جعلت من مصر دولة مستهدفة للجماعات المتطرفة
74.7	0.672	2.24	13.5	54	49.3	197	37.3	149	نشر الفوضى هو الهدف الرئيسي من عمليات جماعات التطرف الديني
79.7	0.651	2.39	9.3	37	42.5	170	48.3	193	التطرف الديني وتمويل دول له ساعدت على ظهور تلك الجماعات مثل داعش

يتضح من بيانات الجدول السابق : جاء التطرف الديني في العالم العربي مصدره أجنبي في الترتيب الأول حيث تمثلت موافقة العينة على العبارة بنسبة 69.8% وبوزن نسبي 90، يليها التطرف الديني وتمويل دول له ساعدت على ظهور تلك الجماعات مثل داعش في الترتيب الثاني حيث تمثلت موافقة العينة على العبارة بنسبة

48.3% وبوزن نسبي بنسبة 79.7، ثم جاء في الترتيب الثالث ثورات الربيع العربي ساعدت على ظهور التطرف الديني بالدول العربية حيث تمثلت موافقة العينة على العبارة بنسبة 30% وبوزن نسبي 75.7، وأخيراً جاء وسائل الإعلام ببعض الدول ساعدت على إصاق تهمة التطرف الديني بدول أخرى حيث تمثلت موافقة العينة على العبارة بنسبة 28.5% وبوزن نسبي 72.7.

### 15- رأي عينة الدراسة حول مجموعة عبارات متعلقة بتغطية المواقع الإلكترونية لقضايا التطرف الديني

#### جدول (36) رأي عينة الدراسة حول مجموعة عبارات متعلقة بتغطية المواقع الإلكترونية لقضايا التطرف الديني

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	معارض		محايد		موافق		العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك	
78.3	0.504	2.35	1.3	5	62.3	249	36.5	146	المواقع الإلكترونية تقدم تغطية شاملة لقضايا التطرف الديني
74.0	0.608	2.22	10	40	58.5	234	31.5	126	تغطية المواقع الإلكترونية لقضايا التطرف الديني تتسم بالحيادية
74.7	0.616	2.24	9.8	39	56.3	225	34	136	هناك توازن في عرض المواقع الإلكترونية لوجهات النظر المختلفة حول التطرف الديني
75.3	0.606	2.26	8.8	35	56.8	227	34.5	138	المواقع الإلكترونية توأكب الأحداث في تغطيتها لقضايا التطرف الديني
78.0	0.583	2.34	5.8	23	54.8	219	39.5	158	أعرض لوسائل إعلام أخرى للتأكد من صحة المعلومات التي تعرضها المواقع الإلكترونية حول قضايا التطرف الديني
76.0	0.752	2.28	18.3	73	36	144	45.8	183	ساهمت المواقع الإلكترونية في تغيير موقفي تجاه قضايا التطرف الديني

يتضح من بيانات الجدول السابق : جاء المواقع الإلكترونية تقدم تغطية شاملة لقضايا التطرف الديني في الترتيب الأول حيث تمثلت موافقة العينة على العبارة بنسبة 36.5% وبوزن نسبي 78.3، يليها أعرض لوسائل إعلام أخرى للتأكد من صحة المعلومات التي تعرضها المواقع الإلكترونية حول قضايا التطرف الديني في الترتيب الثاني حيث تمثلت موافقة العينة على العبارة بنسبة 39.5% وبوزن نسبي بنسبة 78.0، ثم جاء في الترتيب الثالث ساهمت المواقع الإلكترونية في تغيير موقفي تجاه قضايا التطرف الديني حيث تمثلت موافقة العينة على العبارة بنسبة 45.8% وبوزن نسبي 76، وأخيراً جاء تغطية المواقع الإلكترونية لقضايا التطرف الديني تتسم بالحيادية حيث تمثلت موافقة العينة على العبارة بنسبة 31.5% وبوزن نسبي 74.0.

**16- موقف عينة الدراسة من العبارات التالية المتعلقة بمعالجة المواقع الإلكترونية لقضايا التطرف الديني.**  
**جدول رقم (37) موقف عينة الدراسة من العبارات التالية المتعلقة بمعالجة المواقع الإلكترونية لقضايا التطرف الديني**

العبارة	موافق		محايد		معارض		الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%		
تغطي قضايا التطرف الديني من مختلف جوانبها	236	59	82	20.5	82	20.5	0.805	79.5
لا تتناول قضايا التطرف الديني بشكل موضوعي	241	60.3	78	19.5	81	20.3	0.804	80
تلبى احتياجات وتوقعات الجمهور فيما يتم نشره من معلومات عن قضايا التطرف الديني	181	45.3	82	20.5	137	34.3	0.885	70.3
لا تكتفي بعرض قضايا التطرف الديني بل تسعى لإيجاد حلول لها	244	61	96	24	60	15	0.7414	82
تتناول بمصداقية ودقة قضايا التطرف الديني	210	52.5	83	20.8	107	26.8	0.853	75.2
تسعى لإثارة الالبه والفتن	132	33	133	33.3	135	33.8	0.818	66.4
تحرص على نشر الأخبار التي تساعد على استقرار المجتمع	191	47.8	65	16.3	144	36	0.908	70.6
لا تحقق عنصر السبق في متابعة قضايا التطرف الديني	185	46.3	111	27.8	104	26	0.826	73.4
تعرض أخبار وقضايا لا أجدها في الوسائل الإعلامية الأخرى	233	58.3	46	11.5	121	30.3	0.899	76
تعرض آثار التطرف الديني على المجتمع	275	68.8	59	14.8	66	16.5	0.762	84.1
تعرض حلول مناسبة ويمكن تطبيقها لمواجهة التطرف الديني	255	63.8	41	10.3	104	26	0.869	79.2

**يتضح من بيانات الجدول السابق :** جاء تعرض آثار التطرف الديني على المجتمع في الترتيب الأول حيث تمثلت موافقة العينة على العبارة بنسبة 68.8% وبوزن نسبي 84.1، يليها لا تكتفي بعرض قضايا التطرف الديني بل تسعى لإيجاد حلول لها في الترتيب الثاني حيث تمثلت موافقة العينة على العبارة بنسبة 61% وبوزن نسبي بنسبة 82، ثم جاء في الترتيب الثالث لا تتناول قضايا التطرف الديني بشكل موضوعي حيث تمثلت موافقة العينة على العبارة بنسبة 60.3% وبوزن نسبي 80، وأخيراً جاء تسعى لإثارة البلبه والفتن حيث تمثلت موافقة العينة على العبارة بنسبة 33% وبوزن نسبي 66.4.

