

آليات الإعلام الجديد في مواجهة الإرهاب والفكر المتطرف كما تراها النخبة الإعلامية المصرية

د. مهيتاب ماهر الرفاعي*

ملخص الدراسة:

هدفت الدراسة إلى التعرف على رؤية النخبة الإعلامية المصرية لآليات الإعلام الجديد في مواجهة الإرهاب والفكر المتطرف، والوقوف على أهم تصوراتها فيما يتعلق بالضوابط الإعلامية للتعامل مع تلك الظاهرة الاجتماعية، وتحديد درجات ثقة النخبة الإعلامية في تأثير آليات الإعلام الجديد في الحرب على الإرهاب. واعتمدت الدراسة على مدخل الاعتماد على الإعلام الجديد، ونظرية تحليل شبكات التواصل الاجتماعي في دراسة العنف السياسي والإرهاب، واستخدمت منهج المسح Survey، حيث طبقت الدراسة على عينة عمدية قوامها (168) (مبحوث) من النخبة الإعلامية المصرية باستخدام أداة الاستبيان. وكشفت نتائج الدراسة عن موافقة النخبة الإعلامية المصرية على دور منصات الإعلام الجديد في نشر الإرهاب والفكر المتطرف بنسبة (70.8) من إجمالي المبحوثين، وموافقتهم إلى حد ما بنسبة (29.2)%. وعلى مستوى توظيف وسائل الإعلام الجديد في مواجهة الجماعات الإرهابية والفكر المتطرف، أشارت النخبة الإعلامية المصرية إلى مجموعة من الآليات المهمة في مواجهة الإرهاب والفكر المتطرف، منها: آلية التربية الإعلامية الرقمية لأفراد المجتمع، وآلية غلق المواقع والحسابات الإرهابية والقرصنة للهواة والمتطوعين على مواقع الجماعات الإرهابية، ودور آلية تحليل الشبكات الاجتماعية للجماعات الإرهابية من قبل الباحثين والعاملين بأجهزة الأمن، وآلية وجود وحدات ذكية سريعة للتعامل مع الجماعات الإرهابية والمحتوى المتطرف، وآلية إنشاء مواقع وحسابات إلكترونية تقدم رسالة إعلامية ودينية تقوى على مواجهة الإرهاب والفكر الأيديولوجي المتطرف. كما اقترحت النخبة المصرية ضرورة وجود دليل إرشادي – التربية الرقمية- لنشر الوعي حول كيفية التعامل مع المحتوى المتطرف والأشخاص مجهولي الهوية، وإطلاق حرية تداول المعلومات لتفنيد الشائعات والأكاذيب للجماعات الإرهابية، وإعداد كوادر إعلامية مؤهلة تأهيلاً إعلامياً رقمياً يمكنها من صياغة رسائل إعلامية واضحة ومؤثرة ذات مصداقية يمكن من خلالها مواجهة الأكاذيب التي تبثها مواقع الجماعات الإرهابية.

الكلمات المفتاحية: الإعلام الجديد، الإرهاب، الفكر المتطرف، النخبة، الإعلاميون

* مدرس الصحافة بقسم العلوم الإنسانية – جامعة مايو بالقاهرة

The mechanisms of new media in confronting terrorism and extremist ideology as seen by the Egyptian media elite

Abstract:

The study aimed to identify the Egyptian media elite's vision of mechanisms for new media in confronting terrorism and extremist ideology and find out its most important perceptions regarding media controls to deal with this social phenomenon and the determining the levels of confidence of the media elite in the impact of new media mechanisms's in the war on terrorism. The study relied on the approach of relying on new media, and the theory of social networks analysis in the study of political violence and terrorism and used the survey method. The study was applied to a deliberate sample of (168 respondents) from the Egyptian media elite using the questionnaire tool .

The results of the study revealed that the Egyptian media elite agreed on the role of new media platforms in spreading terrorism and extremist ideology by (70.8) of the total respondents, and they agreed to some extent by (29.2%). And at the level of employing the new media in confronting terrorist groups and extremist ideology, the Egyptian media elite referred to a set of important mechanisms in confronting terrorism and extremist ideology, including: the mechanism of digital media Literacy for members of society, the mechanism of closing terrorist websites and accounts, and the hacking of amateurs and volunteers of the websites of terrorist groups, the mechanism for analysing the social networks of terrorist groups by researchers and security personnel, the mechanism for having quick smart units to deal with terrorist groups and extremist content, and the mechanism for creating websites and electronic accounts that provide a media and religious message that is powerful in confronting terrorism and extremist ideological thought .

The Egyptian elite also suggested the need for a guideline - digital literacy - to spread awareness on how to deal with extremist content and anonymous people, and to unleash the freedom of information circulation to refute rumours and lies of terrorist groups and prepare digitally qualified media cadres that enable them to formulate clear, influential, and credible media messages through which the lies spread by the websites of terrorist groups can be confronted.

Keywords: new media, terrorism, extremist ideology, elite, media professionals.

مقدمة:

يُعد الإرهاب أحد أكبر التحديات التي تهدد الأمن والاستقرار في مصر والوطن العربي، وأبرز الإشكاليات التي تعرقل التطورات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية في كثير من الدول العربية. وتقوم وسائل الإعلام بدورٍ رائدٍ في مواجهة الإرهاب والفكر المتطرف والتصدي لهما، بيد أنها من أهم وسائل التوعية وتوجيه الرأي العام، فالإعلام لم يعد ناقلاً للأخبار والأحداث فقط، بل أصبح وسيلة لصناعة عقل وفكر ووجدان الفرد داخل المجتمع، وتحصينه من الأفكار المتطرفة والهدامة التي تستهدف اختراقه والتأثير على قناعاته وأفكاره تجاه وطنه ومجتمعه الذي يعيش فيه. ومن الأهمية توظيف إمكانات وسائل الإعلام وآلياتها المتعددة في تقديم رسالة إعلامية ودينية تقوى على مواجهة الإرهاب والفكر الأيديولوجي المتطرف. وتُجمع كثير من الدراسات على أن الإعلام سلاح ذو حدين، ويقوم بدورٍ كبيرٍ سواء على مستوى ظهور الجماعات الإرهابية ونموها وانتشارها أو على مستوى المعالجة والتصدي لها.

إن العلاقة القائمة بين الإرهاب ووسائل الإعلام علاقة جدلية، فكما يقول عالم الاتصال الكندي (McLuhan, 1978) "بدون اتصال لن يكون للإرهاب وجود"، حيث تستخدم الجماعات الإرهابية وسائل الإعلام في إثبات وجودها، ولأغراض تكتيكية واستراتيجية، وبينما يقوم الإعلام بتغطية أخبار الإرهاب من أجل تحقيق السبق الإعلامي؛ فإنه يمنح كثير من الإرهابيين دعابة مجانية، ودائماً ما تغفل وسائل الإعلام أن الإرهابيين يرغبون في رؤية تفجيراتهم الإرهابية في التقارير الإخبارية لوسائل الإعلام، فالإرهاب ليس له دلالة أو تأثير دون تغطية إعلامية (Martin, 1985). وهذا ما أظهرته دراسة (Prucha & Fisher, 2013) حول توظيف موقع تويتر للدعاية الجهادية، واستفادت جماعة النصر الإرهابية من إعادة نشر وسائل الإعلام التقليدية لرسائلها على موقع تويتر..

ويُعد ظهور الإعلام الجديد New Media وما صاحبه من ظهور الإرهاب الجديد New Terrorism، أحد أخطر التحديات التي تواجه العالم في القرن الحالي، وتشغل اهتمامات مراكز الأبحاث والدراسات في معظم جامعات دول العالم من أجل الوقوف على أسباب وطرق التعامل مع تلك الظاهرة الخطيرة التي تهدد الأفراد والمجتمعات والدول؛ من منطلق أن هذه البيئة الجديدة الحاضنة للإهاب والفكر المتطرف مكنت كثير من الجماعات الإرهابية من التواصل مع قاعدة جماهيرية عريضة في مختلف الدول بكل سهولة دون التقييد بالحدود الجغرافية، مما حقق لها إمكانية التجنيد والتعبئة والحشد للأفراد بشكل كبير مستغلين تعاطف الآخرين مع قضاياهم.

وفي سياق تتبع ورصد تطور التاريخ الاتصالي للجماعات الإرهابية على وسائل الإعلام الإلكتروني، وجد أن اعتماد الجماعات الإرهابية على المنصات الإلكترونية بدأ بعد أحداث 11 من سبتمبر 2001، وما أعقبها من شن حملات موسعة لمكافحة الإرهاب في كثير من دول العالم، وانتقال عدد كبير من الجماعات الإرهابية إلى الفضاء الإلكتروني، وإنشاء آلاف المواقع التي تروج لأفكارها وأنشطتها. في هذا الإطار، نُقل عن أيمن الظواهري زعيم تنظيم القاعدة قوله: "إننا نخوض أكثر من نصف معركتنا في الساحة الإلكترونية والإعلامية"، وقدم نصيحة لكوادره قائلاً: "عليكم أن تدرکوا أن كل لقطة تلتقطونها هي بأهمية صاروخ يطلق على العدو". وتفسر هذه الرؤية النمو المضطرد في عدد المواقع الإرهابية التي تنشر فكر القاعدة والمنظمات الإرهابية الأخرى من 4 مواقع في عام 1998م إلى أربعة آلاف موقع في غضون أربع سنوات منذ أحداث 11 سبتمبر 2001. ووفق تقرير وزارة الخارجية الأمريكية لعام 2015، فقد زادت نسبة الهجمات الإرهابية بنسبة 35% في جميع أنحاء العالم بين عامي 2013 و2014، حيث زادت نسبة القتلى بسبب الإرهاب بأكثر من 80% (Fahmy, 2017). ويبدو أن تحول الجماعات المتطرفة إلى وسائل الإعلام الجديد له أسبابه، حيث استهدفت المخابرات الأمريكية ووكالات مكافحة الإرهاب العديد من المواقع الإرهابية على الإنترنت، وأجبروا مشغليها على البحث عن بدائل جديدة على الإنترنت وكان الخيار الأمثل لهم وسائل التواصل الاجتماعي (Noguchi & Kholmann, 2006).

وتشير إحدى الدراسات إلى أن 90% من النشاط الإرهابي على شبكة الإنترنت يحدث باستخدام منصات الشبكات الاجتماعية، التي تضمن حماية هوية الإرهابيين، وتسهل من مشاركة المعلومات وإجراء الاتصال المباشر بين أعضاء الجماعات المتطرفة (Buettner, 2016). وكشفت نتائج دراسة أخرى أن الغرض الرئيسي للجماعات الإرهابية والمتطرفة على وسائل التواصل الاجتماعي هو تعزيز وحدة الجماعة ونشر الخوف والذعر بين الناس (Fisher & Prucha, 2014).

في هذا السياق، توفر وسائل التواصل الاجتماعي للإرهابيين أو الجماعات الإرهابية وصولاً هائلاً للجمهور الذي لا يعرف حدوداً جغرافية، حيث تستغل المنظمات الإرهابية وجماعات الفكر المتطرف شبكات التواصل الاجتماعي في التجنيد والتنسيق والتنظيم ونشر أيديولوجياتها والدعاية لأعمالها الإرهابية؛ وجمع المعلومات والأموال والاتصال وبناء شبكات عالمية من المؤيدين والمناصرين من منطلق أنها السبيل الأمثل لكسب الحرب النفسية، والسيطرة على عقول الشباب الذين لديهم معتقدات متشابهة ومتوافقة معهم. ورغم ما تقوم به أجهزة الأمن والاستخبارات في العالم من نشاط لمراقبة مختلف منصات ومواقع التواصل الاجتماعي، وإزالة الحسابات أو المواد المخالفة بشكل أكثر فعالية (Montoya & Hofstetter, 2014)، إلا أن تغيير الحسابات الإلكترونية للجماعات الإرهابية وإنشاء

حسابات جديدة أصبح أمراً متكرراً (Hussain & Saltman, 2014).

وتأسيساً على التحديات التي تواجه الدولة المصرية من حروب الجيل الرابع المعلوماتية، والحملات الإلكترونية للإساءة إلى مصر على الشبكات الاجتماعية، أصبح من الأهمية التعرف على رؤية المتخصصين والإعلاميين حول أهم آليات الإعلام الجديد في التصدي لظاهرة الإرهاب والفكر المتطرف على المنصات الاجتماعية.

مشكلة الدراسة:

بالرغم من الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام الجديد في الترويج والدعاية للجماعات الإرهابية المتطرفة، إلا أنها وسيلة قوية لمحاربة تلك الجماعات والتقليل من وجودها وتأثيرها، بيد أن الدول المحاربة للإرهاب تستخدم نفس آليات الإعلام الجديد لمواجهته والتقليل من تأثيره على أفراد المجتمع. ولا شك أن كثير من مواقع الشبكات الاجتماعية توفر إمكانية إجراء تحليل شامل للحسابات الخاصة للأفراد والمؤسسات والكيانات المختلفة؛ خاصة الجماعات الإرهابية من خلال جمع معلومات مهمة في مرحلة ما قبل الهجوم وتحليلها للمساعدة في منع الحوادث الإرهابية في المستقبل. وبالتالي، نادراً ما يتم دراسة وسائل الإعلام الجديد كوسائل فاعلة في تنظيم العمل والجهود لمواجهة الجماعات الإرهابية وأصحاب الفكر المتطرف. وبالتالي، إن البحث في العلاقة بين وسائل الإعلام والإرهاب موضوع له أهمية كبيرة في الحقل البحثي الإعلامي، لا سيما وسط زيادة الأنشطة الإرهابية على الإنترنت ومنصاتها الاجتماعية، وأن مكافحة الإرهاب تتطلب الاعتماد على منظومة متكاملة من الوسائل والمضامين لمواجهة أنشطة الجماعات الإرهابية على منصات الإعلام الجديد. وفي هذا السياق، تتمثل مشكلة الدراسة في رصد وتحديد رؤية النخبة الإعلامية والأكاديمية المصرية لأهم آليات الإعلام الجديد في مواجهة الإرهاب وجماعات الفكر المتطرف.

أهمية الدراسة:

1. تأتي أهمية دراسة الإعلام الجديد في صياغة رؤية لآليات الإعلام الجديد في مكافحة الإرهاب الإلكتروني والفكر المتطرف وأخطاره على المجتمع وقيمه وعاداته، وصياغة لغة ورسالة إعلامية تراعي استخدام الأساليب الإقناعية لتوصيل الرسالة الإعلامية بفاعلية مدعومة بالبراهين والاستشهادات والبيانات والأمثلة القوية لدعم الرسالة الاتصالية الخاصة بالتوعية بالجرائم الإرهابية.
2. تنوع الأساليب والأدوات العلمية في تحليل محتوى حسابات الشبكات الاجتماعية للجماعات الإرهابية وجماعات العنف السياسي في سياق تحليل (البيانات الضخمة Big Data) عليها، وثورات نتائجها في تحليل اتجاهات ومواقف وخطط أعضائها، الأمر الذي يساعد الجهات المسؤولة في اتخاذ التدابير لمواجهة تلك الخطط قبل تنفيذها.
3. تتعاظم أهمية الدراسة في ظل المكانة الكبيرة التي احتلها الإعلام الجديد في أجندة السياسيين والإعلاميين والباحثين خلال السنوات الأخيرة خاصة مع اعتماد الجماعات الإرهابية على وسائله المتعددة في نشر الفكر المتطرف والدعاية له.
4. تصاعد حدة العمليات الإرهابية خلال السنوات الأخيرة في مقابل تصاعد وتيرة الحرب على الإرهاب ومواجهة جرائم التنظيمات والجماعات الإرهابية والمتطرفة.

أهداف الدراسة:

- تهدف الدراسة إلى التعرف على رؤية النخبة الإعلامية المصرية لآليات الإعلام الجديد في مواجهة الإرهاب والفكر المتطرف، والوقوف على أهم تصوراتها فيما يتعلق بالضوابط الإعلامية للتعامل مع تلك الظاهرة الاجتماعية. ويتفرع من الهدف الرئيس جملة من الأهداف الفرعية، كالتالي:
- معرفة رؤى النخبة المصرية في أبرز استخدامات الجماعات الإرهابية لمنصات الإعلام الجديد في نشر الإرهاب والفكر المتطرف.
 - رصد وتحديد تصورات النخبة المصرية حول دور الإعلام الجديد في مكافحة الإرهاب والفكر المتطرف.
 - معرفة اتجاهات النخبة الإعلامية المصرية تجاه آليات الإعلام الجديد المؤثرة في الحرب على الإرهاب وجماعات الفكر المتطرف.
 - تحديد درجات ثقة النخبة الإعلامية في تأثير آليات الإعلام الجديد في الحرب على الإرهاب.

