

## خطاب شبكات التواصل الاجتماعي في المنظمات الإسلامية العالمية وعلاقته بنشر الوساطية ومواجهة خطر التطرف والإرهاب

د/ وليد خلف الله محمد دياب\*

### مقدمة

استقطب الإرهاب الإلكتروني Cyber Terrorism اهتمام الشعوب والحكومات في كل دول العالم، وأصبح يمثل بجميع أشكاله تهديداً للسلام والأمن الدوليين، نظراً لما له من آثار وخيمة على أمن المواطنين واستقرارهم، وعلى الإمكانات الاقتصادية والهوية السياسية للدولة في محيطها الإقليمي والدولي، وقد ظهر الارتباط بين الإنترنت والإرهاب بشكل واضح بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر 2001م، وانتقلت المواجهة ضد الإرهاب والإرهابيين من المواجهة المادية المباشرة إلى المواجهة الإلكترونية، وتحولت الحروب الواقعية إلى حروب رقمية Digital War، وأصبح الإنترنت من أشد الأسلحة فتكاً وهدماً إذا ما استخدم لأغراض سيئة وتحقيق نوايا إرهابية<sup>(1)</sup>.

كما اتجه المتطرفون والجماعات الإرهابية إلى استغلال الإعلام الاجتماعي كوسيلة جديدة وقوية لنشر الدعاية وتجنيب الأتباع واستدراج الشباب، وتوصيل رؤيتهم، والتحريض على العنف وجذب الآلاف من المقاتلين في الخارج لتلقي التدريب الإرهابي، ولذا يعتمد 90% من الإرهاب المنظم على شبكة الإنترنت على توظيف الإعلام الاجتماعي<sup>(2)</sup>.

ويتزايد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بشكل مستمر بين كافة الفئات العمرية داخل الأسر والشرائح الاجتماعية المختلفة، إلا أن أخطر المستخدمين وأكثرهم ضرراً وتأثيراً من حيث نشر الميول الإرهابية هم الأفراد الناشطين بشكل عقائدي مع الجماعات المتطرفة، الذين يتم تكليفهم على شكل مجموعات باختراق عقول الشباب والتأثير عليهم عاطفياً، بتوجيه خطاب ديني حماسي يشجع على العنف والانسلاخ عن المجتمع وتكفير الحكومات والدعوة لمناهضة الحكام وتأييد التطرف ورموزه<sup>(3)</sup>.

كما أن قوة وسائل الإعلام الجديد لا تقتصر على مجرد خاصية التفاعل التي تتيحها والتي تسمح لكل من المرسل والمستقبل بتبادل أدوار العملية الاتصالية، ولكن تلك الوسائل أحدثت أيضاً ثورة نوعية في المحتوى الاتصالي متعدد الوسائط والذي يشمل على النصوص والصور وملفات الصوت ولقطات الفيديو<sup>(4)</sup>، فالشبكات الاجتماعية لا سيما في العالم العربي أثرت على نحو مباشر في تحقيق تغيرات

\* مدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال - جامعة جنوب الوادي .

جوهريّة في المشهد السياسي في عدة دول، قادت بعضها إلى الفوضى، وقادت بعضها إلى التغيير الحقيقي والفعال، لكن الأمر الثابت في هذا الإطار هو أنها أثبتت قدراتها على أن تكون أداة قوية ومؤثرة في المجال العام في أي مجتمع<sup>(5)</sup>.

وفي السنوات الأخيرة زاد عدد المواقع الإرهابية ومقاطع الفيديو الداعية للتطرف وغسل أدمغة الشباب وتجنيدهم للقيام بأعمال تتنافى مع البعد الإنساني والأخلاقي وتعاليم الدين الإسلامي الحنيف القائم على الوسطية والمنافي لأي تطرف أيًا كان مصدره<sup>(6)</sup>.

وشهدت السنوات الأخيرة تزايدًا ملحوظًا في استخدام الإرهابيين لشبكة الإنترنت فقد زاد عدد مواقع الإنترنت التي تروج للفكر المتطرف والإرهاب حيث كان عددها عالميًا 12 موقعًا عام 1998 ووصل العدد الآن إلى 5800 آلاف موقع وفقًا للاتحاد الأوروبي، ومن خلال رصد مجلس وزراء الداخلية العرب للمواقع سألقة الذكر بالتعاون مع الدول الأعضاء فإن عدد هذه المواقع يصل لأكثر من 720 موقع وصفحة تستهدف تضليل المواطن العربي والترويج لفكر التطرف والإرهاب وضرب خطط التنمية والتقدم في دولنا العربية عن تحقيق أهدافها، وهذا الرقم الخاص بمواقع وصفحات الإنترنت الإرهابية يتغير بصفة شبه مستمرة نظرًا لقيام معظم الدول العربية بحجب مواقع الإنترنت الإرهابية لكن سرعان ما تعود تلك المواقع والصفحات الإرهابية مرة أخرى وهكذا<sup>(7)</sup>.

كما أن الإعلام الجديد أصبح أداة من أدوات المنظمات الإرهابية في نشر الفتن والأفكار المتطرفة لسهولة تداوله، وهذا يعني أنه بات يستخدم ضمن أخطر الحروب على الإطلاق باستخدام التقنيات التكنولوجية المتطورة مثل المدونات، Facebook و YouTube و Twitter و Instagram و Flickr، إضافة إلى تقنيات أكثر تطورًا وأكثر حداثة مثل assk.fm و Kik و Friendica ومؤخرًا VK.com و Diaspora و JustPaste.it و Sound Cloud، وتستفيد أيضًا من التطبيقات المتوفرة على Google Play و iTunes for Apple<sup>(8)</sup>، مما يجعلنا نصدق ما يدور، وعلينا مواجهته بالأساليب الإعلامية المماثلة، وبينت الدراسات أن هذا الإعلام الجديد استخدمه المتطرفون دينيًا وسياسيًا وأيديولوجيًا في استقطاب الشباب إلى عملياتهم، والتي تستهدف بث الخوف والاعتراف بهم، والرضوخ لمطالبهم، وأن الإنترنت خدم الخلايا الإرهابية من خلال تحقيق الترابط التنظيمي بينهم، وتبادل الأفكار حول كيفية التنسيق للعمل الإرهابي، وتدمير مواقع الإنترنت المضادة، واختراق المؤسسات الحيوية أو تعطيل خدماتها الإلكترونية<sup>(9)</sup>.

ولما كان الغلو والتطرف يلتصق - غالبًا - بالدين، كان من الأهمية بمكان بيان دور المؤسسات والمنظمات الإسلامية، سواء أكانت رسمية أم شعبية، وذلك لأن الدين إن كان يعتبر مدخلًا من مداخل التطرف والإرهاب من خلال سوء فهمه، فإن بيان

صورتها الصحيحة هي من أنجع وسائل علاج الغلو والتطرف والحماية منها، لذا فإن هذه الدراسة ستعرض دور المنظمات الإسلامية العالمية في التصدي لقضايا الإرهاب والتطرف ونشر ثقافة الوساطة عبر شبكات التواصل الاجتماعي التابعة لها وكيفية طرح أفكارها والترويج لها والتأثير في جمهورها.

#### ■ الدراسات السابقة Previous Studies:

تناولت دراسات أكاديمية متنوعة قضايا الخطاب الإعلامي الإسلامي في المواقع الإلكترونية، ولما كان هدف هذه الدراسة هو دراسة خطاب شبكات التواصل الاجتماعي في المنظمات الإسلامية العالمية فإن تركيزها سينصب على الدراسات التي تناولت خطاب شبكات التواصل الاجتماعي للقضايا الإسلامية بهدف الوقوف على أحدث النتائج والأنماط التحليلية لخطاب شبكات التواصل الاجتماعي للمنظمات الإسلامية، وقد انقسمت الدراسات إلى ثلاث محاور تناول المحور الأول الخطاب الإعلامي والقضايا الإسلامية عبر شبكة الإنترنت، والمحور الثاني الخطاب الإعلامي في المنظمات الإسلامية العالمية وعلاقته بمواجهة التطرف والإرهاب، وتناول المحور الثالث خطاب شبكات التواصل الاجتماعي لقضايا الإرهاب والتطرف.

**أولاً: المحور الأول: دراسات تناولت الخطاب الإعلامي والقضايا الإسلامية عبر شبكة الإنترنت:** ، أجرى عبد الله عبد الرحمن الخطيب (2009)<sup>(10)</sup> دراسة تحليلية لمواقع الإنترنت الحكومية المهمة بالقرآن الكريم وعلومه في دولة الإمارات العربية المتحدة حيث سعت هذه الدراسة إلى التعرف على المواقع الإلكترونية المهمة بالقرآن الكريم والسنة بالشارقة في دولة الإمارات العربية المتحدة وإلى أي مدى يقبل الجمهور على هذه المواقع، حيث قام الباحث بتحليل موقع مؤسسة القرآن الكريم وموقع جائزة دبي الدولية للقرآن الكريم، وأشارت النتائج إلى أن الإقبال على موقع جائزة دبي الدولية للقرآن الكريم أكبر بكثير من الإقبال على موقع مؤسسة القرآن الكريم والسنة بالشارقة، وما ينطبق على هذين الموقعين يمكن تطبيقه في المواقع المتخصصة بالقرآن الكريم والسنة النبوية في العالم، وهدفت دراسة ناصر بن محمد السويدان (2011)<sup>(11)</sup> إلى معرفة مدى ما تمثله المواقع الدعوية الإسلامية من إضافة للمحتوى العربي، نظراً لأن المواقع الإسلامية كثيرة ومتشعبة؛ وحصر الباحث عينة دراسته في المواقع الإسلامية المتخصصة بكامل محتوياتها بالمسائل الدينية الإسلامية، وخلص الباحث في دراسته إلى أن المواقع الدعوية الإسلامية تعد مصادر معلومات مفيدة للباحثين، حيث يستقي منها الباحثون المعلومات الميسرة قليلة التكلفة عن الدين الإسلامي ومصادره: القرآن الكريم والحديث الشريف والفقه والسيرة وغيرها من المجالات الدينية، ووجد الباحث أن المواقع الدعوية الإسلامية تمثل رافداً قوياً لزيادة المحتوى الرقمي على الإنترنت؛ حيث تمثل نسبة كبيرة من هذا المحتوى، ورصدت دراسة شوقي عبد الله عباد (2011)<sup>(12)</sup> معرفة مدى تبني

**المواقع الدعوية الإسلامية للغات الحية كالعربية والإنجليزية والفرنسية والصينية** ونحوها؛ حيث تم انتقاء ثلاثين موقعًا، بحسب معايير معينة، وتبين من نتائج الدراسة أن أكثر من نصف هذه المواقع تقوم بدعم ما لا يقل عن لغة واحدة إضافة إلى لغة الموقع الأساسية، وتبين كذلك أن اللغة الإنجليزية هي اللغة التي تدعمها 97% من المواقع الدعوية الإسلامية على الإنترنت؛ وذلك نظرًا - كما يعتقد الباحث - لأن الإنجليزية هي اللغة الأساسية لـ 73% من هذه العينة، تليها اللغة العربية بنسبة 47%، كما اتضح أن 17% من المواقع فقط هي التي تدعم 6 لغات عالمية، **وتطرق دراسة Katherin Liimets (2016)**<sup>(13)</sup> التي عززت دور وسائل التواصل الاجتماعي في انتشار الحركات الإسلامية كطالبان والدولة الإسلامية، وبحثت الدراسة إلى أي مدى أثرت العولمة على انتشار الإرهاب وما يمكن اعتباره حلولاً ممكنة لمكافحة انتشار الإرهاب، وتناولت الدراسة الأساليب المختلفة التي تستخدمها الدولة الإسلامية وحركة طالبان لفهم الاختلافات التي خلقتها العولمة، وإلى أي مدى أحدث التقدم التكنولوجي فرقاً في انتشار الإرهاب باستخدام الأساليب الدعائية المتطورة، **وعالجت دراسة دعاء عبد الحكم الصعدي (2018)**<sup>(14)</sup> التي تناولت أزمة مسلمي الروهينجا في خطاب المواقع الإلكترونية الإعلامية الأجنبية دراسة تحليلية، حيث هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل الملامح والسمات البنوية لخطابات المواقع الإعلامية الإلكترونية الأجنبية عينة الدراسة في تناولها لأزمة مسلمي الروهينجا؛ للوقوف على مرتكزاتها، ومواقفها المعلنة من الأزمة، عن طريق استخراج الأطروحات التي قدمها كل خطاب ومسارات البرهنة عليها وتحديد القوى الفاعلة الواردة فيها والأدوار المنسوبة لكل، والوقوف على الآليات الخطابية المتبعة في العرض والإقناع مع رصد التشابه والاختلاف في ملامح كل خطاب، واستخدمت الدراسة أداة تحليل الخطاب، وتمثلت عينة الدراسة في كل من: موقع صحيفة الجارديان البريطانية (ويشمل الجارديان والأوبزرفر والجارديان الأسبوعي)، وموقع سي إن إن الأمريكي بالعربية، وموقع منظمة هيومان رايتس ووتش الحقوقية الدولية، وأظهرت النتائج، الاتفاق على إبراز جماعة جيش أركان فاعلاً رئيساً في التسبب في الأزمة، ومساواته تقريباً بجيش ميانمار في ميزان القوى، رغم التسليم بضعف تسليحه وقدراته، والتشكيك في شعبيته لدى الروهينجا؛ مما أوقع الخطاب في مغالطة التناقض في الحجة، وكذلك تبين تعمد التركيز على القوى الغربية الدولية فاعلاً إيجابياً في متابعة الأزمة ومحاولات إنهاؤها، وتجاهل الخطاب القوى العربية والإسلامية وتهميشها والتعظيم على مواقفها المعلنة من الأزمة.

**ثانياً: المحور الثاني : دراسات تناولت الخطاب الإعلامي في المنظمات الإسلامية العالمية وعلاقته بمواجهة التطرف والإرهاب .**

تناولت دراسة طه عبد الله (2011)<sup>(15)</sup> أساليب ووسائل ممارسة العلاقات العامة في المؤسسات الدعوية بالسودان بالتطبيق على منظمة الدعوة الإسلامية حيث هدفت

الدراسة لمعرفة دور العلاقات العامة ومهاراتها في دعم الاتصال الدعوي بالمؤسسات الدعوية، من خلال دراسة حالة منظمة الدعوة الإسلامية بالسودان كنموذج، وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج، أهمها أن أكثر من 90% من المبحوثين يرون أن العلاقات العامة يمكن أن تساهم وتؤدي دوراً مهماً وأساسياً في نشاط المؤسسات الدعوية، وأوصت الدراسة بتعزيز الأساليب المستخدمة حتى تتناسب وموقعها الإداري كإدارة عامة بالمنظمة، وأهمية الارتقاء بالوظيفة الاتصالية للعلاقات العامة بالمؤسسات الدعوية باختيار كوادر متخصصة، وتدريب القائمين عليها حالياً، وتوفير المعينات المادية والبشرية اللازمة، والاستخدام الأمثل والصحيح للوسائل، بينما رصدت دراسة عبدالرحمن بن خلف العنزي (2015) (16) دور مؤسسات المجتمع المدني في مكافحة التطرف والإرهاب وخلصت الدراسة بأن المجتمع المدني هو مجموعة كيانات داخل المجتمع يعاني مما يعانيه المجتمع ككل، وأن إسهام المجتمع المدني في مواجهة التطرف والإرهاب يتوقف على عدة متغيرات أبرزها قدراته البشرية والمادية والإطار التشريعي الذي يتحرك من خلاله والمنظور الأمني لتعامل الدولة معه ثم طبيعة القيادات والنخب في مؤسسات المجتمع المدني، كما تناولت دراسة عبد الباسط محمد عبد الوهاب الحطامي (2018) (17) آليات ومضامين الخطاب الإعلامي ودوره في مواجهة الاستراتيجيات الدعائية لقوى الإرهاب ومعرفة العلاقة بين الخطاب الإعلامي وآليات الإرهابيين الدعائية، والمعوقات التي تحد من فاعلية الخطاب الإعلامي في مواجهة الإرهاب وفكره، وتوصلت الدراسة إلى أن الخطاب الإعلامي لكي يكون مقنعاً لا بد أن تتوفر فيه الأهداف التي تسعى المادة الإعلامية لتحقيقها، وأن تكون قادرة على جلب الانتباه، واستخدام الاستمالات العاطفية.