**17- مدى موافقة عينة ال مجموعة من العبارات التي دراسة حول الأسباب المطروحة والتي تم عرضها عبر المواقع الإلكترونية بشأن قضايا التطرف الديني**  
**جدول (38) مدى موافقة عينة ال مجموعة من العبارات التي دراسة حول الأسباب المطروحة والتي تم عرضها عبر المواقع الإلكترونية بشأن قضايا التطرف الديني**

العبارة	موافق		محايد		معارض		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%			
الجهل بمقاصد الشريعة وأحكامها	312	78	61	15.3	27	6.8	2.712	0.583	90.4
التعصب المذهبي والحزب الطائفي.	350	87.5	29	7.3	21	5.3	2.822	0.501	94.1
الخطأ في ضبط المفاهيم الشرعية (الجهاد، الولاء والبراء، التكفير، التصايل والتنزيل...).	310	77.5	74	18.5	16	4	2.735	0.524	91.2
عدم تطبيق الشريعة الإسلامية .	280	70	94	23.5	26	6.5	2.635	0.602	87.8
ضعف المؤسسات الدعوية .	298	74.5	59	14.8	43	10.8	2.635	0.668	87.7
واقع الخطاب الديني.	310	77.5	66	16.5	24	6	2.715	0.569	90.5
المشكلات الاجتماعية: البطالة، الفقر والحرمان، عدم تكافؤ الفرص.	316	79	58	14.5	26	6.5	2.725	0.574	90.8
ضعف التشريعات والقوانين في التعامل مع المستجدات وبخاصة ما يتعلق بحقوق الإنسان.	229	57.3	119	29.8	52	13	2.44	0.712	81.3
ضعف الأسرة في التنشئة الاجتماعية السليمة .	300	75	71	17.8	29	7.3	2.677	0.603	89.2
ضعف مؤسسات المجتمع المدني.	203	50.8	106	26.5	91	22.8	2.2800	0.811	76
الفساد المالي والإداري	231	57.8	97	24.3	72	18	2.397	0.775	79.9
ضعف المناهج التعليمية في تقديم ثقافة متزنة.	261	65.3	91	22.8	48	12	2.532	0.700	84.4
ضعف وسائل الإعلام في التوعية والتثقيف .	321	80.3	38	9.5	41	10.3	2.700	0.645	90
التطرف في المناهج الأخرى.	329	82.3	40	10	31	7.8	2.745	0.588	91.5
ضعف ثقافة الحوار وأدبياته ، وعدم تصايل ثقافة الاختلاف	240	60	95	23.8	65	16.3	2.437	0.756	81.2
التحيز غير العادل في قضايا المسلمين .	331	82.8	41	10.3	28	7	2.757	0.569	91.9
إثارة الطائفية والفتن بين أقطار العالم الإسلامي ومجتمعاته .	312	78	52	13	36	9	2.6900	0.624	53.8
استغلال الإرهاب لمصالح إقليمية وعالمية وطائفية.	356	89	26	6.5	18	4.5	2.845	0.470	56.9
وضع خطة برامجية تتضمن موضوعات التطرف الديني عبر القنوات الفضائية بأكثر من لغة	348	78	28	7	24	6	2.810	0.524	56.2
تنظيم مجموعة نوات وحوارات تبيث عبر الفضائيات تناقش موضوعات التطرف الديني	362	90.5	20	5	18	4.5	2.860	0.459	57.2
تأهيل وتقديم مجموعة من العلماء والدعاة الإعلاميين الشباب ليكونوا قدوة ومرجعية للتواصل مع الشباب	366	91.5	23	5.8	11	2.8	0.393	2.887	7.9
استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الفكر الوسطي ومواجهة التطرف الديني	271	67.8	53	13.3	76	19	2.487	0.794	49.7

يتضح من بيانات الجدول السابق : جاء التعصب المذهبي والتحزب الطائفي في الترتيب الأول حيث تمثلت موافقة العينة على العبارة بنسبة 87.5% وبوزن نسبي 94.1، يليها التحيز غير العادل في قضايا المسلمين في الترتيب الثاني حيث تمثلت موافقة العينة على العبارة بنسبة 82.8% وبوزن نسبي بنسبة 91.9، ثم جاء في الترتيب الثالث ضعف ثقافة الحوار وأدبياته ، وعدم تأصيل ثقافة الاختلاف حيث تمثلت موافقة العينة على العبارة بنسبة 82.3% وبوزن نسبي 91.5، وأخيراً جاء تأهيل وتقديم مجموعة من العلماء والدعاة الإعلاميين الشباب ليكونوا قدوة ومرجعية للتواصل مع الشباب حيث تمثلت موافقة العينة على العبارة بنسبة 91.5% وبوزن نسبي 7.9.

**جدول رقم (39) مدى موافقة عينة ال مجموعة من العبارات التي دراسة حول الحلول المقترحة والتي تم عرضها عبر المواقع الإلكترونية بشأن قضايا التطرف الديني**

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	معارض		محايد		موافق		العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك	
94.7	0.520	2.840	6.3	25	3.5	14	90.3	361	طرح برامج وخطط علمية مدروسة ومحددة ومبرمجة لعلاج ظواهر التطرف الديني بالحوار والمناقشة و البرامج العلمية والإعلامية والتربوية
93.6	0.520	2.807	5.8	23	7.8	31	68.5	346	تقديم الدعم المالي للبحوث والدراسات والمواقف الإيجابية في محاربة التطرف الديني
95	0.472	2.8500	4.8	19	5.5	22	89.9	359	وضع منهج علمي لاستنهاض همم العلماء والدعاة والمفكرين للإسهام في حل المشكلة وتخفيف آثارها والحد من انتشارها
94.2	0.509	2.8250	5.8	23	6	24	88.3	353	بذل الجهود في كشف توجهات الشباب في وقت مبكر قبل أن تترسخ أفكار التطرف الديني في عقولهم
95.2	0.473	2.855	5	20	4.5	18	90.5	362	الالتزام بأحكام الإسلام عقيدة وشريعة وسلوكاً وأخلاقاً
87	0.688	2.610	11.8	47	15.5	62	72.8	291	دعم الجمعيات الخيرية والمؤسسات النطوية لتقوم بمهامها لأنها تستوعب طاقات الشباب
94	0.489	2.8200	5	20	8	32	87	348	حسن اختيار خطباء المساجد والوعاظ وتوجيههم ليقوموا بالدعوة إلى الله بالحسنى وتوضيح أمور الدين وما يتعلق بالتطرف الديني
93.7	0.524	2.810	6	24	7	28	78	348	وضع خطة برامجية تتضمن موضوعات التطرف الديني عبر القنوات الفضائية بأكثر من لغة
95.3	0.459	2.860	4.5	18	5	20	90.5	362	تنظيم مجموعة ندوات وحوارات تبيّن عبر الفضائيات تناقض موضوعات التطرف الديني
13.1	2.887	0.393	2.8	11	5.8	23	91.5	366	تأهيل وتقديم مجموعة من العلماء والدعاة الإعلاميين الشباب ليكونوا قدوة ومرجعية للتواصل مع الشباب
82.9	0.794	2.487	19	76	13.3	53	67.8	271	استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الفكر الوسطي ومواجهة التطرف الديني

يتضح من بيانات الجدول السابق : جاء تنظيم مجموعة ندوات وحوارات تبث عبر الفضائيات تناقش موضوعات التطرف الديني في الترتيب الأول حيث تمثلت موافقة العينة على العبارة بنسبة 90.5% وبوزن نسبي 95.3، يليها الالتزام بأحكام الإسلام عقيدة وشريعة وسلوكاً وأخلاقاً في الترتيب الثاني حيث تمثلت موافقة العينة على العبارة بنسبة 90.5% وبوزن نسبي بنسبة 95.2، ثم جاء في الترتيب الثالث وضع منهج علمي لاستنهاض همم العلماء والدعاة والمفكرين للإسهام في حل المشكلة وتخفيف آثارها والحد من انتشارها ، حيث تمثلت موافقة العينة على العبارة بنسبة 89.9% وبوزن نسبي 95، وأخيراً جاء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الفكر الوسطي ومواجهة التطرف الديني حيث تمثلت موافقة العينة على العبارة بنسبة 67.8% وبوزن نسبي 82.9.

