

إدراك الشباب لتوظيف التنظيمات الإرهابية لوسائل الإعلام الرقمي الجديد "داعش أنموذجاً"

دراسة ميدانية على عينة من الشباب السعودي

Saudi youth awareness of the terrorist organizations' use of the
new digital media

إعداد

د/ هبة الله محمود

مدرس الصحافة بجامعة بنها

٢٠٢٢م



إدراك الشباب لتوظيف التنظيمات الإرهابية لوسائل الإعلام الرقمي الجديد "داعش أنموذجاً"
ملخص الدراسة:

سعت الباحثة من خلال هذه الدراسة الميدانية إلى رصد وتحليل وتفسير مدى إدراك ووعي الشباب السعودي بتوظيف واستخدام تنظيم داعش الإرهابي لوسائل الإعلام الرقمي الجديد، والوقوف على تصوراتهم لأهم وسائل الإعلام التي يستغلها التنظيم لخدمة أهدافه، وأهم هذه الأهداف التي يسعى لتحقيقها، كما ترصد الدراسة تصورات الشباب السعودي لأهم أساليب الاستمالة المستخدمة من قبل التنظيم لجذب الشباب، إضافة إلى معرفة آراء الشباب عينة الدراسة في مدى نجاح وسائل الإعلام الرقمي الجديد في أداء مسؤوليتها الإعلامية والاجتماعية في تغطياتها لأخبار التنظيم، وهل نجحت بالفعل أم استطاع التنظيم استغلال تلك التغطيات لصالحه، وأظهرت نتائج الدراسة أن التغطيات الإعلامية المتعلقة بالتنظيمات الإرهابية تحتاج إلى المراجعة الشاملة والتخطيط، وأنها تتصف بعدم الدقة والموضوعية في بعض الأحيان تحقياً للسبق الصحفي في تغطية أخبار التنظيم، كما أظهرت أن أكثر الاستمالات التي يستخدمها التنظيم لجذب الشباب هي الاستمالات العاطفية تليها العقلية ثم النفسية، وتعكس النتائج في مجملها عن مستوى إدراك مرتفع لدى عينة الشباب السعودي لتوظيف تنظيم داعش الإرهابي لوسائل الإعلام الرقمي الجديد لخدمة مصالحه وتحقيق أهدافه.

الكلمات المفتاحية: إدراك، الشباب السعودي، توظيف، وسائل الإعلام الرقمي الجديد

Abstract:

Through this field study, the researcher sought to monitor, analyze and explain the extent to which Saudi youth are aware of the terrorist organization's employment and use of the new digital media, and to determine their perceptions of the most important media that the organization exploits to serve its goals, and the most important of these goals it seeks to achieve. The study also monitors the perceptions of young people Saudi Arabia for the most important methods of grooming used by the organization to attract young people, in addition to knowing the views of the youth of the study sample on the extent of the success of the new digital media in performing its media and social responsibility in its coverage of the organization's news, and whether it actually succeeded or was the organization able to exploit those coverages for its benefit, and the results of the study showed that Media coverage related to terrorist organizations needs comprehensive review and planning, and is characterized by inaccuracy and objectivity at

times, in order to achieve the scoop in covering the news of the organization. A high level of awareness among the Saudi youth sample of ISIS terrorist organization's use of media For the new digital media to serve its interests and achieve its goals.

key words: Edraak, Saudi Youth, Employment, New Digital Media.

مقدمة:

رغم كل الجهود المبذولة، سواء على المستوى الدولي أو الإقليمي أو المحلي، لا يزال التنظيم الإرهابي المسمى بتنظيم الدولة الإسلامية "داعش" يشكل خطراً كبيراً على مختلف الأصعدة، وعقد مؤتمر روما الأخير في ٢٨ يونيو ٢٠٢١ لبحث تطورات التنظيم وانتقاله من بلاد الشام إلى أفريقيا، خاصة بلاد الساحل الإفريقي لخير دليل على استمرار خطر هذا التنظيم الإرهابي.

وعلى الرغم من المزايا الهائلة التي تقدمها لنا وسائل الإعلام الجديد إلا أنه على الجانب الآخر قد تحولت إلى أداة في يد بعض التنظيمات الإرهابية خاصة داعش، تنشر من خلالها أفكارها المسمومة وتجند المزيد من الأتباع عبر تلك المنصات الرقمية، حيث أثبتت العديد من الدراسات أن أحد العوامل الرئيسية وراء انتشار واستمرار تهديد تنظيم داعش واللامركزية التي أصبح يتمتع بها، يرجع إلى استخدامه لوسائل وشبكات الإعلام الاجتماعي الرقمي في نشر الدعاية والتحريض، وأن هذه المنصات الإلكترونية قد حولت التنظيم من مجموعة متمردة تسيطر على أراضي حقيقية إلى " خلافة افتراضية " يوظف التنظيم من خلالها الدين لتبرير ارتكاب مختلف أعماله الإرهابية (Krona, 2020)

ويشير أحدث تقرير عن مؤشر الإرهاب العالمي (٢٠٢٠) إلى أن الاتجاهات المستقبلية تشير إلى استمرار تنظيم داعش باعتباره تهديداً، خصوصاً من خلال الأنشطة السيبرانية، وربما يكون وباء كوفيد-١٩ قد أعاق بعض الأنشطة الإرهابية، لكن الأضرار الاقتصادية التي ربما تلحق بالشرائح الاجتماعية الضعيفة قد تُعطي الجماعات المتطرفة فرصاً جديدة تمكنهم من استقطاب مجندين جدد من الشرائح المهمشة أو المتضررة اقتصادياً.

(Institute for Economic and Peace, 2020)

وتتعدد السيناريوهات والتوقعات حول مستقبل ظاهرة الإرهاب عقب انتهاء أزمة

الوباء:

السيناريو الأول: ظهور أشكال جديدة للإرهاب والعنف الموجّه ضد الحكومات؛ فحالة عدم الثقة في العديد من الحكومات بفعل إدارتها المرتبكة لأزمة الفيروس التاجي؛ ونتيجة للأداء المتراخي في مواجهة تداعيات الوباء الصحية والاقتصادية، وما خلفه ذلك من ارتفاع في معدلات البطالة بسبب الإغلاق وتباطؤ النمو الاقتصادي؛ كلها عوامل قد تخلق شقوقاً وتصدعات تستغلها الجماعات العنصرية، والمتطرفون بمختلف شرائحهم وتوجهاتهم؛ للترويج ضد فشل الحكومات القائمة في مواجهة هذا النوع من الأزمات (Raffaello Pantucci, 2020)

السيناريو الثاني: اتساع موجة جرائم الكراهية في بقاع شتى من العالم؛ فالصبغة العنصرية التي تسود الخطابات المتعلقة بالفيروس - وبصفة خاصة من قبل بعض كبار المسؤولين - تخلق مجتمعات تُلقى باللوم على غيرها، خاصة فيما يتعلق باتهام الصينيين (والآسيويين عامةً) بالمسؤولية عن انتشار الوباء، وبمجرد خلق هذا النوع من المشاعر المعادية من المحتمل أن تظهر موجة من الإساءة والعنف ضد كل من هو شرق آسيوي، إلا أن هذه المشاعر الغاضبة يمكن أن يستغلها آخرون لتعزيز أيديولوجيات الكراهية ضد مجموعات أخرى، ومن بينهم المهاجرين واللاجئين . (Bertrand, 2020)

وقد تتأثر عمليات مكافحة الإرهاب نتيجة لزيادة العجز المالي الحكومي الناجم عن الأزمة الاقتصادية التي سببها الوباء. ويوجد خطر من أن التراجع الاقتصادي الذي أحدثه وباء كوفيد-١٩ قد يؤدي إلى زيادة عدم الاستقرار السياسي في بعض الأماكن وأن تقرر الحكومات، تحت الضغط المالي، تخفيض الأموال المخصصة لمبادرات مكافحة الإرهاب. وبالفعل، تأثرت العمليات التي يقوم بها التحالف الدولي لهزيمة تنظيم داعش، كما شوهد ذلك في حالة العراق حيث يفكر بعض أعضاء التحالف في سحب قواته خوفاً من انتشار وباء كوفيد-١٩ (Institute for Economic and Peace, 2020)

الدراسات السابقة:

المحور الأول دراسات تناولت استراتيجيات وأساليب داعش الدعائية عبر وسائل الإعلام

١. دراسة (درويش، ٢٠٢٠) هدفت الدراسة إلى التعرف على استراتيجيات التنظيمات الإرهابية في توظيف وسائل الإعلام الجديدة والأهداف الاتصالية للتنظيمات الإرهابية والأشكال الإعلامية المستخدمة في تقديم المحتوى الإعلامي لهم عبر (مواقع إلكترونية - تويتر - يوتيوب) ، وأظهرت النتائج عن أنه لم يعد اليوتيوب و تويتر وسائل الإعلام الأولى التي

يستخدمها ويوظفها التنظيم وذلك بفضل برامج وضعتها سياسة الموقعين لحجب أي منشور إرهابي، كما أظهرت أن أهم أساليب الاستمالة المستخدمة كانت اللعب على الوتر الديني وتوظيف الرموز الدينية كصورة الكعبة والشخصيات التاريخية الدينية للتحفيز على الانضمام للتنظيم، كما استخدمت تضخيم صور المقاتلين لتهديد الأخر المخالف، كما وظفت عبارات الود للشباب للتقرب اليهم واستغلال حالة القمع داخل بعض الدول العربية.

٢. دراسة (Mousa, 2018)، هدفت الدراسة إلى معرفة الأساليب الإقناعية التي تستخدمها مجلة دابق من خلال تحليل موضوع الغلاف لجميع الأعداد التي صدرت خلال ٣ سنوات ٢٠١٤-٢٠١٦ وتوصلت الدراسة إلى تركيز مجلة دابق على القضايا العسكرية أكثر من غيرها مواكبة للأحداث على أرض الواقع، بجانب تنوع المؤسسات الإعلامية الداعشية الذي ساهم في وصول الرسالة الدعائية عبر العديد من المنصات الإلكترونية الإعلامية، كما أكدت الدراسة على أن داعش قد شوه صورة الإسلام من خلال عمليات الذبح والقتل والتفجير وبيع النساء باسم الإسلام.

٣. دراسة (Perrott, 2017) هدفت الدراسة إلى محاولة فهم إستراتيجية «داعش» الاتصالية من خلال تحليل محتوى مجلة «دابق» الإلكترونية على الانترنت، ومحاولة رصد الأساليب التي تستخدمها المجلة في تجنيد الأتباع، وكشف التحليل استخدام مقالات «دابق» للدين لتبرير جميع الأعمال التي يقوم بها تنظيم «داعش»، من خلال تضمين مقتطفات من القرآن في جميع المقالات المنشورة بهدف شرح وتبرير المواقف التي اتخذتها داعش، أو الدفاع عن قيم معينة يرى التنظيم أن الحفاظ عليها من الحفاظ على الشريعة، كما أظهرت النتائج اهتمام «دابق» بكسب قلوب وعقول جمهور المتلقين، والترويج لـ«داعش» على أنها الجماعة الوحيدة القادرة على تطبيق الشريعة التي قصدها الله.

٤. دراسة (أبوحسين، ٢٠١٧) هدفت الدراسة إلى محاولة فهم الخطاب الإعلامي لهذا النوع من التنظيمات العقائدية المسلحة، والكشف عن المضامين التي يسعى القائم بالاتصال في التنظيم إيصالها إلى الجمهور عبر مجلة «دابق» وكشفت النتائج أن المجلة حاولت تقديم المضمون بشكل ملفت ومحترف الأداء سواء من حيث اللغة أو الإخراج الصحفي، كما أظهرت النتائج اهتمام القائم بالاتصال في المجلة بتوظيف التقنية العالية في التصوير بشكل يصل لمتلقي الرسالة بأسرع وقت وأكبر تأثير، من خلال توفير معايير سينمائية ودرجة متقدمة من عناصر الإنتاج التي تسهم جميعها في إحداث الإقناع المطلوب

٥. دراسة (Langemeijer, 2016) والتي هدفت إلى تقديم تحليل متعمق لمجلة دابق الإلكترونية من أجل تحديد كيفية قيام داعش ببناء رسالة خطابية تهدف إلى تشكيل دوافع المقاتلين الأجانب، وذلك بالتطبيق على ١٤ عدد من مجلة دابق بغرض حشد المقاتلين وكشف التحليل أن داعش يجند الأجانب عن طريق بناء هوية مميزة وتحفيزية تسهم في حشد وتعبئة الأفراد الذين يتطلعون إلى تلبية حاجاتهم لهوية خاصة ومكان ينتمون إليه، كما خلصت الدراسة إلى قدرة دعاية تنظيم «داعش» على تعبئة وحشد العناصر المتطرفة من الجمهور، والتي تقدم التنظيم باعتباره حامي للأمة ويحمل السلاح للدفاع عن الإسلام ضد ما يسميهم بالكفار والمرتدين.