ثالثاً: المحور الثالث: دراسات تناولت خطاب شبكات التواصل الاجتماعي لقضايا الإرهاب والتطرف .

تناولت دراسة أحمد خليفة الدهاش (٢٠١٠) (18) استخدام الشبكة العنكبوتية في مواجهة انتشار الفكر المتطرف حيث أجريت هذه الدراسة بمدينة الرياض علي عينة مقدارها (٦٥) من العاملين بوزارة الشؤون الإسلامية والأوقاف والدعوة والإرشاد بهدف التعرف علي مدي استخدام الشبكة العنكبوتية في مواجهة الفكر المتطرف، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي وأداة الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة إلي عدة نتائج أهمها: أن المواقع الإلكترونية التي تبث الفكر المتطرف تتميز بتوفير كافة الوسائط المتعددة السمعية والبصرية للترويج لأفكارها، وبينت دراسة Joshua Close, Major, USAF (2014) (19) علاقة الجماعات الإرهابية بوسائل التواصل الاجتماعي والتطرف وكيفية استغلال الجماعات المتطرفة للخدمات الإلكترونية التي تقدمها وسائل التواصل الاجتماعي في تجنيد الشباب والايمان بأفكارهم، وأشارت الدراسة إلى أن الجماعات الإرهابية تملك توظيف إمكانيات

وسائل التواصل الاجتماعي بشكل فعال أكثر من أي مؤسسات أخرى وذلك لسهولة حشد أكبر قدر من الأعضاء والإيمان بأفكارها، وذكرت دراسة تحسين محمد أنيس شراذقة (2016)<sup>(20)</sup> التوظيف الإعلامي لشبكات التواصل الاجتماعي في مكافحة ظاهرة الإرهاب (داعش نموذجاً)، وهدفت إلى التعرف على آليات التوظيف الإعلامي لشبكات التواصل الاجتماعي في مكافحة ظاهرة الإرهاب (داعش نموذجاً) من وجهة نظر طلبة جامعة اليرموك، بالإضافة إلى الكشف عما إذا كان هناك فروق دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha = 0.05$ ) فيما يتعلق بآراء أفراد العينة نحو التوظيف الإعلامي لشبكات التواصل الاجتماعي في مكافحة ظاهرة الإرهاب، وتكونت عينة الدراسة من طلبة جامعة اليرموك والبالغ عددهم (200) طالب وطالبة، واستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، واقترح الباحث التعرف على آليات التوظيف الإعلامي لشبكات التواصل الاجتماعي في مكافحة ظاهرة الإرهاب، وضرورة معرفة المواقع التي يستخدمها تنظيم الدولة (داعش) ومتابعتها والعمل على إغلاقها بشتى الطرق، بالإضافة إلى العمل على تنمية قيم المواطنة الحقة وتعليمها لأبناء المجتمع العربي للابتعاد عن مظاهر العنف، ورصدت دراسة بنعيسى عسلوان (2016)<sup>(21)</sup> دعاية التطرف والإرهاب عبر منصات التواصل الاجتماعي: في أن لمواقع التواصل الاجتماعي نصيباً من المساندة العامة للعمل الإرهابي الإلكتروني، مما أدى إلى اتساع نطاقه وتناميه، موضعاً أن سهولة استغلالها تمثل فضاءً خصباً تتسلل إليه التنظيمات والجماعات الإرهابية لعلامة أنشطتها الدامية، وذلك عبر التسويق لأيديولوجياتها أو لإثارة الرعب أو التنسيق والتواصل عن بعد مع المستقطبين والمنتمين إليها، حيث تتم عمليات الاستقطاب والتجنيد انطلاقاً من شبكات التواصل الاجتماعي - حسب الدارسين - وفق منهجية محكمة تقوم على تقنيات التأثير الوجداني، من خلال إثارة العاطفة بواسطة وصفة الغيرة على الدين، وحجة الدفاع عن القيم المقدسة، كما تعتمد على أسلوب دغدغة مشاعر المستخدمين للشبكات من الشباب الغفّل، المتشدد، المحبط واليأس. من جانبه تناول Muhammad Deri Putra (2016)<sup>(22)</sup> دور وسائل الإعلام الاجتماعية في مكافحة الإرهاب السيبراني **Cyber Terrorism** والتطرف الإلكتروني **Cyber Extremism** وذلك للحد من هجمات الحركات الإرهابية التي تنتشر الأيديولوجيات والأفكار المسمومة سرّاً أو علناً، وأكدت الدراسة أن الإرهاب أصبح الآن نوعاً من الترفيه الجماعي حيث تلعب وسائل الإعلام الاجتماعية دوراً مؤثراً في تكوين الرأي العام من خلال التحليل والتعليق على الأخبار الأخرى ذات الأهمية، وسهولة نشر أي فكر منظم تنتهجه الجماعات الإرهابية، واقترحت الدراسة أن تكون للقوة الناعمة للدول دوراً في الحد من هذه الظواهر الإرهابية بضبط المعلومات وتحسين قدرات الموارد البشرية في فلترة المعلومات ومعرفة مصداقيتها، في حين قام حسن نيازي (2016)<sup>(23)</sup> بالمعالجة البحثية والتنظيرية لاستخدام التنظيمات الإرهابية للإعلام الجديد، مبيناً أن المتطرفون

والجماعات الإرهابية، اتجهت إلى استغلال الإعلام الجديد كوسيلة جديدة وقوية لنشر الدعاية واستدراج الشباب، وتوصيل رؤيتهم، والتحريض على العنف، وجذب الآلاف من المقاتلين. وبهذا يعتمد 90% تقريباً من الإرهاب المنظم على شبكة الإنترنت على توظيف الإعلام الاجتماعي، حيث تستخدم الجماعات المتطرفة الإنترنت ووسائل الإعلام الاجتماعي في حملات العمليات النفسية عبر الإنترنت بنجاح، وركزت دراسة **Matthias Hartung** وآخرون (2017)<sup>(24)</sup> حول علاقة اليمين المتطرف والجماعات الإرهابية والمتطرفة عبر وسائل الإعلام الاجتماعية، وتوصلت الدراسة إلى أن القائمين على مثل هذه الحركات اليمينية المتطرفة تستغل الإمكانيات التكنولوجية في صنع قادة سياسيين يؤمنون بفكر اليمين المتطرف، ولديهم قدرة لغوية متميزة في نشر الأساليب الدعائية لهم وينشرونه ويثرونه من خلال شبكات التواصل الاجتماعي وخاصة تويتر، وقدمت دراسة كل من **Ümmü & Tuba Kalçık** و **Altan Bayraktar** (2017)<sup>(25)</sup> الأساليب الدعائية لمنظمة داعش الإرهابية عبر شبكات التواصل الاجتماعي من خلال تحليل الخطاب النقدي للقطات الفيديو التي تبثها داعش عبر تويتر والتي تعد إحدى القنوات الشائعة لوسائل الإعلام الجديدة، وكشف التحليل أن الفيديوهات التي تبثها داعش تعتمد على الأسلوب العاطفي وحث المسلمين على الجهاد والاستشهاد بالآيات القرآنية التي تدعوا على الجهاد، وتوصلت الدراسة إلى أن داعش تدرس فكرة أن المسلمين في حالة حرب دائم مما تستخدم أساليب دعائية مناسبة للترويج لأفكارها، ورصدت دراسة **Yulia Gritsay** (2018)<sup>(26)</sup> صورة الإرهاب في وسائل الإعلام الناطقة باللغة الإنجليزية في فنلندا وروسيا، واستخدمت الدراسة التحليل النقدي للمقالات المنشورة على الإنترنت حول قضيتي قصف مترو سانت بطرسبرغ، وطعن توركو، من خلال مواقع الصحف الإلكترونية عينة الدراسة **Helsinki Times**, **Yle News** (هلنسكي نايمز وبيل نيوز)، وهدفت الدراسة الي استكشاف الاختلافات وأوجه التشابه في خطاب الإرهاب بين البلدين ووسائل الإعلام فيها من أجل معرفة كيف تغير مقالات وسائل الإعلام صورة الإرهاب في المجتمع، وأظهرت النتائج أن هناك تناقضات في نقل الأخبار وفي مصادرها بين الدولتين محل الدراسة، ودراسة كل من **A. Ceron, L. Curini**, و **S.M. Iacus** (2018)<sup>(27)</sup> حول الخطاب الإعلامي العربي عبر تويتر من خلال تحليل منشورات داعش وتحليل استراتيجياتها وخطواتها المرحلية في التعامل مع المقاتلين من خلال نسبة المشاهدة والتعليقات علي تويتر .

#### التعليق على الدراسات السابقة

- هناك قلة في الدراسات العربية التي تناولت دراسة خطابات شبكات التواصل الاجتماعي في المنظمات الإسلامية ضد قضايا التطرف والإرهاب، الأمر الذي دفع الباحث إلى دراسة خطاب المنظمات الإسلامية العالمية في التصدي لقضايا

الإرهاب والتطرف ونشر ثقافة الوسطية وكيفية طرح أفكارها والترويج لها والتأثير في جمهورها.

- ركز عدد من الدراسات حول دراسة حركات إرهابية بعينها ودراسة أساليبها الدعائية كدراسة حسن نيازي في الأساليب الإعلامية لحركة داعش الإرهابية<sup>(28)</sup>، ودراسة تحسن محمد شراذقة<sup>(29)</sup>، ودراسة دعاء عبد الحكم الصعيدي حول دراسة خطاب أزمة الروهينجا<sup>(30)</sup>، بينما ركزت دراسات أخرى بشكل عام حول تأثير استخدام وخطورة وسائل التواصل الاجتماعي من خلال الحركات الإرهابية، ولكن لم تختص دراسة واحدة بدراسة الإعلام المضاد وكيفية مواجهة هذا الخطر، مما ستضيف هذه الدراسة بعداً آخر في دراسة خطابات شبكات التواصل الاجتماعية للمنظمات الإسلامية الحكومية الرسمية ودراسة تحليل الخطاب الإعلامي لشبكتها، ورصد الأساليب الإعلامية المستخدمة لمواجهة خطر التطرف والإرهاب .
- الاستفادة من نتائج الدراسات السابقة في تحديد الإطار المنهجي واختيار المنهج المناسب لتناول موضوع الدراسة، وكذلك ربط نتائج هذه الدراسات بنتائج دراسة الباحث ومعرفة درجة الاتفاق والاختلاف بينهما.

#### ■ مشكلة الدراسة:

تحددت مشكلة الدراسة في التعرف على خطاب وسائل التواصل الاجتماعي للمنظمات الإسلامية العالمية وعلاقته بنشر ثقافة الإسلام الوسطى المعتدل علي تشكيل معارف الجمهور واتجاهاتهم نحو القضايا الدينية والإسلامية في العالم العربي والإسلامي بعد ثورات الربيع العربي ومواجهة التطرف والإرهاب، من خلال رصد وتحليل وتفسير أدوات الخطاب الإعلامي التي تستخدمها المنظمات الإسلامية وذلك للتعرف على سمات هذا الخطاب وملامحه وكيفية توظيف المنظمات الإسلامية العالمية لأدوات الخطاب لإقناع الجمهور بأفكارها وتوجهاتها ومنهجها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي الرسمية التابعة لها بعيداً عن التشوهات التي لحقت بالإسلام بعد الغزو الفكري الذي أصابه.

#### ■ أهمية الدراسة:

- التعرف على الخطاب الإعلامي للمنظمات الإسلامية العالمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي التابعة لها وكيفية طرح أفكارها، وكيفية توظيف كل منها لأدوات الخطاب لإقناع الجمهور بتبني أو رفض اتجاه معين أو قضية معينة .
- قلة الدراسات التي طبقت مدخل تحليل الخطاب في مجال شبكات التواصل الاجتماعي للمنظمات الإسلامية العالمية .



- التحولات السياسية الجارية التي تشهدها المنطقة العربية والإسلامية والعديد من دول العالم الغربي، والتي هيأت لسياق إقليمي لزيادة دور الجماعات الإرهابية، فتصاعد دورها على النحو الذي يظهر في المنطقة العربية والعالم، وتحول إلى ظاهرة عالمية برزت نشاطاته بشكل مذهل عبر وسائل الإعلام، خاصة من خلال شبكة الإنترنت، والتي بدورها هدّدت استقرار عدد من الدول والمجتمعات العربية والأجنبية، مؤكداً على ضرورة مواجهة هذا التنظيم وأنشطته الإرهابية بكل الطرق والوسائل المناسبة والفعالة<sup>(31)</sup>، مما ألزم الباحثين دراسة خطاب المنظمات الإسلامية وآلية تطوير أساليبه الإعلامية للتصدي لقضايا التطرف والإرهاب والحفاظ على أمن المجتمع واستقراره .

#### ■ أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيسي في هذه الدراسة حول رصد وتحليل وتفسير خطاب وسائل التواصل الاجتماعي للمنظمات الإسلامية العالمية وعلاقته بنشر ثقافة الإسلام الوسطى ومواجهة التطرف والإرهاب، خلال فترة الدراسة ومن هذا الهدف تتفرع عدة أهداف فرعية تتمثل في التعرف على:

- الأطروحات التي ارتكزت عليها خطابات المنظمات الإسلامية العالمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي لها إزاء مواجهة قضايا التطرف والإرهاب .
- المرجعية التي استندت إليها الخطابات الإعلامية في المنظمات الإسلامية العالمية.
- تحليل العناصر الخاصة بمضمون أطروحات خطاب قضايا التطرف والإرهاب ونشر ثقافة الإسلام الوسطى عبر شبكات التواصل الاجتماعي ويتفرع من هذا الهدف الجزئية التالية :
- تحليل الأبعاد الموضوعية لأطروحات الخطاب الخاص بقضايا الدراسة .
- تحليل مسارات البرهنة التي اعتمدت عليها أطروحات الخطاب .
- تحليل العناصر الخاصة بأسلوب تقديم أطروحات الخطاب ويتضمن أيضاً عدد من الأهداف الجزئية :
- التعرف على نوع المستوى اللغوي في تقديم أطروحات الخطاب .
- التعرف على مستويات التعبير المجازي وكيفية توظيفها في تقديم أطروحات الخطاب .
- التعرف على أساليب تناول المضمون الذي تضمنه أطروحات الخطاب .