18-معدل ثقة أفراد العينة في معلومات المواقع الإلكترونية عن قضايا التطرف الديني  
جدول ( 40 ) معدل ثقة أفراد العينة في معلومات المواقع الإلكترونية عن قضايا التطرف الديني

النوع الثقة	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
دائماً	77	38.5	86	43	163	40.7
الي حد ما	21	10.5	26	13	47	11.8
لا	102	51	88	44	190	47.5
الإجمالي	200	100	200	100	400	100

كا : 2 : 86.585 درجة الحرية : 2 المعنوية : 0.000 دالة

يتضح من نتائج الجدول السابق : جاءت عدم ثقة عينة الدراسة في مقدمة معدل ثقة أفراد العينة في معلومات المواقع الإلكترونية عن قضايا التطرف الديني بنسبة 47.5% ، يليها ثقتهم دائماً بنسبة 40.7%، وأخيراً ثقتهم أحياناً بنسبة 11.8%. وبحساب قيمة كا2 بلغت (86.585) عند درجة حرية (2) وهي دالة عند مستوى دلالة 0.05 ويعني ذلك وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة الذكور والإناث في ثقة عينة الدراسة في مقدمة معدل ثقة أفراد العينة في معلومات المواقع الإلكترونية عن قضايا التطرف الديني.

18- أسباب ثقة عينة الدراسة في معلومات المواقع الإلكترونية عن قضايا التطرف الديني  
جدول (41) أسباب ثقة عينة الدراسة في معلومات المواقع الإلكترونية عن قضايا التطرف الديني

النوع اسباب الثقة	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
لأنها تقدم حقائق وإحصائيات.	8	8.2	7	6.3	15	7.1
لأنها تعتمد على مصادر مشهورة وموثوق بها	33	33.7	49	43.8	82	39
لأنها تقدم آراء شخصيات مسئولة وموثوق فيها.	52	53.1	48	42.9	100	47.6
يوجد ما يبررها على أرض الواقع.	5	5.1	8	7.1	13	6.2
الإجمالي	98	100	112	100	210	100

يتضح من نتائج الجدول السابق : جاء لأنها تقدم آراء شخصيات مسئولة وموثوق فيها في مقدمة أسباب ثقة عينة الدراسة في معلومات المواقع الإلكترونية عن قضايا التطرف الديني بنسبة 47.6% ، يليها لأنها تعتمد على مصادر مشهورة وموثوق بها في المرتبة الثانية بنسبة 39%، ثم جاء في المرتبة الثالثة لأنها تقدم حقائق وإحصائيات بنسبة 7.1% وأخيراً جاء يوجد ما يبررها على أرض الواقع بنسبة 6.2%.

### 19- أسباب عدم ثقة عينة الدراسة في معلومات المواقع الإلكترونية عن قضايا التطرف الديني

جدول (42) أسباب عدم ثقة عينة الدراسة في معلومات المواقع الإلكترونية عن قضايا التطرف الديني

الإجمالي		إناث		ذكور		النوع
%	ك	%	ك	%	ك	
5.2	10	4.5	4	5.9	6	أسباب عدم الثقة لأنها تكون كاذبة
60	114	14.8	13	99	101	أفضل معرفتها من مصادر موثوق بها
48.4	92	88.6	78	13.7	14	أفضل معرفة المعلومات من وسائل الإعلام التقليدية.
3.7	7	2.3	2	4.9	5	لا أفضل متابعة هذه الموضوعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
190		88		102		إجمالي من سئلوا

يتضح من نتائج الجدول السابق : جاءت أفضل معرفتها من مصادر موثوق بها في مقدمة أسباب عدم ثقة عينة الدراسة في معلومات المواقع الإلكترونية عن قضايا التطرف الديني بنسبة 60% ، يليها أفضل معرفة المعلومات من وسائل الإعلام التقليدية بنسبة 48.4% ، ثم جاء في المرتبة الثالثة لأنها تكون كاذبة بنسبة 5.2%، وأخيراً جاء لا أفضل متابعة هذه الموضوعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 3.7%.

### 20- معدل موافقة عينة الدراسة أن لمعلومات المواقع الإلكترونية عن قضايا التطرف الديني دور في توعية الشباب الجامعي .

جدول (43) معدل موافقة عينة الدراسة أن لمعلومات المواقع الإلكترونية عن قضايا التطرف الديني دور في توعية الشباب الجامعي

الإجمالي		إناث		ذكور		النوع
%	ك	%	ك	%	ك	
52	208	55	110	49	98	معدل الموافقة نعم
48	192	45	90	51	102	لا
100	400	100	200	100	200	الإجمالي

كا : 0.640 درجة الحرية : 1 المعنوية : 0.424 غير داله يتضح من نتائج الجدول السابق: جاءت موافقة عينة الدراسة أن لمعلومات المواقع الإلكترونية عن قضايا التطرف الديني دور في توعية الشباب الجامعي بنسبة 52%، يليها عدم موافقتهم بنسبة 48%.

وبحساب قيمة كا2 بلغت (0.640) عند درجة حرية (1) وهي غير دالة عند مستوى دلالة 0.05 ويعني ذلك عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة الذكور والإناث في موافقة عينة الدراسة أن لمعلومات المواقع الالكترونية عن قضايا التطرف الديني دور في توعية الشباب الجامعي.

**21- أسباب موافقة عينة الدراسة أن لمعلومات المواقع الالكترونية عن قضايا التطرف الديني دور في توعية الشباب الجامعي**

**جدول (44) أسباب موافقة عينة الدراسة أن لمعلومات المواقع الالكترونية عن قضايا التطرف الديني دور في توعية الشباب الجامعي**

الإجمالي		إناث		ذكور		النوع اسباب الموافقة
%	ك	%	ك	%	ك	
21.6	45	20.9	23	22.4	22	لأنها تقدم العديد من الآراء السياسية حول الموضوعات المختلفة
15.4	32	10	11	21.4	21	لأنها تتيح الفرصة للمستخدمين بنشر آرائهم و استفساراتهم.
53.4	111	68.2	75	36.7	36	لأنها تشمل معلومات لأوجه عديدة من تصريحات رسمية ، وآراء قادة الرأي والمتخصصين
42.3	88	31.8	35	54.1	53	لأنها تقدم معلومات توعوية عن قضايا التطرف الديني
13.5	28	14.5	17	11.2	11	لعدم وجود مصادر أخرى للتوعية
208		110		98		الإجمالي

**يتضح من نتائج الجدول السابق :** جاءت لأنها تشمل معلومات لأوجه عديدة من تصريحات رسمية ، وآراء قادة الرأي والمتخصصين في مقدمة أسباب موافقة عينة الدراسة أن لمعلومات المواقع الالكترونية عن قضايا التطرف الديني دور في توعية الشباب الجامعي بنسبة 53.4%، يليها في المرتبة الثانية لأنها تقدم معلومات توعوية عن قضايا التطرف الديني بنسبة 42.3%، ثم جاء في المرتبة الثالثة لأنها تقدم العديد من الآراء السياسية حول الموضوعات المختلفة بنسبة 21.6%، وأخيراً جاء لعدم وجود مصادر أخرى للتوعية بنسبة 13.5%.