٦. دراسة (الفتلاوى، ٢٠١٧)، والتي استهدفت الكشف عن أساليب الدعاية المستخدمة لدى داعش، ومعرفة الاستمالات التي انطوت عليها ومعرفة طبيعة الخطاب الدعائي الداعشي في ضوء تلك الأساليب المستخدمة عبر اليوتيوب. وخلصت الدراسة إلى أن أبرز أساليب الدعاية التي استخدمها التنظيم هي أسلوب التضخيم والمبالغة، التخويف والترجيع، الإعادة والتكرار، الكذب والتضليل، العامل الديني، التبرير، اطلاق التسميات، الترغيب، الشخصية العدائية، وإثارة الانفعالات العاطفية، أي أن غالبية الاستمالات كانت دينية وعاطفية.

المحور الثاني: دور وسائل الإعلام في مواجهة الإرهاب والتنظيمات الإرهابية

- ١- دراسة (عبدالصبور، ٢٠٢٠)، هدفت الدراسة إلى رصد وتفسير كيفية استخدام الجماعات المسلحة لوسائل التواصل الاجتماعي وتوصلت الى أن توظيف وسائل التواصل الاجتماعي أصبح مكثفا من قبل الجماعات المسلحة وذلك لتجاوز حاجز الزمان والمكان والرقابة الأمنية وتوفير الوقت والجهد وأصبح هناك نوعا من الحروب غير التقليدية بين تلك الجماعات والأجهزة الأمنية من أجل التعامل مع هذه المستجدات التكنولوجية التي تهدد الأمن القومي.
- ٢- دراسة (الداغر، ٢٠١٦) والتي استهدفت التعرف على دور وسائل وأدوات الإعلام الجديد في تشكيل معارف واتجاهات الشباب الجامعي السعودي نحو ظاهرة الإرهاب على شبكة الانترنت والتوعية بخطورته، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها أن وسائل الإعلام الجديد قد ساهمت بشكل كبير في معرفة طلاب الجامعات السعودية بخطورة وأبعاد الإرهاب. كما خلصت الدراسة إلى أن أحد السلبيات التي تفرزها وسائل التواصل الاجتماعي هو غرس أفكار سلبية في عقول الشباب كالتطرف الديني وتشجيع العنف المجتمعي.

٣- دراسة (بندارى، ٢٠١٦) هدفت الدراسة إلى التعرف على ماهية الإرهاب الإلكتروني وخصائصه وأهدافه من خلال تحليل صفحات تنظيم داعش في الفيس بوك صفحة غزوات إعلامية وولاية الرقة وتوصلت الدراسة إلى نجاح تنظيم داعش في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تجنيد الشباب وعلى رأسها الفيس بوك وتويتر واليوتيوب، واختلفت الدوافع للانضمام للتنظيم منها ما هو مادي ونفسي ومعنوي وأيديولوجي، وأظهرت أيضا عدم اقتصر داعش على استخدام اللغة العربية فقط بل استخدم العديد من اللغات لذلك استطاع تجنيد جنسيات مختلفة كما استطاع تجنيد عددا من النساء عبر صفحات تمتلكها نساء تنتمي للتنظيم، إضافة إلى نشر لعبة الكترونية تسمى صليل الصوارم توضح كيفية محاربة الأعداء

٤- دراسة (الشرقاوى، ٢٠١٦) والتي سعت إلى التعرف على طبيعة العلاقة بين تكنولوجيا الاتصال وما أفرزته من اعلام جديد والممارسات الارهابية التي تتم بالاعتماد على هذا الاعلام من جهة، ودور هذه الممارسات في فرض رقابة أمنية على هذا الاعلام من جهة أخرى. وذلك من خلال التطبيق على عينة قواها 119 مفردة من المنتمين لوزارات الداخلية والمواقع الأمنية الأكاديميين والعاملين في الحقل الإعلامي. وقد توصلت الدراسة إلى أن هناك علاقة طردية بين التسهيلات التي توفرها الامكانيات الاتصالية لوسائل الإعلام الجديد واستغلال الجماعات الارهابية لهذه الامكانيات في تحقيق اهدافها المادية والمعنوية من خلال اشكال جديدة من الممارسات الإرهابية.

٥- دراسة (Al-Khalifa, 2012) والتي سعت إلى التعرف على دور وسائل الإعلام في تصاعد ظاهرة الإرهاب وذلك من خلال تحليل المضمون لعدد من الصحف السعودية. وتوصلت الدراسة إلى أن وسائل الإعلام السعودية لا تعالج مشكلة الإرهاب من خلال ربطه بأي سياق سياسي أو اقتصادي أو الفكري التاريخي الذي قد يسود في المجتمع السعودي. وأن وسائل الإعلام السعودي الوطني تتناول الإرهاب باعتباره وقائع تاريخية بدلاً من اعتباره أحد القضايا السياسية أو الفكرية الخطيرة وبالتالي، يتم فقدان معظم المعاني في تصورات الإرهاب التي قد تختلف عن الوضع الراهن.

التعليق على الدراسات السابقة:

١- اتسمت بالتنوع والثراء سواء من حيث الموضوعات والمناهج المستخدمة، وتعدد المجتمعات والبيئات التي أجريت بها الدراسات سواء على المستوى العربي أو الغربي، مما أعطى للباحثة

- تصورا شبه متكامل عن أهم أساليب تنظيم داعش الدعائية واستراتيجياته المختلفة عبر وسائل الإعلام خاصة الجديدة منها.
- ٢- أكد عدد كبير من الدراسات على سطحية المعالجات الإعلامية التي قدمت لقضية الإرهاب والتنظيمات الإرهابية، وافتقادها لرؤية علمية شاملة ومخططة ليس فقط لمواجهة الإرهاب، بل لتحصين المجتمعات ضده قبل وصوله إليهم.
- ٣- أوضح عدد كبير من الدراسات نجاح التنظيمات الإرهابية وعلى رأسها داعش في توظيف وسائل الإعلام الجديد بأدواته التكنولوجية الحديثة والتفاعلية لصالحه سواء على صعيد الدعاية للتنظيم، أو التجنيد، أو التدريب أو التمويل أو إرهاب المخالفين ومهاجمة الأعداء
- ٤- كشفت الدراسات تأثير التقنيات الحديثة الموجودة في وسائل الإعلام الجديد والتي مكنت التنظيمات الإرهابية من سهولة الاختراق وصعوبة وضع رقابة عليها أو الوصول لهم بسبب ضعف بنية الشبكة العنكبوتية وسرعة التنظيمات في إيجاد مواقع بديلة لهم عبر الانترنت.
- ٥- أظهرت قلة الدراسات الميدانية التي أجريت على الشباب للتعرف على مدركاتهم وتصوراتهم لمدى توظيف واستغلال تلك الجماعات الإرهابية لوسائل الإعلام الجديد وأدواته التفاعلية وتكنولوجيا الإبهار الموجودة عبر الوسائط المتعددة المتوفرة به، مما شجع الباحثة على القيام بالدراسة الحالية في محاولة للاقترب أكثر من هؤلاء الشباب للتعرف على وجهة نظرهم وتصوراتهم حول هذا التنظيم وحول توظيفه لوسائل الإعلام الرقمي الجديد.
- ولقد استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في النقاط التالية:**
- ١- الاستفادة من تلك الدراسات مما قدمته من رصد وتحديد لأهم أساليب واستراتيجيات تنظيم داعش الدعائية عبر وسائل الإعلام خاصة الجديد.
- ٢- توسيع مدارك الباحثة فيما يتعلق بمدى الدور الذي قامت به وسائل الإعلام خلال السنوات القليلة الماضية في مواجهة الإرهاب ومدى النجاح أو الإخفاق في أداء هذا الدور، وأهم العوامل المؤثرة فيه، المهنية والاجتماعية والثقافية والأمنية والتكنولوجية
- ٣- الاستفادة من الجوانب المنهجية للدراسات الميدانية التي أجريت على النخبة والجمهور وكذلك الأساليب والأدوات المستخدمة في قياس المتغيرات لاختيار المقاييس الإحصائية الأنسب لتطبيقها وصولا إلى استخراج النتائج المرجوة من الدراسة، إضافة إلى الاستفادة من المداخل النظرية المختلفة لاختيار المناسب منها لموضوع الدراسة.

مشكلة الدراسة:

إن استغلال تنظيم داعش لوسائل الإعلام الجديد بكل ما تملكه من تقنيات ووسائط تكنولوجية هائلة، أمراً أثبتته العديد من الدراسات التحليلية التي أجريت على تلك الوسائل، إلا أن هناك قلة إلى حد ما في الدراسات الميدانية التي أجريت على الشباب المسلم للتعرف على آرائه وتصوراتهم حول مدى استخدام هذا التنظيم لهذه الوسائل إضافة إلى التعرف على مدركاته عن مدى قيام وسائل الإعلام الجديد بدورها ومسؤوليتها الاجتماعية والمهنية في تغطياتها للإرهاب، علاوة على كونه أكثر الفئات المستهدفة للتجنيد من قبل التنظيم الإرهابي "داعش". وتتحدد مشكلة الدراسة الحالية في رصد وتحليل وتفسير تصورات ومدركات الشباب السعودي حول مدى توظيف التنظيمات الإرهابية لوسائل الإعلام الجديد (داعش أنموذجاً)، وإدراكهم لأهم وسائل الإعلام الرقمي الجديد التي يستخدمها التنظيم في نشر دعايته، وأهم أدواته، وأهم عوامل انتشاره، ورصد تصوراتهم لأهم استراتيجيات الاستمالة المستخدمة من قبل التنظيم، وإدراكهم لمدى نجاح وسائل الإعلام الجديد في أداء مسؤوليتها الاجتماعية والأخلاقية والمهنية أثناء تغطياتها للقضايا المتعلقة بالإرهاب خاصة تنظيم داعش.

أهمية الدراسة:

- ١- أهمية وخطورة موضوع التطرف والإرهاب على المستوى المحلي والإقليمي والدولي واستمرارية تهديده لمختلف المجتمعات المعاصرة.
- ٢- مكانة الشباب وأهميته داخل المجتمعات، علاوة على كونه أكثر الفئات استهدافاً من قبل التنظيمات الإرهابية
- ٣- التغيرات الهائلة التي حدثت على مستوى وسائل الإعلام، خاصة الإعلام الرقمي وتأثيراته الواسعة والخطيرة خاصة على جيل الشباب المعاصر.
- ٤- خطورة التنظيمات الإرهابية المعاصرة في ظل امتلاكها لأدوات الإعلام الرقمي بكل إمكاناته الهائلة
- ٥- الظروف الاستثنائية الحالية في جميع دول العالم في ظل جائحة كورونا، وتحول وانشغال الدول قليلاً بالوضع الصحي على حساب الأوضاع الأمنية المتعلقة بالإرهاب.

أهداف الدراسة:

- ١- التعرف على أهم وسائل الإعلام الجديد التي يعتمد عليها الجمهور في الحصول على معلوماته ومعدل استخدامه لتلك الوسائل

- ٢- الكشف عن مدركات الشباب السعودي عن أكثر وسائل الإعلام الجديد استخداماً من قبل التنظيم لنشر أفكاره وتجديد أعضاء جدد
- ٣- رصد آراء الشباب السعودي عن أسباب تفضيل تنظيم داعش لتلك الوسائل الإعلامية الجديدة
- ٤- الوقوف على مدى معرفة عينة الدراسة بأهم الأدوات التي يستخدمها التنظيم عبر تلك الوسائل الإعلامية الجديدة، والموضوعات التي يتناولها وأهدافه التي يسعى لتحقيقها عبر تلك الوسائل الإعلامية الجديدة
- ٥- التعرف على رؤية عينة الدراسة لأهم عوامل انتشار التنظيم وأهم أساليب الاستمالة التي يستخدمها لجذب أعضاء جدد له، وأهم الأسباب التي تدفع الشباب للانضمام إلى التنظيم
- ٦- الوقوف على مدركات الشباب لدور وسائل الإعلام الجديد وحدود مهنية تلك الوسائل في تغطياتها الإعلامية الخاصة بالتنظيم ومستوى أدائها لمسئوليتها الاجتماعية في حماية المجتمع من خطر التنظيمات الإرهابية
- ٧- التعرف على رؤية الشباب عينة الدراسة لمستقبل التنظيم، وأهم سبل مواجهته.