الدراسات السابقة:

نالت دراسات الإعلام الجديد وتوظيف الجماعات الإرهابية له أهمية كبيرة في الأدبيات العلمية، واهتم الباحثون في قضايا الإرهاب والدراسات الإعلامية منذ نهاية القرن الماضي مرورًا بأحداث 11 سبتمبر 2001 بالولايات المتحدة بدراسة هذه الظاهرة على مستويين،

الأول: توظيف جماعات الإرهاب لشبكة الإنترنت ومواقع الإعلام الاجتماعي، والثاني: توظيف منصات الإعلام الجديد في مكافحة الإرهاب والجماعات المتطرفة، وفيما يلي عرض لتلك الدراسات، كما يلي:

تعددت الدراسات التي تناولت توظيف الجماعات الإرهابية لشبكة الإنترنت والإعلام الجديد وتأثيراته على المجتمع، ومن هذه الدراسات دراسة (بكار، 2018) حول "الأساليب الإقناعية الموظفة من قبل التنظيمات الإرهابية لاستقطاب الشباب عبر الميديا الجديدة"، والتي استهدفت الكشف عن الأساليب الإقناعية الموظفة من قبل التنظيمات الإرهابية في استقطاب الشباب سواءً من الناحية الفكرية أو السلوكية (الجهاد)، من خلال الإعلام الجديد ومختلف الوسائط الالكترونية، بحيث تنطلق الدراسة من البحث في نفسية الأفراد والدوافع التي تُجر بهم للتخلي عن الحياة العادية وتبني حياة أخرى كلها مخاطر، وعليه فقد توجب التطرق إلى تحليل نفسية الشخص العادي وتوجهه نحو الارهاب، وكذا تحليل الخطاب الإعلامي الإلكتروني الخاص بتنظيم داعش، ومن ثم استنتاج مختلف الاستراتيجيات الإعلامية والأساليب التي اعتمد عليها التنظيم لإقناع واستقطاب الشباب للانضمام للتنظيم الإرهابي محل الدراسة.

وخلصت دراسة (Fahmy, 2017) حول وسائل الإعلام والإرهاب والمجتمع، إلى أن الدراسات العلمية لم تقدم تعريفاً جامعاً للإرهاب، وأنه يمكن للعلماء أن يتفقوا على أن الإرهاب يشمل استخدام العنف ضد المدنيين، بقصد خلق الخوف أو الزعر، وفرض أنظمة معتقدة محددة على الآخرين، بالإضافة إلى أن الإنترنت ساعدت الإرهابيين على تجنيد أعضاء جدد، والتخطيط لهجماتهم، وتضخيم رسائلهم.

واستهدفت دراسة (Hossain, 2015) حول وسائل الإعلام الاجتماعية والإرهاب: التهديدات والتحديات في العصر الحديث، ومعرفة كيفية استخدام الجماعات الإرهابية لوسائل التواصل الاجتماعي، لا سيما في جنوب آسيا (بنغلاديش والهند وباكستان)، وخلصت الدراسة إلى تزايد استخدام المنظمات الإرهابية لمنصات وسائل التواصل الاجتماعي بشكل كبير، وأصبحت واحدة من الطرق المهمة للتواصل والتجنيد والتداول مع أعضاء وإتباع هذه المنظمات الإرهابية في جميع أنحاء العالم. كما تتعرض شركات وسائل التواصل الاجتماعي لضغط هائل من قبل حكومة مختلف البلدان وغيرها من المنظمات الدولية لإزالة الأنشطة الإرهابية عليها.

وسعت دراسة (Bieda & Halawi, 2015) إلى مناقشة كيف أصبح الفضاء السيبراني وسيلة للجماعات الإرهابية للتجنيد والدعاية والانتشار، وكيف أسهمت البنية التحتية للإنترنت وانخفاض الكلفة المادية والربط الشبكي على موقع التواصل الاجتماعي؛ وعدم وجود رقابة وسهولة الاستخدام على مساعدة الجماعات الإرهابية. وكشفت نتائج الدراسة أن شبكات

التواصل الاجتماعي أصبحت عاملاً تمكينياً، واتصالياً يجمع بين الجماعات الإرهابية والتواصل خلال تنفيذ العمليات، وانتشار الدعاية، والتجنيد الجماعي للأشخاص من مختلف الثقافات واللغات في جميع أنحاء العالم.

وفي عام 2014، حدد مركز Simon Wiesenthal في تقريره أن هناك أكثر من ثلاثين ألف موقع إلكتروني وحساب على مواقع التواصل الاجتماعي يروجون للإرهاب في الولايات المتحدة الأمريكية وخارجها، وأن الأعداد في زيادة مضطردة على الشبكات الاجتماعية من قبل المتطرفين (Eaton, 2014).

وكشفت نتائج دراسة (عبدالمجيد، 2014) أن البنية الاتصالية التي تعتمد عليها الجماعات الإرهابية تستفيد من الإنترنت في تحولها إلى النمط اللامركزي في تبادل المعلومات، والاعتماد على شبكة اتصال مفتوحة ومعقدة التركيب، مما يرفع من درجة تعقيد وتخطيط العمليات الإرهابية.

واستهدفت دراسة (Weimann, 2012) حول: "الذئاب الوحيدة على الفضاء السيبراني، التعرف على كيفية استخدام الإرهاب لمنصات الإعلام الإلكتروني، وتحديد دور الإنترنت كحاضنة لظاهرة إرهاب الذئب المنفرد. وأظهرت نتائج الدراسة أن إرهاب الذئاب المنفردة يتم تجنيده وتعليمه وتوجيهه من قبل الآخرين على الإنترنت. ويشير الباحث إلى أن طبيعة التطرف والتخطيط التشغيلي في العصر الرقمي زادت من تعقيد الجهود التي تهدف لتحليل الهجمات التي يرتكبها أشخاص بمفردهم. ومع تطور وسائل التواصل الاجتماعي وتقديم مجال تشفير الاتصالات، أصبح من الممكن حدوث الأعمال الإرهابية بشكل كامل عبر الإنترنت بكل سهولة، بيد أن شبكة الإنترنت توفر المكان الذي يمكن من خلاله الحصول على مواد متطرفة وكتيبات تدريبية وأشرطة فيديو تعليمية لصناعة المتفجرات.

بينما سلط الباحث (Weimann, 2006)، الضوء على الإرهاب الجديد والإعلام الجديد *New Terrorism and New Media*: واستعرض جابريل أسباب استخدام الجماعات الإرهابية للإعلام الجديد، وحددها في انتشار الشبكات الاجتماعية وشهرتها، ومجانية الاستخدام والوصول إلى الجماهير المستهدفة، وإدراك الجماعات الإرهابية أهمية الإنترنت لأنشطتها سواء التجنيد أو الدعاية أو جمع المعلومات والحصول على الأموال. كما أظهرت النتائج وجود مجموعة من التحديات الكبيرة للدول والمنظمات المختلفة التي تناهض الإرهاب، منها: صعوبة رقابة أنشطة الجماعات الإرهابية بدرجة كبيرة، وتعدد وسائل الاتصال التي تعتمد عليها. وأوصى الباحث الدول والمنظمات التي تكافح الإرهاب التأقلم مع المعطيات الجديدة وتبني استراتيجيات جديدة تتعامل مع الفضاء الافتراضي وخصوصياته.

في نفس الإطار تناولت دراسة (Conway, 2006) استخدامات الجماعات الإرهابية لشبكة الإنترنت في المملكة المتحدة: وأكدت الباحثة أن شبكة الإنترنت أصبحت وسيلة استراتيجية

توظفها الجماعات الإرهابية لتنفيذ برامجها وتحقيق أهدافها، والاتصال ببعضهم البعض في مختلف دول العالم؛ لتبادل الآراء والأفكار والمقترحات والمعلومات العملية في كيفية صناعة القنابل وإنشاء الخلايا الإرهابية والقيام بالأعمال الإرهابية.

وعلى المستوى توظيف منصات الإعلام الجديد في مكافحة الإرهاب والجماعات المتطرفة، اهتمت دراسة (Khan & Pratt, 2022) الاستخدام الاستراتيجي للجيش الباكستاني لوسائل التواصل الاجتماعي في تشجيع الدعم الشعبي للحرب المستمرة ضد الإرهاب في باكستان. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن الجيش استخدم أنواعًا مختلفة بشكل كبير من الأطر الاستراتيجية ردًا على الوضع الأمني السريع التغير والمتطور في البلاد، حيث استخدم الإطار بشكل استراتيجي لتسهيل الارتباطات العامة والعسكرية والشعبية، وكانت الأطر التحفيزية هي أكثر أشكال الاتصال المستخدمة لخلق حوار بين الجيش والجمهور في الحرب ضد الإرهاب ولتعزيز المشاركة العامة فيها.

ويتفق الطرح السابق مع دراسة (Ganesh & Bright, 2020) بالبحث في دور المجتمع المدني والحكومة والقطاع الخاص في مكافحة الاستغلال المتطرف لوسائل التواصل الاجتماعي، وخلصت نتائج الدراسة إلى أن هذه الجهات الثلاث تلعب دورًا مهمًا في مكافحة التطرف العنيف، لا سيما فيما يتعلق بالاتصال الاستراتيجي وتعديل المحتوى، ودور الجهات الفاعلة غير الرسمية في تعزيز الأعراف الاجتماعية التي ترفض الآراء المتطرفة.

كما تناولت دراسة (الداغر، 2017) حول "اتجاهات النخبة المصرية نحو أخلاقيات التغطية الإعلامية للأزمات الأمنية في مصر بعد 30 يونيو 2013"، بتقصي مدى التزام مواقع التواصل الاجتماعي بالضوابط المهنية والأخلاقية عند تغطية الأحداث الأمنية في مصر، والأزمات التي أعقبت سقوط حكم جماعة الإخوان في مصر، وذلك بالتطبيق على عينة من النخبة المصرية السياسية والإعلامية والأكاديمية، واستخدمت الدراسة أداة الاستبيان بالتطبيق على (125) مفردة من النخبة المصرية، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها أن اتجاهات النخبة المصرية حول المعايير الأخلاقية والمهنية عند تغطية الأزمة الأمنية عبر مواقع التواصل الاجتماعي جاءت سلبية في مجملها من خلال عبارات: أنها لا تقدم تغطية شاملة للأزمات، وتخضع في تغطيتها لمالك الموقع أو القائم على إدارته، والخلط بين الأخبار والتقارير الإخبارية عند تفسير جوانب الأزمة. وعن المقترحات المطروحة لتطوير الأداء الإعلامي لمواقع التواصل الاجتماعي إزاء الأزمات الأمنية في مصر، وأوصت الدراسة بضرورة التأهيل والتدريب لمستخدمي صفحات التواصل وسرعة إقرار ميثاق شرف صحفي جديد، واستحداث قوانين تتناسب مع التطور المستقبلي لتكنولوجيا الاتصالات والمعلومات، والمساهمة في توعية المواطنين بحقوقهم وواجباتهم.

وأكدت دراسة (نصر، 2017) حول جدلية العلاقة بين الإعلام والإرهاب في العالم العربي على أهمية تكثيف برامج التصحيح الفكري على الإنترنت والمنتديات الثقافية، وتجديد لغة الخطاب الإعلامي، وتصحيح المفاهيم الخاطئة للجهاد في سبيل الله، والتمييز بين الإرهاب والمقاومة المشروعة ضد الاحتلال.

بينما تعرضت دراسة (Reuter et al., 2017) إلى دراسة محاربة الإرهاب على موقع التواصل الاجتماعي "تويتر"، من خلال دراسة تجريبية استكشافية عن مكافحة الإرهاب على تويتر لرصد كيفية الرد على دعاية الإرهابيين، واتخاذ التدابير المضادة الممكنة. في الجزء الأول من الدراسة، تم تحليل حالة الأبحاث في مجال الإرهاب والدعاية الإرهابية ومكافحتها على وسائل التواصل الاجتماعي. في الجزء الثاني، تم عرض مجموعة كاملة من الظواهر على تويتر، والتي تكشف أكاذيب الإرهابيين.

وسعت دراسة (Jibril et al., 2017) حول: "تحليل وسائل الإعلام الاجتماعية كأداة لمكافحة الإرهاب وتحسين جمع المعلومات الاستخباراتية من أجل مكافحة الإرهاب في نيجيريا"، إلى معرفة كيفية الاستفادة من تحليل الشبكات الاجتماعية التي تعد واحدة من تحليلات البيانات الكبيرة، وأداة لتوليد معلومات استخباراتية حول أنشطة الإرهابيين وتحديد العضوية والدوافع والطرائق التشغيلية، ومعرفة مصادر الإلهام والتمويل. وأوصت الدراسة ببعض المصادر المفتوحة لتحليل الوسائط الاجتماعية المتاحة مثل Gephi و igraph و NetworkX، وخلصت الدراسة إلى أن مراجعة العديد من الخوارزميات الأساسية لتحليل البيانات الاجتماعية الضخمة يتيح تحديد نقاط الضعف ونقاط القوة الخاصة بالجماعات الإرهابية، وتطوير وتنفيذ تحليل وسائل التواصل الاجتماعي على أساس هذه الخوارزميات المقترحة. كما أن تحليل البيانات الضخمة للوسائط الاجتماعية تعد أفضل الحلول التكنولوجية على الإطلاق.

تناولت دراسة (قراط، 2017)، قوة الإعلام الجديد وسرعة انتشاره وانتشار الإرهاب الإلكتروني والاستخدام المكثف لهذه الوسائط الجديدة من قبل الإرهابيين، فضلا عن مستقبل الإرهاب الإلكتروني وسبل مواجهته. وخلصت الدراسة إلى أهمية رصد أنشطة الجماعات الإرهابية على الشبكات الاجتماعية وتحليل محتواها وأهدافها والاستراتيجيات المعتمدة، ورصد نشاط المتعاطفين مع الجماعات الإرهابية وتحليل خطاب العنف والكرهية والتحريض على الإرهاب، وإشراك المجتمع المدني للتعاون على الإبلاغ على المواقع ذات العلاقة بالإرهاب والإرهابيين، وسن القوانين والتشريعات الخاصة التي تسد الثغرات التي تكتنف جريمة الإرهاب الإلكتروني أو سبل التحقق منها، وتنظيم مؤتمرات وندوات علمية لدراسة المشكلة واقتراح الحلول الناجعة لمعالجتها.

وسعت دراسة (فاتن عبد الرحمن، 2017) حول "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل معارف واتجاهات المغتربين المصريين نحو قضايا الإرهاب في مصر خلال عام 2015، إلى رصد وتحليل طبيعة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل معارف المغتربين واتجاهاتهم نحو الأحداث الإرهابية في مصر عام 2015، وطبقت الدراسة على عينة قوامها (400) مفردة من المصريين المقيمين بالمملكة العربية السعودية سعياً لتقييم ذلك التأثير. وتم استخدام منهج المسح الذي يعرف بأنه أحد الأساليب المتعلقة بجمع المعلومات عن سلوكيات الأفراد وعلاقتهم بوسائل الإعلام، واعتمد البحث في بنائه الأساسي على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام. وقد أثبتت النتائج ارتفاع معدل استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي، وارتفاع معدل متابعة الأحداث الإرهابية التي حدثت في مصر عام 2015. كما ارتفعت أيضاً درجة الثقة في المعلومات المقدمة فيما يتعلق بالأحداث الإرهابية بمواقع التواصل الاجتماعي. وارتفعت مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي في نقل المعلومات المقدمة عن الأحداث الإرهابية، وتأتي الصحف الإلكترونية في المرتبة الأولى، يليها جوجل في المرتبة الثانية، ثم موقع تويتر في المرتبة الثالثة. وأوصت الدراسة بضرورة الانتباه لخطورة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي التي تشكل واقعا خطيرا مفروضا على المجتمع، وقدرتها على اختراق الحواجز الزمانية والمكانية والوصول إلى الأفراد دون حواجز جغرافية.

كما سعت دراسة (بريك ومحمود، 2017) إلى تحليل وتفسير تغطية صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية الموجهة باللغة العربية للحرب على الإرهاب في إطار دراسة تحليلية سيمولوجية استهدفت الوصول إلى المعنى التضميني الذي تتضمنه ملفات الفيديو المنشورة، واعتمدت الدراسة على منهج المسح لبوابة الأهرام واليوم السابع وموقع CNN بالعربية وموقع الحرة دوت كوم، وجاء إطار الصراع في مقدمة استراتيجيات الأطر المصورة لقضايا الحرب على الإرهاب لملفات الفيديو بمواقع الدراسة، وساعدت زوايا الكاميرا في تكوين سيميائية حقيقية للفيديوهات المعروضة على مواقع الدراسة في تغطيتها للحرب على الإرهاب.