- تحليل علاقة الارتباط بين العناصر المختلفة التي تشكلت خلالها بنية أطروحات الخطاب .
- رصد مفردات الخطاب الإعلامي للمنظمات الإسلامية في شبكات التواصل الاجتماعي حول قضية نشر ثقافة الإسلام الوسطى المعتدل ومواجهة خطر التطرف والإرهاب .
- القوى الفاعلة البارزة في الخطابات الإعلامية للمنظمات الإسلامية .
- التعرف على المبررات الإقناعية التي اعتمد عليها خطاب المنظمات الإسلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي حول هذه القضية .
- الكشف عن طبيعة الاتجاه السائد في الخطاب نحو القوى الفاعلة في الموضوعات محل الدراسة ورصد الصفات المنسوبة لهم.
- التعرف على القوالب الفنية التي يقدم من خلالها الخطاب والى أي مدى نجحت شبكات التواصل الاجتماعي في توظيف في خدمة الموضوعات المطروحة خلال فترة الدراسة .
- التعرف على نوع الخطاب الذي اعتمدت عليه وسائل التواصل الاجتماعي خلال تناولها للموضوعات محل الدراسة .
- **تساؤلات الدراسة:**
- ما الأطروحات التي ارتكزت عليها خطابات المنظمات الإسلامية العالمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي لها إزاء مواجهة قضايا التطرف والإرهاب ؟
- ما المرجعية التي استندت إليها الخطابات الإعلامية في المنظمات الإسلامية العالمية ؟
- ما القوى الفاعلة البارزة في الخطابات الإعلامية للمنظمات الإسلامية في تناولها لقضايا الإسلام الوسطى ومواجهة التطرف والإرهاب ؟
- ما مفردات الخطاب الإعلامي للمنظمات الإسلامية في شبكات التواصل الاجتماعي حول قضية نشر ثقافة الإسلام الوسطى المعتدل ومواجهة خطر التطرف والإرهاب ؟
- ما المبررات الإقناعية التي اعتمد عليها خطاب المنظمات الإسلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي حول هذه القضية ؟
- ما طبيعة الاتجاه السائد في الخطاب نحو القوى الفاعلة في الموضوعات محل الدراسة ورصد الصفات المنسوبة لهم ؟

- ما القوالب الفنية التي يقدم من خلالها الخطاب والى أي مدى نجحت شبكات التواصل الاجتماعي في توظيفها في خدمة الموضوعات المطروحة خلال فترة الدراسة ؟
- ما نوع الخطاب الذي اعتمدت عليه وسائل التواصل الاجتماعي خلال تناولها للموضوعات محل الدراسة ؟
- ما المستوى اللغوي الى اعتمد عليه الخطاب في تقديم أطروحاته ؟
- ما درجة اعتماد الخطاب على أساليب التعبير المجازي تقديم أطروحات الخطاب ؟
- ما العلاقة البنوية بين العنصر المختلفة التي تشكلت منها بنية أطروحات خطاب المنظمات الإسلامية حول قضايا التطرف والإرهاب ؟
- **فروض الدراسة:**
  - تمت صياغة الفروض إستنادًا إلى عناصر تحليل الخطاب التي تشمل طبيعة المحتوى ، الأطر المستخدمة، الاستمالات، أساليب المعالجة، مسارات البرهنة، ودراسة علاقاتها البنوية بعضها البعض وذلك على النحو التالي:
  - **الفرض الرئيسي الأول:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين عناصر تحليل الخطاب بعضها البعض شملت عدد من الفروض الفرعية منها :
    - توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين موضوع أطروحات الخطاب والقوى الفاعلة فيه .
    - توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين موضوع أطروحات الخطاب وأساليب التعبير المجازي .
    - توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين موضوع أطروحات الخطاب ومسارات البرهنة المستخدمة فيه .
    - توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الحجج المستخدمة في الخطاب وأساليب التعبير المجازي .
  - **الفرض الرئيسي الثاني:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المرجعية التي استندت إليها الخطابات الإعلامية في المنظمات الإسلامية العالمية وعناصر تحليل الخطاب وتشمل عدد من الفروض الفرعية منها :

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المرجعية التي استندت إليها الخطابات الإعلامية في المنظمات الإسلامية العالمية والمبررات الإقناعية المستخدمة فيه .
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المرجعية التي استندت إليها الخطابات الإعلامية في المنظمات الإسلامية العالمية ونوع الخطاب الذي اعتمدت عليه .
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المرجعية التي استندت إليها الخطابات الإعلامية في المنظمات الإسلامية العالمية ودرجة اعتماد الخطاب على أساليب التعبير المجازي .

#### ■ نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية التي ترتقى إلى مستوى التفسير والتقييم حيث تستهدف وصف وتحليل وتفسير القضايا والموضوعات الدقيقة التي تعرضها المنظمات الإسلامية العالمية في نشر ثقافة الإسلام الوسطي ومواجهة التطرف والإرهاب كقوى فاعلة في الخطاب الإعلامي عبر شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بها.

#### ■ منهج الدراسة :

استعانت الدراسة بمنهج المسح الإعلامي بشقيه الوصفي والتحليلي باعتباره جهداً علمياً منظماً يساعد في الحصول على المعلومات والبيانات الخاصة بالظاهرة موضع الدراسة، ومن ثم استخدم هذا المنهج في مسح وتوصيف وتحليل كافة المعالجات الإعلامية الخاصة بالأدوار الفاعلة للمنظمات الإسلامية في الخطاب الإعلامي في شبكات التواصل الاجتماعي موضع الدراسة، واعتمدت الدراسة على منهج المسح وتم استخدام أداة تحليل المضمون Content Analysis من خلال رصد وتحليل محتوى الصفحات الرسمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي للمنظمات الإسلامية العالمية محل الدراسة على موقع تويتر، باعتبارها فاعل محوري في مواجهة خطر التطرف والإرهاب بهدف الإجابة عن تساؤلات الدراسة<sup>(32)</sup>، وفي إطار منهج المسح تم الاعتماد على التحليل الكيفي الذي يقوم بالرصد والملاحظة والتسجيل لإيجاد الإجابات المناسبة، فيقوم بتوصيفها وتفسيرها وصولاً لمرحلة الفهم<sup>(33)</sup> وبهدف رصد وتحليل وتفسير القضايا الدينية التي تعرضها شبكات التواصل الاجتماعي التي تتبناها المنظمات الإسلامية العالمية في نشر ثقافة الإسلام الوسطي ووصول مفاهيمه ومبادئه للجمهور وتحويل النتائج الكمية إلى نتائج كيفية ، كما يعتمد التحليل الكيفي في مجال بحوث الإنترنت ومواقعها المختلفة على أساليب توظيف المحتوى وفئاته، ورصد أدوات وأساليب التفاعل مع المستخدمين مع إمكانية إجراء تسجيل كمي للمحتوى<sup>(34)</sup>، كما تم الاعتماد على المنهج المقارن في تحليل أوجه التشابه والاختلاف

داخل بنية أطروحات الخطاب المتعلق بقضايا الإرهاب والتطرف عبر شبكات التواصل الاجتماعي للمنظمات الإسلامية العالمية .

وقام الباحث بتحليل شبكات التواصل الاجتماعي للمنظمات الإسلامية العالمية على تويتر محل الدراسة في الفترة ما بين بداية يناير إلى نهاية مارس لعام 2016م.

#### ■ أدوات الدراسة :

تم استخدام استمارة تحليل الخطاب لمضمون خطاب شبكات التواصل الاجتماعي للمنظمات الإسلامية عينة الدراسة، واشتملت على مؤشرات متعددة تناولت فئات وقضايا الموضوع، وتم عرضها على السادة المحكمين وتنقيح ما بها من قصور وتعديلات (35).

#### ■ أسلوب التحليل وأدواته:

استعانت الدراسة بأسلوب أساسي للتحليل وهو أسلوب تحليل الخطاب وينتمي هذا الأسلوب إلى أساليب التحليل الكيفية، وفي إطار هذا الأسلوب تم استخدام الآتي (36):

- **أداة تحليل مسار البرهنة:** حيث يتم تحليل الأطروحات والحجج والمبررات والأدلة التي استخدمها الخطاب في معالجة القضايا والمشكلات، وتسمح هذه الأداة بتحليل المفاهيم الأيديولوجية التي يستند إليها الخطاب من خلال تحديد الأطروحات التي يتكون فيها وتسلسل الحجج التي يقدمها في تبريرها والسياقات المختلفة التي تعالج فيها هذه الأطروحات وهو تحليل يركز على الجوانب ذات الطابع الجدلي في النصوص، وفي إطار هذه الأداة يتم تفكيك الخطاب إلى مجموعة من الأطروحات في تقسيم فرعي ويتم تحليل درجة السلبية أو الإيجابية في كل طرح وعملية الاستدلال والبرهنة على كل أطروحة والتي تعكس البناء المنطقي للخطاب ويحدد مسار البرهنة الاختلاف النسبي بين الخطابات في التركيز على أطروحات محددة إثبات درجة التشابه أو التنوع في المواقف إزاء القضايا المختلفة في إطار المقارنة الموضوعية بين الخطابات.
- **تحليل القوى الفاعلة:** ويتم تطبيقها بهدف استخلاص سمات الفاعلين الأساسيين الذين ينسب إليهم أدوار وصفات معينة (إيجابية / سلبية) داخل الخطابات الإعلامية موضع التحليل، وسيتم التركيز في الدراسة على القوى الفاعلة داخل المنظمات الإسلامية .
- **تحليل الأطر المرجعية :** وهي مبادئ يستند إليها المتحدث أو الكاتب في الخطاب الذي يصطبغ في كل وسيلة إعلامية بحسب القوى السياسية والتيارات التي تعبر عنها، وكذلك طبيعة هذه الأطر وعلاقتها بالقوى السياسية التي تعبر عنها

الوسيلة، والهدف من ذلك رصد المنطلقات الفكرية المختلفة للمقولات المترددة داخل الخطاب والأسس التي يستند إليها الخطاب في وسائل الإعلام المختلفة .

### توظيف مدخل تحليل الخطاب في الدراسة :

اعتمدت الدراسة على تحليل خطاب المنظمات الإسلامية العالمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي التابعة لها لرصد الموضوعات المطروحة داخل الرسالة الاتصالية والتي تتعلق بنشر ثقافة الإسلام الوسطى ومواجهة خطر التطرف والإرهاب خاصة بعد ظهور عدد من الجماعات الدينية المتشددة والتي تتحدد في مجموعة المعاني والأفكار التي يعبر عنها الخطاب والتي هي أيضًا نتاج مدخلات البيئة المحيطة بوسيلة الإعلام التي تقدم هذا الخطاب، وعلى هذا الأساس فإن تحليل خطاب المنظمات الإسلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي لا يتم بمعزل عن البيئة الداخلية التي يتم من خلالها تقديم الخطاب والتي يتمثل في نمط ملكية الوسيلة وأساليب تمويلها، والبيئة المهنية وتتمثل في الكوادر البشرية العاملة في الوسيلة ومدى ما يتمتعون به من حرية في اتخاذ القرار في ضوء انتمائها ، كذلك البيئة الخارجية والتي تتمثل في الواقع السياسي والثقافي في المنطقة العربية والإسلامية بكل ما يعكسه من حالة الصراع المستمرة بين الفاعلين على الساحة الدينية من قوى ذات انتماءات فكرية وأيديولوجية مختلفة .

### ■ الفترة الزمنية للدراسة :

تمثل الإطار الزمني للدراسة في نوعية القضايا والموضوعات ومواد الرأي المنشورة في شبكات التواصل الاجتماعي للمنظمات الإسلامية العالمية في الفترة من بداية يناير إلى نهاية مارس 2016م نظرًا لما انطوت عليه من تغيرات حادة اعترت المشهد الإسلامي في العالم العربي والإسلامي وظهور حركات دينية تدعو للإرهاب والقتل والتخريب وإثارة الفتنة والبلبله بين أبناء الشباب المسلم والاستعانة ببعض الفتاوى والحجج غير المنطقية وتوجهات الشباب والمجتمع نحو قضايا خلافية تؤثر سلبًا على أفكارهم ومعتقداتهم .

### ■ مجتمع وعينة الدراسة :

تمثلت عينة الدراسة في شبكات التواصل الاجتماعي للمنظمات الإسلامية العالمية وهي منظمة التعاون الإسلامي، المنظمة الإسلامية للثقافة والعلوم (إيسيسكو)، ومنظمة الألسكو، والأزهر الشريف وذلك للتعبير عن مواقف المنظمات الإسلامية العالمية من قضايا التطرف والإرهاب وكيفية معالجتها لهذه القضايا وعلاقتها بنشر ثقافة الوسطية والاعتدال، وتتكون عينة الخطابات موضوع التحليل من نوعية القضايا المنشورة ومواد الرأي المنشورة على شبكات التواصل الاجتماعي موضع الدراسة

وتحليل الصورة التي قدمت له من قبل العديد من منتجي الخطاب الإعلامية لشبكات التواصل الاجتماعي للمنظمات الإسلامية .

وقد تم اختيار الصفحات الرسمية على موقع تويتر باعتباره أشهر المنصات الاجتماعية وأكثرها شعبية على مستوى العالم، حيث احتل المركز الأول من حيث عدد المستخدمين والذي وصل في يونيو 2014م إلى 1184 مليون مستخدم<sup>(37)</sup>، كما يعد "تويتر" أحد أهم وسائل التواصل الاجتماعي التي تستخدم للتفاعل والتنسيق أثناء العمليات الإرهابية، وتكمن الميزة الأساسية في "تويتر" بالنسبة إلى الجماعات الجهادية في أنه يوفر مجتمعات افتراضية متغيرة، تتكون بصورة تلقائية خلال الأحداث الكبرى، وهو ما تستفيد منه تلك الجماعات من خلال متابعة أحدث المعلومات عن أي قضية تظهر في المجال العام<sup>(38)</sup> .

واختار الباحث أسلوب المسح الشامل لشبكات التواصل الاجتماعي للمنظمات الإسلامية عينة الدراسة عبر تويتر من خلال استعراض القضايا الدينية التي لها علاقة بقضية نشر ثقافة الإسلام الوسطى ومواجهة خطر التطرف والإرهاب .

#### جدول رقم (1) يوضح أسماء المنظمات العالمية الإسلامية عينة الدراسة والتعريف بها<sup>39</sup>

اسم المنظمة	الموقع الرسمي عبر تويتر
<p><b>منظمة التعاون الإسلامي:</b> منظمة التعاون الإسلامي ثاني أكبر منظمة حكومية دولية بعد الأمم المتحدة، حيث تضم في عضويتها سبعاً وخمسين دولة موزعة على أربع قارات. وتمثل المنظمة الصوت الجماعي للعالم الإسلامي وتسعى لحماية مصالحه والتعبير عنها دعماً للسلام والانسجام الدوليين وتعزيزاً للعلاقات بين مختلف شعوب العالم، ومقرها المملكة العربية السعودية .</p> <p>الموقع الرسمي للمنظمة عبر شبكة الانترنت : <a href="https://www.oic-oci.org">https://www.oic-oci.org</a></p>	<p><a href="https://twitter.com/OIC_OCI">https://twitter.com/OIC_OCI</a></p>
<p><b>المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة (الإيسيسكو) (IESECO):</b></p> <p>هي منظمة متخصصة تعمل في إطار منظمة التعاون الإسلامي، تعنى بميادين التربية والعلوم والثقافة والاتصال في البلدان الإسلامية، مقرها الرباط بالمملكة المغربية، وتهدف إلى تقوية التعاون وتشجيعه وتعميقه بين الدول الأعضاء في مجالات التربية والعلوم والثقافة والاتصال، والنهوض بهذه المجالات وتطويرها، في إطار المرجعية الحضارية للعالم الإسلامي، وفي ضوء القيم والمثل الإنسانية الإسلامية.</p> <p>الموقع الرسمي للمنظمة عبر شبكة الانترنت : <a href="https://www.isesco.org">https://www.isesco.org</a>.</p>	<p><a href="https://twitter.com/ISESCOarabic">https://twitter.com/ISESCOarabic</a></p>
<p><b>المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم (الأسكو) ALECSO</b></p> <p>هي منظمة متخصصة، مقرها تونس، تعمل في نطاق جامعة</p>	