تساؤلات الدراسة:

١. ما مدى متابعة عينة الدراسة لوسائل الإعلام الجديد الرقمي؟
٢. ما الأوقات التي تقضيها عينة الدراسة في متابعة وسائل الإعلام الجديد يوميا؟
٣. ما أكثر وسائل الإعلام الجديد التي يستخدمها التنظيم في نشر أفكاره من وجهة نظر المبحوثين؟
٤. ما أسباب تفضيل تنظيم داعش لهذه الوسيلة الإعلامية من وجهة نظر المبحوثين؟
٥. ما الأدوات التي يستخدمها التنظيم عبر تلك الوسائل الإعلامية الجديدة من وجهة نظر عينة الدراسة؟
٦. ما الموضوعات التي يتناولها التنظيم عبر تلك الوسائل الإعلامية الجديدة؟
٧. ما أهم أهداف التنظيم من استخدام وسائل الإعلام الجديد كما يدرکها الشباب السعودي عينة الدراسة؟
٨. ما أهم عوامل انتشار التنظيم من وجهة نظر عينة الدراسة؟

٩. ما أهم الاستمالات العاطفية والعقلية والنفسية التي يستخدمها التنظيم في جذب وتجنيد أعضائه، من وجهة نظر الشباب عينة الدراسة؟
١٠. ما مدى إدراك عينة الدراسة لمستوى أداء ومهنية وسائل الإعلام الرقمي الجديد في تغطياتها الإخبارية عن التنظيم الإرهابي
١١. ما توقعات عينة الدراسة من الشباب السعودي لمستقبل التنظيم في ظل جائحة كورونا؟

١٢. ما أهم مقترحات الشباب عينة الدراسة لسبل مقاومة ومواجهة التنظيم؟

فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى ادراك الشباب لأهداف تنظيم داعش من استخدامه لوسائل الإعلام الجديد ومستوى ادراكه لتوظيف التنظيم لتلك الوسائل الإعلامية الجديدة.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين إدراك الشباب السعودي لأساليب الاستمالة التي يستخدمها تنظيم داعش في تجنيد الشباب (عبر وسائل الإعلام الجديد) وبين مستوى ادراك الشباب لأهدافه في توظيف تلك الوسائل في تجنيد الشباب.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الشباب السعودي على مقياس الادراك لمدى توظيف تنظيم داعش لوسائل الإعلام الرقمي الجديد وفقاً لمتغيراتهم الديموغرافية (النوع - السن - مستوى التعليم - طبيعة العمل)

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات الشباب السعودي عينة الدراسة على مقياس الإدراك لتوظيف تنظيم داعش لوسائل الإعلام الجديد وفقاً لدرجات تعرضهم لوسائل الإعلام الرقمي الجديد.

نوع الدراسة: تنتمي الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تهتم بدراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بظاهرة أو حدث، للحصول على معلومات وبيانات كمية دقيقة عنها قابلة للقياس ومن ثم يمكن التنبؤ بها أو تعميمها.

منهج الدراسة: تعتمد الدراسة الحالية على منهج المسح حيث تم استخدامه في إجراء الدراسة الميدانية لعينة من الشباب السعودي بالمملكة العربية السعودية

عينة الدراسة: تم إجراء الدراسة على عينة من الشباب السعودي بلغ قوامها (٤٠٠) مفردة وروعي فيها أن تمثل خصائص ديموجرافية محددة وفقاً لمتغيرات الدراسة.

نوع العينة: كرة الثلج نظراً لظروف جائحة كورونا وصعوبة التطبيق ميدانياً
أدوات جمع البيانات: تم استخدام صحيفة الاستبيان الإلكترونية باعتبارها أداة بحثية مناسبة
لجمع البيانات من مفردات العينة المتمثلة في الشباب السعودي، في ظل جائحة كورونا
والتباعد الاجتماعي.

حدود الدراسة: الحدود الزمنية: تم تطبيق الاستمارة على عينة الدراسة في الفترة من
٢٠٢١/٣/١٥ وحتى ٢٠٢١/٣/٢٢.

مصطلحات الدراسة:

الإدراك اصطلاحاً: هو عملية إعطاء معنى أو دلالة للإحساسات التي تنشأ من استقبال
الإنسان لمثيرات معينة (عبدالغفار، ١٩٨٤)

الإدراك إجرائياً: مدى وعي الشباب عينة الدراسة بوجود استغلال وتوظيف لوسائل الإعلام
الجديد الرقمي من قبل تنظيم داعش لتحقيق أهدافه.

الشباب السعودي: وهو الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين ١٨ و ٤٠ سنة
توظيف التنظيمات الإرهابية لوسائل الإعلام الجديد: أي استخدام واستغلال الجماعات
الإرهابية لوسائل الإعلام الرقمية عبر الانترنت بكل إمكاناتها التكنولوجية الهائلة، لتحقيق
أغراضها الإرهابية المختلفة.

إجراءات الدراسة الميدانية: تم تطبيق الاستمارة وتوزيعها إلكترونياً على عينة من الشباب
السعودي من سن ١٨ إلى ٤٠ سنة قوامها ٤٠٠ مفردة، وتم صياغة ومراجعة وتعديل الأسئلة
بما يخدم أهداف الدراسة.

اختبار صدق الاستمارة: تم عرض صحيفة الاستبيان على عدد من المحكمين (*) للحكم
عليها، بناءً على آرائهم تم تعديل وإخراج الاستمارة في شكلها النهائي بما يحقق الغرض
البحثي المرجو من الدراسة.

اختبار ثبات الاستمارة: للتأكد من ثبات الاستمارة تم تطبيقها على عينة قوامها ٤٠ مفردة
عشوائية بنسبة ١٠% من مجتمع الدراسة، للتأكد من ثبات الاستمارة، وتم حساب معامل
الثبات ووصل إلى ٩٢% مما أكد على صلاحية الاستمارة للتطبيق.

الإطار النظري: نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام

تدور الفكرة الرئيسية لنظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام حول ضرورة وجود نوع من
التوازن بين الحرية والمسؤولية، وهذا ما يؤكد "دينيس ماكويل" (MC Quail, 2000) حيث

يقدم الأسس الرئيسية لنظرية المسؤولية الاجتماعية والتي تتمثل في أن وسائل الإعلام مسؤولة ولديها التزامات تجاه المجتمع لكي تكتسب ثقة الجمهور، وتحصل على اعتبارها في المجتمع، وذلك من خلال تحرى الدقة والمصداقية والموضوعية والتوازن، فضلا عن الالتزام بالحرية في ضوء مجموعة من مواثيق الشرف الأخلاقية والقوانين والتشريعات والقيم المهنية وذلك من أجل تحقيق المصلحة العامة، وترتكز نظرية المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية لوسائل الإعلام على ثلاثة أبعاد رئيسية:

يتصل البعد الأول بالوظائف التي ينبغي أن يؤديها الإعلام المعاصر، ووظائف سياسية، تعليمية، ثقافية، توعوية، اقتصادية الخ (Day, 2003)

ويتصل البعد الثاني بمعايير الأداء الإعلامي (Werner J. Severin, 1992) والتي تشكل في مجملها العام الضوابط الأخلاقية والقانونية التي تحكم ممارسة العمل الإعلامي في إطار من المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية التي تحتم على الإعلام أن يقوم بواجبه تجاه المجتمع، كما ينعم بحقه في الحرية وكذلك عرض الحقائق والمعلومات التي تدعم الديمقراطية وتضمن مشاركة الرأي العام في الأحداث الجارية

بينما يتصل البعد الثالث (MC Quail, 2000) بالسلوكيات التي ينبغي مراعاتها من جانب الإعلاميين لتحقيق مبادئ المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية ويقصد بها مجموعة القيم المهنية التي ينبغي مراعاتها في العمل الإعلامي، وهي تعنى الالتزام بمبادئ الدقة والعدالة والتوازن والموضوعية في قيامهم بواجباتهم المهنية تجاه المجتمع بكافة فئاته

وتستفيد الباحثة من نظرية المسؤولية الاجتماعية في التعرف على مدى التزام وسائل الإعلام الرقمي الجديد بالحرية والمسؤولية الاجتماعية، حيث يتم اختبار البعد الأول للنظرية وسؤال الباحثين عن آرائهم والمتعلقة بالوظائف الأساسية التي ينبغي أن تقدمها وسائل الإعلام الجديد في ضوء الوظائف الأساسية التي حددتها نظرية المسؤولية الاجتماعية كالتوعية بخطر الجماعات الإرهابية وأفكارها المغلوطة ومدى قيام وسائل الإعلام الجديد بأداء هذه الوظيفة من وجهة نظر الباحثين عينة الدراسة، وهل نجحت في ذلك أم حدث توظيف لهذه الوسائل الرقمية من قبل تنظيم داعش لتحقيق أهدافه وفيما يتعلق ببعد معايير الأداء يتم معرفة رأى عينة الدراسة في مدى التزام وسائل الإعلام الجديد بأخلاقيات نشر صور وفيديوهات ضحايا إرهاب تنظيم داعش، بينما يتمثل البعد الثالث للنظرية في معرفة تصورات

عينة المبحوثين عن مدى التزام وسائل الإعلام الجديد بالمعايير والقيم المهنية كالدقة والتحقق من صدق الأخبار المتعلقة بالتنظيم قبل نشرها .
نتائج الدراسة الميدانية
جدول (١) خصائص عينة الدراسة:

الخصائص	الفئات	ك	%
النوع	أنثى	١٢٧	٣١.٧٥
	ذكر	٢٧٣	٦٨.٢٥
	المجموع	٤٠٠	١٠٠.٠٠
السن	١٨ أقل من ٢٢	٢٢٤	٥٦.٠٠
	من ٢٢ إلى أقل من ٣٠	١٢٢	٣٠.٥٠
	من ٣٠ إلى ٤٠	٥٤	١٣.٥٠
	المجموع	٤٠٠	١٠٠.٠٠
المستوى التعليمي	أقل من متوسط	١٢	٣.٠٠
	متوسط	٤١	١٠.٢٥
	جامعي	٣٣٠	٨٢.٥٠
	فوق الجامعي	١٧	٤.٢٥
	المجموع	٤٠٠	١٠٠.٠٠
العمل	طالب	٣٣٠	٨٢.٥٠
	يعمل	٣٤	٨.٥٠
	لا يعمل	٣٦	٩.٠٠
	المجموع	٤٠٠	١٠٠.٠٠
المستوى الاقتصادي	منخفض	٣١	٧.٧٥
	متوسط	٣٤٨	٨٧.٠٠
	مرتفع	٢١	٥.٢٥
	المجموع	٤٠٠	١٠٠.٠٠

جدول (٢) مدى متابعة عينة الدراسة لوسائل الإعلام الرقمي الجديد

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	ك	متابعة وسائل الاعلام الجديدة
٠.٦٠٢٤٠	٢.٥٥٥٠	٦١.٢٥	٢٤٥	أتابع دائماً
		٣٣.٠٠	١٣٢	أتابع أحياناً
		٥.٧٥	٢٣	أتابع نادراً
		١٠٠.٠٠	٤٠٠	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن النسبة الأكبر من عينة الدراسة تتابع وسائل الإعلام الجديد بشكل دائم، وما يقرب من ثلث العينة يتابع بشكل متوسط، مما يعكس درجة تعرض مرتفعة لوسائل الإعلام الجديد، وهذه نتيجة منطقية كون عينة الدراسة من الشباب، كثيفي التعرض لوسائل الإعلام الجديد، وهذا ما أكدته الدراسات المختلفة التي أجريت على الشباب بشكل عام و السعودي بشكل خاص (مجدى الداغر ٢٠١٦).

جدول (٣) معدل الأوقات التي تقضيها عينة الدراسة في متابعة وسائل الإعلام الرقمي يوميا

مدة المتابعة لوسائل الاعلام	ك	%
أقل من ساعة	١٠٠	٢٥.٠٠
من ساعة لأقل من ٣ ساعات	٦٦	١٦.٥٠
من ٣ ساعات لأقل من ٥ ساعات	٣٦	٩.٠٠
٥ ساعات فأكثر	٧٦	١٩.٠٠
طوال اليوم	١٢٢	٣٠.٥٠
المجموع	٤٠٠	١٠٠.٠٠

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن ثلث عينة الدراسة ٣٠,٥ % تتابع وسائل الإعلام الجديد طوال اليوم، تليه الأقل من ساعة بنسبة ٢٥%، ثم (٥ساعات فأكثر) بنسبة ١٩% من عينة الدراسة.

جدول (٤) معدل تعرض عينة الدراسة لوسائل الإعلام الرقمي الجديد

مقياس التعرض	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
مرتفع	١٩١	٤٧.٧٥	٢.٢٥٠	٠.٨٠٢٦
متوسط	١١٨	٢٩.٥٠		
منخفض	٩١	٢٢.٧٥		
المجموع	٤٠٠	١٠٠.٠٠		

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي: بناءً على السؤالين السابقين تم بناء مقياس لكثافة التعرض والذي أظهر ارتفاع كثافة التعرض لوسائل الاعلام الجديد لدى عينة المبحوثين من الشباب السعودي حيث جاءت في المقدمة بنسبة ٤٧.٧٥% من عينة الدراسة، بينما جاءت نسبة متوسطي التعرض بمقدار ٢٩.٥٠%، ثم أخيراً جاءت نسبة منخفضي التعرض بمقدار ٢٢.٧٥%.