في السياق ذاته، تناولت دراسة (الغزاوي وملياني، 2017) اتجاهات النخبة نحو تفعيل دور الأمن الإعلامي في مواجهة التطرف والإرهاب عبر وسائل الإعلام الجديد، والتعرف على مدى اعتمادهم على الإعلام الجديد في استقاء معلوماتهم نحو تلك القضايا، والتحديات المختلفة التي تواجه تطبيق مفهوم الأمن الإعلامي في ظل الإعلام الجديد، وطبقت الدراسة على عينة من النخب الأكاديمية والإعلامية في مصر والسعودية، وخلصت الدراسة إلى أن 62.7% من المبحوثين يعتمدون على الإعلام الجديد في معرفة الأحداث الإرهابية وقضايا التطرف، كما يرى 38.7% من المبحوثين أهمية تفعيل دور الأمن الإعلامي في مواجهة

الأحداث الإرهابية وقضايا التطرف عبر وسائل الإعلام الجديد بدرجة كبيرة، ويرى 61.3% من المبحوثين تحقيق ذلك بدرجة متوسطة. وقد تمثلت معوقات تعميم مفهوم الامن الإعلامي في غياب القوانين والتشريعات ومواثيق الشرف المهنية التي تضبط الأداء الإعلام للإعلام الجديد.

كما اهتمت دراسة (Ball, 2016) حول: تحليل الشبكة الاجتماعية كأداة قوية لمكافحة الإرهاب إلى معرفة كيف يمكن أن تُسهم التحليلات الآلية للشبكات الاجتماعية في عمليات جمع المعلومات الاستخباراتية وتحليلها للأنشطة المتعلقة بالإرهاب في التصدي للإرهاب ومكافحة تلك الظاهرة، وكيف يمكن استخدام الأدلة الرقمية، وخصوصًا من المصادر المفتوحة، ليس فقط لتأكيد وجود ونمو شبكة إرهابية، ولكن لمعرفة كيف يمكن أن يساعد تحليل محتوى الشبكات الاجتماعية في تحديد سلوك الإرهابي والتنبؤ بأفعاله قبل وقوعها.

ويتفق هذا الطرح مع دراسة (رضا، 2016) عن "دور وسائل الإعلام الجديد في مواجهة التأثيرات السلبية للشائعات المرتبطة بالإرهاب على المجتمع السعودي باستخدام استراتيجية المنصات المتعددة، والتي استهدفت بلورة رؤية لتعزيز وتفعيل دور وسائل الإعلام الجديد لمواجهة تأثيرات الشائعات المرتبطة بالإرهاب باستخدام استراتيجية معلوماتية تعتمد على المنصات المتعددة، ووضع تصور لضبط استخدام المواقع، والمبادرة بالمعلومات الوقائية، التي تعد بناء على اتجاهات "التنقيب على المعلومات عبر الإنترنت Web Mining لدى الجمهور، وتوفير نظام معلوماتي يمتلك القدرة على رصد الشائعات في توقيت مبكر لحظة إطلاقها من خلال "نقاط رصد Monitor Nodes" على تلك المواقع، على أن تكون عملية تداول المعلومات الصحيحة للرد على هذه الشائعات من خلال منظومة المنصات المتعددة Multi-Platforms التي تمتلك القدرة على الوصول بالمعلومة لكل فئات الجمهور، وتم استخدام منهج المسح في جمع البيانات واختيار العينة. وتم تطبيق الدراسة على عينة قدرها 400 أربعمئة مبحوثا (50 خمسون مبحوثا من الخبراء الذين لهم صلة ودراية معرفية ومعلومات كافية في مجال البحث، و50 مبحوثا من الإناث)، و300 مبحوثا من الذكور من الجمهور العام المستخدمين لمواقع للتواصل الاجتماعي من المجتمع السعودي، وتوصلت الدراسة إلى أن تطبيق واتس آب WhatsApp الذي يستخدم للتواصل عبر الهواتف الذكية هو الأكثر استخداما لدى عينة الدراسة؛ ومتوسط استخدامه (دائما)، يليه في الترتيب موقع التواصل الاجتماعي لتطبيق تويتر Twitter، وكذلك يتضح أن أول هذه الأهداف وأكثرها انتشارا لدى عينة الدراسة هو التواصل والحديث مع الأصدقاء Chatting، وتبين أن التفقه في الدين والحصول على المعلومات الدينية هو المجال الأول الذي يهتم به المستخدمون للإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي.

وتناولت دراسة (السنوسي، 2016) حول "عندما يصبح الإعلام شريكا في صناعة الأزمات الإرهابية: محاولة قراءة سيميائية للدور الذي يمكن أن يضطلع به الإعلام الموجه في إشعال فتيل الأزمات، وتقديم قراءة سيميائية لعينة من اللافتات المنشورة عبر المواقع الاجتماعية، والوصول إلى مدى صدقية الحديث عن افتعال أزمة، عندما نتحدث عن حادثة جريدة "تشارلي إيبدو"، وعن ملامح الدور الفعلي الذي يلعبه الإعلام الجديد في صناعة الأزمات الإرهابية. وخلصت الدراسة إلى أن حملة "أنا تشارلي"، وكذلك الحملة المضادة "أنا لست تشارلي"، هما حملتين موجهتين إلى الرأي العام العالمي. أما من ناحية هدف الحملة الأولى، فيتمثل في التنديد بما حدث للصحيفة الفرنسية الساخرة يوم ٧ يناير 2015، مع محاولة تبرأتها من تهمة الاستخفاف بالدين/ الأديان. أما الحملة الثانية فيمكن اعتبارها ردة فعل منظمة، حول الحملة الأولى، هدفها إجهاد الدعائم التي استندت عليها.

وفي هذا سياق، هدفت دراسة (لداغر، 2016) إلى معرفة دور الإعلام الجديد في تشكيل معارف واتجاهات الشباب الجامعي السعودي نحو ظاهرة الإرهاب على شبكة الانترنت، وذلك بالتطبيق على ثلاثة جامعات في المملكة العربية السعودية هي (جامعة الإمام بالرياض، الملك عبد العزيز بجده، الملك خالد بأبها) وعلى عينة عمدية بلغت نحو 420 مفردة، وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: ساهمت وسائل الإعلام الجديد إلى حد ما في معرفتهم بمخاطر الإرهاب بنسبة بلغت (12.14) وهو ما يعني أن النسبة الأغلب من المبحوثين أكدت أنها ساهمت في معرفتهم بمخاطر الإرهاب وإيجابية شبكات التواصل الاجتماعي، حيث ساهمت في رفض طلاب الجامعات السعودية وزيادة مشاعرهم ضد الإرهاب وأعمال العنف والتطرف بنسبة بلغت (58.34)، بينما جاءت المساهمة إلى حد ما بنسبة (32,62)، بما يعني أنها ساهمت في وجود حالة رفض عام لدى طلاب الجامعات السعودية للظاهرة وتداعياتها.

كما خلصت دراسة (رضا، 2015) حول "الإعلام الإلكتروني المتطرف وسبل مواجهته: تنظيم داعش نموذجا، إلى أن الشبكة الإلكترونية توفر للمتطرفين والمتشددون أدوات فعالة لنشر الكراهية والعنف والتجنيد الأفراد، وإعدادهم للتحرك والقيام بالأعمال الإرهابية، مما أدى إلى إنشاء جماعات في الفضاء الإلكتروني من شأنها تشجيع التطرف على الصعيد العالمي، وعلى مستوى طرق مواجهته كان زيادة الوعي لدى أفراد المجتمع أهم الطرق لمكافحة الإرهاب والفكر المتطرف.

وهدفت دراسة (الشرقاوي، 2014) حول: "جدلية العلاقة بين الاعلام الجديد والممارسات الإرهابية، إلى التعرف على اتجاهات المتخصصين من الإعلاميين سواء من الممارسين أو الأكاديميين نحو فرض الرقابة الأمنية على مواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى التعرف على آليات توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في التغلب على الممارسات

الإرهابية. وطبقت الدراسة على العاملين بوزارات الداخلية والمواقع الأمنية والأكاديميين والعاملين في الحقل الإعلامي، وخلصت نتائج الدراسة إلى اعتماد 100% من إجمالي عينة الدراسة من المنتمين إلى المؤسسات الأمنية على السبل الأمنية متمثلة في فرض الرقابة الصارمة على مواقع التواصل الاجتماعي كأحد أهم سبل مكافحة الممارسات الإرهابية، يليه متابعة هذه المواقع وإغلاقها أولاً بأول، وعلى الجانب الآخر اعتمد كل من الباحثين والأكاديميين والعاملين في الحقل الإعلامي على السبل الوقائية والتوعوية في التغلب على الممارسات الإرهابية، وفي مقدمة هذه السبل؛ إطلاق مواقع أمنية على وسائل التواصل الاجتماعي لمواجهة مواقع الجماعات الإرهابية ودحض الأكاذيب التي تنشرها، يليه زيادة وعي الشباب بخطورة تعرضهم لمثل هذه المواقع، وإطلاق مواقع لتوضيح صحيح الدين على مواقع التواصل الاجتماعي حيث تختبئ هذه الجماعات تحت عباءة الدين، وأخيراً متابعة هذه المواقع وإغلاقها أولاً بأول، وأوصت الباحثة بضرورة توافر بنية ديمقراطية تتحرك فيها وسائل الإعلام بحرية دون قيود أو عوائق مؤسسية من منطلق الشعور بالمسئولية تجاه الوطن والمواطنين، وإعداد كوادر مؤهلة تأهيلاً إعلامياً، وإطلاق مواقع دينية، والبحث عن سبل لمكافحة الجرائم الإرهابية التي تتم عبر وسائل الاتصال الاجتماعي بعيداً عن فرض الرقابة على هذه المواقع.

وكشفت دراسة (Amble, 2012) حول: "مكافحة الإرهاب في البيئة الإعلامية الجديدة عن دور وسائل الإعلام الجديدة في توفر أدوات فريدة لوكالات الاستخبارات، لمواجهة الإرهاب، فضلاً عن استغلال الحكومات لهذه الأدوات في مواجهتها مع الجهاديين. كما سلطت دراسة (عبدالمحسن، 2010)، الضوء على أهمية التخطيط الإعلامي في مواجهة جرائم الإرهاب، وتسليط الضوء على أشكال الإرهاب عبر تكنولوجيا الإعلام الجديد والرسائل التي تبثها وسائل الإعلام الغربية والتي تصور العرب والمسلمين كإرهابيين من خلال تركيزها على جوانب إيديولوجية سلبية، مما ترسخ في الأذهان صوراً وأفكاراً سلبية عن العرب.

وسعت دراسة (زرمان ونريمان، 2016) حول "الإرهاب والإعلام من التقليدي إلى الجديد، إلى معرفة العلاقة بين الإرهاب والإعلام. وخلصت النتائج إلى أن مسؤولية الإعلام تتجلى في قول الحقيقة، في حين أنه يبقى من الصعب إيجاد الحقيقة الكاملة حول عملية إرهابية محددة أو غيرها من الأحداث في وقت تنتشعب فيه المعلومات وتتضارب فيه الرسائل.

التعليق على الدراسات السابقة وحدود الاستفادة منها:

1. يلاحظ من عرض وتحليل الدراسات السابقة قلة الدراسات العربية بالقياس إلى الدراسات الأجنبية التي اهتمت بالتعرف على طرق وآليات الإعلام الرقمي في مكافحة الإرهاب،

1. ويؤشر ذلك على عدم الاهتمام بالتعرف على آليات توظيف الإعلام الجديد في الحرب على الإرهاب.
 2. انصب اهتمام الدراسات السابقة على طرق استخدام المنظمات الإرهابية لمواقع التواصل الاجتماعي Social Media بشكل عام أو كدراسة حالة كما هو الحال مع استخدام تنظيم الدولة الإسلامية (داعش) لتلك الوسائل.
 3. كشف تحليل الدراسات العلمية عن أهمية المنصات الإلكترونية للجماعات الإرهابية بداية من المواقع الإلكترونية Online Websites إلى منصات الإعلام الاجتماعي، وقد قدمت الدراسات مجموعة من التدابير المقترحة لمكافحة الإرهاب على المنصات الإلكترونية الاجتماعية.
 4. تجاهلت الدراسات السابقة ضرورة وضع إطار عملي يكون بمثابة مرشد عام للجمهور أثناء استخدامه وتردده على مواقع الإعلام الجديد، وافتقدت الدراسات السابقة لوجود رؤية شاملة لاستخدام الإعلام الجديد وفق مدلولها الديمقراطي والاتصالي.
 5. بالإضافة إلى كل ما سبق فقد تم الاستفادة من الأطر المنهجية والنظرية للدراسات السابقة، وأدوات وأساليب القياس والتقييم والتحليل والتفسير وطرق عرض النتائج.
- الأطر النظرية المفسرة لآليات توظيف الإعلام الجديد في محاربة الإرهاب:**

أولاً: مدخل الاعتماد على الإعلام الجديد:

يرى نموذج الاعتماد على وسائل الإعلام Media Dependency أن اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام يتحدد في إطار النظم الاجتماعية السائدة وطبيعة العلاقات السائدة بين هذه النظم ووسائل الإعلام والجماهير (Culbertson & STEMPEL III, 1986). وقد حدد Severin & Tankard, (1997) أسباب اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات وفهم ومعرفة ما يدور في البيئة المحيطة بهم، مما يؤدي إلى خلق الوعي الكافي في كيفية التعامل مع المواقف الطارئة. وتقوم فرضية هذه النظرية على مدى تأثير درجة استقرار النظام الاجتماعي وتوازنه على زيادة أو قلة درجة الاعتماد على معلومات وسائل الإعلام، وكلما زادت درجة عدم الاستقرار في المجتمع كلما زاد اعتماد الجماهير على وسائل الإعلام (Ball-Rokeach & DeFleur, 1976).

في هذا السياق، يوضح (COOPER, 2001) أن الاجتياح المستمر للتكنولوجيا يجعل الجماعات الإرهابية تقوم بطرق أحدث وأكثر كفاءة لإثارة الخوف والرعب بين الجماهير. وقد سلط التقرير الأوروبي لعام 2012 حول الوضع السنوي للإرهاب الضوء على أهمية الإنترنت، بيد أنها أصبحت من وسائل الاتصال الرئيسية للجماعات المتطرفة، فضلا عن استخدامها للدعاية والتجنيد وجمع التبرعات والتخطيط لاستخدامها في الهجمات السيبرانية على البنية التحتية في دول الاتحاد الأوروبي (Pantucci, 2011).

ولا شك أن الإرهاب يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالإعلام، ومع ظهور وانتشار الإعلام الجديد ومنصاته المتعددة من الشبكات الاجتماعية لم تتأخر الجماعات الإرهابية المختلفة وعلى رأسها القاعدة وداعش في الاستغلال الأمثل لوسائل الإعلام الجديد لتحقيق أهدافها والوصول إلى الجماهير المختلفة. وقد ظهر التنافس والتكامل بين الإنترنت والإرهاب بشكل جلي وواضح بعد أحداث 11 سبتمبر 2001م، وانتقلت المواجهة ضد الإرهاب من المواجهة الميدانية المباشرة إلى المواجهة على الفضاء الإلكتروني، حيث أصبح الإنترنت من أشد وأخطر الأسلحة التي توظف في العصر الحالي من المنظمات والجماعات الإرهابية. استخدم الإرهابيون الإنترنت في معركتهم على عدة محاور أهمها: أن تصبح الإنترنت عاملاً مساعداً للعمل الإرهابي التقليدي، وذلك بتوفير المعلومات المهمة والضرورية عن الأماكن الحساسة والمستهدفة أو كوسيط في عملية التنفيذ. ثانياً: استغلال تأثير الإنترنت النفسي من خلال التحريض على بث الكراهية والحقد وحرب الأفكار. ثالثاً: أنها تعطي صورة رقمية دقيقة من خلال استخدام آلياتها الجديدة في معارك تدار في الفضاء الإلكتروني والتي لا يقتصر تأثيرها على بعدها الرقمي بل تتعداه لتحقيق أهداف أخرى (قراط، 2017). كما استخدمت داعش الإنترنت في التنسيق عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وتجنيد أتباع جدد ونشر الأفكار والمعتقدات المتطرفة، واستخدام الشبكة كساحة افتراضية للتدريب والحصول على الدعم المادي والمعنوي (عبدالصبور، 2014). علاوة على ذلك، تستخدم المنظمات الإرهابية منصات التواصل الاجتماعي المختلفة من أجل تجنيد الأشخاص، وتدريب الأعضاء، والتواصل مع أتباعهم والجهات المانحة، وتحديث أنشطتهم، التي يمكن اعتبارها إرهاباً غير تقليدياً (Unconventional Terrorism)*.