<p><a href="https://twitter.com/followALECSO">https://twitter.com/followALECSO</a></p>	<p>الدول العربية وتعنى أساسا بالنهوض بالثقافة العربية بتطوير مجالات التربية والثقافة والعلوم على مستويين الاقليمي والقومي والتنسيق فيما بينهما المشترك فيما بين الدول العربية الأعضاء. وقد أنشئت المنظمة بموجب المادة الثالثة من ميثاق الوحدة الثقافية العربية وتم الإعلان رسميا عن قيامها بالقاهرة يوم 25 جويلية/ يوليو 1970.</p> <p>الموقع الرسمي للمنظمة عبر شبكة الانترنت : <a href="http://www.alecso.org">http://www.alecso.org</a></p>
<p><a href="https://twitter.com/AlAzhar">https://twitter.com/AlAzhar</a></p>	<p>ELAZHAR : الأزهر الشريف :</p> <p>الأزهر الشريف مؤسسة إسلامية عالمية وقلعة الإسلام عبر العصور وكان الجامع الأزهر في مصر هو الذي يمثل الدعوة الإسلامية، ويعد الأزهر الشريف رمز القوى الإسلامية تصدر منه الفتاوى ، وهو الهيئة العلمية الإسلامية الكبرى التي تقوم على حفظ التراث الإسلامي ودراسته وتجليته ونشره وتحمل أمانة الرسالة الإسلامية الى كل الشعوب.</p> <p>الموقع الرسمي للأزهر الشريف عبر شبكة الانترنت : <a href="http://www.azhar.org">http://www.azhar.org</a></p>

#### مبررات اختيار العينة :

تم اختيار المنظمات الإسلامية العالمية باعتبارها مصدرًا معرفيًا رسميًا للقضايا الدينية

#### ■ اختبار الثبات والصدق:

يقصد بالصدق في التحليل صلاحية الأسلوب أو التأكد من أن الأداة تقيس فعلاً ما هو مراد قياسه، ومن ثم ارتفاع مستوى الثقة بالنتائج، بحيث يمكن الانتقال منها إلى التعميم<sup>(40)</sup>، ولتحقيق عنصر الصدق في هذه الدراسة قام الباحث بتصميم استمارة تحليل مضمون القضايا موضع الدراسة وتحديد فئاتها بدقة ووضوح، كما تم قياس الثبات من خلال إعادة تحليل 10% من المواقع عينة الدراسة، وتراوح معامل الثبات بين 90% و 95%، حيث تشير عملية الثبات إلى الاتفاق الكامل في النتائج بين باحثين مختلفين يقومون بتحليل نفس المضمون باستخدام نفس أداة التحليل، أي أنه في حالة إعادة تحليل نفس المادة الإعلامية مرة ثانية، باستخدام نفس الأداة المطبقة في المرة الأولى فإنه يتم الحصول على النتائج نفسها<sup>(41)</sup>.

#### ■ المعالجة الإحصائية للبيانات :

استخدمت الدراسة برنامج (SPSS) لملائته لطبيعة الدراسة ولتكوين جداول تكرارية بسيطة وجداول تكرارية توضح العلاقات الارتباطية بين المتغيرات، وتم



استخدام 2 معامل ارتباط التوافق وتطبيق العديد من المعاملات والاختبارات الإحصائية .

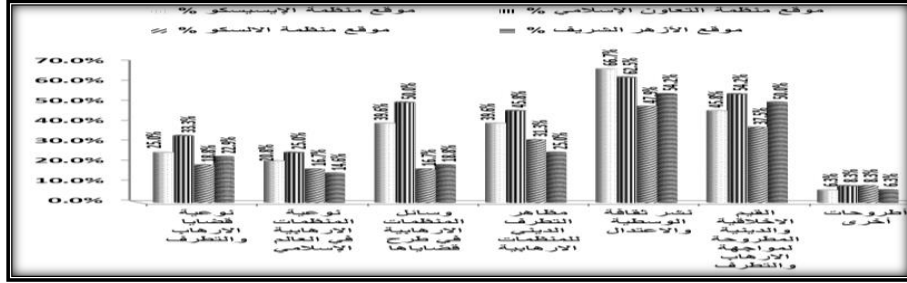
### ■ نتائج الدراسة:

أولاً: توصيف متغيرات الدراسة:

جدول رقم (2) يوضح الأطروحات التي ارتكزت عليها خطابات المنظمات الإسلامية العالمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي إزاء مواجهة قضايا التطرف والإرهاب.

الترتيب	المجموع		موقع الأزهر الشريف		موقع منظمة الألسكر		موقع منظمة التعاون الإسلامي		موقع منظمة الإيسيسكو		اسم الموقع الأطروحات
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
5	11.2%	48	22.9%	11	18.8%	9	33.3%	16	25.0%	12	نوعية قضايا الإرهاب والتطرف
6	8.6%	37	14.6%	7	16.7%	8	25.0%	12	20.8%	10	نوعية المنظمات الإرهابية في العالم الإسلامي
4	14.0%	60	18.8%	9	16.7%	8	50.0%	24	39.6%	19	وسائل المنظمات الارهابية في طرح قضاياها
3	15.9%	68	25.0%	12	31.3%	15	45.8%	22	39.6%	19	مظاهر التطرف الديني للمنظمات الارهابية
1	25.9%	111	54.2%	26	47.9%	23	62.5%	30	66.7%	32	نشر ثقافة الوسطية والاعتدال
2	21.0%	90	50.0%	24	37.5%	18	54.2%	26	45.8%	22	القيم الأخلاقية والدينية المطروحة لمواجهة الإرهاب والتطرف
7	3.3%	14	6.3%	3	8.3%	4	8.3%	4	6.3%	3	أطروحات أخرى
--	100%	428	21.5%	92	19.9%	85	31.3%	134	27.3%	117	المجموع

شكل رقم (1): عرض الأطروحات التي ارتكزت عليها خطابات المنظمات الإسلامية العالمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي إزاء مواجهة قضايا التطرف والإرهاب.



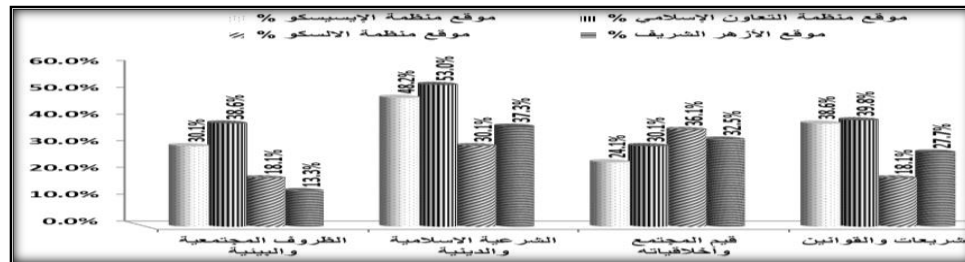
من خلال الجداول السابقة تبين أن أهم الأطروحات التي ارتكزت عليها خطابات المنظمات الإسلامية العالمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي إزاء مواجهة قضايا التطرف والإرهاب هي **نشر ثقافة الوسطية والاعتدال** في المرتبة الأولى بنسبة (25.9%)، وجاءت في المرتبة الثانية قضايا القيم الأخلاقية والدينية المطروحة لمواجهة الإرهاب والتطرف بنسبة (21.0%)، ومظاهر التطرف الديني للمنظمات الإرهابية جاءت بنسبة (15.9%) في المرتبة الثالثة، وهذا يوضح استراتيجيات خطاب المنظمات الإسلامية عينة الدراسة في عرض قضايا وإبراز قيم الإسلام الوسطي للجمهور من خلال نشر الوسطية وقيم الاعتدال، وهذه الاستراتيجية جاءت متوافقة مع مقولة أن "الإرهاب لا يبحث كثيراً في عدد الضحايا؛ بل يبحث أكثر في أن يسمع الناس به ويعلمون عنه" وتعد هذه المقولة المرجع الأساسي للحركات الإرهابية في علاقتها بوسائل الإعلام<sup>(42)</sup>، ودراسة يوسف بن أحمد الرميح<sup>(43)</sup>، والتي أكدت على أن الإرهاب الإلكتروني يعمل على استغلال الإمكانيات العلمية والتقنية، واستخدام وسائل الاتصال والإنترنت، من أجل تخويف وترويع الآخرين، وإلحاق الضرر بهم، أو تهديدهم وتدمير مرتكزات التنمية في البلاد ونشر الفوضى والدمار والدماء لأهداف فاسدة ومنحرفة ونشر الإشاعات الكاذبة بين الناس مما يؤدي لنشر الخوف والهلع بين الجمهور، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة عبدالحليم موسى، لطفي زيادي (2016)<sup>(44)</sup> حول الإصدارات الإعلامية التي ساهمت في نشر أيديولوجيات التنظيمات الإرهابية عبر وسائل الإعلام التقليدية والإلكترونية، وأكدت الدراسة أن إرهابيي ومتطرفي القاعدة ومن بعدهم تنظيم داعش الإرهابي، فهموا أهمية الحرب الإعلامية والدور الأساسي والمحوري الذي يمكن أن تلعبه وسائل الاتصال والإعلام التقليدية، وما يسمى بالإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي (تويتر، فيسبوك، يوتيوب، وغيرها) في استقطاب المجاهدين، وبت أفكارهم ومعتقداتهم، فجهزوا لها ميزانيات ومعدات ضخمة وسخروا لاستعمالها مختصين وتقنيين متمرسين في التصوير والإخراج الفني وصياغة المضامين الاتصالية والدعائية، وأنقنوا استعمالها بحرفية عالية، للتواصل مع خلاياهم النائمة في شتى أنحاء العالم، وإيصال أوامرهم ومخططاتهم وتفصيل العمليات الإجرامية والإرهابية التي يعتزمون القيام بها داخل بؤر التوتر مثل سوريا والعراق وليبيا واليمن، وكذلك داخل عدد من البلدان الأخرى، كما أكدت أيضاً دراسة محمد يونس<sup>45</sup> لمعرفة دور

الإنترنت كوسيلة للاتصال في الشؤون الدينية والإسلامية وأن الإنترنت يمثل وسيلة جديدة للاتصال في مجال الشؤون الإسلامية.

وبهذا فقد نجح خطاب المنظمات الإسلامية العالمية عينة الدراسة في دحض مخططات الحركات الإرهابية بالترويج لقيم الوسطية ونبذ العنف عبر تويتر ومن خلال تحليل أطروحات خطابات المنظمات الإسلامية فقد قدمت شرحاً مبسطاً للإسلام الوسطى بعيداً عن التشدد والغلو، كما يظهر دور خطاب المنظمات الإسلامية العالمية والتصدي لخطر التطرف والإرهاب في أن الإحصائيات المتوفرة حول الجماعات الإرهابية وخاصة داعية "داعش" الإرهابي على وسائل التواصل الاجتماعي تشير إلى وجود أكثر من 45 ألف حساب للتنظيم على شبكة تويتر، تنشر ما يقارب 90 ألف تغريدة يوميا، دون نسيان المواقع الإلكترونية للتنظيم على شبكة الإنترنت<sup>(46)</sup>، وإيمانها العميق بقاعدة هامة مفادها بأنه لكي تنجح فكرة جديدة يجب أن تلغي فكرة قديمة أو على الأقل يمكن تشويهها وهي ما نجحت فيه مثل هذه الجماعات المتطرفة باستخدامها تويتر وغيرها<sup>(47)</sup>، ودراسة رضا عكاشة<sup>48</sup> حول الخطاب الإسلامي في المدونات على الإنترنت، حيث توصل الباحث إلى أن هناك قدر كبير من الحرية متاحة أمام الباحثين والمهتمين بتجديد الخطاب الديني في وسائل الاعلام الإلكترونية، ومواقع شبكة الإنترنت عنه في وسائل الاعلام التقليدية مما يشير إلى أهمية تكثيف الجهود في خطابات المنظمات الإسلامية العالمية لمواجهة خطر هذه الجماعات الإرهابية.

### جدول رقم (3) يوضح المرجعية التي استندت إليها الخطابات الإعلامية في المنظمات الإسلامية العالمية في نشر الوساطة ومواجهة قضايا التطرف والإرهاب.

الترتيب	المجموع		موقع الأزهر الشريف		موقع منظمة الأنسكو		موقع منظمة التعاون الإسلامي		موقع منظمة الإيبيسكو		اسم الموقع المرجعية الخطابية
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
4	19.4%	83	13.3%	11	18.1%	15	38.6%	32	30.1%	25	الظروف المجتمعية والبيئية
1	32.7%	140	37.3%	31	30.1%	25	53.0%	44	48.2%	40	الشرعية الإسلامية والدينية
3	23.8%	102	32.5%	27	36.1%	30	30.1%	25	24.1%	20	قيم المجتمع وأخلاقياته
2	24.1%	103	27.7%	23	18.1%	15	39.8%	33	38.6%	32	التشريعات والقوانين
	100%	428	21.5%	92	19.9%	85	31.3%	134	27.3%	117	المجموع



شكل رقم (2): المرجعية التي استندت إليها الخطابات الإعلامية في المنظمات الإسلامية العالمية في نشر الوساطة ومواجهة قضايا التطرف والإرهاب.

من خلال تحليل الجداول السابقة تبين أن المرجعية الأولى التي استندت إليها الخطابات الإعلامية في المنظمات الإسلامية العالمية في نشر الوساطة ومواجهة قضايا التطرف والإرهاب هي الشرعية الإسلامية والدينية حيث جاءت بنسبة (32.7%)، وجاءت في المرتبة الثانية التشريعات والقوانين، والمرجعية الثالثة التي استندت إليها الخطابات الإعلامية في المنظمات الإسلامية العالمية في نشر الوساطة ومواجهة قضايا التطرف والإرهاب قيم المجتمع وأخلاقه بنسبة (23.8%)، وفي المرتبة الرابعة الظروف المجتمعية والبيئية، ومن خلال التحليل على سبيل المثال فقد قدمت منظمة الإيسيسكو عدد من الدراسات والندوات التعريفية عن الإسلام الوسطى وتوصيل صحيح الإسلام استناداً على الشرعية الإسلامية ونصوص القرآن وقيم المجتمع وأخلاقه مثل إنشاء مراكز متخصصة في نبذ العنف والتطرف مبنية على الأعراف الدولية وقيم المجتمع وأخلاقه، وحرص خطاب شبكات المنظمات الإسلامية عينة الدراسة على أهمية وسائل الإعلام الرقمية في نشر وتشكيل فكر الجمهور العربي والتأثير عليه، ويتفق هذا التحليل مع دراسة حسان عمر بصفر<sup>(49)</sup> حول أثر وسائل الإعلام الرقمي الجديد في نشر وتشكيل ثقافة الطلاب الجامعيين للتصدي للإرهاب، حيث هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على تصور الطلاب السعوديين بجامعة الملك عبد العزيز تجاه تأثير دور وسائل الإعلام الرقمي الجديد (يوتيوب، تويتر، واتساب، وإنستجرام، وفيسبوك) في نشر وتشكيل ثقافة الطلاب الجامعيين الاتصالية التوعوية الإعلامية للتصدي للإرهاب، وهذا أيضاً ما أكدته دراسة زينب حامد<sup>50</sup> في مدى استخدام المواقع الإسلامية لتطبيقات الإنترنت في توصيل صورة الإسلام حيث سيطر الإطار الأخلاقي على معالجة غالبية القضايا التي تتناول صورة الإسلام والمسلمين وتوجه المواقع الإسلامية في المقام الأول إلى المسلمين العرب ثم المسلمين غير العرب وأخيراً غير المسلمين العرب، ودراسة محمد حسن سليمان قيزان<sup>(51)</sup> التي عالجت توظيف شبكة الإنترنت لخدمة الإسلام وتوصلت إلى أن المواقع الإسلامية تعد أفضل وسيلة لنشر الإسلام في الوقت الحاضر.

جدول رقم (4) يوضح القوى الفاعلة البارزة في الخطابات الإعلامية للمنظمات الإسلامية في تناولها لقضايا الإسلام الوسطى ومواجهة التطرف والإرهاب.