جدول (٥) أكثر وسائل الإعلام التي تعتمد عليها عينة الدراسة كمصدر لمعلوماتها عن التنظيم

مصادر الحصول على معلومات عن داعش	ك	%
مواقع التواصل الاجتماعي(الفييس بوك -تويتر - الخ)	٣٣٤	٨٣.٥٠
الصحف الإلكترونية	١٥٢	٣٨.٠٠
الإذاعة المسموعة	٩٢	٢٣.٠٠
اليوتيوب	٨٦	٢١.٥٠
القنوات التلفزيونية	٧٢	١٨.٠٠
الصحف الورقية	٧١	١٧.٧٥
منتديات	٥٤	١٣.٥٠
المدونات	٥٢	١٣.٠٠
مواقع إلكترونية خاصة بالتنظيم	٥١	١٢.٧٥
جملة من سئلا	٤٠٠	

يتضح من بيانات الجدول السابق أن أكثر المصادر الإعلامية التي تعتمد عليها عينة الدراسة في الحصول على معلومات حول التنظيم كانت مواقع التواصل الاجتماعي في المركز الأول وبفارق كبير عن بقية المصادر حيث وصلت إلى نسبة ٨٣,٥ % من عينة الباحثين، تليها في المركز الثاني الصحف الإلكترونية وبنسبة ٣٨%، ثم الإذاعات المسموعة بنسبة ٢٣%، وفي المركز الأخير أتت المواقع الإلكترونية الخاصة بالتنظيم. وقد ترجع هذه النتائج إلى أن عينة الدراسة من الشباب وترتفع لديهم معدل استخدامهم لوسائل الإعلام الجديد خاصة وسائل التواصل الاجتماعي، (تويتر والفايس بوك) ، والصحف الإلكترونية (سبق وعاجل السعوديتين)، إضافة إلى الإذاعات المسموعة التي تحتل المركز الثالث لدى عينة الدراسة بسبب امتلاك غالبية الشباب السعودي لسيارات خاصة يستمعون فيها للإذاعات السعودية المختلفة علاوة على طول المسافات بين المدن السعودية المختلفة وسفر الشباب لمسافات طويلة جدا لا يجد فيها أكثر من الإذاعات المسموعة كوسيلة إعلام وترفيه طول الطريق. وقد أتت مواقع التنظيم في المركز الأخير وقد يرجع إلى قيام الجهات الأمنية الرقابية في السنوات الأخيرة بغلق أي مواقع تابعة للتنظيم أو يشبهه في انتمائها للتنظيم، وقد ترجع أيضا إلى وجود درجة ما من الوعي لدى الشباب السعودي بخطورة هذه المواقع الإلكترونية المشبوهة.

جدول (٦) تصورات عينة الدراسة عن أكثر وسائل الإعلام الجديد التي يستخدمها التنظيم في نشر أفكاره

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الاستخدام						
		نادراً ما يستخدمها		يستخدمها بصورة متوسطة		يستخدمها بكثرة		
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠.٥٨٧٢٤	٢.٧٠٢٥	٦.٧٥	٢٧	١٦.٢٥	٦٥	٧٧.٠٠	٣٠٨	تويتر
٠.٦٩٧٠٧	٢.٤٨٢٥	١١.٧٥	٤٧	٢٨.٢٥	١١٣	٦٠.٠٠	٢٤٠	إذاعات أو قنوات إلكترونية خاصة بالتنظيم على الإنترنت
٠.٧١٨٨٤	٢.٤٣٢٥	١٣.٥٠	٥٤	٢٩.٧٥	١١٩	٥٦.٧٥	٢٢٧	مواقع إلكترونية خاصة بالتنظيم
٠.٧١٣٥٩	٢.٣٠٧٥	١٤.٧٥	٥٩	٣٩.٧٥	١٥٩	٤٥.٥٠	١٨٢	اليوتيوب
٠.٨١٠٢٠	٢.٢٦٥٠	٢٣.٠٠	٩٢	٢٧.٥٠	١١٠	٤٩.٥٠	١٩٨	الواتس أب
٠.٧١١٥٢	٢.١٠٠٠	٢٠.٧٥	٨٣	٤٨.٥٠	١٩٤	٣٠.٧٥	١٢٣	انستجرام
٠.٧٩٩٤٠	٢.٠٠٧٥	٣١.٥٠	١٢٦	٣٦.٢٥	١٤٥	٣٢.٢٥	١٢٩	الفايس بوك
٠.٨٩٩٤٤	١.٩٤٥٠	٤٣.٢٥	١٧٣	١٩.٠٠	٧٦	٣٧.٧٥	١٥١	صحف إلكترونية
٠.٧٧٦٢٠	١.٨٤٥٠	٣٩.٠٠	١٥٦	٣٧.٥٠	١٥٠	٢٣.٥٠	٩٤	تليجرام
٠.٨٤٩٨٥	١.٨٠٧٥	٤٧.٥٠	١٩٠	٢٤.٢٥	٩٧	٢٨.٢٥	١١٣	سناپ شات

يتضح من بيانات الجدول السابق: رؤية عينة الدراسة لأكثر وسائل الإعلام الجديد التي يستخدمها التنظيم في دعايته، حيث جاء موقع تويتر في المركز الأول ونسبة ٧٧%، تليه إذاعات أو قنوات إلكترونية خاصة بالتنظيم على الإنترنت بنسبة ٦٠%، ثم مواقع إلكترونية خاصة بالتنظيم بنسبة ٥٦,٧%، وفي المركز الأخير جاء موقع " سناب شات " بنسبة ٢٣,٥%، وتعكس هذه النتائج تراجع موقعي اليوتيوب والفيس بوك من حيث استخدام التنظيم لهما (من وجهة نظر عينة الدراسة) وقد يرجع ذلك إلى سياسات الموقعين الصارمة ضد أي محتوى متطرف حيث تقوم بحجبه وإغلاق الموقع أو الصفحة، وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة(شريف درويش ونهى إبراهيم ٢٠٢٠) وتختلف مع نتائج دراسة(حسين الفتلاوي ٢٠١٧، نورا بنداري ٢٠١٦) حيث كان موقعي الفيس بوك واليوتيوب أكثر المواقع استخداما واستغلالا من قبل التنظيم، في وقت سابق.

جدول(٧) رؤية عينة الدراسة لأسباب تفضيل تنظيم داعش هذه الوسائل الإعلامية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	رؤية عينة الدراسة لأسباب تفضيل هذه الوسائل						
		معارض		محايد		موافق		
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠.٤٥٢٧٢	٢.٧٩٢٥	٢.٠٠	٨	١٦.٧٥	٦٧	٨١.٢٥	٣٢٥	لأنها تتميز بسهولة الاستخدام والوصول إليها وقلة التكاليف
٠.٤٨٢٣٧	٢.٧٧٠٠	٢.٧٥	١١	١٧.٥٠	٧٠	٧٩.٧٥	٣١٩	توفر وسائط إعلامية متعددة(مقاطع صوتية - مقاطع فيديو وبث حي وعروض توضيحية)
٠.٥٦٤٦٠	٢.٧٠٥٠	٥.٥٠	٢٢	١٨.٥٠	٧٤	٧٦.٠٠	٣٠٤	تتمتع بشعبية واسعة لدى الجمهور خاصة الشباب
٠.٥٢٦٩٤	٢.٦٩٥٠	٣.٢٥	١٣	٢٤.٠٠	٩٦	٧٢.٧٥	٢٩١	السرعة والأنية في نشر الأخبار
٠.٥٢١٣٢	٢.٦٣٧٥	٢.٠٠	٨	٣٢.٢٥	١٢٩	٦٥.٧٥	٢٦٣	يمكن لأي شخص النشر عليها والتعبير عن رأيه
٠.٥٧٨٨٦	٢.٥٢٧٥	٤.٢٥	١٧	٣٨.٧٥	١٥٥	٥٧.٠٠	٢٢٨	إمكانية المتابعة وإعادة المتابعة في أي وقت
٠.٦١٦٦٠	٢.٤٧٢٥	٦.٥٠	٢٦	٣٩.٧٥	١٥٩	٥٣.٧٥	٢١٥	سهولة اختراق هذه الوسائل من قبل العناصر الإرهابية لضعف بنية الشبكة العنكبوتية
٠.٧٣٩٠١	٢.٢٣٥٠	١٨.٢٥	٧٣	٤٠.٠٠	١٦٠	٤١.٧٥	١٦٧	بعيدة عن الرقابة الحكومية وصعوبة ملاحقة العناصر الإرهابية عبرها

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم أسباب تفضيل التنظيم لبعض وسائل الإعلام الجديد من وجهة نظر الشباب السعودي عينة الدراسة، حيث جاء سبب " لأنها تتميز بسهولة الاستخدام والوصول إليها وقلة التكاليف " في المركز الأول ونسبة ٨١% تلاه في المركز الثاني سبب " توفر وسائط إعلامية متعددة، مقاطع صوتية -مقاطع فيديو وبث حي وعروض توضيحية " بنسبة ٧٩,٧ % وجاء في المركز الثالث سبب " تتمتع بشعبية واسعة لدى الجمهور خاصة الشباب " بنسبة ٧٦%، بينما جاء في المركز الأخير سبب بعدها عن الرقابة الأمنية الحكومية

أي أن سهولة الاستخدام والإمكانات التكنولوجية التي يوفرها الموقع تفوقت على الأسباب الأخرى سواء المهنية أو الأمنية الرقابية، وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (إيمان الشراوى ٢٠١٤) التي أظهرت وجود علاقة طردية بين التسهيلات التي توفرها الإمكانات الاتصالية لوسائل الإعلام الجديد واستغلال الجماعات الإرهابية لهذه الإمكانات التكنولوجية في تحقيق أهدافها المادية والمعنوية.

جدول (٨) رؤية عينة الدراسة لأهم الأدوات التي يستخدمها التنظيم عبر تلك الوسائل الإعلامية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	أهم أدوات التنظيم عبر وسائل الإعلام الجديد						
		لا يستخدمها		يستخدمها أحياناً		يستخدمها بكثرة		
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠.٤٩١٧٣	٢.٧٤٢٥	٢.٥٠	١٠	٢٠.٧٥	٨٣	٧٦.٧٥	٣٠٧	مقاطع صوتية أو الفيديوهات
٠.٦٤٨٩٦	٢.٥٧٠٠	٨.٧٥	٣٥	٢٥.٥٠	١٠٢	٦٥.٧٥	٢٦٣	رسوم متحركة تحوي كلمات جهادية وتحريضية
٠.٥٥٣٩٥	٢.٥٦٢٥	٣.٠٠	١٢	٣٧.٧٥	١٥١	٥٩.٢٥	٢٣٧	الهاشتاغات
٠.٦٩٣٤٠	٢.٥٢٠٠	١١.٥٠	٤٦	٢٥.٠٠	١٠٠	٦٣.٥٠	٢٥٤	أناشيد حماسية تبث عبر اذاعاتهم وقنواتهم على الانترنت
٠.٧٢٥٢٦	٢.٤٨٢٥	١٣.٧٥	٥٥	٢٤.٢٥	٩٧	٦٢.٠٠	٢٤٨	ألعاب فيديو
٠.٦٩٣٠٤	٢.٤٧٠٠	١١.٥٠	٤٦	٣٠.٠٠	١٢٠	٥٨.٥٠	٢٣٤	غرف الدردشة
٠.٧٠٩٩٣	٢.٤٥٢٥	١٢.٧٥	٥١	٢٩.٢٥	١١٧	٥٨.٠٠	٢٣٢	مدونات لشباب من التنظيم
٠.٦٦٠٨٣	٢.٣٨٠٠	١٠.٠٠	٤٠	٤٢.٠٠	١٦٨	٤٨.٠٠	١٩٢	الصور والإنفوجرافيك
٠.٦٨٠٣٧	٢.٣٤٧٥	١١.٧٥	٤٧	٤١.٧٥	١٦٧	٤٦.٥٠	١٨٦	أفلام سينمائية تبث عبر قنواتهم على الانترنت
٠.٨٠٥٣٧	٢.٠٢٢٥	٣١.٢٥	١٢٥	٣٥.٢٥	١٤١	٣٣.٥٠	١٣٤	استطلاعات الرأي

تشير بيانات الجدول السابق إلى تصورات عينة الدراسة لأهم أدوات التنظيم والتي يستخدمها عبر وسائل الإعلام الجديد، حيث رأت العينة أن أهم الأدوات هي " المقاطع الصوتية ومقاطع الفيديو " في المركز الأول بنسبة ٧٦,٧ %، تليها في المركز الثاني " الرسوم المتحركة التي تحوي كلمات جهادية"، ثم في المركز الثالث الهاشتاغات بنسبة ٥٩ % . وقد ترجع هذه النتيجة إلى ما تتمتع به مقاطع الفيديو من إبهار في التصوير وجودة فنية عالية في تلك المقاطع، والجاذبية الكبيرة للرسوم المتحركة التي يتم إنتاجها من قبل التنظيم، أما الهاشتاغات فقد ترجع إلى امتلاك التنظيم إلى أعضاء وفرق إعلامية متخصصة متنوعة وعلى مستوى عال من الاحترافية في المجال الإعلامي وتفعيل الهاشتاغات على

المواقع الإلكترونية المختلفة، وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة عبدالحليم موسى ٢٠١٨، و Miranda ٢٠١٧.