في هذا السياق، لا يمكن للإرهاب أن يكتسب أهمية إلا إذا اكتسب معنى ودلالة على مستوى الإعلام (Christoph, 2015). ويكون مسؤولاً عن حالة الذعر التي تصيب الناس في المجتمع (Jackob, 2007)، وهذا الخوف يعزز التدابير الاحترازية (Lerner et al., 2003). وبالتالي، من الضروري مناقشة مفهوم الإرهاب، في ظل صعوبة وضع تعريف شامل للإرهاب، ويقدم كلارك (2009) الأساس المنطقي لذلك، ويذكر أن الأيديولوجية تقع في قلب أي مجموعة إرهابية، سواء كانت سياسية أو دينية أو عرقية، وأن فهم أيديولوجية الجماعة هو أساس فهم أهداف الجماعة والتنبؤ بسلوكها". وأكد الباحث على أهمية التركيز على الدوافع التي تكمن وراء الهجمات الإرهابية، وضرورة التحلي عن وضع تعريف عالمي للإرهاب (Clarke, 2009).

(*) يشمل الإرهاب غير التقليدي قطع رأس الرهائن، واستخدام الأسلحة غير التقليدية والتكنولوجية، والتفجير الانتحاري لمراكز الشرطة، ومعسكرات قوات الأمن، واستخدام البنى التحتية الحيلة والموارد الطبيعية، والإرهاب السيبراني، الخ.

وكشفت إحدى الدراسات عن أن معظم الهجمات الإرهابية التي يتبناها تنظيم الدولة الإسلامية تتم من خلال التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وأن الإرهابيين يتواصلون مع تنظيم الدولة الإسلامية من خلال وسائل التواصل الاجتماعي قبل الحوادث (Burke, 2016). وبالتالي، يبدو أن هناك علاقة وثيقة بين وسائل الإعلام الاجتماعية والمنظمات الإرهابية وأعمالهم الإرهابية. وفي سياق رصد استخدامات الجماعات الإرهابية للمواقع ومنصات التواصل الاجتماعي، قدم تقرير صادر عن شبكة بي بي سي قائمة من استخدامات الجماعات الإرهابية لموقع فيس بوك والتي تشمل ما يلي (Monitoring, 2015):

- مشاركة المعلومات التشغيلية والتكتيكية، مثل طريقة صناعة القنابل، وصيانة الأسلحة واستخدامها، وإطلاق النار التكتيكي، إلخ.
- بوابة إلى المواقع المتطرفة والمحتوى الراديكالي الآخر عبر الإنترنت.
- منفذ إعلامي للدعاية الإرهابية والرسائل الإيديولوجية المتطرفة.
- الحصول على معلومات الاستطلاع عن بعد لأغراض الاستهداف.

ثانياً: نظرية تحليل شبكات التواصل الاجتماعي Social Networks Analysis Theory
في دراسة العنف السياسي والإرهاب:

تناولت دراسات محاربة الأنشطة الإرهابية في جميع أنحاء العالم تطور مختلف المناهج لتحليل الجماعات والشبكات الإرهابية على الإنترنت، وأظهرت نتائج الأبحاث أن تحليل الشبكة الاجتماعية يُعد أكثر الطرق فعالية للتنبؤ بأنسب طرق مكافحة الإرهاب على الشبكات الاجتماعية. في عام 2003، نشرت دراسة حول منتدى إلكتروني متطرف أطلق عليه اسم "صدى الجهاد"، حيث دعا أسامة بن لادن المتعاطفين لاتخاذ إجراءات دون انتظار تعليمات منه. في عام 2006، انتشر منشور لأحد أعضاء تنظيم القاعدة وهو أبو جهاد المصري حول "كيفية القتال بمفردك" على نطاق واسع في المنتديات الجهادية، وهو بإيجاز استراتيجية للصراع العالمي تتخذ شكل مقاومة من قبل خلايا صغيرة أو أفراد تحافظ على الروابط التنظيمية بينها (Masaon, 2012).

إن تحليل الشبكات الاجتماعية (SNA) Social Networks Analysis، هو تطبيق نظرية الشبكة لتحليل الشبكات الاجتماعية على أساس العلاقات الاتصالية والاجتماعية. وهذه الشبكة تتألف من العقد (الجهات الفاعلة والأشخاص والمنظمات وغيرها) داخل الشبكة والروابط التي تمثل العلاقات (الصدقة، القرابة، المحادثة، المعاملات المالية، إلخ) بين العقد. وقد تكون العلاقات الاجتماعية في شكل شبكات اجتماعية غير متصلة بالإنترنت في العالم الحقيقي (مثل الصدقة، والأقارب، والاتصالات، والمعاملات، إلخ) أو قد تكون شبكات اجتماعية على الإنترنت (مثل Facebook و Twitter وما إلى ذلك). وقد أصبحت

الدراسات القائمة على تحليل الشبكات الاجتماعية في مكافحة الإرهاب لها شعبية بعد هجمات 11 سبتمبر. وتم استخدام تحليل الشبكات الاجتماعية على نطاق واسع من قبل وكالات الاستخبارات لفهم هيكل الشبكات الإرهابية ووضع استراتيجيات لتعطيلها من خلال التعرف على القادة وأنماط العمل الخفية في الشبكات الإرهابية. تتمثل بعض التطبيقات الشائعة لتحليل الشبكات الاجتماعية في مكافحة الإرهاب في تحديد هوية اللاعبين، واكتشاف المجتمع، وتحليل الارتباط (العلاقة) بين أطرافها، فضلا عن اكتشاف وتحليل الشبكة الديناميكية بداخلها (Choudhary & Singh, 2015).

ويرجع استخدام تحليل الشبكات الاجتماعية في دراسة العنف السياسي في السنوات الأخيرة إلى العديد من التطورات المفاهيمية والمنهجية. الأول هو الاعتراف المتزايد داخل المجتمع الأكاديمي بالعلاقة المهمة بين الهيكل الديناميكي (الاجتماعي) للجماعة الإرهابية، ودوافع وسلوكيات أعضائها (Hellmich, 2008). ومنذ وقت قريب كانت دراسة العنف السياسي تميل إلى إهمال هذا البعد الخاص بالجماعات العنيفة، حيث ركزت على عنصرين رئيسيين: الفرد والمنظمة. وقام كثير من الباحثين الذين استخدموا المنهج الأول بدراسة الميول النفسية والاجتماعية من أجل فهم سلوكيات أعضاء الجماعات الإرهابية وتحليل دوافعهم (Victoroff, 2005). بينما استخدم علماء المنهج الثاني النظريات التنظيمية لشرح القرارات الإستراتيجية والتكتيكية لقادة التنظيم الإرهابي (Enders & Sandler, 2005). ومع ذلك، فقد أسفرت ثلاثة عقود من البحث عن إجابات غير مقنعة تتعلق بملفات الإرهابيين، وملاحظة زيادة الهجمات العنيفة في السنوات الأخيرة لم ترتكبها المنظمات شبه العسكرية الهرمية، ولكن من قبل منظمات صغيرة.

في هذا الإطار، زاد اهتمام الباحثين بدراسة العلاقات بين الإعلام الجديد وتحول انتباههم إلى استكشاف نوعية وشدة العلاقات بين أعضاء الجماعات الإرهابية، ومدى ارتباط طبيعتها المتعددة الوظائف بتطرف الجماعة، وظهور الهوية المشتركة والالتزام الأيديولوجي، والمشاركة في الأنشطة العنيفة (Pedahzur & Perliger, 2006). ويمكن للنظريات التي تركز على تحديد ملامح الإرهابيين - تحديد الأفراد الذين يُحتمل أن يشاركوا في الأنشطة الإرهابية - الاستفادة من تحليل الشبكات الاجتماعية من أجل إضافة بعد اجتماعي إلى الصورة الأساسية من خلال النظر في أنماط تفاعلهم الاجتماعي، وكذلك عن طريق التمييز بين الأدوار المختلفة داخل الشبكة. أخيرًا، يمكن لنظريات مكافحة الإرهاب التي تستند إلى تحليل الشبكات الاجتماعية أن تجسد هياكل المجموعة الأكثر تعرضًا للخطر، وكيف يمكن زعزعة استقرار الشبكات، والجهات الفاعلة في الجماعات، وكيف يمكن إحباط عملية التطرف وتحديد مسارات موقع التجنيد وتوفير إشارات الإنذار المبكر لتسهيل اعتراض الخطط الإرهابية وتعطيلها (Perliger & Pedahzur, 2011).

طرق وأساليب مكافحة دعاية الجماعات الإرهابية:

تعددت طرق وأساليب مكافحة الإرهاب من خلال الإعلام الجديد، في هذا السياق أكد الباحث (Gartenstein-Ross, 2015) على أهمية إنشاء وحدة صغيرة وسريعة لدحض دعاية الجماعات الإرهابية، بالإضافة إلى أهمية تحليل الاتصال الإرهابي عبر الإنترنت الذي يمكن أن يقدم كثير من المعلومات حول طريقة تفكير الإرهابيين ودوافعهم وخططهم ومخاوفهم، وأهمية فرض رقابة صارمة على المحتوى المتطرف ومحاربة استراتيجيات الاتصال الإرهابي بمزيج من الوسائل التقنية ومنها القرصنة Hacking، ووسائل مكافحة الدعاية النفسية بشكل خاص (Weimann Psychological Antipropaganda Means & Jost, 2015).

على النقيض، يشير حسين وسلطان في دراستهم عام 2014 إلى أن الرقابة العامة يمكن أن تؤدي فعلياً إلى نتائج عكسية، ويقترحان تدابير إيجابية مثل زيادة إنتاج المحتوى المعتدل بهدف دحض الفكر والمحتوى المتطرف (Hussain & Saltman, 2014). ويرى وايمان أن مجتمع الأمن والحكومات والباحثين يقومون بدورٍ قوي في مكافحة الإرهاب، حيث تقوم الأجهزة الأمنية بضبط استراتيجيات مكافحة الإرهاب على المنصات الجديدة، وتطبيق أنواع جديدة من التدابير التي تشتمل على جمع المعلومات الاستخباراتية، وتدريب ضباط تنفيذ القانون المتخصصين في المجال السيبراني (Weimann & Jost, 2015).

بالإضافة إلى ما سبق، أعلنت شبكة المتسللين Anonymous الحرب الافتراضية على داعش بعد سلسلة الهجمات الإرهابية في باريس عام 2015، وكرس المتسللون أنفسهم في جميع أنحاء العالم لمحاربة داعش على الشبكات الاجتماعية (Reuter et al., 2017). ويضيف غارتنشتاين-روس أن النقطة الضعيفة في داعش هي مصداقيتها، ويمكن إيقاف استراتيجيات التواصل الإرهابي بـ (القرصنة) ومكافحة الدعاية النفسية (Gartenstein-Ross, 2015). ويضيف الباحث أن مواجهة الجماعات الإرهابية التي تعتمد على السخرية والنهك من أفعال وشخصيات الجماعات الإرهابية هي الأسوأ بالنسبة لداعش، خاصة إن كثير من ردود أفعال ممثلي داعش على التغريدات الساخرة عدوانية وتحتوي على تهديدات بالعنف. كما أظهر غالبية المسلمين في العالم الغربي رفضهم عبر تويتر للانضمام إلى الحرب المقدسة Holy war، والاستناد إلى أدلة من القرآن، حيث قاموا بدحض حجج تنظيم داعش (Reuter et al., 2017).

إن زيادة الوعي بين الناس هي أنسب الطرق التي يمكن للحكومات من خلالها تحصين أفراد المجتمع من الفكر المتطرف ومكافحة الإرهاب على وسائل التواصل الاجتماعي. ومن هنا تبدو الحاجة ملحة لسن قانون بشأن الإرهاب على وسائل التواصل الاجتماعي، ففي الدول الغربية أقرت الولايات المتحدة الأمريكية "قانون مكافحة الإرهاب لاستخدام وسائل التواصل

الاجتماعي لعام 2016، وقانون التحقيق في المملكة المتحدة عام (2016) في الحرب على الإرهاب. وإلى جانب القوانين، تحتاج البلدان العربية إلى الحرية في التعبير والحق في الحفاظ على الخصوصية وحمايتها، وهي واحدة من القضايا الحيوية من أجل دعم حقوق الإنسان.

تساؤلات الدراسة:

تطرح الدراسة تساؤلاً رئيسياً، مفاده: ما آليات الإعلام الجديد في مواجهة الإرهاب والفكر المتطرف كما تراها النخبة الإعلامية المصرية؟، ويتفرع من هذا التساؤل الرئيس مجموعة من التساؤلات الفرعية، على النحو الآتي:

- ما تصورات وتقييمات النخبة المصرية عينة الدراسة لدور منصات الإعلام الجديد في نشر الإرهاب والفكر المتطرف وحدود إدراكها لهذا الدور؟
- كيف ترى النخبة الإعلامية استخدامات المنظمات الإرهابية للمنصات الإلكترونية، وحدود إدراكها لهذا الاستخدام؟
- ما رؤية النخبة الإعلامية المصرية لدوافع استخدام المنظمات الإرهابية لوسائل الإعلام الجديد؟
- ما تصورات وتقييمات النخبة الإعلامية عينة الدراسة لترتيب المنصات الإلكترونية التي تستخدمها المنظمات الإرهابية؟
- كيف ترى النخبة الإعلامية آليات الإعلام الجديد المؤثرة في الحرب على الإرهاب وجماعات الفكر المتطرف؟
- هل تثق النخبة الإعلامية المصرية في تأثير آليات الإعلام الجديد في الحرب على الإرهاب، وما ملامح هذا التأثير؟
- ما رؤية النخبة الإعلامية واقتراحاتها للضوابط الأخلاقية والقانونية المنظمة للإعلام الجديد للتعامل مع الجماعات الإرهابية والفكر المتطرف؟

فروض الدراسة:

ترمي الدراسة إلى اختبار العلاقة بين ثقة النخبة الإعلامية في الإعلام الجديد ورؤيتهم لآلياته في الحرب على الإرهاب، ولقياس هذه العلاقة تحاول الدراسة اختبار وقياس صحة الفروض التالية:

- الفرض الأول:** لا توجد علاقة بين تصورات النخبة الإعلامية نحو الثقة في الإعلام الجديد ورؤيتهم لتأثير آلية التربية الإعلامية الرقمية لأفراد المجتمع في الحرب على الإرهاب.
- الفرض الثاني:** توجد علاقة بين تصورات النخبة الإعلامية نحو الثقة في الإعلام الجديد ورؤيتهم لتأثير آلية غلق المواقع والحسابات الإرهابية والفرصنة للهواة والمتطوعين على مواقع الجماعات الإرهابية.

الفرض الثالث: لا توجد علاقة بين تصورات النخبة الإعلامية نحو الثقة في الإعلام الجديد ورؤيتهم لتأثير آلية تحليل الشبكات الاجتماعية للجماعات الإرهابية في الحرب على مواقع الجماعات الإرهابية.

الفرض الرابع: لا توجد علاقة بين تصورات النخبة الإعلامية نحو الثقة في الإعلام الجديد ورؤيتهم لتأثير آلية وجود وحدات ذكية في التعامل مع الجماعات الإرهابية والمحتوى المتطرف.

الفرض الخامس: توجد علاقة بين تصورات النخبة الإعلامية نحو الثقة في الإعلام الجديد ورؤيتهم لتأثير آلية إنشاء مواقع وحسابات إلكترونية تقدم رسالة إعلامية ودينية في محاربة الإرهاب.

التعريفات الإجرائية للدراسة:

- **الإرهاب Terrorism:** ويقصد به إجرائياً التنظيمات والجماعات الإرهابية المتطرفة أيديولوجياً التي تُقدم على ارتكاب أعمال عنف ضد المدنيين والأبرياء المختلفين معهم في معتقداتهم الأيديولوجية والفكرية.

- **الإعلام الجديد New Media:** ويقصد به إجرائياً في هذه الدراسة منصات الإعلام الإلكتروني الجديد التي يتم توظيفها في انتشار الإرهاب أيديولوجيته من ناحية، ومكافحة الإرهاب والجماعات المتطرفة من ناحية أخرى.