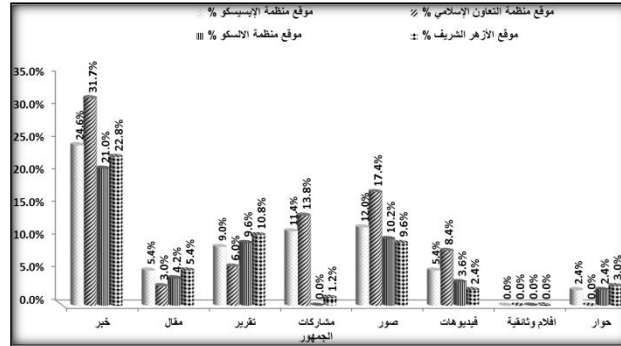
الترتيب	المجموع		موقع الأزهر الشريف		موقع منظمة الأسكو		موقع منظمة التعاون الإسلامي		موقع منظمة الإيسيسكو		اسم الموقع القوى الفاعلة
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
1	31.5%	135	23.0%	31	21.5%	29	28.9%	39	26.7%	36	الامين العام للمنظمة

3	%18.7	80	%17.0	23	%7.4	10	%18.5	25	%16.3	22	مستشارو المنظمة
5	%13.1	56	%5.9	8	%8.1	11	%14.1	19	%13.3	18	أهل الخبرة والفتوة
2	%20.6	88	%16.3	22	%11.1	15	%20.0	27	%17.8	24	الفقهاء والأئمة
4	%16.1	69	%5.9	8	%14.8	20	%17.8	24	%12.6	17	باحثون متخصصون
--	%100	428	%21.5	92	%19.9	85	%31.3	134	%27.3	117	المجموع

من خلال تحليل الجدول السابق تبين أن القوى الفاعلة البارزة في الخطابات الإعلامية للمنظمات الإسلامية في تناولها لقضايا الإسلام الوسطى ومواجهة التطرف والإرهاب تمثلت في الأمين العام للمنظمات الإسلامية، والفقهاء والأئمة في المرتبة الثانية، ومستشارو المنظمة في المرتبة الثالثة والباحثون المتخصصون في دراسة وقضايا الإرهاب في المرتبة الرابعة، وجاء أهل الخبرة والثقة في المرتبة الخامسة، حيث جاءت في مجملها بنسب (%31.5)، (%20.6)، (%18.7)، (%16.1)، (%13.1) على الترتيب، وهذا يدل على جدية المعلومات ومدى معرفة مصدرها وتبين من تحليل خطابات شبكات التواصل الاجتماعي للمنظمات الإسلامية عينة الدراسة مدى قيام القوى الفاعلة المتمثلة في الأمين العام في خلق أحداث إعلامية قوية لمواجهة خطر التطرف والإرهاب، فاستطاعت القوى الفاعلة القيام بعدد من المؤتمرات والندوات والدراسات لتوضيح رؤية الإسلام وموقفه من الإرهاب والتطرف، بعيدة عن الخداع والتضليل المزيف، وجاءت دراسة عبد اللطيف بن صافية (52) حول " التربية الإعلامية في مواجهة التجنيد الإلكتروني الإرهابي: رؤية استراتيجية وخطة ميدانية لاعتماد التربية الإعلامية في تحصين الشباب ضد التوظيف الهدام للإعلام الجديد في العالم العربي، وتناولت الدراسة معالجة استعمالات آليات الإعلام الجديد وبالأخص شبكات التواصل الاجتماعي في وسط الشباب العربي المسلم بغرض تشبعه بأفكار هدامة وتجنيد خدمة لأهداف إرهابية، مشيراً إلى أن هناك بحوث واجتهادات علمية عربية وإسلامية عديدة في التوظيف المغرض لهذه الشبكات التي يتفاعل ويتماشي معها الشباب العربي المسلم بشكل عفوي وتلقائي نظراً لتوفر التجهيزات الإلكترونية وسهولة الحصول عليها، واتساع هامش الحرية في استعمالها، لدرجة أنه أصبح معها الشباب لقمة صائغة لأطراف وجهات تستغل أوضاع هذه الفئة، وتنهج أذى السبل لدس السموم والألغام، وعبر تلك الفئة، في جسم المجتمع الإسلامي كافة، وهذا ما ركز عليه خطاب شبكات التواصل الاجتماعي للمنظمات الإسلامية عينة الدراسة في الالتزام بالحيادية وضع استراتيجيات إعلامية لجذب الجمهور العربي والإسلامي، خاصة وأن بعض الدراسات التي تناولت تحليل البيئة الداخلية والخارجية لـ الفيسبوك وأثرها في انتشار ظاهرة الإرهاب والترويج لها، أشارت إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي، وخاصة الفيسبوك له دوره في انتشار ظاهر الإرهاب، والترويج له، وتمتع وسائل التواصل الاجتماعي بقدر من الحرية المتاحة للطلاب في استخدام موقع الفيسبوك كأداة للتعبير عن آرائهم ومعتقداتهم (53).

جدول رقم (5) يوضح القوالب الفنية التي يقدم من خلالها الخطاب في خدمة الموضوعات المطروحة خلال فترة الدراسة.

الترتيب	المجموع		موقع الأزهر الشريف		موقع منظمة الألسكو		موقع منظمة التعاون الإسلامي		موقع منظمة الإيسيسكو		اسم الموقع مفردات الخطاب
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
1	39.0%	167	22.8%	38	21.0%	35	31.7%	53	24.6%	41	خبر
5	7.0%	30	5.4%	9	4.2%	7	3.0%	5	5.4%	9	مقال
3	13.8%	59	10.8%	18	9.6%	16	6.0%	10	9.0%	15	تقرير
4	10.3%	44	1.2%	2	-	-	13.8%	23	11.4%	19	مشاركات الجمهور
2	19.2%	82	9.6%	16	10.2%	17	17.4%	29	12.0%	20	صور
6	7.7%	33	2.4%	4	3.6%	6	8.4%	14	5.4%	9	فيديوهات
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	أفلام وثائقية
7	3.0%	13	3.0%	5	2.4%	4	-	-	2.4%	4	حوار
-	100%	428	21.5%	92	19.9%	85	31.3%	134	27.3%	117	المجموع



شكل رقم (3): القوالب الفنية التي يقدم من خلالها الخطاب في خدمة الموضوعات المطروحة

بتحليل الجدول السابق تبين أن القوالب الفنية التي قدم من خلالها الخطاب وتوظيفها في خدمة الموضوعات المطروحة خلال فترة الدراسة، حيث تصدر الخبر على رأس القوالب الفنية في توظيف خدمة القضايا المعروضة بنسبة (39.0%) في خطاب المنظمات الإسلامية العالمية محل الدراسة، وجاءت في المرتبة الثانية الصور بنسبة

(19.2%)، وفي المرتبة الثالثة التقارير بنسبة (13.8%)، وفي المرتبة الرابعة مشاركات الجمهور بنسبة (10.3%)، بينما جاءت في المرتبة الأخيرة الحوارات الصحفية .

ومن خلال تحليل الخطاب تبين ما يلي :

- اهتمام القوالب الفنية وخاصة استخدام الصورة الصحفية التي قدم من خلالها خطاب المنظمات الإسلامية وتوظيفها في خدمة الموضوعات المطروحة خلال فترة الدراسة بشكل جيد مما جعل الجمهور يتفاعل معها وهذا ما أكدته دراسة فريد الصغيرى (2016)<sup>(54)</sup> حول الشباب وإرهاب الصورة الإلكترونية حيث أوضحت الدراسة تحول الصورة إلى لغة بصرية مستقلة قادرة على اقتحام جميع المجالات الإبداعية في المجتمع، فتمكنت من الإفصاح عن ذاتها بلغة صورية مكنتزة بالرموز والدلالات، حيث تعمل باستمرار على التأثير في الفكر والخيال الإنساني بفعالية عالية، مما يشير إلى التلقي السهل لمحتوى المواد المصورة، الأمر الذي يثير عدة تساؤلات في علاقة الشباب بأرصدة الصور الإلكترونية المنتشرة عبر وسائط الإعلام الافتراضي الجدي، ومدى علاقة هذه الممارسات التي تنتظم ضمن سياقات ترفيهية ثقافية بالأساس عن الإرهاب الإلكتروني الذي جعل لأول مرة مصير المجتمعات البشرية مرتبطاً بعناصر غير مادية لرسم تحولات الظاهرة الاجتماعية، التي تركز على تعبيرية الصورة كوحدة كونية رئيسة لتشكيل ثقافة المجتمع في ظل واقع سوسيولوجي متحرك يقوم على ثنائية التواري والظهور بفعل حجم التغييرات المتزايدة التي نشأت عن مواجهة الإنسان مع الآلة .

- قدرة القوالب الفنية في خطابات شبكات التواصل الاجتماعي في المنظمات الإسلامية عينة الدراسة في استخدام أشكال متعددة في الجذب الإلكتروني للجمهور كاستخدام الصور والفيديوهات والرسوم وغيرها كان لها عامل قوى في إيصال الرسالة الإعلامية بشكل فعال، وانفقت هذه النتيجة مع دراسة سيف ناصر المشعلي<sup>(55)</sup> في توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في تجنيد الشباب.. دراسة حالة على تنظيم داعش الإرهابي، مبينة أن شبكة الإنترنت وفرت الخدمات الإلكترونية والمعلوماتية مع ما أضافته شبكات التواصل الاجتماعي من هامش مهم للجماعات الإرهابية، بما قدمته لهم من فرص النشر والاتصال والتجنيد بصور لم تكن متاحة سابقاً لأي جماعة أو تنظيم خارج القانون، موضحاً أن الدراسة سلطت الضوء على الآليات والاستراتيجيات التي يتبعها تنظيم داعش الإرهابي إلكترونياً في حشد واستقطاب أتباعه وجذب الشباب والأطفال لكي يتحولوا مستقبلاً إلى ذخائر إرهابية تمد عمل هذا التنظيم، وبالتالي فإن مجال

التأثير الإعلامي لن يكون واسعاً ومؤثراً دون التأثيرات التكنولوجية واستحداث أساليب دعائية جديدة (56).

- خلت القوالب الفنية من أي أفلام وثائقية لقضايا التطرف والإرهاب، ومن خلال تحليل خطابات تويتير للمنظمات الإسلامية تبين عدم الاستفادة القصوى من التقنيات الحديثة لمواقع الانترنت، والضعف المهني والتكنولوجي للقائمين على المواقع الإلكترونية، وخلت القوالب الفنية من العناصر الجرافيكية التوضيحية التي تسهل وصول المعلومات للجمهور واقتصارها على العناصر التيبوغرافية فقط، وهذا ما أكدته نفس النتائج التي توصلت إليها دراسة ماجد سالم تريان حول فن التقارير الصحفية في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية (57).

- قصور القوالب الفنية في استخدام التفاعل الإلكتروني مع القراء والجمهور حول قضايا التطرف والإرهاب مما أفقد الجمهور التفاعل والقدرة على المعرفة العميقة لطبيعة الأحداث، وهذا ما أوضحتها دراسة عثمان مُحَمَّد عثمان (58) حول دور وسائل التّواصل الاجتماعي في انتشار الإرهاب العالمي مستشهداً بوسيلة الإنترنت التي مكنت التنظيمات من الوصول إلى الجماهير في أنحاء العالم، والذي أتاح للفرد الفرصة لتبادل المعلومات والأفكار والتعبير الحر، مؤكداً على ضرورة توظيف التكنولوجيا لمكافحة الإرهاب والحد من انتشار التنظيمات الإرهابية التي فتكت بالمجتمعات، وجندت الشباب ضمن صفوفها.

**جدول رقم (6) يوضح المبررات الإقناعية التي اعتمد عليها خطاب المنظمات الإسلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي حول هذه القضية.**



الترتيب	المجموع		موقع الأزهر الشريف		موقع منظمة الألوكة		موقع منظمة الإسكوا		موقع منظمة التعاون الإسلامي		موقع منظمة الإيسكو		اسم النوع
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
1	18.7%	80	23.8%	19	27.5%	22	31.3%	25	17.5%	14	تصريحات مسنون	الإقناعية	
	4.2%	18	5.0%	4	5.0%	4	5.0%	4	7.5%	6	شيوخا عيان	مبررات إقناعية	
6	7.5%	32	5.0%	4	11.3%	9	12.5%	10	11.3%	9	أرقام وإحصائيات	مبنية	
3	8.4%	36	7.5%	6	8.8%	7	18.8%	15	10.0%	8	مواقف وأحداث وثائق	مبررات إقناعية	
12	4.9%	21	6.3%	5	5.0%	4	7.5%	6	7.5%	6	التعليق	مبنية	
11	5.1%	22	6.3%	5	5.0%	4	8.8%	7	7.5%	6	التعليق	مبنية	
7	6.8%	29	8.8%	7	6.3%	5	11.3%	9	10.0%	8	التعليق	مبنية	
2	10.7%	46	16.3%	13	7.5%	6	21.3%	17	12.5%	10	آيات قرآنية	أساليب	
5	7.7%	33	11.3%	9	8.8%	7	11.3%	9	10.0%	8	حديث نبوي	مبررات إقناعية	
4	8.4%	36	8.8%	7	6.3%	5	12.5%	10	17.5%	14	فتاوى	مبنية	
8	6.3%	27	6.3%	5	7.5%	6	10.0%	8	10.0%	8	أقوال الأئمة والفقهاء	أساليب	
10	5.4%	23	6.3%	5	3.8%	3	10.0%	8	8.8%	7	فتاوى مسنون	مبنية	
9	5.8%	25	3.8%	3	3.8%	3	7.5%	6	16.3%	13	حكم ومواعظ	مبنية	
	100%	428	21.5%	92	19.9%	85	31.3%	134	27.3%	117	المجموع		

بتحليل الجدول السابق تبين أن المبررات الإقناعية التي اعتمد عليها خطاب المنظمات الإسلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي هي مبررات إقناعية منطقية ومبررات إقناعية غير منطقية، وأساليب ومبررات إقناعية دينية، حيث تصدرت تصريحات المسؤولين في المرتبة الأولى كمبررات إقناعية منطقية بنسبة (18.7%) في خطاب المنظمات الإسلامية العالمية محل الدراسة، وجاءت في المرتبة الثانية الآيات القرآنية بنسبة (10.7%) من ضمن الأساليب والمبررات الإقناعية الدينية، وفي المرتبة الثالثة المواقف والأحداث الوثائقية بنسبة (8.4%)، وفي المرتبة الرابعة الفتاوى بنسبة (8.4%)، بينما جاءت في المراتب الأخيرة الترغيب والتحويل بنسب (5.1%)، (4.9%) على التوالي، وتتفق هذه النتيجة مع عدد من الدراسات الخاصة بدراسات الخطاب الإعلامي الإسلامي في أن الخطاب الإسلامي يستخدم مختلف أنواع الأساليب الإقناعية المنطقية<sup>(59)</sup>، وإن اختلفت قليلا مع ما توصلت إليه دراسة سلوى دهمش<sup>(60)</sup> حول اتجاهات الخطاب الصحفي الإلكتروني نحو الحركات الإسلامية حيث أجرت الباحثة دراسة تحليلية مقارنة على عينة من موقعي صحيفتي الأهرام المصرية والهيرالد تريبيون الأمريكية، وتوصلت الدراسة إلى أن

تغطية القضايا المتعلقة بالحركات الإسلامية كانت غير متوازنة، كما أظهر التحليل غياب الحجج القيمة فيما يتعلق بالحركات الإسلامية وما يرتبط بها من قضايا، وهذا يدل على أن المنظمات الإسلامية أكثر مصداقية من غيرها في تقديم نشاطاتها بشكل حيادي وموثق .