جدول (٩) رؤية عينة الدراسة لأهم الموضوعات التي يتناولها التنظيم عبر هذه الوسائل

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا يتناولها		يتناولها احياناً		يتناولها بكثرة		
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠.٦٢٨١٦	٢.٥٨٠٠	٧.٥٠	٣٠	٢٧.٠٠	١٠.٨	٦٥.٥٠	٢٦٢	أخبار المقاتلين
٠.٤٥٥١٠	٢.٧٨٠٠	١.٧٥	٧	١٨.٥٠	٧٤	٧٩.٧٥	٣١٩	الدعوة إلى الجهاد والانضمام إلى التنظيم
٠.٥٩٩٤٩	٢.٦٧٧٥	٧.٠٠	٢٨	١٨.٢٥	٧٣	٧٤.٧٥	٢٩٩	نشر وتداول فتاوى وأحاديث مغلوبة تدعم أعمال التنظيم الإرهابي
٠.٥٨٨١٩	٢.٥٧٠٠	٥.٠٠	٢٠	٣٣.٠٠	١٣٢	٦٢.٠٠	٢٤٨	الترويج لإصدارات التنظيم
٠.٦٣٤١١	٢.٥٦٢٥	٧.٧٥	٣١	٢٨.٢٥	١١٣	٦٤.٠٠	٢٥٦	إعطاء أوامر وتعليمات من قادة التنظيم الإرهابي للاتباع حول العالم
٠.٥٩٨٤٥	٢.٥٥٢٥	٥.٥٠	٢٢	٣٣.٧٥	١٣٥	٦٠.٧٥	٢٤٣	نشر أخبار الجماعات الميابة للتنظيم
٠.٥٩٠٦٣	٢.٥٤٥٠	٥.٠٠	٢٠	٣٥.٥٠	١٤٢	٥٩.٥٠	٢٣٨	المعارك العسكرية والانتصارات
٠.٦٥٥٤٩	٢.٥٣٧٥	٩.٠٠	٣٦	٢٨.٢٥	١١٣	٦٢.٧٥	٢٥١	الترويج لحسابات التنظيم والمواقع البديلة
٠.٧١٨٥٣	٢.٥٠٢٥	١٣.٢٥	٥٣	٢٣.٢٥	٩٣	٦٣.٥٠	٢٥٤	أخبار العمليات التفجيرية
٠.٦٧٣٥٢	٢.٤٥٠٠	١٠.٢٥	٤١	٣٤.٥٠	١٣٨	٥٥.٢٥	٢٢١	أخبار الولايات الواقعة تحت سيطرة التنظيم وأسلوب المعيشة بها
٠.٧٤٩٥٧	٢.٤٣٢٥	١٥.٧٥	٦٣	٢٥.٢٥	١٠١	٥٩.٠٠	٢٣٦	أخبار الاغتيالات

تشير بيانات الجدول السابق إلى رؤية عينة الدراسة لأهم الموضوعات التي

يطرحها وينشرها التنظيم عبر وسائل الإعلام الجديد، حيث جاءت " الدعوة إلى الجهاد والانضمام إلى التنظيم " في المركز الأول وبنسبة ٧٩,٧ %، ثم " نشر وتداول فتاوى وأحاديث مغلوبة تدعم أعمال التنظيم الإرهابي " في المركز الثاني وبنسبة ٧٤.٧% تلتها "أخبار المقاتلين" في المركز الثالث وبنسبة ٦٥.٥%، وجاءت أخبار الولايات الواقعة تحت التنظيم في المركز الأخير من وجهة نظر عينة الشباب السعودي عينة الدراسة، ويعكس ذلك مدى إدراك المبحوثين لأجندة أولويات موضوعات التنظيم والتي يحرص ويركز على نشرها عبر وسائل الإعلام الجديد.

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة(عبدالحليم موسى ٢٠١٨، Andrew ٢٠١٧)

حيث أكدتا الدراسات على أن التنظيم يركز بالدرجة الأولى على القضايا الجهادية العسكرية واستخدام آيات وأحاديث في غير سياقها لتدعيم أفكار التنظيم وأفعاله على الأرض.

جدول (١٠) رؤية عينة الدراسة لأهداف التنظيم من استخدام وسائل الإعلام الجديد

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة						
		معارض		محايد		موافق		
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠.٥٥٣٨١	٢.٧٣٢٥	٥.٥٠	٢٢	١٥.٧٥	٦٣	٧٨.٧٥	٣١٥	الترويج والدعاية للتنظيم الإرهابي ونشر أفكاره
٠.٥٨٤٨٥	٢.٦١٧٥	٥.٢٥	٢١	٢٧.٧٥	١١١	٦٧.٠٠	٢٦٨	إعطاء الشرعية للتنظيم ومحاولة كسب بعض المتعاطفين
٠.٦٣٦٧٩	٢.٦٠٢٥	٨.٢٥	٣٣	٢٣.٢٥	٩٣	٦٨.٥٠	٢٧٤	تجنيد المزيد من الشباب للتنظيم
٠.٥٥٢٩٦	٢.٦٠٠٠	٣.٢٥	١٣	٣٣.٥٠	١٣٤	٦٣.٢٥	٢٥٣	إظهار قوة التنظيم وتهديد أنظمة الدول المختلفة
٠.٥٦٣٢٤	٢.٥٩٢٥	٣.٧٥	١٥	٣٣.٢٥	١٣٣	٦٣.٠٠	٢٥٢	التحريض على أعمال العنف في أنحاء العالم من قبل الأتباع أو المتعاطفين
٠.٦١٤٣٢	٢.٥٩٢٥	٦.٧٥	٢٧	٢٧.٢٥	١٠٩	٦٦.٠٠	٢٦٤	التشكيك في عقيدة المخالفين والمعارضين ومهاجمة أنظمة الدول الشرعية
٠.٥٩٠٤٦	٢.٥٨٥٠	٥.٢٥	٢١	٣١.٠٠	١٢٤	٦٣.٧٥	٢٥٥	جمع المعلومات ونشرها لأغراض إرهابية أو نشر إشاعات تهدد أمن المجتمعات
٠.٦٠٨٢١	٢.٥٧٧٥	٦.٢٥	٢٥	٢٩.٧٥	١١٩	٦٤.٠٠	٢٥٦	جمع تبرعات للتنظيم عبر الحملات الإعلانية في وسائل الإعلام الجديد
٠.٦٠٦٥٤	٢.٥٥٥٠	٦.٠٠	٢٤	٣٢.٥٠	١٣٠	٦١.٥٠	٢٤٦	مخاطبة المجتمع الدولي عبر هذه الوسائل الإعلامية لعرض مشروعاتهم في إقامة دولتهم وكسب الشرعية لها
٠.٦٣٥٧٧	٢.٥٤٢٥	٧.٧٥	٣١	٣٠.٢٥	١٢١	٦٢.٠٠	٢٤٨	إظهار صورة مثالية لأعضاء التنظيم والتركيبة على الرفاهية المزعومة التي يعيشونها داخل التنظيم
٠.٦٨٣٠٩	٢.٤٣٢٥	١١.٠٠	٤٤	٣٤.٧٥	١٣٩	٥٤.٢٥	٢١٧	التواصل مع أفراد التنظيم وإعطاء الأوامر والتعليمات بالعمليات الإرهابية القادمة
٠.٦٤٥٤٠	٢.٤٠٢٥	٨.٧٥	٣٥	٤٢.٢٥	١٦٩	٤٩.٠٠	١٩٦	التهديد والوعيد للمخالفين والمعارضين وحث الرعب في نفوسهم
٠.٧٠٧٢٧	٢.٣٩٥٠	١٣.٠٠	٥٢	٣٤.٥٠	١٣٨	٥٢.٥٠	٢١٠	تقديم الشرح والتدريب للأعضاء على كيفية استخدام السلاح وصناعة المتفجرات عبر كتيبات إلكترونية أو مقاطع فيديو

توضيح بيانات الجدول السابق إلى ارتفاع مستوى إدراك الشباب السعودي عينة

الدراسة لأهداف التنظيم الإرهابي "داعش" من استخدام وسائل الإعلام الجديد، حيث رأت عينة الدراسة أن أكثر هدف يسعى إليه التنظيم هو "الترويج والدعاية للتنظيم الإرهابي ونشر أفكاره" حيث حصد أعلى نسبة موافقة لدى عينة الباحثين وبنسبة ٧٨,٧%، تلاه في المركز الثاني هدف "تجنيد المزيد من الشباب للتنظيم" بنسبة ٦٨,٥% ثم وفي المركز الثالث هدف "إعطاء الشرعية للتنظيم ومحاولة كسب بعض المتعاطفين"، مما يعكس درجة عالية من الوعي لدى الشباب السعودي بأهداف التنظيم من استخدام وتوظيف وسائل الإعلام الجديد لخدمة أهدافه ومصالحه.

وتتفق هذه النتائج مع ما سبقها من نتائج الدراسة الحالية والمتعلقة بأهم الموضوعات التي ينشرها التنظيم عبر وسائل الإعلام حيث كانت الموضوعات المتعلقة بنشر أفكاره والدعوة

إلى الانضمام لصفوفه ثم استخدام آيات من القرآن وأحاديث لتدعيم تلك الأفكار الجهادية المغلوطة، كما تتفق أيضا هذه النتيجة مع نتيجة دراسة شريف درويش ونهى إبراهيم ٢٠٢٠. جدول (١١) رؤية عينة الدراسة لأهم عوامل ساعدت على انتشار التنظيم من وجهة نظرهم

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الدرجة						
		معارض		محايد		مويد		
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠.٥٣٣٢٠	٢.٧٣٧٥	٤.٥٠	١٨	١٧.٢٥	٦٩	٧٨.٢٥	٣١٣	يستخدم جيوشا إلكترونية بعقول شبابية تخدم مصالحه وتوفر الدعاية اللازمة له
٠.٦٠٠٥٠	٢.٦٤٢٥	٦.٥٠	٢٦	٢٢.٧٥	٩١	٧٠.٧٥	٢٨٣	انهيار وتفكك الكثير من الدول العربية والإسلامية والمشهد السياسي المتفكك والمحبط
٠.٦٤٧٩١	٢.٦٢٧٥	٩.٢٥	٣٧	١٨.٧٥	٧٥	٧٢.٠٠	٢٨٨	الجهل بقواعد الدين الصحيح ومقاصد الشريعة وحقيقة الجهاد لدى بعض الشباب
٠.٦٣٨٣٣	٢.٥٩٢٥	٨.٢٥	٣٣	٢٤.٢٥	٩٧	٦٧.٥٠	٢٧٠	وعوده المزعومة باستعادة الحلم الضائع وتحقيق مشروع الدولة الإسلامية الكبرى
٠.٦٨٥٨٧	٢.٥٢٧٥	١١.٠٠	٤٤	٢٥.٢٥	١٠١	٦٣.٧٥	٢٥٥	ضعف الانتماء الوطني لدى بعض الشباب والفراغ النفسي
٠.٦٨٩٧٠	٢.٥٢٢٥	١١.٢٥	٤٥	٢٥.٢٥	١٠١	٦٣.٥٠	٢٥٤	جاذبية أسلوبه في مخاطبة الشباب واستخدامه للرموز والشعارات الدينية المؤثرة
٠.٦٥٢٥٠	٢.٤٨٢٥	٨.٧٥	٣٥	٣٤.٢٥	١٣٧	٥٧.٠٠	٢٢٨	الدعاية الاحترافية للتنظيم الإرهابي من فيديو هات على أعلى مستوى احترافي - الأسلوب الأمريكي هولبود
٠.٦٩١٥٠	٢.٤٤٥٠	١١.٥٠	٤٦	٣٢.٥٠	١٣٠	٥٦.٠٠	٢٢٤	المزايا التي يقدمها التنظيم الإرهابي للشباب (الزواج - راتب شهري - إقامة)
٠.٦٦٥٥٩	٢.٤١٠٠	١٠.٠٠	٤٠	٣٩.٠٠	١٥٦	٥١.٠٠	٢٠٤	يصدر مجلات ومواقع إلكترونية بلغات متعددة لمخاطبة جنسيات إسلامية مختلفة
٠.٧٤٢١٣	٢.٣٢٥٠	١٦.٥٠	٦٦	٣٤.٥٠	١٣٨	٤٩.٠٠	١٩٦	الإعلان عن إنجازاته العسكرية على الأرض

تشير بيانات الجدول السابق إلى تصورات عينة الدراسة لأهم عوامل انتشار التنظيم والتي جاءت كالتالي: أكثر سبب حصل على نسبة تأييد من عينة الدراسة كان "يستخدم جيوشا إلكترونية بعقول شبابية تخدم مصالحه وتوفر الدعاية اللازمة له" وبنسبة ٧٨%، تلاه "الجهل بقواعد الدين الصحيح ومقاصد الشريعة وحقيقة الجهاد لدى بعض الشباب" في المركز الثاني بنسبة ٧٢% ثم سبب "انهيار وتفكك الكثير من الدول العربية والإسلامية والمشهد السياسي المتفكك والمحبط" في المركز الثالث وبنسبة ٧٠,٧%، أي أن عينة الدراسة ترى أن أهم أسباب وعوامل انتشار تنظيم داعش هي أسباب تقنية فنية إعلامية ودينية ثم السياسية.