**22- أسباب عدم موافقة عينة الدراسة أن لمعلومات المواقع الالكترونية عن قضايا التطرف الديني**

**جدول (45) أسباب عدم موافقة عينة الدراسة أن لمعلومات المواقع الالكترونية عن قضايا التطرف الديني**

الإجمالي		إناث		ذكور		النوع اسباب عدم الموافقة
%	ك	%	ك	%	ك	
98.9	190	97.8	88	100	102	لأنها مملة في تقديم معلومات حول قضايا التطرف الديني
52.1	100	57.8	52	47.1	48	لأنها لا تجيب عن الاستفسارات بشكل مرضي
63.5	122	72.2	65	55.9	57	لأنها لا تقدم معلومات جديدة بالنسبة لي
33.3	64	33.3	30	33.3	34	لأن المشتركين بها يخشون التعرض للضرر عند التحدث في تلك الموضوعات
4.2	8	4.4	4	3.9	4	تعرض الموضوعات المنشورة للحذف دائماً.
192		90		102		جملة من سئوا

يتضح من نتائج الجدول السابق : جاءت لأنها مملدة في تقديم معلومات حول قضايا التطرف الديني في مقدمة أسباب عدم موافقة عينة الدراسة أن لمعلومات المواقع الإلكترونية عن قضايا التطرف الديني بنسبة 98.9% يليها في المرتبة الثانية لأنها لا تقدم معلومات جديدة بالنسبة لي بنسبة 63.5%، ثم جاء في المرتبة الثالثة لأنها لا تجيب عن الاستفسارات بشكل مرضي بنسبة 52.1%، وأخيراً جاء تعرض الموضوعات المنشورة للحذف دائماً بنسبة 4.2%.

## 23- مقترحات عينة الدراسة لتطوير تغطية المواقع الإلكترونية لقضايا التطرف الديني.

### جدول (46) مقترحات عينة الدراسة لتطوير تغطية المواقع

#### الإلكترونية لقضايا التطرف الديني

النوع المقترحات		ذكور		إناث		الإجمالي	
		%	ك	%	ك	%	ك
القيام بحملات إعلانية للترويج لتلك المواقع		29.5	59	32	64	30.8	123
التغطية السريعة للأحداث		32.5	65	26.5	53	29.5	118
عرض مقالات لكتاب مشاهير على تلك المواقع		34	68	34.5	69	34.3	137
زيادة مستوى وصول الجمهور لتلك المواقع		21.5	43	24	48	22.8	91
الاعتدال في معالجة القضايا		3.5	7	4.5	9	4	16
جملة من سئلوا		200		200		400	

يتضح من نتائج الجدول السابق: جاءت عرض مقالات لكتاب مشاهير على تلك المواقع في مقدمة مقترحات عينة الدراسة لتطوير تغطية المواقع الإلكترونية لقضايا التطرف الديني بنسبة 34.3%، يليها في المرتبة الثانية القيام بحملات إعلانية للترويج لتلك المواقع بنسبة 30.8%، ثم جاء في المرتبة الثالثة التغطية السريعة للأحداث بنسبة 29.5%، وأخيراً جاء الاعتدال في معالجة القضايا بنسبة 4%.

### ثالثاً: اختبار صحة الفروض

1- توجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين مستوى تعرض المراهقين عينة الدراسة للمواقع الإلكترونية التي تتناول قضايا التطرف الديني واتجاهاتهم نحو معالجة تلك المواقع لقضايا التطرف الديني .

نتائج الاختبار							العلاقة بين	الاختبار
مستوى المعنوية	درجات الحرية	قيمة "ت"	الانحراف المعياري	المتوسط	عدد المبحوثين	المجموعات		
0.000 دال	398	5.034	0.5113	2.372	298	يتعرض دائماً	ت (T-Test)	تعرض المراهقين للمواقع واتجاهاتهم
			0.5674	2.068	102	يتعرض الي حد ما		

### الارتباط

النوع	القيمة	المعنوية
بيرسون	-0.245	دال 0.000

يتضح من الجدول السابق وجود علاقة دالة احصائيا بين مستوى تعرض المراهقين عينة الدراسة للمواقع الالكترونية التي تتناول قضايا التطرف الديني واتجاهاتهم نحو معالجة تلك المواقع لقضايا التطرف الديني ، عند مستوى دلالة 0.05. وبذلك ثبت صحة الفرض الأول

2-توجد فروق دالة احصائيا بين متوسطات درجات المراهقين عينة الدراسة على مقياس سمات تغطية المواقع الالكترونية لقضايا التطرف الديني تبعاً لمستوى الثقة لديهم في تناول تلك المواقع لقضايا التطرف الديني .

نتائج الاختبار					الاختبار	العلاقة بين
المعنوية	قيمة ف(f)	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصادر التباين	متوسطات درجات المراهقين ومقياس سمات تغطية المواقع
0.246 غير دال	1.408	1.236	2	2.473	بين المجموعات	
		0.878	397	384.705	داخل المجموعات	
		-	399	351.177	المجموع	

بحساب الفروق بين متوسطات درجات المراهقين ومقياس سمات تغطية المواقع تم استخدام تحليل التباين احادي الاتجاه ولم تسفر النتائج عن وجود فروق دالة احصائيا بين فئات العينة حيث جاءت قيمة ف = 2.408 .

وبذلك لم يثبت صحة الفروض الثاني ، ويمكن القبول بالفرض البديل " لا توجد فروق دالة احصائيا بين متوسطات درجات المراهقين عينة الدراسة على مقياس سمات تغطية المواقع الالكترونية لقضايا التطرف الديني تبعاً لمستوى الثقة لديهم في تناول تلك المواقع لقضايا التطرف الديني"

3- توجد فروق دالة احصائيا بين متوسطات درجات المراهقين عينة الدراسة على مقياس الاتجاه نحو معالجة المواقع الالكترونية لقضايا التطرف الديني تبعاً لمستوى الثقة لديهم في تناول المواقع لقضايا التطرف الديني

نتائج الاختبار					الاختبار	العلاقة بين
المعنوية	قيمة ف(f)	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصادر التباين	متوسطات درجات المراهقين ومقياس سمات تغطية المواقع
0.000 دال	29.495	22.716	2	45.431	بين المجموعات	
		0.770	397	305.761	داخل المجموعات	
		-	399	351.177	المجموع	

معالجة المواقع الالكترونية لقضايا التطرف الديني وعلاقته باتجاهات المراهقين نحوها

(i) المقياس	المجموعات (J)	المتوسطات	المعنويه	المعنوية
منخفض	متوسط مرتفع	0.632 *1.253	0.004 0.000	دال
متوسط	منخفض مرتفع	0.632 *0.620	0.004 0.000	دال
مرتفع	منخفض متوسط	1.253 *0.620	0.000 0.000	دال

بحساب الفروق بين متوسطات درجات المراهقين ومقياس سمات تغطية المواقع تم استخدام تحليل التباين احادي الاتجاه واسفرت النتائج عن وجود فروق دالة احصائيا بين فئات العينة حيث جاءت قيمة  $F = 29.495$  . وبذلك ثبت صحة الفرض الثالث القائل " توجد فروق دالة احصائيا بين متوسطات درجات المراهقين عينة الدراسة على مقياس الاتجاه نحو معالجة المواقع الالكترونية لقضايا التطرف الديني تبعاً لمستوى الثقة لديهم في تناول المواقع لقضايا التطرف الديني "

4-توجد فروق دالة احصائيا بين متوسطات درجات المراهقين عينة الدراسة على مقياس أطر معالجة المواقع الالكترونية لقضايا التطرف الديني وفقاً لمستوى التعرض لهذه المواقع.

أولا مقياس الاسباب المطروحة

نتائج الاختبار					الاختبار	العلاقة بين
المعنوية	قيمة (f)	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصادر التباين	" One way a nova "
غير دال 0.287	1.251	0.238	2	0.476	بين المجموعات	
		0.190	397	75.514	داخل المجموعات	
		-	399	75.990	المجموع	متوسطات درجات المراهقين عينة الدراسة على مقياس أطر معالجة المواقع الالكترونية لقضايا التطرف الديني وفقاً لمستوى التعرض لهذه المواقع.