ويستنتج من الجدول السابق ما يلي :

- تصدرت المبررات الإقناعية المنطقية خطاب المنظمات الإسلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي وخاصة تصريحات المسؤولين والمواقف والأحداث الوثائقية مما يبرز أن خطابات المنظمات الإسلامية جاء محدد ودقيق ويعتمد على حجج منطقية وبراهين ثابتة .
- تصدرت المبررات الإقناعية الدينية المرتبة الثانية خطاب المنظمات الإسلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي وخاصة الآيات القرآنية والفتاوى والأحاديث النبوية مما يبرز أن خطابات المنظمات الإسلامية العالمية اعتمدت على مصادر التشريع دون مبالغة أو انحياز لجهة ما أو سياسة معينة .
- جاءت المبررات الإقناعية غير المنطقية في المرتبة الأخيرة من خطاب المنظمات الإسلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي وخاصة التهريب والترهيب للدلالة على أن خطابات المنظمات الإسلامية جاء واضح وصريح ومحدد دون العبث بعقول الناس أو ترويعهم أو تهويلهم .

#### جدول رقم (7) مصادر المعلومات التي اعتمد عليها خطاب المنظمات الإسلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي حول هذه القضية

الترتيب	المجموع		موقع الأزهر الشريف		موقع منظمة الألسكو		موقع منظمة التعاون الإسلامي		موقع منظمة الإينيسكو		اسم الموقع المصدر
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
3	25.0%	107	24.3%	26	22.4%	24	29.0%	31	24.3%	26	وكالة انباء
2	25.9%	111	28.0%	30	16.8%	18	30.8%	33	28.0%	30	موقع إلكتروني
5	4.2%	18	2.8%	3	5.6%	6	3.7%	4	4.7%	5	صحيفة
8	0.7%	3	0.0%	0	1.9%	2	0.9%	1	0.0%	0	مجلة
6	3.5%	15	2.8%	3	2.8%	3	2.8%	3	5.6%	6	قناة فضائية
1	32.7%	140	20.6%	22	22.4%	24	46.7%	50	41.1%	44	محرر في الموقع
7	1.9%	8	1.9%	2	0.0%	0	5.6%	6	0.0%	0	جمهور الموقع
4	6.1%	26	5.6%	6	7.5%	8	5.6%	6	5.6%	6	بنون مصدر
	100%	428	21.5%	92	19.9%	85	31.3%	134	27.3%	117	المجموع

بتحليل الجدول السابق تبين أن أهم مصادر المعلومات التي اعتمدت عليها خطاب المنظمات الإسلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي هي محرر الموقع الإلكتروني للمنظمة الإسلامية والذي يعكس المحتوى الإعلامي الأم للمنظمة في المرتبة الأولى بنسبة (32.7%) من إجمالي خطابات المنظمات الإسلامية عينة الدراسة في خطاب المنظمات الإسلامية العالمية محل الدراسة، وجاءت في المرتبة الثانية الموقع الإلكتروني للمؤسسة بنسبة (25.9%)، وفي المرتبة الثالثة وكالات الأنباء بنسبة (25.0%)، وفي المرتبة الرابعة بدون مصدر بنسبة (6.1%)، بينما جاءت في المراتب الأخيرة جمهور الموقع والمجلات .

#### جدول رقم (8) يوضح نوع الخطاب الذي اعتمدت عليه وسائل التواصل الاجتماعي خلال تناولها للموضوعات محل الدراسة

الترتيب	المجموع		موقع الأزهر الشريف		موقع منظمة الألسكو		موقع منظمة التعاون الإسلامي		موقع منظمة الإيسيسكو		اسم الموقع نوع الخطاب
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
2	17.3%	74	25.7%	19	24.3%	18	33.8%	25	16.2%	12	تعريفي
6	10.7%	46	14.9%	11	10.8%	8	16.2%	12	20.3%	15	تحذيري
7	7.7%	33	12.2%	9	12.2%	9	12.2%	9	8.1%	6	نفاعي
3	12.9%	55	16.2%	12	21.6%	16	24.3%	18	12.2%	9	ترهيبى
4	12.1%	52	9.5%	7	10.8%	8	24.3%	18	25.7%	19	تحذيري
1	18.2%	78	27.0%	20	12.2%	9	37.8%	28	28.4%	21	إرشادي
8	6.5%	28	5.4%	4	6.8%	5	13.5%	10	12.2%	9	هجومى
5	11.9%	51	13.5%	10	14.9%	11	18.9%	14	21.6%	16	إبداء الرأي
--	100%	428	21.5%	92	19.9%	85	31.3%	134	27.3%	117	المجموع

بتحليل الجدول السابق تبين أن أنواع الخطاب الذي اعتمدت عليه وسائل التواصل الاجتماعي خلال تناولها للموضوعات محل الدراسة هو الخطاب الإرشادي وجاء بنسبة (18.2%) من إجمالي خطابات المنظمات الإسلامية ، بينما جاء موقع منظمة الإيسيسكو بنسبة (28.4%)، وموقع منظمة التعاون الإسلامي بنسبة (37.8%)، ونسبة (12.2%) في منظمة الألسكو، واعتمد موقع الأزهر الشريف بنسبة عالية جداً وهى (27.0%) في حين جاء الخطاب التعريفي في المرتبة الثانية بنسبة (17.3%) من إجمالي خطابات المنظمات الإسلامية عينة الدراسة في خطاب المنظمات الإسلامية العالمية محل الدراسة، وجاءت في المرتبة الأخيرة الخطاب الهجومي بنسبة (6.5%)، وهذا يدل على أن جميع أنواع الخطابات في المنظمات الإسلامية عينة الدراسة جاءت توضيحية وتعريفية للجمهور وتقديم الحقائق والمعارف بصورة حيادية دون زيف أو خداع للجمهور أو تضليله، بعكس ما توصلت إليه دراسة خالد حامد مصطفى<sup>(61)</sup> حول المسؤولية الجنائية عن جرائم نشر وترويج الفكر الإرهابي عبر مواقع التواصل الاجتماعي” تطرقت فيها إلى مواقع التواصل الاجتماعي للجماعات الإرهابية التي توفر مميزات للمستخدمين بالتواصل وتبادل المعلومات والثقافات والصداقات عبر شبكة الإنترنت، ففي المقابل تُعد مسرحةً خصباً لجرائم

الإرهاب، حيث باتت تستغل هذه المواقع في أغراض إرهابية متنوعة، كالتحريض على الإرهاب، أو بث وترويج ونشر الفكر المتطرف، واستقطاب الشباب، وتجنيد المقاتلين للانضمام للتنظيمات الإرهابية، وتسهيل الاتصال بين الإرهابيين، ونشر أساليب تصنيع المتفجرات، وكيفية استخدامها، والأخطر من ذلك تحييد الفكر الإرهابي لدى الأطفال، من خلال ترويج أفلام عبر موقع يوتيوب، أو بواسطة أجهزة PlayStation .

#### جدول رقم (9) يوضح المستوى اللغوي الذي اعتمد عليه الخطاب في تقديم أطروحته

الترتيب	المجموع		موقع الأزهر الشريف		موقع منظمة الألسكو		موقع منظمة التعاون الإسلامي		موقع منظمة الإيبيسكو		اسم الموقع الأتروحات
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
1	90.9%	38	22.4%	8	21.1%	8	29.6%	11	27.0%	10	فصحى
2	9.1%	39	1.3%	5	0.8%	3	4.9%	19	3.1%	12	عامية
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	عامية /فصحى
--	100%	42	21.5%	9	19.9%	8	31.3%	13	27.3%	11	المجموع
		8		2		5		4		7	

بتحليل الجدول السابق تبين أن المستوى اللغوي الذي اعتمدت عليه خطابات المنظمات الإسلامية في تقديم أطروحاتها هو المستوى اللغوي الفصحوى، وجاء بنسبة (90.9%) من إجمالي خطابات المنظمات الإسلامية، وهذا يوضح أن خطابات المنظمات الإسلامية العالمية لا تحتمل التأويل وإنما جاءت بعبارة فصحة وصريحة حتى تحمل المعنى للجمهور بشكل محدد ودقيق .

بينما جاء الأسلوب العامي بنسبة ضعيفة جداً (9.1%)، نظراً لطبيعة القضايا الجادة والهامة التي تحملها خطابات المنظمات الإسلامية العالمية .

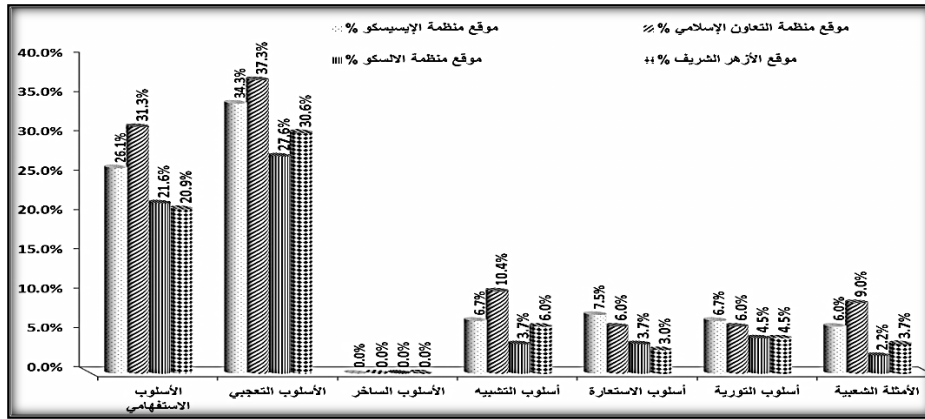
#### جدول رقم (10) يوضح درجة اعتماد الخطاب على أساليب التعبير المجازي في تقديم أطروحته الخطاب.

الترتيب	المجموع		موقع الأزهر الشريف		موقع منظمة الألسكو		موقع منظمة التعاون الإسلامي		موقع منظمة الإيبيسكو		اسم الموقع الأسلوب المستخدم
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
2	31.3%	134	20.9%	28	21.6%	29	31.3%	42	26.1%	35	الأسلوب الاستفهامي
1	40.7%	174	30.6%	41	27.6%	37	37.3%	50	34.3%	46	الأسلوب التعجبي
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	الأسلوب الساخر

خطاب شبكات التواصل الاجتماعي في المنظمات الإسلامية العالمية وعلاقته بنشر الوسطية ومواجهة خطر التطرف والإرهاب

3	%8.4	36	%6.0	8	%3.7	5	%10.4	14	%6.7	9	أسلوب التشبيه
6	%6.3	27	%3.0	4	%3.7	5	%6.0	8	%7.5	10	أسلوب الاستعارة
4	%6.8	29	%4.5	6	%4.5	6	%6.0	8	%6.7	9	أسلوب التورية
5	%6.5	28	%3.7	5	%2.2	3	%9.0	12	%6.0	8	الأمثلة الشعبية
—	%100	428	%21.5	92	%19.9	85	%31.3	134	%27.3	117	المجموع

شكل رقم (4) يوضح درجة اعتماد الخطاب على أساليب التعبير المجازي في تقديم أطروحات الخطاب



من خلال تحليل الجدول السابق تبين أن أساليب التعبير المجازي في تقديم أطروحات الخطابات هو

الأسلوب التبعي والذي جاء في المرتبة الأولى من إجمالي خطابات المنظمات الإسلامية بنسبة (40.7%)، حيث أظهر التحليل أن معظم خطابات المنظمات الإسلامية جاء تعجبي من الجرائم الإرهابية التي تحدث في العالم الإسلامي منافية للتشريعات الإسلامية والدينية مثل ما نشره تويتر في موقع منظمة التعاون الإسلامي حول هجوم طهران على السفارة السعودية واستنكارها للحادث على خلفية إعدام الشيخ الشيعي نمر النمر، وجاء الأسلوب الاستهلامي في المرتبة الثانية بنسبة (31.3%) من إجمالي خطابات المنظمات الإسلامية، حيث عرض خطاب الأزهر الشريف عدد من الاستهجمات والتساؤلات في بعض الأحداث كالتفجيرات التي تستهدف عدد من مؤسسات الدولة واغتيال النائب العام وبين أن كل هذه الأفعال الإجرامية لا تستند إلى شرعية محددة مستخدماً الأسلوب الاستهلامي بأن هذه الأعمال كيف تنسب للدين الإسلامي وبأي شرعية، وفي الأخير جاء أسلوب الاستعارة بنسبة (6.3%).

ثانياً: نتائج اختبار فروض الدراسة:

أولاً : نتائج اختبار الفرض الرئيسي الأول: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين عناصر تحليل الخطاب بعضها البعض شملت عدد من الفروض الفرعية منها:

الفرض الأول (أ): توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين موضوع أطروحات الخطاب والقوى الفاعلة فيه.

جدول(11) نتائج اختبار العلاقة بين موضوع أطروحات الخطاب والقوى الفاعلة فيه.

Sig.	F	Sig.	T	B	R <sup>2</sup>	R	المتغير التابع	النموذج
0.00	9.21	0.02	4.87	0.54	0.55	0.74	القوى الفاعلة في الخطاب	المتغير المستقل: موضوع أطروحات الخطاب

يتبين من الجدول السابق ما يلي :

- توجد علاقة طردية قوية بين موضوع أطروحات الخطاب والقوى الفاعلة فيه .
- أن المتغير المستقل (التفسيري ) وهو موضوع أطروحات الخطاب استطاع أن يفسر 55% من التغير في والقوى الفاعلة فيه ، والباقي يرجع إلى عوامل أخرى.
- معنوية اختبار (F) مما يؤكد القوة التفسيرية العالية لنموذج الانحدار الخطي بين موضوع أطروحات الخطاب والقوى الفاعلة فيه .
- معنوية اختبار (t) أمام جميع العلاقات المستخدمة تعني معنوية تأثير موضوع أطروحات الخطاب في القوى الفاعلة فيه، والمعبر عنها بمعامل الانحدار (B).

الفرض الأول (ب): توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين موضوع أطروحات الخطاب وأساليب التعبير المجازي:

جدول(12) نتائج اختبار العلاقة بين موضوع أطروحات الخطاب وأساليب التعبير المجازي.

Sig.	F	Sig.	T	B	R <sup>2</sup>	R	المتغير التابع	النموذج
0.00	11.5	0.01	5.03	0.67	0.41	0.64	أساليب التعبير المجازي	المتغير المستقل: موضوع أطروحات الخطاب

يتبين من الجدول السابق ما يلي :

- توجد علاقة طردية قوية بين موضوع أطروحات الخطاب وأساليب التعبير المجازي.

- أن المتغير المستقل (التفسيري) وهو موضوع أطروحات الخطاب استطاع أن يفسر 41% من التغير في أساليب التعبير المجازي ، والباقي يرجع إلى عوامل أخرى.
  - معنوية اختبار (F) مما يؤكد القوة التفسيرية العالية لنموذج الانحدار الخطي بين موضوع أطروحات الخطاب وأساليب التعبير المجازي.
  - معنوية اختبار (t) أمام جميع العلاقات المستخدم تعني معنوية تأثير موضوع أطروحات الخطاب في أساليب التعبير المجازي، والمعبر عنها بمعامل الانحدار (B).
- الفرض الأول (ج): توجد فروق ذات دلالة احصائية بين موضوع أطروحات الخطاب ومسارات البرهنة المستخدمة فيه :**
- جدول (13) نتائج اختبار العلاقة بين موضوع أطروحات الخطاب ومسارات البرهنة المستخدمة فيه.**

Sig.	F	Sig.	T	B	R <sup>2</sup>	R	المتغير التابع	النموذج
0.00	10.5	0.00	6.22	0.71	0.44	0.66	مسارات البرهنة المستخدمة فيه	المتغير المستقل: موضوع أطروحات الخطاب

يتبين من الجدول السابق ما يلي :

- توجد علاقة طردية قوية بين موضوع أطروحات الخطاب ومسارات البرهنة المستخدمة فيه.
- أن المتغير المستقل (التفسيري) وهو موضوع أطروحات الخطاب استطاع أن يفسر 44% من التغير في مسارات البرهنة المستخدمة فيه، والباقي يرجع إلى عوامل أخرى.
- معنوية اختبار (F) مما يؤكد القوة التفسيرية العالية لنموذج الانحدار الخطي بين موضوع أطروحات الخطاب ومسارات البرهنة المستخدمة فيه.
- معنوية اختبار (t) أمام جميع العلاقات المستخدم تعني معنوية تأثير موضوع أطروحات الخطاب في مسارات البرهنة المستخدمة فيه، والمعبر عنها بمعامل الانحدار (B).