جدول (١٢) رؤية عينة الدراسة لأهم أساليب الاستمالة العاطفية والعقلية والنفسية التي يستخدمها التنظيم

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الاتجاهات						الاستمالات	
		معارض		محايد		مؤيد			
		%	ك	%	ك	%	ك		
٠.٥٤٩٥٠	٢.٧٤٢٥	٥.٥٠	٢٢	١٤.٧٥	٥٩	٧٩.٧٥	٣١٩	الاستمالات العاطفية	ربط كل أعمالهم بالجنة والحرور العين والنعيم الأبدى وأن أعمالهم طاعة لله
٠.٦٢٨١٦	٢.٥٨٠٠	٧.٥٠	٣٠	٢٧.٠٠	١٠٨	٦٥.٥٠	٢٦٢		استغلال صفة التمرد لدى الشباب وتحويلها إلى نقمة على الأسرة والمجتمع
٠.٦٤٠٢٩	٢.٥٣٢٥	٨.٠٠	٣٢	٣٠.٧٥	١٢٣	٦١.٢٥	٢٤٥		تحقيق حلم الدولة الإسلامية القوية الكبرى
٠.٧٠٠٢٣	٢.٥٣٠٠	١٢.٠٠	٤٨	٢٣.٠٠	٩٢	٦٥.٠٠	٢٦٠		تعديل صور قتلى التنظيم وإظهارهم مبتسمين كدليل على أنهم على الحق وقد فازوا بالجنة كونهم شهداء
٠.٦٦١٢٠	٢.٥٦٢٥	٩.٥٠	٣٨	٢٤.٧٥	٩٩	٦٥.٧٥	٢٦٣	الاستمالات العقلية	اقناعهم بضرورة الرحيل من ديار الكفر (بلدانهم الأصلية) إلى ديار الإيمان (أرض التنظيم)
٠.٦٨٩٥٢	٢.٤٧٢٥	١١.٢٥	٤٥	٣٠.٢٥	١٢١	٥٨.٥٠	٢٣٤		استخدام الإبهار التكنولوجي في تصوير الفيديوها الخاصة بعملياتهم
٠.٦٥٥٧٦	٢.٤٦٧٥	٩.٠٠	٣٦	٣٥.٢٥	١٤١	٥٥.٧٥	٢٢٣		نشر انتصارات التنظيم ومدى سيطرته على مساحات واسعة من أراضي العراق وسورية بالأرقام والإحصائيات
٠.٧٠١٤٣	٢.٤٣٥٠	١٢.٢٥	٤٩	٣٢.٠٠	١٢٨	٥٥.٧٥	٢٢٣		عرض فيديوها للقتلى والإعدامات لإثبات وجود رهاين لديهم
٠.٦٠٤٧٠	٢.٥٧٢٥	٦.٠٠	٢٤	٣٠.٧٥	١٢٣	٦٣.٢٥	٢٥٣	الاستمالات النفسية	الوعد بإعطاء دور قيادي ومكانة في التنظيم وأشباع حاجته للتقدير الذاتي والاهتمام
٠.٧٣٩٦٩	٢.٤٣٥٠	١٥.٠٠	٦٠	٢٦.٥٠	١٠٦	٥٨.٥٠	٢٣٤		تحقيق حلم الزواج والسكن والعمل
٠.٧٣٥٤٢	٢.٣٩٧٥	١٥.٠٠	٦٠	٣٠.٢٥	١٢١	٥٤.٧٥	٢١٩		نشر وتكرار فيديوها الانتصارات العسكرية لإرهاب المخالفين وبث الرعب في نفوسهم
٠.٧٤١٥٣	٢.٣٢٢٥	١٦.٥٠	٦٦	٣٤.٧٥	١٣٩	٤٨.٧٥	١٩٥		الإغراء بحلم الشهرة لدى الشباب وتصوير بطولاته ونشرها على الإنترنت
٠.٧٩٣٠٨	٢.٢٦٠٠	٢١.٧٥	٨٧	٣٠.٥٠	١٢٢	٤٧.٧٥	١٩١	تصوير جرائم القتل للترهيب من التنظيم وقوته ومدى بطشه	

تشير بيانات الجدول السابق إلى آراء واتجاهات عينة الدراسة ورؤيتهم لأهم الأساليب والمداخل الدعائية التي يستخدمها التنظيم من خلال وسائل الإعلام الجديد، فيما يتعلق بالاستمالات العاطفية فقد حصلت استمالة " ربط كل أعمالهم بالجنة والهور العين والنعم الأبدى وأن أعمالهم طاعة لله " على الترتيب الأول حيث أيدها ٧٩.٧ % من عينة المبحوثين، تلتها في الترتيب الثاني استمالة " استغلال صفة التمرد لدى الشباب وتحويلها إلى نقمة على الأسرة والمجتمع " حيث أيدها ٦٥.٥ % من عينة الدراسة، وفي الترتيب الثالث أتت استمالة "تعديل صور قتلى التنظيم وإظهارهم مبتسمين كدليل على أنهم على الحق وقد فازوا بالجنة كونهم شهداء"

وبالنسبة للاستمالات العقلية فقد حصلت استمالة " اقناعهم بضرورة الرحيل من ديار الكفر(بلدانهم الأصلية) إلى ديار الإيمان (أرض التنظيم)" على الترتيب الأول وبتأييد ٦٥.٧ % من عينة المبحوثين، تلتها في المركز الثاني استمالة " استخدام الإبهار التكنولوجي في تصوير الفيديوهات الخاصة بعملياتهم" وذلك بتأييد ٥٨.٥ % من عينة المبحوثين، بينما حصلت استمالة " نشر انتصارات التنظيم ومدى سيطرته على مساحات واسعة من أراضي العراق وسورية بالأرقام والإحصائيات"، و" عرض فيديوهات للقتلى والإعدامات لإثبات وجود رهائن لديهم" على الترتيب الثالث حيث أيدهما ٥٥.٧ % من عينة الدراسة، أما عن أهم الاستمالات النفسية التي استخدمها التنظيم فقد تعددت ما بين الترغيب والترهيب حيث جاء الترغيب في المركز الأول من وجهة نظر عينة الدراسة وحصلت استمالة " الوعد بإعطاء دور قيادي ومكانة في التنظيم وإشباع حاجته للتقدير الذاتي والاهتمام" في الترتيب الأول بنسبة ٦٣ %، تلتها استمالة " تحقيق حلم الزواج والسكن والعمل" في المركز الثاني بنسبة ٥٨.٥ % ثم وفي المركز الثالث استمالة " نشر وتكرار فيديوهات الانتصارات العسكرية لإرهاب المخالفين وبتحريض في نفوسهم"

وإجمالاً تشير بيانات الجدول السابق إلى أن تصورات عينة الدراسة لأهم الأساليب والمداخل الدعائية التي يستخدمها تنظيم داعش عبر وسائل الإعلام الجديد هي المداخل والاستمالات العاطفية بالدرجة الأولى تليها العقلية ثم النفسية. وتتفق نتائج هذه الدراسة الحالية مع نتائج عدد من الدراسات التحليلية التي رصدت أهم أساليب داعش الدعائية(شريف درويش ونهى إبراهيم ٢٠٢٠، حسين الفتلاوي ٢٠١٧، Andrew ٢٠١٧، Bahar ٢٠١٦، Meijier،

جدول (١٣) اتجاهات عينة الدراسة نحو مستوى أداء وسائل الإعلام الرقمي الجديد الخاص بتغطياتها الإعلامية الخاصة بالتنظيم الإرهابي:

الاحتراف المعياري	المتوسط الحسابي	الاتجاهات						العبارات
		معارض		محايد		مؤيد		
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠.٦٦٣٨٥	٢.٥٢٠٠	٩.٥٠	٣٨	٢٩.٠٠	١١٦	٦١.٥٠	٢٤٦	التغطيات الإعلامية بوسائل الإعلام تحتاج إلى مراجعة شاملة لتكون تحصيليه ووقائية لا دفاعية أو ردود أفعال
٠.٧٠٢٤٨	٢.٤٤٧٥	١٢.٢٥	٤٩	٣٠.٧٥	١٢٣	٥٧.٠٠	٢٢٨	إذاعة فيديو عمليات القتل الخاصة بالتنظيم عبر وسائل الإعلام الجديد لم تراع أخلاقيات نشر صور الضحايا وساعدت على بث الرعب في نفوس الأفراد وزيادة اليأس من القدرة على مواجهته أو السيطرة عليه
٠.٦٦٢٤٧	٢.٤١٥٠	٩.٧٥	٣٩	٣٩.٠٠	١٥٦	٥١.٢٥	٢٠٥	طريقة نشر أخبار التنظيم عبر وسائل الإعلام الجديد ساعد على نشر أفكار التنظيم وليس محاربهه / لأنها سطحية وتفقر إلى التخطيط والدراسة
٠.٦٨٨٦٨	٢.٣٧٠٠	١٢.٠٠	٤٨	٣٩.٠٠	١٥٦	٤٩.٠٠	١٩٦	تغلب على تغطيات الإعلام الجديد السرعة لتحقيق السبق الإعلامي دون مراعاة الدقة والتأكد من صحة الخبر
٠.٦٥٨٢٨	٢.٤٤٧٥	٩.٢٥	٣٧	٣٦.٧٥	١٤٧	٥٤.٠٠	٢١٦	أدت وسائل الإعلام الجديد دورها في تحقيق الأمن الفكري والإعلامي في مواجهة التطرف والإرهاب وغرس قيم الانتماء الوطني
٠.٧٦١١٨	٢.٠٦٧٥	٢٥.٧٥	١٠٣	٤١.٧٥	١٦٧	٣٢.٥٠	١٣٠	تنسم تغطيات الإعلام الجديد بالمبالغة والتهويل في تغطية الأحداث الإرهابية
٠.٦٤٠٦٣	٢.٤٧٥٠	٨.٠٠	٣٢	٣٦.٥٠	١٤٦	٥٥.٥٠	٢٢٢	استطاعت وسائل الإعلام الجديد رفع مستوى الوعي بخطورة هذا التنظيم وأساليبه في الدعاية والتجنيد
٠.٧٢٧٣٩	٢.٣٣٥٠	١٥.٢٥	٦١	٣٦.٠٠	١٤٤	٤٨.٧٥	١٩٥	نجحت وسائل الإعلام الجديد في تغطية اخبار التنظيم بمعلومات صحيحة ودقيقة
٠.٧٢٠٠٠	٢.٢٣٠٠	١٧.٠٠	٦٨	٤٣.٠٠	١٧٢	٤٠.٠٠	١٦٠	تقدم وسائل الإعلام الجديد تحليل شامل ومفسر للأحداث الإرهابية مدروس ومخطط له

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن النسبة الأكبر من المبحوثين قد أيدت عبارة "

التغطيات الإعلامية بوسائل الإعلام تحتاج إلى مراجعة شاملة لتكون تحصيليه ووقائية لا

دفاعية أو ردود أفعال"، خاصة بث فيديوهات عمليات القتل التي يقوم بها التنظيم، حيث حصلت على أكبر نسبة تأييد من أفراد عينة البحث، حيث حصلت على تأييد ٦١.٥% من جملة المبحوثين، تلتها عبارة "إذاعة فيديوهات عمليات القتل الخاصة بالتنظيم عبر وسائل الإعلام الجديد لم ترع أخلاقيات نشر صور الضحايا وساعدت على بث الرعب في نفوس الأفراد وزيادة اليأس من القدرة على مواجهته أو السيطرة عليه" في المركز الثاني حيث أيدها ٥٧% من جملة المبحوثين، مما يعكس اتجاهات سلبية لدى عينة المبحوثين من الشباب السعودي نحو التغطيات الإعلامية الخاصة بتنظيم داعش، ورؤيتهم لها أنها تحتاج لمراجعة شاملة وقد استجابت بالفعل للعديد من وسائل الإعلام الرقمي ومنصات التواصل الاجتماعي في الآونة الأخيرة ومنعت بث مثل تلك الفيديوهات العنيفة، وما يقترب من نصف عينة الدراسة أيدت عبارة عدم مراعاة الدقة أثناء التغطية تحقيقاً للسبق الإعلامي على حساب الدقة والموضوعية والتحري من صدق الخبر.

جدول (١٤) قياس مستوى ادراك المبحوثين لمدى توظيف التنظيم لوسائل الإعلام الرقمي الجديد

مقياس الادراك	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
مرتفع	٢٦٢	٦٥.٥٠	٢.٦٠٠	٠.٥٩٢٣
متوسط	١١٦	٢٩.٠٠		
منخفض	٢٢	٥.٥٠		
المجموع	٤٠٠	١٠٠.٠٠		

بناءً على السؤال السابق تم بناء مقياس لإدراك الشباب السعودي لتوظيف التنظيمات الإرهابية لوسائل الإعلام الجديد في تجنيد الشباب، والذي أظهر ارتفاع مستوى الإدراك في المقدمة بنسبة ٦٥.٥% من عينة الدراسة، بينما جاءت نسبة متوسطي الإدراك بمقدار ٢٩%، ثم أخيراً جاءت نسبة منخفضي الإدراك بمقدار ٥.٥%.

جدول (١٥) توقعات عينة الدراسة لمستقبل هذا التنظيم الإرهابي مستقبلاً في ظل جائحة كورونا

ادراك الشباب لمستقبل التنظيم	ك	%
سيضعف ويتم القضاء عليه	٢٥٧	٦٤.٢٥
سيبقى كما هو ولن تؤثر عليه في شيء	٨٨	٢٢.٠٠
التوسع والانتشار	٥٥	١٣.٧٥
المجموع	٤٠٠	١٠٠.٠٠

تشير بيانات الجدول السابق إلى تصورات عينة الدراسة لمستقبل تنظيم داعش، خاصة في ظل جائحة كورونا، حيث رأى ٦٤% من عينة الدراسة أن التنظيم سيضعف ويتم

القضاء عليه، في حين رأى ٢٢% من عينة الدراسة أن التنظيم سيبقى كما هو، بينما رأى ١٣.٧% منهم أن التنظيم سيتوسع وينتشر، أي أن النسبة الأكبر من عينة الشباب السعودي تنظر نظرة سلبية لمستقبل التنظيم.