- **النخبة الإعلامية Media Elite:** يقصد بالنخبة إجرائياً في هذه الدراسة طليعة المجتمع وأكثر أفرادها دراية بالمستجدات التكنولوجية والمعلوماتية والاتصالية، وأكثرها تعرضاً لمناقشة القضايا الجدلية التي تفرزها تكنولوجيا الاتصال والإعلام الجديد، وبالتالي فهي تُعد أهم الشرائح المجتمعية قدرة على رصد وتقييم توظيف واستخدام آليات الإعلام الجديد في محاربة الإرهاب وجماعات الفكر المتطرف.

الإطار المنهجي للدراسة:

نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة، أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد أو دراسة الحقائق الراهنة والمتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الأوضاع، وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها دون الدخول في أسبابها أو الحكم فيها، وذلك بغض النظر عن وجود أو عدم وجود فروض محددة مسبقاً (حسين، 1996). وتسعى الدراسة الحالية إلى تقديم رؤية علمية لآليات استخدام منصات ووسائل الإعلام الجديد في التصدي للجماعات الإرهابية من وجهة نظر النخبة الإعلامية.

منهج الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح Survey والذي يستهدف تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها وعن عناصرها من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات ومصدرها وطرق الحصول عليها (عبد الحميد، 1997). ويعد منهج المسح جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة من الظواهر موضوع البحث ولفترة زمنية كافية للدراسة (حسن، 1980)، حيث تقوم الباحثة في هذه الدراسة بإجراء مسح على عينة من النخبة الإعلامية للوقوف على رؤيتهم لآليات استخدام منصات ووسائل الإعلام الجديد في محاربة الفكر المتطرف والجماعات الإرهابية. والوصول إلى نتائج يسترشد بها العاملون في الإعلام الجديد ومؤسسات الدولة في مواجهة جماعات الإرهاب والفكر المتطرف على الإنترنت ومنصاتها الإعلامية المتعددة.

مجتمع الدراسة والعينة:

اعتمدت الدراسة على العينة العمدية Purposive Sample التي تنتمي للعينات غير الاحتمالية، وقد تم اختيار العينة وفقاً لبعض الشروط والمعايير الموضوعية التي حددتها الباحثة لتلائم مجتمع وطبيعة الدراسة، ووفق هذا النوع، اشترطت الباحثة توافر سمات أساسية لاختيار المبحوثين وهي عمل النخبة المصرية في الصحف الإلكترونية ووسائل الإعلام الجديد، وطبقت الدراسة على عينة عمدية قوامها (200 مفردة) من النخبة الإعلامية المصرية تمثل مجتمع الدراسة، وحصلت منها الباحثة على (168) استمارة صالحة للتحليل الإحصائي.

أدوات جمع البيانات:

ستعتمد الدراسة على تصميم الأدوات التالية:

- أداة الاستبيان: وهو أحد أدوات جمع البيانات التي تستند الدراسة عليها في الحصول على معلومات علمية مقننة من المبحوثين في إطار الموضوع الأساسي للدراسة، وقد تم تطبيقه بمستوييه: الاستقصاء بالمقابلة والاستقصاء الإلكتروني لجمع البيانات المتعلقة برؤية النخبة المصرية لآليات استخدام منصات ووسائل الإعلام الجديد في التصدي للجماعات الإرهابية ومكافحة الفكر المتطرف من وجهة نظر النخبة الإعلامية.
- ولحساب صدق الاستبيان تم عرضه على مجموعة من المحكمين (***) ذوي التخصصات العلمية المختلفة في مجال الإعلام ومناهج البحث، وفي ضوء

(**) السادة المحكمون هم:

- أ.د/ حسني نصر : أستاذ الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة ورئيس قسم الإعلام بجامعة السلطان قابوس.

- الملاحظات التي أبدأها المحكمون تم تعديل بعض العبارات وحذف بعضها، والتي لم تحظ على درجة قبول 90%.
- ولحساب الثبات تم إعادة التطبيق وملء (10) استمارات من المبحوثين بعد أسبوعين من التطبيق الأول وكانت نسبة الثبات (94%).
- **المعالجات الإحصائية المستخدمة:**
- بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية بعد تطبيق استمارة محكمة تضمنت 16 سؤالاً حول تصورات النخبة الإعلامية لآليات استخدام منصات ووسائل الإعلام الجديد في التصدي للجماعات الإرهابية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (Spss) Statistical Package for the Social Science. نسخة (25)، وقد تم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية المناسبة في تحليل بيانات الدراسة، وقد تم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة:
- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
 - الجداول ثنائية المتغير.
 - المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية Averages and Standard Deviations.
 - مقياس ليكرت Likert الثلاثي والخماسي لقياس اتجاهات المبحوثين من النخبة المصرية تجاه آليات استخدام منصات ووسائل الإعلام الجديد في التصدي للجماعات الإرهابية من وجهة نظر النخبة الإعلامية.
 - معامل التوافق (Contingency Coefficient) الذي يقيس شدة العلاقة بين متغيرين اسميين في جدول أكثر من 2×2 واعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من 0.30 ومتوسطة إذا تراوحت بين 0.30-0.70 وقوية إذا زادت عن 0.70.
 - اختبار كاي (Chi Square Test) 2ا لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (Nominal).

- أ.د/ محرز حسين غالي : أستاذ الصحافة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة.

- أ.د/محمد حسام الدين : أستاذ الصحافة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة.

نتائج البحث: تعرض الباحثة أهم النتائج التي خرجت بها الدراسة في محورين أساسيين، هما:
أولاً: السمات الديمغرافية للمبحوثين:

1. يوضح الجدول التالي توزيع العينة وفقاً لمتغيرات الدراسة:

جدول رقم (1) يوضح خصائص العينة وتوزيعها وفقاً لمتغيرات البحث

المتغير	المستويات	التكرار	%
النوع	ذكر	112	66.7
	أنثى	56	33.3
العمر	من 20 إلى 29 عاماً	15	8.9
	من 30 إلى 39 عاماً	48	28.6
	من 40 إلى 49 عاماً	63	37.5
	من 50 إلى 59 عاماً	34	20.2
	60 فأكثر	8	4.8
المؤهل التعليمي	مؤهل جامعي	108	64.3
	ماجستير	43	25.6
	دكتوراه	17	10.1
الإجمالي		168	100

- المحور الأول: نتائج عامة للدراسة:

2. النتائج المتعلقة بتقييم النخبة المصرية لدور منصات الإعلام الجديد في نشر الإرهاب والفكر المتطرف:

جدول رقم (2) يوضح تقييم النخبة الإعلامية المصرية لدور منصات الإعلام الجديد في نشر الإرهاب والفكر المتطرف

درجة الموافقة	ك	%
أوافق	119	70.8
أوافق إلى حد ما	49	29.2
الإجمالي	168	100

أسفرت نتائج الجدول السابق عن موافقة النخبة الإعلامية المصرية على دور منصات الإعلام الجديد في نشر الإرهاب والفكر المتطرف بنسبة (70.8) من إجمالي المبحوثين، وجاءت موافقتهم إلى حد ما بنسبة (29.2%)، ويلاحظ من مؤشرات النتائج السابقة أن جميع النخبة الإعلامية وافقت على دور منصات الإعلام الجديد في نشر الإرهاب والفكر المتطرف بنسبة (100%)، مما يؤشر ذلك على خطورة المنصات الإلكترونية كوسائل لدعم المنظمات الإرهابية، وضرورة البحث عن آليات للتصدي لها على المنصات الإلكترونية.

3. رؤية النخبة الإعلامية لأهم استخدامات المنظمات الإرهابية للمنصات الإلكترونية:
جدول رقم (3) يوضح أهم استخدامات المنظمات الإرهابية للمنصات الإلكترونية
(اختيار أكثر من بديل)

أهم الاستخدامات	ك	%
الحرب النفسية ونشر الخوف والذعر بين أفراد المجتمع من خلال فيديوهات القتل وقطع الرؤوس	77	25.8
جمع المعلومات والاتصال بين أعضائها	76	25.4
التجنيد للأعضاء الذين يتشاركون معها نفس الأفكار والمعتقدات	55	18.4
التخطيط وتنفيذ الأعمال الإرهابية ضد الأهداف	84	16.1
جمع الأموال والتبرعات من الجمعيات الخيرية	43	14.4
الإجمالي	299	100

تشير بيانات الجدول السابق إلى رؤية النخبة الإعلامية المصرية لأهم استخدامات المنظمات الإرهابية وجماعات الفكر المتطرف لمنصات الإعلام الجديد، حيث جاءت في الترتيب الأول الحرب النفسية ونشر الخوف والذعر بين أفراد المجتمع من خلال فيديوهات القتل وقطع الرؤوس بنسبة (25.8%)، ثم جمع المعلومات والاتصال بين أعضائها بنسبة (25.4%)، تلا ذلك استخدام تلك المنصات في التجنيد للأعضاء الذين يتشاركون مع المنظمات الإرهابية نفس الأفكار والمعتقدات المتطرفة بنسبة (18.4%)، ثم التخطيط وتنفيذ الأعمال الإرهابية ضد الأهداف بنسبة (16.1%)، وفي المرتبة الأخيرة جاء استخدام تلك المنصات في جمع الأموال والتبرعات من الجمعيات الخيرية بنسبة (14.4%).

4. ترتيب المنصات الإلكترونية التي تستخدمها المنظمات الإرهابية تنازلياً:
جدول رقم (4) الأوزان المرجحة لمجموعة من المنصات الإلكترونية التي تستخدمها

المنظمات الإرهابية

المنصات الإلكترونية	الأول		الثاني		الثالث		الرابع		الخامس		السادس		السابع		إجمالي الوزن المرجح	
	ك	وزن (7×)	ك	وزن (6×)	ك	وزن (5×)	ك	وزن (4×)	ك	وزن (3×)	ك	وزن (2×)	ك	وزن (1×)	الوزن %	
تويتر	98	6868	31	186	39	195	0	0	0	0	0	0	0	0	1067	22.9
يوتيوب	39	273	95	570	33	165	1	4	0	0	0	0	0	0	1012	21.7
فيس بوك	0	0	71	426	95	475	1	4	1	3	0	0	0	0	908	19.5
المونيات	0	0	0	0	0	0	97	388	70	210	0	0	1	1	599	12.8
المنتديات	0	0	1	6	1	5	69	276	97	291	0	0	0	0	569	12.2
جوجل بلس	1	7	0	0	0	0	0	0	0	0	105	210	62	62	279	6
سناپشات	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	63	126	105	105	231	5
															4665	100

وللتعرف على رؤية المبحوثين من النخبة الإعلامية حول المنصات الإلكترونية التي تستخدمها المنظمات الإرهابية، طلبت الباحثة منهم ترتيب مجموعة من منصات الإعلام

الجديد من حيث درجة استخدامها من قبل المنظمات والجماعات الإرهابية، وتم استخدام أسلوب الأوزان المرجحة للحصول على تقييم إجمالي لترتيب هذه المنصات الإلكترونية من وجهة نظر العينة، بحيث يحصل الترتيب رقم (1) على أعلى وزن (7)، فيما يحصل الترتيب رقم (7) على أقل وزن (1)، وبالنظر إلي الجدول رقم (4) الذي يوضح الأوزان التي حصلت عليها كل منصة إلكترونية، نجد أن:

- موقع التواصل الاجتماعي (تويتر) حصل على أعلى مرتبة في قائمة المنصات الإلكترونية الأكثر استخدامًا من الجماعات والمنظمات الإرهابية بنسبة (22.9%).
- جاء موقع مشاركة المحتوى المرئي (يوتيوب) في المرتبة الثانية بنسبة (21.7%) من المنصات الإلكترونية الأكثر استخدامًا من الجماعات والمنظمات الإرهابية.
- بينما جاء موقع (فيس بوك) بنسبة (19.5%) في المرتبة الثالثة، يليه المدونات بنسبة (12.8%) في المرتبة الرابعة.
- وفي المرتبة الخامسة جاءت المنتديات الإلكترونية (12.2%)، ثم موقع جوجل بلس بنسبة (6%)، وفي المرتبة الأخيرة جاء موقع سنايشات بنسبة (5%).

5. رؤية عينة الدراسة لدوافع استخدام المنظمات الإرهابية لوسائل الإعلام الجديد:

جدول رقم (5) رؤية عينة الدراسة لدوافع استخدام المنظمات الإرهابية لوسائل الإعلام

الجديد (اختيار أكثر من بديل)

دوافع استخدام المنظمات الإرهابية لوسائل الإعلام الجديد	ك	%
وسيلة للدعاية والحرب النفسية ونشر الأيديولوجيات المتطرفة ضد أفراد المجتمع	154	24.1
الملاحقات الأمنية الميدانية	143	22.4
يسر الاستخدام واختصار الوقت وتجاوز الحدود لجماعات إرهابية تتقاسم الأيديولوجيات نفسها	122	19.1
وسيلة أمنة للتجنيد والحصول على دعم المتعاطفين	85	13.3
وسيلة تعليمية لنشر فيديوهات التدريب على الأسلحة واستخدامها	74	11.6
السرية والتخفي وعدم الكشف عن هوية الإرهابيين	33	5.2
جمع التبرعات والأموال	27	4.2
الإجمالي	638	100

كشفت نتائج الجدول أعلاه حول رؤية النخبة الإعلامية والأكاديمية لدوافع استخدام المنظمات الإرهابية لمنصات الإعلام الجديد عن استحواذ دافع الدعاية والحرب النفسية ونشر الأيديولوجيات المتطرفة ضد أفراد المجتمع على المرتبة الأولى بنسبة (24.1%) من إجمالي دوافع استخدام المنظمات الإرهابية لمنصات الإعلام الجديد، ثم الملاحقات الأمنية الميدانية بنسبة (22.4%) في المرتبة الثانية، تلا ذلك يسر الاستخدام واختصار الوقت وتجاوز الحدود للجماعات الإرهابية التي تتقاسم الأيديولوجيات نفسها بنسبة (19.1%) في المرتبة الثالثة، بينما جاء اعتبارها وسيلة أمنة للتجنيد والحصول على دعم المتعاطفين بنسبة (13.3%) في المرتبة الرابعة، ثم وسيلة تعليمية لنشر فيديوهات التدريب على الأسلحة

وإستخدامها بنسبة (11.6%)، تلا ذلك السرية والتخفي وعدم الكشف عن هوية الإرهابيين بنسبة (5.2%) وفي المرتبة الأخيرة جاء جمع التبرعات والأموال بنسبة (4.2%).
6. رؤية النخبة المصرية لآليات الإعلام الجديد الأكثر تأثيراً في الحرب على الإرهاب وجماعات الفكر المتطرف:

جدول رقم (6) آليات الإعلام الجديد الأكثر تأثيراً في الحرب على الإرهاب وجماعات الفكر المتطرف (اختيار أكثر من بديل)

ك	%	آليات الإعلام الجديد الأكثر تأثيراً في الحرب على الإرهاب وجماعات الفكر المتطرف
95	22.8	آلية التربية الإعلامية الرقمية لأفراد المجتمع
91	21.8	آلية تحليل الشبكات الاجتماعية للجماعات الإرهابية من قبل الباحثين والعاملين بأجهزة الأمن
88	21.1	إنشاء مواقع تقدم رسالة إعلامية ودينية تقوى على مواجهة الإرهاب والفكر الأيديولوجي المتطرف
78	18.7	آلية وجود وحدات ذكية للتعامل السريع مع الجماعات الإرهابية والمحتوى المتطرف
65	15.6	آلية غلق المواقع والحسابات الإرهابية وفرصنة الهوية والمنطوعين على مواقع الجماعات الإرهابية
417	100	الإجمالي

أظهرت نتائج الجدول السابق رؤية النخبة المصرية عينة الدراسة لأهم آليات الإعلام الجديد الأكثر تأثيراً في الحرب على الإرهاب وجماعات الفكر المتطرف، حيث جاءت آلية التربية الإعلامية الرقمية لأفراد المجتمع في المرتبة الأولى بنسبة (22.8%) من إجمالي الآليات، ثم آلية تحليل الشبكات الاجتماعية للجماعات الإرهابية من قبل الباحثين والعاملين بأجهزة الأمن في المرتبة الثانية بنسبة (21.8%)، تلا ذلك آلية إنشاء مواقع تقدم رسالة إعلامية ودينية تقوى على مواجهة الإرهاب والفكر الأيديولوجي المتطرف في المرتبة الثالثة بنسبة (21.1%)، ثم آلية وجود وحدات ذكية للتعامل السريع مع الجماعات الإرهابية والمحتوى المتطرف (18.7%)، تلا ذلك آلية غلق المواقع والحسابات الإرهابية وفرصنة الهوية والمنطوعين على مواقع الجماعات الإرهابية بنسبة (15.6%) في المرتبة الأخيرة.
7. درجة ثقة النخبة في تأثير آليات الإعلام الجديد في الحرب على الإرهاب وجماعات الفكر المتطرف:

جدول رقم (7) ثقة النخبة الإعلامية في تأثير آليات الإعلام الجديد في الحرب على الإرهاب

ثقة النخبة المصرية في تأثير آليات الإعلام الجديد في الحرب على الإرهاب								
الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	لا أثق		أثق إلى حد ما		أثق بشدة	
			ك	%	ك	%	ك	%
أثق بشدة	0.513	1.23	7	4.2	25	14.9	80	136

تكشف نتائج الجدول السابق عن ثقة النخبة الإعلامية بشدة في تأثير آليات الإعلام الجديد في الحرب على الإرهاب بنسبة (80%)، والثقة إلى حد ما بنسبة (14.9%)، ويلاحظ أن درجة ثقة النخبة الإجمالية في تأثير آليات الإعلام الجديد في الحرب على الإرهاب ومنظمات الفكر المتطرف بلغت (94.9%)، كما وقعت قيمة المتوسط المرجح بين القيمة (1 - 1.38)، الأمر

الذي يفسر ثقة النخبة الإعلامية المصرية في تأثير آليات الإعلام الجديد في الحرب على الإرهاب بدرجة كبيرة جدا.