بحساب الفروق بين متوسطات درجات المراهقين متوسطات درجات المراهقين عينة الدراسة على مقياس أطر معالجة المواقع الالكترونية لقضايا التطرف الديني وفقاً لمستوى التعرض لهذه المواقع تم استخدام تحليل التباين احادي الاتجاه ولم تسفر النتائج عن وجود فروق دالة احصائيا بين فئات العينة حيث جاءت قيمة  $F = 1.251$  .

### ثانياً الحلول المقترحة

نتائج الاختبار					الاختبار	العلاقة بين
المعنوية	قيمة ف (f)	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصادر التباين	متوسطات درجات المراهقين عينة الدراسة على مقياس أطر معالجة المواقع الالكترونية لقضايا التطرف الديني وفقاً لمستوى التعرض لهذه المواقع.
0.124 غير دال	2.373	0.450	1	0.450	بين المجموعات	
		0.190	398	75.540	داخل المجموعات	
		-	399	75.990	المجموع	
					One way a nova "	

بحساب الفروق بين متوسطات درجات المراهقين متوسطات درجات المراهقين عينة الدراسة على مقياس أطر معالجة المواقع الالكترونية لقضايا التطرف الديني وفقاً لمستوى التعرض لهذه المواقع تم استخدام تحليل التباين احادي الاتجاه ولم تسفر النتائج عن وجود فروق دالة احصائياً بين فئات العينة حيث جاءت قيمة  $F = 2.373$ . وبذلك لم يثبت صحة الفرض ويمكن القبول بالفرض البديل " لا توجد فروق دالة احصائياً بين متوسطات درجات المراهقين عينة الدراسة على مقياس أطر معالجة المواقع الالكترونية لقضايا التطرف الديني وفقاً لمستوى التعرض لهذه المواقع".

5- توجد فروق دالة احصائياً بين متوسطات درجات المراهقين عينة الدراسة على مقياس أطر معالجة المواقع الالكترونية لقضايا التطرف الديني تبعاً للمتغيرات الديموجرافية ( النوع / السن/ المستوى الاقتصادي والاجتماعي)

اولا موقع لا للإرهاب

نتائج الاختبار					الاختبار	العلاقة بين	
مستوى المعنوية	قيمة "ت"	درجات الحرية	الانحراف المعياري	المتوسط	عدد المبحوثين	المجموعات	النوع وموقع لا للإرهاب
0.395 غير دال	0.511	398	1.126	3.17	200	الذكور	
					1.154	3.25	200
مستوى المعنوية	قيمة F	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصادر التباين	السن وموقع لا للإرهاب	
0.452 غير دال	0.879	1.142	3	3.426	بين المجموعات		
		1.299	396	514.352	داخل المجموعات		
		-	399	517.778	المجموع		
مستوى المعنوية	قيمة F	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصادر التباين	المستوى الاقتصادي وموقع لا للإرهاب	
0.028 دال	3.611	4.625	2	9.250	بين المجموعات		
		1.281	397	508.527	داخل المجموعات		
		-	399	517.777	المجموع		

### ثانياً موقع وزارة الداخلية المصرية

نتائج الاختبار						الاختبار	العلاقة بين
مستوى المعنوية	قيمة "ت"	درجات الحرية	الانحراف المعياري	المتوسط	عدد المبحوثين	المجموعات	النوع وموقع وزارة الداخلية المصرية
0.300 غير دال	0.208	398	1.169	3.49	200	الذكور	
			1.131	3.64	200	الإناث	
مستوى المعنوية	قيمة F	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصادر التباين	تخطيط التباين (ANOVA)	السن وموقع وزارة الداخلية المصرية
0.450 غير دال	0.883	1.171	3	3.513	بين المجموعات		
		1.326	396	524.924	داخل المجموعات		
		-	399	528.438	المجموع		
مستوى المعنوية	قيمة F	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصادر التباين	تخطيط التباين (ANOVA)	المستوي الاقتصادي وموقع وزارة الداخلية المصرية
0.064 غير دال	2.766	3.632	2	7.263	بين المجموعات		
		1.313	397	521.174	داخل المجموعات		
		-----	399	528.438	المجموع العلمية		

### ثالثاً موقع الفيس بوك

نتائج الاختبار						الاختبار	العلاقة بين
مستوى المعنوية	قيمة "ت"	درجات الحرية	الانحراف المعياري	المتوسط	عدد المبحوثين	المجموعات	النوع وموقع الفيس بوك
0.377 غير دال	0.905	398	1.288	2.50	200	الذكور	
			1.232	2.51	200	الإناث	
مستوى المعنوية	قيمة F	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصادر التباين	تخطيط التباين (ANOVA)	السن وموقع الفيس بوك
0.032 دال	2.961	4.622	3	13.867	بين المجموعات		
		1.561	396	618.130	داخل المجموعات		
		-	399	631.998	المجموع		
مستوى المعنوية	قيمة F	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصادر التباين	تخطيط التباين (ANOVA)	المستوي الاقتصادي وموقع الفيس بوك
0.064 غير دال	2.763	4.338	2	8.676	بين المجموعات		
		1.570	397	623.321	داخل المجموعات		
		-----	399	631.997	المجموع العلمية		

معالجة المواقع الإلكترونية لقضايا التطرف الديني وعلاقته باتجاهات المراهقين نحوها

نتائج الاختبار						الاختبار	العلاقة بين
مستوى المعنوية	قيمة "ت"	درجات الحرية	الانحراف المعياري	المتوسط	عدد المبحوثين	المجموعات	النوع وموقع التوزيع
0.758 غير دال	0.451	398	1.522	2.42	200	الذكور	(T-Test)
			1.525	2.31	200	الإناث	
مستوى المعنوية	قيمة F	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصادر التباين	بين المجموعات	السن وموقع التوزيع
0.080 غير دال	2.266	5.203	3	15.608	داخل المجموعات		
		2.296	396	909.369	المجموع		
		-	399	924.977			
مستوى المعنوية	قيمة F	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصادر التباين	بين المجموعات	المستوي الاقتصادي وموقع التوزيع
0.000 دال	11.904	26.167	2	52.334	داخل المجموعات		
		2.198	397	872.643	المجموع		
		-----	399	924.978	علمية		

رابعاً: تويتر

خامساً: مواقع اخبار العالم الاسلامي

نتائج الاختبار						الاختبار	العلاقة بين
مستوى المعنوية	قيمة "ت"	درجات الحرية	الانحراف المعياري	المتوسط	عدد المبحوثين	المجموعات	النوع وموقع التوزيع
0.315 غير دال	0.535	398	1.554	3.41	200	الذكور	(T-Test)
			1.506	3.32	200	الإناث	
مستوى المعنوية	قيمة F	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصادر التباين	بين المجموعات	السن وموقع التوزيع
0.905 غير دال	0.187	0.439	3	1.317	داخل المجموعات		
		2.351	396	931.121	المجموع		
		-	399	932.438			
مستوى المعنوية	قيمة F	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصادر التباين	بين المجموعات	المستوي الاقتصادي وموقع التوزيع
0.032 دال	3.476	8.023	2	16.046	داخل المجموعات		
		2.308	397	916.392	المجموع		
		-----	399	932.437	علمية		

يتضح من الجداول السابقة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة الذكور وأفراد العينة الإناث على مقياس اطر معالجة المواقع الإلكترونية لقضايا التطرف الديني كأبعاد ودرجة كلية ،حيث كانت قيمة (ت) غير دالة عند مستوى 0.05 .