جدول (١٦) مقترحات عينة الدراسة لأهم سبل مواجهة هذا التنظيم الإرهابي

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	مقترحات لسبل المواجهة						
		معارض		محايد		مؤيد		
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠.٣٩٨٦١	٢.٨٠٢٥	٠.٠٠	٠	١٩.٧٥	٧٩	٨٠.٢٥	٣٢١	تكثيف البرامج التوعوية ونشر الفكر التربوي الإسلامي لصحيح من خلال العلماء والخبراء
٠.٤٥٤٩٨	٢.٧٩٧٥	٢.٢٥	٩	١٥.٧٥	٦٣	٨٢.٠٠	٣٢٨	لتكاتف والتنسيق بين كافة مؤسسات الدولة البيت والمدرسة والمسجد والجامعة ووسائل الإعلام القديمة والجديدة للقيام بدورها التوعوي والوقائي لمواجهة الأفكار المتطرفة
٠.٥٣٣٣٧	٢.٧١٥٠	٤.٠٠	١٦	٢٠.٥٠	٨٢	٧٥.٥٠	٣٠٢	العمل على نشر الانتماء الوطني والوحدة الوطنية في نفوس الشباب
٠.٤٨٧٤١	٢.٦٩٥٠	١.٢٥	٥	٢٨.٠٠	١١٢	٧٠.٧٥	٢٨٣	عرض أفكار التنظيمات الإرهابية على الرأي العام مع بيان خطأ هذه الأفكار على يد الشيوخ الأجلء، والرد على كل المزاعم المرتبطة بها
٠.٤٩٥٤٤	٢.٦٨٧٥	١.٥٠	٦	٢٨.٢٥	١١٣	٧٠.٢٥	٢٨١	عرض نماذج من الشباب العائد والمنفصل عن هذا التنظيم عرض تجربته أمام الشباب لأخذ الموعظة والحیطة من ساليه واستمالاته في جذب الشباب، مع التأكيد على تقبل المجتمع لهؤلاء العائدين لفتح باب التوبة وإعادة تأهيلهم لتشجيع على ترك التنظيم
٠.٥١٨٨١	٢.٦٧٧٥	٢.٥٠	١٠	٢٧.٢٥	١٠٩	٧٠.٢٥	٢٨١	ضرورة إنشاء مواقع الكترونية دينية تقدم محتوى إعلامي يعكس المفهوم الحقيقي للدين الإسلامي الصحيح وتقدم الوجه المشرق للحضارة الإسلامية قديماً وحديثاً
٠.٥٧٩٢٥	٢.٦٤٢٥	٥.٢٥	٢١	٢٥.٢٥	١٠١	٦٩.٥٠	٢٧٨	نشر ثقافة التسامح والحوار مع الآخر وتقبله والتعايش معه
٠.٥٨٢٠٢	٢.٦١٠٠	٥.٠٠	٢٠	٢٩.٠٠	١١٦	٦٦.٠٠	٢٦٤	تقديم أعمال فنية مسرحية وتليفزيونية وسينمائية تحمل المبادئ الإسلامية الإنسانية الراقية
٠.٥٥٢٩٦	٢.٦٠٠٠	٣.٢٥	١٣	٣٣.٥٠	١٣٤	٦٣.٢٥	٢٥٣	ضرورة فتح قنوات للحوار مع الشباب عبر وسائل الإعلام الجديد

طبقاً لبيانات الجدول السابق، حصل على المركز الأول اقتراح "التكاتف والتنسيق

بين كافة مؤسسات الدولة البيت والمدرسة والمسجد والجامعة ووسائل الإعلام القديمة والجديدة للقيام بدورها التوعوي والوقائي لمواجهة الأفكار المتطرفة_ بنسبة ٨٢%_ وفي المركز الثاني اقتراح "تكثيف البرامج التوعوية ونشر الفكر التربوي الإسلامي الصحيح من خلال العلماء والخبراء" بنسبة ٨٠% وفي المركز الثالث "العمل على نشر الانتماء الوطني والوحدة الوطنية في نفوس الشباب" بنسبة ٧٥.٥%.

التحقق من فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى إدراك الشباب لأهداف تنظيم داعش من استخدامه لوسائل الإعلام الجديد ومدى إدراكه لتوظيف التنظيم لتلك الوسائل الإعلامية الجديدة.

توظيف داعش لوسائل الإعلام الرقمي الجديد			إدراك الشباب السعودي
العدد	مستوى الدلالة	معامل الارتباط بيرسون	
٤٠٠	٠.٠٠٠	٠.٣٩٩	

تشير بيانات الجدول السابق إلى الآتي:

- وجود علاقة دالة إحصائية بين مدى إدراك الشباب لأهداف داعش من استخدام وسائل الإعلام الجديد ومدى إدراكه لتوظيف داعش لتلك الوسائل الإعلامية الجديدة، حيث بلغ معامل الارتباط بيرسون (٠.٣٩٩) وعند مستوى معنوية (٠.٠٠٠)، وهي علاقة طردية متوسطة القوة، أي أنه كلما زاد إدراك الشباب السعودي لأهداف داعش من استخدام وسائل الإعلام الجديد كلما زاد إدراكه لتوظيف التنظيم لتلك الوسائل والعكس بالعكس.
- وبذلك يُقبل الفرض العلمي القائل بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين مدى إدراك الشباب لأهداف تنظيم داعش من استخدامه لوسائل الإعلام الجديد ومدى إدراكه لتوظيف داعش لتلك الوسائل الإعلامية الجديدة.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين إدراك الشباب السعودي لأساليب الاستمالة التي يستخدمها تنظيم داعش في تجنيد الشباب (عبر وسائل الإعلام الجديد) وبين مستوى إدراك الشباب لأهدافه في توظيف تلك الوسائل في تجنيد الشباب

اتجاهات عينة الدراسة نحو مهنية وسائل الإعلام الرقمي في تغطية أخبار التنظيم			الاستمالات العاطفية
العدد	مستوى الدلالة	معامل الارتباط بيرسون	
٤٠٠	٠.٠٠٠	٠.٥٤٨	
٤٠٠	٠.٠٠٠	٠.٦٢١	الاستمالات العقلية
٤٠٠	٠.٠٠٠	٠.٤٩٦	الاستمالات النفسية

تشير بيانات الجدول السابق إلى الآتي:

- وجود علاقة دالة إحصائية بين إدراك الشباب السعودي لأهم أساليب الاستمالة العاطفية التي يستخدمها تنظيم داعش في تجنيد الشباب (عبر وسائل الإعلام الجديد) ومستوى إدراكه لتوظيف التنظيم لتلك الوسائل في تحقيق أهدافه، حيث بلغ معامل الارتباط بيرسون (٠.٥٤٨) وعند مستوى معنوية (٠.٠٠٠)، وهي علاقة طردية متوسطة القوة، أي كلما زاد

إدراكه للإستمالات العاطفية التي تستخدمها التنظيمات الإرهابية في تجنيد الشباب عبر وسائل الإعلام الجديد كلما زاد إدراك الشباب السعودي لتوظيف داعش لوسائل الإعلام الرقمي الجديد في تحقيق أهدافه والعكس بالعكس.

• وجود علاقة دالة احصائياً بين إدراك الشباب السعودي لأهم أساليب الاستمالة العقلية التي يستخدمها تنظيم داعش في تجنيد الشباب (عبر وسائل الإعلام الجديد) ومستوى ادراكه لتوظيف التنظيم لتلك الوسائل في تحقيق أهدافه، حيث بلغ معامل الارتباط بيرسون (٠.٦٢١) وعند مستوى معنوية (٠.٠٠٠)، وهي علاقة طردية قوية، أي كلما زاد إدراكه للاستمالات العقلية التي تستخدمها التنظيمات الإرهابية في تجنيد الشباب عبر وسائل الإعلام الجديد كلما زاد إدراك الشباب السعودي لتوظيف داعش لوسائل الإعلام الرقمي الجديد في تحقيق أهدافه والعكس بالعكس.

• وجود علاقة دالة احصائياً بين إدراك الشباب السعودي لأهم أساليب الاستمالة النفسية التي يستخدمها تنظيم داعش في تجنيد الشباب (عبر وسائل الإعلام الجديد) ومستوى ادراكه لتوظيف التنظيم لتلك الوسائل في تحقيق أهدافه، حيث بلغ معامل الارتباط بيرسون (٠.٤٩٦) وعند مستوى معنوية (٠.٠٠٠)، وهي علاقة طردية متوسطة القوة، أي كلما زاد ادراكه للاستمالات النفسية التي تستخدمها التنظيمات الإرهابية في تجنيد الشباب عبر وسائل الإعلام الجديد كلما زاد إدراك الشباب السعودي لتوظيف داعش لوسائل الإعلام الرقمي الجديد في تحقيق أهدافه والعكس بالعكس.

• وبذلك يُقبل الفرض العلمي القائل بوجود علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين إدراك الشباب السعودي لأهم أساليب الاستمالة (العاطفية والعقلية والنفسية) التي يستخدمها تنظيم داعش في تجنيد الشباب (عبر وسائل الإعلام الجديد).

• الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الشباب السعودي على مقياس الادراك لمدى توظيف تنظيم داعش لوسائل الإعلام الرقمي الجديد وفقاً لمتغيراتهم الديموغرافية (النوع - السن - مستوى التعليم - طبيعة العمل)

النوع	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	درجات الحرية df	مستوى المعنوية Sig
أنثى	١٢٧	٢.٣٤١٤٤٦	٠.٥٨١٢٨١	٠.٨٢٨	٣٩٨	٠.٤٠٨
ذكر	٢٧٣	٢.٣٨٤٢٨٢	٠.٤٢٧٩٦٣			

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- أظهر استخدام اختبار (ت) T- Test عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في مستوى ادراكهم لتوظيف التنظيمات الإرهابية لوسائل الإعلام الجديد، حيث كانت قيمة "ت" (٠.٨٢٨)، وهي غير دالة عند مستوى معنوية (٠.٠٤٠٨)، أي أنه ليس هناك اختلافات بين الذكور والإناث في ادراكهم لتوظيف التنظيمات الإرهابية لوسائل الإعلام الرقمي الجديد.

مستوى المعنوية Sig	درجات الحرية df	قيمة F	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	السن	
٠.٨٠٢	٢ ٣٩٧	٠.٢٢١	٠.٤٣٥٢٦	٢.٣٨١٨٩٩	٢٢٤	١٨ أقل من ٢٢	إدراك الشباب لتوظيف التنظيمات الإرهابية لوسائل الإعلام الجديد
			٠.٥٣٣٩٨	٢.٣٤٦٤٩٨	١٢٢	من ٢٢ إلى أقل من ٣٠	
			٠.٥٤٤٢٣٨	٢.٣٧٨٧٨٨	٥٤	من ٣٠ إلى ٤٠	
			٠.٤٨١٦١٨	٢.٣٧٠٦٨٢	٤٠٠	المجموع	

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- أظهر استخدام اختبار One- Way ANOVA "ف" عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير السن لعينة الدراسة وبين ادراكهم لتوظيف التنظيمات الإرهابية لوسائل الإعلام الجديد لتجنيد الشباب، حيث كانت قيمة "ف" (٠.٢٢١)، وهي غير دالة عند مستوى معنوية (٠.٨٠٢)، أي أنه ليس هناك اختلافات بين أفراد عينة الدراسة على اختلاف فئاتهم العمرية في إدراكهم لتوظيف التنظيمات الإرهابية لوسائل الإعلام الجديد.

مستوى المعنوية Sig	درجات الحرية df	قيمة F	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	مستوى التعليم	
٠.٠١٢	٣ ٣٩٦	٣.٧٢٤	٠.٣٩٤٠٤٥	٢.٢٤٢٤٢٤	١٢	أقل من متوسط	إدراك الشباب لتوظيف التنظيمات الإرهابية لوسائل الإعلام الجديد
			٠.٥٣٤٧٤٣	٢.٢٧٢٧٢٧	٤١	متوسط	
			٠.٤٦٤١٧٤	٢.٤٠٣٣٠٦	٣٣٠	جامعي	
			٠.٦١١٣٣	٢.٠٦٤١٧١	١٧	فوق الجامعي	
			٠.٤٨١٦١٨	٢.٣٧٠٦٨٢	٤٠٠	المجموع	

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- أظهر استخدام اختبار One- Way ANOVA "ف" وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير مستوى التعليم لعينة الدراسة وبين ادراكهم لتوظيف التنظيمات الإرهابية لوسائل

الإعلام الجديد، حيث كانت قيمة "ف" (٣.٧٢٤)، وهي دالة عند مستوى معنوية (٠.٠١٢)، أي أنه هناك اختلافات بين أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بمستوى التعليم وبين مستوى ادراكهم لتوظيف التنظيمات الإرهابية لوسائل الإعلام الجديد، وذلك لصالح أفراد العينة من الجامعيين بمتوسط حسابي (٢.٤٠٣٣٠٦)، ثم لصالح أفراد العينة من التعليم المتوسط بمتوسط حسابي (٢.٢٧٢٧٢٧)، أي أن متغير مستوى التعليم مؤثر على مستوى الادراك لدى الشباب عينة الدراسة.