8. دور آلية التربية الإعلامية الرقمية لأفراد المجتمع في التصدي للجماعات الإرهابية والفكر المتطرف من وجهة نظر عينة الدراسة:

جدول رقم (8) دور آلية التربية الإعلامية الرقمية لأفراد المجتمع (اختيار أكثر من بديل)

دور آلية التربية الإعلامية الرقمية	ك	%
تحسين أفراد المجتمع من خلال تعليم مهارات التحليل والتفسير والنقد للمحتوى الإرهابي على الشبكات الاجتماعية	78	28.3
تتيح للفرد المستخدم القدرة على التمييز بين المواقع والحسابات الإلكترونية المفيدة والضارة	67	24.3
بناء الوعي بأساسيات وطرق ومهارات استخدام الشبكات الاجتماعية	54	19.6
تتيح التربية الإعلامية للفرد امتلاك خرائط واضحة Clear Maps تساعده في التجول الإلكتروني	45	16.3
تعاون أفراد المجتمع مع الجهات الأمنية والإبلاغ عن الحسابات الإرهابية	32	11.6
الإجمالي	276	100

تظهر نتائج الجدول السابق حول رؤية النخبة لدور آلية التربية الإعلامية الرقمية لأفراد المجتمع في التصدي للجماعات الإرهابية والفكر المتطرف، حيث جاء تحسين أفراد المجتمع من خلال تعليم مهارات التحليل والتفسير والنقد للمحتوى الإرهابي على الشبكات الاجتماعية في المرتبة الأولى بنسبة (28.3%) من إجمالي الأدوار، ثم جاء دورها في أنها تتيح للفرد المستخدم القدرة على التمييز بين المواقع والحسابات الإلكترونية المفيدة والضارة في المرتبة الثانية بنسبة (24.3%)، تلا ذلك بناء الوعي بأساسيات وطرق ومهارات استخدام الشبكات الاجتماعية بنسبة (19.6%)، ثم تتيح للفرد امتلاك خرائط واضحة Clear Maps تساعده في التجول الإلكتروني بنسبة (16.3%)، وفي المرتبة الأخيرة جاء تعاون أفراد المجتمع مع الجهات الأمنية والإبلاغ عن حسابات الإرهابية بنسبة (11.6%).

9. رؤية النخبة لدور آلية غلق المواقع والحسابات الإرهابية والقرصنة للهواة والمتطوعين على مواقع الجماعات الإرهابية:

جدول رقم (9) دور آلية غلق المواقع والحسابات الإرهابية والقرصنة للهواة والمتطوعين

على مواقع الجماعات الإرهابية (اختيار أكثر من بديل)

دور آلية غلق المواقع والحسابات الإرهابية والقرصنة للهواة والمتطوعين	ك	%
شن هجمات من القرصنة المتطوعين على حسابات المنظمات الإرهابية على الشبكات الاجتماعية وسيلة فعالة	87	30.2
غلق المواقع والحسابات الإرهابية من قبل الأجهزة الأمنية	78	27.1
التقليل من تأثير المضامين الإرهابية المتطرفة على الرأي العام الإلكتروني	56	19.4
التعاون مع شركات التواصل الاجتماعي لإغلاق الحسابات المتطرفة	44	15.3
مقاومة محتوى الجماعات الإرهابية من خلال السخرية والتهكم من قادة وعناصر الجماعات الإرهابية	23	8
الإجمالي	288	100

تكشف نتائج الجدول السابق حول دور آلية غلق المواقع والحسابات الإرهابية والقرصنة للهواة والمتطوعين على مواقع الجماعات الإرهابية، عن أن شن هجمات من القرصنة المتطوعين على حسابات المنظمات الإرهابية على الشبكات الاجتماعية وسيلة فعالة جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (30.2%)، ثم غلق المواقع والحسابات الإرهابية من قبل الأجهزة الأمنية بنسبة (19.4%)، تلا ذلك التقليل من تأثير المضامين الإرهابية المتطرفة على الرأي العام الإلكتروني بنسبة (19.4%)، ثم جاء التعاون مع شركات التواصل الاجتماعي لإغلاق الحسابات المتطرفة بنسبة (15.3%)، وفي المرتبة الأخيرة جاءت مقاومة محتوى الجماعات الإرهابية من خلال السخرية والتهكم من قادة وعناصر الجماعات الإرهابية بنسبة (8%).

10. دور آلية تحليل الشبكات الاجتماعية للجماعات الإرهابية من قبل الباحثين والعاملين بأجهزة الأمن في مواجهة الإرهاب:

جدول رقم (10) دور آلية تحليل الشبكات الاجتماعية للجماعات الإرهابية من قبل الباحثين والعاملين بأجهزة الأمن (اختيار أكثر من بديل)

دور آلية تحليل الشبكات الاجتماعية للجماعات الإرهابية	ك	%
يساعد تحليل حسابات الجماعات الإرهابية على الشبكات الاجتماعية في معرفة طريقة تفكير ودوافع وخطط ومخاوف تلك الجماعات	122	23.8
المساعدة في التنبؤ والكشف عن الخلايا الإرهابية والأنشطة الإرهابيين والأعمال الإرهابية قبل وقوعها	109	21.2
تحسين الإجراءات المضادة من خلال توقع خطط الإرهابيين من أجل التوصية بأفضل الإجراءات المضادة	107	20.9
إنشاء حملات مخصصة ضد الإرهاب يتردد صداها مع المشاركين في وسائل التواصل الاجتماعي	89	17.3
تحديد المجندين الإرهابيين الأساسيين داخل قنوات شبكات اجتماعية محددة واستهدافهم	86	16.8
الإجمالي	513	100

خلصت نتائج الجدول السابق حول دور آلية تحليل الشبكات الاجتماعية للجماعات الإرهابية من قبل الباحثين والعاملين بأجهزة الأمن إلى أنها تساعد في معرفة طريقة تفكير ودوافع وخطط ومخاوف تلك الجماعات بنسبة (23.8%) في المرتبة الأولى، ثم المساعدة في التنبؤ والكشف عن الخلايا الإرهابية والأنشطة الإرهابيين والأعمال الإرهابية قبل وقوعها بنسبة (21.2%)، تلا ذلك تحسين الإجراءات المضادة من خلال توقع خطط الإرهابيين من أجل التوصية بأفضل الإجراءات المضادة بنسبة (20.9%)، ثم إنشاء حملات مخصصة ضد الإرهاب يتردد صداها مع المشاركين في وسائل التواصل الاجتماعي بنسبة (17.3%)، وفي المرتبة الأخيرة تحديد المجندين الإرهابيين الأساسيين داخل قنوات شبكات اجتماعية محددة واستهدافهم بنسبة (16.8%).

11. دور آلية وجود وحدات ذكية سريعة للتعامل مع الجماعات الإرهابية والمحتوى المتطرف:
جدول رقم (11) دور آلية وجود وحدات ذكية سريعة للتعامل مع الجماعات الإرهابية
والمحتوى المتطرف (اختيار أكثر من بديل)

دور الوحدات الذكية السريعة في التعامل مع الجماعات الإرهابية	ك	%
مراقبة المجال الإلكتروني والتعامل السريع والفوري مع مضامين ودعاية الجماعات الإرهابية	134	21.2
تتبع ومراقبة الحسابات الإرهابية والمتطرفة واتخاذ الإجراءات المضادة	127	20.1
جمع المعلومات عن الأنشطة الإرهابية وتحليلها	154	24.3
توقع سلوك الإرهابيين وتحسين الإجراءات المضادة من خلال توقع خطط الإرهابيين	116	18.3
أن تكون العمليات العسكرية ضد الإرهاب مصحوبة باستراتيجية اتصال رقمية توفر مواد سمعية بصرية لتقاسمها على الوسيط الاجتماعي	102	16.1
الإجمالي	633	100

تكشف نتائج الجدول السابق عن دور آلية وجود وحدات ذكية سريعة للتعامل مع الجماعات الإرهابية والمحتوى المتطرف، حيث جاء دورها في جمع المعلومات عن الأنشطة الإرهابية وتحليلها في المرتبة الأولى بنسبة (24.3%)، ثم مراقبة المجال الإلكتروني والتعامل السريع والفوري مع مضامين ودعاية الجماعات الإرهابية بنسبة (21.2%)، تلا ذلك دورها في تتبع ومراقبة الحسابات الإرهابية والمتطرفة واتخاذ الإجراءات المضادة في المرتبة الثالثة بنسبة (20.1%)، وفي المرتبة الرابعة جاء دورها في توقع سلوك الإرهابيين وتحسين الإجراءات المضادة من خلال توقع خطط الإرهابيين بنسبة (18.3%)، وفي المرتبة الأخيرة أن تكون العمليات العسكرية ضد الإرهاب مصحوبة باستراتيجية اتصال رقمية توفر مواد سمعية بصرية لتقاسمها على الوسيط الاجتماعي بنسبة (16.1%).

12. دور آلية إنشاء مواقع وحسابات إلكترونية تقدم رسالة إعلامية ودينية تقوى على مواجهة الإرهاب والفكر الأيديولوجي المتطرف:

جدول رقم (12) دور آلية إنشاء مواقع وحسابات إلكترونية تقدم رسالة إعلامية ودينية تقوى على مواجهة الإرهاب والفكر الأيديولوجي المتطرف (اختيار أكثر من بديل)

دور آلية إنشاء مواقع وحسابات إلكترونية	ك	%
إطلاق مواقع دينية تخاطب الآخر وتعكس مفهوم الدين الإسلامي الحنيف كدين الوسطية والسلام	163	22.1
توفير كوادر إعلامية مؤهلة إعلاميًا يمكنها صياغة رسائل إعلامية مؤثرة ذات مصداقية	156	21.1
يجب أن تستند حملات الروايات المضادة ضد داعش أو الأصولية الإسلامية إلى قصص حقيقية عن العرب والمسلمين الذين مروا بتجربة مباشرة للمعاناة التي تسببها داعش	154	20.9
تبنى خطاب ديني إعلامي يبتعد عن الوعظ والشعارات مع الاعتماد على الواقعية والشفافية	142	19.2
توفير بيئة ديمقراطية تتحرك فيها وسائل الاعلام بحرية دون قيود أو عوائق مؤسسية	123	16.7
الإجمالي	738	100

تكشف نتائج الجدول السابق عن دور آلية إنشاء مواقع وحسابات إلكترونية في تقديم رسالة إعلامية ودينية تقوى على مواجهة الإرهاب والفكر الأيديولوجي المتطرف، وجاء دورها في إطلاق مواقع دينية وحسابات على مواقع التواصل الاجتماعي تخاطب الآخر وتعكس مفهوم الدين الإسلامي الحنيف كدين الوسطية والسلام في المرتبة الأولى بنسبة (22.1%)، ثم توفير كوادر إعلامية مؤهلة إعلامياً يمكنها صياغة رسائل إعلامية مؤثرة ذات مصداقية في المرتبة الثانية بنسبة (21.1%)، تلا ذلك دورها في شن حملات الروايات المضادة ضد داعش أو الأصولية الإسلامية تستند إلى قصص حقيقية عن العرب والمسلمين الذين مروا بتجربة مباشرة للمعاناة التي تسببها داعش في المرتبة الثالثة بنسبة (20.9%)، ثم تبني خطاب ديني إعلامي يبتعد عن الوعظ والشعارات مع الاعتماد على الواقعية والشفافية في المرتبة الرابعة بنسبة (19.2%)، وفي المرتبة الأخيرة جاء توفير ببنية ديمقراطية تتحرك فيها وسائل الإعلام بحرية دون قيود أو عوائق مؤسسية بنسبة (16.7%).

13. أهم الضوابط الأخلاقية والقانونية المنظمة للإعلام الجديد للتعامل مع الجماعات الإرهابية والفكر المتطرف:

جدول رقم (13) أهم الضوابط الأخلاقية والقانونية المنظمة للإعلام الجديد للتعامل مع الجماعات الإرهابية والفكر المتطرف (اختيار أكثر من بديل)

ك	%	أهم الضوابط الأخلاقية والقانونية المنظمة للإعلام الجديد للتعامل مع الجماعات الإرهابية والفكر المتطرف
156	18.4	ضرورة وجود دليل إرشادي - التربية الرقمية- لنشر الوعي حول كيفية التعامل مع المحتوى المتطرف والأشخاص مجهولي الهوية.
154	18.2	إطلاق حرية تداول المعلومات لتنفيذ الشائعات والأكاذيب للجماعات الإرهابية.
143	16.9	إعداد كوادر إعلامية مؤهلة تأهيلاً إعلامياً رقمياً يمكنها من صياغة رسائل إعلامية واضحة ومؤثرة ذات مصداقية يمكن من خلالها مواجهة الأكاذيب التي تبثها مواقع الجماعات الإرهابية.
126	14.9	إطلاق مواقع دينية على مواقع التواصل الاجتماعي تخاطب الآخر وفق مفاهيم تقوم على مضمين إنسانية
101	11.9	مطالبة شركات التواصل الاجتماعي بإغلاق حسابات المنظمات الإرهابية والفكر المتطرف.
88	10.4	التعاون الجماعي الإقليمي أكثر فعالية في مكافحة الإرهاب على وسائل التواصل الاجتماعي
78	9.2	سن قانون بشأن الإرهاب على وسائل التواصل الاجتماعي بالتزامن مع الحفاظ على إطلاق حرية التعبير والحق في الخصوصية.
846	100	الإجمالي

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن من أهم مقترحات الباحثين حول الضوابط الأخلاقية والقانونية المنظمة للإعلام الجديد للتعامل مع الجماعات الإرهابية والفكر المتطرف هو ضرورة وجود دليل إرشادي - التربية الرقمية- لنشر الوعي حول كيفية التعامل مع المحتوى المتطرف والأشخاص مجهولي الهوية بنسبة (18.4%)، ثم إطلاق حرية تداول

المعلومات لتفنيده الشائعات والأكاذيب للجماعات الإرهابية بنسبة (18.3%)، تلا ذلك إعداد كوادر إعلامية مؤهلة تأهيلاً إعلامياً رقمياً يمكنها من صياغة رسائل إعلامية واضحة ومؤثرة ذات مصداقية يمكن من خلالها مواجهة الأكاذيب التي تبثها مواقع الجماعات الإرهابية بنسبة (16.9%)، وفي المرتبة الرابعة إطلاق مواقع دينية على مواقع التواصل الاجتماعي تخاطب الآخر وفق مفاهيم تقوم على مضامين إنسانية بنسبة (14.9%)، تلا ذلك مطالبة شركات التواصل الاجتماعي بإغلاق حسابات المنظمات الإرهابية والفكر المتطرف بنسبة (11.9%)، ثم أن يكون التعاون الجماعي الإقليمي أكثر فعالية في مكافحة الإرهاب على وسائل التواصل الاجتماعي بنسبة (10.4%)، وفي المرتبة الأخيرة سن قانون بشأن الإرهاب على وسائل التواصل الاجتماعي بالتزامن مع الحفاظ على إطلاق حرية التعبير والحق في الخصوصية بنسبة (9.2%).