يتضح من الجداول السابقة عدم وجود فروق بين أفراد العينة باختلاف مستوى أعمارهم على مقياس اطر معالجة المواقع الالكترونية لقضايا التطرف الديني كدرجة كلية وكأبعاد فرعية ، حيث كانت قيمة (ف) غير دالة عند مستوى 0.05. يتضح من الجداول السابقة عدم وجود فروق بين أفراد العينة بالمستويات الاجتماعية الاقتصادية الثلاث على مقياس اطر معالجة المواقع الالكترونية لقضايا التطرف الديني كدرجة كلية وكأبعاد فرعية ، حيث كانت قيمة (ف) غير دالة عند مستوى 0.05.

الا انه يلاحظ وجود فروق بين أفراد العينة بالمستويات الاجتماعية الاقتصادية الثلاث على مقياس اطر معالجة المواقع الالكترونية لقضايا التطرف الديني لموقع تويتر ، حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى 0.001.

#### **ومن ثم يتضح عدم تحقق الفرض الخامس مما يجعلنا نقبل بالفرض البديل وهو :.**

" لا توجد فروق دالة احصائياً بين متوسطات درجات المراهقين عينة الدراسة على مقياس اطر معالجة المواقع الالكترونية لقضايا التطرف الديني تبعاً للمتغيرات الديموجرافية ( النوع / السن / المستوى الاقتصادي والاجتماعي)".

#### **رابعاً: أهم نتائج الدراسة**

- 1- جاء عنوان رئيسي وصورة في مقدمة الإشارة إلى القضية بنسبة 56.9% ، يليها في المرتبة الثانية عنوان رئيسي في المرتبة الثانية بنسبة 43.1%.
- 2- جاء مقال في مقدمة الشكل الصحفي المستخدم في معالجة القضية بنسبة 49% ، يليها التحقيق بنسبة 40.2% ، وأخيراً جاء الحوار بنسبة 10.8%.
- 3- جاء الفيديو في مقدمة وسائل الإبراز المستخدمة بنسبة 51% ، يليها أكثر من وسيلة متمثلة في النصوص والصور الثابتة بنسبة 30.4% ، وأخيراً جاء نصوص مكتوبة بنسبة 18.6%.
- 4- جاء رجال الدين في مقدمة المصادر الرسمية للمعلومات المذكورة في المعالجة بنسبة 65.7% ، يليها لا يوجد بنسبة 17.6% ، وأخيراً جاء مسئولين حكوميين بنسبة 16.7%.
- 5- جاء كاتب أو مراسل الموقع في مقدمة المصادر الإعلامية للحدث بنسبة 83.3% ، يليها أخرى تذكر متمثلة في الجمهور بنسبة 16.7%.
- 6- جاء الاكتفاء بعرض المعلومات فقط في مقدمة التوازن في عرض الحدث بنسبة 77.5% ، يليها عرض وجهة نظر واحدة بنسبة 22.5%.
- 7- جاء اتجاه معالجة الحدث إيجابي بنسبة 100%.
- 8- جاءت الاستمالات المنطقية في مقدمة أساليب الإقناع المستخدمة في القضية بنسبة 62.7% ، يليها مزيج بين الاستمالات المنطقية والعاطفية بنسبة 37.3%.
- 9- جاء أكثر من إطار مرجعي ( ديني واجتماعي ) في مقدمة الأطر المرجعية المستخدمة عند عرض الحدث بنسبة 61.8% ، يليها أطر سياسية رسمية بنسبة 19.6% ، وأخيراً جاء أطر دينية بنسبة 18.6%.

- 10- جاء حرص عينة الدراسة على تصفح المواقع الإلكترونية دائماً في المرتبة الأولى بنسبة 74.5% ، يليها في المرتبة الثانية أحياناً بنسبة 25.5%.
- 11- جاء لعدم وجود مصادر أخرى توعوية في مقدمة أسباب حرص عينة الدراسة على تصفح المواقع الإلكترونية بنسبة 27.5%، يليها في المرتبة الثانية لأنها تقدم المعلومات بطريقة سريعة بنسبة 21.8%، ثم جاء في المرتبة الثالثة لأنها تتيح الفرصة للمستخدمين بنشر آرائهم و استفساراتهم بنسبة 18.5%
- 12- جاءت الموضوعات الدينية في مقدمة الموضوعات التي تتابعها عينة الدراسة على المواقع الإلكترونية بنسبة 16.8% بوزن مؤوي 1888، يليها في المرتبة الثانية الموضوعات الفنية بنسبة 16.2% بوزن مؤوي 1820، ثم جاء في المرتبة الثالثة الموضوعات الرياضية بنسبة 14.2% بوزن مؤوي 1595
- 13- جاءت القنوات الفضائية في مقدمة أكثر المصادر التي تعتمد عليها عينة الدراسة في الحصول على الأخبار حول قضايا التطرف الديني بنسبة 30.8%، يليها الانترنت بصفة عامة بنسبة 18%، ثم جاءت الصحف في المرتبة الثالثة بنسبة 16.3%، ثم جاءت المواقع الإلكترونية بنسبة 13.8%.
- 14- جاء تويتير في مقدمة ترتيب المواقع الإلكترونية التي تتعرض لقضايا التطرف الديني الآتية حسب تفضيل عينة الدراسة لها بنسبة 24.2% وبوزن مؤوي 1453، يليها في المرتبة الثانية الفيس بوك بنسبة 23.3% بوزن مؤوي 1399، ثم جاء في المرتبة الثالثة موقع لا للإرهاب بنسبة 18.6% بوزن مؤوي 1117.
- 15- جاءت دائماً في مقدمة حرص عينة الدراسة على التعرض للمواقع الإلكترونية التي تتعرض لقضايا التطرف الديني بنسبة 44.5%، يليها لا بنسبة 39%، وأخيراً جاء أحياناً بنسبة 16.5%.
- 16- جاء كلاً من فيديوهات و موضوعات ينشرها المشتركون بالمواقع في مقدمة أشكال قضايا التطرف الديني بالمواقع الإلكترونية بنسبة 26.5% لكلاً منهما ، يليها مقالات يكتبها متخصصون بنسبة 25%.
- 17- جاء أهتم بتحميل الملفات المصاحبة للموضوعات في مقدمة ما تقوم به عينة الدراسة عند متابعتهم لقضايا التطرف الديني بالمواقع الإلكترونية بوزن نسبي 77 ، يليه في المرتبة الثانية أتابع كافة تفاصيل الموضوعات الخاصة بالتطرف الديني بوزن نسبي 76 ، ثم جاء في المرتبة الثالثة أتابع الموضوعات الخاصة بقضايا التطرف الديني فقط بوزن نسبي 75.3.
- 18- جاء مشاهدة مقاطع الفيديو و إرسال تعليقات حولها في مقدمة أشكال تفاعل عينة الدراسة تجاه قضايا التطرف الديني بالمواقع الإلكترونية بنسبة 23%، يليها إنشاء صفحات خاصة مضادة للتطرف الديني في المرتبة الثانية بنسبة 21.5%.
- 19- جاء التطرف الديني في العالم العربي مصدره أجنبي في الترتيب الأول حيث تمثلت موافقة العينة على العبارة بنسبة 69.8% وبوزن نسبي 90، يليها التطرف الديني وتمويل دول له ساعدت على ظهور تلك الجماعات مثل داعش