**الفرض الأول (د) : توجد فروق ذات دلالة احصائية بين الحجج المستخدمة في الخطاب وأساليب التعبير المجازي :**

**جدول (14) نتائج اختبار العلاقة بين الحجج المستخدمة في الخطاب وأساليب التعبير المجازي.**

Sig.	F	Sig.	T	B	R <sup>2</sup>	R	المتغير التابع	النموذج
------	---	------	---	---	----------------	---	----------------	---------

0.00	10.5	0.00	6.22	0.71	0.44	0.66	مسارات البرهنة المستخدمة فيه	المتغير المستقل: الحجج المستخدمة في الخطاب
------	------	------	------	------	------	------	------------------------------------	--

يتبين من الجدول السابق ما يلي :

- توجد علاقة طردية قوية بين الحجج المستخدمة في الخطاب وأساليب التعبير المجازي.
- أن المتغير المستقل (التفسيري) وهو الحجج المستخدمة في الخطاب استطاع أن يفسر 44% من التغير في أساليب التعبير المجازي، والباقي يرجع إلى عوامل أخرى.
- معنوية اختبار (F) مما يؤكد القوة التفسيرية العالية لنموذج الانحدار الخطي بين الحجج المستخدمة في الخطاب وأساليب التعبير المجازي .
- معنوية اختبار (t) أمام جميع العلاقات المستخدم تعني معنوية تأثير الحجج المستخدمة في الخطاب في أساليب التعبير المجازي ، والمعبر عنها بمعامل الانحدار (B).

النتيجة: قبول الفرض القائل بأنه : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين عناصر تحليل الخطاب وبعضها البعض .

ثانياً : الفرض الرئيسي الثاني: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المرجعية التي استندت إليها الخطابات الإعلامية في المنظمات الإسلامية العالمية وعناصر تحليل الخطاب وتشمل عدد من الفروض الفرعية منها :

الفرض الثاني (أ) :توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المرجعية التي استندت إليها الخطابات الإعلامية في المنظمات الإسلامية العالمية والمبررات الإقناعية المستخدمة فيه .

جدول(15) نتائج اختبار العلاقة بين بين المرجعية التي استندت إليها الخطابات الإعلامية في المنظمات الإسلامية العالمية والمبررات الإقناعية المستخدمة فيه.

Sig.	F	Sig.	T	B	R <sup>2</sup>	R	المتغير التابع	النموذج
0.00	13.1	0.00	8.11	0.62	0.51	0.71	المبررات الإقناعية المستخدمة فيه	المتغير المستقل: المرجعية التي استندت إليها الخطابات الإعلامية في المنظمات الإسلامية العالمية

يتبين من الجدول السابق ما يلي :



- توجد علاقة طردية قوية بين المرجعية التي استندت إليها الخطابات الإعلامية في المنظمات الإسلامية العالمية والمبررات الإقناعية المستخدمة فيه.
  - أن المتغير المستقل (التفسيري) وهو المرجعية التي استندت إليها الخطابات الإعلامية في المنظمات الإسلامية العالمية استطاع أن يفسر 51% من التغيير في المبررات الإقناعية المستخدمة فيه، والباقي يرجع إلى عوامل أخرى.
  - معنوية اختبار (F) مما يؤكد القوة التفسيرية العالية لنموذج الانحدار الخطي بين المرجعية التي استندت إليها الخطابات الإعلامية في المنظمات الإسلامية العالمية والمبررات الإقناعية المستخدمة فيه.
  - معنوية اختبار (t) أمام جميع العلاقات المستخدم تعني معنوية تأثير المرجعية التي استندت إليها الخطابات الإعلامية في المنظمات الإسلامية العالمية والمبررات الإقناعية المستخدمة فيه، والمعبر عنها بمعامل الانحدار (B).
- الفرض الثاني (ب) : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المرجعية التي استندت إليها الخطابات الإعلامية في المنظمات الإسلامية العالمية ونوع الخطاب الذي اعتمدت عليه :

جدول (16) نتائج اختبار العلاقة بين المرجعية التي استندت إليها الخطابات الإعلامية في المنظمات الإسلامية العالمية ونوع الخطاب الذي اعتمدت عليه.

النموذج	المتغير التابع	R	R <sup>2</sup>	B	T	Sig.	F	Sig.
المتغير المستقل: المرجعية التي استندت إليها الخطابات الإعلامية في المنظمات الإسلامية العالمية	نوع الخطاب الذي اعتمدت عليه	0.65	0.42	0.57	4.14	0.03	12.1	0.01

يتبين من الجدول السابق ما يلي :

- توجد علاقة طردية قوية بين المرجعية التي استندت إليها الخطابات الإعلامية في المنظمات الإسلامية العالمية ونوع الخطاب الذي اعتمدت عليه.
- أن المتغير المستقل (التفسيري) وهو المرجعية التي استندت إليها الخطابات الإعلامية في المنظمات الإسلامية العالمية استطاع أن يفسر 42% من التغيير في نوع الخطاب الذي اعتمدت عليه، والباقي يرجع إلى عوامل أخرى.
- معنوية اختبار (F) مما يؤكد القوة التفسيرية العالية لنموذج الانحدار الخطي بين المرجعية التي استندت إليها الخطابات الإعلامية في المنظمات الإسلامية العالمية ونوع الخطاب الذي اعتمدت عليه.

- معنوية اختبار (t) أمام جميع العلاقات المستخدم تعني معنوية تأثير المرجعية التي استندت إليها الخطابات الإعلامية في المنظمات الإسلامية العالمية في نوع الخطاب الذي اعتمدت عليه، والمعبر عنها بمعامل الانحدار (B).

الفرض الثاني (ج): توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المرجعية التي استندت إليها الخطابات الإعلامية في المنظمات الإسلامية العالمية ودرجة اعتماد الخطاب على أساليب التعبير المجازي .

جدول (17) نتائج اختبار العلاقة بين المرجعية التي استندت إليها الخطابات الإعلامية في المنظمات الإسلامية العالمية ودرجة اعتماد الخطاب على أساليب التعبير المجازي.

Sig.	F	Sig.	T	B	R <sup>2</sup>	R	المتغير التابع	النموذج
0.00	14.1	0.02	5.2	0.61	0.33	0.57	درجة اعتماد الخطاب على أساليب التعبير المجازي	المتغير المستقل: المرجعية التي استندت إليها الخطابات الإعلامية في المنظمات الإسلامية العالمية

يتبين من الجدول السابق ما يلي :

- توجد علاقة طردية قوية بين المرجعية التي استندت إليها الخطابات الإعلامية في المنظمات الإسلامية العالمية ودرجة اعتماد الخطاب على أساليب التعبير المجازي.
- أن المتغير المستقل (التفسيري) وهو المرجعية التي استندت إليها الخطابات الإعلامية في المنظمات الإسلامية العالمية استطاع أن يفسر 33% من التغير في درجة اعتماد الخطاب على أساليب التعبير المجازي ، والباقي يرجع إلى عوامل أخرى.
- معنوية اختبار (F) مما يؤكد القوة التفسيرية العالية لنموذج الانحدار الخطي بين المرجعية التي استندت إليها الخطابات الإعلامية في المنظمات الإسلامية العالمية ودرجة اعتماد الخطاب على أساليب التعبير المجازي .
- معنوية اختبار (t) أمام جميع العلاقات المستخدم تعني معنوية تأثير المرجعية التي استندت إليها الخطابات الإعلامية في المنظمات الإسلامية العالمية في درجة اعتماد الخطاب على أساليب التعبير المجازي، والمعبر عنها بمعامل الانحدار (B).

النتيجة: قبول الفرض القائل بأنه : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المرجعية التي استندت إليها الخطابات الإعلامية في المنظمات الإسلامية العالمية وعناصر تحليل الخطاب .

- مناقشة النتائج العامة للدراسة :
- خلصت الدراسة إلى اهتمام شبكات التواصل الاجتماعي للمنظمات الإسلامية عينة الدراسة بكثافة الأطروحات إزاء مواجهة قضايا التطرف والإرهاب ونشر الوسطية والاعتدال، مما يعكس تأثير الخطاب بمبادئ المسؤولية الدينية والإسلامية والأخلاقية كمرجعية فكرية سائدة في المجتمعات العربية والإسلامية .
- أن أهم الأطروحات التي ارتكزت عليها خطابات المنظمات الإسلامية العالمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي لها إزاء مواجهة قضايا التطرف والإرهاب هي نشر ثقافة الوسطية والاعتدال وهذا يوضح استراتيجيات المنظمات الإسلامية في عرض قضايا وإبراز قيم الإسلام الوسطي للجمهور العربي والإسلامي، ودحض الحركات الإرهابية في علاقتها بوسائل الإعلام .
- المرجعية الأولى التي استندت إليها الخطابات الإعلامية في المنظمات الإسلامية العالمية في نشر الوسطية ومواجهة قضايا التطرف والإرهاب هي الشرعية الإسلامية والدينية وجاءت في المرتبة الثانية التشريعات والقوانين، والمرجعية الثالثة التي استندت إليها الخطابات الإعلامية في المنظمات الإسلامية العالمية في نشر الوسطية ومواجهة قضايا التطرف والإرهاب قيم المجتمع وأخلاقياته.
- بتتبع مسارات برهنة الخطاب، تبين غلبة المسارات المنطقية مثل الاستناد إلى التقارير الرسمية للمنظمات الحقوقية والدولية والانتهاكات الصادرة، والاستشهاد بتصريحات المسؤولين وأمناء المنظمات الإسلامية، والفقهاء والأئمة، والأحداث الوثائقية، والحجج والبراهين والإحصائيات، والباحثون المتخصصون في دراسة وقضايا الإرهاب وأهل الخبرة والثقة .
- رصدت النتائج أهم القوالب الفنية التي قدم من خلالها الخطاب والى أي مدى نجحت شبكات التواصل الاجتماعي في توظيفها في خدمة الموضوعات المطروحة خلال فترة الدراسة، حيث تصدر الخبر على رأس القوالب الفنية في توظيف خدمة القضايا المعروضة بنسبة (39.0%) في خطاب المنظمات الإسلامية العالمية محل الدراسة، وجاءت في المرتبة الثانية الصور بنسبة (19.2%)، وفي المرتبة الثالثة التقارير بنسبة (13.8%)، وفي المرتبة الرابعة مشاركات الجمهور بنسبة (10.3%)، بينما جاءت في المرتبة الأخيرة الحوارات الصحفية، وختلت القوالب الفنية من أي أفلام وثائقية لقضايا التطرف والإرهاب .
- جميع أنواع الخطابات في المنظمات الإسلامية جاءت توضيحية وتعريفية وتوضيحية للجمهور وتقديم الحقائق والمعارف بصورة حيادية، والمستوى اللغوي الذي اعتمدت عليه خطابات المنظمات الإسلامية في تقديم أطروحاتها هو المستوى اللغوي الفصحى، وجاء بنسبة (90.9%) من إجمالي خطابات المنظمات الإسلامية، وهذا يوضح أن خطابات المنظمات الإسلامية العالمية لا

- تحتل التأويل وإنما جاءت بعبارات فصحي وصريحة حتى تحمل المعنى للجمهور بشكل محدد ودقيق .
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين عناصر تحليل الخطاب بعضها البعض : ( بين موضوع أطروحات الخطاب والقوى الفاعلة فيه، بين موضوع أطروحات الخطاب وأساليب التعبير المجازي، بين موضوع أطروحات الخطاب ومسارات البرهنة المستخدمة فيه، بين الحجج المستخدمة في الخطاب وأساليب التعبير المجازي، كما توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المرجعية التي استندت إليها الخطابات الإعلامية في المنظمات الإسلامية العالمية وعناصر تحليل الخطاب .
  - توصيف الخطاب الإسلامي للمنظمات الإسلامية عينة الدراسة الإمكانات الإلكترونية لزيادة الثراء المعلوماتي للنصوص، بدعمها بالروابط النشطة والنصوص الفائقة، لإحالة القارئ إلى تفاصيل مرتبطة بالقضية مما أكسبه قدرًا من المصداقية والتفاعل مع الجمهور .
- توصيات الدراسة :

#### بناء على نتائج الدراسة يوصي الباحث بعدد من التوصيات :

- استحداث أشكال جديدة أكثر تطورًا للخطاب الإعلامي الإسلامي وأشكاله كاستخدامات الإنفوجرافيك Info graphics في الخطاب الإعلامي الإسلامي وكيفية توصيل المعلومة للجمهور بأسهل الطرق وبأقل الكلمات عبر شبكات التواصل الاجتماعي للمنظمات الإسلامية العالمية .
- التنوع في مصادر الأخبار، ويتم ذلك من خلال تفعيل اتفاقيات التبادل الإخباري بين مواقع المنظمات الإسلامية ووكالات الأنباء الدولية المختلفة، ليتسنى لها تناول الموضوعات من جهات نظر متعددة ومتنوعة .

#### المراجع التي اعتمدت عليها الدراسة

- (1) عبد العزيز بن حميدان الثمالي، تأثير الإرهاب الإلكتروني وسبل مكافحته، المؤتمر الإسلامي العالمي، الإسلام ومحاربة الإرهاب، تحت رعاية رابطة العالم الإسلامي، مكة المكرمة، فبراير 2015 م .
- (2) حسن نيازي الصيفي ، استخدام داعش للإعلام الاجتماعي ، نقلاً عن : Arab Media & Society (Issue 21, Spring 2016).
- (3) مواجهة خطر التطرف وفكر الإرهاب في شبكات التواصل الاجتماعي، مركز الزمالة للدراسات والبحوث، 25 يوليو 2016 نقلاً عن: <http://almezmaah.com/2016>

:/

- (4) على حجازي إبراهيم، الإعلام البديل، القاهرة : دار المعتر للنشر والتوزيع، 2017، ص 11.
- (5) خالد بن فيصل الفرم، اتجاهات الخطاب السعودي عبر تويتر نحو القضايا الاجتماعية : دراسة تحليلية بالتطبيق على قضية قيادة المرأة السعودية للسيارة ، مجلة البحوث الإعلامية ، جامعة الأزهر، العدد الحادي والأربعون ، يناير، 2014م.
- (6) برهان المرزوقي، الإرهاب الإلكتروني الحديث مظاهره وطرق التصدي له، مؤتمر مكة المكرمة السادس عشر، الشباب المسلم والإعلام الجديد، سبتمبر 2015 م .
- (7) منبره غلوش، دراسة عن مواجهة استخدام الإرهابيين لشبكة الانترنت، نقلاً عن : [http://gomhuriaonline.com/main.asp?v\\_article\\_id=204832#.WHH5PWWXDIU](http://gomhuriaonline.com/main.asp?v_article_id=204832#.WHH5PWWXDIU)
- (8) Stephen Osaherumwen IDAHOSA,(2017), International Terrorism: The Influence of Social Media in Perspective, **World Wide Journal of Multidisciplinary Research and Development**, WWJMRD; 3(10): 86-91 available at: www.wwjmr.com.
- (9) مبارك بن واصل الحازمي، (2016)، طبيعة الإرهاب والإعلام الجديد، المؤتمر الدولي الثاني "الإعلام والإرهاب.. الوسائل والاستراتيجيات"، جامعة الملك خالد ، كلية العلوم الإنسانية ، المملكة العربية السعودية ، في الفترة من 6 إلى 8 ديسمبر 2016م
- (10) عبد الله عبد الرحمن الخطيب (2009) دراسة تحليلية لمواقع الإنترنت الحكومية المهتمة بالقرآن الكريم وعلومه في دولة الإمارات العربية المتحدة، واقع ورؤى، (موقعي مؤسسة القرآن الكريم والسنة في الشارقة، وجائزة دبي الدولية للقرآن الكريم أتمودجاً)، أبحاث ندوة القرآن الكريم والتقنيات المعاصرة (تقنية المعلومات)، مجمع الملك فهد لطباعة المصحف الشريف ، المدينة المنورة .
- (11) ناصر بن محمد السويدان(2011)، المواقع الدينية الإسلامية : محتواها وتنظيمها واستخدامها، مؤتمر المحتوى العربي في الإنترنت : التحديات والطموحات ، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية ، الرياض .
- (12) شوقي عبد الله عباد (2011)، دعم المواقع الإسلامية على الإنترنت للغات الحية ، مؤتمر المحتوى العربي في الانترنت : التحديات والطموحات ، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية ، الرياض .
- (13) Katherin Liimets,(2016), **Islamic State and Taliban : How Globalization Haswded The spread of terrorism though social Media and the internet**, Bachelor Thesis School of Economics and Business Administration, Tallinn University of Technology .
- (14) دعاء عبد الحكم الصعيدي(2018)، أزمة مسلمي الروهينجا في خطاب المواقع الإلكترونية الإعلامية الأجنبية دراسة تحليلية ، نقلاً عن :

(Arab Media & Society (Issue 25, Winter/Spring 2018).