ثانياً: اختبار فروض الدراسة:

-الفرض الأول: لا توجد علاقة بين تصورات النخبة الإعلامية نحو الثقة في الإعلام الجديد ورويتهم لتأثير آلية التربية الإعلامية الرقمية لأفراد المجتمع في الحرب على الإرهاب. لاختبار وجود علاقة بين تصورات النخبة الإعلامية نحو الثقة في الإعلام الجديد ورويتهم لتأثير آلية التربية الإعلامية الرقمية لأفراد المجتمع في الحرب على الإرهاب، تم اختبار ارتباط فاي Phi correlation Coefficient، كإحدى الحالات الخاصة لاختبارات الاستقلال، حيث أن لكل متغير وجهين فقط، وقد جاءت النتائج كما في الجدول التالي:-

جدول رقم (14) توزيع مفردات العينة وفق ثقتهم في الإعلام الجديد ورويتهم لتأثير

التربية الإعلامية في الحرب على الإرهاب

معامل التوافق Contingency Coefficient	مستوى الدلالة الإحصائية sig	درجة الحرية	قيمة كا	الإجمالي	لا	أتق إلى حد ما	نعم أتق بدرجة كبيرة	الثقة في الإعلام الجديد
0.401	0.00	8	32.1	37	7	8	22	تحسين أفراد المجتمع من خلال تعليم مهارات التحليل والتفسير والنقد للمحتوى الإرهابي على الشبكات الاجتماعية
				43	0	7	27	تتيح للفرد المستخدم القدرة على التمييز بين المواقع والحسابات الإلكترونية المفيدة والضارة
				59	0	7	52	بناء الوعي بأساسيات وطرق ومهارات استخدام الشبكات الاجتماعية
				27	0	3	24	تتيح التربية إعلامية للفرد امتلاك خرائط واضحة Clear Maps تساعد في التحول الإلكتروني
				11	0	0	11	تعاون أفراد المجتمع مع الجهات الأمنية الإبلاغ عن حسابات الإرهابية
				168	7	25	136	الإجمالي

حسب مستوى الدلالة الإحصائية عند $\alpha = 0.05$

وبتطبيق المعامل بلغت قيمة "كا²" المحسوبة 32.1 عند درجة حرية 8 ومستوى معنوية 0.00، وهي قيمة تزيد عن قيمة "كا²" الجدولية والبالغة 21.95، ما يعني رفض الفرض الصفري وقبول الفرض البديل، أي أنه توجد علاقة دالة إحصائياً بين المتغيرين. ولحساب قوة هذه العلاقة تم حساب معامل الاقتران، وقد بلغت قيمته 0.401، إلى أن العلاقة بين المتغيرين تميل لأن تكون ضعيفة.

وبالتالي.. ترفض الدراسة الفرض الصفري القائل بـ "لا توجد علاقة بين تصورات النخبة الإعلامية نحو الثقة في الإعلام الجديد ورؤيتهم لتأثير آلية التربية الإعلامية الرقمية لأفراد المجتمع في الحرب على الإرهاب" وتقبل الفرض البديل القائل "توجد علاقة بين تصورات النخبة الإعلامية نحو الثقة في الإعلام الجديد ورؤيتهم لتأثير آلية التربية الإعلامية الرقمية لأفراد المجتمع في الحرب على الإرهاب".

-الفرض الثاني: توجد علاقة بين تصورات النخبة الإعلامية نحو الثقة في الإعلام الجديد ورؤيتهم لتأثير آلية غلق المواقع والحسابات الإرهابية والفرصنة للهواة والمتطوعين على مواقع الجماعات الإرهابية. لاختبار وجود علاقة بين تصورات النخبة الإعلامية نحو الثقة في الإعلام الجديد ورؤيتهم لتأثير آلية غلق المواقع والحسابات الإرهابية والفرصنة للهواة والمتطوعين على مواقع الجماعات الإرهابية، تم اختبار ارتباط فاي Phi correlation Coefficient، وقد جاءت النتائج كما في الجدول التالي:-

جدول رقم (15) توزيع مفردات العينة وفق الثقة في الإعلام الجديد ورؤيتهم لتأثير آلية غلق المواقع والحسابات الإرهابية والفرصنة مواقع الجماعات الإرهابية

معامل التوافق Contingency Coefficient	مستوى الدلالة الإحصائية sig	درجة الحرية	قيمة كا ²	الإجمالي	لا اتق	اتق الى حد ما	نعم اتق بدرجة كبيرة	الثقة في الإعلام الجديد
0.349	0.03	8	23.33	38	0	7	31	التعاون مع شركات التواصل الاجتماعي لإغلاق الحسابات المتطرفة
				44	0	5	29	التقليل من تأثير المضامين الإرهابية المتطرفة على الرأي العام الإلكتروني
				33	0	5	28	غلق المواقع والحسابات الإرهابية من قبل الأجهزة الأمنية
				33	0	5	30	شن هجمات من القرصنة المتطوعين على حسابات المنظمات الإرهابية على الشبكات الاجتماعية وسيلة فعالة
				20	0	2	18	مقاومة محتوى الجماعات الإرهابية من خلال السخرية والتهمك من قادة وعناصر الجماعات الإرهابية
				168	7	25	136	الإجمالي

حسب مستوى الدلالة الإحصائية عند $\alpha = 0.05$

وبتطبيق المعامل بلغت قيمة "كا²" المحسوبة 23.33 عند درجة حرية 8 ومستوى معنوية 0.03، وهي قيمة أكبر عن قيمة "كا²" الجدولية والبالغة 17.53، ما يعني صحة الفرض، أي أنه توجد علاقة بين المتغيرين. ولحساب قوة هذه العلاقة تم حساب معامل الاقتران، وقد بلغت قيمته 0.349، إلى أن العلاقة بين المتغيرين تميل لأن تكون ضعيفة. وبالتالي.. تقبل الدراسة الفرض الثاني القائل بـ "توجد علاقة بين تصورات النخبة الإعلامية نحو الثقة في الإعلام الجديد ورؤيتهم لتأثير آلية غلق المواقع والحسابات الإرهابية والقرصنة للهواة والمتطوعين على مواقع الجماعات الإرهابية. -الفرض الثالث: لا توجد علاقة بين تصورات النخبة الإعلامية نحو الثقة في الإعلام الجديد ورؤيتهم لتأثير آلية تحليل الشبكات الاجتماعية للجماعات الإرهابية في الحرب على مواقع الجماعات الإرهابية.

لاختبار وجود علاقة بين تصورات النخبة الإعلامية نحو الثقة في الإعلام الجديد ورؤيتهم لتأثير آلية تحليل الشبكات الاجتماعية للجماعات الإرهابية في الحرب على مواقع الجماعات الإرهابية، تم اختبار ارتباط فاي Phi correlation Coefficient، وقد جاءت النتائج كما في الجدول التالي: -

جدول رقم (16) توزيع مفردات العينة وفق الثقة في الإعلام الجديد ورؤيتهم لتأثير آلية تحليل الشبكات الاجتماعية للجماعات الإرهابية في الحرب على مواقع الجماعات الإرهابية

معامل التوافق Contingency Coefficient	مستوى الدلالة الإحصائية sig	درجة الحرية	قيمة كا ²	الإجمالي	لا أتق	أتق الى حد ما	نعم أتق بدرجة كبيرة	الثقة في الإعلام الجديد
0.595	0.00	10	92.2	40	7	15	18	المساعدة في التنبؤ والكشف عن الخلايا الإرهابية والأنشطة الإرهابيين والأعمال الإرهابية قبل وقوعها
				19	0	1	18	يساعد تحليل حسابات الجماعات الإرهابية على الشبكات الاجتماعية في معرفة طريقة تفكير ودوافع وخطط ومخاوف تلك الجماعات
				25	0	5	20	تحسين الإجراءات المضادة من خلال توقع خطط الإرهابيين من أجل التوصية بأفضل الإجراءات المضادة
				40	0	4	36	إنشاء حملات مخصصة ضد الإرهاب يتردد صداها مع المشاركين في وسائل التواصل الاجتماعي
				44	0	0	44	تحديد المجندين الإرهابيين الأساسيين داخل قنوات شبكات اجتماعية محددة واستهدافهم
				168	7	25	136	الإجمالي

حسب مستوى الدلالة الإحصائية عند $\alpha = 0.05$

وبتطبيق المعامل بلغت قيمة "كا²" المحسوبة 92.2 عند درجة حرية 10 ومستوى معنوية 0.00، وهي قيمة أكبر عن قيمة "كا²" الجدولية والبالغة 25.18، ما يعني رفض الفرض الصفري وقبول الفرض البديل، أي أنه توجد علاقة دالة إحصائية بين المتغيرين. ولحساب قوة هذه العلاقة تم حساب معامل الاقتران، وقد بلغت قيمته 0.595، إلى أن العلاقة بين المتغيرين تميل لأن تكون متوسطة.

وبالتالي.. ترفض الدراسة الفرض الصفري القائل بـ " لا توجد علاقة بين تصورات النخبة الإعلامية نحو الثقة في الإعلام الجديد ورؤيتهم لتأثير آلية تحليل الشبكات الاجتماعية للجماعات الإرهابية في الحرب على مواقع الجماعات الإرهابية." وتقبل الفرض البديل القائل " توجد علاقة بين تصورات النخبة الإعلامية نحو الثقة في الإعلام الجديد ورؤيتهم لتأثير آلية تحليل الشبكات الاجتماعية للجماعات الإرهابية في الحرب على مواقع الجماعات الإرهابية."

الفرض الرابع: لا توجد علاقة بين تصورات النخبة الإعلامية نحو الثقة في الإعلام الجديد ورؤيتهم لتأثير آلية وجود وحدات ذكية في التعامل مع الجماعات الإرهابية والمحتوى المتطرف.

لاختبار وجود علاقة بين تصورات النخبة الإعلامية نحو الثقة في الإعلام الجديد ورؤيتهم لتأثير آلية وجود وحدات ذكية في التعامل مع الجماعات الإرهابية والمحتوى المتطرف، تم اختبار ارتباط فاي Phi correlation Coefficient، وقد جاءت النتائج كما في الجدول التالي: -

جدول رقم (17) توزيع مفردات العينة وفقا لثقة في الإعلام الجديد ورؤيتهم لتأثير وجود وحدات ذكية في التعامل مع الجماعات الإرهابية والمحتوى المتطرف

معامل التوافق Contingency Coefficient	مستوى الدلالة الإحصائية sig	درجة الحرية	قيمة كا ²	الإجمالي	لا أثق	أثق إلى حد ما	نعم أثق بدرجة كبيرة	الثقة في الإعلام الجديد
0.592	0.00	10	90.4	10	3	1	6	مراقبة المجال الإلكتروني والتعامل السريع والفوري مع مضامين ودعاية الجماعات الإرهابية
				8	3	1	4	تتبع ومراقبة الحسابات الإرهابية والمتطرفة واتخاذ الإجراءات المضادة
				44	1	19	24	جمع المعلومات عن الأنشطة الإرهابية وتحليلها
				51	0	4	47	توقع سلوك الإرهابيين وتحسين الإجراءات المضادة من خلال توقع خطط الإرهابيين
								وجود وحدات ذكية في التعامل مع الجماعات الإرهابية والمحتوى المتطرف

				55	0	0	55	أن تكون العمليات العسكرية ضد الإرهاب مصحوبة باستراتيجية اتصال رقمية توفر مواد سمعية بصرية لتقاسمها على الوسيط الاجتماعي
				168	7	25	136	الإجمالي

حسب مستوى الدلالة الإحصائية عند $\alpha = 0.05$

وبتطبيق المعامل بلغت قيمة "كا2" المحسوبة 92.4 عند درجة حرية 10 ومستوى معنوية 0.00، وهي قيمة أكبر عن قيمة "كا2" الجدولية والبالغة 25.18، ما يعني رفض الفرض الصفري وقبول الفرض البديل، أي أنه توجد علاقة دالة إحصائية بين المتغيرين. ولحساب قوة هذه العلاقة تم حساب معامل الاقتران، وقد بلغت قيمته 0.592، إلى أن العلاقة بين المتغيرين تميل لأن تكون متوسطة.

وبالتالي.. ترفض الدراسة الفرض الصفري القائل بـ " لا توجد علاقة بين تصورات النخبة الإعلامية نحو الثقة في الإعلام الجديد ورؤيتهم لتأثير آلية وجود وحدات ذكية في التعامل مع الجماعات الإرهابية والمحتوى المتطرف." وتقبل الفرض البديل القائل "توجد علاقة بين تصورات النخبة الإعلامية نحو الثقة في الإعلام الجديد ورؤيتهم لتأثير آلية وجود وحدات ذكية في التعامل مع الجماعات الإرهابية والمحتوى المتطرف".

الفرض الخامس: توجد علاقة بين تصورات النخبة الإعلامية نحو الثقة في الإعلام الجديد ورؤيتهم لتأثير آلية إنشاء مواقع وحسابات إلكترونية تقدم رسالة إعلامية ودينية في محاربة الإرهاب. لاختبار وجود علاقة بين وجود علاقة بين تصورات النخبة الإعلامية نحو الثقة في الإعلام الجديد ورؤيتهم لتأثير آلية إنشاء مواقع وحسابات إلكترونية تقدم رسالة إعلامية ودينية في محاربة الإرهاب، تم اختبار ارتباط فاي Phi correlation Coefficient، وقد جاءت النتائج كما في الجدول التالي:-

جدول رقم (18) توزيع مفردات العينة وفق الثقة في الإعلام الجديد ورؤيتهم لتأثير آلية إنشاء مواقع وحسابات إلكترونية تقدم رسالة إعلامية ودينية في محاربة الإرهاب.

معامل التوافق Contingency Coefficient	مستوى الدلالة الإحصائية sig	درجة الحرية	قيمة كا2	الإجمالي	لا أتق	أتق إلى حد ما	نعم أتق بدرجة كبيرة	الثقة في الإعلام الجديد
0.592	0.00	10	90.5	10	3	1	6	إطلاق مواقع دينية تخاطب الأخر وتعكس مفهوم الدين الإسلامي الحنيف كدين الوسطية والسلام
				8	3	1	4	توفير بنية ديمقراطية تتحرك فيها وسائل الإعلام بحرية دون قيود أو عوائق مؤسسية

				8	3	1	4	تبنى خطاب ديني إعلامي يتعد عن الوعظ والشعارات مع الاعتماد على الواقعية والشافية
				44	1	19	24	توفير كوادر أمنية مؤهلة إعلاميًا يمكنها صياغة رسائل إعلامية مؤثرة ذات مصداقية
				51	0	4	47	يجب أن تستند حملات الروايات المضادة ضد داعش أو الأصولية الإسلامية إلى قصص حقيقية عن العرب والمسلمين الذين مروا بتجربة مباشرة للمعاناة التي تسببها داعش
				168	7	25	136	الإجمالي

حسب مستوى الدلالة الإحصائية عند $\alpha = 0.05$

وبتطبيق المعامل بلغت قيمة "كا²" المحسوبة 92.5 عند درجة حرية 10 ومستوى معنوية 0.00، وهي قيمة أكبر عن قيمة "كا²" الجدولية والبالغة 23.2، ما يعني قبول الفرض البديل، أي أنه توجد علاقة دالة إحصائية بين المتغيرين. ولحساب قوة هذه العلاقة تم حساب معامل الاقتران، وقد بلغت قيمته 0.592، إلى أن العلاقة بين المتغيرين تميل لأن تكون متوسطة. وبالتالي.. تقبل الدراسة الفرض البديل القائل بـ "توجد علاقة بين تصورات النخبة الإعلامية نحو الثقة في الإعلام الجديد ورؤيتهم لتأثير آلية إنشاء مواقع وحسابات إلكترونية تقدم رسالة إعلامية ودينية في محاربة الإرهاب".