- في الترتيب الثاني حيث تمثلت موافقة العينة على العبارة بنسبة 48.3% وبوزن نسبي بنسبة 79.7، ثم جاء في الترتيب الثالث ثورات الربيع العربي ساعدت على ظهور التطرف الديني بالدول العربية حيث تمثلت موافقة العينة على العبارة بنسبة 30% وبوزن نسبي 75.7.
- 20- جاء المواقع الإلكترونية تقدم تغطية شاملة لقضايا التطرف الديني في الترتيب الأول حيث تمثلت موافقة العينة على العبارة بنسبة 36.5% وبوزن نسبي 78.3، يليها أتعرض لوسائل إعلام أخرى للتأكد من صحة المعلومات التي تعرضها المواقع الإلكترونية حول قضايا التطرف الديني في الترتيب الثاني حيث تمثلت موافقة العينة على العبارة بنسبة 39.5% وبوزن نسبي بنسبة 78.0، ثم جاء في الترتيب الثالث ساهمت المواقع الإلكترونية في تغيير موقفي تجاه قضايا التطرف الديني حيث تمثلت موافقة العينة على العبارة بنسبة 45.8% وبوزن نسبي 76.
- 21- جاء تعرض آثار التطرف الديني على المجتمع في الترتيب الأول حيث تمثلت موافقة العينة على العبارة بنسبة 68.8% وبوزن نسبي 84.1، يليها لا تكتفي بعرض قضايا التطرف الديني بل تسعى لإيجاد حلول لها في الترتيب الثاني حيث تمثلت موافقة العينة على العبارة بنسبة 61% وبوزن نسبي بنسبة 82.
- 22- جاء التعصب المذهبي والتحزب الطائفي في الترتيب الأول حيث تمثلت موافقة العينة على العبارة بنسبة 87.5% وبوزن نسبي 94.1، يليها التحيز غير العادل في قضايا المسلمين في الترتيب الثاني حيث تمثلت موافقة العينة على العبارة بنسبة 82.8% وبوزن نسبي بنسبة 91.9.
- 23- جاء تنظيم مجموعة ندوات وحوارات تبث عبر الفضائيات تناقش موضوعات التطرف الديني في الترتيب الأول حيث تمثلت موافقة العينة على العبارة بنسبة 90.5% وبوزن نسبي 95.3، يليها الالتزام بأحكام الإسلام عقيدة وشرعية وسلوكاً وأخلاقاً في الترتيب الثاني حيث تمثلت موافقة العينة على العبارة بنسبة 90.5% وبوزن نسبي بنسبة 95.2.
- 24- جاءت عدم ثقة عينة الدراسة في مقدمة معدل ثقة أفراد العينة في معلومات المواقع الإلكترونية عن قضايا التطرف الديني بنسبة 47.5%، يليها ثقتهم دائماً بنسبة 40.7%، وأخيراً ثقتهم أحياناً بنسبة 11.8%.
- 25- جاءت موافقة عينة الدراسة أن لمعلومات المواقع الإلكترونية عن قضايا التطرف الديني دور في توعية الشباب الجامعي بنسبة 52%، يليها عدم موافقتهم بنسبة 48%.
- 26- جاءت عرض مقالات لكتاب مشاهير على تلك المواقع في مقدمة مقترحات عينة الدراسة لتطوير تغطية المواقع الإلكترونية لقضايا التطرف الديني بنسبة 34.3%، يليها في المرتبة الثانية القيام بحملات إعلانية للترويج لتلك المواقع بنسبة 30.8%، ثم جاء في المرتبة الثالثة التغطية السريعة للأحداث بنسبة 29.5%.

- 27- توجد علاقة ارتباطية دالة احصائيا بين مستوى تعرض المراهقين عينة الدراسة للمواقع الالكترونية التي تتناول قضايا التطرف الديني واتجاهاتهم نحو معالجة تلك المواقع لقضايا التطرف الديني.
- 28- لا توجد فروق دالة احصائيا بين متوسطات درجات المراهقين عينة الدراسة على مقياس سمات تغطية المواقع الالكترونية لقضايا التطرف الديني تبعاً لمستوى الثقة لديهم في تناول تلك المواقع لقضايا التطرف الديني
- 29- توجد فروق دالة احصائيا بين متوسطات درجات المراهقين عينة الدراسة على مقياس الاتجاه نحو معالجة المواقع الالكترونية لقضايا التطرف الديني تبعاً لمستوى الثقة لديهم في تناول المواقع لقضايا التطرف الديني
- 30- لا توجد فروق دالة احصائيا بين متوسطات درجات المراهقين عينة الدراسة على مقياس أطر معالجة المواقع الالكترونية لقضايا التطرف الديني وفقاً لمستوى التعرض لهذه المواقع
- 31- لا توجد فروق دالة احصائيا بين متوسطات درجات المراهقين عينة الدراسة على مقياس اطر معالجة المواقع الالكترونية لقضايا التطرف الديني تبعاً للمتغيرات الديموجرافية  
( النوع / السن/ المستوى الاقتصادي والاجتماعي).

## الهوامش:

- (1) حسن عماد مكاوي ، ليلي حسين السيد . الاتصال ونظرياته المعاصرة ، (القاهرة : الدار المصرية اللبنانية ، 1998)، ط1، ص 348
- (2) Callaghan .Karen & Schnell Frouke Assessing The Democratic Debate : "HowThe News Media Frame Elite Police Discourse", Political Communications ,Vol.18, 2001,p 185.3
- (3) Alan Fried,(1997) "News paper Self-Promotion: A frame for understanding Market driven journalism" ,Paper presented to the Inaugural Conference for the centre of Mass Communication Research , (Columbia: University of South Carolina, October 12-14, 1997
- (4) محمد جاد المولى حافظ ، اتجاهات التغطية الإخبارية للشئون الخارجية في الصحف المصرية وعلاقتها بالمتغيرات الخاصة بالصحف "دراسة تطبيقية على عينة من الصحف القومية والحزبية والخاصة خلال عامي 2005 – 2006 م ، رسالة ماجستير ، غير منشورة (جامعة الزقازيق : كلية الآداب ، قسم الإعلام ، 2008
- (5) Knight, M. G. (1999). Getting past the impasse: Framing as a tool for public relations. **Public Relations Review**, Vol.25,no.3 383.
- (6) Baldwin Van Gorp,(2005) Passing a moral judgement and reaching possible solutions
- (7) CONCETTA M. STEWART et al., (2006) Framing the digital divide:a comparison of US and EU policy approaches , **New media & Society** , vol.8, no.5, pp.736
- (8) جمال أحمد عبد العظيم . " أثر الأيدلوجيا السياسية للدولة في بناء الأطر الإخبارية ، دراسة مقارنة لموقعي قناة العالم الإيرانية و **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام** ، ( جامعة القاهرة : المجلد الثامن ، العدد الثالث ، يوليو / سبتمبر ، 2007 ) ص 116
- (9) خالد صلاح الدين حسن علي : دور التلفزيون والصحف في تشكيل معلومات واتجاهات الجمهور نحو قضايا الخارجية ، رسالة دكتوراه غير منشورة ( جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، قسم إذاعة وتلفزيون ، 2001 ) ص 72
- (10) إبراهيم مصطفى عبد الوهاب صالح : المعالجة الإخبارية لقضية الصراع العربي –الإسرائيلي ، دراسة تطبيقية على قنوات النيل الدولية وال BBC والقناة الثانية الإسرائيلية ، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، قسم الإذاعة ، 2006 ) ص ، ص 208
- (11) جمال عبد العظيم أحمد : أثر الإيدلوجيا السياسية للدولة في بناء الأطر الإخبارية ، دراسة مقارنة لموقعي "BBC" و "قناة العالم الإيرانية ، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام** ، جامعة القاهرة ، المجلد الثامن ، العدد الثالث ، يوليو / سبتمبر 2007 ، ص 115
- (12) هبة أمين شاهين : الأطر الإخبارية لقضايا الشرق الأوسط في شبكة CNN الإخبارية الأمريكية ، دراسة تحليلية لبرنامج In Side The Middle East ، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام** ، العدد 27 جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، يوليو / سبتمبر ( 2007 ) ص 194.
- (13) أحمد مختار عبد الغني بدر " المعالجة الإعلامية للأحداث السياسية بالمواقع الإلكترونية وعلاقتها باتجاهات الشباب نحوها" رسالة دكتوراه غير منشورة ، ( جامعة عين شمس : معهد الدراسات العليا للطفولة ، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، 2017).
- (14) سمر حسن علي الطبلوي . " أطر معالجة قضايا العنف السياسي في الصحافة المصرية خلال عامي 2013-2014" رسالة ماجستير غير منشورة ،(جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، قسم الصحافة ، 2017).