(15) طه عبد الله محمود آدم ، أساليب ووسائل ممارسة العلاقات العامة في المؤسسات الدعوية بالسودان (بالطبيق على منظمة الدعوة الإسلامية) للفترة من 2009-2011م ،رسالة دكتوراه غير منشورة ،معهد إسلام المعرفة ، السودان، 2011م .

(16)عبدالرحمن بن خلف العنزي (2015)، دور مؤسسات المجتمع المدني في مكافحة التطرف والإرهاب، نقلاً عن :

<https://repository.nauss.edu.s>

(17) عبد الباسط محمد عبد الوهاب الخطامي، آليات ومضامين الخطاب الإعلامي ودوره في مواجهة الاستراتيجيات الدعائية لقوى الإرهاب نقلاً عن :

(Media & Society (Issue 24, Summer/Autumn 2017

(18) أحمد خليفة الدهاش (2010)، استخدام الشبكة العنكبوتية في مواجهة انتشار الفكر المتطرف، ماجستير غير منشورة، جامعة نايف للعلوم الأمنية، الرياض .

(19) Joshua Close, Major, USAF,(2014), **Social Media and Extremism, A Research Report Submitted to the Faculty In Partial Fulfillment of the Graduation Requirements, Maxwell Air Force Base, Alabama.**

(20) تحسين محمد أنيس شرادقة (2016) ، التوظيف الإعلامي لشبكات التواصل الاجتماعي في مكافحة ظاهرة الإرهاب ( داعش نموذجاً)، ورقة عمل مقدمة للمؤتمر الدولي المحكم تحت عنوان: دور الشريعة والقانون والإعلام في مكافحة الإرهاب، تحت شعار: عالم بلا إرهاب، جامعة الزرقاء - الأردن .

(21) بنعيسى عسلوان، (2016)، دعاية التطرف والإرهاب عبر منصات التواصل الاجتماعي، المؤتمر الدولي الثاني "الإعلام والإرهاب.. الوسائل والاستراتيجيات"، جامعة الملك خالد ، كلية العلوم الإنسانية ، المملكة العربية السعودية ، في الفترة من 6 إلى 8 ديسمبر 2016م

(22) Putra, Muhammad Deri,(2016), **New Media and Terrorism: Role of the Social Media to Countering Cyber Terrorism and Cyber Extremism for Effective Response** (March 24, 2016). Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2754370> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2754370>.

(23) حسن نيازي الصيفي (2016)، المعالجة البحثية والتنظيرية لاستخدام داعش والتنظيمات الارهابية للإعلام الجديد، المؤتمر الدولي الثاني "الإعلام والإرهاب.. الوسائل والاستراتيجيات"، جامعة الملك خالد ، كلية العلوم الإنسانية ، المملكة العربية السعودية ، في الفترة من 6 إلى 8 ديسمبر 2016م

(24) Matthias Hartung, Roman Klinger, Franziska Schmidtke & Lars Vogel,(2017), Ranking Right-Wing Extremist Social Media Profiles by Similarity to Democratic and Extremist Groups, *Proceedings of the 8th Workshop on Computational Approaches to Subjectivity, Sentiment and Social Media Analysis*, pages 24–33 Copenhagen, Denmark.

(25) Tuba Kalçık & Ümmü Altan Bayraktar,(2017), Terror Propaganda on Social Media: Daesh Terrorist Organization, *International Journal of Business and Social Science*, Volume 8, Number 9, September, 2017.

(26) Yulia Gritsay,(2018), *The Image of Terrorism in the English-language Media of Finland and Russia*, Bachelor's Seminar and Thesis ,English Philology ,Faculty of Humanities , University of Oulu.

(27) A. Ceron, L. Curini, S.M. Iacus.(2018), **ISIS at its apogee: the Arabic discourse on Twitter and what we can learn from that about ISIS support and Foreign Fighters** available at : <https://arxiv.org/abs/1804.04059>.

(28) حسن نيازي الصيفي (2016)، المعالجة البحثية والتنظيرية لاستخدام داعش والتنظيمات الإرهابية

للإعلام الجديد، مرجع سابق .

(29) تحسين محمد أنيس شراذقة (2015)، التوظيف الإعلامي لشبكات التواصل الاجتماعي في مكافحة

ظاهرة الإرهاب ( داعش نموذجا)، مرجع سابق .

(30) دعاء عبد الحكم الصعدي(2018)، أزمة مسلمي الروهينجا في خطاب المواقع الإلكترونية الإعلامية

الأجنبية دراسة تحليلية، مرجع سابق .

(31) عمر إبراهيم أبو سعده (2016)، أساليب استخدام التنظيمات الإرهابية للإنترنت، المؤتمر الدولي الثاني

"الإعلام والإرهاب.. الوسائل والاستراتيجيات"، جامعة الملك خالد ، كلية العلوم الإنسانية ، المملكة العربية

السعودية ، في الفترة من 6 الى 8 ديسمبر 2016م

(32) سامي طابع، بحوث الاعلام، ط3، القاهرة: دار النهضة العربية، 2013، ص 243-260 .

(33) Berge, B .L.(2009). *Qualitative Research Methods for Sciences*, (7th ed .).Boston: Allyn & Bacon.

(34) Saunders, M., Lewis, P. & Thornhill, A. (2000), *Research Methods for Business Students* .Essex: prentice Hall Education, Inc.

(35) قائمة بأسماء السادة المحكمين :

- د. صابر حارص، أستاذ الإعلام المساعد بجامعة سوهاج .

- د. حلمى محسب، وكيل كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال بجامعة جنوب الوادي .
- د. محمود السماسيرى، الأستاذ المساعد بكلية الإعلام جامعة اليرموك بالأردن .
- د. هبة عبد المعز أحمد، مدرس الصحافة بكلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، جامعة جنوب الوادي

(36) محمد شومان، تحليل الخطاب الإعلامي، اطر نظرية ونماذج تطبيقية، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2007، ص 27 .

(37) Burson -Marsteller. (2014), "**Twiplomacy Study 2014**", Burson-Marsteller, Twiplomacy. Geneva: Burson-Marsteller.

(38) Geoff Dean, Peter Bell, Jack Newan,(2012), The Dark Side of Social Media: Review of Online Terrorism, **Pakistan Journal of Criminology**, Vol. 3, No. 4, April – July, pp 194 – 195

(39) تم الحصول على المعلومات الأساسية والتعريفية عن المنظمات الإسلامية عينة الدراسة من موقع موسوعة الويكيبيديا... الموسوعة الحرة عبر شبكة الإنترنت : <https://ar.wikipedia.org/>، ويمكن الاستزادة بالتفصيل حول المنظمات بالرجوع إلى المواقع الرسمية عبر شبكة الانترنت والموجودة بالجدول أعلاه .

(40) Roger D. Wimmer. And Joseph R .Dominick, **Mass Media Research: An Introduction**, 6 the Edition .California: Wads Worth the publishing company.2000.p .150.

(41) عواطف عبد الرحمن، نادية سالم، ليلي عبد المجيد، تحليل المضمون في الدراسات الاعلامية، القاهرة: دار العربي للنشر والتوزيع، 1983، ص 212 .

(42) Huyghe, François-Bernard, "Terrorism et medias", (Visited on 5 July 2015 .1

[http://www.huyghe.fr/conference\\_21.htm](http://www.huyghe.fr/conference_21.htm) نقلاً عن جمال زرن، الاستراتيجية الإعلامية العربية لمكافحة الإرهاب: غموض الرؤية وقصور المقاربة، مركز الجزيرة للدراسات، 2015.

(43) يوسف بن أحمد الرميح، الإرهاب والإعلام الجديد .. الإرهاب الرقمي 1-2 نقلاً عن : <http://www.al-jazirah.com/2015/20150307/ar1.htm>

(44) عبدالحليم موسى، لطفي زيادي (2016)، الإصدارات الإعلامية التي ساهمت في نشر أيديولوجيات التنظيمات الإرهابية عبر وسائل الإعلام التقليدية والإلكترونية، المؤتمر الدولي الثاني "الإعلام والإرهاب.. الوسائل والاستراتيجيات"، جامعة الملك خالد، كلية العلوم الإنسانية، المملكة العربية السعودية، في الفترة من 6 إلى 8 ديسمبر 2016م

45 محمد يونس (2002)، الإنترنت كوسيلة اتصالية في مجال الشؤون الإسلامية، دراسة للمواقع الاسلامية المدعمة باللغة العربية على الشبكة، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد 3، جامعة القاهرة، كلية الاعلام



- (46) زاوي رايح، (2016)، قوة التجنيد والانتشار عند الجماعات الإرهابية.. الوسائط الاجتماعية واستقطاب المقاتلين الأجانب في تنظيم داعش نموذجاً، المؤتمر الدولي الثاني "الإعلام والإرهاب.. الوسائل والاستراتيجيات"، جامعة الملك خالد، كلية العلوم الإنسانية، المملكة العربية السعودية، في الفترة من 6 إلى 8 ديسمبر 2016م
- (47) Anna Warrington,(2017), Countering violent extremism via de-securitisation on Twitter, **journal for DE radicalization**. Available At: [www.journal-derad.com](http://www.journal-derad.com).
- (48) رضا عكاشة (2006)، الخطاب الإسلامي في المدونات على شبكة الانترنت، المؤتمر العلمي الاول - قسم الاعلام - كلية اللغة العربية، جامعة الأزهر، نوفمبر 2006م.
- (49) حسان عمر بصفر، (2016)، أثر وسائل الإعلام الرقمي الجديد في نشر وتشكيل ثقافة الطلاب الجامعيين للتصدي للإرهاب، المؤتمر الدولي الثاني "الإعلام والإرهاب.. الوسائل والاستراتيجيات"، جامعة الملك خالد، كلية العلوم الإنسانية، المملكة العربية السعودية، في الفترة من 6 إلى 8 ديسمبر 2016م
- (50) زينب حامد (2007)، صورة الإسلام كما تعرضها المواقع العربية على شبكة الإنترنت، رسالة ماجستير، غير منشورة (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2007).
- (51) محمد حسن سليمان قيزان(2008)، توظيف شبكة الإنترنت لخدمة الإسلام دراسة وصفية تحليلية لأبرز المواقع الإسلامية على الإنترنت، رسالة دكتوراه، غير منشورة، جامعة أم درمان، السودان : Available at : [www.yemen-nic.info./contents/students/details](http://www.yemen-nic.info./contents/students/details)
- (52) عبد اللطيف بن صفية (2016)، التربية الإعلامية في مواجهة التجنيد الإلكتروني الإرهابي: رؤية استراتيجية وخطة ميدانية لاعتماد التربية الإعلامية في تحصين الشباب ضد التوظيف الهدام للإعلام الجديد في العالم العربي، المؤتمر الدولي الثاني "الإعلام والإرهاب.. الوسائل والاستراتيجيات"، جامعة الملك خالد، كلية العلوم الإنسانية، المملكة العربية السعودية، في الفترة من 6 إلى 8 ديسمبر 2016م
- (53) ظاهر النويران، (2016)، تحليل البيئة الداخلية والخارجية لـ الفيسبوك وأثرها في انتشار ظاهرة الإرهاب والترويج لها، المؤتمر الدولي الثاني "الإعلام والإرهاب.. الوسائل والاستراتيجيات"، جامعة الملك خالد، كلية العلوم الإنسانية، المملكة العربية السعودية، في الفترة من 6 إلى 8 ديسمبر 2016م
- (54) فريد الصغيري، (2016)، الشباب وإرهاب الصورة الإلكترونية... تقييم انتشار العنف وتحديد الهوية، المؤتمر الدولي الثاني "الإعلام والإرهاب.. الوسائل والاستراتيجيات"، جامعة الملك خالد، كلية العلوم الإنسانية، المملكة العربية السعودية، في الفترة من 6 إلى 8 ديسمبر 2016م

- (55) سيف ناصر المشعلي، (2016)، توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في تجنيد الشباب.. دراسة حالة على تنظيم داعش الإرهابي ، المؤتمر الدولي الثاني "الإعلام والإرهاب.. الوسائل والاستراتيجيات"، جامعة الملك خالد، كلية العلوم الإنسانية، المملكة العربية السعودية ، في الفترة من 6 إلى 8 ديسمبر 2016 م .
- (56) Katherin Liimets, *op.cit.*
- (57) ماجد سالم تريان(2012)، فن النفاير الصحفية في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية ، - مجلة جامعة الأقصى ( سلسلة العلوم الإنسانية ) المجلد السادس عشر، العدد الثاني، يونيو ص 1-33 .
- (58) عثمان مُحمَّد عثمان (2016)، دور وسائل التّواصل الاجتماعي في انتشار الإرهاب العالمي، المؤتمر الدولي الثاني "الإعلام والإرهاب.. الوسائل والاستراتيجيات"، جامعة الملك خالد ، كلية العلوم الإنسانية ، المملكة العربية السعودية ، في الفترة من 6 إلى 8 ديسمبر 2016م
- (59) محمود أحمد محمد الرجبي (2012)، اتجاهات الخطاب الإسلامي في المواقع الإلكترونية الإخبارية (تحليل مضمون موقع "البوصلة الإخباري" ، رسالة ماجستير ، غير منشورة ، كلية الإعلام ، جامعة الشرق الأوسط ، المملكة الأردنية الهاشمية .
- (60) سلوى ابراهيم دهمش (2008)، اتجاهات الخطاب الصحفي الإلكتروني نحو الحركات الاسلامية ، رسالة ماجستير، غير منشورة (جامعة جنوب الوادي ، كلية الآداب، 2009 .
- (61) خالد حامد مصطفى، (2016)، المسؤولية الجنائية عن جرائم نشر وترويج الفكر الإرهابي عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، المؤتمر الدولي الثاني "الإعلام والإرهاب.. الوسائل والاستراتيجيات"، جامعة الملك خالد ، كلية العلوم الإنسانية ، المملكة العربية السعودية ، في الفترة من 6 إلى 8 ديسمبر 2016م