خاتمة الدراسة:

يُعد دراسة استخدام الجماعات الإرهابية لمواقع التواصل الاجتماعي من المجالات البحثية التي نالت نصيباً كبيراً من البحث من قبل الباحثين في المدرستين العربية والأجنبية، ومن زوايا متعددة ومختلفة من أجل الخروج بنتائج وتوصيات تساعد الجهات المعنية في التصدي والمواجهة لتلك الجماعات وفكرها المتطرف على وسائل التواصل الاجتماعي، وفي الدراسة الحالية كان التركيز الرئيسي فيها هو معرفة رؤية النخبة الإعلامية لآليات الإعلام الجديد في مواجهة الإرهاب والفكر المتطرف، وقد كشفت نتائجها عن موافقة النخبة الإعلامية المصرية على دور منصات الإعلام الجديد في نشر الإرهاب والفكر المتطرف بنسبة (70.8) من إجمالي المبحوثين، وموافقتهم إلى حد ما بنسبة (29.2%)، ويتفق ذلك مع نتائج دراسات (Bieda & Halawi, 2015; Hossain, 2015; Weimann, 2012) التي أجمعت على دور وسائل التواصل الاجتماعي في انتشار الجماعات الإرهابية والفكر المتطرف بفضل الأدوات التي تتيحها لها لتجنيد وتعبئة المتعاطفين والمتفقين معها أيدولوجياً.

وعلى مستوى توظيف وسائل الإعلام الجديد في مواجهة الجماعات الإرهابية والفكر المتطرف، أشارت النخبة الإعلامية المصرية إلى مجموعة من الآليات المهمة في مواجهة الإرهاب والفكر المتطرف، منها: آلية التربية الإعلامية الرقمية لأفراد المجتمع، وآلية غلق المواقع والحسابات الإرهابية والقرصنة للهواة والمتطوعين على مواقع الجماعات الإرهابية، ودور آلية تحليل الشبكات الاجتماعية للجماعات الإرهابية من قبل الباحثين والعاملين بأجهزة الأمن، وآلية وجود وحدات ذكية سريعة للتعامل مع الجماعات الإرهابية والمحتوى المتطرف، وآلية إنشاء مواقع وحسابات إلكترونية تقدم رسالة إعلامية ودينية تقوى على مواجهة الإرهاب والفكر الأيديولوجي المتطرف، وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسات بيانات أنشطة الجماعات الإرهابية على منصات التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية للوقوف على مؤشراتها والتنبؤ بتحركاتها وأعمالها الإرهابية المتوقعة لمنعها وإحباطها. وتقترح النخبة المصرية مجموعة من الضوابط الأخلاقية والقانونية المنظمة للإعلام الجديد للتعامل مع الجماعات الإرهابية والفكر المتطرف وهي: ضرورة وجود دليل إرشادي – التربية الرقمية- لنشر الوعي حول كيفية التعامل مع المحتوى المتطرف والأشخاص مجهولي الهوية، وإطلاق حرية تداول المعلومات لتفنيد الشائعات والأكاذيب للجماعات الإرهابية، وإعداد كوادر إعلامية مؤهلة تأهيلاً إعلامياً رقمياً يمكنها من صياغة رسائل إعلامية واضحة ومؤثرة ذات مصداقية يمكن من خلالها مواجهة الأكاذيب التي تبثها مواقع الجماعات الإرهابية.

توصيات الدراسة:

- يجب أن تكون العمليات العسكرية ضد الإرهاب مصحوبة باستراتيجية اتصال رقمية توفر مواد سمعية بصرية تنشر على وسائل التواصل الاجتماعي؛ بحيث تعمل على تبصير المشاهد والمستخدم لتلك المواقع بمخاطر الجماعات الإرهابية والمحتوى المتطرف الذي تنشره..
- يتعين على الحكومة ضمان أن الأجهزة الأمنية مجهزة تجهيزاً جيداً بالأدوات التكنولوجية في مكافحة الإرهاب، والتأكيد من أن هذه الأجهزة تستخدم هذه الأدوات بشكل قانوني عن طريق حماية حق الخصوصية لأفراد المجتمع.
- العمل المشترك مع شركات التواصل الاجتماعي لإغلاق الحسابات المتطرفة والإرهابية التي تحض على الإرهاب والعنف والجريمة.
- إعداد كوادر أمنية مؤهلة تأهيلاً إعلامياً وتكنولوجياً يمكنها من صياغة رسائل إعلامية واضحة ومؤثرة ذات مصداقية يمكن من خلالها مواجهة الأكاذيب التي تبثها مواقع الجماعات الإرهابية.

- أن تقوم المؤسسات الدينية الرسمية على إطلاق مواقع دينية على مواقع التواصل الاجتماعي تخاطب الآخر وفق مفاهيم تقوم على مضمين إنسانية راقية وتعكس مفهوم الدين الإسلامي الحنيف كدين محبة وتعاون وسلام مع إبراز الوجه المشرق للثقافة الإسلامية كوسيلة لإغلاق الباب أمام تلك الجماعات التي تتخذ من الدين ستارا للاختباء وراءه وهي أبعد ما تكون عن الدين.
- إعادة النظر في الخطاب الإعلامي المصري على الإنترنت، والاهتمام بالمعالجة الإعلامية المتعمقة لقضايا الإرهاب.
- وجوب تفعيل موانئ الشرف الإعلامية وإصدار التشريعات لضبط الممارسات الإعلامية المختلفة.
- محو الأمية الرقمية لدى المستخدمين على وسائل الإعلام الاجتماعي.
- توافر بنية ديمقراطية تتحرك فيها وسائل الاعلام بحرية دون قيود أو عوائق مؤسسية، بل من منطلق شعور بالمسئولية تجاه الوطن والمواطنين.
- ما تثيره الدراسة من دراسات مستقبلية:**
- تحليل البيانات الضخمة لحسابات الجماعات الإرهابية على شبكات الاجتماعية، لدراسة سلوك الإرهابيين للتنبؤ والكشف عن أنشطة الجماعات الإرهابية قبل وقوعها وتحسين الإجراءات المضادة.
- سن القوانين واللوائح والسياسات اللازمة ذات الصلة لصياغة رؤية لتفعيل استخدام تحليل الشبكات الاجتماعية للمنظمات الإرهابية بهدف حماية الأمن القومي.
- استراتيجيات تنفيذ حملات إعلامية ضد الإرهاب من خلال حشد المصادر وتشجيع مشاركة الهواة من القراصنة.

المراجع:

- Amble, J. C. (2012). Combating terrorism in the new media environment. *Studies in Conflict & Terrorism*, 35(5), 339–353.
- Ball-Rokeach, S. J., & DeFleur, M. L. (1976). A dependency model of mass-media effects. *Communication Research*, 3(1), 3–21.
- Ball, L. (2016). Automating social network analysis: A power tool for counter-terrorism. *Security Journal*, 29(2), 147–168.
- Bieda, D., & Halawi, L. (2015). Cyberspace: A venue for terrorism. *Issues in Information Systems*, 16(3), 33.
- Buettner, R. (2016). Getting a job via career-oriented social networking sites: The weakness of ties. *2016 49th Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS)*, 2156–2165.
- Burke, J. (2016). How the changing media is changing terrorism. *The Guardian*, 25.
- Choudhary, P., & Singh, U. (2015). A survey on social network analysis for counter-terrorism. *International Journal of Computer Applications*, 112(9), 24–29.
- Christoph, S. (2015). Funktionslogik terroristischer Propaganda im bewegten Bild (The Functioning Logic of Terrorist Propaganda in Moving Images). *Journal for Deradicalization*, 4, 145–205.
- Clarke, L. (2009). Why has defining terrorism proved so difficult. *E-International Relations*.
- Conway, M. (2006). Terrorism and the Internet: New media—New threat? *Parliamentary Affairs*, 59(2), 283–298.
- COOPER, H. H. A. (2001). Terrorism: The problem of definition revisited. *American Behavioral Scientist*, 44(6), 881–893.
- Culbertson, H. M., & STEMPEL III, G. H. (1986). How media use and reliance affect knowledge level. *Communication Research*, 13(4), 579–602.

- Eaton, R. (2014). *Digital Terrorism and Hate*. Simon Wiesenthal Centre. Retrieved 18 March 2017.
- Enders, W., & Sandler, T. (2005). After 9/11: Is it all different now? *Journal of Conflict Resolution*, 49(2), 259–277.
- Fahmy, S. S. (2017). National Consortium for the Study of Terrorism and Responses to Terrorism: Annex of Statistical Information. *Mass Communication and Society*, 20(6).
- Fisher, A., & Prucha, N. (2014). The call-up: The roots of a resilient and persistent jihadist presence on twitter. *Combating Terrorism Exchange*, 4(3), 73–88.
- Ganesh, B., & Bright, J. (2020). Countering extremists on social media: Challenges for strategic communication and content moderation. In *Policy & Internet* (Vol. 12, Issue 1, pp. 6–19). Wiley Online Library.
- Gartenstein-Ross, D. (2015). Jihad 2.0: social media in the next evolution of terrorist recruitment. *Full Committee Hearing, Homeland Security and Governmental Affairs*, 7.
- Hellmich, C. (2008). *Marc Sageman: Leaderless Jihad: Terror Networks in the Twenty-First Century*: (Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 2008). Taylor & Francis.
- Hossain, M. S. (2015). Social media and terrorism: threats and challenges to the modern era. *South Asian Survey*, 22(2), 136–155.
- Hussain, G., & Saltman, E. M. (2014). *Jihad trending: A comprehensive analysis of online extremism and how to counter it*. Quilliam.
- Jackob, N. (2007). Die Diffusion von Terrormeldungen, die Wirkung von Anschlägen auf die öffentliche Meinung und die Folgen für das Vertrauen in der Demokratie. *Medien Und Terrorismus–Auf Den Spuren Einer Symbiotischen Beziehung, Wissenschaft: Sicherheit# Bd, 3*, 155–174.

- Jibril, M. L., Mohammed, I. A., & Yakubu, A. (2017). Social media analytics driven counterterrorism tool to improve intelligence gathering towards combating terrorism in Nigeria. *Ideas*, 107.
- Khan, M. K., & Pratt, C. B. (2022). Strategic communications: The Pakistan military's use of social media against terrorism. *Media, War & Conflict*, 15(4), 450–485.
- Lerner, J. S., Gonzalez, R. M., Small, D. A., & Fischhoff, B. (2003). Effects of fear and anger on perceived risks of terrorism: A national field experiment. *Psychological Science*, 14(2), 144–150.
- Martin, L. J. (1985). The media's role in international terrorism. *Terrorism*, 8(2), 127–146.
- Masaon, D. (2012). Europe Sees Rise in 'Lone Wolf' Terror Attacks. *Public Service Europe*. Available at: <http://www.publicserviceeurope.com/article/1849/europe-sees-rise-in-lone-wolf-terror-attacks#ixzz1tnGAB9FQ>
- McLuhan, M. (1978). The Brain and the Media: The. *Journal of Communication*, 28(4), 54–60.
- Monitoring, B. B. C. (2015). Is Islamic State shaping Boko Haram media? *BBC News*.
- Montoya, J. W., & Hofstetter, F. (2014). *ISIL's Utilization of Multimedia to Fulfil Their Quest of Creating a New Islamic State*. Available at: <https://www1.udel.edu/edtech/gallery/examples/Jennifer-Montoya-Social-Media-Islamic-State.pdf>
- Noguchi, Y., & Kholmann, E. (2006). Tracking terrorists online. *Washingtonpost. Com Video Report*, 19.
- Pantucci, R. (2011). *A typology of lone wolves: Preliminary analysis of lone Islamist terrorists*. Available at: https://icsr.info/wp-content/uploads/2011/04/1302002992ICSRPaper_ATypologyofLoneWolves_Pantucci.pdf.

- Pedahzur, A., & Perliger, A. (2006). The changing nature of suicide attacks: a social network perspective. *Social Forces*, 84(4), 1987–2008.
- Perliger, A., & Pedahzur, A. (2011). Social network analysis in the study of terrorism and political violence. *PS: Political Science & Politics*, 44(1), 45–50.
- Prucha, N., & Fisher, A. (2013). Tweeting for the caliphate: Twitter as the new frontier for jihadist propaganda. *CTC Sentinel*, 6(6), 19–23.
- Reuter, C., Päscht, K., & Runft, E. (2017). IT for Peace? Fighting Against Terrorism in Social Media—An Explorative Twitter Study. *I-Com*, 16(2), 181–193.
- Severin, W. J., & Tankard, J. W. (1997). *Communication theories: Origins, methods, and uses in the mass media*. Longman New York.
- Victoroff, J. (2005). The mind of the terrorist: A review and critique of psychological approaches. *Journal of Conflict Resolution*, 49(1), 3–42.
- Weimann, G. (2006). *Terror on the Internet: The new arena, the new challenges*. US Institute of Peace Press.
- Weimann, G. (2012). Lone wolves in cyberspace. *Journal of Terrorism Research*, 3(2), 75–90.
- Weimann, G., & Jost, J. (2015). Neuer Terrorismus und Neue Medien. *Zeitschrift Für Außen-Und Sicherheitspolitik*, 8(3), 369–388.

الداغر، م. (2016). ور الإعلام الجديد في تشكيل معارف واتجاهات الشباب الجامعي نحو ظاهرة الإرهاب على شبكة الانترنت: دراسة ميدانية. *حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية: جامعة الكويت - مجلس النشر العلمي الحولية*، مجلد 36(453)، 9–298.

الداغر، م. (2017). اتجاهات النخبة المصرية نحو أخلاقيات التغطية الإعلامية للازمات الامنية في مصر بعد 30 يونيو 2013 م. : مواقع التواصل الاجتماعي نموذجاً. *حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية*، مجلد 38(479)، 9–264 .

<https://doi.org/10.34120/0757-038-479-001>

- السنوسي، ث. (2016). عندما يصبح الإعلام شريكا في صناعة الأزمات الإرهابية: محاولة قراءة سيميائية. *مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط: الجمعية المصرية للعلاقات العامة،* مجلد 13، 32-153.
- الشرقاوي، إ. (2014). جدلية العلاقة بين الإعلام الجديد والممارسات الإرهابية: دراسة تطبيقية على شبكات التواصل الاجتماعي. مؤتمر " دور الإعلام العربي في التصدي لظاهرة الإرهاب"، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، المملكة العربية السعودية.
- الغزاوي، أ.، وملياني، خ. (2017). اتجاهات النخبة نحو تفعيل دور الأمن الإعلامي في مواجهة التطرف والإرهاب عبر وسائل الإعلام الجديد. *المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان،* (11)، 1-54.
- بريك، أ.، ومحمود، إ. (2017). الحرب على الإرهاب كما تعكسها صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية الموجهة بالعربية. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام،* (60)، 191-279.
- بكار، أ. (2018). الأساليب الإقناعية الموظفة من قبل التنظيمات الإرهابية لاستقطاب الشباب عبر الميديا الجديدة-تنظيم داعش أنموذج، *مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية،* المجلد 15 (3)، 225-236.
- حسن، ع. (1980). *أصول البحث الاجتماعي* (القاهرة: مكتبة وهبة).
- حسين، سمير. (1996). *بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ*، (القاهرة: عالم الكتب).
- رضا، إ. م. (2015). الإعلام الإلكتروني المتطرف وسبل مواجهته: تنظيم داعش نموذجا. *مجلة الحكمة للدراسات الإسلامية - مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع،* 26.
- رضا، م. (2016). دور وسائل الإعلام الجديد في مواجهة للتأثيرات السلبية للشائعات المرتبطة بالإرهاب على المجتمع السعودي باستخدام استراتيجية المنصات المتعددة: دراسة تحليلية وميدانية مع تصور مقترح. *مجلة دراسات الطفولة،* 19 (70)، 45-57.
- زرمان، ح.، ونريمان، م. (2016). الإرهاب والإعلام من التقليدي إلى الجديد. دور الشريعة والقانون والإعلام في مكافحة الإرهاب، *ورقة عمل مقدمة للمؤتمر الدولي المحكم، جامعة الزرقاء، الأردن،* 455-464.
- عبد الحميد، م. (1997). *دراسات الجمهور في بحوث الإعلام،* ط2 (القاهرة: عالم الكتب).
- عبد الصبور، س. (2014). أنماط استخدام الجماعات المسلحة للإرهاب الشبكي. *اتجاهات الأحداث،* 2.
- عبدالمجيد، م. (2014). استراتيجيات الاتصال في مواقع الجماعات الإرهابية على شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية. *مجلة شؤون اجتماعية،* 52 (1186)، 1-74.

عبدالمحسن، أ. (2010). التخطيط الإعلامي ضد جرائم الإرهاب. *مجلة الأمن والحياة: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية*، 30(242)، 42-45.
قراط، م. (2017). الإعلام الجديد والإرهاب الإلكتروني: آليات الاستخدام وتحديات المواجهة. *مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، الجزائر*، 9.
نصر، و. (2017). جدليه العلاقة بين الاعلام والارهاب فى العالم العربى. *مجلة آفاق عربية وإقليمية*، 1(1)، 47-58.