(15) ناريمان محمد عي . " دور المواقع الإلكترونية الاخبارية في وضع أولويات اهتمام المرأة المصرية نحو مشاركتها السياسية عقب ثورة 25 يناير " رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة :كلية الإعلام، 2016)

(16) حردان هادي صايل . " المواقع الإسلامية على شبكة الانترنت – دراسة تحليلية لمضمون المواقع الإلكترونية المهتمة بقضايا الإسلام والمسلمين " **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام** ، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام ، المجلد الثالث ، العدد الأول يناير/ مارس 2015) ص ص 405-367.

(17) Christopher Smith Antislamic Sentiment and Media Framing during the 9/11 Decade, **Journal of Religion & Society**, vol15 (2014)

18Sofia Hayati Yusof&Others, THE FRAMING OF INTERNATIONAL MEDIA ON ISLAMAND TERRORISM, **European Scientific Journal** March 2013 edition vol.9, No.8

(19) دعاء فتحي سالم. " اتجاهات الصفوة المصرية نحو معالجة المواقع الإلكترونية لأحداث ما بعد ثورة 25 يناير " **المؤتمر العلمي الثامن عشر لكلية الإعلام** ، (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، 2012 )

(20) محمد سامي صبري . " معالجة الصحف الإلكترونية المصرية للقضايا السياسية في ضوء أحداث ثورة 25 يناير المصرية " **مجلة دراسات الطفولة** (جامعة عين شمس : معهد الدراسات العليا للطفولة ، عدد يوليو 2012) ص ص 143-126.

21 Spencer, Graham, **The Impact of Television News on the Northern Ireland Peace Negotiations**, University of Portsmouth, UK Media, Culture and Society, 2004 Vol. 26, No. 5, P. 603–623, 2004. 9, No. 2, P. 38–39

(22) قام بتحكيم صحيفة تحليل المضمون السادة :

- أ.د/ اعتماد خلف معبد. أستاذ الإعلام المتفرغ بمعهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.
- أ.د/ عادل عبد الغفار. عميد كلية الإعلام، جامعة بني سويف.
- أ.د / محمود حسن إسماعيل. أستاذ ورئيس قسم الإعلام، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.
- أ.د/ محمد غريب. أستاذ الإعلام بقسم الإعلام، كلية العلوم الاجتماعية جامعة أم القرى
- أ.د/محمد رضا أحمد.أستاذ الإعلام، كلية التربية النوعية،جامعة المنصورة.
- د/حسن خليل محمد.أستاذ مساعد الإعلام، كلية التربية النوعية ،جامعة القاهرة.
- د/ الأمير الصحصاح. مدرس الإعلام بكلية العلوم الاجتماعية جامعة أم القرى
- د/ عثمان بكر قزاز. أستاذ الإعلام المساعد ورئيس قسم البحوث الإعلامية بمعهد خادم الحرمين الشريفين.
- أ.م. د / عزة مصطفى الكحكي:أستاذ الإعلام المساعد بكلية العلوم الاجتماعية جامعة أم القرى
- د/ ممدوح عبدالله مكايي: مدرس الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة بني سويف.
- (23) د/ إيمان فتحي حسين . مدرس الإعلام بكلية العلوم الاجتماعية – جامعة أم القرى - د/ رشا عبد الرحيم مزروع . مدرس الإعلام بكلية العلوم الاجتماعية – جامعة أم القرى.

(24) قام بتحكيم صحيفة الاستبيان السادة :

- أ.د/ اعتماد خلف معبد. أستاذ الإعلام المتفرغ بمعهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.
- أ.د/عادل عبد الغفار. عميد كلية الإعلام، جامعة بني سويف.
- أ.د / محمود حسن إسماعيل. أستاذ ورئيس قسم الإعلام، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.
- أ.د/ محمد غريب. أستاذ الإعلام بقسم الإعلام، كلية العلوم الاجتماعية جامعة أم القرى
- أ.د/محمد رضا أحمد.أستاذ الإعلام، كلية التربية النوعية،جامعة المنصورة.
- د/حسن خليل محمد.أستاذ مساعد الإعلام، كلية التربية النوعية ،جامعة القاهرة.
- د/ الأمير الصحصاح. مدرس الإعلام بكلية العلوم الاجتماعية جامعة أم القرى

- د/ عثمان بكر قزاز. أستاذ الإعلام المساعد ورئيس قسم البحوث الإعلامية بمعهد خادم الحرمين الشريفين.  
- أ.م. د / عزة مصطفى الكحكي: أستاذ الإعلام المساعد بكلية العلوم الاجتماعية جامعة أم القرى  
- د/ مدوح عبدالله مكاي: مدرس الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة بني سويف.
- (25) د/ إيمان فتحي حسين . مدرس الإعلام بكلية العلوم الاجتماعية – جامعة أم القرى - د/ رشا عبد الرحيم مزروع . مدرس الإعلام بكلية العلوم الاجتماعية – جامعة أم القرى.
- (26) أحمد مختار عبد الغني . مرجع سابق
- (27) ناريمان محمد علي . مرجع سابق
- (28) محمد سامي صبري . مرجع سابق.
- (29) أحمد مختار عبد الغني . مرجع سابق
- (30) ناريمان محمد علي . مرجع سابق
- (31) حمدان هادي . مرجع سابق
- (32) حمزة السيد حمزة خليل : " استخدام الشباب مواقع الشبكات الاجتماعية لإطلاق ثورة 52 يناير المصرية والإشباع المتحققة منها - دراسة ميدانية " ، رسالة ماجستير غير منشورة ، (القاهرة : جامعة طنطا - كلية التربية النوعية ، 2012م).
- (33) نها نبيل محمود الاسوددي : " دور مواقع التواصل الاجتماعي في إدراك الشباب الجامعي لحرية الرأي و مشاركتهم السياسية في ثورة 25 يناير 2011م - دراسة تحليلية ميدانية " ، رسالة ماجستير غير منشورة ، (القاهرة: جامعة المنصورة - كلية التربية النوعية ، 2012م).
- (34) محمود أحمد لطفي السيد ، هاجر شعبان سعداوي : " استخدامات الشبكات الاجتماعية في تعبئة الرأي العام أثناء الأزمات السياسية الطارئة – أزمة الدستور المصري نموذجاً " ، المؤتمر السنوي الثاني تحت عنوان " إعلام الأزمات وأزمة الإعلام " ، (القاهرة : جامعة الأهرام الكندية - كلية الإعلام ، 19-21 مارس 2013م).
- (35) انظر نتائج الدراسة التحليلية جدول رقم 4.