مستوى المعنوية Sig	درجات الحرية df	قيمة F	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	الوظيفة	
٠.٠٠١	٢ ٣٩٧	٧.٥٠٣	٠.٤٢٨٨٦٦	٢.٤١٢٩٤٨	٣٣٠	طالب	إدراك الشباب لتوظيف التنظيمات الإرهابية لوسائل الإعلام الجديد
			٠.٤٣١٩٢٨	٢.١٦٥٧٧٥	٣٤	يعمل	
			٠.٨٠١٩٨٨	٢.١٧٦٧٦٨	٣٦	لا يعمل	
			٠.٤٨١٦١٨	٢.٣٧٠٦٨٢	٤٠٠	المجموع	

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- أظهر استخدام اختبار One- Way ANOVA "ف" وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير نوع الوظيفة لعينة الدراسة وبين ادراكهم لتوظيف التنظيمات الإرهابية لوسائل الإعلام الجديد، حيث كانت قيمة "ف" (٧.٥٠٣)، وهي دالة عند مستوى معنوية (٠.٠٠٠١)، أي أنه هناك اختلافات بين أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بنوع الوظيفة وبين ادراكهم لتوظيف التنظيمات الإرهابية لوسائل الإعلام الجديد لتجنيد الشباب، وذلك لصالح أفراد العينة من الطلاب بمتوسط حسابي (٢.٤١٢٩٤٨).

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات الشباب السعودي عينة الدراسة على مقياس الإدراك لتوظيف تنظيم داعش لوسائل الإعلام الجديد وفقاً لدرجات تعرضهم لوسائل الإعلام الرقمي الجديد.

معامل فاي	مستوى الدلالة	درجات الحرية	٢١٤	التعرض				الإدراك	
				المجموع	مرتفع	متوسط	منخفض	ك	منخفض
٠.٢٥٤	٠.٠٠٠	٤	٢٥.٨٠٨	٢٢	٣	١١	٨	ك	منخفض
				%٥.٥٠	%٠.٧٥	%٢.٧٥	%٢.٠٠	%	
				١١٦	٤١	٣٩	٣٦	ك	متوسط
				%٢٩.٠٠	%١٠.٢٥	%٩.٧٥	%٩.٠٠	%	
				٢٦٢	١٤٧	٦٨	٤٧	ك	مرتفع
				%٦٥.٥٠	%٣٦.٧٥	%١٧.٠٠	%١١.٧٥	%	
				٤٠٠	١٩١	١١٨	٩١	ك	المجموع
				%١٠٠.٠٠	%٤٧.٧٥	%٢٩.٥٠	%٢٢.٧٥	%	

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي: وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات عينة الدراسة من الشباب السعودي على مقياس الإدراك لمدى توظيف التنظيم الإرهابي داعش لوسائل الإعلام الجديد، وبين درجات تعرضهم لوسائل الإعلام الجديد، حيث بلغت قيمة $\chi^2 = 25.808$ ، وهي دالة عند مستوى معنوية 0.000 ، وقد بلغ معامل التوافق 0.254 ، أي أن هناك اختلافات بين أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بدرجات ادراكهم لتوظيف التنظيمات الإرهابية لوسائل الإعلام الجديد وفقاً لدرجة التعرض لوسائل الإعلام الرقمي الجديد.

ونستطيع أن نستنتج أنه كلما زاد التعرض لوسائل الإعلام الجديد كلما زادت درجة الإدراك

خلاصة النتائج:

- أظهرت النتائج أن معدل استخدام عينة الشباب السعودي لوسائل الإعلام الرقمية الجديدة جاء مرتفعاً، كما أظهرت أنه كلما زاد تعرض الشباب لوسائل الإعلام الجديد كلما زادت درجة الإدراك لديهم بتوظيف التنظيم لوسائل الإعلام الجديدة
- اتفقت النسبة أكبر من عينة الدراسة على أن موقع تويتر هو أكثر وسيلة إعلامية يستخدمها التنظيم في نشر دعايته يليه الوسائل الإعلامية للتنظيم (اذاعات وقنوات)، وأهم أدواته عبرها هي الفيديوهات والرسوم والأناشيد الحماسية.
- يستخدم التنظيم وسائل الإعلام الرقمية لتحقيق مجموعة من الأهداف في مقدمتها الترويج والدعاية في المقام الأول ثم تجنيد الشباب ثم إعطاء الشرعية للتنظيم.
- أكدت النسبة الأكبر من الباحثين على أهم عوامل انتشار التنظيم وانضمام بعض الشباب له ترجع إلى امتلاكه لجيوش إعلامية إلكترونية شابة، يليه عامل الجهل بقواعد الدين ثم المشهد السياسي المحبط في بعض الدول العربية وتقكها.
- أجمعت النسبة الأكبر من عينة الدراسة على أن أهم أنواع الاستمالات المستخدمة من قبل التنظيم هي استمالات عاطفية دينية في المقام الأول يليها العقلية ثم النفسية التي تستغل الحاجات النفسية للشباب في ظل ظروف اقتصادية صعبة في بعض الدول.
- أكدت نسبة كبيرة من عينة الدراسة على أن تغطيات وسائل الإعلام لأخبار التنظيمات الإرهابية تحتاج لمراجعة شاملة، وأن بث فيديوهات قتلى التنظيم قد استفاد منه التنظيم لصالحه وعلى العكس بث الرعب في قلوب الكثيرين وأحبطهم من محاولات مواجهة مثل

هذا التنظيم، لأنها أعطت حجماً كبيراً للتنظيم بجانب التحويل الخاص بقدرته وبطشه بالمخالفين له.

- كلما زاد إدراك الشباب السعودي عينة الدراسة للاستمالات التي تستخدمها التنظيمات الإرهابية في تجنيد الشباب عبر وسائل الإعلام الجديد كلما زاد إدراك الشباب السعودي لتوظيف داعش لوسائل الإعلام الرقمي الجديد في تحقيق أهدافه والعكس بالعكس
- لا يوجد تأثير لعاملي النوع والسن على مستوى إدراك عينة الشباب السعودي لتوظيف داعش لوسائل الإعلام الرقمي الجديد، بينما يؤثر عامل مستوى التعليم، حيث أظهرت النتائج أنه كلما زاد مستوى التعليم ارتفع مستوى الإدراك لديهم، وكانت فئة الطلاب الجامعيين هي الأعلى في مستوى الإدراك من بين أفراد عينة المبحوثين.
- تعكس النتائج في مجملها عن مستوى إدراك مرتفع لدى العدد الأكبر من عينة الشباب السعودي لتوظيف تنظيم داعش الإرهابي لوسائل الإعلام الرقمي الجديد لخدمة مصالحه وتحقيق أهدافه.

توصيات الدراسة:

- ضرورة إجراء المزيد من الدراسات الميدانية على نطاق أوسع يشمل الدول العربية والإسلامية للاقترب أكثر من الشباب المسلم (أكثر الفئات المستهدفة من قبل التنظيمات الإرهابية) للتعرف على تصوراتهم عن التنظيم وأسباب الانضمام وكذلك أفضل مقترحاته لمواجهته.
- إجراء بحوث لدراسة الحالة لبعض الشباب المنفصل والعائد من التنظيم، للكشف عن الواقع الحقيقي لهذه التنظيمات من الداخل للوقوف على نقاط ضعفها للانطلاق منها إلى سبل المواجهة.
- ضرورة المراجعة الشاملة لتغطيات وسائل الإعلام الرقمية لأخبار التنظيمات الإرهابية وتقييمها في ضوء البحوث التي أجريت عليها لتدارك أهم الأخطاء وتقديم تغطيات مخطط لها استراتيجياً وليس تغطيات ارتجالية سريعة، ووضع خطط استباقية ضد هذا الفكر المتطرف وليس ردود أفعال.
- ضرورة التكاتف والتكامل بين الأجهزة الأمنية والإعلامية لوضع استراتيجية متكاملة لمواجهة هذه التنظيمات الإرهابية، آخذين في الاعتبار بنتائج البحوث الأكاديمية عن الإرهاب وتنظيماته.

□ تكثيف الندوات والحملات الإعلامية الإلكترونية لرجال الدين المعتدلين لإظهار المقصد الشرعي من الجهاد ومفهومه وشروط تحققه، وتقديم التفسير الحقيقي للآيات القرآنية والأحاديث النبوية لخلق أي ثغرة ينفذ منها هؤلاء المتطرفين إلى عقول شبابنا المسلم.

مراجع الدراسة:

أولاً المراجع العربية:

مجدي الداغر. (٢٠١٦). دور الإعلام الجديد في تشكيل معارف واتجاهات الشباب الجامعي نحو الارهاب على شبكة الانترنت. مجلة كلية الآداب والعلوم الاجتماعية. الكويت العدد ٣٦٣٣.

إيمان الشراوى. (٢٠١٦). العلاقة بين الإعلام الجديد والممارسات الارهابية: دراسة تطبيقية على شبكات التواصل الاجتماعي. تم الاسترداد من journal.uinjkt.ac.id
<http://journal.uinjkt.ac.id>

حسين الفتلاوى. (٢٠١٧). الأساليب الدعائية لتنظيم داعش الارهابي في مواقع التواصل الاجتماعي، يوتيوب انموذجا. دورية لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الإنسانية، العدد ٢٧.

سماح عبدالصبور. (٢٠٢٠). استخدام الجماعات المسلحة لمواقع التواصل الاجتماعي في تجنيد الشباب. تاريخ الاسترداد ١٦ ٢، ٢٠٢٠، من مركز المستقبل للأبحاث والدراسات المتقدمة: <http://www.future.uae.com>

شريف درويش ونهى إبراهيم. (٢٠٢٠). استراتيجيات داعش وجبهة النصرة في توظيف الوسائل والمنصات الإعلامية الجديدة. تم الاسترداد من المركز العربي للبحوث والدراسات 2020-3-1, www.acreg.eg.

عبدالسلام عبدالغفار. (١٩٨٤). مقدمة في علم النفس العام. بيروت: دار النهضة العربية. غسان عبد الرحمن أبو حسين. (٢٠١٧). الخطاب الإعلامي لتنظيم "الدولة الإسلامية: مجلة دابق الإلكترونية، نموذج سيميائية الصورة في الخطاب الصحفي للتنظيمات المتطرفة. جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام، الأردن.

نورا بندارى. (٢٠١٦). دور وسائل التواصل الاجتماعي في تجنيد أعضاء التنظيمات الارهابية. تم الاسترداد من المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والاقتصادية والسياسية: democratic.ac.de.com

(* أسماء السادة المحكمين:

أ.د. أمال الغزاوي أستاذة الإعلام بجامعة الزقازيق وعميد المعهد الكندي للإعلام
أ.د. عربي الطوخي أستاذة الإعلام ورئيس قسم الإعلام جامعة بنها
أ.م.د. عبدالله زلطة أستاذة الصحافة المساعد جامعة بنها
د. محمد جمال مدرس الإعلام جامعة الأزهر
د. علاء خليفة مدرس العلاقات العامة جامعة الأزهر

ثانياً المراجع الأجنبية:

- Al-Khalifa, K.(2012). Politics, terrorism and the news media: a case study of Saudi Arabia(2006-2007). Doctorate Thesis(Doctorate)., Bournemouth University.
- Bertrand, N.(2020). "DHS warns of increase in violent extremism amid coronavirus lockdowns". Department of Homeland Security.
- Day, L. A.(2003). Ethics in Media Communications: Cases and Controversies. Australia: Holly J. Allen.
- Institute for Economic and Peace.(2020). Global Terrorism Index 2020: Measuring the Impact of Terrorism. Sydney: Institute for Economic and Peace.
- Krona, M.(2020). Revisiting the Ecosystem of Islamic State's 'Virtual Caliphate. Retrieved from gnet-research.org: <https://gnet-research.org/2020/10/21/revisiting-the-ecosystem-of-islamic-states-virtual-caliphate/>.
- Langemeijer, H.(2016). Don't Hear about Us, Hear from Us: The role of ISIS' online magazine Dabiq in shaping foreign fighter motivations, Unpublished Master Thesis. Utrecht University, Netherlands.
- MC Quail, D.(2000). Mass communication theory. London: Sage Publication.
- Mousa, A.(2018). Persuading Methods at Dabiq journal electronic Daesh journalism. Amarabac International Journal of Communication Science, Texas-USA. Vol.1.Nr.4.
- Perrott, A. T.(2017). Into Dabiq: A Content Analysis of ISL's Jihadist Magazine, Unpublished Master Thesis. Pennsylvania, USA: Point Park University.
- Raffaello Pantucci.(2020, 4 22). "After the Coronavirus, Terrorism Won't Be the Same". , Foreign Policy.
- Wenrner J. Severin, J. W.(1992). Communication Theories: Origins , Methods ,Uses. New- York: longman.